

## De jefes

Opine usted:  
empresas@elfinanciero.com.mx



### Supercito, el nuevo 'carrito' de Chedraui

¡Agárrate Oxxo!, porque Chedraui ya identificó que la proximidad es la clave para el crecimiento en ventas durante esta temporada de aislamiento, que ya se amplió hasta el 30 de mayo, para evitar los contagios de la pandemia del coronavirus.

Resulta que, en el primer trimestre del año, su marca Supercito presentó crecimientos de entre 20 y 30 por ciento en ventas a tiendas comparables, impulsado, en parte, por el hecho de que muchas familias han optado por hacer sus compras en los comercios que les quedan más cerca.

Los Supercito son un modelo de tienda similar a los Oxxo, pues en unidades de menos de mil metros cuadrados meten productos necesarios para la despensa.

Este modelo de tiendas nació en 2017 y hasta el cierre del primer trimestre de este 2020 ya tienen 33 Supercitos, que representan el 16.6 por ciento del total de sus 198 tiendas.

“Hemos visto un fuerte crecimiento en las tiendas de proximidad, de nuestra marca Supercito, estaremos invirtiendo en crecer esta división, ha presentado crecimientos a tiendas comparables de entre el 20 y 30 por ciento”, reveló en conferencia con analistas **José Antonio Chedraui Eguía**, director general de la cadena comercial.

Aunque se adelantó que Chedraui podría registrar una reducción de 16.6 por ciento en su Capex de este 2020 para rondar en los 2 mil millones de pesos de inversión, Chedraui Eguía afirmó que no se recortarán los planes de expansión de 30 nuevas tiendas, de las cuales 20 serán del formato Supercitos.