LT LA TERCERA PULSO

Fecha: 08/04/2025 Audiencia: 271.020 Sección: ACTUALIDAD
Vpe: $3.454.947 Tirada: 76.017 Frecuencia: DIARIO
Vpe pág: $9.570.938 Difusión: 76.017
Vpe portada: $9.570.938 Ocupación: 36,1%



# Los cuatro focos de Falabella para el 2025

En sus respectivas cartas a los accionistas aparecidas en la memoria anual de 2024, el presidente, Enrique Ostalé, y el gerente general, Alejandro González, dan cuenta de los hitos operativos que alcanzaron el año pasado y los énfasis estratégicos en que pretenden centrarse este año.

IGNACIO BADAL

El grupo Falabella dio a conocer los énfasis estratégicos en que se centrará su operación durante este año, en las respectivas cartas que publicaron tanto su presidente, Enrique Ostalé, como su gerente general, Alejandro González, en la memoria anual 2024, que fue ingresada el lunes a la Comisión para el Mercado Financiero (CMF).

En las misivas, se reitera, como la compañía lo anunció en enero, que Falabella espera invertir del orden de los US$650 millones este año en su plan de expansión regional, lo que representa un 28% de incremento respecto al 2024, dinero que pretende utilizar en la transformación y crecimiento de tiendas y centros comerciales, la apertura de nuevos locales y el fortalecimiento de sus capacidades tecnológicas, especialmente en Chile, Perú y México.

En ese marco, González resaltó los focos de su plan que involucra a buena parte de sus cinco unidades de negocio: las tiendas departamentales Falabella Retail, las tiendas para la refacción del hogar y construcción Sodimac, los supermercados Tottus, Banco Falabella y la red de centros comerciales Mallplaza.

"Mirando hacia el futuro, seguiremos trabajando con ahínco en nuestras cuatro prioridades claves: acelerar el crecimiento de las cinco unidades de negocio del grupo; acelerar la transformación del e-commerce y el desarrollo del ecosistema; impulsar una organización más efectiva y simple; y priorizar las decisiones de inversión y la asignación de capital para seguir profundizando la rentabilidad", dijo.

Enrique Ostalé, por su parte, resumió cómo visualizan este año: "El 2025 marca el inicio de un nuevo capítulo para Falabella. Seguimos firmemente enfocados en las oportunidades de crecimiento y en la consolidación de nuestra posición como líderes de las distintas industrias en que servimos a nuestros clientes".

"Sin duda, agregó, los mayores cambios vienen de la mano de la inteligencia artificial (IA), que está impulsando la revolución industrial de nuestro tiempo. Nos hemos enfocado en trabajar las capacidades internas que nos permitan aprovecharla en el máximo de su potencial, incorporándola en todos los ámbitos de la empresa".

## LOS DATOS DESCONOCIDOS DEL 2024

El año pasado, Falabella alcanzó utilidades por US$483 millones, ocho veces más que en 2023, y los ingresos consolidados aumentaron un 8,1% llegando a US$12.197 millones, "principalmente por el crecimiento experimentado por los retailers" Falabella, Sodimac y Tottus.

El Ebitda (una medida de su flujo de caja operacional) creció un 95,9% a US$1.457 millones y el margen Ebitda . "En un entorno en el que la recuperación del consumo fue gradual, logramos mejorar la venta gracias a la tracción de nuestra propuesta de valor", explicó.

En la carta, González resaltó algunos hitos de la operación registrados en el ejercicio pasado, cuando, por ejemplo, superaron los 36 millones de clientes y 20 millones de personas integraron su programa de lealtad, conocido en Chile como CMR Puntos.

En su marketplace, alcanzaron los 20 mil vendedores fuera de sus retailers. Y resalta que su indicador de entrega en el plazo comprometido On Time Delivery, señaló que lograron un 93% de cumplimiento. "De cara al futuro, uno de nuestros objetivos es seguir multiplicando las alternativas de entrega, asegurándonos de responder ágilmente a las necesidades de nuestros clientes", afirmó.

En sus otros negocios destacó dos cifras: que sus centros comerciales recibieron diariamente a un equivalente a 24 estadios nacionales de Santiago (1,17 millones de personas) y que un cuarto de los chilenos poseía una tarjeta del Banco Falabella.

A nivel regional, las compras con los medios de pago del grupo aumentaron un 13% a US$22 mil millones, lo que se tradujo en otro dato: se producen 25 transacciones por segundo con sus tarjetas en la región Andina.