Falabella

Recomendación: Neutral Target price: $7.000
20/11/2026

Falabella

Falabella es una de las mayores compañías de retail de América Latina, con operaciones en Chile, Perú, Colombia, Brasil, Argentina, Uruguay y México. Integra en un mismo ecosistema tiendas por departamento, mejoramiento del hogar (Sodimac), supermercados (Tottus), centros comerciales (Mallplaza) y servicios financieros (Banco Falabella y CMR).

Resumen ejecutivo

Nuestra recomendación para FALABELLA es Neutral, con un precio objetivo de $7.000 por acción, que implica un retorno total de cerca de 5% sobre el precio actual de $6.810. El 3T26 mostró un crecimiento sólido, liderado por el banco, Mallplaza y las operaciones de Perú y Colombia, mientras Retail Multiespecialista en Chile sigue débil.

El entorno macroeconómico sigue siendo exigente en Chile. En Chile, el desempleo subió a 9,8% en julio-septiembre (8,5% un año antes), la inflación llegó a 4,1% en septiembre y el Banco Central mantuvo la tasa en 4,5%. El consumo sigue débil y la alta base de turistas extranjeros del año anterior afectó las ventas mismas tiendas de Retail Multiespecialista. En cambio, Perú y Colombia mantuvieron un buen ritmo, y en Colombia la apreciación del peso colombiano aumentó las cifras en pesos chilenos.

Los ingresos crecieron 9,6% y el EBITDA 12,4%. Los ingresos alcanzaron CLP 3,42 billones y el EBITDA CLP 465 mil millones, con un margen de 13,6% (+34 pb). La utilidad neta creció 18,3%, a CLP 190 mil millones. El GMV online aumentó 15,7% y las ventas de terceros (3P), 28,6%. Los negocios financieros y Mallplaza explicaron más de 80% del aumento del EBITDA, mientras Retail Multiespecialista redujo su EBITDA.

El endeudamiento bajó y el balance se fortaleció. La deuda financiera neta excluyendo el negocio bancario llegó a US$2.094 millones, equivalente a 1,61 veces EBITDA (desde 1,83 veces), con una caja de US$1.485 millones y clasificación BBB de Fitch. A septiembre, el EBITDA acumulado suma CLP 1,51 billones; proyectamos CLP 2,11 billones para 2026 y CLP 2,36 billones para 2027.

Indicador	Chile	Perú	Colombia
Crecimiento PIB a/a	(1,1)%	3,1%	2,2%
Desempleo	9,8%	4,4%	8,0%
Inflación 12 meses	3,9%	4,4%	6,2%
TPM	4,5%	4,25%	12,25%
Tipo de cambio	932	3,38	3.192
Var tipo de cambio Vs 3T25	(2,8)%	(4,3)%	(20,4)%
Var Moneda vs CLP	-	1,6%	22,1%

Recomendación:	Neutral
Precio Actual ($)	6.770
Target Price ($)	7.000
Rango últ. 52 -sem. ($)	5.300-6.825
Upside (%)	3%

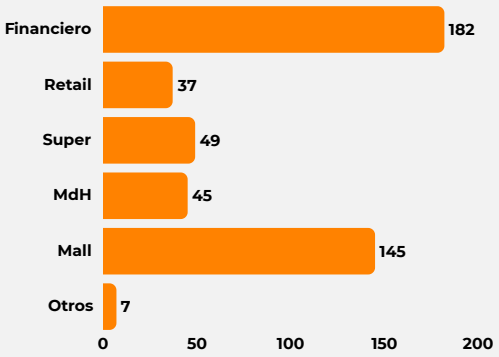
Información Actual

Número Acciones (MM)	2.509
Market Cap (MM US$)	17.567
Caja (MM US$)	1.485
D.F. Neta (MM US$)	2.094

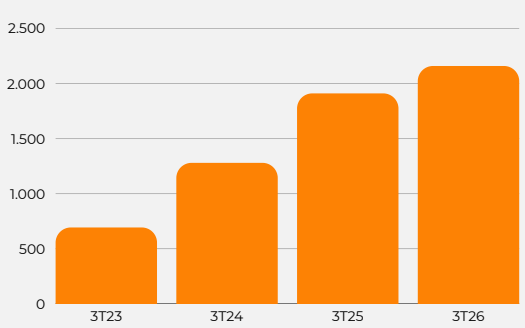
Información Financiera

	2026	2027
EBITDA $ (US MM)	2.172	2.425
Utilidad Neta $ (US MM)	1.034	1.058

Composición EBITDA 3T26 por negocio MMM



Evolución EBITDA



Contacto: estudios@mbitrading.cl

Desempeño por negocio

Los negocios financieros explican más de la mitad del crecimiento del EBITDA. Sus ingresos crecieron 18,4% y su EBITDA 20,1%, con un margen de 26,2%. Las colocaciones aumentaron 14,1% en Chile, 10,2% en Perú y 13,3% en Colombia (en moneda local), con una cartera vencida de 2,8%, 2,4% y 2,2%, respectivamente. El gasto en provisiones subió en Chile y Colombia, mientras en Perú bajó por un mejor perfil de riesgo de los clientes. En el trimestre se abrieron 901 mil cuentas y tarjetas de crédito (+13,8%).

Retail Multiespecialista creció en ventas, pero su margen bajó. Los ingresos aumentaron 9,3% y el GMV online 16,9%, con una penetración online de 43,4%. En Chile, las ventas mismas tiendas cayeron 3,0% por la alta base de turistas del año anterior (+0,7% excluyendo extranjeros); en Perú subieron 1,5% y en Colombia 2,4%. El margen bruto mejoró 88 pb, pero los gastos crecieron 14,6% y el EBITDA cayó 7,9%, con un margen de 3,8% (-71 pb).

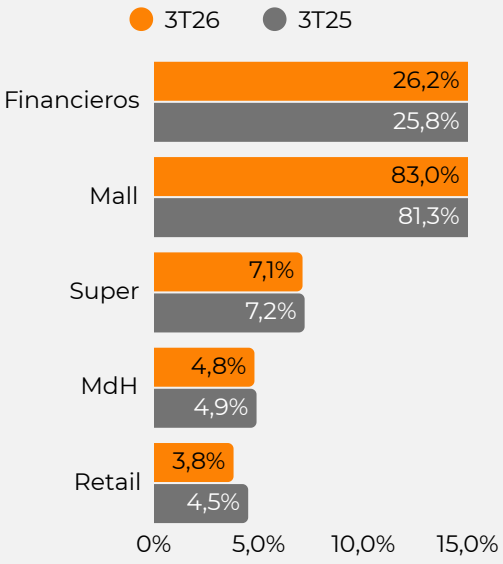
Mejoramiento del Hogar crece en Perú y se mantiene estable en Chile. Sodimac aumentó sus ingresos 4,5% (+14,3% incluyendo Colombia y México, que no consolidan). En Chile los ingresos crecieron 2,1% (ventas mismas tiendas +1,3%) y en Perú 9,2% (+5,7%). El margen bruto bajó 48 pb, pero los gastos crecieron solo 2,4% y el EBITDA subió 2,5%, con un margen de 4,8%. Las marcas propias alcanzaron 34,0% de las ventas.

Supermercados mantiene un buen ritmo en Chile y Perú. Los ingresos de Tottus crecieron 9,2%, con ventas mismas tiendas de +5,2% en Chile, +7,8% en Perú y +8,4% en el formato Precio Uno. El canal online creció 20,5%, con una penetración de 6,6%. El resultado operacional aumentó 20,5% y el EBITDA 7,7%, con un margen de 7,1% (-10 pb) por un menor margen bruto.

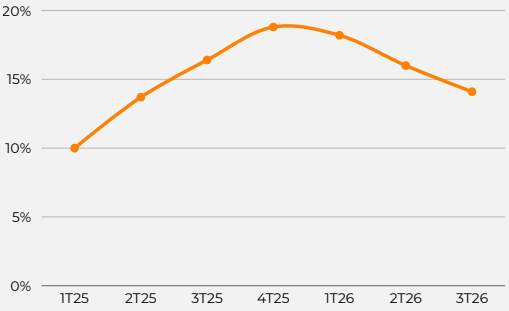
Mallplaza alcanzó un margen récord y amplió su portafolio. Los ingresos crecieron 6,5% y el EBITDA 8,7%, con un margen de 83,0% (+168 pb) y una ocupación de 95,9%. En el trimestre cerró la compra de ocho centros comerciales Gran Plaza en Colombia (180 mil m² de GLA, cap rate de 9,4%) y anunció acuerdos para crecer en Chile y Perú, que en conjunto suman más de 410 mil m² entre adquisiciones y proyectos nuevos.

Perú y Colombia sostienen el crecimiento del grupo. Por país, el EBITDA de Chile creció 4,7%, el de Perú 13,4% y el de Colombia 58,1%, con márgenes de 9,8%, 9,3% y 11,4%, respectivamente. En Colombia, los ingresos crecieron 34,6% en pesos chilenos, apoyados también en la apreciación del peso colombiano. En Chile, un consumo todavía desafiante y la alta base de comparación pesaron sobre Retail Multiespecialista.

Margen EBITDA por negocio (%)



Crecimiento colocaciones Banco Chile(a/a)

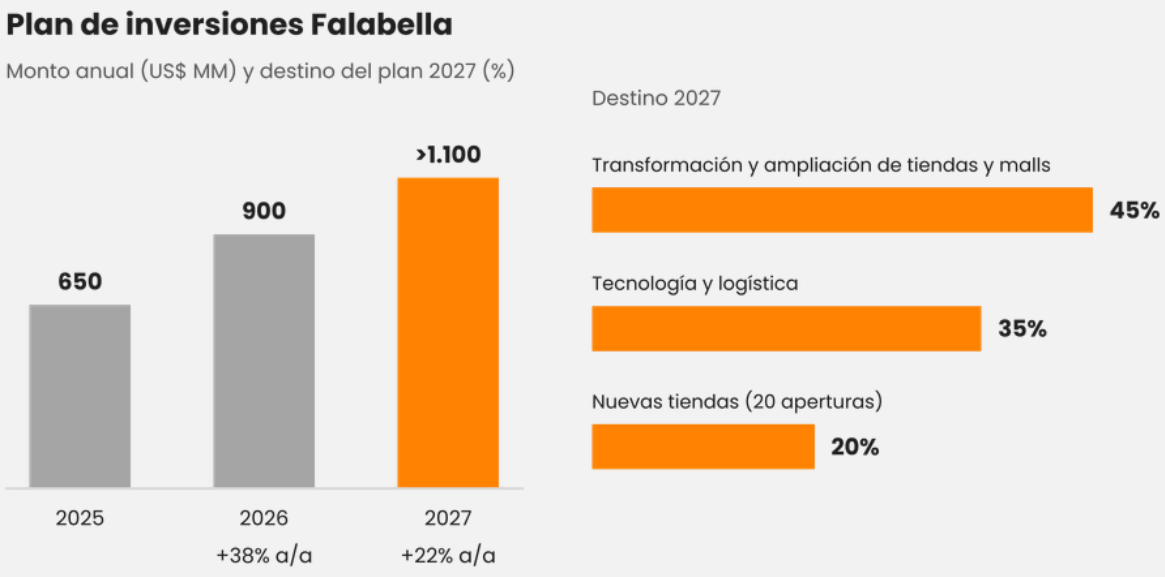


Crecimiento colocaciones Banco Chile(a/a)

SSS	CHL	PER	COL
Retail	-3%	1,5%	2,4%
MdH	1,3%	5,7%	-
Super	5,2%	7,8%	-

Contacto: estudios@mbitrading.cl

Plan de inversiones y estrategia 2027



Fuente: Falabella (Investor Day, 16-nov-26), prensa. 2027: más de US$1.100 MM. MBI.

El plan se ordena en tres prioridades. Escalar las plataformas digitales (e-commerce y servicios financieros digitales), ampliar y transformar los activos físicos para integrar mejor la experiencia del cliente, y crecer en los mercados con mayor potencial de largo plazo. Mallplaza mantendrá sus ampliaciones, incluidas mejoras en los centros adquiridos en Chile y Colombia.

Retail Media se consolida como una nueva fuente de ingresos. Con 39 millones de clientes y 390 millones de visitas anuales a sus centros comerciales, Falabella vende espacios publicitarios en sus canales a marcas y sellers. En el 3T26, los ingresos de Retail Media de Retail Multiespecialista crecieron 27% y el retorno de las campañas (ROAS) 40%, con 11% más sellers usando la plataforma Fmedia. En Mallplaza, parking y Retail Media crecieron 22% en los últimos doce meses. Es un negocio de alto margen que el plan 2027 busca impulsar.

La logística y la tecnología sostienen el crecimiento online. El GMV online creció 15,7% y las ventas de terceros (3P) 28,6%. La participación de entregas en 24 horas subió casi 10 pp en la región y, en las capitales, 73% de las entregas de productos propios se realiza en 24 horas. Más de 50% de los pedidos se retira vía Click & Collect, aprovechando la red de 524 tiendas y 46 centros comerciales.

Proyecciones

Proyectamos que el EBITDA crezca 12% en 2027. Estimamos un EBITDA de US$2.172 millones para 2026 y de US$2.425 millones para 2027, con un margen estable en torno a 14,5%. El crecimiento vendrá principalmente de los servicios financieros y de Mallplaza, mientras el retail se recupera de forma gradual.

Los servicios financieros serán el principal motor de crecimiento. Esperamos que Banco Falabella siga creciendo por sobre el resto del grupo. Lo apoyan una base de clientes en expansión, una relación cada vez más profunda con ellos y colocaciones que crecen con fuerza en Chile, Perú y Colombia, con un riesgo controlado. Mallplaza también aportará crecimiento a medida que incorpore los nuevos centros comerciales en Colombia, Chile y Perú.

En el retail esperamos una recuperación gradual. Tras un 2026 afectado por la debilidad de Retail Multiespecialista en Chile, proyectamos que el EBITDA del retail vuelva a crecer desde 2027. Los márgenes mejorarían poco a poco gracias a eficiencias en gastos, la maduración de las nuevas tiendas en Perú y Colombia y un mayor aporte del e-commerce y de Retail Media.

Riesgos y oportunidades

El principal riesgo es un deterioro del crédito o del consumo. Banco Falabella es el negocio que más crece y la tarjeta CMR es central en el ecosistema. Un aumento del desempleo o un consumo más débil en Chile, Perú o Colombia elevaría el gasto en provisiones y frenaría el crecimiento de las colocaciones. En el retail, la competencia de plataformas internacionales de comercio electrónico y mayores costos laborales podrían presionar el margen de Retail Multiespecialista.

Al alza, el ecosistema y Perú podrían sorprender. Si la integración entre retail, banco y Mallplaza acelera el crecimiento de clientes y del negocio online, si Perú mantiene el ritmo de crecimiento del año o si Mallplaza captura antes el valor de sus adquisiciones en Colombia, Chile y Perú, el EBITDA podría superar nuestras estimaciones.

Los próximos catalizadores son los resultados trimestrales. En el 4T26 seguiremos de cerca la temporada de fin de año en Retail Multiespecialista, el riesgo de la cartera del banco, la integración de los nuevos activos de Mallplaza y el avance del plan de inversiones 2027. Nuestro precio objetivo de $7.000 por acción implica un retorno total de cerca de 5%, por lo que nuestra recomendación es Neutral.

Al 20/11/2026 MBI mantiene una posicion corta por 77.560 acciones, sus Relacionados no poseen acciones de Falabella.

MBI Corredores de Bolsa
contacto@mbitrading.cl

Este material fue preparado por Horacio Herrera Lamilla y María Alicia Larrain de la Unidad de Estudios de MBI Corredores de Bolsa S.A., solamente para propósitos informativos y no constituye una oferta o solicitud para vender o comprar algún valor, acción u otro instrumento financiero. Aunque está basado en información pública percibida como confiable, no se garantiza que ella sea exacta o completa. Las opiniones, proyecciones, estimaciones, valorizaciones y precios objetivos contenidos en este material, son para la o las fecha(s) indicada(s), y pueden ser sujetos a cambio en cualquier momento sin previa notificación. Los comentarios, proyecciones y estimaciones presentados en este informe han sido elaborados con el apoyo de las mejores herramientas financieras disponibles; sin embargo, por su naturaleza, no es posible garantizar que ellas se cumplan. Las estrategias presentadas en este material no necesariamente son las más adecuadas para los objetivos específicos de inversión, situación financiera o necesidades individuales de cada lector, quien debe basarse en su propia evaluación, tomando en cuenta su perfil de riesgo, objetivos de inversión e ingresos disponibles, entre otras consideraciones. Tanto MBI Corredores de Bolsa S.A., como sus empleados y/o clientes, en cualquier momento podrían mantener posiciones cortas o largas en los valores, acciones u otros instrumentos financieros referidos en este material, situación que no necesariamente puede o debe coincidir con las recomendaciones propuestas en el mismo. La utilización de esta información es de exclusiva responsabilidad del usuario. Su contenido es de propiedad de MBI Corredores de Bolsa S.A., y no puede ser reproducido, redistribuido o copiado total o parcialmente sin mencionar su fuente.

Este informe fue elaborado con apoyo de herramientas de inteligencia artificial para el análisis y redacción de contenidos. Su contenido no constituye asesoría de inversión personalizada.