

# Modaes

Empresa

## Las departamentales de Falabella contienen la caída: descenso del 1,8% hasta septiembre

Argentina volvió a penalizar la evolución de esta área de negocio, con un desplome del 30%. En cambio, Perú fue el país que mejor evolucionó.

Iria P. Gestal  
13 nov 2019 - 00:00



Las departamentales de Falabella resisten pese al contexto de incertidumbre. El grupo chileno ha cerrado el tercer trimestre con un descenso acumulado del 1,8% en sus ventas en este canal, frente a la caída del 2% que acumulaba hasta junio.

**La recuperación del mercado peruano ha sido clave para contener la caída.** Las ventas de las departamentales chilenas en Perú se elevaron un 6,5% en los nueve primeros meses del ejercicio, hasta alcanzar 452.625 millones de pesos (584 millones de euros).

---

# Modaes

---

Por trimestres, la evolución ha sido un poco errática, encadenando descensos del 0,3% en el primer trimestre y del 4,4% en el segundo con un alza del 4,6% en el tercer periodo. Falabella opera con 29 departamentales en el país, las mismas que un año atrás.

El grupo también logró elevar su facturación en sus departamentales colombianas, donde cuenta con 25 establecimientos, dos menos que en 2018. **La facturación de la compañía en el país se elevó un 4,4%**, hasta 259.839 millones de pesos (335,6 millones de euros).

En cambio, **tanto Argentina como Chile han cerrado los nueve primeros meses del año fiscal a la baja**. En su mercado local, la facturación de las departamentales de Falabella se redujo un 1,5%, hasta 1.051.259 millones de pesos (1.358 millones de euros).

En el país, donde el grupo suma 47 establecimientos, las ventas por local equivalente encadenan ya seis trimestres en descenso. Está por ver todavía cómo impactará en sus resultados las protestas civiles en el país, que comenzaron en octubre y por tanto no se reflejan todavía en las cuentas del tercer trimestre.

Por último, **Argentina volvió a ser la piedra en el zapato de Falabella por el impacto de los tipos de cambio**. El grupo desplomó un 30% sus ventas en el país, donde opera por diez locales.