

Falabella triplica ganancias a marzo y se beneficia de la mayor afluencia de turistas

La firma de retail aumentó sus utilidades en un 228% versus el primer trimestre del 2024, hasta US\$202 millones. “Estos resultados dan cuenta de la etapa de crecimiento en que estamos como compañía”, expresó el gerente general de la empresa.

PAULINA ORTEGA

La empresa de retail Falabella sumó otro trimestre de buenos resultados. Este martes reportó una mejora en sus resultados financieros correspondientes al primer trimestre del 2025: el grupo más que triplicó sus ganancias.

En los documentos entregados a la Comisión para el Mercado Financiero (CMF) detalló que tuvo un incremento de sus ganancias de 228%, pasando de \$58.500 millones (US\$61 millones) a \$192.007 millones (US\$202 millones).

El gerente general de Grupo Falabella, Alejandro González, destacó: “Estos resultados dan cuenta de la etapa de crecimiento en que estamos como compañía. La ejecución de nuestra estrategia refleja las capacidades que hemos construido para fortalecer las cinco unidades de negocio del grupo, consolidar un ecosistema sinérgico, e impulsar una propuesta omnicanal cada vez más ágil y cercana, manteniendo al mismo tiempo el foco en la eficiencia operativa y la disciplina financiera”.

Las ventas de Falabella se incrementaron en casi un 11%, pasando de \$2.392.526 millones (US\$2.510 millones) a \$2.653.179 millones (US\$2.784 millones).

Estos fueron “impulsados principalmente por el sólido desempeño en moneda local de todos nuestros retailers, gracias a una propuesta comercial atractiva y bien ejecutada”, precisó la firma.

La empresa de retail destacó el crecimiento de Falabella Retail en 18,9% hasta los \$854.726 millones (US\$897 millones), impulsado por la campaña de escolares y “una mayor afluencia de turistas a nuestra tiendas en Chile”, explicó Falabella. La empresa resaltó que sus ventas en tiendas crecieron 31,6% en same sales store versus el cuarto trimestre de 2024, tradicionalmente el mejor del año, entre otras razones por la campaña de escolares y el turismo. “Las 5 categorías core presentan crecimientos superiores al 20%, destacando recuperación de Tecnología (tanto en tiendas como en canal online, con positivo desempeño de los sellers) y de Vestuario”, destacó el retailer.

Sodimac, por otro lado, sumó ingresos por \$1.006.734 millones (US\$1.056 millo-



nes), con un alza de 7,3%. En Chile fue impulsado por las categorías de hogar, jardín y aire libre.

Tottus consolidó ingresos por \$604.597 millones (US\$634 millones), un incremento de 8,7%. En Chile las ventas fueron impulsadas por carnes, fiambres, lácteos y congelados con alzas de doble dígito.

Finalmente, el negocio bancario de Falabella tuvo ingresos por \$470.608 millones (US\$494 millones), sin variaciones versus el primer trimestre del 2024. “Los bancos en Chile, Perú y Colombia obtuvieron una mejora en sus utilidades, destacando el crecimiento de más de 10% en las colocaciones en Chile. En Perú y Colombia, las operaciones mostraron avances significativos, alcanzando retornos positivos”, precisó Falabella.

Con todo esto, el Ebitda de Falabella pasó de \$296.951 millones (US\$312 millones) a \$471.112 millones (US\$494 millones). Esto es un alza de 58%.

La deuda financiera neta siguió bajando, hasta 2,5 veces Ebitda. El año pasado cerró en 2,6 veces y hace un año, en marzo de 2024, estaba en 5,4. El peak ocurrió en junio de 2023, con 8,6 veces, lo que ocasionó el castigo de las clasificadoras de riesgo.

MALL PLAZA

A su vez, la filial de centros comerciales de Falabella, Mall Plaza, elevó de un 30% sus ganancias en el primer trimestre, al pasar de \$54.140 millones (US\$57 millones) en 2024 a \$70.512 millones (US\$74 millones) en el 2025.

Las ventas de Mall Plaza consolidaron una expansión de 37% en los primeros tres meses del año, al subir de \$114.106 millones (US\$120 millones) a \$156.045 millones (US\$164 millones).

Esto “está explicado por la consolidación de ingresos de activos inmobiliarios adquiridos en Perú, mayores ingresos por arriendo debido a mayores metros arrendados, mayores ventas, reajuste de tarifas e indexación de los contratos de arriendo a la inflación de cada país, mayores ingresos parking y mayores ingresos en MP Cali por inicio de operaciones” a finales del primer trimestre de 2024, la compañía en los documentos entregados a la CMF.

El ebitda de Plaza también se incrementó 43% hasta los \$36.995 millones (US\$39 millones). La firma explicó en el escrito que esto también se debió a la consolidación de activos en Perú, pero también a una mejora en la operación en Chile y Colombia. 📍