

Modaes

Empresa

Falabella se dispara en la Red: eleva sus ventas un 26% en el primer semestre

El grupo chileno ha anotado unos ingresos de 335.269 millones de pesos (463 millones de dólares) en sus plataformas de ecommerce. Las tiendas departamentales volvieron a copar el grueso de las ventas.

M. B.
29 ago 2019 - 00:00



Falabella empieza a extraer petróleo de su canal online. El gigante chileno del retail, dueño también de la plataforma Linio, ha cerrado el primer semestre **con unas ventas de 335.269 millones de pesos (463 millones de dólares) en sus plataformas de ecommerce.**

La cifra representa un avance del 26% respecto al mismo periodo del año anterior. **Sólo en el segundo trimestre, Falabella facturó 199.637 millones de pesos (275,7 millones de dólares) en la Red, un 47% más que en el primer trimestre y un 26,9% más que en el mismo periodo del año anterior.**

De todos sus segmentos de retail, **las tiendas departamentales son las que copan el mayor peso de las ventas online de Falabella.** En el primer semestre, los ingresos de

este negocio en la Red fueron de 268.982 millones de pesos (371,5 millones de dólares).

Linio ha aumentado a doble dígito las visitas a su plataforma online

El ecommerce ha sido una de las mayores obsesiones del grupo chileno en los últimos años, con el fin de lograr integrar todos sus canales en la misma estrategia omnicanal. La compañía aceleró ese proceso en el último año tras la compra de la plataforma de ecommerce Linio.

De hecho, Gaston Bottazzini informó en la presentación semestral de resultados de Falabella que cuando el grupo se hizo con el *pure player*, el tráfico de Linio se encontraban a la baja, pero ahora, **la compañía chilena ha dado un vuelco de 180 grados logrando reconducir los números de la plataforma.**

“Las visitas a Linio han crecido a doble dígito, así como también el tráfico orgánico”, informó el consejero delegado de Falabella. Desde la compañía también insistieron en que al momento de la compra de la plataforma, el mercado mexicano era el más fuerte y aprovecharon esa fortaleza para **hacer crecer la empresa en otros mercados estratégicos para el grupo como Chile, Perú y Colombia.**

El grupo chileno ha reforzado sus servicios de ‘click&collect’ durante el primer semestre

Falabella también ha reordenado la cúpula de Linio con el nombramiento de Benoit de Grave como gerente general de la plataforma. El directivo se incorporó al retailer chileno en el momento de la compra de la empresa de ecommerce para un año más tarde tomar el relevo de Andreas Mjælde.

“También hemos cambiado algunas posiciones, pero hemos reducido el nivel de rotación de los empleados de Linio”, subrayó Bottazzini. Falabella se ha marcado el objetivo de romper las barreras entre el canal físico y el online y que sus consumidores tengan una excelente experiencia de compra en cualquier medio.

Modaes

Falabella cerró el primer semestre con una descenso del 30% de su utilidad, que se situó en 168.741 millones de pesos chilenos (233,9 millones de dólares). Las ventas totales del grupo, que también cuenta con supermercados y tiendas de mejoramiento para el hogar, fueron de 4.586.347 millones de pesos (6.358,4 millones de dólares), un 2,4% más que en los seis primeros meses de 2018.