

# Modaes

Empresa

## Falabella saca partido a sus departamentales, que crecen un 3,7% en el segundo trimestre

El impulso de esta categoría de negocio del gigante chileno estuvo liderado por mercados como Colombia y Argentina. En total, la compañía facturó 693.191 millones de pesos (1.103,9 millones de dólares).

María Bertero  
30 ago 2017 - 00:00

Falabella saca partido a sus departamentales, que crecen un 3,7% en el segundo trimestre

Falabella sigue impulsando su negocio de tiendas por departamento. **El gigante chileno del retail ha finalizado el segundo trimestre de su ejercicio 2017 con un incremento del 3,7%** de su cifra de negocio en este segmento.

Entre abril y junio, **las tiendas departamentales de Falabella facturaron 693.191 millones de pesos chilenos** (1.103,9 millones de dólares). Los centros del grupo chileno mejoraron sus ingresos en todos los mercados en los que está presente. El mayor crecimiento se dio en Colombia y Argentina.

En el mercado cafetero, las tiendas departamentales de Falabella incrementaron sus ventas un 7,4%, hasta 87.554 millones de pesos (139,4 millones de dólares). **En el segundo trimestre, la compañía chilena puso en marcha un nuevo establecimiento en Bogotá**, en el centro comercial Multiplaza, con la que alcanzó las 26 tiendas por departamento en el país.

### Falabella cuenta con 26 tiendas por departamento en Colombia y once en Argentina

**Colombia se ha convertido en uno de los mercados clave para Falabella.** El país también fue el motor de crecimiento de las tiendas departamentales de la compañía en el primer trimestre, con un alza del 15,9%, hasta 71.496 millones de

# Modaes

pesos (107 millones de dólares).

En 2016, el grupo alcanzó la barrera de la decena de establecimientos en Bogotá con la apertura de un centro en el complejo comercial Parque la Colina.

Argentina fue el segundo país de mejor evolución para las tiendas departamentales de Falabella en el segundo trimestre. En el mercado austral, el gigante del retail facturó 86.254 millones de pesos (137,3 millones de dólares), lo que supuso un incremento interanual del 5,4%. **La compañía opera en Argentina con once tiendas departamentales**, la misma cantidad que en el segundo trimestre del año anterior. La otra categoría de negocio que Falabella desarrolla en el mercado argentino es su cadena de mejoramiento para el hogar Tottus.

**En su mercado local, Falabella incrementó los ingresos de sus tiendas por departamento un 3,3%, hasta 354.058 millones de pesos** (563,8 millones de dólares). Chile sigue copando el grueso de la facturación de la compañía, tanto de tiendas departamentales como en supermercados y tiendas de mejoramiento del hogar. La compañía cuenta con 44 grandes almacenes en su mercado local.

Por último, **Perú fue el país donde las tiendas por departamento de Falabella menos crecieron**. Tras haber penalizado sus ventas en el mercado inca por el fenómeno de *El Niño* durante el primer trimestre del año, **la facturación del grupo chileno creció un 1,5% entre abril y junio en Perú, hasta 153.563 millones de pesos** (244,5 millones de dólares). El país inca es el segundo mercado para Falabella, tanto por volumen de facturación como por número de establecimientos. A cierre del segundo trimestre, la compañía contaba con 29 tiendas por departamento en el mercado peruano, sumando un total de 176.962 metros cuadrados de superficie comercial.

En cuanto al negocio de centros comerciales, **Falabella puso en marcha un nuevo complejo en el segundo trimestre del año, sumando un total de 40 establecimientos** en tres de los mercados en los que opera con este formato.

A cierre del segundo trimestre, la compañía contaba con una superficie comercial de 2.011.000 metros cuadrados de su negocio inmobiliario. Falabella opera en Chile, Perú y Colombia a través de dos sociedades: Mallplaza y Open Plaza. En su mercado local, el grupo cuenta con 25 centros comerciales, mientras que en Perú y Colombia opera con catorce y uno, respectivamente.

**Falabella ganó un 8,6% más en el segundo trimestre**

---

# Modaes

---

## de su ejercicio, hasta 186,2 millones de dólares

En términos generales, Falabella finalizó el segundo trimestre de su ejercicio con un incremento del 8,6% de sus utilidades, hasta 117.772 millones de pesos chilenos (186,2 millones de dólares).

Las ventas del grupo se situaron en 2.120.045 millones de pesos (3.352,5 millones de dólares), un 3,9% más que el mismo periodo del año anterior. El resultado bruto de explotación (ebitda) de la compañía se elevó un 5,3% en el segundo trimestre, hasta 279.789 millones de pesos (442,4 millones de dólares).

En el acumulado del año, Falabella ganó un 10,1% más, creció un 3,8% y aumentó su ebitda un 8,5%. En el primer semestre, las ventas de la compañía se situaron en 4.173.788 millones de pesos (6.600,2 millones de dólares).