

POR DENTRO

POR NICOLÁS DURANTE



Lo primero que se ve al entrar a cualquiera de las tiendas The Fresh Market en Estados Unidos son orquídeas o flores naturales. Y aunque a ratos parece más un mercado de comida preparada al tiempo típico de las capitales europeas, un poco más allá se ven las frutas, verduras y perecederos. Cencosud compró el control de la cadena en 2022 al fondo Apollo, pero casi no le ha hecho cambios a su ADN.

Y los resultados han dado buenos frutos: los ingresos consolidados de su negocio en EEUU aumentaron 14,5% en septiembre y ya representa el 12% de las ventas del grupo, superando a mercados como Colombia, Perú y Brasil.

Actualmente, hay 164 tiendas operativas en 22 estados del país, principalmente en Florida, Carolina del Norte, Virginia y Georgia y las aperturas siguen sumando. Sólo este año, sumarán ocho en cinco estados diferentes. La última que abrieron fue el miércoles de esta semana (a primera hora, a las 7:30 AM hora local) en Louisville, Kentucky, y dos semanas antes ya habían abierto otra en Naperville, Illinois, de 2.390 m2 totales. En las siguientes semanas se vienen dos aperturas más en Massachusetts, en las localidades de Mansfield y Framingham.

Las inauguraciones siempre son iguales: una mesa larga afuera de la tienda con trabajadores y una baguette gigante que cortan como si fuese una cinta de inauguración.

En algunos casos, las autoridades aplauden su arribo, como cuando abrieron en Naperville, y el alcalde -Mayor- Scott Wehrli les dio la bienvenida en LinkedIn. "¡Bienvenido a Naperville! Estamos encantados de tenerlos aquí".

En julio del año pasado también vieron al futbolista Lionel Messi en una tienda, quien se sacó fotos con un empleado y la compartieron en redes sociales de The Fresh Market.

El plan no cesa en Cencosud y para 2025 ya definieron que van a abrir nueve tiendas en

Ocho locales nuevos este año, y otros nueve el próximo. The Fresh Market ya representa el 12% de los ingresos del holding controlado por la familia Paulmann y supera a países como Colombia, Perú y Brasil. En Cencosud están contentos con la inversión y ya se preparan para decidirse por el 33% que no controlan.

siete estados. Según han dicho a inversionistas y en presentaciones, el plan en EEUU es "seguir poblando" los estados donde están, más que abrir nuevos. A octubre, sumaban poco más de 8.900 trabajadores.

Una de las cifras que más resalta la compañía en su entrega de resultados es que la categoría de marcas propias es prioritaria en EEUU. Como las tiendas principalmente venden platos preparados y productos Ready to Cook y Grab&Go, que son cocinados ahí mismo o en el día, la penetración de marcas propias llega a 29,3%, la más alta de Cencosud a nivel holding. Le sigue Perú con 18,4% y Chile con 15,9%.

Lo mismo con su canal de venta online, que llega a 7,6% a septiembre. Como referencia, Chile tiene 13,3% de penetración online en supermercados.

Hace un mes, The Fresh Market firmó un acuerdo con Shipt, la plataforma de entrega de comida a domicilio en el mismo día parte del conglomerado Target Corp, una de las cadenas de supermercados más grande de EEUU.

En la última entrega de resultados también hicieron referencias a las pérdidas asociadas a los impactos del Huracán Helene, la que en todo caso no fue imputada al negocio de supermercados, sino a las áreas centrales de

EEUU, reflejándose la pérdida a nivel país y no a nivel negocio. "Considerando los efectos del huracán y de la apertura de nuevas tiendas, el margen Ebitda consolidado de Estados Unidos habría sido de 9,3% en el tercer trimestre 2024, comparado con un 8,2% en tercer trimestre 2023", indicaron en sus resultados.

Sobre la elección de Donald Trump, en el mercado no esperan efectos relevantes en esta operación. Se estima que el consumo interno se mantendrá fuerte y el cliente de esta cadena tiene un mayor valor adquisitivo, además de ser leales a la marca.

Los ejecutivos

Otra de las áreas donde casi no ha habido cambios es en su plana ejecutiva. Jason Potter sigue como CEO de The Fresh Market. Canadiense, estudió administración en la Universidad de Athabasca, donde obtuvo además un MBA y más tarde completó el Programa de Administración Avanzada en la Universidad de Harvard. Desde los 25 años está vinculado a la industria de los supermercados, cuando entró a Sobeys, una de las principales marcas de Canadá. Allí estuvo 27 años y se fue como vicepresidente ejecutivo de operaciones.

A The Fresh Market llegó en marzo de 2020 y cuando Cencosud aterrizó en 2022, lo ratificó en el cargo. La relación con Chile es fluida y el CEO de Cencosud, Rodrigo Larrain, ha visitado en un par de oportunidades los cuarteles centrales en el 300 de Greene Street, en Greensboro, Carolina del Norte.

Y a pesar de que hubo varios antes en su rol, Dave Ciesco se mantiene como CFO. MBA de la Michigan State University, trabajó para American Eagle Outfitters, antes estuvo en General Motors y Levi Strauss & Co.

Brian Johnson es el encargado de las operaciones (COO) y en la principal plana ejecutiva hay un chileno: Giorgio Bianchetti, el gerente de merchandising (CMO) de la

cadena estadounidense. Bianchetti, ingeniero comercial de la Adolfo Ibáñez, reemplazó a Dan Portnoy y estuvo a cargo de la integración de Cencosud y los antiguos dueños en su compra en EEUU. Lleva más de 20 años trabajando con la firma chilena y antes de viajar a Carolina del Norte, fue gerente comercial de consumo masivo y non food en Chile.

El 33% restante

Uno de los temas que queda pendiente es qué pasará con el 33% de la propiedad que aún está en manos de Apollo.

Cuando Cencosud concretó la compra, en julio de 2022, pagó US\$ 682,5 millones, principalmente con recursos propios, y con créditos con el Bank of America, y el HSBC, por US\$ 150 millones, cada uno, ambos por un plazo de 12 meses.

Según lo acordado por las partes, en la compra del 67% de The Fresh Market Holding, Inc., Apollo Global Management, quien controlaba la sociedad desde 2016, debía conservar la participación minoritaria del 33%, pero esa condición está pronta a cambiar.

Existe una opción de venta que tiene Apollo (Put) que inicia al cabo del tercer aniversario de la fecha de cierre, y finaliza 18 meses después. Es decir, desde julio de 2025 Apollo podría ejercer su opción de retiro.

Mientras que Cencosud tiene una opción de compra de ese porcentaje (Call) y que inicia al día siguiente que expira el periodo de la opción de venta de Apollo, y culmina al sexto aniversario de la fecha de cierre (2028).

Por lo mismo, y aunque aún es prematuro, pero no demasiado, pensar en ese 33%, Cencosud ya hizo un cambio contable.

En sus últimos estados financieros, la opción por el 33% la cuantificó en unos US\$ 259 millones y además cambió su calificación desde un pasivo no corriente, a uno corriente, es decir, que se puede ejecutar en los siguientes 12 meses y convertir a Cencosud en el dueño del 100% de The Fresh Market. ✦

