



N. BIRCHMEIER RIVERA

A diferencia de firmas como CMPC y Arauco, que han anunciado millonarias inversiones para sus operaciones en Brasil, los *retailers* chilenos Cencosud y Falabella han optado por reordenar sus negocios en este mercado. La decisión gira en torno a obtener eficiencias y generar una mayor rentabilidad.

El *holding* Cencosud comunicó el 7 de febrero la venta de activos que operaba con la cadena de supermercados Bretas, en el estado de Minas Gerais. El acuerdo incluyó la enajenación de toda la operación de la empresa en ese estado, la que fue comprada por el operador Supermercados BH Comércio de Alimentos S.A. por un monto de US\$ 123 millones.

Tras el anuncio, Rodrigo Larraín, CEO de Cencosud, señaló en un comunicado que la operación "nos permitirá enfocar nuestros esfuerzos y recursos en mercados de Brasil donde vemos mejores oportunidades de crecimiento y rentabilidad". Consultada la compañía por el nuevo enfoque de la estrategia en Brasil, no respondió a las preguntas.

Este movimiento implicaría que Cencosud realocice sus inversiones hacia otros mercados. La firma tiene previsto inaugurar 12 nuevas tiendas en Estados Unidos en 2025; mientras que en Argentina la firma selló a fines de enero la compra de Supermercados Makro y Basualdo por US\$ 122,5 millones.

Venta de activos y freno a nuevas inversiones son algunas de las medidas que han adoptado Brasil le ganó al *retail* chileno: Cencosud y Falabella reordenan operaciones en búsqueda de mayor rentabilidad

Analistas valoran la decisión de las compañías de privilegiar la recuperación de retornos y enfocarse en mercados con mayor potencial de crecimiento.

Cambio en la estrategia

Si bien la firma mantendrá la operación de Bretas en el estado de Goiás, donde opera con 26 locales, en el mercado ven que esta movida representa un importante cambio en la compañía.

El fundador de la empresa, Horst Paulmann, era reconocido en el mercado local por tener un estilo reactivo a vender, por lo que siempre buscaba la oportunidad para sumar nuevos negocios. Esto, pese a que en el mercado se cuestionaba la operación que mantenía Cencosud en Brasil tras pasar más de 10 años con malos resultados, que no justifican los US\$ 1.700 millones invertidos al adquirir las cadenas GBarbosa, Bretas, SuperFamilia y Prezunic.

Si bien Cencosud había logrado revertir, en parte, la situación financiera en Brasil, lo que la llevó a fines de 2020 a iniciar los

trámites para listarse en la bolsa brasileña —lo que se descartó en diciembre de 2024—, la firma no había dado señales de desprenderse de sus activos en el mercado brasileño.

De todos modos, la enajenación fue bien recibida en la plaza local. "La transacción se alinea con la estrategia de reformular las operaciones en Brasil, reconociendo las diferencias regionales que hay en el país, dejando de ver esta operación como un 'todo'", dice Guillermo Edwards, analista de LarrainVial Research. Destaca que la firma se enfocaría en potenciar su formato mayorista *Cash & Carry*, que representa un 35% de las ventas en Brasil al tercer trimestre de 2024.

Freno a las inversiones

El grupo Falabella también tiene previsto reordenar sus pla-



Cencosud anunció la venta de su operación de Bretas en Minas Gerais por un monto de US\$ 123 millones.

nes en Brasil, donde opera a través de Sodimac. Posee 54 tiendas en este país.

En el último Investor Day del *retailer*, Alejandro Arze, CEO de Sodimac, aseguró que se enfocarán en lograr la rentabilidad en el mercado brasileño, por lo que no tienen proyectado realizar nuevas inversiones. En contraste, planean expandirse en México.

Conocedores de esta situación

describen que existe mayor potencial de crecimiento en México que en Brasil en el corto plazo, luego de haber encontrado la fórmula para competir con grandes operadores en el país norteamericano, como Home Depot.

Eduardo Ramírez, analista de BICE Inversiones, señala que "considerando el desafiante contexto en Brasil, pensamos que es acertado que el foco de las

compañías esté puesto en rentabilizar sus operaciones y crecer en otros mercados con mejores oportunidades". De todas formas, advierte que si bien con estas medidas los resultados podrían mejorar, indica que "la incidencia es más baja en comparación a otros mercados".

Ignacia Flores, analista asociada en Research Renta Variable de Credicorp Capital, sostiene que la transacción que anunció Cencosud "sin dudas debiese ayudar a mejorar la rentabilidad en el país", debido al "simple hecho de eliminar tiendas con un menor margen de la base". En cuanto a Falabella, asegura que "nos parece adecuado que se enfoquen en recuperar la rentabilidad antes de comenzar a crecer nuevamente".

Flavio Nicovani, analista de Bci Corredor de Bolsa, asevera que en el mediano plazo "los planes de Cencosud y Falabella debiesen ir mostrando mejoras de manera gradual, rentabilizando así la operación en Brasil".