

Estás en: Inicio / **Empresas**

RETAIL 16/09/2016

Cadenas de tiendas de conveniencia ajustan planes de crecimiento ante baja rentabilidad del negocio

Menor margen, por mayores costos de mano de obra y alza en los arriendos, llevó a las empresas a frenar sus planes de expansión.

Artículo Comentarios (0)

Compartir [Facebook] [Twitter] [LinkedIn] [Email]

T T [Share] [Star] [Print] [Close]

Por **José Troncoso Ostornol**

El grupo mexicano Femsa, el mismo que compró la cadena Big John en Chile, maneja más de 14 mil tiendas de conveniencia bajo la marca Oxxo en su país de origen. Ese mismo formato era, hasta no mucho tiempo atrás, el de mayor futuro en el país.



Junto a Big John, en este nicho participan OK Market (filial de SMU, matriz de Unimarc) y Ekono (parte de Walmart Chile).

Noticias Relacionadas

- 1 Suprema confirma multa por más de \$ 1.500 millones a SMU
- 2 Boldt-Peralada volverá a objetar ante la justicia licitación de casino de Chillán
- 3 Confirman multas por más de \$ 1.500 millones a SMU por incumplir condiciones en fusión con SdS

La conveniencia se puede dar por la cercanía (los locales OK Market están en zonas de alto tráfico de peatones) como por precios (la promesa de Ekono). Pero la realidad ha dicho otra cosa. Después de una gran cantidad de aperturas de locales, Ekono y OK Market realizaron varios ajustes y decidieron bajar la cortina de 58 tiendas de este tipo.

Walmart Chile cerró 47 locales Ekono en cinco años. La compañía llegó a manejar 137 establecimientos de este formato en 2011; pero a junio de este año la cifra cayó a 90. SMU cerró once establecimientos OK Market en sólo un año, como parte de su plan de eficiencia.

Este formato es el menos eficiente del grupo Saieh: mientras las ventas por metro cuadrado de Unimarc llegaron a \$ 899 mil en el segundo trimestre, y la división mayorista a \$ 834 mil; OK Market se situó en \$ 800 mil.

“Es difícil desarrollar el formato de tiendas de conveniencia en Chile. Se requieren muchos locales, además de mucha productividad y automatización”, explica Claudio Pizarro, profesor del Centro de Estudios del Retail (Ceret) de Ingeniería Industrial de la Universidad de Chile

La ecuación no es fácil, considerando que el margen de este modelo es bajo. Además, si bien son locales pequeños, frente a las grandes salas de supermercados (en total OK Market dispone de 15 mil m2 de sala de venta, equivalente a un sólo hipermercado), requieren varios turnos que encarecen la mano de obra. A todo esto se suma el alza en el valor de los arriendos.

“Cuesta ganar dinero con el formato de tiendas de conveniencia, a no ser que se tenga un modelo de productividad muy bien logrado”, dice Pizarro.

En Chile y el mundo, el mercado se divide entre tiendas de conveniencia “a la calle”, y las adosadas a las estaciones de servicio. En el primer grupo están OK Market y Big John; en el segundo, Copec, Shell y otros.

Ambos nichos cerraron con ventas por US\$ 428 millones el año pasado, según Euromonitor, que proyecta un alza de 24% en la facturación a 2020.

Aunque no es una cifra menor, aún está lejos de los cerca de US\$ 13.497 millones que mueve la industria de los supermercados, que es liderada por Walmart con su marca Líder, seguida por Cencosud y sus locales Jumbo y Santa Isabel.

No obstante, los expertos destacan el potencial de este formato ante las mayores restricciones para levantar nuevas salas de supermercados e hipermercados.

Con lo que no contaron los ejecutivos fue que las tiendas de conveniencia se transformarían en un objeto de deseo de los delincuentes. En Walmart han señalado que varios de los locales Ekono cerrados fue por la seguidilla de asaltos que tenían.

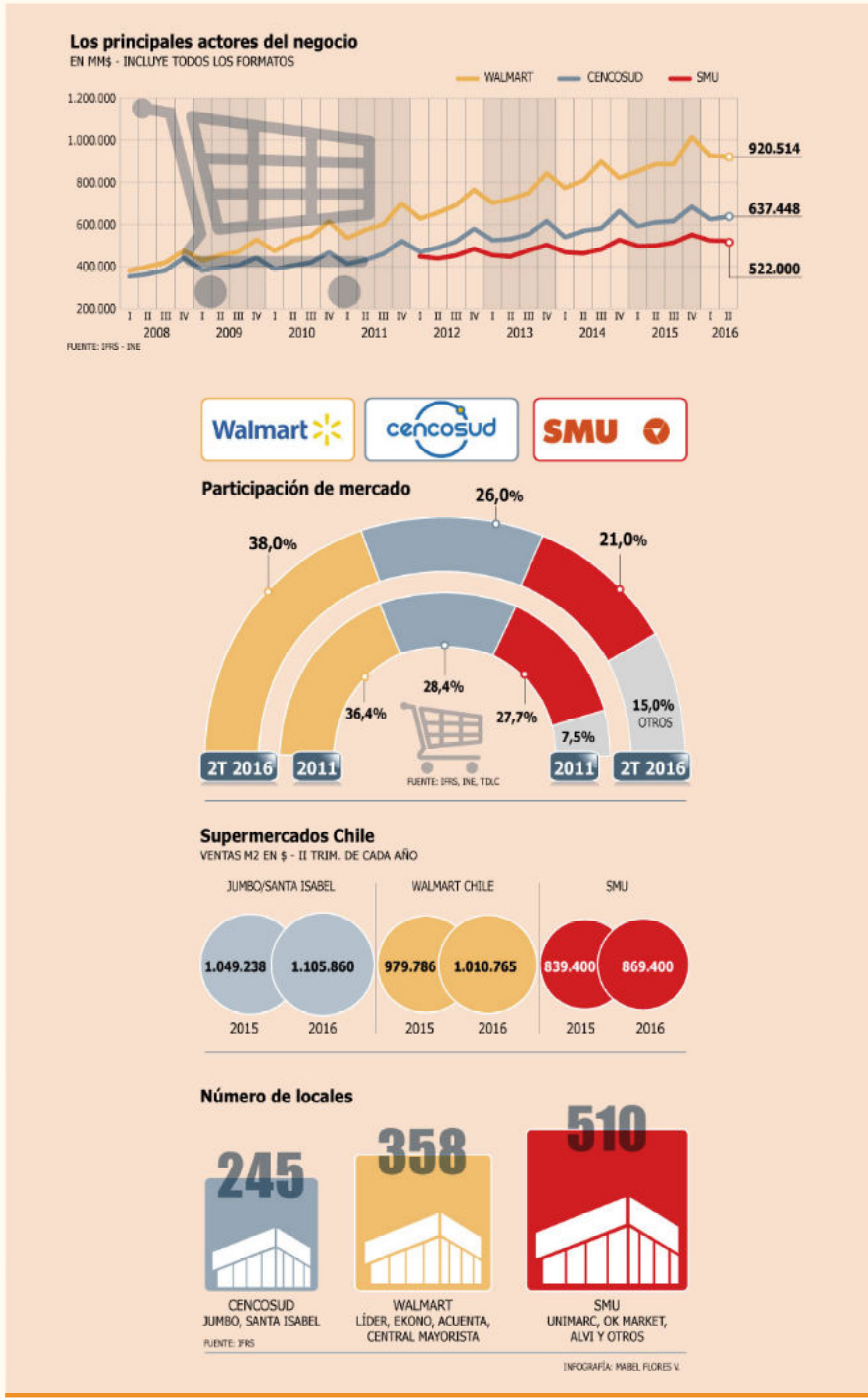
No obstante, los locales Ekono comenzaron a competir con otros formatos: los supermercados mayoristas. La promesa de Ekono fue ofrecer precios bajos gracias a un amplio surtido de marcas propias. Pero, hasta ahora, algunos creen que la promesa ha quedado en eso. Por el contrario, formatos como Mayorista 10 (de SMU), Súper Bodega ACuenta y Central Mayoristas (ambos de Walmart) también buscan diferenciarse por precios bajos, pero les resulta más fácil dadas las economías de escala que se logran con locales con más de 5 mil metros cuadrados.

“Se le puso presión a Ekono con un formato más atractivo como el mayorista”, dice Pizarro, quien cree que el futuro de las tiendas de conveniencia está asociado a categorías con mejor margen (marcas propias) e introducir más tecnología.

APUESTA DE CENCOSUD LE DA RESULTADOS

Cencosud, a través de Jumbo y Santa Isabel, es el segundo actor del negocio de supermercados en Chile tras Walmart, pero el grupo liderado por Horst Paulmann tiene las mayores ventas por metro cuadrado de la industria. Tras analizar las tiendas de conveniencia, decidió no desarrollarlas.

Por su parte, no se espera una gran apertura de locales por parte de la mexicana Femsa que compró la cadena Big John al empresario Juan Pablo Correa. Conocedores dicen que Chile será la “cabeza de playa” para desarrollar su cadena Oxxo por Sudamérica. Los países vecinos serían su foco.



¿Sabías que puedes acceder a los contenidos de Diario Financiero de una manera más cómoda y personalizada?

Te invitamos a probar Mi DF

ULTIMO MINUTO »

12:00	Emprendimiento que fortalece el crecimiento vegetal gana nueva versión de Brain Chile 2016
10:49	Cobre cierra en su mayor precio en cuatro semanas a la espera de decisión de la Fed
10:06	Corte Suprema rechaza recurso de protección de fiscal Arias contra Jorge Abbott
10:03	Anglo American logra acuerdo con sindicatos de Los Bronces y pone fin a huelga
09:33	IDC: el mayor desafío de Apple es convencer a usuarios para que renueven sus teléfonos
09:31	La inflación de EEUU sube un 0,2%, una décima más de lo esperado
09:02	Deutsche Bank se desploma en bolsa y arrastra a los mercados europeos y al sector bancario

LO MÁS...

Visto	Comentado	Compartido
1	2	3

- 1 Sura es partidaria de que afiliados puedan sacar un porcentaje de su fondo con requisito de cotizaciones
- 2 Cadenas de tiendas de conveniencia ajustan planes de crecimiento ante baja rentabilidad del negocio
- 3 Las alternativas de los inversionistas de cara al fin del beneficio tributario 57 bis
- 4 Deutsche Bank se desploma en bolsa y arrastra a los mercados europeos y al sector bancario
- 5 ¿Vivimos en una Matrix? Bank of America cree que hay hasta 50% de posibilidades de que sí

DF UI | Unidad de Inteligencia »

ACTUALIDAD
Resultados de empresas al primer semestre de 2016 pdf, 74 KB

MACRO
Informe de Política Monetaria (IPoM) septiembre 2016 pdf, 955 KB

[Ingresa](#) o [Regístrate](#) para seguir tu [Portafolio personal](#)

- ### Empresas
- Retail
 - Minería
 - Energía
 - Infraestructura / Inmobiliaria
 - Banca / Instituciones Financieras
 - Telecom / Tecnología
 - Industria
 - Multinacionales
 - Innovación y Emprendimiento
 - Emprendimiento

- ### Economía y Política
- Congreso / Legislación
 - Regulación
 - Macro
 - Comercio Exterior
 - Gobierno
 - Gremios / Laboral
 - Actualidad
- ### Tendencias
- Tecnología
 - Motores
 - Gadgets
 - Panorama
 - Gastronomía
 - Lujo
 - Solutions

- ### Market Data
- Precio de Acciones
 - Bolsas
 - Fondos Mutuos
 - Multifondos
 - LVA Índices
 - Resultados de Empresas
- ### Unidad de Inteligencia
- Estudios
 - Documentos
 - Índice
 - Reportes Sectoriales
 - Economist Intelligence Unit

- ### Mercados
- Commodities
 - Renta Fija
 - Bolsas
 - Divisas
 - Finanzas Personales
 - Mercados en Acción
- ### Opinión
- Cartas
 - Editoriales
 - Columnistas
 - Blog
- ### DF7
- Papel Digital
 - App Diario Financiero
 - App DF Mercados
 - Portafolio Retail
 - Portafolio Salud
 - Formación Ejecutiva DF
 - DF TV
 - DF UI
 - Avisos Legales

Diario Financiero

Quiénes Somos
Contacto
Presentación Comercial
Tarifas de Publicidad DF

Tarifas de Publicidad DF.CCL

Av. Apoquindo 3885 Piso -1, Las Condes, Santiago

Mesa central: 56 - 2 - 23391000
Fax Prensa: 56 - 2 - 23313340
Suscripciones: 56 - 2 - 23391048
Fax: 56 - 2 - 23391018
Venta publicitaria: ventas@df.cl

Nuestros Titulares ofrecen las noticias más relevantes del día a primera hora de la mañana.

Suscríbete Ahora