

Fecha: 13-08-2025
Medio: El Mercurio
Supl. : El Mercurio - Cuerpo B
Tipo: Noticia general
Título: GANANCIAS DE FALABELLA SUPERAN EN LA PRIMERA MITAD DEL AÑO TODO LO OBTENIDO EN 2024

Pág. : 4
Cm2: 142,5

Tiraje: 126.654
Lectoría: 320.543
Favorabilidad: ☐ No Definida



Falabella obtuvo US\$ 596 millones en utilidades en el primer semestre de 2025.

GANANCIAS DE FALABELLA SUPERAN EN LA PRIMERA MITAD DEL AÑO TODO LO OBTENIDO EN 2024

El Grupo Falabella afianzó su repunte en materia financiera tras la entrega de resultados correspondientes al segundo trimestre del año.

La firma registró ingresos por US\$ 3.405 millones entre los meses abril y junio, lo que implicó un alza interanual del 9%. Además, obtuvo un Ebitda (utilidades antes de impuestos, intereses, amortizaciones y depreciaciones) por US\$ 506 millones en este período, un 46% más que en 2024.

Si bien el avance en los ingresos tuvo relación con su crecimiento de 8% en las ventas físicas (US\$ 2.483 millones), en el entorno de la firma apuntan a que su nego-

cio *online* está ganando cada vez más terreno. En el segundo trimestre, el indicador de ventas digitales reflejó un incremento de 19%, tras obtener ingresos por US\$ 824 millones.

El grupo aseguró que su negocio bancario evidenció mejores indicadores en sus niveles de riesgo a nivel regional, alcanzando un NPL (cartera morosa) de 2,8% que les permitió expandir sus colocaciones, así como también reportaron "una mejora de 22% en el costo por riesgo".

En tanto, Falabella reportó ganancias por US\$ 390 millones, triplicando los resultados registrados en el segundo trimestre de 2024 (US\$ 123 millones).

Con ello, la última línea de la empresa acumuló US\$ 596 millones en la primera mitad del año, lo que representa un salto de 221% en comparación al primer semestre del año pasado. La cifra supera todo lo ganado por la compañía en 2024, cuando informó utilidades por US\$ 483 millones.

Alejandro González, CEO de Falabella, afirmó que "seguimos mejorando nuestros márgenes y más que duplicamos las utilidades: esto habla de que hemos logrado una consistencia notable en la ejecución de nuestra estrategia y, una vez más, los clientes volvieron a elegir nuestros productos y experiencias".