

Es su mayor cuota en una década: Falabella acaparó el 40% del *retail* discrecional chileno en 2025

Con ventas de \$2,24 billones y un alza de 14% anual, la cadena rompió su récord y amplió su ventaja sobre Paris, Ripley y Abc.

PABLO GUTIÉRREZ

Cuatro de cada diez pesos que los chilenos gastaron en tiendas por departamento en 2025 terminaron en Falabella. La compañía cerró el año con \$2,24 billones en ventas en su segmento *retail* local —un alza de 14%— y una participación de 40%: su mayor cuota en una década, alcanzada mientras sus tres principales competidores perdían terreno.

Tras conocer los resultados finales del ejercicio —publicados hasta fines de marzo—, el sector sumó ingresos conjuntos por \$5,61 billones en negocios de *retail* discrecional, un salto de 8% frente a 2024.

Y Falabella no solo lideró entre los minoristas en Bolsa: batió su propio récord. La compañía había cerrado 2024 con un *market share* de 37,7% —ya era su mejor marca hasta entonces— y en 2025 lo superó con 230 puntos básicos de ventaja adicional.

El 2025 también se coronó como el año de mejores ventas en la historia del segmento para la compañía, superando a 2021, ejercicio marcado por la alta liquidez de las familias, gracias a los retiros de AFP e IFES.

“Los ingresos crecieron, respaldado por una propuesta comercial atractiva, campañas exitosas y un fuerte impulso del canal *online*”, destacó la compañía en un reporte de resultados. “Las categorías de Vestuario y Tecnología lideraron en el canal físico,

mientras que por el lado de los *sellers* destacaron Tecnología, Calzado y Vestuario”.

El segmento de tiendas por departamento de Chile obtuvo el mejor desempeño de primera línea, superando a Perú y Colombia, cuyas ventas avanzaron 9,3% y 10% anual, respectivamente.

Este liderazgo se dio, además, en medio de un menor crecimiento en las ventas de

sus competidores. El segundo lugar en *market share* fue para Paris Chile (de Grupo Cencosud), con 22,2%, perdiendo 34 puntos básicos (pb) frente a 2024. Esto, con ventas por \$1,24 billones (+6% anual). La venta se vio afectada “principalmente por la menor afluencia de turistas comparativamente con 4T24, lo que contrasta con el mejor desempeño de la venta *online*”, dijo Cencosud en un reporte.

Tercero se ubicó Ripley, con una cuota de mercado de 18,1% en Chile, lo que implicó una baja de 93 pb en doce meses. El segmento *retail* local de la compañía alcanzó una primera línea de \$1,01 billones en 2025 (+2% anual).

Más atrás se posicionó Abc (ex LaPolar-Abcclin), con un *market share* de 7% en 2025, retrocediendo 67 pb anualmente. Sus ventas llegaron a \$390.418 millones, una caída de 2% en doce meses.

Forus reportó ingresos por \$280.039 millones en Chile, avanzando 5% frente a 2024, y dando cuenta de una participación de mercado de 5% (-13 pb interanual).

Hites reportó ingresos de *retail* por \$242.747 millones (-1% anual), con un *market share* de 4,3% (-36 pb anual).

Por último, Tricot ganó algo de participación: ventas por \$195.423 millones (+13% anual) y un *market share* de 3,5%, avanzando 17 pb respecto de 2024.

EL MERCURIO,
Inversiones
 Más detalles en
www.elmercurio.com/inversiones



El segmento de tiendas por departamento de Falabella en Chile obtuvo el mejor desempeño de primera línea, superando a sus locales en Perú y Colombia.