



Jueves, 28 de diciembre de 2023 | 19:25

Lo se se viene con la fusión de La Polar y ABCDin tras la aprobación de la FNE

La nueva empresa podría disputar cuotas de mercado a Ripley o Hites, dicen en el mercado. Por otro lado, el "sospechoso" salto en la acción de La Polar antes del visto bueno de la autoridad, podría desplegar investigaciones de la CMF.

Pablo Gutiérrez

Periodista El Mercurio Inversiones

Con más de un obstáculo en el camino, finalmente la Fiscalía Nacional Económica **dio el visto bueno** a la fusión entre La Polar **NUEVAPOLAR: +3,41** y AD Retail (matriz de la multitienda ABCDin), dos empresas altamente apremiadas financieramente.

En medio de una serie de desafíos para llevar adelante la fusión, algunos destacan el potencial valor de la futura empresa. **"Con esta fusión, la nueva empresa podría competirle directamente a Hites **HITES: +0,45** o Ripley **RIPLEY: +1,76**, principalmente por el foco o *target* de mercado al que apunta"**, cree Pablo Solís, director en Franja Inversiones.

Es que la combinación del negocio financiero de ABCDin y las tiendas por departamento de La Polar supondría ventas anuales cercanas a los US\$ 780 millones, muy superiores a los US\$ 372 millones anuales de Hites y no tan lejos de los US\$ 1.160 millones de Ripley en Chile (incluyendo el banco).

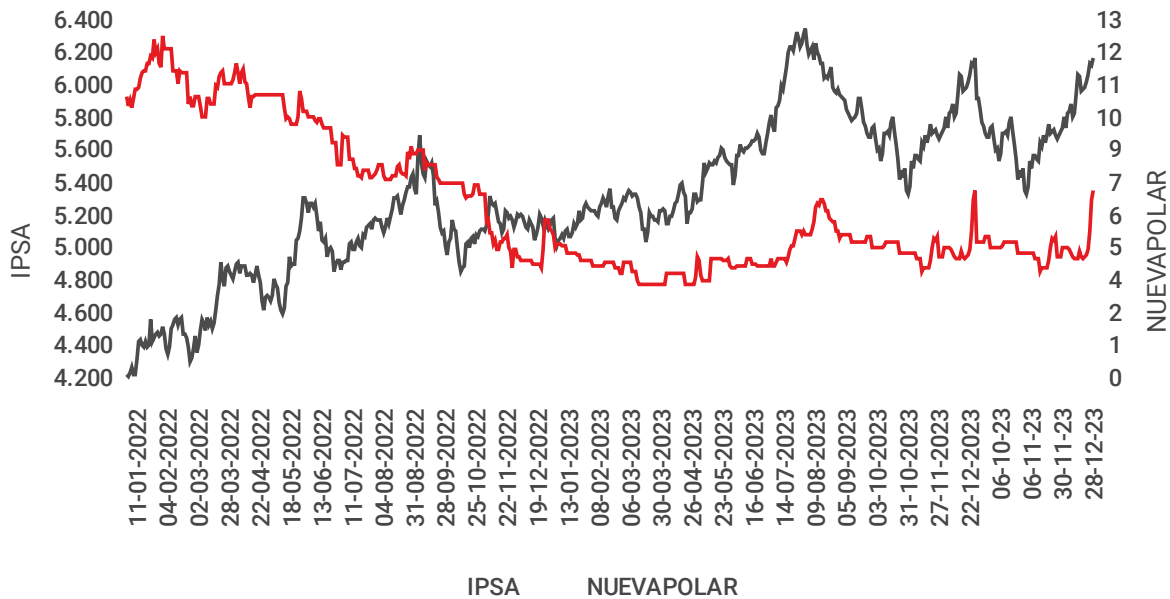
Eso sí, para lograr un buen desempeño, requeriría de importantes cambios. **"Probablemente se quedarán con una sola marca o bien crearán una para esta nueva etapa"**, dice Christian Diez, investigador del Centro de Estudios del Retail (CERET) de Ingeniería Industrial de la U de Chile. La nueva compañía "deberá disponer de aportes de capital, incrementos o restructuración de la deuda para financiar estos cambios", agrega.

En el intertanto, hay un antecedente que quedó dando vuelta en el mercado. **"Esta información se debe haber filtrado, lo que habría provocado este salto de 20% en las acciones de La Polar"**, dice Solís, de Franja, en referencia al incremento del papel el día anterior a que la aprobación se hiciera pública. "Es labor de la CMF investigar para saber a qué se debió dicho salto y quiénes están detrás de la compra", agrega.

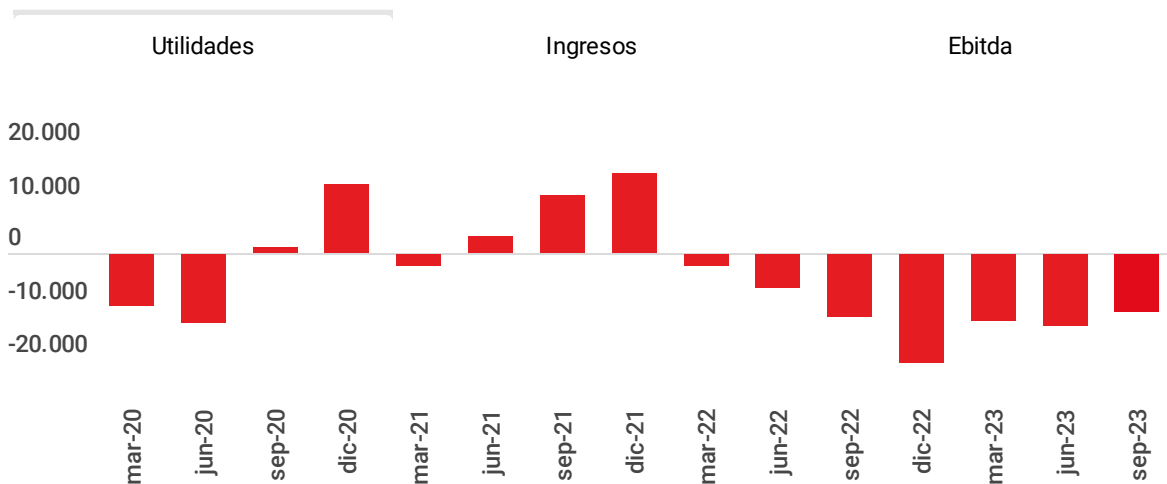
Con la fusión entre La Polar y ABCDin, se podría venir una renovada disputa entre *retailers* intermedios, de acuerdo a los analistas. Los desafíos para la nueva empresa se centran en posicionarse como una nueva marca y conseguir financiamiento. Esto, mientras surgen ruidos de potencial uso de información privilegiada.

Bajo sospecha

Evolución del precio de las acciones de Empresas La Polar y del índice bursátil IPSA, desde 2022.



Evolución del resultado atribuible a los propietarios, ingresos y Ebitda trimestrales, en millones de pesos, de Empresas La Polar.



Fuente: El Mercurio Inversiones, con datos de Bolsa de Santiago y CMF.

Share

EL MERCURIO
Inversiones

NUEVO MAPA

En un segmento discrecional bastante alicaído en los últimos trimestres, donde algunos proyectan que **ciertos players no sobrevivirían en los próximos años**, esta fusión cambiaría el mapa del *retail* no esencial chileno.

"La empresa fusionada será potencialmente más grande que sus partes, lo cual le permite tener más puntos de venta, una imagen de marca más fuerte, mejor acceso a proveedores", dice Diez, del CERET. "Eso puede hacer que sus consumidores compren más seguido en ella o que nuevos consumidores ahora la consideren como posible destino para sus compras".

El académico cree que la nueva compañía "sería una amenaza mayor para Hites, pero también puede tener algo de efecto en las cadenas más grandes".

Otros creen que la batalla será más segmentada. "La nueva empresa necesita posicionarse en el segmento C2 y C3, junto con una buena estrategia omnicanal para el nicho al que ataca", dice Solís, de Franja. Por esto, "no veo que le quite mucho *marketshare* a Falabella FALABELLA: +0,73 o Cencosud CENCOSUD: -0,60, ya que son *retailers* que están más sólidos, a pesar de los recientes problemas financieros de Falabella", sostiene.

En comercio electrónico, habría un potencial de crecimiento. "La fusión podría significar una participación de entrada del 2% en el mercado *e-commerce*", dice Valentina Piña, subgerente comercial y relaciones institucionales en Kawes Lab. Esto, detrás del 6% de Ripley.cl y el 7% de Paris.cl.

No todos concuerdan. "En primera instancia, la fusión apunta a complementar el *mix* de productos y acceder a un mayor volumen y participación geográfica, pero apuntando al mismo segmento de la población que atendía cada una de las compañías por sí sola", dice Patricio del Basto, analista de riesgos en Humphreys. Por lo tanto, no cree que necesariamente dispute una mayor participación de mercado. "El posicionamiento geográfico que tienen las tiendas de AD retail y La Polar, ya permite un nivel de competencia con los otros actores del sector".

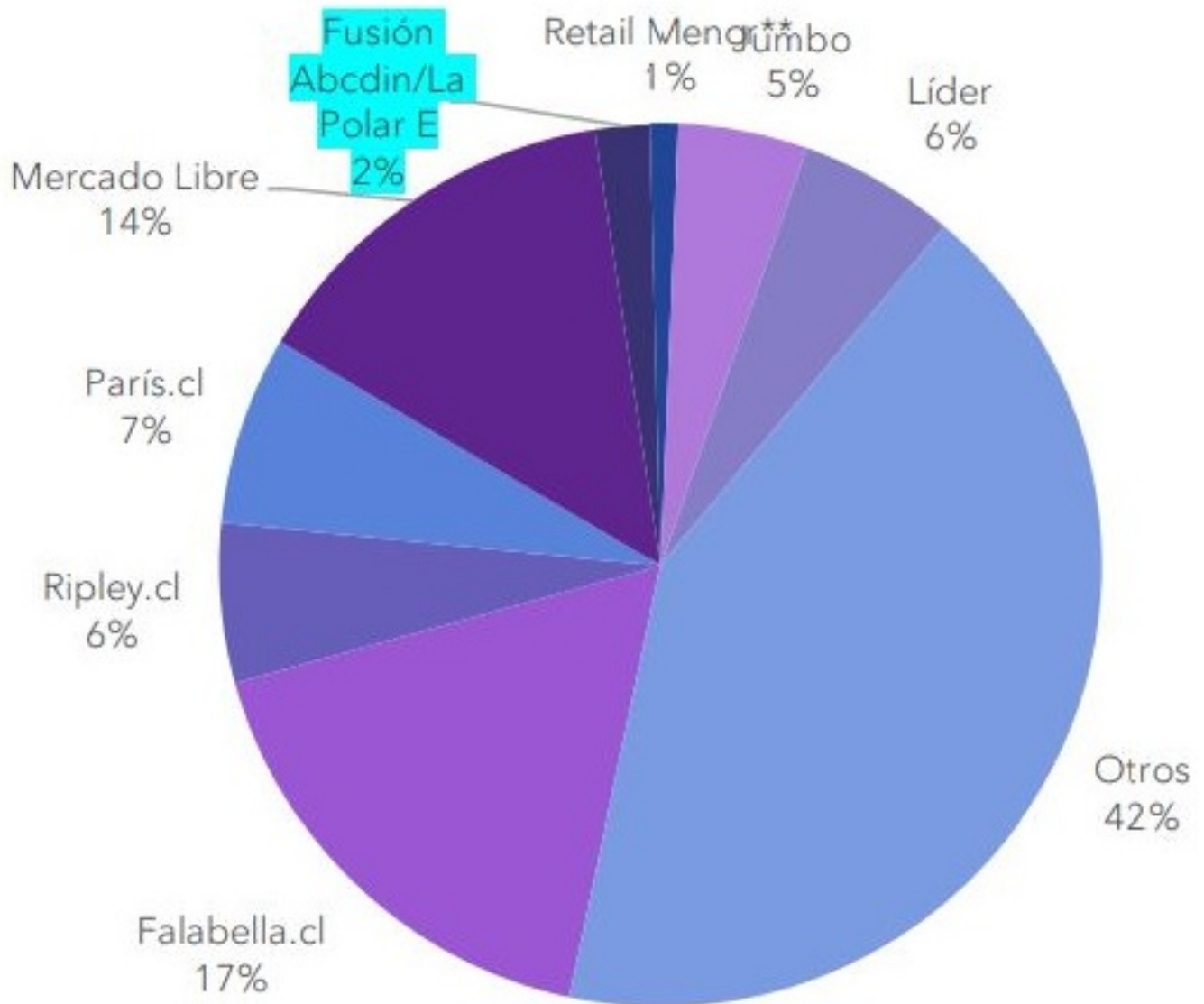
Y para lograr el éxito, la nueva empresa deberá dejar atrás algunos relevantes ruidos reputacionales del pasado. "El éxito de la operación lo va a definir la implementación de un manejo operativo a nivel de inventarios, de ventas y desarrollar una nueva marca que sea potente, con una fuerte campaña comunicacional", dice Solís, de Franja. "Un nombre que aluda a La Polar o ABCDin tal vez confunda al público", advierte.

"Probablemente se quedarán con una sola marca o bien crear una para esta nueva etapa", dice Diez, del CERET.

No es, en absoluto, el único desafío. "Dado el tipo de negocio desarrollado -*retail* y financiero- el buen acceso a financiamiento es determinante"; dice Del Basto, de Humphreys. "Sin embargo, es esperable que al principio su costo de financiamiento sea comparativamente más elevado que lo que exhiben otras empresas". En ese sentido, recuerda que "se han observado otras formas de financiamiento como son los bonos securitizados".

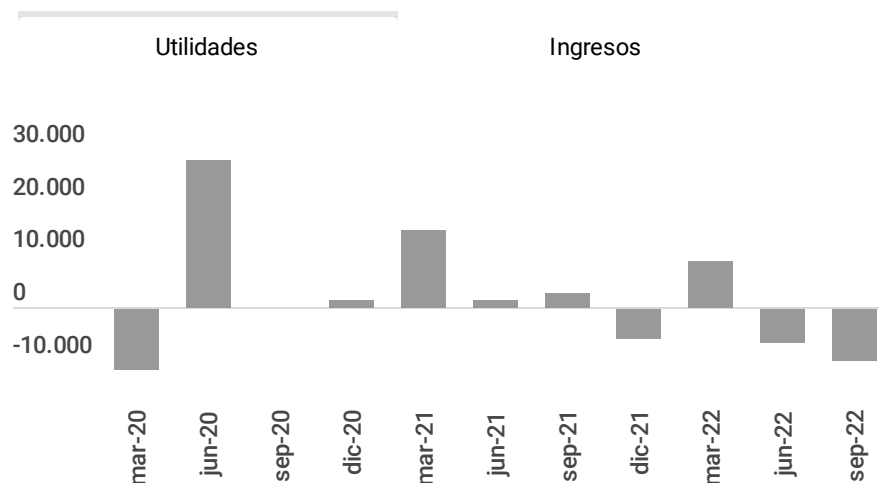
"Los cambios pueden tardar y los resultados se verán en dos o más años", cree Diez, del CERET. "Si los cambios van muy rápido, se corre el riesgo de una mala ejecución, pero si van muy lento, el riesgo es afectar la probabilidad de ser relevante como actor de la industria o incluso permanecer en ella".

2023



Años de pérdidas

Evolución del resultado atribuible a los propietarios, ingresos trimestrales, en millones de pesos, de AD Retail.



Fuente: El Mercurio Inversiones, con datos de CMF.

Share



RUIDOSAS ALZAS

La nueva empresa arriesga a nacer con un "pecado de origen", creen algunos. Esto, tras el salto de 20% en la acción de La Polar el pasado miércoles, un día antes de que la aprobación de la FNE se hiciera pública. La Bolsa de Santiago suspendió la negociación de la acción durante aquella jornada y pidió explicaciones a la empresa.

"No conocemos ningún antecedente, circunstancia especial o hecho relevante distinto de los informado al mercado, que pueda explicar la variación significativa del precio de la acción de la sociedad", respondió Juan Pablo Limonado, CFO de La Polar.

"Tal información tiene las características obvia para ser de carácter privilegiada de acuerdo con su definición legal", dice un conocido abogado experto en gobierno corporativo. "Asumo que, además de la suspensión (de las acciones), la CMF debiera estar recabando antecedentes", agrega.

"El 20% que subió el miércoles La Polar es raro; es una acción poco liquida y movimientos de *insider* afectan mucho al precio", dice Rodolfo Friz, director en Propela Inversiones. "Me suena que la CMF va a investigar".

"La CMF requirió información y se encuentra recabando antecedentes al respecto, sin perjuicio de que las labores de supervisión se encuentran sujetas a reserva legal", dijo el regulador financiero a **El Mercurio Inversiones**.

Acciones

Recomendaciones

Fondos mutuos

Monedas

Análisis

Columnas

Revistas

¿Detectó un error? ¿Quiere comunicarse con el equipo de El Mercurio Inversiones? Contáctenos al correo **inversiones@mercurio.cl**
Conozca los Términos y Condiciones de uso del portal www.elmercurio.com/inversiones haciendo clic **aquí**.
Para conocer los términos generales de uso de los sitios de El Mercurio haga clic **aquí**.