

Directorios “modernos” y “profesionalizados”: especialistas respaldan la reestructuración del Grupo Falabella

Expertos apuntan a que la empresa se está sumando a una tendencia global y valoraron el recambio generacional al interior del conglomerado.

POR LAURA GUZMÁN

El pasado martes, el Grupo Falabella dio a conocer una nueva reestructuración en el gobierno corporativo de cuatro de sus principales filiales: Falabella Retail, Hipermercados Tottus, Sodimac y Falabella Inversiones Financieras.

Los cambios implicaron la reducción de sus directorios, que pasaron de nueve a siete integrantes, además de la incorporación transversal del presidente del holding, Fernando de Peña, y del gerente general corporativo, Alejandro González. A eso se sumó el ingreso de ejecutivos internacionales con experiencia en gigantes globales como Amazon, Apple, Inditex, Banco Santander y Walmart.

La decisión también marcó la salida de históricos representantes ligados a las familias accionistas y profundizó el recambio generacional al interior del conglomerado.

Para distintos expertos, la jugada apunta en la dirección correcta. A su juicio, el holding está avanzando hacia un modelo de gobierno corporativo más moderno y profesionalizado, con directorios más técnicos, alineados estratégicamente y con una mayor capacidad para enfrentar estas industrias.

Hay que recordar que el grupo ya había iniciado un proceso similar en 2023, cuando enfrentó una de las crisis más complejas de su historia reciente. En medio de ese escenario, la compañía comenzó a abrir espacio a directivos externos con trayectoria empresarial.

Fue en ese contexto que arribaron figuras como Alfredo Moreno y Enrique Ostalé, este último transformándose en el primer presidente ajeno a las familias fundadoras en más de 130 años de historia de la firma.



Nuevo modelo

A juicio del presidente de Chile Transparente y exsuperintendente de Valores y Seguros, Alejandro Ferrero, estos cambios van orientados a profesionalizar más el gobierno de las filiales, garantizar alineación con la estrategia y contar con directores que exhiben experiencia relevante de operaciones similares en el extranjero en empresas de clase mundial.

“Las familias controladoras reconocen así el valor y potencial de la empresa de excelencia y la profesionalización de los directorios”, recalcó el abogado.

Por su parte, el socio de Spencer Stuart, José Luis Barroilhet, señaló que los cambios impulsados por Falabella apuntan a consolidar una lógica de gobierno corporativo más moderna, algo que –a su juicio– podría traducirse en mejores capacidades de ejecución y un mayor impulso para el negocio en los próximos años.

En detalle, Barroilhet sostuvo que uno de los principales aciertos fue

reforzar los directorios de las filiales con perfiles de mayor experiencia técnica e internacional, incorporando personas que conocen en profundidad las industrias donde opera cada compañía.

El especialista también destacó el recambio generacional que comenzó a verse en algunas mesas del grupo, particularmente en Sodimac, donde salió el histórico presidente Juan Pablo Del Río y entró su hijo Diego. A su juicio, este tipo de transiciones permiten renovar miradas y combinar la experiencia histórica de las familias controladoras con nuevas visiones de negocio.

Otro de los elementos que valoró fue la decisión de incorporar de manera transversal a Fernando de Peña y a Alejandro González en las distintas filiales.

Según explicó, esto permite fortalecer la coordinación estratégica entre las compañías del grupo, avanzar hacia una mayor alineación corporativa y facilitar el trabajo del conglomerado.

“Este tipo de estructuras son

El holding implementó cambios en los directorios de Falabella Retail, Hipermercados Tottus, Sodimac y Falabella Inversiones Financieras.

cada vez más comunes en grandes conglomerados internacionales y suelen derivar en organizaciones más ágiles, cohesionadas y preparadas. Puede potenciar aún más al grupo”, recalcó.

Los desafíos

La directora del Centro Futuros Empresariales de la Universidad Adolfo Ibáñez, Magdalena Aninat, coincidió en que el camino que está tomando Falabella va en línea con una tendencia que ya han seguido

otras grandes empresas.

No obstante, la académica planteó que el proceso de profesionalización debe ir más allá de sumar especialistas sectoriales, para así integrar miradas complementarias que permitan entender los cambios que están impactando a las industrias.

Según explicó, negocios como el retail, el consumo, el mejoramiento del hogar o los servicios financieros hoy están profundamente atravesados por transformaciones demográficas, sociales, económicas e incluso geopolíticas.

Por lo mismo, sostuvo que los directorios también deben incorporar perfiles capaces de interpretar cómo evolucionan los consumidores y sus hábitos.

“El camino que se está tomando está bien. Pero yo pondría especial cuidado en que ese alineamiento no derive en una reducción de mirada del entorno, con solo gente muy especialista en el sector, cuando sabemos que estas industrias están atravesadas por múltiples dinámicas”, concluyó Aninat.