

Entre ellos, bajar deuda y vender activos

Los complejos desafíos que deberá enfrentar el próximo CEO de Falabella

Analistas dicen que podría estar en la mira la venta de locales físicos como Open Kennedy, por sobre deshacerse de Tottus.

Por F. O’Ryan y S. Sáez

Un giro dio ayer la compleja situación que está atravesando Falabella, luego de la renuncia de su gerente general, Gastón Bottazzini, en medio de una fuerte caída en los resultados de la operación de la empresa.

El nuevo CEO que llegue a la cabeza del gigante del retail nacional a contar del 1 de enero próximo deberá enfrentar varias tareas que mejoren los hoy débiles números financieros, como su creciente nivel de deuda, desinversiones importantes y reenfoque del norte de la compañía frente a la fuerte competencia de los grandes operadores online.

1: Desafiar a la competencia

“Los números caen, pero hay que contrastarlos con los de competidores, como Mercado Libre. Si ves la capitalización bursátil de Falabella en los últimos años, va para abajo, mientras que los competidores sólo suben. Falabella tendrá que resolver cómo competir con esta empresa que es nativa tecnológica”, dice el profesor de Ingeniería Industrial de la U. de Chile y director de empresas de retail Claudio Pizarro.

En cuatro años (previo al impacto que tuvieron en el retail el estallido social y luego la pandemia), la acción de Falabella ha caído un 60%, mientras que la de uno de sus competidores en el comercio electrónico, Mercado Libre, ha subido 140%.

Y si para la firma de origen argentino, las utilidades subieron un 79,8% (hasta US\$123 mil millones) en su último dato informado al segundo trimestre, las de Falabella S.A. cayeron un 50% en ese mismo periodo, hasta \$48.829 millones, o unos US\$57 millones de hoy.

“A Falabella le ha costado mucho ir mutando a un ecosistema que incluya lo digital, no porque sean malos (tienen muy buen management), pero porque es complejo, sobre todo para una empresa con una base física, dueña de inventarios, de

la distribución, etc. Sobre todo eso tuvieron que poner la tecnología; entonces, la competencia con un Mercado Libre que nació con base tecnológica, es dura”, agrega Pizarro.

2: Bajar la deuda

“El principal desafío para el próximo CEO es volver a indicadores financieros que muestran una mejor solvencia en la compañía. Esto incluye mantener la nota crediticia de Falabella”, dice el analista de BCI Corredor de Bolsa Flavio Nicovani.

Y es que el incremento de la deuda ha llamado la atención de las clasificadoras de riesgo. Por ejemplo, en julio Feller Rate cambió la perspectiva de su calificación (AA) a la solvencia de Falabella a “Negativa”.

“Los niveles de deuda del negocio no bancario han aumentado desde cerca de \$3,3 billones en 2018 a alrededor de \$5,6 billones a marzo de este año. Han ido aumentando bastante, porque la empresa ha tenido un plan de inversión fuerte, pero que no se ha visto reflejado en eficiencias que compensen ese nivel de deuda”, explica el director en Feller Rate, Felipe Pantoja.

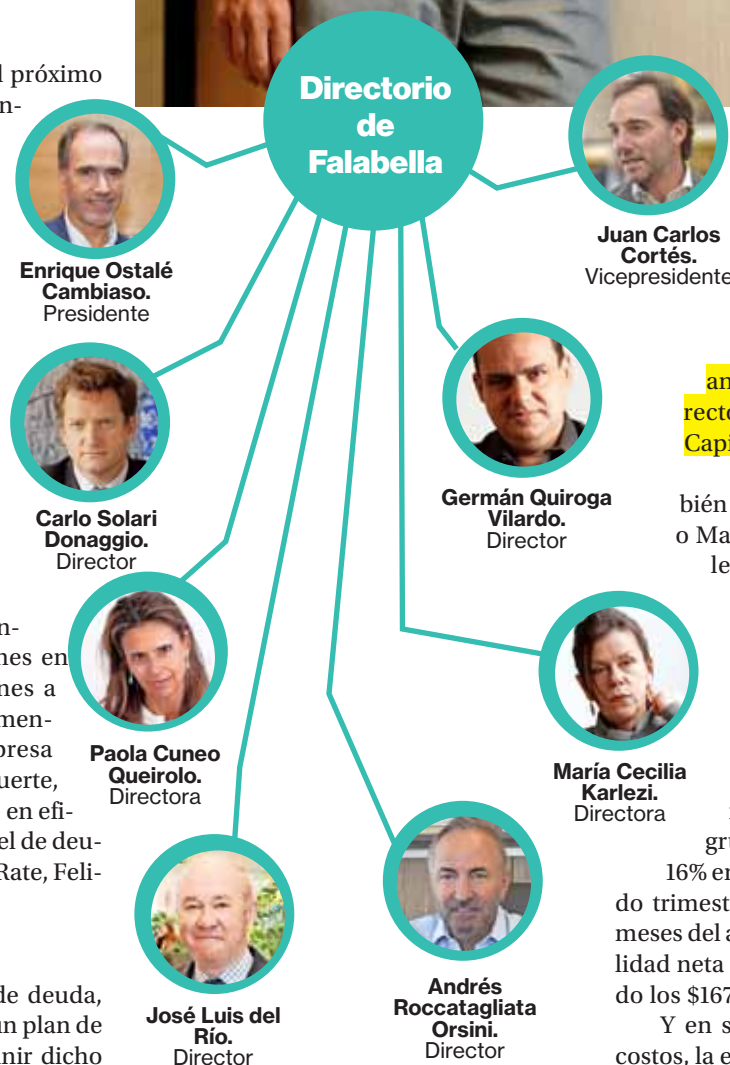
3: qué vender

Para enfrentar los niveles de deuda, Falabella ya ha dado a conocer un plan de desinversiones. Encauzar y definir dicho plan será otro desafío para el nuevo gerente general.

“Creemos que el ‘credit watch’ negativo (perspectiva negativa) que puso S&P la semana pasada sobre los bonos de la compañía implica que Falabella deberá presentar un plan de acción concreto en los próximos 90 días para bajar el apalancamiento y así no perder el grado de in-



Gastón Bottazzini, CEO de la compañía, se quedaría en el cargo hasta enero del próximo año.



factible es que a esto se sume la venta de Open Plaza, que incluye tiendas ‘stand alone’, strip centers, Open Kennedy, etc. Entendemos que Falabella privilegiara esta venta antes que Tottus”, detalla la directora de Research de Credicorp Capital, Carolina Ratto.

“La venta de activos será también un tema. Activos como Tottus o Mall Plaza podrían estar en la palestra, por las valorizaciones y por el flujo interesante que podría implicar un movimiento”, agrega el gerente de Estrategia de Sartor, Cristián Araya.

Mall Plaza tiene varias cosas interesantes en esa línea. El brazo inmobiliario del grupo informó un aumento del 16% en sus ingresos durante el segundo trimestre, cerrando los primeros seis meses del año con cifras históricas. La utilidad neta aumentó un 102,7%, alcanzando los \$167.147 millones.

Y en su búsqueda de reducción de costos, la empresa ha llevado a cabo también un fuerte plan de reducción de personal. Así, en cuanto a dotación, el grupo reportó en el primer semestre del año 82.674 trabajadores en todos los países donde opera y en Chile, 42.966. En tanto, a julio del año pasado, registraba 91.744 colaboradores totales y 46.870 en Chile. Es decir en un año, despidió en nuestro país a 3.904 trabajadores.

versión en sus bonos. Por lo tanto, anuncios respecto a la venta de activos es inminente y mas que necesario. En esta línea, la compañía anunció un plan de venta de activos de unos US\$ 400 millones que incluye las oficinas de Sodimac en Renca, centros de distribución y otros activos inmobiliarios. Creemos que la opción mas