

Falabella anuncia plan de inversión por US\$650 millones para el 2025

La empresa aseguró que está recuperando los niveles de inversión previos a los problemas financieros a los que se enfrentó el grupo. Ahora sus inversiones se focalizarán principalmente en potenciar a Sodimac en México y supermercados en Perú.

PAULINA ORTEGA

–Falabella ha ido dejando poco a poco las malas cifras de la empresa de este año, con una mejoría constante. Este miércoles realizó su primer *investor day* desde el 2022, cuando comenzó con una caída en sus ganancias. “Sin lugar a duda, los últimos dos años, desde nuestro último *investor day*, han sido uno de los más desafiantes en la historia de la compañía”, comentó el presidente de la empresa, Enrique Ostalé.

En línea con la mejoría, el gerente corporativo de administración y finanzas, Juan Pablo Harrison, anunció en el evento que el Capex plan para el 2025 totaliza US\$650 millones, “lo que representa un incremento significativo de 30% respecto a este año. Con este tipo de Capex plan, Falabella está recuperando el nivel histórico de inversión en años previos”, destacó.

Harrison precisó que de esa inversión se destinarán más de US\$450 millones en abrir, expandir y transformar las tiendas de Falabella y los *malls* de Plaza. “Con este monto de inversión estamos apuntando a impulsar un crecimiento orgánico en todas nuestras unidades de negocios”, expresó.

Según un comunicado posterior de Falabella, la expansión y transformación de tiendas y centros comerciales considera una inversión de US\$359 millones.

El ejecutivo explicó que esperan abrir 15 nuevas tiendas en 2025, focalizándose sobre todo en Sodimac en México y supermercados en Perú, la mayoría de estas bajo la marca Precio Uno que es el formato que mantienen en dicho país. Se considera un monto de US\$99 millones para abrir tres

tiendas nuevas Falabella, cinco Sodimac y siete Tottus en Chile, Perú y México.

Otros US\$166 millones se destinarán a fortalecimiento de las capacidades tecnológicas del grupo Falabella, precisó Harrison.

En el caso de los *retailers*, el objetivo en Sodimac es seguir expandiéndose en México y recuperar rentabilidad en Chile, en el contexto en que el sector de la construcción ha estado desafiado; Falabella Retail acelerará el crecimiento 3P (*third party o sellers*) del *e-commerce* y consolidarse como un especialista en las mejores marcas en moda y calzado, belleza, electro y decoración; y Tottus seguirá expandiendo su presencia física en Perú y mejorando su propuesta de valor en Chile”, aseguró Falabella.

Desde la compañía señalaron que respecto al Banco Falabella, hoy uno de los negocios más débiles del grupo, buscan elevar las colocaciones en Chile, mejorar la rentabilidad en Perú y Colombia, y además profundizar en el negocio financiero en México. Mientras que en el negocio inmobiliario, Mallplaza buscará consolidar su presencia en Perú luego de haber finalizado el traspaso de centros comerciales desde la matriz Falabella a la filial. Plaza se enfocará en la expansión y transformación de los centros comerciales en la región.

“En lo que respecta a la rentabilidad, creemos que con este Capex plan, combinado con una recuperación gradual de los niveles de consumo, estaremos muy bien posicionados para continuar con la expansión de nuestros márgenes por los próximos años, carró Harrison. ●

