



Ganancias de Falabella suben 135% el segundo trimestre e **indicador de deuda se reduce casi a la mitad**

Los ingresos de la firma aumentaron un 8% durante el período. La compañía destacó que, en Chile, las multitiendas Tottus y Sodimac volvieron a crecer en conjunto.

POR MARTÍN BAEZA

El grupo Falabella se mantiene en la senda del repunte. Al cierre de mercado de este martes, el *holding* ligado a las familias Solari y Del Río reportó utilidades en el segundo trimestre por US\$ 122 millones, 135% más que en el mismo periodo de 2023.

Del mismo modo, los ingresos de la firma crecieron un 8% entre

abril y junio, alcanzando US\$ 3.074 millones.

Además, la compañía continuó reduciendo su nivel de endeudamiento, el tema que más preocupó al mercado durante el año pasado. En el segundo trimestre de 2023, el indicador de deuda financiera sobre Ebitda (en el negocio no bancario) llegó a una razón de 8,6 veces, siendo que los propios ejecutivos de Falabella señalaban estar cómodos

en una razón cercana a las 3 veces. Un año después, esa proporción se ha reducido a 4,7 veces, algo que el gerente general del grupo, Alejandro González, atribuyó en el análisis razonado de la empresa a la mejora en la rentabilidad del negocio.

“Seguimos poniendo el foco en ofrecer marcas, productos y servicios financieros atractivos y con un excelente nivel de atención, lo que se refleja en mejores niveles de márgenes. Hemos reforzado nuestra estrategia omnicanal para que nuestros clientes vivan la mejor experiencia de compra combinando la tienda física y lo digital. Hacia adelante, mantenemos nuestras prioridades: foco en el cliente y mayor rentabilidad, en un entorno que continúa desafiante”, declaró el CEO en un comunicado.

En esa misiva, la firma destacó que el Ebitda fue de US\$ 344 millones, mostrando un alza interanual de 131%. Con ellos, el margen Ebitda se multiplicó 2,1 veces, alcanzando un 11,2%.

Por otra parte, en cuanto al plan de fortalecimiento financiero, el ejecutivo detalló que la transacción en Perú con su filial de centros comerciales, Mallplaza, está avanzando según lo previsto y reveló que “hemos anticipado pagos de deuda por más de US\$280 millones, incluyendo el último *tender offer* (oferta pública) por US\$ 100 millones del bono internacional 2027, ejecutado en julio.”

Desempeño por negocio

En lo puntual respecto de Chile, González resaltó que los ingresos de los tres retailers –las multitiendas Falabella, Tottus y Sodimac– tuvieron crecimientos en sus ventas, algo que no ocurría desde el primer trimestre de 2022.

Sobre las tiendas por departamento, la firma dijo que “durante el período, se destaca un positivo desempeño del Cyber Day y en los eventos del Día de la Madre y del Padre. Lo anterior, se explica principalmente por la recuperación en las distintas categorías, principalmente las de electro y vestuario, además de un mayor flujo de turistas en nuestras tiendas”.

En Sodimac, la situación es distinta. El análisis del grupo Falabella es que las categorías asociadas al sector de grandes proyectos de construcción siguen cayendo –principalmente por la crisis del sector inmobiliario–, mientras en la venta a los hogares se observa un mejor desempeño. Por ejemplo, la empresa aseguró que, en Chile, las ventas online de esta filial crecieron 16%, con influencia de los buenos resultados del Cyber Day.

En sus resultados –que reportó por separado–, a junio de 2024, Sodimac informó una caída de un 2,7% en sus ingresos y pérdidas por \$306,9 millones, un 98% menores que las que registró hace un año. “Con respecto al desempeño por canales, la mayor caída se produce en “venta empresa”, mientras

17%

CRECIERON LOS INGRESOS DE MALLPLAZA

US\$

122

MILLONES

GANÓ FALABELLA EN EL SEGUNDO TRIMESTRE

que las “ventas online” cayeron menos que las ventas en tienda, ayudadas por el Cyber de junio. En cuanto al margen, algunas categorías mejoraron gracias a una menor necesidad de liquidación de inventarios, aunque las categorías de construcción tuvieron un peor desempeño”, detalló Sodimac.

Por su parte, respecto de Banco Falabella, el *holding* afirmó que éste “continuó mostrando menores niveles de riesgo en la cartera, sosteniendo así su mejora en rentabilidad”. González aseveró que “nuestro objetivo de ser el principal banco digital en la región Andina avanza con fuerza, abriendo 660 mil tarjetas y cuentas transaccionales en el periodo”.

El empujón de Mallplaza

Mallplaza, la firma de centros comerciales en la cual el grupo Falabella posee el 55,42% de la propiedad, reportó sus resultados minutos antes que el grupo: en ellos, dio cuenta de un crecimiento de un 17% en sus ingresos, que ascendieron a los \$120.423 millones.

Lo anterior “está explicado por mayores ingresos por arriendo debido a mayores metros arrendados, reajuste de tarifas, mayores ventas e indexación de los contratos de arriendo a la inflación de cada país, sumado a mayores ingresos *parking*”, dijo la filial inmobiliaria.

La operadora de centros comerciales sostuvo que durante el trimestre tuvo “sólidos resultados operativos”, con crecimientos en el flujo de visitantes (7,2%) ventas de, socios comerciales (8,8%) y Ebitda (16,3%).

Cabe señalar que Falabella, en el marco de su plan de venta de activos para reducir deuda, está llevando a cabo una transacción con esta filial inmobiliaria, por la cual Mallplaza se quedará con todos los activos del grupo en Perú –haciéndose con los Open Plaza– bajo una sociedad única.

Para concretar esa operación, la cadena de centros comerciales realizó un aumento de capital de más de US\$ 320 millones.

Con dicha transacción, la matriz reducirá aún más su endeudamiento.