LITORALPRESS

Fecha: 15-03-2026
Medio: El Mercurio
Supl. : El Mercurio - Cuerpo B
Tipo: Noticia general
Título: EL ROL DE LOS MÜLLER-FURST en el nuevo directorio de Falabella y los US$ 500 millones que ya cosecha su apuesta

Pág. : 2
Cm2: 1.096,6

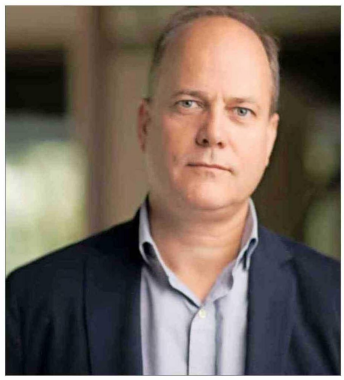
Tiraje: 126.654
Lectoría: 320.543
Favorabilidad: No Definida

Tienen casi 9% de propiedad del *retailer*:

EL ROL DE LOS MÜLLER-FURST en el nuevo directorio de Falabella y los US$ 500 millones que ya cosecha su apuesta

Los une una historia en Mallplaza con los principales accionistas del *retailer*. Ahora, tras compras que iniciaron discretamente en 2020, ambas familias serán parte de la nueva mesa que contribuyeron a sellar. El 5,5% que hoy controla Müller ya ha rentado un 87%; mientras el 3,4% de sus socios suma un avance de 34% con la importante alza del título en el último año. • **MARÍA JOSÉ TAPIA Y SOLEDAD VIAL**

Paul Furst lidera el grupo familiar, que controla un 3,4% del *retailer*.



Tomás Müller Benoit, socio de Altis y futuro director de Falabella.

Entraron de manera silenciosa en 2020. La familia Müller —accionistas de Mallplaza— comenzó ese año a sumar participación en Falabella. El *retailer* atravesaba su peor momento financiero; la acción había caído más de 60%, a menos de $1.700. En 2023, aceleraron la ofensiva, sumaron nuevos títulos por menos de $1.800. Y ya en 2024 —cuando el papel bordeaba los $3.300— compraron un 4,7% adicional de la propiedad. El mayor valor desembolsado por acción fue de $3.500, el año pasado. Hoy se transa a $6.000.

"Ha sido un muy buen negocio", señalan fuentes del mundo financiero. Ello, en línea con el positivo desempeño que empezó a mostrar la compañía.

Este partido, los Müller no lo juegan solos. Al igual que en Mallplaza, la familia Fürst —liderada por Paula Fürst— se sumó a la apuesta. Juntos reúnen hoy casi 9% de Falabella y conforman un nuevo grupo que, por primera vez en años, tendrá peso relevante en las decisiones del *retailer*, más allá de los Cuneo, Solari y Del Río que hasta julio pasado mantenían un pacto de control. El mismo Müller entrará al directorio, donde los buenos resultados financieros han apaciguado tensiones internas tras la salida de Carlo Solari de la presidencia en 2023.

Según un análisis de la corredora de Bolsa Vantrust Capital, en base a información de la CMF, la inversión de los Müller ya ha rentado un 87%. Si compraron el 5,5% (137.600 millones de acciones) a $448.679 millones (unos US$ 404 millones), con un valor promedio de $3.291 por acción, ahora con un precio de $6.000 ese mismo porcentaje vale $839.284 millones, una ganancia de $390.605 millones (US$ 352 millones).

Por su parte, la familia Fürst, —a través de Inversiones Avenida Borgoño— comenzó en diciembre de 2024 a configurar el 3,4% que hoy posee de Falabella. Partieron comprando a $3.500 por acción, y el resto lo consolidaron en 2025, cuando los títulos de la compañía saltaron de $4.000 a $6.000. En promedio —dice el reporte de Vantrust— adquirieron su porcentaje a un valor promedio de $4.545. De esta forma, si pagaron unos $386.523 millones por su participación, ahora vale $518.453 millones, una rentabilidad de 34,2%, equivalente a $131.930 millones (US$ 147 millones).

Con esta millonaria inversión y la participación alcanzada, hoy el mercado se pregunta el rol que jugarán en el nuevo directorio, que se elige este martes 17 de marzo.

De Peña: Fallido primer intento como gerente, y el consenso para presidente

La semana pasada, los principales accionistas de Falabella hicieron público un listado con los nombres que apoyarán para integrar la nueva mesa. Justo ocho nominaciones para ocho cargos, "un directorio de consenso", señalan al interior y fuentes conocedoras agregan: un listado fruto de la nueva geografía en la propiedad de la compañía.

De los nueve directores, continuarán cinco: Carlo Solari, Paola Cuneo, Cecilia Karlezi, Juan Carlos Cortés y Alfredo Moreno. Saldrán el actual presidente Enrique Ostalé, José Luis Del Río, Germán Quiroga y Andrés Roccatagliata, y en su reemplazo ingresan Fernando De Peña —próximo presidente de la compañía—, Juan Pablo Del Río, Tomás Müller y Carolina Schmidt, en representación de las AFP.

Hace tres años, Ostalé fue electo con el apoyo del grupo Bethia, Cuneo y Del Río, en un quiebre importante con las familias Solari, Cortés y Karlezi, quienes resintieron la partida del entonces presidente Carlo Solari Donaggio. Hoy, con las ventas de acciones y la caída en su participación sobre todo del grupo Bethia, no cuentan con los títulos suficientes para mantenerlo en el cargo.

"En los últimos meses ha habido una recomposición importante de las fuerzas que representan el control accionario: ya no está vigente el pacto de accionistas, algunos de los accionistas históricos han disminuido en forma relevante su participación y hay dos accionistas nuevos con peso para influir en la composición. Era entonces predecible que hubiesen cambios en el directorio", dice el director del Centro de Gobierno Corporativo y Sociedad del ESE Business School, Alfredo Enrione.

Gerente general de Mallplaza por 35 años, empresa donde participan desde hace décadas los Cuneo, Solari junto a Müller y Fürst, Fernando De Peña se impuso como un nombre compartido para la presidencia. Y no fue el primer intento de llevar al histórico gerente desde los centros comerciales a Falabella. No lo tentó reemplazar al saliente gerente general Gastón Bottazzini, cuando se lo ofrecieron en pleno proceso de búsqueda en 2024.

En esa ocasión, dicen conocedores de esas conversaciones, De Peña ya anticipó que contemplaba abandonar la primera línea de gestión en Mallplaza y enfocarse a los directorios. Planes que se hicieron públicos en agosto y que concretó en diciembre pasado, al dejar la empresa.

Las tratativas para que este martes asuma la presidencia de Falabella, habrían comenzado en esas fechas.

En el mercado financiero analizan que si bien De Peña proviene de un negocio distinto, el de renta inmobiliaria, ha liderado una gran gestión y expansión de Mallplaza y en estos años conoce muy bien a Falabella y a sus accionistas. No es un desconocido que vaya a cambiar los lineamientos estratégicos de la firma, afirman.

Otros guardan algunas aprensiones: "Puede ser una preocupación que cambie el tono de la presidencia, al pasar del perfil de un *outsider*, con mucho pensamiento crítico, con historia de rearmar y optimizar operaciones, a alguien que se percibe como más 'de la casa'; esto junto con un *background* que se centra mucho más en *malls* y no tanto en *retail* en general", señala Macarena Gutiérrez, analista sénior de Renta Variable de Credicorp.

Con todo, hay una idea que se repite en quienes siguen la empresa: el directorio puede cambiar, pero una señal de continuidad importante representa Alejandro González. El exgerente de Administración y Finanzas fue el único movimiento en el nivel corporativo realizado por la mesa de Ostalé, y asumió la gerencia general de Falabella en enero de 2024, primero de manera interina, siendo ratificado en abril. El mercado aplaude los resultados: tomó una compañía con utilidades mermadas que en 2023 sumaron US$ 70 millones, y cerró 2025 ganando US$ 1.485 millones, para ello vendió activos como Open Plaza, y generó un millonario plan de eficiencia. En octubre, Fitch Ratings les devolvió el grado de inversión perdido en 2023: había bajado el *ratio* deuda financiera/Ebitda de 8,2 veces a 1,9.

Los inversionistas miran a González como una continuidad "clave" para liderar la consolidación del repunte. Y ya habría sido ratificado.

Ahora, tras ordenar las finanzas, el principal desafío está en retomar el crecimiento. Un analista lo explica así: Una cosa es cuando tienes una compañía altamente endeudada, y debes eficientarla, reduciendo gastos, vendiendo activos, y otra cosa distinta es cuando ya pasaste esa etapa y debes volver a crecer con rentabilidad, subraya.

Otros contactados aseguran que el plan ya muestra luces de celeridad en inversiones que habían estado pausadas. El mismo González refrendó esa idea en la Memoria 2025: "Tras dos años de recuperación sostenida, iniciamos una nueva etapa orientada al crecimiento". "El éxito de 2025 es el punto de partida de una nueva etapa: una en la que recuperamos, con humildad y determinación, el hambre de crecer", subrayó.

La compañía anuncio un plan de inversión por US$ 900 millones. De los cuales, US$ 500 millones serán para remodelaciones; US$ 113 millones para la apertura de 17 nuevas tiendas, y US$ 265 millones para *e-commerce* y banca digital. "Uno de los desafíos más relevantes será la ejecución del plan. Tras dos años enfocados en el desapalancamiento, Falabella deberá demostrar que puede desplegar este capital de manera eficiente sin comprometer la solidez financiera que ha logrado reconstruir", subrayan en Vantrust Capital.

Falabella ya tiene claro sus focos: Mallplaza, Sodimac, y el banco. Y a nivel de *retail*, volver al Falabella antiguo. "No hay que ir a competirle a Mercado Libre, si no que el activo es la omnicanalidad, y ofrecerle al clientes una buena experiencia *online* y física", dicen internamente.

"Esperamos que la administración demuestre una disciplina financiera conservadora y que el apalancamiento se mantenga por debajo de 3x durante los próximos tres años", señala Standard and Poor's en su último informe.

¿Vuelve la calma? Un nuevo orden de fuerza,

En este escenario, otras dudas del mercado surgen en torno a cómo se ordenarán las fuerzas entre los principales accionistas al interior de la mesa.

La historia conjunta en Mall Plaza es conocida y hay varios cruces entre los tres hermanos Solari Donnaggio —Sandro, Pietro y Carlo—, y la empresa de servicios financieros Altis, que encabeza Tomás Müller Benoit. Su socio Alejandro Puentes es director de Mallplaza y Jorge Tagle, también socio en Altis, integra la mesa de Megeve, *family office* de los Solari Donaggio, son algunos ejemplos.

Sin embargo, fuentes cercanas descartan compromisos de acción conjunta en Falabella. "Nadie invierte US$ 400 millones para ser el tapado de alguien", dice una fuente vinculada, que destaca las gestiones de los nuevos socios por apaciguar la mesa y enfocarse en los desafíos de crecimiento.

"Cualquier accionista nuevo puede ser medianamente disruptivo, pero hay accionistas y accionistas. Es muy distinto tener un *hedge fund*, inversionistas financieros, que empresarios que han estado en el negocio. Estamos hablando de personas que no son ajenas al grupo, han convivido en Mallplaza", refrenda el director ejecutivo del Centro de Gobierno Corporativo UC, Matías Zegers.