
Modaes

Empresa

La Polar abre su primer centro de distribución para fortalecer su canal online

El grupo chileno de tiendas por departamento pondrá en marcha un almacén de 50.000 metros cuadrados de superficie que supondrá un desembolso de cincuenta millones de dólares.

Modaes
3 jul 2018 - 00:00

La Polar abre su primer centro de distribución propio para fortalecer su canal online

La Polar se vuelca en el ecommerce. El grupo chileno de tiendas por departamento prepara la apertura de su primer centro de distribución propio en su mercado local para fortalecer su logística en el canal online.

La empresa ha adquirido un terreno de 144.605 metros cuadrados de superficie en la comuna de Pudahuel (Santiago de Chile), donde **La Polar pondrá en marcha un almacén de 47.918,7 metros cuadrados**, según *Diario Financiero*.

En las nuevas instalaciones, que se ubicarán cerca de la empresa San Francisco, donde La Polar arrienda espacios de almacenaje, el grupo chileno construirá también oficinas. **La inversión estimada en el nuevo almacén ronda los cincuenta millones de dólares.**

La Polar contrajo un 0,9% sus ventas en el primer trimestre del ejercicio 2018

La Polar, al igual que sus rivales chilenos de tiendas departamentales, se ha marcado el objetivo de integrar el mundo digital con el físico. La apertura de la nueva nave logística está prevista para dentro de un año.

El grupo chileno, controlado por Leonidas Vial, anotó unos números rojos de 2.550 millones de pesos (3,8 millones de dólares)

1 / 2

<https://www.modaes.com/empresa/la-polar-abre-su-primer-centro-de-distribucion-para-fortalecer-su-canal-online>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Modaes

en el primer trimestre de 2018. La compañía contrajo levemente sus ventas en los tres primeros meses del año, hasta 90.729 millones de pesos chilenos (138,2 millones de dólares), un 0,9% menos que en el mismo periodo del año anterior.