

De jefes

Opine usted:  
empresas@elfinanciero.com.mx



El gigante español que competirá con Oxxo

¿Usted es de los que compra en las tiendas de conveniencia de las gasolineras? Una marca de combustible que quiere ser líder en México es la española Repsol, la cual tiene claro que para lograrlo deberá rodearse de los mejores servicios, incluido el de las tiendas de conveniencia.

Nos dijeron que como parte de esto, la compañía que en México dirige **Esteban Gimeno** trabaja en lo que califica 'un ambicioso proyecto', que incluye la operación de su propia cadena de tiendas de proximidad adjuntas a sus estaciones de combustibles. ¿El objetivo? Complementar el servicio que presta a sus clientes e incluso, atraer más consumidores.

En México operan más de 12 mil gasolineras, de las cuales alrededor del 32 por ciento cuenta con una tienda de conveniencia.

A la fecha, más del 80 por ciento de las estaciones que tienen tienda son manejadas por Oxxo. Gimeno y su equipo están conscientes que para tener éxito en México deben diferenciarse de la competencia e innovar en un negocio donde las multinacionales Shell, BP y Total también buscan despegarse de Oxxo.

Para el periodo 2017-2020 firmas como BP, Shell y G500 tienen prevista la apertura de alrededor de 3 mil 125 gasolineras y un número similar de tiendas con sus propias marcas.

Por su parte, Total impulsa su modelo de tienda llamado 'Bonjuor', donde ofrecerá el 'pan francés', mientras que Petro Seven (de 7-Eleven) refuerza su presencia en el norte de México. A esto, agréguele que eventualmente llegarán marcas como 'On the Run' de ExxonMobile y 'Extramile' de Chevron. ¡Te hablan Oxxo!

La competencia mexicana de Crepes & Waffles

¿Conoce Crepes & Waffles? Es una cadena de restaurantes colombiana con presencia en España, y varios países de América Latina como Ecuador, Panamá, Chile y México. A 'suelo azteca' arribó en 2001 y actualmente opera 10 establecimientos.

Nos dicen que este año la firma sudamericana tendrá en México un nuevo competidor: La Crêpe Parisienne –propiedad de Grupo MYT–, que pasará de los kioscos a los restaurantes, lo que permitirá ampliar su menú con waffles y café, entre otras cosas.

"El mexicano responde a la oportunidad de varios consumos de impulso, queremos mejorar la oferta en postre y comida ligera", nos contó **Carlos**

**Mier y Terán**, CEO de Grupo MYT, el cual opera restaurantes como Moshi Moshi, El Imperial y Cocina Abierta. Actualmente, La Crêpe Parisienne maneja 14 unidades bajo el concepto de islas al interior de los malls. Mier y Terán se ha fijado como meta abrir un promedio de seis unidades al año, entre kioscos y restaurantes.

Para los segundos, busca locales de 40 a 100 metros cuadrados situados en la calle y en zonas de esparcimiento familiar. ¿Algún 'localito' que le ofrezca?

2019 ¿año de consolidación para Gruma?

No cabe duda que 2018 fue un año movido para **Gruma** en materia de crecimiento orgánico. Entre otras cosas, el mayor productor de harina de maíz y tortillas del mundo realizó ampliaciones en algunas de sus plantas de producción y unicornamiento de Estados Unidos, Rusia, Georgia e Inglaterra.

Además, en Puebla construyó una nueva planta de tortillas que arrancó operaciones en octubre pasado.

Le contamos que después de este dinamismo, la multinacional que dirige **Juan González** planea para 2019 realizar inversiones de capital (Capex) en un rango de 100 a 120 millones de dólares, casi la mitad de los 209 que ejerció el año anterior.

**Raúl Cavazos**, director de Finanzas y Planeación de **Gruma**, detalló en conferencia con analistas que este año la inversión se enfocará a consolidar las ampliaciones de capacidad que hicieron en 2018.

Atinada decisión, ante un entorno de menor crecimiento a nivel mundial, ¿no cree?

