

Modaes

Empresa

Las tiendas departamentales de Falabella estacan sus ventas en el primer trimestre

Tras encoger un 4% su facturación en los últimos tres meses de 2018, el negocio estrella del gigante chileno redujo sólo un 0,2% sus ventas entre enero y marzo, hasta 603.617 millones de pesos (870,5 millones de dólares).

María Bertero
16 may 2019 - 00:00



Falabella recupera de a poco la rentabilidad de negocio estrella. **Las tiendas departamentales del gigante chileno del retail facturaron 603.617 millones de pesos chilenos (870,5 millones de dólares)** en el primer trimestre de 2019, lo que supuso un descenso de sólo el 0,2% respecto al mismo periodo del año anterior.

A pesar de la caída, la evolución del negocio fue mejor que en los trimestres anteriores, cuando las ventas cayeron un 4% entre octubre y diciembre y un 0,8% en el tercer trimestre de 2018. El descenso del arranque de 2019 estuvo motivado por un menor dinamismo de la economía **argentina, donde las tiendas por departamento de Falabella redujeron sus ventas un 36,5%**, hasta 40.151 millones de pesos chilenos (57,9

1/3

<https://www.modaes.com/empresa/las-tiendas-departamentales-de-falabella-se-vuelven-a-estancar-en-el-primero-trimestre>

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

millones de dólares).

En el resto de los países en los que el grupo opera con este formato, los ingresos se mantuvieron al alza. **Colombia fue el mercado donde las ventas de Falabella se incrementaron con más fuerza**, anotando una cifra de negocio de 77.184 millones de pesos chilenos (111,3 millones de dólares), un 11,5% más que en el primer trimestre de 2018. El grupo ligado a la familia Solari cuenta con 27 tiendas por departamento en el país cafetero, cuyas ventas por metro cuadrado se incrementaron un 6,8%, hasta 422.951 pesos (609,9 dólares).

El segundo mercado de mejor evolución para las tiendas por departamento de Falabella fue Perú, donde facturó 130.928 millones de pesos (188,8 millones de dólares), un 8,3% más que en el mismo periodo del año anterior. El país inca fue el mercado donde Falabella rentabilizó mejor su metro cuadrado, cuyas ventas se incrementaron un 8,6% en el primer trimestre, hasta 742.638 pesos (1.071 dólares). La empresa cuenta con 29 establecimientos en Perú.

Aunque su mercado local copa el grueso de su facturación, **las tiendas departamentales de Falabella en Chile crecieron sólo un 1,1%**, hasta 355.354 millones de pesos (512,5 millones de dólares) en el primer trimestre. El grupo cerró el periodo con 47 almacenes en el país andino, dos más que en los primeros tres meses del año anterior. Las ventas por metro cuadrado fueron de 1,1 millones de pesos (1.539 dólares), un 3,3% menos.

Falabella está llevando adelante un proceso de reorganización de su parque comercial, que incluye también el cierre de algunas de sus tiendas por departamento menos rentable, como el caso de Argentina, donde bajó la persiana de un establecimiento en la calle Florida de Buenos Aires.

Las tiendas por departamento coparon el 26,8% del negocio total de Falabella en el primer trimestre

Modaes

Las tiendas departamentales siempre han sido la punta de lanza de Falabella. **Este modelo de negocio copó el 26,8% de los ingresos totales del retailer chileno** durante los tres primeros meses del año.

La compañía ha redoblado sus esfuerzos en el canal online con la puesta en marcha de un nuevo centro de distribución en Chile, que está operativo desde finales de 2018. En la presentación anual de sus resultados, Gastón Bottazzini, gerente general de Falabella, aseguró que el principal objetivo del grupo es generar sinergias entre el canal digital y el físico.

La cifra de negocio total de Falabella en el primer trimestre del ejercicio 2019 fue de 2.252.227 millones de pesos (3.248,2 millones de dólares), un 2,9% más que en el mismo periodo del año anterior. Pese al crecimiento, Falabella desplomó su utilidad a doble dígito, con un descenso interanual del 37,9%, hasta 70.455 millones de pesos chilenos (101,6 millones de dólares).