

Empresas

NOTICIAS A UN CLIC

Los pagos móviles en servicios como Apple Pay son una realidad lejana para Colombia

OMA moderniza tecnología para ser líder en venta de café

Nuevo edificio de Alpina reconocido por cuidar el medio ambiente

f Facebook

t Twitter

g+ Google +

✉ Mail

Sábado, Junio 6, 2015

Olímpica desbancó a Cencosud y alcanzó ingresos por \$4,2 billones

Ranking Sector 2.000	Razon social	Ingresos Operativos 2014	Variación 14/13 ingresos	Variación 14/13 Patrimonio	Utilidad Neta 2014	Variación 14/13 Utilidad neta
1	Almacenes Exito **	\$10.763.015	6,25%	3,8%	\$458.865	4,67%
2	Olímpica	\$4.247.683	11,14%	12,99%	\$104.479	12,22%
3	Cencosud Colombia	\$3.966.378	3,35%	3,02%	-\$265.705	8,99%
4	Colombiana de Comercio	\$3.535.072	15,12%	30,44%	\$100.530	14,64%
5	Sodimac Colombia	\$2.858.375	10,85%	3,81%	\$126.284	14,35%
6	Samsung Electronics	\$1.910.739	0,91%	20,07%	\$12.873	34,89%
7	Lg Electronics Colombia	\$1.511.780	19,75%	70,16%	-\$29.786	79,35%
8	Falabella Colombia	\$1.412.764	13,4%	6,76%	\$26.056	52,7%
9	Almacenes La 14	\$1.347.454	4,21%	0,10%	\$9.891	307,61%

Bogotá_ Aunque el líder del sector de comercio sigue siendo el Grupo Éxito con sede en Medellín, que tuvo ingresos operacionales por encima de \$10 billones en 2014, Olímpica, la superficie fundada por la familia Char hace casi 50 años, está dando pelea y ya sobrepasó a la chilena Cencosud.

En el reciente listado de las 2.000 empresas más grandes del país, realizado anualmente por la Superintendencia de Sociedades, liderada por Francisco Reyes, se pudo observar que con un ingreso operacional de \$3,9 billones, la firma del país austral le cedió el segundo puesto a la barranquillera, que además, terminó en la posición número 13 del listado general, tras vender \$4,2 billones.

Aunque Olímpica va en ascenso, con ganas de ponerle el pie a la compañía liderada por Carlos Mario Giraldo, aún sus ingresos no representan ni 50% de lo conseguido por la cadena de la francesa Casino.

Al crecimiento de Olímpica hay que destacarle que lo ha hecho sin meterse a competir en nuevos escenarios como internet, que no ha sido indiferente para grandes retailers como: La 14, Cencosud (Jumbo), y el Grupo Éxito que ya movieron su operación al ecommerce y así morder un mercado que movió el año pasado \$8 billones, dijo Marcelino Herrera, gerente para Colombia de Mercadolibre.com.

Cabe señalar que los chilenos alcanzaron una utilidad neta negativa de \$265.704 millones.

En 2013, cuando Cencosud apenas concretaba su primer año de operación en territorio nacional, no logró igualar las ventas que obtuvo Carrefour en 2012 (\$3,9 billones) pues para ese periodo. Easy Colombia S.A. (razón social con la que se hizo la compra) solo llegó a \$3,8 billones.

Para Raúl Ávila, analista de empresas, la competencia ha estado muy fuerte en el sector, ya que "cuando Cencosud decidió entrar al mercado nacional, otras marcas como el Grupo Éxito, Olímpica y La 14 empezaron a tener nuevas estrategias de mercadeo que le impidieron a la chilena desarrollar la propia".

Ávila también confirmó que la empresa no ha tenido un tiempo prudente para establecer su plan de acción en el país y apenas va a empezar a dar frutos. "Otras marcas ya se han posicionado en el mercado a raíz de que han trabajado con el paso de los años. Esto es justamente lo que le hace falta a Cencosud".

Santiago Roldán Zuluaga, docente de mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente, no estuvo de acuerdo con la apreciación de Ávila, y aseguró que la dificultad de la multinacional ha estado en que el público la percibió, desde el inicio, muy lejana. "No llegó pisando fuerte y no está siendo percibida como una marca 'chévere' como si lo era su antecesora".

El líder tenía 537 tiendas hasta el cierre de 2014

Hasta el cierre de 2014, el Grupo Éxito tenía 537 almacenes en todo el país. Los puntos estaban repartidos por marca de la siguiente manera: Éxito, 249; Surtimax, 153; Carulla, 90; y Super Inter, 46.

El año pasado compraron locales de la cadena Super Inter de Cali y la SIC les ordenó vender algunos puntos. De esos, cinco fueron adquiridos por Colsubsidio, cuatro de Super Inter y uno de Éxito. La transacción se dio a inicios de este año.

Las opiniones

Santiago Roldán Zuluaga

Docente de mercadeo de U. Autónoma

"Cuando se anunció la compra de Carrefour, el consumidor estaba esperando que se continuara con la campaña cercana al cliente y no pasó".

Raúl Ávila

Analista de empresas

"Luego de dos años de operación que completa la marca compitiendo en terreno local, se empezará a posicionar en el mercado".