

Fecha: 07-09-2023
 Medio: El Mercurio
 Supl.: El Mercurio - Cuerpo B
 Tipo: Noticia general
 Título: Los dos desafíos que se avecinan para Falabella tras la salida de Gaston Bottazzini

Pág.: 9
 Cm2: 613,5
 VPE: \$ 8.059.093

Tiraje: 126.654
 Lectoría: 320.543
 Favorabilidad:  Positiva

En medio de débiles cifras financieras y rebajas crediticias de la empresa:

Los dos desafíos que se avecinan para Falabella tras la salida de Gaston Bottazzini

N. BIRCHMEIER

Un nuevo y desafiante cambio impulsa el Grupo Falabella, en medio de un complejo escenario financiero que atraviesa por una fuerte caída en sus cifras operativas. El pasado martes, la firma comunicó la renuncia de su gerente general, Gaston Bottazzini, quien permanecerá en el cargo hasta el 1 de enero de 2024, mientras colaborará en la búsqueda de su reemplazante.

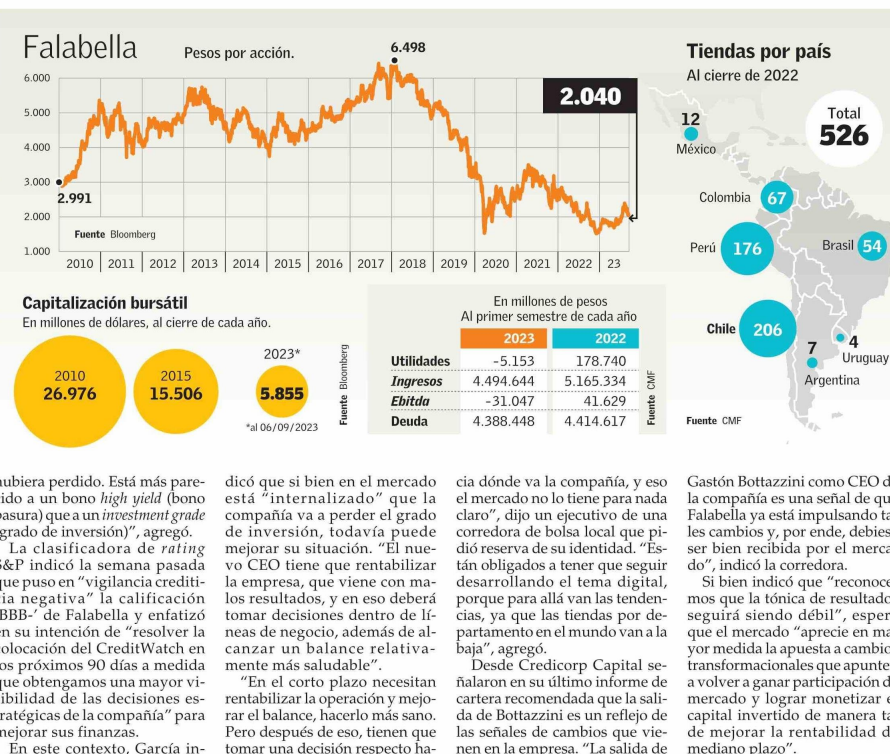
Bajo este panorama, especialistas y analistas del mercado se enfocan en los principales retos que deberá abordar la compañía mientras define a su nuevo CEO.

Operación

Los expertos que siguen los pasos del conglomerado señalan que uno de los primeros objetivos en el corto plazo apunta a recuperar la rentabilidad de sus negocios, dadas las pérdidas en 2023 y el desplome de su valoración de mercado en los últimos años (ver infografía), a medida que avanza en la transformación digital de sus operaciones a nivel de *retail* y realiza nuevas maniobras para evitar perder el grado de inversión, así como también define su estrategia para los próximos años.

"Lo que más le preocupa al mercado es la capacidad de la empresa para volver a generar utilidades y ser una compañía rentable. Por otra parte está el tema de la mantención de la clasificación crediticia, que se está viendo bien complicado en los bonos de Falabella", dijo Jorge García, gerente de Estrategia de Nevasa. "Actualmente, el bono está operando a niveles como si

Analistas y especialistas del mercado afirman que los principales retos radican en recuperar la rentabilidad de sus negocios y evitar perder el grado de inversión, así como definir la estrategia a futuro.



Mayor foco en el negocio

En medio de estos cambios, especialistas señalan que la compañía minorista debería definir su estrategia en sus negocios más rentables. Para ello, ejemplifican con el caso de su rival en bolsa Cencosud, que hace unos años también estuvo *ad portas* de perder el grado de inversión, pero logró salir de dicha situación y actualmente sus balances son resilientes a la caída del consumo.

"En los últimos años Falabella le ha metido mucho esfuerzo e inversión en el tema digital, pero ahora debería poner más foco en la ejecución y mejorar la experiencia de compra en sus tiendas, así como también dedicarse a su negocio financiero. No hay forma de colocar crédito si no tienes una buena tienda física o un buen canal digital, porque si la experiencia no es buena, los clientes no llegan", dijo Claudio Pizarro, investigador del Centro de Estudios del Retail de Ingeniería Industrial de la U. de Chile.

Para Claudio Guzmán, académico de la Facultad Economía UC, la firma deberá concluir "los ajustes que se empezaron a hacer en el corto plazo, pero sobre todo debe retomar la identidad minorista de la compañía". "Ha transitado por un camino un poco peligroso, y dentro de eso se entiende la llegada de Enrique Ostalé a la presidencia, dada su *expertise*, y probablemente el nuevo CEO va a tener que ver la forma de devolver a Falabella a su esencia", añadió.