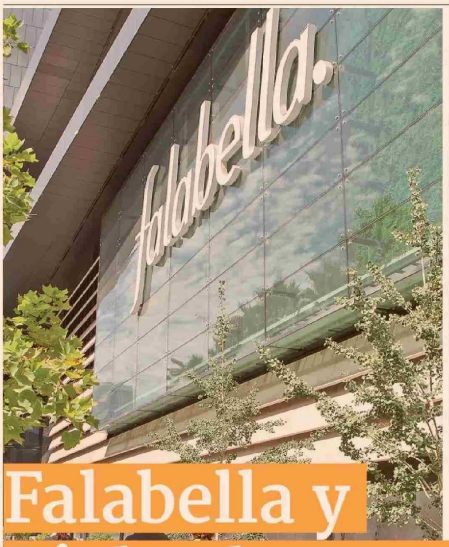
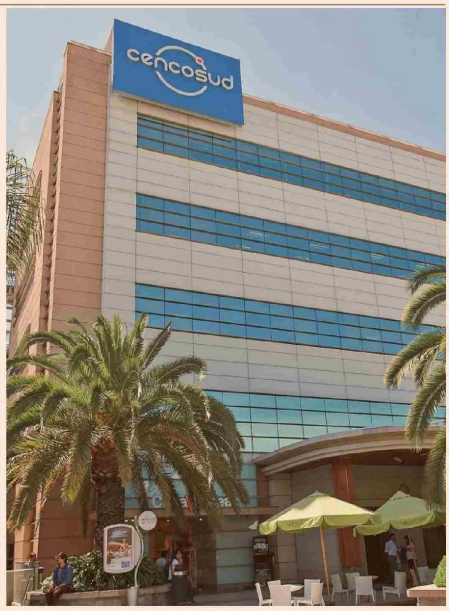
LITORALPRESS

Fecha: 24-03-2026
Medio: Diario Financiero
Supl. : Diario Financiero
Tipo: Noticia general
Título: Falabella y Ripley logran capitalizar alza del consumo uy anotan expansión de su negocio financiero

Pág. : 20
Cm2: 697,6

Tiraje: 16.150
Lectoría: 48.450
Favorabilidad: No Definida





Falabella y Ripley logran capitalizar alza del consumo y anotan expansión de su negocio financiero

■ La mayor actividad crediticia, junto con el uso de los medios de pago como la tarjeta de crédito y débito explicaron el rendimiento.

POR SOFÍA FUENTES

El negocio financiero de los grandes actores del retail sigue ganando peso en los balances de estos actores.

En 2025, el sector logró capturar la recuperación del consumo y exhibió un alza en sus utilidades, y en algunos casos, sobre los dos dígitos.

Según el director de riesgo financiero de PwC Chile, Patricio Jaramillo, "esto refleja un cambio de lo que veníamos observando, donde los modelos integrados de retail más el crédito, están volviendo a ganar terreno respecto a la banca tradicional tanto por condiciones de mercado, como por aplicación de temas regulatorios como la entrada en vigencia de la matriz de provisiones para créditos de consumo".

Repunte de medios de pagos en Banco Falabella

En el caso de Falabella, reportó que su banco ganó en 2025 un 25% más que en el ejercicio anterior, totalizando utilidades por más de $ 159.500 millones versus los $ 127.102 de 2024.

Estas cifras estuvieron impulsadas por una mayor actividad crediticia, y el repunte en el uso de medios de pago, en línea con la recuperación del consumo.

El avance de la entidad también se vincula con la estrategia de consolidar su posición de liderazgo en medios de pago, con un crecimiento sostenido en las compras realizadas con tarjetas de crédito y débito.

Según el análisis razonado de la firma, el banco digital cerró el año con colocaciones por $ 7.600 millones.

En paralelo, la tarjeta CMR de Banco Falabella se mantuvo en el primer lugar del mercado de plásticos de crédito. Al cierre de 2025, la compañía alcanzó 3.363.300 tarjetas vigentes.

Ripley y la recuperación en Perú

Otro actor relevante es Banco Ripley, entidad que al cierre de 2025 registró utilidades por $ 48.426 millones, lo que representó un incremento de 14% frente a los $ 42.094 millones del ejercicio previo.

De acuerdo con su análisis de resultados, este desempeño respondió a un aumento en la cartera bruta de colocaciones. A ello se sumó que los gastos de administración y ventas mostraron una disminución.

El mayor impulso, sin embargo, provino de las operaciones en Perú, donde las utilidades se expandieron en 1.000% durante 2025, al pasar de $ 2.650 millones en 2024 a $ 22.947 millones.

Este resultado, -según detalló la firma- se explicó en parte por el crecimiento de su cartera de colocaciones y por la expansión de su oferta de productos financieros, incluyendo tarjetas de crédito, préstamos de consumo y el mayor uso de cuentas corrientes. Al cierre de 2025, la compañía mantenía 1.073.916 tarjetas de crédito en circulación, de acuerdo con lo reportado a la CMF.

Las alianzas con la banca

En contraste, el negocio de tarjetas del retail en alianza con bancos mostró un desempeño dispar durante 2025.

Líder Bci reportó pérdidas por $ 6.549 millones. No obstante, frente a 2024 evidenció una mejora, con una variación de 70%. En tanto, el número de tarjetas de crédito creció 1,07%, alcanzando 552.097 plásticos en circulación.

Por su parte, el negocio de Cencosud Scotiabank (CAT), acumuló pérdidas por $ 56.414 millones al cierre del ejercicio, lo que implica una caída interanual de 80% frente a las utilidades por $ 31.809 millones registradas en 2024.

Este deterioro responde a la aplicación de estándares de provisiones definidos por la matriz, así como a mayores exigencias regulatorias.

De acuerdo con cifras de la CMF, Cencosud Scotiabank mantiene 1.935.248 tarjetas al cierre de 2025.

Cabe recordar que en febrero del presente año, en el marco del *conference call* con analistas, la firma canadiense comunicó que "Cencosud no es un activo estratégico (*no core*) y aseguraron que "es la última pieza de nuestra presencia que estamos trabajando para desinvertir y salir de ella. Somos optimistas respecto a ese proceso".

US$ 159 MIL MILLONES
DE UTILIDADES TOTALIZÓ BANCO FALABELLA.

Hites redobla apuesta por el negocio financiero y lanzará tarjeta de crédito abierta con Visa

■ Mientras el negocio del retail financiero registra un dispar rendimiento, surge un nuevo acuerdo en la industria. Hites selló una alianza con Visa para ingresar de lleno al modelo de tarjetas de crédito abiertas, lanzamiento que está previsto para el segundo semestre de este 2026.

El nuevo producto permitirá operar tanto en comercios nacionales como internacionales, apalancado en la red global de la compañía de pagos.

Con todo, la firma aseguró que proyecta emitir más de 300 mil tarjetas hacia 2028, en el marco de un convenio que inicialmente se extenderá por siete años.

Consultados por el perfil de clientes objetivo, desde la compañía señalaron que "Hites cumple un rol de dar acceso a crédito a personas que usualmente son postergadas por el resto del sistema". En esa línea, indicaron que la estrategia estará enfocada en que los clientes actuales prioricen el uso de esta nueva tarjeta, aunque también buscarán atraer nuevos usuarios mediante programas de fidelización.