



PRESIDENTE DE EMPRESAS TRICOT:

Pollak: “La elección de un presidente procrecimiento ha modificado las expectativas”

■ Eduardo Pollak explica que para triunfar en el fast fashion -cada día con más competencia- se requiere ser eficientes y tener una escala relevante.

POR TERESA ESPINOZA

Una mirada positiva sobre lo que viene en 2018 y sobre el desempeño que tendrán el consumo, la industria del retail y en particular Empresas Tricot, tiene su presidente, Eduardo Pollak (casado, cuatro hijos, 58

años). Cree que habrá un aumento en las ventas en comparación al año pasado, y lo atribuye, en parte, a la elección de Sebastián Piñera para el período 2018-2022.

Empresario de estricto bajo perfil -“porque así uno es más libre y no afecta la libertad de los más cerca-

nos”-, cuenta que la familia tenía la intención de abrir Tricot a la bolsa hace años, ya en 2013. Finalmente lo hicieron en agosto pasado, con un éxito de demanda que no era nada obvio en ese momento de desaceleración económica.

¿Qué detonó la decisión? “El

“Nuestro crecimiento en el segmento financiero es sólido”

Un fenómeno que se ha asentado en el retail es el crecimiento del negocio financiero, tendencia a la que no escapa la compañía que preside Pollak.

“Nuestro crecimiento en el segmento financiero es sólido y estable. Tricot, a diferencia de los otros retailers, no tiene ofertas de productos retail atadas con la tarjeta, lo que a largo plazo nos parece más sano. La tarjeta en tienda no representa un porcentaje importante de las ventas, la mayor parte son al contado. Por otro lado, el nivel de deuda por tarjeta-habiente es muy bajo”, dice. Sobre el uso de la tarjeta en otros comercios, comenta que representa “un mejor servicio, lo cual es bueno y no revertible, y, además, fomenta la competencia”.

- La deuda promedio en Tricot sube de \$ 142.000 a \$ 156.000, ¿ven algún riesgo?

- En nuestro caso, la deuda promedio está subiendo por la preferencia de nuestros clientes y porque hoy tienen mayor disponibilidad de línea, ya que nuestra tarjeta Tricard Visa dejó de ser un medio de pago exclusivo de la tienda. El incremento de la deuda es un riesgo que asumimos y evaluamos con cada cliente. Hoy contamos con muchas herramientas tecnológicas que nos permiten tomar estos riesgos.

Por otro lado, lo que no podemos controlar es el riesgo sistémico, el cual no vemos incrementándose dado el escenario económico positivo que se espera.



La bolsa era un paso más para el desarrollo de la empresa y la recepción ha sido positiva”.

plan a largo plazo, lo que involucra aspectos tales como sucesión, internacionalización y diversificación de inversiones de la familia. La ocupación es más importante que la preocupación”, dice.

¿Cómo se toman las decisiones en la familia Pollak, de la cual el empresario pertenece a la segunda generación? Relata que “tenemos reuniones formales e informales periódicas. El proceso de decisiones importantes busca el consenso antes de aplicar la votación, la que establece niveles de mayoría variables desde el simple 50% + 1”.

Además, dice que tienen una buena impresión del estreno bursátil que concretaron en 2017. “Para nosotros la bolsa era un paso más para el desarrollo de la empresa y la recepción ha sido positiva, más aún que el mercado recién está conociendo a Tricot”.

El debut en el mercado de valores no fue gratuito para la firma, que, por el costo de la salida a bolsa, anotó una baja de 27% en sus utilidades en el tercer trimestre, hasta US\$ 3 millones. Para la familia significó pasar de 100% a 72% de la propiedad.

“Se espera que el 2018 sea mejor”

- ¿Qué perspectivas tiene para el negocio del retail en los próximos años?

- El negocio retail en Chile y en el

mundo es cíclico. Chile tiene buenas perspectivas de incrementar su tasa de crecimiento con bajos niveles de inflación, lo que es positivo para el sector, el que, sin embargo, es altamente competitivo.

- ¿Y la economía? ¿Cree que la elección de Piñera puede apuntalar el crecimiento y el consumo?

- Las decisiones económicas son fuertemente influenciadas por las expectativas de los consumidores e inversionistas. La elección de un presidente pro-crecimiento ha modificado las expectativas y debiese mejorar las cifras de empleo y consumo de manera moderada.

El consumo ha mostrado un menor crecimiento en el último tiempo porque la calidad de los empleos se ha ido deteriorando, por incertidumbre y menor acceso al crédito de los sectores de ingresos medios y bajos.

- ¿Cómo proyecta las ventas?

- Se espera que el 2018 sea mejor que el año que se está cerrando.

- Tricot se ha posicionado en el nicho del fast fashion, que es muy competitivo, ¿podrá seguir siendo su sello o tendrán que buscar otros?

- Nos interesa fortalecer cada día nuestro posicionamiento “Moda al mejor Precio”. Es una tarea que se hace día a día en un segmento que, para sobrevivir, requiere ser muy eficiente y tener una escala importante. El desafío para la industria es incrementar eficiencia sin destruir valor.

- Han dicho que les interesa Perú, ¿han comenzado a mirar ese mercado?

- Perú es un país bastante parecido a Chile en consumo y lo vemos como un lugar que podría permitirnos iniciar la internacionalización. Sin embargo, como le indiqué, el negocio de “Moda al Mejor Precio” requiere de escala por lo que estamos evaluando la manera y la oportunidad más adecuada para ingresar a ese mercado.