

## Plan de inversión de la compañía para 2025:

# Falabella retorna con aperturas de tiendas y su foco gira hacia México y Perú

N. BIRCHMEIER

“Venimos de dos años muy volátiles, en los que el desempeño que tuvimos fue peor de lo que esperábamos”, dijo Alejandro González, CEO de Falabella, ante un salón repleto de analistas locales y extranjeros en el último *Investor Day*, para entregar detalles sobre los lineamientos estratégicos de la compañía en los próximos años. “Pero estamos de vuelta más fuertes”, enfatizó.

Las palabras del máximo ejecutivo del grupo minorista reflejaron el nuevo ambiente financiero que vive la empresa, tras reportar utilidades por \$260.885 millones en el acumulado al tercer trimestre, y una baja de 17% en la deuda financiera neta, hasta los US\$ 3.332 millones.

Bajo este panorama, la gerencia de Falabella anunció que retomará su ritmo normal de inversiones para el próximo año. Proyecta desembolsar US\$ 650 millones. La cifra es un 30% superior que el plan anterior (US\$ 508 millones), que se vio ajustado debido a las eficiencias que implementaba la compañía tras las rebajas crediticias efectuadas por Fitch y S&P, que la llevaron a perder el grado de inversión en 2023.

“Con este plan de Capex (gasto de capital), combinado con una recuperación gradual en los niveles de consumo, estaremos muy bien posicionados para continuar expandiendo nuestros márgenes para los próximos años”, dijo Juan Pablo Harrison, gerente de Administración y Finanzas de Falabella.

### Foco

Harrison detalló que más de US\$ 450 millones serán destinados a “aperturas, expandir y transformar nuestras tiendas”. Unos US\$ 359 millones tendrán como fin las remodelaciones de tiendas departamentales y otros formatos como Sodimac, Tottus y

Estrategia fortalecería sus negocios de supermercados y mejoramiento del hogar, según detalló la compañía ante analistas.



**Alejandro González**, CEO de Falabella, liderando el *Investor Day* de la compañía.

centros comerciales de Mallplaza. Mientras que para las nuevas inauguraciones, contemplan inversiones por US\$ 99 millones para 15 tiendas en 2025.

En su presentación, Harrison indicó que se enfocarán principalmente en los formatos de supermercados en Perú (la mayoría bajo la modalidad de descuento Precio Uno que opera en ese mercado) y de Sodimac en México. Sobre este último negocio, Alejandro Arze, gerente general

de Mejoramiento del Hogar, señaló que el foco de Sodimac estará en continuar su expansión en México, donde poseen 6 locales, a diferencia de su estrategia en Brasil, mercado en el que el objetivo principal es rentabilizar y no ejecutar nuevas inversiones.

Posteriormente, la compañía

señaló en un comunicado que las aperturas consideraran en total tres tiendas de Falabella Retail, cinco de Sodimac y siete de Tottus en Chile, Perú y México.

Pese a que Falabella no entregó mayores detalles sobre las inversiones en Chile, en el entorno de la empresa indicaron que una parte relevante del plan de inversión en aperturas y renovaciones estará en el mercado chileno. Lo anterior, principalmente, apuntando a las iniciativas existentes o *brownfield*.

Durante su intervención, Alejandro González aseguró a los analistas que en Falabella “hay muchas oportunidades de crecimiento dentro de lo que tenemos hoy (...) no es que el crecimiento de Falabella sea un nuevo negocio o una nueva región”.

**RECUPERACIÓN**  
 Falabella acumuló utilidades por \$260.885 millones al cierre de septiembre.