LITORALPRESS

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

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.

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 hubiera perdido. Está más parecido a un bono *high yield* (bono basura) que a un *investment grade* (grado de inversión)", agregó.

La clasificadora de *rating* S&P indicó la semana pasada que puso en "vigilancia crediticia negativa" la calificación 'BBB-' de Falabella y enfatizó en su intención de "resolver la colocación del CreditWatch en los próximos 90 días a medida que obtengamos una mayor visibilidad de las decisiones estratégicas de la compañía" para mejorar sus finanzas.

En este contexto, García indicó que si bien en el mercado está "internalizado" que la compañía va a perder el grado de inversión, todavía puede mejorar su situación. "El nuevo CEO tiene que rentabilizar la empresa, que viene con malos resultados, y en eso deberá tomar decisiones dentro de líneas de negocio, además de alcanzar un balance relativamente más saludable".

"En el corto plazo necesitan rentabilizar la operación y mejorar el balance, hacerlo más sano. Pero después de eso, tienen que tomar una decisión respecto hacia dónde va la compañía, y eso el mercado no lo tiene para nada claro", dijo un ejecutivo de una corredora de bolsa local que pidió reserva de su identidad. "Están obligados a tener que seguir desarrollando el tema digital, porque para allá van las tendencias, ya que las tiendas por departamento en el mundo van a la baja", agregó.

Desde Credicorp Capital señalaron en su último informe de cartera recomendada que la salida de Bottazzini es un reflejo de las señales de cambios que vienen en la empresa. "La salida de Gastón Bottazzini como CEO de la compañía es una señal de que Falabella ya está impulsando tales cambios y, por ende, debiese ser bien recibida por el mercado", indicó la corredora.

Si bien indicó que "reconocemos que la tónica de resultados seguirá siendo débil", espera que el mercado "aprecie en mayor medida la apuesta a cambios transformacionales que apunten a volver a ganar participación de mercado y lograr monetizar el capital invertido de manera tal de mejorar la rentabilidad de mediano plazo".

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 harto 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.