



¿Carlos Slim dirá adiós a Sears en 2024?

Desde 2021, Patrick Slim Domit, director general de Grupo Sanborns, puso sobre la mesa la posibilidad de cambiar de nombre a las tiendas Sears.

La relación de Carlos Slim con Sears tiene casi 3 décadas de historia y aunque en Estados Unidos la cadena de tiendas departamentales arrastra una historia difícil, en México ha sido diferente, ya de la mano de Grupo Sanborns, continúa con la apertura de unidades e incrementando sus ventas, pero la historia podría cambiar.

En 2024 vence el contrato de licencia que tiene el hombre más rico del país con la estadounidense Transform, dueña de la marca, el cual fue firmado la última vez en 2010 y renovado en 2017 por siete años más, por lo que vencería el 30 de septiembre del próximo año.

El contrato establece un pago por parte de la operadora mexicana del 1% a Sears Estados Unidos sobre los ingresos por venta de mercancía, a través del cual se le permite la utilización del nombre, tanto en su razón social, como en sus tiendas, además de la explotación de las marcas propiedad de la americana.

Actualmente, la cadena de tiendas departamentales es la joya de la corona de Grupo Sanborns, ya que de los 64,807.3 millones de pesos que obtuvo como ingresos en 2022, Sears contribuyó con 30,134.9 millones de pesos, el 46.4%; mientras, Sanborns, Dax y Saks generaron el 27.3% en su conjunto, llegando a 17,711.4 millones de pesos; en tanto que las tiendas iShop y Mixup sumaron el 25.8%, es decir, 16,738.7 millones de pesos.

Forbes México buscó a la empresa sobre su intención de renovar o no el acuerdo para el uso de la marca, pero no obtuvo respuesta; sin embargo, en 2021, Patrick Slim Domit, director general de Grupo Sanborns, puso sobre la mesa la posibilidad de cambiar el nombre de su cadena de tiendas departamentales.

“La realidad es que funciona y está muy bien posicionada en México, sí a veces ha sido un obstáculo para conseguir algunas marcas... Nos gusta el nombre, pero hay que esperar a ver, tendría sus ventajas y desventajas. Por un lado, es lo que ya se construyó y la desventaja es la regalía y otra que al oído de la marca comparan y tiene más la referencia del tipo de tienda en Estados Unidos”, dijo en una llamada con analistas.

Cabe recordar que en 2022 Grupo Sanborns decidió no renovar el contrato el contrato con Saks Fifth Avenue, por lo que la empresa cerró la tienda que operaba con esta marca ubicada en la zona de Santa Fe, en la Ciudad de México y fue sustituida por un Sears.

¿Cómo ha evolucionado Sears en México de la mano de Slim?

Hasta el 30 de junio de 2023, Sears contaba con 97 tiendas, una tienda menos respecto al 2022, luego del cierre de su sucursal ubicada en Mérida, Yucatán; no obstante, en la última década ha abierto 17 unidades, ya que en 2013 contaba con 80 sucursales.

El año pasado, las ventas de la cadena alcanzaron los 30,134.9 millones de pesos, lo que representó un incremento de 23.6% respecto a los 24,364.7 millones reportados en 2021, con lo cual creció ligeramente más que su controladora, ya que los ingresos de Grupo Sanborns llegaron a 64,807.3 millones de pesos, un avance anual de 22.4%.

Mientras, entre enero y marzo de 2023, sus ventas llegaron 7,073.7 millones de pesos, un 23.2% más en comparación con los 5,740.6 millones de pesos registrados en el primer trimestre el año pasado; sin embargo, en su reporte financiero del segundo trimestre de este año, la empresa no desglosa la aportación de este negocio.

No obstante, indica que Sears registró un incremento en ventas totales, ya que después de centrarse en ropa de descanso y ropa deportiva durante casi dos años, los consumidores comenzaron a regresar a las oficinas y a los eventos presenciales, lo que favoreció a la cadena que mantuvo su enfoque en calzado y moda tanto casual como formal.

También ha buscado crecer su negocio en internet, con proyectos para mejorar el servicio de las tiendas físicas hacia los clientes de ecommerce, al ofrecer servicios de entrega exprés o en tienda el mismo días, así como el lanzamiento de su app hace algunos años.

A pesar de esto, sus ventas aún están lejos de sus competidores más cercanos, los cuales han registrado crecimientos más acelerados; por ejemplo, Liverpool reportó en 2022 ingresos por 176,033.7 millones de pesos, un crecimiento año contra año de 16.6%, los cuales también incluyen las operaciones de Suburbia.

Por su parte, Palacio de Hierro, otro de sus competidores en el negocio de las tiendas departamentales, alcanzó ingresos por 45,632 millones de pesos lo largo de los 12 meses del año pasado, lo que significó un incremento del 22.6%, respecto 2021.

Recientemente, **Fitch Ratings ratificó las calificaciones crediticias de Grupo Sanborns**, debido a su posición importante de mercado en el segmento de tiendas departamentales en México, la trayectoria y reconocimiento de las marcas Sanborns y Sears, diversificación de formato de tiendas, así como su perfil financiero conservador y flexibilidad financiera.

“Grupo Sanborns es uno de los tres participantes principales en el segmento de tiendas departamentales en México, con presencia en 62 ciudades del país. (...) Actualmente, la compañía se encuentra enfocada en el crecimiento del formato de tiendas Dax, así como en inversiones en modernización de equipos y plataformas tecnológicas, lo que debería de contribuir a mantener y fortalecer su competitividad en el mercado”, señaló la calificadora.

Fitch proyecta que los ingresos consolidados del grupo se incrementarán en torno a 19% este año y que el margen de EBITDA continuará en alrededor de 11%, además generará flujo de caja operativo suficiente para cubrir sus necesidades de capital de trabajo y plan de inversiones del año.