

RETO EN RETAIL  VENTAS MINORISTAS

Walmart y Oxxo, en la pelea por el formato pequeño

Bodega Aurrera Express compete con la cadena de tiendas de conveniencia; ambas empresas trabajan en un agresivo plan de expansión geográfica

Miriam Ramírez

Las cadenas minoristas en México están migrando hacia formatos más pequeños, donde se observa una mayor oportunidad de expansión de piso de venta que genera competencia, indicaron especialistas.

Dentro de esta tendencia se observan a dos jugadores que han sabido posicionarse en el mercado, el primero en el segmento de autoservicios con la cadena de origen estadounidense Walmart de México, a través de su formato Bodega Aurrera Express, y del lado de las tiendas de conveniencia la cadena Oxxo, perteneciente a Fomento Económico Mexicano (Femsa), en su división Comercio.

Datos de Euromonitor Internacional refieren que durante 2015 las cadenas de supermercados registraron un crecimiento en valor del 5 por ciento al alcanzar ventas de por mil 587 millones de pesos, esto respecto al uno por ciento de incremento registrado en 2014.

Durante 2015, Walmart registró ventas por 44 mil 993 millones de pesos, un 11 por ciento más que el año previo, en cuya estrategia incluye la expansión geográfica continua y una clara diferenciación entre sus tres diferentes formatos.

“Dirigirse a consumidores de bajos ingresos, con la tienda de descuento Bodega Aurrera (con su división Express y Mi Bodega, con mil 713 unidades a febrero de 2016), ofrece productos básicos a precios bajos, éstos incluyendo diferentes marcas y un amplio surtido de marca propia”, refirió Euromonitor.

La agencia de investigación de mercado, añadió que el año pasado el canal de mayor crecimiento fueron las tiendas de conveniencia con un incremento en valor del 11 por ciento gracias a la expansión geográfica continua, liderado principalmente por Oxxo.

“Además de la proximidad a consumidores y siendo así un formato conveniente para una variedad de productos, valor agregado del canal ofertas como áreas de servicio de alimentos, la toma de los pagos por los servicios públicos y en línea las compras y la capacidad de hacer depósitos de cuentas bancarias, todos ayudan a aumentar el tráfico por tienda”, destacó.

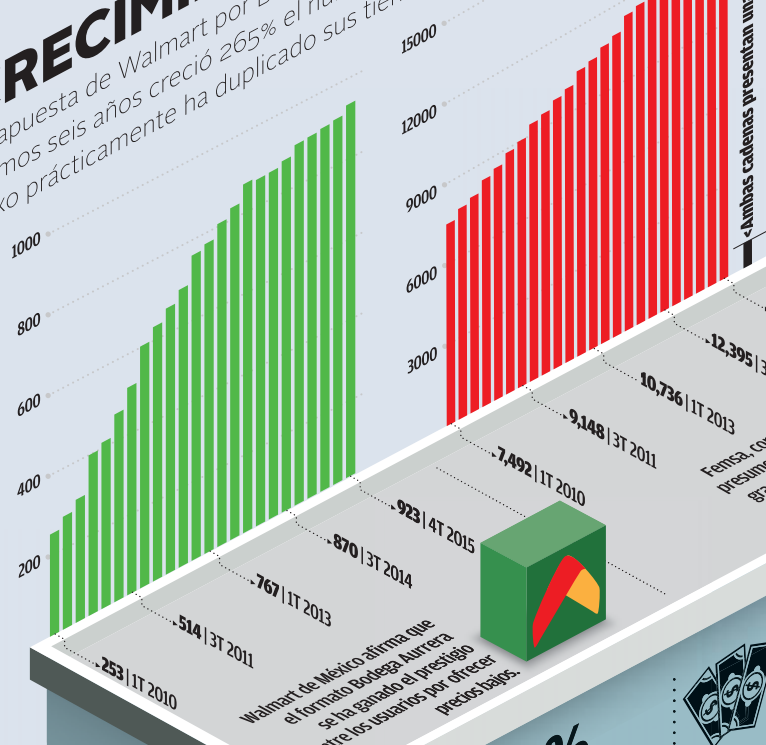
Para el líder de la Alianza Nacional de Pequeños Comerciantes (Anpec), Cuauhtémoc Rivera, actualmente la competencia directa con el formato pequeño de la cadena de tiendas Walmart de México, Bodega Aurrera Express,

ya no son las tienditas de la esquina sino las tiendas de conveniencia Oxxo, por la expansión y por ende su cercanía con los consumidores.

Al cierre de febrero de 2016, grupo Walmart que preside y dirige Guilherme Loureiro, operó en México 2 mil 251 tiendas, de las cuales 918 eran unidades Bodegas Aurrera Express, su formato más pequeño.

“Vemos una tendencia global, en México ni en Centroamérica hemos tenido tiendas grandes, pero sí se ve reflejada una tendencia en la necesidad de disminuir el tamaño de nuestras tiendas y buscar la forma en cómo mantenemos activa

CRECIMIENTO ACELERADO
La apuesta de Walmart por Bodega Aurrera Express es clara: En los últimos seis años creció 265% el número de unidades. En ese periodo Oxxo prácticamente ha duplicado sus tiendas



18.4%
del mercado minorista alcanzó Walmart en 2015, a través de Oxxo, que incluso ya superó a Soriana.

7.9%
aumentó el ticket promedio de Walmart, más del triple que la inflación (2.13%), mientras que para Oxxo creció 5.1%.

67.9%
Del comercio minorista acepta las tarjetas de crédito y débito como medio de pago. Se prevé un crecimiento anual de 8.8%.



esta propuesta de valor”, afirmó la compañía durante la celebración de la 12 Reunión Anual con Analistas.

Por otra parte, durante el cuarto trimestre de 2015, Femsa abrió 520 tiendas Oxxo para alcanzar mil 208 aperturas en el año.

De acuerdo con Alejandra Marcos, subdirectora de análisis y estrategia de Casa de Bolsa de Intercom Banco, en los últimos años Walmart ha frenado o disminuido su crecimiento en el piso de ventas por enfocarse a recuperar sus ventas mismas tiendas.



ESPECIAL

Bodega Aurrera y Oxxo no solo disputan la preferencia de los clientes, sino incluso los mejores espacios comerciales.

“No es difícil esperar un desempeño positivo en ventas mismas tiendas este año por un entorno económico favorable aunque ha venido disminuyendo la confianza del consumidor, sigue manteniéndose fuerte por el crecimiento en las remesas y por el crecimiento en los ingresos reales, así como por una baja tasa de desempleo”, sostuvo.

De acuerdo con un análisis de Grupo Financiero Banamex, durante febrero la minorista más grande del país, reportó que sus ventas mismas tienda crecieron 11.6 por ciento en México, superior al estimado de más de 8 por ciento.

En tanto el ticket de compra aumentó 7.9 por ciento en comparación con una inflación por debajo de 3 por ciento.

Marcos añadió que si bien es cierto que muchas de las compras rápidas de las amas de casa que se hacen ahora en Oxxo debido a que tienen ciertos productos que antes no manejaba y que están ofreciendo a precios competitivos, además dada la cercanía puede atrapar a un mayor número de consumidores, no hace competencia directa con el autoservicio. “No creo que sean Bodega Express y los Oxxos la competencia más frontal, a lo mejor en ciertas categorías y en ciertos productos pudiera ser pero no se debe olvidar que las tiendas de conveniencia son eso y donde la principal fuente de sus ingresos acaban siendo bebidas y estas compras de impulso de dulces, cigarros, no es así en las tienda de Walmart”, expresó.

De acuerdo con Euromonitor, mientras que algunos minoristas también han adoptado la estrategia de desarrollo de tienda con diferentes formatos como Walmart para dirigirse a diferentes grupos de ingresos, otros han decidido continuar concentrándose en un solo grupo de consumidores debido a sus limitados recursos.

+VENTA

11.6%

crecieron los ingresos de Walmart de México en el segundo mes de 2016, de acuerdo con Banamex.

6.9%

aumentaron las ventas mismas tiendas (con más de un año de operación) de Oxxo en 2015, informó su matriz Femsa.

6.9%

crecerán las ventas totales de la Antad este año, mientras que a tiendas iguales se espera un incremento de 3.9 por ciento.

“Es evidente que la definición de un público objetivo es relevante en un país como México, donde los distintos grupos socioeconómicos tienen necesidades diferentes”, indicó.

Al cierre de 2015, las ventas totales de Walmart crecieron 11 por ciento, mientras que las ventas a unidades iguales crecieron 6 por ciento, las ventas de nuevas unidades contribuyeron con 2 por ciento del crecimiento de las ventas y e-commerce contribuyó con 0.2 por ciento.

De acuerdo con información de la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales (Antad), Walmart superó de manera relevante el crecimiento en ventas a unidades iguales del resto del autoservicio, tanto para el cuarto trimestre como para todo el año.

El crecimiento en ventas iguales del mercado excluyendo a la cadena de tiendas fue de 4.9 por ciento, mientras que Walmart creció 8.8 por ciento, 390 puntos base más.

Para el año 2015 el crecimiento del mercado excluyendo a esta compañía fue de 4.3 por ciento, mientras que el grupo minorista creció 6.6 por ciento, superando al mercado por 230 puntos base.

“El sector de tiendas de autoservicio se ha vuelto muy competido en los últimos años, lo que ha obligado a todos los participantes a realizar una búsqueda permanente de factores de diferenciación poniendo en riesgo la participación de mercado de la compañía. Otro factor relevante puede darse por motivo de la expansión de la competencia e incluso nuevos competidores que pudieran entrar al mercado”, manifestó la principal minorista en su último reporte anual.

Al cierre de 2015 Femsa Comercio en su división comercial continuó con un fuerte ritmo de crecimiento en área de ventas al abrir mil 208 tiendas Oxxo; las ventas-mismas-tiendas crecieron 6.9 por ciento.

Lo anterior, debido a un incremento de 5.1 por ciento en el ticket promedio, y un crecimiento en el tráfico de 1.7 por ciento. Al 31 de diciembre de 2015, el número total de tiendas Oxxo llegó a 14 mil 61.

Para la analista de Casa de Bolsa de Intercam Banco, los elementos económicos que mantienen una tendencia en el consumo mexicano sólido beneficiarán para su crecimiento a ambas compañías durante los próximos meses. M

Las tiendas de conveniencia crecerán más

La mayor proximidad con los usuarios beneficia al formato



Oxxo y 7-Eleven encabezan el mercado.

Miriam Ramírez

Hacia 2020, las cadenas minoristas prevén generar ventas por mil 733 mil millones de pesos, con una tasa de crecimiento anual de 2 por ciento, sin embargo, el canal de mayor crecimiento serán las tiendas conveniencia, con una tasa de crecimiento anual del 6 por ciento, indicó la agencia de investigación de mercado Euromonitor Internacional.

“Esto será debido a la proximidad de las tiendas de conveniencia a los consumidores gracias a la rápida expansión de las principales cadenas Oxxo y 7-Eleven, junto con los servicios de valor añadido que ofrecen”, refirió la agencia.

En esta competencia por captar a los consumidores, las principales cadenas minoristas después de Walmart de México son Organización Soriana, Chedraui y la empresa mexicana naciente La Comer.

Durante 2015 Soriana registró ingresos por 109 mil 380 millones de pesos, que representaron un crecimiento de 7.4 por ciento respecto a 2014. Dicha cadena compite en el mercado con 682 tiendas en cuatro formatos.

Cabe recordar que en enero pasado, la compañía adquirió 143 tiendas de Comercial Mexicana luego de un año de haber anunciado su intención de compra.

Por su parte, Grupo Comercial Chedraui, cuyas ventas de autoservicio en México crecieron 6 por ciento al sumar 57 mil 808 millones de pesos en 2015, suma un total de 224 tiendas.

La Comer, compañía dedicada al comercio al menudeo en tiendas de autoservicio, nació el 4 de enero tras la escisión de Controladora Comercial Mexicana (Comerci) opera con 54 tiendas: 16 bajo el formato de Megas, 12 Sumesa, 10 Comercial Mexicana, seis City Market, cinco Fresko, cuatro Bodegas, y una unidad Alprecio.

Por otra parte, dentro del canal de conveniencia, la cadena Oxxo compite con su rival más fuerte 7-Eleven, fundada en México en 1976 en Monterrey, con la asociación de Iconn y 7-Eleven, Inc.

De acuerdo con información en su página de internet, esta compañía se encuentra por debajo de Oxxo con más de 1,700 tiendas en varias zonas de la República tales como Baja California, Coahuila, Ciudad de México, Estado de México, Jalisco, Nuevo León, Sonora, Tamaulipas, Yucatán y Quintana Roo.

La Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio (Antad), que integra a autoservicios como Walmart, departamentales como Liverpool y especializadas como Oxxo, prevé para este 2016 un crecimiento a tiendas totales de 6.9 por ciento y de a tiendas iguales de 3.9 por ciento. M