

ADOPTARÁN ESTRATEGIAS Y MEJORES PRÁCTICAS COMERCIALES

# Julio Regalado, ahora en Soriana

Tras vender activos, la *Cómer* buscará explotar formatos como City Market

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

Aunque venderá la mayoría de sus activos, Controladora Comercial Mexicana no sale de la jugada, pues inclusive creará una empresa cuyo crecimiento será agresivo, reveló José Calvillo, director de Finanzas de la compañía.

En entrevista con *Excelsior*, el ejecutivo comentó que la empresa, que se quedará con los formatos Fresko, City Market y Sumesa, (que no se vendieron a Soriana por su alta rentabilidad) duplicará su tamaño en seis años y el plan es abrir 40 unidades, para sumar un total de 80.

“Esto será mediante crecimiento orgánico, abriendo una por una; sin embargo, estamos dejando flexibilidad de poder comprar algo para acelerar el crecimiento, tener un nivel de caja alto nos permitirá crecer mucho más rápido.”

Es importante recordar que para vender sus activos, la *Cómer* decidió dividirse en dos empresas que cotizarán simultáneamente en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV); una de ellas se llamará *Comerci* y será la que adquiera a Soriana mediante una oferta de compra de acciones.

Según Calvillo, el proceso completo, que incluye tanto la obtención de los permisos necesarios para la operación como la creación de las dos compañías y la oferta de compra en la BMV concluirá, aproximadamente, “después del verano, entre septiembre y octubre de este año”, precisó.

Es a partir de este momento cuando la empresa se enfocará de lleno al plan de aperturas de City Market, Fresko y Sumesa, aunque esta empresa aún

no tiene nombre, reconoció Calvillo, pero sí planes agresivos de expansión.

**Siguen los Miércoles de Plaza**

Calvillo explicó que en el carrito de compras de Soriana no están incluidas marcas y *slogans* como Miércoles de Plaza o vas al Súper o a la *Cómer*.

“Soriana compró la operación del negocio, dentro de eso se llevó ofertas y marcas de campañas publicitarias: Julio Regalado, el Monedero, Despensa del Hogar. Nosotros, que estamos más enfocados en lo que son áreas de comida, nos quedaremos con Miércoles de Plaza, Carnisalchichonería y Vas al súper o a la *Cómer*.”

Expuso que el nombre de Comercial Mexicana y el logo del pelícano podrán ser usados por Soriana por dos años y medio, tras lo cual estos dos conceptos volverán a manos de sus creadores.

**Un nuevo comienzo**

José Calvillo, quien participó en el rescate financiero de Comercial Mexicana, reconoció que la venta de activos sí genera un poco de nostalgia.

“Es parte del proceso natural de una empresa que está evolucionando. Ahorita que estamos teniendo la posibilidad de crear nuevos negocios, creemos que un futuro muy bueno nos espera. Por supuesto es una empresa con más de 80 años y vender la parte fundamental del negocio ha sido para la gente que lleva muchos años muy difícil, pero ven que es una oportunidad para transformarse”, comentó el directivo.

Y AHORA...



HA TERMINADO



Esta operación le permitirá a Soriana reducir la brecha con sus competidores

Soriana pagará la compra de Comercial Mexicana en cuatro años.

Para lograrlo colocará acciones y venderá algunos activos, afirmó Ricardo Martín Bringas, presidente de Soriana.

De acuerdo con el directivo, la compañía proyecta una emisión de capital por entre 500 y 600 millones de dólares, además de una venta de activos por aproximadamente 120 millones de dólares.

En conferencia telefónica, y al ser cuestionado sobre el cambio de nombres de las tiendas Comercial Mexicana a Soriana, el empresario sostuvo que por un tiempo se mantendrán igual y posteriormente se realizaría el cambio; sin embargo, estrategias comerciales como Julio Regalado sobrevivirán.

“Seguiremos trabajando igual para no moverle nada al consumidor; por supuesto que vamos a aprovechar todas las sinergias, pero siempre y cuando no afecten el curso ordinario de la operación del negocio”, dijo.

Afirmó que “la adquisición de elementos estratégicos del negocio, como la plataforma comercial, los sistemas de logística o incluso elementos en términos de mercadotecnia, marcas y campañas como Julio Regalado asegurarán la buena continuidad operativa y entrega de resultados de las tiendas adquiridas”, además de que “abren una oportunidad relevante de sinergia cruzadas entre empresas”.

**Ocho años de crecimiento**

Cabe recordar que en 2008 Soriana adquirió las tiendas Gigante, operación que marcó su incursión en la zona centro del país.

Ahora, con 160 unidades de Comercial Mexicana, Martín Bringas dijo que la compañía está más preparada para este tipo de transacción y que mantendrá su grado de inversión.

“Nos preparamos para este momento fortaleciendo nuestro balance en los últimos años, a través del desapalancamiento de la compañía, hoy nos permite realizar esa transacción con total seguridad”, afirmó el directivo.

Sin embargo, ayer Fitch Ratings colocó en observación negativa a Soriana, debido al incremento en sus indicadores de apalancamiento, por lo que una vez que concluya la transacción la firma determinará si baja las calificaciones de la cadena minorista.

A decir del empresario, una parte fundamental del trato, que implica quedarse con más de 80 por ciento de *Comerci*, será “sacarle provecho” a la experiencia de la empresa, adoptando sus mejores prácticas comerciales.

La transacción se hizo para acercarse más a sus competidores (como Walmart), pues con esta medida la participación de mercado de Soriana en el sector será de 22 por ciento. En cuanto a los empleados de la cadena, se acordó que 21 mil 300 pasarán a formar parte del equipo de Soriana.

Al cierre de la jornada de ayer, las acciones de Soriana pasaron de 37.27 a 36.01 pesos, mientras que las de la *Cómer*; de 49.14 a 46.37 pesos, que convirtió a la emisora en la de mayores pérdidas de la jornada.

5.64  
POR CIENTO

descendieron las acciones de Comercial Mexicana en la jornada de ayer



3.38  
POR CIENTO

perdieron los títulos de Soriana en la última sesión bursátil en la BMV

