

CFO de Femsa por Oxxo: “Chile es un entorno más desafiante para nosotros, con minoristas más sofisticados”

La compañía mexicana propietaria de Oxxo, Farmacias Cruz Verde y Maicao, realizó un análisis detallado de su desempeño durante el segundo trimestre de 2024. Martín Arias, CFO de la empresa, subrayó que el entorno en Chile ha presentado mayores desafíos en comparación con Brasil y Colombia, a pesar de que estos últimos son mercados más grandes. La competencia con minoristas sofisticados en Chile ha exigido un mayor esfuerzo por parte de la firma. En la división de Salud, Femsa reportó resultados mixtos, con un crecimiento en Colombia y estabilidad en Chile, y con disminuciones en México y Ecuador.

LEONARDO CÁRDENAS

El gigante mexicano Femsa -dueña de Oxxo, Farmacias Cruz Verde y Maicao- hizo un balance sobre su gestión al cierre del segundo trimestre de 2024.

El director de Finanzas (CFO en su sigla en inglés), Martín Arias, abordó la situación de Oxxo Chile, dando cuenta de similitudes y diferencias de su operación con la matriz mexicana. La tienda de conveniencia forma parte de la división que la mexicana denomina como Proximidad América, con 23.680 tiendas, según su último reporte financiero.

“Estamos luchando más en Chile que en Brasil y Colombia. Eso es una buena noticia, porque Brasil y Colombia son los países más grandes. Pero Chile es un entorno más desafiante para nosotros, con minoristas significativamente más sofisticados que tienen una propuesta de valor de conveniencia significativamente más desarrollada que (la que) diría que estamos encontrando en Colombia o Brasil”, explicó en la última conferencia con analistas financieros realizada a fines de julio.

También señaló que los formatos son bastante similares en muchos aspectos, en términos operativos. Pero respecto de lo que se vende en la tienda, dijo hay una combinación diferente. Por ejemplo, indicó, “nos encantaría tener la mezcla de alimentos que tenemos en Colombia en comparación con lo que tenemos en México. Cuando se desarrolló esa propuesta en Colombia, la propuesta de valor con la que estamos avanzando en términos de nuestra expansión se hizo clara después de algunas pruebas y errores de que el consumidor colombiano en ese formato necesitaba tener ofertas de alimentos significativamente más amplias de lo que estábamos ofreciendo en México en ese momento. Los tipos de ofertas de alimentos que haces son completamente diferentes. ‘Pao de queijo’ en Brasil es un poco como un alimento básico de confort, mientras que en el resto de América Latina no significa absolutamente nada”.

“Así que en ninguna de las tiendas en América del Sur, por ejemplo, tenemos servicios. Uno, porque no tenemos la escala para que esos



servicios realmente se paguen a sí mismos. Hay países con diferentes niveles de penetración bancaria. Oxxo es un país que en términos financieros es bastante diferente a México. Entonces la propuesta de valor en servicios no va a venir realmente de servicios. Pero la comida tiende a ser un negocio de margen más alto. Así que quieres centrarte en la comida. Así que las propuestas, cada una de ellas son diferentes”, sostuvo.

“Fuera de México, aceleramos nuestra expansión en Brasil, Colombia, Chile y Perú, además de mejorar continuamente nuestras propuestas de valor basadas en las necesidades de los clientes de cada país. Agregamos 544 unidades durante el año para alcanzar 1.336 nuevas tiendas netas, lo que nos sitúa por delante del objetivo y subraya no sólo el impulso logrado en México, sino también el fuerte ritmo que tenemos ahora en Latinoamérica, especialmente en Colombia y Brasil”, añadió el ejecutivo.

Según el último reporte anual de Femsa en 2023, la compañía contabilizó 343 puntos de venta de tiendas Oxxo en Chile.

Un reciente informe de Xbrein reveló que las tiendas de conveniencia en la Región Metropolitana crecieron 300% desde 2018. De acuerdo al estudio, la participación de mercado es liderada por Punto, seguida de Oxxo, Pronto, Spacio 1, Castaño, Upita, Maxi K, Ok Market, XS Market, Get It y otras.

El 13 de agosto de 2015, Pulso dio a conocer la compra de Cruz Verde por parte de Fomento Económico Mexicano (Femsa) y el anuncio se hizo coincidir con la visita de la Presidenta Michelle Bachelet a México.

SALUD

Al mismo tiempo, el ejecutivo de Femsa, comentó los resultados de la división de Salud, que considera Farmacias Cruz Verde, cadena que cuenta con presencia en Chile y Colombia.

“En nuestra división de Salud, vimos una mejora secuencial en nuestra operación de ventas al por menor de más rápido crecimiento en Colombia, combinada con resultados estables en Chile, pero nuevamente enfrentamos vientos competitivos en contra en Méxi-

co, y estamos enfocados con precisión en nuestros planes de cambiar la trayectoria en ese mercado para alinearlos con la dinámica positiva que vemos en otras partes de Femsa”, planteó.

En su último reporte financiero, Femsa detalló que “los ingresos totales (de la división Salud de todo el grupo Femsa) disminuyeron 0,4% en el 2T24 (segundo trimestre del 2024) en comparación con el 2T23, impactados por varios factores, como la persistencia de un entorno competitivo negativo en México, junto con una disminución en Ecuador. Estos efectos fueron parcialmente compensados por el crecimiento de los ingresos en Chile y Colombia”.

“La utilidad de operación (de Salud) alcanzó el 4,1% de los ingresos totales, reflejando una disminución de 14,8%, representando una mejora secuencial en comparación con la caída de 40% en el 1T24, explicada principalmente por el crecimiento de la utilidad de operación en Colombia y los resultados estables en Chile, compensados por la disminución en México Ecuador”, agregó. ●