

Los cinco retos de la distribución en 2019

CHARO REYES | 26/12/2018 | Distribución Base Alimentaria



Para las principales cadenas de supermercados el próximo año está lleno de retos que tendrán que superar en un contexto de fuerte competencia, con un descenso en el número de consumidores, que, a la vez, se han vuelto más exigentes. La lucha para fidelizar al cliente implica una mejora de la experiencia en la tienda física, además de ofrecer la opción de comprar online. Algunas compañías, como Mercadona, afrontan el año desde una situación de liderazgo y fortaleza financiera; otras, como DIA, tienen por delante un ejercicio más complicado. Muchos frentes abiertos y doce meses para afrontarlos que se pueden resumir en cinco claves.

¿Cómo solventará DIA su situación financiera y accionarial?

El grupo cotizado está a punto de concluir un '**annus horribilis**' en el que su cotización en bolsa ha caído más de un 90%, ha tenido que realizar una bajada de sus beneficios ('profit warning') y dejar en suspenso el reparto de dividendos. Además, ha renovado su cúpula directiva y buena parte de su consejo y prepara un plan de salvamento que incluye la renegociación de su deuda, cifrada en 1.422 M en septiembre pasado, y una ampliación de capital por importe de 600 M. Al mismo tiempo, está en el aire la posibilidad de que su accionista mayoritario, el empresario ruso Mikhail Fridman, que actualmente controla un 29% del capital, lance una OPA o aparezca otro inversor y se le adelante.

¿Cómo finalizará la negociación de la deuda de Eroski?

La cadena vasca también tiene por delante una **importante negociación con su banca acreedora**. Afronta el pago de un tramo de deuda de 1.560 M que cumple en junio de 2019. La compañía insiste que no realizará más desinversiones en la red, tras vender buena parte de sus supermercados de la zona centro a DIA y una treintena de hipermercados a Carrefour. No obstante, sí ha optimizado su tejido comercial, con **cierres de centros poco rentables**, como su hipermercado de Cáceres. Además, ha conseguido liquidez con la venta de activos para continuar explotándolos en alquiler (operaciones de sale and lease back), con desinversiones como la reciente del Centro Comercial El Mirador de Las Palmas. Su propuesta a los acreedores consiste en el **pago de 300 M, generados con recursos propios, hasta 2024**. En 2017, consiguió reducir en 167 M su deuda financiera, elevando a 646 M el importe total amortizado desde hace tres años. Además, volvió a beneficios, tras estar nueve años en números rojos, al obtener un resultado neto de 33,2 M, lo que supone una mejora de 56 M respecto a los 22,8 M de pérdidas del año anterior.

¿Cómo acabará el conflicto accionarial de Bon Preu?

Con unas cuentas saneadas y una expansión incesante, **el grupo catalán Bon Preu se enfrenta a otros conflictos**. En su caso al enfrentamiento judicial entre sus accionistas, los hermanos Josep y Joan Font Fabregó. **La ruptura**, que se dirime en los tribunales, **puede acabar con la división del grupo, que en 2017 facturó 1.199 M** y ha sido uno de los inversores más activos del sector, con un desembolso de 147 M el pasado año, en su mayoría destinados a la construcción y modernización de establecimientos, pero también a la ampliación de su estructura logística. Solo en los últimos cinco años, Bon Preu ha puesto en marcha 33 establecimientos, entre ellos, 18 grandes superficies, siendo el operador más dinámico en la expansión de este formato. El mejor registro lo ha conseguido este año, con diez aperturas, seis de ellas hipermercados.

Mercadona afrontará su expansión a Portugal y online

Para la cadena valenciana, **2019 será emblemático porque será el año de su salida fuera de nuestras fronteras**, vía Portugal. Un reto que, entre otras dificultades, ha supuesto adaptar el surtido a las preferencias de los consumidores lusos, lo que supone que la mitad de las referencias que se encontrarán en estos nuevos supermercados serán distintas a las de los españoles. El grupo prepara la puesta en marcha de entre **ocho y diez establecimientos en el norte de Portugal** para el próximo ejercicio, con una inversión de unos 100 M. En paralelo, continúa con la renovación de su red en el mercado doméstico, mientras prepara la extensión de su nuevo supermercado online, tras lanzarla este año de manera experimental en Valencia.

¿Qué operaciones de concentración pueden realizarse?

Los rumores apuntan al **interés de Amazon por comprar algún operador europeo**, que podría ser de nuestro país, y también a la **posible desinversión de Metro en su filial española Makro**, la primera cadena del sector mayorista por superficie. No obstante, los hechos solo concluyen que DIA ha puesto a la venta su negocio de cash&carry. 'Max Descuento', la enseña con la que opera estos centros, cuenta con 35 establecimientos repartidos en siete comunidades autónomas (Andalucía, Aragón, Asturias, Castilla y León, Extremadura, Murcia y Comunidad Valenciana), con más de 35.000 m2 totales de superficie de venta y una plantilla que supera los 250 trabajadores. Su actividad reportó ingresos de 117 M en el ejercicio 2016 a Grupo El Árbol Distribución y Supermercados, la filial de DIA que los explota.

Alimarket