

ADEMÁS DE COYHAIQUE Y ANGOL

Falabella anuncia la llegada de nueva tienda en Linares

POR PABLO MARTÍNEZ MÉNDEZ

LINALES. Mediante un comunicado, Falabella anunció la apertura de su nueva tienda en la ciudad de Linares, como parte de su estrategia de crecimiento y acercamiento a los vecinos de la comuna, que no contaban con local físico. El proyecto busca integrarse al centro urbano con una completa propuesta comercial y de experiencias que fortalecerá el comercio local y generará numerosos puestos de trabajo.

La nueva tienda abrirá en un espacio de 2.600 metros cuadrados, ubicada en Independencia 596, principal arteria comercial de la ciudad. Contarán con un formato enfocado especialmente en vestuario; categoría que representará cerca del 80% de la propuesta comer-

cial de la tienda. Asimismo, la oferta en sala se complementará con calzado, tecnología, decoración y además del acceso al catálogo completo disponible en falabella.com, servicios como Retiro en Tienda (Click & Collect) y cajas con sistema de Self Check Out.

CRECIMIENTO Y COMPROMISO CON DESARROLLO LOCAL

“Estas aperturas son mucho más que nuevos puntos de venta. Son una muestra concreta de nuestro compromiso de estar presentes en ciudades donde antes no contábamos con tiendas físicas. Buscamos generar empleo, fortalecer el comercio y acercar nuestra propuesta como especialistas, con foco en vestuario, con formatos más eficientes y cerca-



La llegada de Falabella a Linares se suma al arribo de Jumbo y McDonald's.

nos a las personas”, señaló Karim Hodali, gerente comercial corporativo de Falabella, refiriéndose a la apertura de la tienda en Linares, además de Coyhaique y Angol. Con estas aperturas, y en línea con su estrategia de sostenibilidad, Falabella sumará nuevos establecimientos educativos al Programa Haciendo

Escuela, fortaleciendo su presencia territorial y beneficiando a más de 50 colegios a lo largo del país. Esta expansión permitirá ampliar el alcance del programa y aportar a la educación y a la generación de oportunidades para niñas, niños y jóvenes en las comunidades donde la compañía está presente.