

Modaes

Empresa

2016, el año en que las operaciones corporativas se apoderaron del negocio de la moda en Chile

De las ventas de acciones de Falabella, a la marcha atrás de Ripley en Colombia, los retailers chilenos movilizaron el negocio corporativo los últimos doce meses.

M. Bertero
23 dic 2016 - 00:00

2016, el año en que las operaciones corporativas se apoderaron del negocio de la moda

Falabella, Ripley y Cencosud. Los gigantes del retail en Chile han sacudido el negocio de la moda en últimos doce meses con distintas operaciones corporativas. Mientras algunos conquistaron nuevos mercados, otros no resistieron los tambaleos de las crisis latinoamericanas y cancelaron sus operaciones en el extranjero.

Ripley comenzó el año con mal pie. En febrero, el grupo de tiendas departamentales anunció su retirada del mercado colombiano. La divisa y la competencia local provocaron que el grupo de la familia Calderón cerrara sus tiendas a menos de tres años de su llegada al país. El último punto de venta de **Ripley** en Colombia cerró sus puertas en mayo. A partir de entonces, la compañía chilena centró sus esfuerzos en expandirse en su mercado local y en Perú.

Pero en julio **Ripley** volvió a mover el tablero de operaciones corporativas en Latinoamérica cuando se dio a conocer que la mexicana **Liverpool** lanzó una Oferta Pública de Adquisición (OPA) por el grupo chileno. La operación no ha sido aún concretada, ya que los socios minoritarios de **Ripley** no han dado el visto bueno para vender parte de su accionariado. En paralelo, el desplome del peso mexicano tras la victoria de Donald Trump ha encarecido la transacción hasta 6.335 millones de pesos mexicanos (303,3 millones de dólares).

Este año, Falabella tomó el control de su negocio en

Perú y anunció su desembarco en México

Otra de las grandes noticias para el mercado chileno este año fue la entrada de **Falabella** en México. El grupo de tiendas departamentales se encontraba, junto con **Liverpool**, detrás de la cadena de moda de **Walmart Suburbia**, que finalmente fue comprada por el grupo mexicano. Pero el grupo redobló su apuesta por el mercado azteca, un territorio desconocido para **Falabella** que concentra su negocio en el cono sur de Latinoamérica. En abril, la compañía chilena anunció que en 2017 comenzará a operar en México. El desembarco se dará con su tienda de mejoramiento para el hogar, **Sodimac**, de la mano del gigante local **Soriana**.

Al no quedarse con **Suburbia**, **Falabella** irá por más en el extranjero. Si bien desde la compañía chilena no han comentado al respecto, a finales de noviembre salió a la luz la noticia de que **Falabella** busca hacerse con el retailer brasileño Via Varejo. El grupo chileno competirá codo a codo con **Lojas Americanas** y **Steinhoff** para hacerse con el grupo de venta de electrodomésticos.

La compañía sigue pujando por convertirse en el máximo líder del retail en Latinoamérica al hacerse con el 100% de su negocio en Perú. El pasado octubre **Falabella** adquirió 155,6 millones de acciones por 173 millones de dólares que estaban en manos de accionistas minoritarios peruanos, pasando así a controlar la totalidad de la filial del grupo en el mercado inca. Tras la operación, la compañía reorganizó su cúpula en Perú al conocerse el retiro de **Juan Xavier Roca**, gerente general de **Falabella** en el país durante 34 años.

A tres años de su desembarco en Colombia, Ripley se retiró del país por la divisa y la competencia local

Las acciones de **Falabella** también se sacudieron en su mercado local. Varios de los accionistas del grupo vendieron parte de su participación en la empresa chilena. El pasado noviembre, la familia Del Río, parte de los controladores de **Falabella**, vendieron siete millones de dólares en acciones correspondientes al retailer chileno. Tras la venta, la familia Del Río redujo su participación en **Falabella** de 0,04% a 0,02%.

Modaes

El grupo inversor Corso también vendió acciones de Falabella por 110 millones de dólares. El grupo ligado a la familia Cortés Solari, se deshizo de 13.954.353 acciones que la empresa tenía en el retailer chileno, que representan el 0,57% del grupo de tiendas departamentales.

Por otro parte, la compañía colocó dos líneas de bonos por 120 millones de dólares el pasado noviembre y emitió bonos por 243 millones de dólares a mediados de diciembre. En el último trimestre de su ejercicio, correspondiente al periodo comprendido entre julio y septiembre, Falabella catapultó su beneficio un 122,4%, hasta 2,04 billones de pesos chilenos (3.053,6 millones de dólares).

Los gigantes Amazon y Bestseller abrieron este año oficinas en Santiago de Chile

Falabella también movilizó su negocio inmobiliario en los últimos doce meses. La compañía chilena, que puso en marcha el primer centro comercial sostenible de Perú, proyecta otro complejo en el país, en la ciudad de Huancayo. En su mercado local, el grupo también realizó una inversión millonaria en el ladrillo, esta vez para ampliar la superficie del centro comercial Megacenter Kennedy, ubicado en Santiago de Chile.

Por el lado del gigante **Cencosud**, el grupo liderado por **Horst Paulmann**, también movilizó tanto el negocio inmobiliario de centros comerciales como las operaciones corporativas en retail. A principios de año, la compañía chilena anunció que invertirá 2.500 millones de dólares hasta 2020 para reforzar su crecimiento orgánico y se financiará mayoritariamente con la generación de recursos propios.

A su vez, este año **Cencosud** volvió a tantear sacar a bolsa su negocio de centros comerciales. La compañía, que cotiza en la Bolsa de Santiago, intentó dar al salto al parqué en mayo y julio. La operación contemplará en su mayoría a los centros comerciales que el grupo tiene en Argentina. **Cencosud** ha reorganizado su red de complejos comerciales en Chile. El pasado marzo, **Parque Arauco compró un tercio de Mall Marina Arauco**, hasta ahora propiedad de **Cencosud**, situado en la localidad chilena de Viña del Mar. El importe de la operación rondó los 160 millones de dólares.

Parque Arauco, por su parte, centró parte de su expansión en el mercado colombiano este año. El grupo chileno de centros comerciales invierte 289 millones de dólares en Parque La Colina en Bogotá.

Los gigantes internacionales también miran a Chile

En 2016, disintos grupos del sector han reforzado su estrategia en el mercado andino.

Modaes

El grupo estadounidense **Amazon** abrió oficinas en Chile, la primera sede del grupo en Sudamérica, que dará apoyo al servicio de *cloud computing* del gigante del comercio electrónico.

Los grandes grupos de distribución de moda concentran su presencia principalmente en México o Brasil. Sin embargo, la española **Mango** tiene a Chile como su principal mercado en Latinoamérica por número de tiendas. El grupo cuenta con 45 puntos de venta, todos ellos bajo el formato de franquicia.

Otra española que juntó fuerzas en el mercado chileno este año fue **Mustang**. La compañía especializada en calzado puso en marcha su primera filial en el país el pasado octubre. Por el lado del gigante danés **Bestseller**, la compañía de distribución de moda abrió en Chile su segunda filial en Latinoamérica, desde donde dará apoyo a las oficinas centrales de Uruguay y gestionará su expansión en la región.