

Señalan que a Soriana le cuesta lograr un buen posicionamiento

Estiman riesgosa compra de La Comer

Prevén que la prueba para la minorista será el manejo de Julio Regalado

ARELY SÁNCHEZ

La operación de compra de Comercial Mexicana por parte de Soriana, es complicada, riesgosa y pretenciosa, advierten analistas del mercado.

La semana pasada, la empresa anunció la adquisición de 160 unidades de La Comer por 39 mil 193.7 millones, operación que todavía está bajo estudio de las autoridades de competencia.

“No nos gusta la transacción, (...) nos parece que Soriana no está en condiciones de consolidar el mercado. Se encuentra en un serio programa de remodelaciones que no sabemos si finalmente le dará resultados.

“Además creemos que Soriana no ha mostrado ser eficiente en sus adquisiciones”, dijo Alejandra Marcos, analista de Intercam Banco en un reporte.

Agregó que a pesar de que han pasado casi siete años después de la adquisición de Gigante, a Soriana le ha costado mucho trabajo la conversión de tiendas y lograr un buen posicionamiento en el mercado, que cada vez se torna más

Podrían desbancar a Oxxo

SILVIA OLVERA

Tras la compra de Comercial Mexicana, Soriana podría recuperar el segundo lugar en ventas de minoristas en el País que durante el primer trimestre de 2014, Oxxo le arrebató.

En ese lapso, de acuerdo a reportes trimestrales de las empresas, la división comercio de Fomento Económico Mexicano estuvo por arriba de Soriana en 2.3 por ciento, y en los siguientes periodos la brecha se hizo más marcada, con 12 y 17 por ciento en el segundo y tercero, respectivamente.

Durante el acumulado de los primeros nueve meses de 2014, las ventas de Soriana fueron por 73 mil 93 millones de pesos, 10.6 por ciento por debajo de las de Oxxo, que sumó 80 mil 812 millones de pesos.

Cuando un año previo en

ese mismo periodo, Soriana reportó ingresos por 76 mil 326 millones de pesos, 5.9 por ciento más que la división comercio de Femsas que fueron 71 mil 848 millones de pesos.

Pero analistas dicen que con la adquisición de Comercial Mexicana, Soriana volvería a ocupar el segundo sitio, después de Walmart, lo que le daría oportunidad de tener mejor negociación con sus proveedores.

De enero a septiembre, Comercial Mexicana tuvo ventas por 35 mil 816.5 millones de pesos, por lo que los analistas dicen que cuando se consoliden sus ingresos con los de Soriana, tendrá un segundo más alejado del tercero de Oxxo.

Si las autoridades aprueban la compraventa, Soriana se quedará con entre el 78 por ciento de los ingresos de Comercial Mexicana.

competido.

“Además, necesariamente aumentará de nueva cuenta su nivel de apalancamiento, cuestión que a la propia empresa le incomoda”, alertó.

Ricardo Martín Bringas, director de Organización Soriana, reveló que la deuda neta en relación al flujo operativo de

la compañía aumentará a 3.3 veces tras el pago de los cerca de 39 mil 193.7 millones de pesos por los formatos Comercial Mexicana, Mega, Bodega Comercial Mexicana y Alprecio.

La calificadora Fitch Ratings sostuvo en un comunicado que el monto de endeudamiento podría resultar en una

rebaja en la calificación crediticia de Soriana de varios niveles, una vez que se concrete la transacción.

Por su parte, Verónica Uribe, analista de consumo de Grupo Financiero Monex, coincidió en que Soriana no ha demostrado ser un eficiente operador de tiendas de autoservicio.

“Va a ser todo un reto mantener al tipo de consumidor que tienen las Mega y las tiendas Comercial Mexicana. Sin duda, su prueba de fuego será el manejo de Julio Regalado, que es la temporada de ventas más importante y donde Controladora Comercial Mexicana lograba obtener hasta 25 por ciento de sus ventas anuales”, expuso.

Insistió en que el plan de Soriana de reducir drásticamente su deuda después del primer año de la transacción es ambicioso, considerando el entorno tanto externo como interno de la economía y su repercusión en el consumo entre los mexicanos.

“Se puede beneficiar por la colocación accionaria prevista por hasta 600 millones de dólares, pero habrá que ver si tiene el crecimiento de las ventas esperado, para generar el flujo de efectivo necesario para comenzar a disminuir la deuda. Es bastante pretencioso”, recaló la analista de consumo de Grupo Financiero Monex.