DFMAS
DIARIO FINANCIERO + CAPITAL

Fecha: 24/08/2025 Audiencia: 48.450 Sección: ACTUALIDAD
Vpe: $2.281.766 Tirada: 16.150 Frecuencia: DIARIO
Vpe pág: $7.443.240 Difusión: 16.150
Vpe portada: $7.443.240 Ocupación: 30,66%

THE FRESH MARKET REESTRUCTURA DEUDAS POR US$ 600 MILLONES

En 2022 el grupo Cencosud concretó un anhelo de años: llegar a Estados Unidos, con la compra del 67% de la cadena supermercadista The Fresh Market (TFM). Al momento de la adquisición, ésta tenía un crédito por casi US$ 600 millones, que debía comenzar a amortizarse ahora en julio de este año.

Sin embargo, ahora en manos de Cencosud, TFM consiguió un refinanciamiento de este crédito, logrando un vencimiento bullet al 2030, es decir, con un único pago al cabo del vencimiento en cinco años, con condiciones financieras más favorables. De no haberse realizado esta reestructuración, el crédito original habría comenzado a amortizarse en julio de 2025, con vencimiento final en 2027.

Fue el 30 de mayo de 2025 cuando TFM celebró este contrato de reestructuración del préstamo bancario con un grupo de ocho bancos sindicados representados por JPMorgan Chase Bank N.A.

En virtud de ese contrato, las partes acordaron un incremento en el monto nominal de la deuda por US$ 3 millones, quedando el crédito por un monto total de US$ 600 millones, informó Cencosud en sus recientes estados financieros.

Según fuentes cercanas a la transacción, esta reestructuración le significará a Cencosud una mayor holgura financiera, al postergar las amortizaciones hasta 2030, liberando capacidad financiera durante el período 2025-2027 y permitiéndole enfocarse en inversiones estratégicas.

También reducir el costo financiero, ya que el nuevo crédito se obtuvo en mejores condiciones, lo que implica una menor carga financiera para TFM. Y también le significó el fortalecimiento de relaciones bancarias, al conseguir que el refinanciamiento haya sido respaldado por ocho instituciones financieras de primer nivel, "lo que refleja la confianza del mercado en los planes de expansión de Cencosud en Estados Unidos", dijeron fuentes cercanas al retailer.

TFM cuenta actualmente con 172 tiendas, concentradas principalmente en Florida, Carolina del Norte y Carolina del Sur, y ha comenzado el crecimiento orgánico en otras ciudades, como Connecticut y Chicago, ciudad esta última en la que está implementando un nuevo formato de tienda que incluye "experiencias gastronómicas", alineada con un posicionamiento más premium.

Con ventas a junio por aproximadamente US$ 2.200 millones y un crecimiento de ventas del 9% en el segundo trimestre de este año -el mayor desde la adquisición por parte de Cencosud-, TFM representa aproximadamente el 13% de los ingresos consolidados del grupo chileno.