



EL Mostrador.cl

imprimir 

17 de Julio de 2008

Saieh: la billetera más rápida del retail

En poco más de siete meses logró remecer un mercado prácticamente monolítico. Mientras los grandes esperaban fusionarse, él compró a todos los chicos que no podían competir, y se instaló en un sólido tercer lugar. El último fin de semana ya sumó 188 locales y ahora comenzó a promocionarse en TV como la cadena "más grande del país". La industria acusa el golpe, advierte el peligro y recién empieza a reaccionar.

Felipe Saleh

Oficialmente no les preocupa. Las cadenas de Ibáñez (D&S) y Paulmann (Cencosud) guardan un discreto silencio sobre la nueva competencia. Las dos aparecen más preocupadas de su expansión continental. En el corto plazo, nadie les quitará el control de la distribución de alimentos. "Para los grandes el juego es latinoamericano, Cencosud sobre todo, y D&S ya está consolidado en Chile", dice Claudio Pizarro, consultor de retail y profesor del departamento de ingeniería industrial de la Universidad de Chile.

Pero en poco más de siete meses, el aterrizaje de Álvaro Saieh, banquero, mecenas y magnate de medios, cambió el mapa, prácticamente inmóvil desde comienzos de los '90 en lo referido a la propiedad, salvo por la fusión París-Cencosud. A fines del año pasado, cuando Alfredo Moreno por Falabella y Hans Eben por D&S tenían a todo el mercado mirando los resultados de su anunciada fusión, Saieh vio una oportunidad.

El que pestañea pierde

En noviembre de 2007 la Fiscalía Nacional Económica pide a Falabella que se deshaga de Tottus y San Francisco, una cadena pequeña con locales en el sur, para concretar el negocio. Semanas después, en diciembre, Saieh compra Unimarc en US\$154 millones. Fue la jugada más visible en una ofensiva que por ahora, no se detiene. El fin de semana pasada se sumaron locales en Santiago con la compra de Puerto Cristo. Saieh se instaló como el recién llegado más peligroso. Los 188 locales que ya tiene le permiten anunciar su cadena (Deca, Unimarc, Rendic, Bryc y Korlaet) como "la más grande del país" en la franja matinal de canal 13.

Fernando Alvear de la Asociación Gremial de Supermercados asegura que "nadie esperaba que este movimiento se hiciera tan rápido. Aprovechando el expertise de los Rendic ya tienen casi el 15% del mercado. Este ingreso ha sido muy beneficioso para las cadenas medianas que han revalorizado sus activos y hecho buenas ventas". Decca, de Juan Rendic, el otro socio mayoritario (con locales en la IV y V región) facturó US\$250 millones el año pasado. La mitad de la plata que Saieh se sacó del bolsillo para salir a comprar supermercados. El dinero fresco ha hecho saltar de alegría a los supermercados chicos, que todo este tiempo pelearon con hondas, y ahora se retiran con una sustanciosa jubilación.

"Fue un golpe a la cátedra. Mientras estábamos medio aturridos con la fusión al final no fue, y además nos pegó en la rentabilidad, ellos aprovecharon una gran oportunidad. Estábamos preparados para que Falabella fuese el competidor natural. Obviamente la participación de todos se ve amenazada", dice un ejecutivo de la competencia.

Directorio con grúa

La billetera de Saieh tiene un rincón especial donde guarda el dinero para fichar ejecutivos. En mayo Mauricio Jijena llegó a la inmobiliaria Corp Group (de Saieh) para supervisar la expansión y remodelación de los supermercados. Antes ocupaba un cargo similar en Mall Plaza, controlada por Falabella. El gerente general de SMU, (sigla con la que opera la cadena) Juan Pablo Vega ocupó el mismo cargo en Ekono, la versión de bodegas a bajo costo de D&S. Actualmente, cuando los alimentos experimentan sucesivas alzas, la dupla Saieh- Rendic convertirá varios de sus locales en bodegas mayoristas, incluyendo dos Unimarc. Tal vez esto sea lo que irrita a Francisco Javier Errázuriz que el viernes anunció una demanda contra Saieh, fijada en US\$26 millones por el no pago de arriendo de algunos locales de su ex cadena.

Al parecer la industria despertó de su letargo y D&S, ya empezó a moverse. A fines de junio a través de el supermercado mayorista Alvi, donde tienen poco más de un tercio de participación, compraron la distribuidora de abarrotes DIPAC, para acortar distancia con Saieh, que en su pasada por el retail se quedó también con Mayorista 10, uno de los principales proveedores de almacenes y comerciantes de feria.

Así las cosas, la guerra en el retail va tan rápido como el alza de los alimentos. "Aunque el consumo se deteriore, la gente va a seguir yendo al supermercado y tendrá mayor importancia una estrategia de bajos precios", dice Claudio Pizarro. Coincide con Salvador Arenas, analista de Larraín Vial en que probablemente SMU no siga comprando locales, porque debe preocuparse de las 14 empresas distintas que ya tiene. "El desafío primero es juntar la administración de todas las empresas y dar vuelta los números. Y si está dispuesto a pagar múltiplos muy altos, seguir comprando", dice Arenas.

En la conformación del directorio de SMU es donde Saieh dio la señal más clara de que entró a jugar en serio. En mayo se incorporó a su team Claudio Haase, hombre de confianza por 30 años de Horst Paulmann. Por si hicieran falta buenos oficios en el futuro está Rodrigo Hinzpeter, el generalísimo de Sebastián Piñera en 2005 y su operador más cercano. También está Anita Holuigue, casada con Felipe Lamarca y presidenta del Grupo Dial, el brazo radiofónico de Copesa. La entrada de Saieh en las radios fue similar al retail. En 2006 mientras todos hablaban de la fusión Prisa-Iberoamerican, el empresario compró radios pequeñas pero rentables en grupo, tales como Carolina y Beethoven y Duna, que se sumaron a radio Zero.

La situación en este conglomerado podría emparentar a Saieh con Ibáñez y su satanizada imagen anti sindical. Aunque llegaron a un acuerdo de última hora para declinar la huelga, en Copesa trabaja una mesa encabezada por el gerente general Max Sichel que busca mejorar las condiciones de trabajo en los periódicos del holding.

 **Imprimir**