

El momento expectante de Forus, la compañía emblema de la familia Swett

Desde el mercado y los analistas indican que la trayectoria de la empresa minorista cuenta con las condiciones para seguir creciendo de manera sostenida, a pesar del ajuste en los márgenes sufridos en sus resultados al tercer trimestre.

POR JORGE ISLA

El repaso a la trayectoria empresarial de Alfonso Swett Opazo a propósito de su temprano fallecimiento a los 56 años tiene entre sus hitos principales el papel que jugó en el ascenso de Forus, la compañía emblemática del holding familiar Costanera. Primero, como director ejecutivo con funciones decisivas en la gestión hasta que entró de lleno en la esfera gremial en la presidencia de la CPC en 2018 durante dos años y luego, de vuelta a los negocios dividiendo su tiempo entre el directorio de la firma de retail y la atención a otras áreas del grupo como el negocio agroindustrial a través de Olisur, uno de los mayores productores de aceite de oliva.

Desde dentro y fuera de Forus, destacan el legado del empresario en la compañía fundada por su padre hace 44 años, que desde Chile se expandió a Perú, Colombia y Uruguay —mercados que representan más del 19% de la utilidad— completando un red de 403 tiendas y 3.431 empleados en el giro que incluye diseño, desarrollo, comercialización y distribución de calzado, vestuario y accesorios.

“Aunque él ya no esté —y eso obviamente se va sentir—, dejó una huella muy importante, un ADN expresado en aspectos como su rigor, profundidad de análisis y preocupación por el entorno de la compañía, que quedarán para siempre en su familia, directorio y plana ejecutiva”, indicó un directivo del grupo sobre la labor que Alfonso Swett Opazo desarrolló, pese a su enfermedad, hasta sus últimos días de vida.

Al mismo tiempo, añaden cercanos, esta impronta continuará en la gobernanza corporativa de Forus que la familia —controladora del 68% de la propiedad— diseñó hace seis años con designación de Macarena y Sebastián Swett Opazo como directora ejecutiva y gerente general, respectivamente, piezas

clave hasta hoy en la estructura encabezada por el patriarca Alfonso Swett Saavedra en la presidencia.

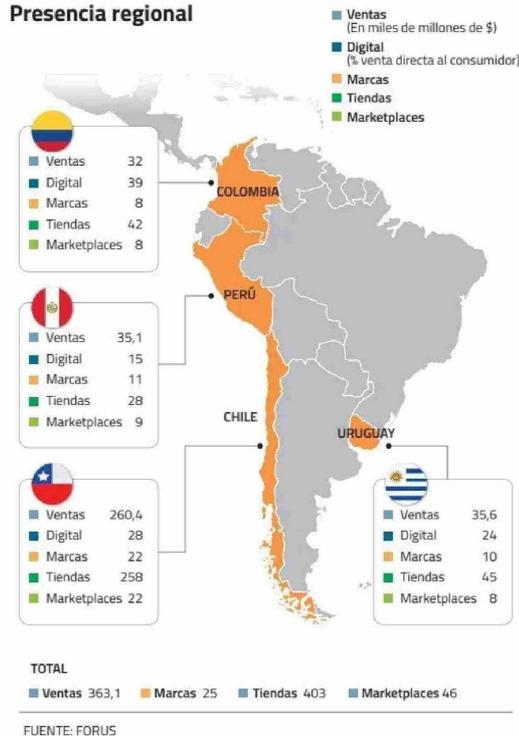
El escenario 2024

Representante de marcas internacionales y de propiedad intelectual propia en las categorías outdoor, action sports, sportwear y lifestyle, Forus suma a la fecha un total de 25 marcas, entre ellas Hush Puppies, Columbia, Under Armour y Rockford. La compañía tuvo un inicio de año expectante: entre abril y junio registró la mayor venta trimestral de su historia con \$ 110.509 millones que implicaron un alza de 26% (y un alza de 23% en las ganancias) cerrando con un alza semestral de 17% en los ingresos a \$ 193.916 millones.

A esas alturas del presente ejercicio, las acciones de Forus se cotizaban en niveles máximos desde marzo de 2018 y se posicionaba como el único minorista cuyo valor de mercado duplica el de su patrimonio neto, logrando récords en ventas y ebitda junto a una presencia creciente de sus marcas en nuevos mercados, a pesar del entorno de desaceleración económica que enfrentó la industria.

Entre los factores, los analistas destacan su cuidada estrategia de desarrollo de su red física con 15 aperturas netas en 12 meses a septiembre, que incluyó este año el cierre de cinco establecimientos de bajo desempeño (cuatro en Chile y uno en Uruguay) en paralelo la apertura de tres tiendas de marcas con alto potencial: Under Armour y VANS en el mercado local, y BSoul en Perú. Así, en el tercer trimestre, el segmento de venta directa al consumidor (DTC) incrementó en 27% sus ventas físicas (que subieron 10% en términos por m2), en tanto las operaciones por el canal digital crecieron 32% hasta representar el 24% de esos ingresos. Con ello, la compañía registró ventas por \$ 79.989 millones (con un alza de 9,9%), un récord para un tercer trimestre, y un monto histórico para

Presencia regional



los primeros nueve meses del año por \$273.905 millones.

Sin embargo, los últimos resultados de Forus en el tercer trimestre acusaron una desaceleración por la presión sobre los márgenes de factores como el tipo de cambio y un menor ritmo de crecimiento en las ventas, lo que se reflejó en los ingresos y, especialmente en un retroceso de las utilidades, moderando el desempeño a septiembre de 2024.

Es así que si bien en Chile las ventas en tiendas subieron 8% interanual en las ventas por metro cuadrado (y de 5,8% medidas como same store sales), un análisis de BTG Pactual puntualizó que “el margen bruto se contrajo 403 pb a/a debido a las presiones de costos impulsadas por el tipo de cambio”, mientras los gastos de venta, generales y

administrativos “aumentaron 45 puntos básicos interanual impulsados por mayores costos derivados de aumentos del salario mínimo, gastos variables, inversiones en TI y presiones inflacionarias sobre la nómina”. E indicó que estos factores “llevaron a una caída de 31,5% a/a en el EBITDA de Chile, que contribuyó con un 52,1% al EBITDA consolidado del trimestre, en comparación con el 73,4% del 2T24”.

Los desafíos

La atención del mercado está puesta en la capacidad de Forus para sortear un escenario más complejo.

Desde ICR —que en mayo pasado, ratificó en categoría AA/Estable la solvencia de Forus S.A. y en Primera Clase Nivel 1 sus títulos accionarios— indican que continúan manteniendo una “opinión positiva”

sobre la compañía, pese a “las presiones de costos que pueda estar experimentando”. La agencia señala que los resultados de la compañía “dan cuenta de su solidez operacional y amplia holgura financiera, incluso en el debilitado panorama que enfrenta el sector minorista, dando cuenta que la fortaleza de sus marcas comercializadas, clientes, diversificación de sus operaciones en cuatro países y las economías de escala, posibilitan una menor variabilidad de ingresos”.

ICR considera que “la solidez financiera de la compañía (alto stock de caja, baja deuda financiera y conservadora política de dividendos), sumada a su gestión en manejo de tiendas, foco en e-commerce y eficiencia en gastos, dan cuenta del amplio espacio que todavía tiene Forus para hacer frente a eventualidades de mercado sin debilitar su riesgo crediticio”. Por ello, espera que el posicionamiento respecto a gran parte de sus competidores “se mantenga en los próximos 12-18 meses (a lo menos) y justifica que la tendencia asignada a su clasificación permanezca en Estable”.

A pesar de los resultados operativos más débiles por la devaluación del peso, BTG observa “tendencias de recuperación del consumo en toda la región” con un segmento de venta directa al consumidor que “sigue teniendo un desempeño superior, mientras que el segmento mayorista se está recuperando lentamente desde el último trimestre”. Y destaca que “estratégicamente, la compañía sigue centrada en optimizar su cartera de tiendas y el crecimiento contenido de los gastos de venta, generales y administrativos, lo cual subraya el compromiso de la administración con la eficiencia”.

En el horizonte inmediato de Forus destaca la partida de su mayor proyecto de infraestructura: el nuevo centro de distribución en Pudahuel por US\$ 17 millones, cuya primera fase inició obras en septiembre para operar a contar de 2026.