

Firma prevé gastos de capital por unos US\$ 900 millones en 2026

Falabella destinará un tercio de sus inversiones a Chile, pero sin grandes aperturas de tiendas

Gerencia de la compañía revela que su foco está en mejorar la experiencia al cliente más que en sumar grandes superficies de venta.

N. BIRCHMEIER

Tras afianzar su recuperación financiera en 2025, el Grupo Falabella elevará sus gastos en inversiones para este año, comprometiéndose un desembolso de US\$ 900 millones para sus negocios en Chile, Perú, Colombia y México.

La cifra implica un aumento de casi 40% versus los US\$ 650 millones asignados para 2025. También sería superior a lo anunciado por uno de sus principales competidores: Cencosud (ligado a los Paulmann) informó al mercado que invertirá US\$ 600 millones para el actual ejercicio.

La primera línea ejecutiva de la firma vinculada a las familias Solari, Del Río y Cúneo detalló ayer que unos US\$ 500 millones se destinarán a transformaciones y expansión de sus activos, mientras que unos US\$ 113 millones serán enfocados para inauguraciones de 17 locales de sus cadenas de retail (Falabella, Sodimac y PrecioUno) en estos países. En tanto, US\$ 265 millones serán utilizados en tecnología, y el

resto, en temas logísticos.

Foco en Chile

Desde la gerencia comandada por Alejandro González, CEO de Falabella, y su gerente de Finanzas Corporativo, Juan Pablo Harrison, aseguraron que la compañía no ha ejecutado anteriormente un plan de inversiones de esta magnitud.

En el caso de Chile, la empresa minorista destinará unos US\$ 326 millones, es decir, un tercio de la cifra total. No obstante, la mayoría (US\$ 303 millones) se utilizará en medidas de transfor-

mación de centros comerciales operados por Mallplaza (Oeste, Norte, Trébol y La Serena) y en remodelación de espacios físicos en las tiendas para mejorar la experiencia de compra de sus clientes en las categorías de Vestuario, Belleza, Calzado, Tecnología y Decoración.

Solamente unos US\$ 23 millones se destinarán para aperturas de locales, según indicó Harrison en su presentación. La firma prevé abrir en Chile tres tiendas de Falabella Express y una de la cadena Sodimac.

Al respecto, Harrison sostuvo que la bandera de Falabella Express —lanzada en

2022 con una ubicación en Puente Alto y que hoy también cuentan con dos locales en Perú— se trata de un “formato más chico que la tienda tradicional, pero que también nos permite llegar a ciudades donde con la tienda actual no podríamos llegar”.

Agregó que estas tiendas se enfocarán en las categorías de Vestuario y Tecnología. En la inter-

na de la empresa aseguran que estas nuevas tiendas se estrenarán en las comunas de Linares, Coyhaique y Angol.

Por otra parte, Alejandro González afirmó que si bien antes se invertían en torno a US\$ 800 millones en la compañía, lo que se traduciría en unas 40 nuevas tiendas, ahora la empresa se enfocará en tener “mucho menos tiendas y mucho más experiencia”.

“Hace 10 años tenía que meter más metros cuadrados para tener más venta (...). Pero nos hemos dado cuenta de que no necesitamos muchos metros cuadrados para crecer en venta, necesito mejores metros cuadrados”.

Otros mercados

El plan de Falabella también considera inversiones en otros mercados en los que el grupo minorista busca crecer, con excepción de Brasil, donde todavía sigue en la fase de alcanzar la rentabilidad.

Falabella concentrará inversiones por US\$ 189 millones en Perú (US\$ 147 millones en transformaciones-reconversiones y otros US\$ 42 millones con la apertura de 7 locales de PrecioUno).

González aseguró que en el mercado peruano es donde ven el mayor potencial de crecimiento. “Es el que más me está dando hoy día rentabilidades positivas”, señaló.

La firma tiene previsto invertir US\$ 23 millones en México para sumar cuatro nuevas tiendas Sodimac. Desembolsará US\$ 70 millones en Colombia, de los cuales US\$ 25 millones corresponden a la construcción de dos sucursales de Sodimac.



Alejandro González, CEO de Falabella.



Enrique Ostalé, presidente de Falabella.

MACARENA PÉREZ

FELIPE BÁEZ