

DESTACAN FORTALEZA DEL NEGOCIO

Chedraui colocaría deuda por mil mdp

La compañía podría realizar una o varias emisiones por esa cantidad, según Fitch

POR ERÉNDIRA ESPINOSA
erendira.espinosa@ginon.com.mx

La cadena minorista Chedraui busca colocar deuda de corto plazo en el mercado, para lo cual tiene un programa por hasta mil millones de pesos.

Según la calificadora Fitch Ratings, la tercera empresa de autoservicios más importante del país podrá realizar una o varias emisiones hasta por dicha cantidad, aunado a que cada emisión contará con sus propias características en cuanto al monto, tasa de interés y plazo para su vencimiento, pudiendo ser de entre siete y 364 días.

Para esta firma, la empresa que dirige Antonio Chedraui, tiene la "más alta capacidad de pago oportuno de los compromisos financieros respecto de otros emisores y obligaciones en el mismo país", por lo que su riesgo de incumplimiento es menor.

Adicionalmente ésta tiene un perfil de liquidez particularmente fuerte por la solidez del negocio, eficiencia operativa, diversificación geográfica en México y Estados

Sólido avance

Las acciones de la empresa han mostrado una racha de ganancias. En la última jornada escalaron 0.29 por ciento.

Chedraui (pesos por título)



FUENTE: Económico

25
ESTADOS
del país y Estados Unidos son en los que tiene presencia la firma

Unidos, además de un flujo de efectivo positivo.

Con potencial en EU

La calificadora destacó que la estrategia comercial de la empresa busca ofrecer los precios más bajos del mercado.

Esto mediante un proceso de comparación diaria respecto a la competencia en la zona de

influencia en que opera.

Actualmente la firma tiene presencia en 25 estados del país y el Distrito Federal, pero también posee tiendas en California, Arizona y Nevada, Estados Unidos (EU), mismas que están enfocadas principalmente a clientes México-americanos.

Fitch explicó que Chedraui tiene "un potencial de crecimiento muy importante en Estados Unidos", ya que se estima que existen más de 50 millones de hispanos, de los cuales casi 66 por ciento son de origen mexicano.

Al cierre de marzo la firma operaba 199 tiendas en la República Mexicana y 45 en Estados Unidos, mientras que en 2009 tenía 142 tiendas en el país y 21 en el mercado vecino.