

Fecha: 14-05-2026
Medio: Diario Financiero
Supl.: Diario Financiero
Tipo: Noticia general
Título: "Las regiones van a ser clave en el crecimiento de Falabella Empresas"

Pág.: 14
Cm2: 657,1

Tiraje: 16.150
Lectoría: 48.450
Favorabilidad: ☐ No Definida



MATHIAS WILENMANN,
GERENTE DE VENTA EMPRESAS
DE FALABELLA:

“Las regiones van a ser clave en el crecimiento de Falabella Empresas”

■ La cadena lanzó a fines de abril su nueva unidad de negocio, que está enfocada especialmente en el comercio online para el segmento B2B.

DF Regiones

POR RENATO GARCÍA J.

Consciente de que el mercado B2B (empresa a empresa) es casi cuatro veces mayor que el de consumidores personas, Falabella está apostando a competir con los distribuidores mayoristas tradicionales. Por eso, a fines de abril lanzó Falabella Empresas, una nueva unidad de negocio enfocada especialmente en el comercio online para este segmento. Aunque es una extensión de Falabella.com, incorpora beneficios como nuevos descuentos por volumen, además de funcionalidades que facilitan la gestión.

Pese a que tiene un foco nacional, el gerente de venta empresas de Falabella, Mathias Wilenmann, destacó el potencial de la nueva unidad para las regiones. “Uno de los atributos más importantes para las regiones es la capacidad logística del ecosistema. Contamos con cobertura de Arica a Punta Arenas y una amplia red de tiendas físicas que facilita tanto el despacho como el retiro de productos, entregando mayor flexibilidad y conveniencia para las empresas”.

En entrevista con **DF Regiones**, el ejecutivo subrayó que la plataforma llevará “una oferta competitiva a zonas donde muchas veces el acceso a proveedores especializados es más limitado”.

Regiones e industrias

– ¿En qué regiones ven mayor potencial para el crecimiento del e-commerce B2B?

– Vemos un potencial especialmente relevante en la zona sur, donde existe alta concentración de MiPYME y actividades económicas muy alineadas con nuestra propuesta de valor. Biobío, Maule, La Araucanía, Los Lagos y Los Ríos concentran cerca de 27% de las MiPYME del país, lo que las convierte en mercados muy atractivos.

El norte también representa una gran oportunidad a futuro, especialmente por industrias como la minería, donde existe demanda por soluciones más especializadas, financiamiento y herramientas de gestión

corporativa.

– ¿Existen industrias regionales donde proyecten mayor demanda?

– Nuestro foco inicial está principalmente en las PYME y oficinas, pero vemos un potencial importante en industrias regionales ligadas al turismo, agricultura, forestal, pesca y ganadería, especialmente en el sur. Son sectores donde existe una necesidad constante de abastecimiento, reposición y equipamiento, y donde una plataforma digital

de servicios.

Por ejemplo, en regiones del sur, donde existe una alta actividad ligada al turismo y la hotelería, vemos oportunidades relevantes para categorías como línea blanca, mobiliario, decoración, tecnología y equipamiento operacional.

– ¿Qué rol esperan que tengan las regiones en el crecimiento futuro de Falabella Empresas?

– Las regiones van ser clave en el crecimiento de Falabella Empresas. Nuestro objetivo es construir una plataforma con alcance nacional, apoyándonos en la cobertura logística y la red física del ecosistema Falabella para acercar esta propuesta a empresas de todo Chile. Hoy, fuera de la RM se concentra más de 55% de las MiPYME del país, lo que refleja el enorme potencial de crecimiento regional para soluciones de e-commerce B2B.

Nuevas tendencias de mercado

– ¿Qué tendencias están viendo en digitalización de compras corporativas fuera de la RM?

– Las empresas están cambiando rápidamente su forma de comprar. Hoy, cerca de 50% de los tomadores de decisión en empresas son nativos digitales y esperan experiencias simples, rápidas y eficientes también en el mundo B2B. Y el avance de conectividad ha acelerado la digitalización en regiones. Actualmente, Internet llega a cerca de 97% de los hogares del país, lo que ha reducido brechas y facilitado la adopción de herramientas digitales fuera de Santiago.

– ¿Cómo puede una plataforma como Falabella Empresas ayudar a simplificar procesos para empresas fuera de Santiago?

– Uno de los atributos más relevantes para regiones es la capacidad logística del ecosistema Falabella. Contamos con cobertura desde Arica a Punta Arenas y una amplia red de tiendas físicas que facilita tanto el despacho como el retiro de productos, entregando mayor flexibilidad y conveniencia para las empresas. Esto permite acercar una oferta competitiva incluso a zonas donde muchas veces el acceso a proveedores especializados es más limitado.

“En el sur, donde existe alta actividad ligada al turismo y la hotelería, vemos oportunidades relevantes para categorías como línea blanca, mobiliario, decoración, tecnología y equipamiento operacional”.

puede simplificar mucho los procesos de compra.

Además, regiones con fuerte presencia minera, como Antofagasta –que concentra cerca del 3,1% de las MiPYME del país– también representan una oportunidad relevante para soluciones B2B más especializadas.

Categorías más importantes

– ¿Qué categorías tendrán mayor relevancia en regiones?

– Tecnología, equipamiento e insumos de oficina tendrán una demanda transversal a nivel nacional, pero el ecosistema Falabella y nuestro marketplace nos permiten ofrecer un surtido adaptado a distintas industrias regionales. Vemos especial potencial en categorías asociadas a hotelería, restaurantes, mantención, reparación y equipamiento comercial, particularmente en zonas con fuerte desarrollo turístico y