

Suele ser el período más débil estacionalmente: Los desafíos que enfrentan los *retailers* del IPSA en el tercer trimestre

Las bases comparativas en resultados se volverán más exigentes. Así, una mayor apuesta bursátil por el sector se desataría solo por sorpresas adicionales.

PABLO GUTIÉRREZ

Septiembre es bienvenido por muchos, pero no necesariamente por los *retailers*. Además de no poder abrir sus tiendas físicas el 18 y 19 de septiembre, en otros años han debido cerrar también cuando hay interferidos. Este año se han sumado propuestas legislativas para sumar otro día, aunque el Ejecutivo se ha opuesto.

Esto es parte de un tercer trimestre conocido por ser el más débil estacionalmente para el sector. En septiembre de 2024, los *retailers* del IPSA llegaron a caer en promedio un -6% en bolsa (hasta mediados de mes), aunque cerraron el período casi planos.

Y este año hay más en juego, dado que sus acciones anotan los mayores avances del selectivo en 2025 (+42% promedio, al cierre del martes), siendo susceptibles de una toma de utilidades. "El sector *retail* ha sido muy favorecido por el mercado y ya recoge en buena medida las expectativas positivas", cree Jorge Tolosa, operador de renta variable en Vector Capital.

En el tercer trimestre "esperamos crecimientos más moderados en los segmentos discrecionales ante una base de comparación normalizada", advierte Inversiones Security. Esto, "junto a que la actividad del sector se moderaría durante los próximos meses, de la mano del escenario macroeconómico local".

Proyecciones

El sector transita por un período más desafiante. Tras el salto de 46% anual en su Ebitda en el segundo trimestre (hasta \$472.748 millones), para Falabella se espe-



RICHARD SALGADO

Para el Ebitda de Cencosud (que subió solo 1% en el segundo trimestre), en el tercer cuarto se espera un incremento de 10% (a \$375.079 millones).

ra un avance de 18% en el tercer cuarto (a \$390.479 millones) y en el cuarto trimestre crecería 15% (a \$576.954 millones), según el consenso de Bloomberg.

Para el Ebitda de Cencosud (que subió solo 1% en el segundo trimestre), en el tercer cuarto se espera un incremento de 10% (a \$375.079 millones) y en el cuarto, de 15% (a \$502.785 millones).

Acá, el principal desafío es en términos de rentabilidad medida por el margen Ebitda, una segunda métrica que analiza el porcentaje de las ventas que se convierten en ganancias operacionales. En el tercer trimestre, este registro se ubicaría en 9,14% para Cencosud y en el cuarto avanzaría a 10,71%, según los citados pronósticos. Así, obtendría un margen Ebitda de 10,01% para todo el año 2025, por debajo del guidance de la firma (de 10,5%).

Una situación similar atra-

viesa la supermercadista SMU. LarrainVial bajó el precio objetivo de la acción desde \$215 hasta \$185 ante una menor proyección en resultados. Esto, "tras un rendimiento operativo inferior al esperado" que los llevó a impulsar "recortes del 6% y el 7% en nuestras estimaciones de Ebitda para 2025 y 2026, respectivamente", dijo la intermediaria.

"En términos generales, las acciones del *retail* han tenido un muy buen desempeño este año", recuerda Tolosa, de Vector. "Sin embargo, en mi opinión, la visión positiva sobre el sector ya está en gran medida reflejada en los precios".

No todos están preocupados por el corto plazo y prefieren mirar las perspectivas políticas. Credicorp, por ejemplo, adelanta "un desempeño particularmente favorable en un contexto de visión promercado para Chile de cara a las elecciones presidenciales" para distintas acciones del *retail*.

EL MERCURIO
Inversiones
www.elmercurio.com/inversiones