

EL DEAL

# Falabella se prepara para recuperar su grado de inversión

La mejora de sus resultados y la recuperación del Ebitda, hacen prever que las calificadoras pronto elevarán sus perspectivas. Para fines de 2025 podría haber novedades al respecto.

POR SANDRA BURGOS

El 20 de noviembre del año pasado, Falabella vivió uno de sus momentos más complejos. Ese día la clasificadora de riesgo Fitch Ratings le dio un duro golpe al rebajar su nota desde "BBB-" a "BB+", lo que, en la práctica, significó que el retailer perdió su grado de inversión.

La compañía en ese momento contaba con un nivel de apalancamiento neto elevado de 8,6 veces su Ebitda, con una deuda financiera consolidada de US\$ 5.474 millones, a lo que se sumaban resultados operacionales que no repuntaban.

Su rebaja, por cierto, no fue una sorpresa. El fantasma venía rondando a la compañía hace meses con las advertencias de Fitch y S&P. El mercado tenía sentenciado al retail, los spreads (diferencial de rendimiento) de sus bonos, que se transan principalmente en Estados Unidos, comenzaron a subir, por lo cual el anuncio de Fitch Ratings y luego de S&P sólo vinieron a confirmar los hechos.

En el mercado se leyó como una forma de presión para que la compañía diera el puntapié inicial a un plan de desinversión más robusto que le permitiera bajar su alta deuda financiera. Pero los anuncios no llegaron. Falabella tenía otros planes.

### El Plan B que resultó

A comienzos de noviembre del año pasado Credicorp Capital publicó un informe que graficaba claramente el sentimiento del mercado. Bajo el título Falabella; *The Clock is ticking* (Falabella: el reloj corre), planteaban su decepción ante la dirección de la compañía, por no presentar un plan sólido para evitar la posible pérdida de la clasificación de riesgo, enfatizando

en que les quedaba la sensación de haber una falta de urgencia en sus acciones.

Pese a todas las presiones, Falabella no se movió de su guión. El nuevo directorio había definido que la salida a la crisis pasaba por dar vuelta la situación, sin tener que desprenderse de activos esenciales, sino más bien concentrándose en generar recursos. "La apuesta siempre fue ir por los resultados", señala una fuente.

Las razones para aferrarse a ese "plan B", estaban en que la compañía no tenía un problema de caja ni de patrimonio y que, por tanto, lo que tenían que hacer era mejorar su Ebitda, pero no a costa de vender activos a cualquier precio.

Con esa idea fija, se pusieron a trabajar en un plan estratégico de negocio, el cual fue anunciado a principios de este año.

Y la fórmula dio resultados. Esta semana la compañía presentó los estados financieros del segundo trimestre, los cuales arrojaron utilidades por US\$ 122 millones, lo que representó un crecimiento de 135% respecto al segundo trimestre de 2023, mientras que en el semestre la utilidad fue US\$ 184 millones (vs. pérdida de US\$ 6 millones en 2023).

Pero lo más importante, logró multiplicar el Ebitda 2,3 veces versus igual periodo del año pasado (US\$ 344 millones), alcanzando un margen Ebitda de 11,2%, un nivel que no se registraba desde 2021.

El margen bruto aumentó 499 puntos base respecto a 2023, "gracias a una atractiva propuesta de valor, una reducción del 9% interanual en inventarios y mejores niveles de riesgo en el negocio bancario", señaló su CEO, Alejandro González, en la presentación de los resultados.

La deuda financiera de los negocios no bancarios alcanzó US\$ 4.579 millones a junio, un 2% mayor al periodo comparable, explicada principalmente por la depreciación del peso chileno. La deuda financiera neta alcanzó US\$ 3.538 millones a junio 2024, una disminución del 13% respecto a 2023. El ratio de endeudamiento neto de los negocios no bancarios disminuyó hasta 1,0 vez, lo que se comparara favorablemente con el 1,1 veces para el mismo periodo del año pasado, quedando el ratio de Deuda Financiera Neta/Ebitda en 4,7 veces, cifra que no incorpora la caja recibida por el aumento de capital de Plaza informado el 2 de Agosto de 2024, por cerca de US\$ 300 millones.

### Las 3 claves de los cambios

La recuperación del Ebitda en Falabella se puede explicar por un mix de factores. "Esta mejor performance es fruto de una aplicación consistente y efectiva de la estrategia por centrar los esfuerzos en la core, es decir, simplificar nuestras operaciones y desarrollar las oportunidades que presentan los cinco motores de crecimiento del grupo: Falabella Retail y Marketplace, Sodimac, Tottus, Mallplaza y Banco Falabella. Esto, siempre con el cliente al centro, buscando darle la mejor experiencia de compra física y digital, con opción de delivery o retiro, de manera que el cliente sea el arquitecto de su experiencia de compra [omnicanalidad]", explican desde la compañía.

Este "plan B", que se basó en mejorar el Ebitda, tiene como clave que la recuperación de la compañía pasa por un mejor desempeño operacional. De esta manera, ha logrado sostener la tendencia de los dos trimestres previos, lo que se refleja en que la

### LOS INDICADORES DE FALABELLA

<b>35 millones</b> Clientes ecosistema	<b>532</b> Tiendas (+6 a/a)	<b>47</b> Malls (+1 a/a)
<b>\$3.074 millones</b> ingresos (+8% a/a)	<b>\$ 6,4 billones</b> Cartera de Colocaciones (-4% a/a)	
<b>\$344 millones</b> EBITDA (11,2% margen)	<b>\$682 millones</b> GMV Online (+7% a/a)	
<b>\$122 millones</b> Utilidad (4,0% margen)	<b>4,7x</b> Deuda Financiera Neta/EBITDA	
<b>19,6 millones</b> Participantes Programa Lealtad		

### Retail Omnicanal

	Variación 2Q23 - 2Q24	2Q23	2Q24
Ingresos Mejoramiento del Hogar (*)	11%	1.195	1.328
Ingresos Falabella Retail	11%	794	884
Ingresos Tottus	10%	537	591
Ventas Socios Comerciales - Malls	7%	1.495	1.605
GMV Online Total	7%	636	682
GMV Online 3P	12%	151	169

(\*) Incluye las operaciones de Sodimac Colombia y México, que no consolidan en los Estados Financieros

### Clasificación crediticia

	S&P	FITCH	FELLER RATE
Outlook Local		A+ Negativo	AA- Negativo
Outlook Internacional	BB+ Negativo	BB+ Negativo	

### Contribución por país



