

Retailers bajan ritmo de apertura de tiendas por débil consumo

Ante el débil **consumo en México**, las **cadena de autoservicios** han invertido con cautela para la apertura de nuevas tiendas, incluso, algunas han tenido que cerrar, por lo que llevan un atraso en sus expectativas de crecimiento para 2014, señalaron expertos.

Las grandes cadenas de retail se han contagiado de la cautela observada en los consumidores. El sector integrado por **Walmart, Chedraui, Controladora Comercial Mexicana y Soriana** registró al mes de julio de 2014 un avance de apenas 10 por ciento en sus metas de crecimiento de piso de ventas fijadas para el presente año.

Por empresa, **Walmart** puso en operación **26 tiendas en los primeros siete meses del 2014** cubriendo sólo **un 15%** del aumento en capacidad que prometió ante inversionistas en febrero pasado con motivo del “**Walmex Day**”.

“El atraso que registran tiene que ver con una mayor cautela de las empresas ante la debilidad en el consumo. Invertir en un entorno de ventas flojas las lleva a presionar sus márgenes de ganancia”, mencionó un analista del sector bursatil.

Chedraui y Soriana registran un atraso aún mayor que **Walmart** en su programa de crecimiento al reportar **avances en la expansión de su área de ventas de 8% y 0.5%**, respectivamente. Llama la atención el caso de **Comercial Mexicana**, que si bien ha inaugurado 5 unidades, cerró cuatro de mayor tamaño, por lo que su área de ventas se ha reducido en **más de 4 mil 500 metros cuadrados**.

Los **grupos comerciales** suelen concentrar más del 50 por ciento de las aperturas de tiendas en el último trimestre de cada año para aprovechar la temporada de Navidad.



Retailers bajan ritmo de apertura de tiendas por débil consumo

En 2013, **Soriana** fue la única empresa del sector de autoservicios que cumplió con su programa de expansión, las demás recortaron sus planes de crecimiento. **Walmart de México** podría ajustar su plan de crecimiento, como lo hizo su matriz **Walmart Stores**, lo cual es muy factible de acuerdo con algunos analistas.

En conjunto, este año los cuatro **grupos de autoservicio** pretenden abrir **335 tiendas** y ejercer inversiones de capital cercanas a los **23 mil millones de pesos**. **Un 65% de este monto corresponde a Walmart** que se propuso expandir en **5.2% su área de ventas en México**, que los analistas estiman derivará en la apertura de alrededor de **280 tiendas**, la mayoría del formato **Bodega Aurrerá**. La modesta expansión de los autoservicios ha traído un círculo vicioso: un menor crecimiento en piso de ventas se traduce en una pobre alza en flujos para invertir en nuevas tiendas.

El pasado 27 de agosto, **Comercial Mexicana** reveló que continúa analizando alternativas estratégicas, las cuáles podrían incluir; venta, fusión o adquisición de sus negocios. **Chedraui** también informó que la ejecución de su plan de negocios siempre considera diversas opciones estratégicas para su crecimiento, incluyendo adquisiciones y fusiones. Para los analistas, el atraso en los planes de expansión de estos grupos tendría que ver también con la posibilidad de que concreten alguna operación.

***Con información de la página www.gcretailindetail.com**

