

Grupo minorista reportó utilidades por US\$ 122 millones en el segundo trimestre: Rebaja de inventario y mejora en negocio bancario reflotan a Falabella

La firma asegura que el repunte en la rentabilidad de sus negocios permitió disminuir sus niveles de endeudamiento al cierre de junio.

N. BIRCHMEIER

El Grupo Falabella comienza a reflejar brotes verdes en su camino a la recuperación financiera. Ayer, la firma informó sobre sus resultados corporativos del segundo trimestre, período en que reportó un incremento anual de 8% en sus ingresos entre abril y junio, tras alcanzar ventas por \$2.902.921 millones (US\$ 3.074 millones).

El acumulado a junio llega a US\$ 6.106 millones.

La compañía apuntó a que su rendimiento fue apalancado por una recuperación del consumo y optimización de inventarios en el negocio de *retail*, y menores gastos. Además, observó una mejora en los niveles de riesgo en la cartera de Banco Falabella, que les permitió recuperar la rentabilidad de sus negocios.

El conjunto allanó un crecimiento en su desempeño operacional. Reportó un Ebitda de \$324.856 millones (US\$ 344 millones), 131% más que en igual período de 2023.

Con ello, el grupo minorista obtuvo utilidades por \$114.879 millones (US\$ 122 millones) en el segundo trimestre de 2024, lo que implica un salto de 135% en relación con el mismo lapso del año anterior.

Los focos

“Seguimos poniendo el foco en ofrecer marcas, productos y servicios financieros atractivos



La compañía acumula ventas por US\$ 6.106 millones entre enero y junio, impulsado por una mejora en el negocio minorista y en Banco Falabella.

y con un excelente nivel de atención, lo que se refleja en mejores niveles de márgenes”, señaló Alejandro González, CEO de Falabella.

Tras la entrega de resultados, el ejecutivo enfatizó que mantendrán como prioridad su estrategia omnicanal para “mejorar la experiencia al cliente” a través de mayores eficiencias al combinar la tienda física y el mundo digital, así como también la recuperación de la rentabilidad.

Líneas de negocio

En su análisis razonado, la compañía reportó una mejora

en márgenes durante el segundo trimestre de este año, apoyado en una “reducción del 9% interanual en inventarios y mejores niveles de riesgo en el negocio bancario”.

La división de *retail* registró un repunte en su rendimiento, particularmente en Chile. En el país obtuvo un alza de 4,1% en sus ventas, explicado por incrementos en las categorías “electro y vestuario, además de un mayor flujo de turistas en nuestras tiendas”. La empresa detalló en el informe que el canal físico registró un aumento de 12% en sus ventas en tiendas equivalentes (*same store sales*, en inglés).

Además, la firma indicó que el repunte operacional se debe a una mayor contribución de Falabella Retail en Chile, impulsado por una mejora de margen bruto ante una “menor promocionalidad y mejor manejo de inventarios, traduciéndose en una recuperación de márgenes, en especial en la categoría vestuario”. Añadió que la división registró una disminución en sus gastos de 13,1%, “apalancados en mejoras operacionales del canal *online*”. Las ventas digitales alcanzaron \$643.791 millones (US\$ 682 millones) en el período.

Por otra parte, el grupo aseguró que en su negocio banca-

rio (Banco Falabella) ha reducido su NPL o cartera morosa.

“En Chile, estabilizamos el riesgo, con un NPL (cartera morosa) de 3,2% (versus 3,5% del primer trimestre de 2024), y en junio la cartera mostró crecimiento respecto al mes anterior, una tendencia que esperamos consolidar a partir del segundo semestre”, explicó.

El apalancamiento

La mejora en rentabilidad del segundo trimestre permitió a Falabella disminuir sus indicadores de apalancamiento. Al cierre de junio, la firma reportó una deuda financiera neta por

US\$ 184

millones en utilidades registró Falabella en el primer semestre de 2024, en medio de una mejora en los niveles de rentabilidad de sus negocios minorista y bancario.

\$3.340.995 millones (US\$ 3.538 millones).

Con ello, la compañía reportó un ratio de endeudamiento (medido entre deuda financiera neta en relación con el Ebitda) de 4,7 veces, lo que contrasta con el indicador de 8,6 veces que mantenía en junio de 2023.

El alto nivel de apalancamiento influyó en rebajas crediticias y la pérdida del grado de inversión. Esas acciones llevaron a la firma a diseñar un plan de venta de activos por hasta US\$ 1.000 millones para reducir sus pasivos.