

Fecha 22.04.2014	Sección Empresas y Negocios	Página pp-22
----------------------------	---------------------------------------	------------------------

CAÍDA DE
4.4%

EMPRESAS Y NEGOCIOS

tuvo Sam's Club en el formato de club de precios en el 2013, lo que impulsó a la baja las ventas de Walmart México en ese mismo año.

EN EL 2013 AFECTÓ RESULTADOS

Sam's Club desacelera el carrito de Walmart

Ivette Tejeda

EL ECONOMISTA

ESTE AÑO implicará importantes retos para Walmart, pues la compañía, que ya se ha visto afectada por la desaceleración en el consumo y que disminuirá además sus márgenes por la reducción de precios que ha implementado en algunos de sus formatos, se enfrenta además a que Sam's Club, su formato de club de precios, pese a ser el líder en el sector, no le ha generado buenos resultados.

Así, para el primer trimestre del año, Ana Cecilia González de Monex prevé que los márgenes operativos y EBITDA de la cadena minorista que dirige Scot Rank se ubicarán en 6.6 y 8.7% respectivamente, lo que implica una contracción de 0.1% en ambos con respecto al mismo periodo del año previo.

“Lo anterior derivado de una agresiva campaña de precios bajos, la cual, en este caso, también se llevó a cabo en los formatos dirigidos a un nivel socioeconómico mayor (Superama). Consideramos que esta estrategia tiene como objetivo principal aminorar el impacto de la reforma hacendaria”, explicó la analista de Monex.

Y es que, además, la cadena ha sido una de las principales afectadas del sector autoservicio, pues en lo que va del año sus ventas en tiendas con más de un año de operación han caído 2.5 por ciento. Lo anterior se suma a que durante el 2013 tuvo una reducción de 1.3 por ciento.

En tanto, las ventas de la **Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales (ANTAD)**, de la cual forma parte

la cadena minorista, han reportado caídas en sus ventas mismas tiendas en los tres primeros meses del año.

SAM'S LASTRA RESULTADOS

Aunado se encuentra el endeble desempeño que ha tenido Sam's Club, el formato de club de precios de la minorista, y que fue reconocido por Scot Rank en la última conferencia con inversionistas de Walmart de México.

Para el último trimestre del año pasado, las ventas a unidades iguales de la emisora disminuyeron 1.4%, no obstante, de acuerdo con Alejandra Marcos, analista de Intercam, dicho impacto se hubiera reducido a 0.1% descontando a Sam's Club. Para el acumulado del 2013, el club de precios tuvo una caída de 4.4% en sus tiendas con más de un año de operación.

Sam's Club aporta 22% de los ingresos totales de la empresa, equivalentes a 93,300 millones de pesos para el 2013, y del 2003 al 2013 tuvo una tasa de crecimiento promedio en ventas anual de 10.4%, que contrasta con 17.7% que reporta Bodega Aurrera, el formato fuerte de la cadena minorista. Dicho resultado es apenas superior al de Suburbia, que tuvo una tasa de 8.3% para el mismo periodo.

El formato de club de precios de la minorista tiene una participación de 74.9% en el segmento de clubes de precios en México, de acuerdo con Euromonitor International. No obstante, la empresa reconoce que ha perdido diferenciación entre autoservicios y departamentales, lo que le ha mermado el crecimiento en ventas.

claudia.tejeda@eleconomista.mx

0.1%

estima Monex que se contraerá en el primer semestre, pues los márgenes operativos se ubicarán en 6.6% y EBITDA en 8.7 por ciento.

75%

es la participación de la minorista en el segmento de Club de Precios en México, de acuerdo con Euromonitor International.

