

ECONOMÍA

Falabella y Cencosud a la conquista de Sud América

El Ciudadano · 17 de noviembre de 2010



El proceso de internacionalización de grandes grupos económicos chilenos prosigue. Este fenómeno es muy marcado en el comercio al detalle, destacando los holdings Falabella y Cencosud. Este último adquirió una nueva cadena en Brasil, pasando a ser en dicho país el cuarto actor del sector después de tres consorcios transnacionales. El grupo Paulmann es una de las más poderosas cadenas de supermercado en América del Sur. Tanto Falabella como Cencosud constatan que en el país su posibilidad de ganar presencia de mercado se va reduciendo, por lo cual debe esperarse que sigan expandiéndose en la región. La empresa del grupo Solari tiene el desafío de poder penetrar con sus formatos de negocio a los mayores países latinoamericanos, Brasil y México. Desde luego que en la mayor presencia externa se han apoyado en las condiciones extraordinariamente favorables alcanzadas en Chile, muy fuerte con el alto nivel de apertura económica y en muchos períodos, como el actual, por la apreciación del peso.

Una de las grandes modificaciones que se produjo durante los últimos años en el Mapa de la Extrema Riqueza en el país es la acentuada expansión de grupos económicos cuyos inicios y base de crecimiento se encuentran en el comercio al detalle, muy favorecidos por la política macroeconómica seguida, aprovechando el alto nivel de apertura económica y, en la coyuntura actual, la aguda apreciación del peso chileno. Entre estos grupos se destacan **Paulmann**, con el holding **Cencosud**, y los intereses familiares unidos en **Falabella**. Ambos consorcios se expanden en el país e internacionalmente, pero constatando que las posibilidades de crecimiento en el mercado interno se limitan.

El proceso de internacionalización se lleva adelante fundamentalmente en América del Sur. A septiembre, considerando provisoriamente el acuerdo entre **Lan** y **TAM**, la **Cámara de Comercio de Santiago** (CCS) contabilizó operaciones en el año ascendentes a US\$4.587 millones. Un 38% del total se habían producido en Brasil y un 36% en Perú. En tercer lugar se ubicó Colombia con un 19%, país donde **La Polar** inauguró una tienda, que constituyó su primera incursión externa. Mientras que Argentina, el mayor destino histórico, explicaba apenas un 3%. La CCS contabiliza

desde 1990 a septiembre de 2010 inversiones en el exterior por la suma de US\$49.200 millones.

Principales destinos de las inversiones directas desde Chile enero-septiembre				
(Fuente: CCS. En porcentajes del total)				
País	%	País	%	
Brasil (*)	38	Colombia	19	
Perú	36	Argentina	3	
(*) Considera acuerdo Lan-TAM				

En octubre, Cencosud dio un gran paso en su proceso de internacionalización al adquirir en Brasil la cadena de supermercados **Bretas**, la más grande en el estado de Minas Gerais, duplicando su presencia en el mercado del mayor país sudamericano, efectuando una inversión total de US\$704 millones. Con esta operación pasó a tener presencia en seis estados. “Brasil –recalcó el gerente general corporativo de Cencosud, **Daniel Rodríguez**– es un país clave en el crecimiento de Cencosud” (16/10/10). Se trata -como señaló **Economist Intelligence Unit**– del “noveno mayor mercado minorista mundial”. Pero, añadió, “el país tiene un penetración de supermercados formales de sólo 40%, frente al 70% de Chile” (29/10/10). Por tanto, la posibilidad de crecimiento futura es muy grande.

La inserción de Cencosud en Brasil se inició el año 2007 al comprar en US\$380 millones la cadena **GBarbosa**, con tiendas en los estados de Sergipe, Bahía y Alagoas. Poco después, hizo otro tanto con **Mercantil Rodríguez**, ampliando su presencia en Bahía, invirtiendo US\$21 millones. En marzo de 2010 tomó el control de la cadena **Súper Familia**, en Ceará, destinando US\$33 millones. Durante abril ingresó al segmento de supermercados premium al adquirir **Perini** también en Bahía, en US\$28 millones. En octubre, al absorber Bretas (Minas Gerais y Goiás) se consolidó como el cuarto mayor actor del negocio supermercadista brasileño, muy lejos eso sí de los tres grandes, todos ellos controlados por transnacionales: **Pão de Açúcar**, propiedad de un grupo galo; la

también francesa **Carrefour**, la segunda cadena más grande a nivel global; y la norteamericana **Wal Mart**, la número uno.

La cinco mayores empresas supermercadistas de Brasil					
<i>(Fuente: Asociación Brasileña de Supermercados. Facturación bruta 2009, en millones de dólares.)</i>					
Cadena	Facturación	Cadena	Facturación	Cadena	Facturación
Pão de Açúcar	15.787,5	Wal Mart	11.876,0	Zaffari	1.270,3
Carrefour	15.426,0	Cencosud (*)	2.764,4	(*) Suma Bretas	

En Brasil se va produciendo una concentración cada vez más grande en el negocio de supermercados. En 2009, las tres mayores cadenas representaban un 40,04% del total. Por tanto, es de suponer que el proceso de adquisiciones proseguirá tal como sucedió en Chile, donde el nivel alcanzado es muy superior.

Desde el año 2002 cuando en Argentina adquirió **Home Depot** y en Chile **Proterra** hasta la operación que le permite el control de Bretas Cencosud efectuó adquisiciones en los diferentes países sudamericanos donde se encuentra presente por US\$3.239 millones. En un porcentaje importante su expansión en Chile, Brasil, Argentina, Perú y Colombia la realizó por esta vía.

Adquisiciones Cencosud 2002 – 2010							
<i>(Fuente: El Mercurio. En millones de dólares.)</i>							
Año	Empresa	País	Monto	Año	Adquisición	País	Monto
2005	París	Chile	830	2006	Infante	Chile	35
2010	Bretas	Brasil	704	2010	Súper Familia	Brasil	33
2008	Wong	Perú	500	2004	Las Brisas	Chile	30
2007	GBarbosa	Brasil	380	2010	Perini	Brasil	28
2004	Disco	Argentina	315	2010	Merc. Rodríguez	Brasil	21

2003	Santa Isabel	Chile	95	2002	Proterra	Chile	20
2002	Home Depot	Argentina	87	2006	Blaisten	Argentina	16
2004	Montecarlo	Chile	78	2009	Proyecto Easy	Colombia	7
2006	Economax	Chile	60		Total		3.239

Economist Intelligence estima que Cencosud tuvo éxito en la compra de Bretas “tal vez porque el **Consejo Administrativo de Defensa Económica**, la autoridad antimonopolios brasileña, ya había impuesto restricciones relativas a las fusiones de este año. Esto –agregó– puede haber disuadido a los tres mayores minoristas en el país” (29/10/10).

Al incorporar Bretas, al mismo tiempo, se incrementará la participación del negocio supermercadista en las ventas totales del holding. Antes de la compra ya era de 71,5%, estimándose por su gerente general de supermercados, que aumentará a 75%. Bretas posee 62 supermercados, con una renta anual estimada de US\$1.506 millones.

Cencosud: estructura de ingresos por negocios antes de la compra de Bretas					
<i>(Fuente: Cencosud. En porcentajes del total.)</i>					
Ítem	%	Ítem	%	Ítem	%
Supermercados	71,5	Tiendas por dpto.	9,5	Inmobiliario	1,8
Mejora del hogar	13,6	Financieros	3,8		

La adquisición de la nueva cadena supermercadista le incorpora demás nuevas actividades. Bretas posee diez estaciones de servicio, con ingresos anuales ascendentes a US\$75 millones. Las transnacionales Wal Mart y Carrefour igualmente tienen en Brasil estaciones de servicio. Cencosud también adquiere 49 farmacias y 32 tiendas de ventas de artículos electrónicos.

La operación aumentó su presencia en el negocio farmacéutico brasileño, en que entró al tomar el control de GBarbosa, que poseía 48 establecimientos en este sector. Por ello, su filial Cencosud Retail decidió ampliar su giro general, para poder administrar, explotar y operar, por cuenta propia o ajena “farmacias, droguerías, almacenes farmacéuticos, depósitos de productos farmacéuticos, sean estos humanos, veterinarios o dentales”,

según se establece en el documento que amplía su campo de actividades en cualquier país. Por tanto, se prepara para hacerlo también en Chile cuando se le den las condiciones.

El holding del grupo Paulmann es una de las más poderosas cadenas de supermercados de América Latina. En Chile es la segunda detrás de Wal Mart; en Argentina es también el segundo operador a corta distancia de la más grande, la francesa Carrefour; en Perú controla poco menos de un 50% del mercado; y en Brasil como ya se señaló es la cuarta, a continuación de tres transnacionales entre las cuales figuran Wal Mart y Carrefour, cubriendo un área habitada por ochenta millones de personas, varias veces más que la población chilena.

En 2010, Cencosud se incorporó al listado de empresas con sede en el país que poseen una capitalización bursátil superior a los US\$10.000 millones, pasando al finalizar octubre a cotizarse en US\$17.545,69 millones. A esa fecha eran diez las sociedades con un valor de mercado superior a los US\$10.000 millones. A fines de 2009 eran sólo seis. El crecimiento se produce en un momento de expansión económica y también de depreciación del dólar con relación al peso.

Sociedades de mayor capitalización bursátil a octubre 2010		
<i>(Fuente: Bolsa de comercio. En millones de dólares.)</i>		
Empresa	Monto	Controlada por:
Copec	24.338,69	Grupo Angelini
Falabella	23.918,05	Grupo Solari
Cencosud (*)	17.545,69	Grupo Paulmann
Bco. Santander	16.692,52	Santander Central Hispano (España)
Enersis	14.801,78	Enel (Italia)
Endesa	14.526,36	Enel (Italia)
SQM (**)	13.452,30	Julio Ponce Lerou
Bco. Chile	11.769,36	Grupo Luksic

CMPC (*)	11.765,90	Grupo Matte
Lan (*)	10.469,06	Grupo Cueto
(*) superan los US\$10.000 en 2010; (**) considera la suma de acciones A y B		

Al ranking, junto con los tradicionales mayores grupos económicos chilenos (**Luksic**, **Matte** y **Angelini**), se agregan las dos grandes cadenas de comercio al detalle (Falabella y Cencosud), índice elocuente del crecimiento sectorial, **Julio Ponce Lerou** y el Grupo **Cueto**, con un fuerte crecimiento luego de anunciarse la fusión de Lan Airlines con la brasileña Tam[1].

En el mercado interno, el nuevo desafío supermercadista es penetrar con más fuerza en los segmentos de la población C3, D y E donde aún su presencia es baja. “La industria – declaró **Claudio Hohmann**, gerente de Asuntos Corporativos de D&S– está apostando por segmentos de baja penetración, (...) cada vez más clientes –subrayó– se van a atender en las grandes cadenas de supermercados” (22/10/10). Es el paso a dar para ampliar el mercado cubierto por las grandes cadenas del sector, que ya atienden según diferentes estimaciones a un 70% del comercio minorista, lo cual obviamente alcanzaron desplazando a muchos pequeños y medianos negocios.

En esta perspectiva, **Supermercados del Sur** penetrará en la Región Metropolitana, proponiéndose abrir doce locales, con la marca **Bigger**. “Vamos a ser fieles –declaró su gerente general, **Augusto Coello**– a los segmentos C3 y D (...)”, teniendo presente que la penetración de los supermercados en estas capas de la población es baja, menor al 20% (22/10/10). Wal Mart al tomar el control de la mayorista **Alvi** apuesta en la misma dirección, al tiempo que incrementaría la concentración del sector.

Todas las principales empresas de comercio al detalle chilenas se internacionalizan. El país les queda chico. “En Chile –manifestó **Carlos Heller**, del grupo **Bethia** encabezado por su madre **Liliana Solari**– ya Falabella está más o menos copada. De hecho, no tiene mucho más donde crecer muy fuerte (...). Tenemos –añadió– un buen programa de crecimiento en Perú y Colombia, y en Argentina ha sido difícil, pero hay que continuar, y los otros mercados de la región son muy chicos. Brasil y México son

palabras mayores, pero Falabella es una compañía muy grande (...) hay que hacerlo” (26/10/10).

Falabella en el exterior se encuentra presente en Perú, Colombia y Argentina. En Perú posee actividades más variadas, siendo la tercera parte de las 51 tiendas que tenía a junio de 2010 de la cadena supermercadista **Tottus**. Este formato llegó a Chile desde el vecino país, pero su presencia de mercado es todavía baja y su proceso de incrementarla es aún lento. Si en agosto de 2004 alcanzaba a un 3,4% del total sectorial, seis años después, el mismo mes de 2010, llegó a 6,3%, encontrándose relegado a un quinto lugar en el negocio supermercadista.

En cambio, en Argentina y Colombia su desarrollo se ha efectuado exclusivamente con los formatos de tienda por departamentos (Falabella) y artículos destinados al hogar (**Sodimac**). El proceso de internacionalización del grupo se inició el año 2003 en Mendoza. Su crecimiento en el exterior a diferencia de Cencosud que lo ha hecho vía supermercados, fue otro. “Nuestro caballo de batallas –señaló uno de sus ejecutivos al diario ***La Tercera***– son tiendas de departamento, **Homecenter** y retail financiero” (23/10/10). Línea esta última donde posee gran liderazgo tanto en Chile como en los otros países. Su número de tarjetas activas es de 4,5 millones.

Mall Plaza, donde Falabella posee participación accionaria, ingresará también a Colombia, inaugurando en Cartagena de Indias su primer centro comercial durante el año 2011 con una inversión sobre los US\$70 millones. Ya se encuentra presente en Perú, donde actúa con la marca **Aventura Plaza** en las ciudades de Trujillo y Lima.

Los ingresos del consorcio controlado por el grupo **Solari** siguen proviniendo mayoritariamente de Chile, que representaba a mediados de 2010 un 62,8% medido en dólares norteamericanos. En segundo lugar figuraba Perú. En este país, **Banco Falabella** tiene cuarenta sucursales, mientras que en Colombia está a la espera que se le entregue la licencia bancaria. En el Chile, su banco posee el 4,5% de los créditos de consumo, porcentaje que sube al 7,5% si se considera los entregados por la multitienda.

Falabella: negocios por países a junio 2010 (*)
--

(Fuente: Falabella. Porcentajes en millones de dólares.)

País	%	País	%
Chile	62,8	Colombia	13,4
Perú	17,0	Argentina	6,8

(*) No incluye negocios de tarjetas de crédito

Por **Hugo Fazio**

El Ciudadano

[1] Véase, Resumen Económico Tercer Trimestre 2010.

Fuente: [El Ciudadano](#)