

FUE CONFIRMADO EN EL PUESTO DE CEO DEFINITIVO A PRINCIPIOS DE ABRIL:

# Alejandro González, la carta ganadora que Falabella se demoró en escoger

Entró en 2006 al grupo, en la Gerencia de Administración y Finanzas. Acaba de cerrar un trimestre con un alza importante en resultados y acordar una venta de activos que elevará la situación financiera de la compañía.

CÉSAR SOTTOVIA JARA

Alejandro González es un hombre enfocado en resultados, sin ripios, dicen fuentes cercanas que han trabajado con él en distintas empresas. También una carta segura para ocupar el cargo de CEO en Falabella, ya que la firma necesitaba mejorar su última línea. Pero cuentan que en el extenso proceso para escoger al reemplazante de Gastón Bottazzini (exgerente general, que hoy lidera el Corte Inglés desde España) algunos pensaban que la mirada del timonel debía estar más inspirada en la nueva Falabella, de largo plazo, con sus desafíos digitales y su interacción con el mundo físico.

La firma, a la que González ingresó en noviembre de 2006, ocupando el cargo de CFO por 17 años, se había visto superada durante el cierre de tiendas que implicó la pandemia por operadores como Mercado Libre. También, por la caída del consumo, que afectó a todo el comercio.

## Larga búsqueda

Algunos señalan que la tardanza en su designación (González permaneció como interino desde enero hasta inicios de abril) obedeció a que había una divergencia en el directorio: por un lado los Solari y por otro los Del Río. Añaden que en el proceso de búsqueda del reemplazante, que partió en septiembre de 2023 y que era liderado por Egon Zehnder, esta fue una de las

aprensiones que ahuyentaron a los posibles candidatos para el puesto. "Un CEO que viene llegando, al menos, espera tener alineado detrás al directorio y verse apoyado en las decisiones", explican conocedores.

Sin embargo, luego de los malos resultados y números rojos que siguieron a la bonanza del consumo por los retiros previsionales, el plan de control de costos e inventarios está dando buenos frutos. Los números se afianzaron en el segundo trimestre de este año, con utilidades por más de US\$ 122 millones (+135%) y un abultado Ebitda, que ha permitido a Falabella mejorar su razón de endeudamiento.

A lo anterior se suma el avance del plan de venta de activos, que con la enajenación de los Open Plaza Perú a la filial Mall Plaza y la eventual compra de Open Kennedy por parte de Parque Arauco, tendría avanzado más de la mitad del objetivo, con una recaudación superior a los US\$ 500 millones.

Así, el clima financiero pinta soleado para este ingeniero comercial de la Universidad de Chile que se graduó con la calificación más alta. Es MBA de la UCLA y también se desempeñó como CFO en Endesa (hoy Enel Generación), previo a Falabella.

## Recorrido en tiendas

Acompañado por su hija, tiene por pasatiempo recorrer tiendas el fin de semana para tomar el pulso de la venta *in situ* y empaparse de las preferencias y opinio-

nes de los clientes. "Ha podido observar en terreno cómo las personas mientras están en la tienda vitrinean o comparan precios a través de sus teléfonos, de ahí la importancia de fortalecer la estrategia omnicanal del grupo. También conversa con los equipos de las tiendas y él mismo se convierte en cliente haciendo compras. Esto hace que esté muy conectado con la propuesta de valor de las empresas del grupo", destacan en Falabella.

Aunque cercanos dicen que siempre les termina haciendo caso a los números, como ha quedado demostrado en el plan de optimización que ha implicado tanto clausuras como aperturas. Tienda que no flota, se cierra. Así pasó con la emblemática Ricardo Lyon, relatan fuentes cercanas al profesional, pero también abrieron otras, como ocurrirá en Espacio Urbano en Viña del Mar, con una gran superficie de 9.000 metros cuadrados en 2025.

A su vez, indican que González está bien encaminado en su tarea de recuperar el *investment grade* de la compañía, que perdió el año pasado, en medio de una razón de endeudamiento versus Ebitda que superó las 8 veces en su *peak*. Este cuociente ha ido desmejorando hasta las 4,7 veces, y en el mercado ven incluso la posibilidad que baje a 3.

Cercanos manifiestan que si bien González es el hombre adecuado para el cargo, podría pecar de un exceso de confianza en los números, inclinación que proviene de su formación financiera. Al interior de la empresa destacan que las rebajas de clasificación de 2023 lo pillaron, en cierto modo, desprevenido. Qui-



Alejandro González, CEO de Falabella.

RODRIGO VALES

donde formaron una banda con otros asistentes de su edad.

Le gusta viajar y también es un verdadero catador de whiskies, indican cercanos.

Tiene una personalidad fácil, se adecua a las personas y distintos ambientes. Relatan que con Bottazzini se llevaban muy bien, viajaron mucho juntos, y ahora está en adaptación con Enrique Ostalé, el nuevo presidente, que en el mercado también sonó en algún minuto como candidato a CEO. Lo anterior, considerando su vasta trayectoria en Walmart. "Con Ostalé juega de memoria, han hecho una excelente dupla", indica un cercano.

Quienes lo conocieron en su anterior trabajo como CFO de Endesa, también subrayan su prisma en resultados. "No se pierde", aseveran. "Es una persona muy clara de cara a los directores e inversionistas institucionales, sencillo y armador de equipos", agregan fuentes cercanas a Falabella. "Es un tipo sensato, rápido y que le gusta estar en terreno... lo veo tomando el desafío con harta pasión, y también con humildad", indica un conocedor de su gestión.

Otras fuentes precisan que lo formó su ex-CEO Juan Benavides y añaden que le cayó en gracia a Juan Cuneo, cuando este último era presidente de la compañía.

zás un poco confiado en que los cerca de US\$ 1.000 millones que la firma tenía en caja, producto de flujos, servirían como un escudo que aplacaría un eventual recorte. Sobrerreacción de las clasificadoras o no, este desenlace le pasó la cuenta a Bottazzini, a quien también se lo vincula con la explosión que desequilibró a Falabella en su negocio digital, en donde no dieron abasto con el crecimiento de los *sellers*. Primero con la compra de Lirio, a lo que se sumó la consolidación de los distintos formatos (Falabella, Sodimac, Tottus) en la web, desvirtuando la experiencia del cliente. Esto se ha ido corrigiendo, ya que los formatos en la web volvieron a independizarse.

A la vuelta de la esquina y ya con González a la cabeza, las mejores cifras le dan la razón en su punto de vista.

El ejecutivo tiene 53 años, es viudo (3 hijos), y amante de la música. Le gusta el karaoke y canta en una banda, donde en el pasado su mujer era bajista. Esto viene desde que eran alumnos de School of Rock de los Dominicanos, en