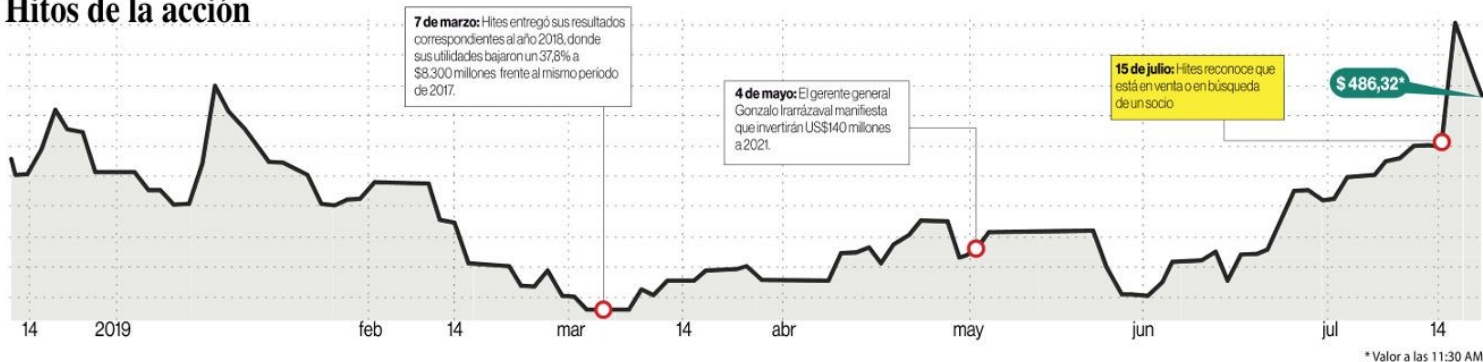


# Familia controladora evalúa socio o la venta completa de su participación

## ¿Quiere comprar Hites? Expertos revelan los pro y contras de entrar como socio

### Hitos de la acción



La fortaleza financiera en comparación a su principal competidor, La Polar, asoma como el mejor argumento de compra. Su plan *e-commerce* es la duda más importante.

Por Sergio Sáez F.

**A** 79 años de la fundación de la primera tienda Hites en el centro de Santiago, la familia controladora —que integran los herederos de los hermanos Isaac y Alex Hites—, se abrió a buscar un socio estratégico o bien, vender por completo la empresa. Para encontrar un *partner* contrató a Econsult y Morgan Stanley, entidades que ya han conversado con representantes de fondos de inversión.

A una semana de la comunicación oficial a la Comisión para el Mercado Financiero (CMF), los expertos analizan los pro y contras de invertir en la empresa, cuyo patrimonio bursátil bordea actualmente los US\$267,43 millones. El primero comentario: rescatan su fortaleza financiera en los segmentos C3 y D.

“Hites está en un segmento más riesgoso. Si este segmento paga, evidentemente tienes una rentabilidad más alta, si lo administras mal, tendrás un caso La Polar”, comenta el socio de MBI, Germán Guerrero Falcón, quien añade que “lo primero que debe hacer un interesado en asociarse con los Hites “es mirar su cartera (personas con tarjetas) y después mirar sus tiendas. Ya que pueden ser muy buenos los locales, pero si la cartera es mala, no hay negocio”, explica.

La actual cartera de la compañía la componen 580 mil clientes activos según reportan sus estados financieros al primer trimestre, muy por encima de los 493 mil que tenía en 2018 a igual fecha. Como referencia, su competidor más cercano, La Polar cuenta con 532 mil plásticos en uso.

En el primer trimestre del año, las

ventas con su tarjeta —tiene comercios asociados— crecieron más que sus ventas en tiendas. Por ropa y electrodomésticos vendió \$46.588 millones, un 1,5% menos que el año pasado a igual fecha y con el plástico registró \$29.224 millones, creciendo 18,2%, “empujados por el crecimiento de la cartera bruta la que subió un 14,8%”, explicó la empresa.

Según Christian Diez, investigador del Centro de Estudios del Retail (CERET) de Ingeniería Industrial de la Universidad de Chile, en el segmento medio “hay diferencias en el negocio del crédito, este componente representa el 32% de los ingresos de Hites versus el 23% de La Polar, lo que ayuda a mejora el margen total”.

Otro tema a favor de Hites es que la deuda de sus clientes está cayendo. El promedio de deuda actual es de \$305 mil, un 2,5% menos que la que registró el año pa-

sado a igual fecha.

### Acción más barata

Tras confirmar la búsqueda de socios el pasado 15 de de julio, la acción de la multitienda se disparó 8,9% en la bolsa de Santiago en sólo dos días. Alcanzó un peak de \$510, su mayor valor desde noviembre pasado, y luego se estabilizó en torno a los \$486, su valor actual. Los expertos recalcan que la acción está mucho más barata que hace un par de años, cuando bordeaba los \$780 lo que abre espacios para un nuevo dueño o socio.

“Tiene bastante más valor entrar como controlador que como minoritario. El precio de la acción está relativamente bajo con respecto a los niveles de 2017 y 2018, lo que permitiría comprar más barato”, describe Diez.

### Dudas en e-commerce

A pesar de que Hites anunció la construcción de un centro de distribución en el norte de Santiago y sus ventas *e-commerce* representan un 8,3% de sus ingresos retail (en Falabella alcanzan cerca del 10% y en Cencosud son el 4%), los expertos recomiendan a los inversionistas consultar por los planes de la empresa en este canal.

“El principal riesgo es perder valor al no implementar bien sus estrategias *e-commerce*. Una eventual masificación de este método podría liquidar a todos los medianos que no sepan bajar su estructura de costos”, reflexiona Guillermo Araya, gerente de estudios de Renta 4.

En la misma línea, Diez agrega que en un escenario donde “las ventas en retail y las tiendas por departamento en particular se han estancado” es fundamental que las empresas inviertan “significativamente en tecnología y logística para mantenerse operacionalmente eficientes y operar en forma omnicanal”. En este caso, Hites no es la excepción.

