



OBTENDRÁ 5,000 MILLONES DE PESOS

El Palacio de Hierro va al mercado de deuda

Destinará los recursos a refinanciamiento de pasivos con costos y capex.

Judith Santiago

Grupo Palacio de Hierro (GPH) se suma al mercado de deuda. Planea hacer una emisión por hasta 5,000 millones de pesos en dos tramos, a un plazo de 3.5 y 10 años, según consta en el documento de la oferta pública.

La venta de los bonos que pretende realizar la cadena de tiendas departamentales se realizará el 15 de octubre y se hará bajo un programa por hasta 10,000 millones de pesos, el cual también está solicitando autorización para mantenerlo por un periodo de hasta cinco años.

La emisora recurrirá a este mercado para levantar recursos que le permitan refinanciar sus pasivos con costos y para hacer inversiones corporativas en general (capex).

“Con los recursos de la emisión se extenderá el perfil de la deuda actual de Palacio de Hierro y refinanciará 3,022 millones de pesos”, muestra el documento a inversionistas.

La emisión se hará en dos tramos, una pagará un interés variable más una sobretasa por definir y otra a tasa fija, con vencimientos de 3.5 años y 10 años, respectivamente.

Emisor triple A

GPH es considerado como un emisor “AAA” para las calificadoras de riesgo crediticio HR Ratings y Fitch Ratings, debido a su alta calidad crediticia, mínimo riesgo crediticio y por su fuerte seguridad de pago oportuno de las obligaciones de deuda.

Los pasivos totales con costo de la emisora fue de 5,346 millones de pesos en el segundo trimestre del año.

“La calificación se basa en la sólida trayectoria de crecimiento de GPH entre el 2013 y el 2018 de 10.3% a tasa anual, así como a sus diferentes estrategias comerciales, ventas mismas tiendas que han crecido a niveles más elevados frente a la industria”, destacó HR Rating en un análisis.

Añade que dadas sus estrategias comerciales y ahorro en gastos y costos, la emisora aumentó el margen EBITDA de 9.2% entre el 2013-2017 a 16.2% en el 2018.

El Palacio de Hierro fue fundada en 188 y pertenece a Grupo Bal, del empresario Alberto Baillères. Opera 14 tiendas departamentales, tres outlets, dos tiendas dedicadas exclusivamente al hogar, tres La Boutique Palacio y 135 Boutiques Free Standing. Además de su división inmobiliaria.

También cuenta con el negocio de tarjetas de crédito, registra más de 1.6 millones de tarjetahabientes y una cartera total superior a 10,000 millones de pesos, así como un índice de cartera vencida de 4.8 por ciento.

Hoy se enfrenta una competencia ante cadenas de tiendas departamentales, como El Puerto de Liverpool y Sears. Aunque se enfoca en un mercado de consumidores de nivel socioeconómico alto, medio-alto y medio, ofreciendo ropa, zapatos, cosméticos, perfumes, accesorios, joyería, enseres domésticos y muebles.

Para hacer frente a la creciente competencia del sector en México, “GPH está dando mayor énfasis a su estrategia omnicanal y plataforma tecnológica, un ejemplo es su tienda en Veracruz, para instalar una tienda digital especializada en el hogar que se espera inicie operaciones en el cuarto trimestre del 2019”, indicó Fitch.

Al segundo trimestre reportó 2,232 millones de pesos en caja y 2,012 millones de deuda con vencimiento en el corto plazo.

judith.santiago@eleconomista.mx