

**Ventas de Hites durante los últimos años**  
(\*Cifras en MM\$)

Fuente: Estados Financieros

**Tasa de riesgo**

Fuente: Estados Financieros

**El retail que brilla en la bolsa****La fórmula de Hites: foco en el sector medio bajo y no abrir ni una tienda en el sector oriente**

Su acción es la que más ha ganado desde 2016 en su rubro. Expertos cuentan cuáles son sus claves.

Por F. O'Ryan y S. Sáez F.

**F**oco en su segmento y experiencia. Esa, dicen quienes la estudian, es la clave del éxito para el retail más valorada por estos días en el mercado: Hites. El precio de su acción ha subido más del doble en el último año.

La semana pasada, la red de multitiendas gerenciadas por Ricardo Brender, un histórico del retail nacional, cerró sus resultados. Ganó \$15.840 millones el año pasado, un 21,5% más que el anterior. Y sus 21 tiendas vendieron un 7,9% más, hasta \$302.490 millones sin apartarse de su cliente, el sector medio bajo.

"Ellos saben cuál es su segmento, no se distraen como su competidor La Polar, que incluso se fue a meter a Colombia. No aparecen ser algo que no sea, y su gerente general es como el Sir Alex Ferguson del Manchester United. Lleva más de 15 años en la empresa, la conoce al derecho y al revés", sostiene Claudio Pizarro, investigador del Centro de Estudios del Retail (CERET) de la Universidad de Chile.

Otro elemento que no ha desatendido la empresa son las ubicaciones de sus locales, que suman en total más de 120 mil metros cuadrados. Por ejemplo, de los nuevos puntos de venta de la Región Metropolitana, no cuenta con ninguna tienda en el sector oriente. Y las más grandes, con más de 8 mil metros cuadrados, están en Alameda, Alameda y San Bernardo. Otra clave es que no abren más de dos tiendas por año. En 2017 llegarán a Coquimbo y a Linares.

**Marcas y buenos pagadores**

"La estrategia comercial de la compañía continúa siendo el maximizar la contribución a través del margen, potenciando las líneas de Vestuario y Deco", afirma Hites en su memoria 2015. En el primer rubro utiliza marcas como Tommy Hilfery Guy Laroche, y en otros propios como Rolly Go y Geeps. Mientras que en el área



Ricardo Brender, gerente general de la multitienda.

**Ricardo Brender****El Alex Ferguson del retail**

La experiencia en el retail de Ricardo Brender es sólo comparable a la del entrenador escocés que estuvo 27 años a cargo del Manchester United. Si bien, "sólo" lleva 15 años a cargo de Hites, su trayectoria es mucho más larga en la industria. Antes de abanzar su actual empresa, Brender trabajó 24 años en Johnson's. Tras llegar a la multitienda en 1976, escaló

hasta a ser el brazo derecho de Marcelo Calderón. Brender, un gran aficionado a la hípica, dejó el retail por un año para viajar junto a su familia. En ese período, el presidente de Hites, Enrique Bone, lo convenció de llegar a la compañía enfocada en el segmento C3-D. Y aceptó el desafío para llevarlo a su hoy próspero presente.

Hogar, tiene una marca muy similar a una red de tiendas de diseño: Casafidel. De hecho, tiene valoradas sus marcas propias en \$282.696 millones.

A pesar de estar enfocado a un segmento con ingresos de entre \$307 mil y \$503 mil (C3-D), en la firma han logrado minimizar los riesgos de no pago de su tarjeta de crédito.

"Por eso buscan crecer en ventas de retail, no crecen tanto en ventas por tarjeta", expresa el analista Francisco Soto, de Tarnet. En 2016, de sus ventas totales, \$21.260 millones fueron producto del negocio retail, con dinero en efectivo, mientras que sus ingresos con plástico fueron sólo \$8.222 millones, casi la mitad.

"Se han puesto mentes activas en el sector financiero, por eso las tasas de riesgo han ido disminuyendo", coincide Pedro Pablo Larraín, gerente general de Sartor Investments.

Es así como Hites se ha quedado sólo con los mejores pagadores para su tarjeta.

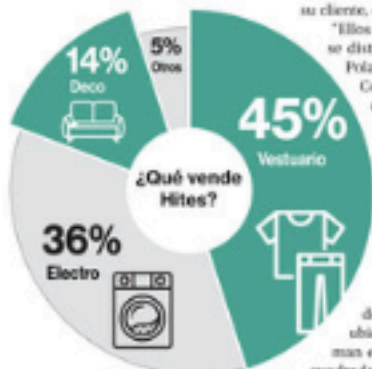
Mientras en 2013 tenía 515 mil clientes activos con crédito, hoy sólo tiene 468 mil.

**Sedución al mercado**

El 1 de febrero, Hemplery mejoró la tendencia de la clasificación de los títulos de deuda de la firma desde "Estable" a "Favorable". Según la empresa, "la clasificación consideró también la larga experiencia de Hites en su segmento objetivo, tanto en la venta minorista como en el otorgamiento de crédito, habiendo enfrentado con éxito diversos escenarios adversos".

El interés del mercado se ha visto reflejado en la Bolsa de Santiago, donde en el sector retail, a pesar de sus dilaciones de precios, la acción de Hites es la que más ha crecido.

Pero el alza de la acción —de 118% desde 2016 a la fecha— superó por lejos a su competencia. En el mismo período, La Polar subió 39%, Ripley ganó 91,8%, Conaual un 38,5%, y la más grande, Falabella, se elevó sólo un 18,6%.



Fuente: Estados Financieros



"Ellos saben cuál es su segmento, no se distraen".  
**Claudio Pizarro**  
Investigador Ceret