

Título completo: El impacto de las tiendas OXXO sobre las tiendas de abarrotes.

Autores: Estibaliz Pinto, Gina Mayela Bastida, Izcairet de la Parra y Sara Patricia Nieva.

Profesor (es) Asesor (es): Centeocihuatl Virto

Escuela: Colegio Marymount

Área en que participa: Ciencias Sociales y Humanidades

Proyecto escolar

Antecedentes

Los mini-súpers y las tiendas de conveniencia, de tamaño mediano, registran un "boom" en nuestro país y su crecimiento en unidades supera con creces al de las tiendas tradicionales, las pequeñas. Un ejemplo de este fenómeno son las tiendas de la cadena OXXO.

Cada vez que una tienda OXXO abre, las ganancias de las tiendas de abarrotes cercanas a éstas tienden a bajar y en consecuencia muchas de las conocidas "tienditas" cierran. Lo importante de esto es ver cómo la tienda OXXO tiene un gran ventaja sobre los establecimientos menores empezando por las ganancias.

Acorde con los datos dados por FEMSA en su página de Internet, de los ingresos totales en el 2006, el 44% fue de refrescos, el 28% de la cervecería y el otro 28% fue de las tiendas OXXO. El grupo FEMSA tan sólo con las tiendas OXXO tuvo en el 2006, \$1,604 millones de pesos en utilidad.

Esta cadena de tiendas crece día con día y las cifras son alarmantes, tan sólo en la República Mexicana de enero a junio del 2006, setecientos seis tiendas fueron abiertas, lo que lleva a la apertura de una nueva tienda cada 12 horas y media. La misma empresa reportó en mayo del 2006 tener presencia en 270 municipios de México. Cuenta ya con más de 5,200 tiendas estratégicamente ubicadas en toda la república; en el estado de Morelos contamos con aproximadamente 54 tiendas OXXO y en Cuernavaca 45 en total.

El concepto comercial de OXXO está diseñado para satisfacer las necesidades de los consumidores, ofreciéndoles una serie de "ventajas" como cercanía, horario de 24 horas en muchos de los casos, fácil acceso, rapidez y comodidad de compra haciendo de su estrategia la venta de productos a la rápida vida cotidiana de las personas. Con esta estrategia es más difícil para las tienditas de abarrotes mantenerse en el mercado.

Se sabe que la estrategia de los grandes consorcios siempre ha sido la competencia desigual. Un ejemplo de esto fue cuando la Asociación Nacional de Abarroteros Mayoristas (ANAM) organizó una junta en el 2007 con empresas tales como: Coméxico, Bimbo, Grupo Modelo, Hérdex, Nestlé, Procter & Gamble y Colgate Palmolive. El objetivo fue tratar el tema de los autoservicios contra los micronegocios, así fue como en la reunión se sacaron cifras importantes, por ejemplo, cómo desde 1980 a la fecha la competencia a las tiendas de abarrotes ha incrementado el triple y que el margen bruto cayó del 29.1 de esa fecha al 16.4 actual. Las micro-pequeñas y medianas empresas son el soporte de las enormes economías de las potencias mundiales y en México no nos hemos dado cuenta de esto.

Objetivos

- Determinar el impacto que tienen las tiendas OXXO sobre las tiendas de abarrotes en Cuernavaca, Morelos.
- Informar a la población del poder del consumidor para contrarrestar este impacto a través de un documental.

Marco teórico

OXXO es la cadena más grande de tiendas de conveniencia en América Latina. Desde 1978 abrió sus primeros establecimientos comerciales en la ciudad de Monterrey. La cadena "OXXO" pertenece a un grupo llamado FEMSA (Fomento Económico Mexicano), la empresa de bebidas más grandes de México, que también está integrado por la cervecería Cuauhtemoc Moctezuma, donde han llegado a posicionarse en el mercado cervicero de

mayor crecimiento en América Latina, y por la embotelladora Coca-Cola FEMSA que es la segunda más grande en el mundo.

OXXO no es una franquicia, la mayoría de sus tiendas son operadas bajo un contrato de comisión mercantil, esto quiere decir, que no pueden ser compradas sino solamente manejadas por una persona llamada líder de la tienda.

Una tienda de abarrotes, a diferencia de una tienda de conveniencia, es un establecimiento físico pequeño en donde la gente puede adquirir bienes de consumo diario, especialmente comida. Es una propiedad independiente, generalmente de una familia, donde se opera para una ganancia. Las tiendas de abarrotes tienen un gran aporte a la economía, ya que el valor de sus facturas ampara el 39% del total del PIB. También tienen una importancia social, por el número de empleos que generan todos los años y el sustento representado para millones de familias mexicanas.

Metodología

- Se realizó una investigación exhaustiva de material bibliográfico.
- Se hizo una investigación de campo:
 1. Entrevistas a las partes involucradas como los trabajadores de tiendas OXXO y propietarios de las tiendas de abarrotes.
 2. Encuestas para obtener información de la cantidad de gente que prefiere las tiendas "OXXO" a las tiendas de abarrotes y el porqué de esta situación.
- Se realizó el documental.

Resultados y conclusión

Los resultados obtenidos de nuestro proyecto, se pueden observar en el documental.

Bibliografía:

COBOS Gonzalez, Carmen, *Rompe Oxxo récord en apertura de tiendas*. Versión electrónica disponible en:

<http://fox.presidencia.gob.mx/buenasnoticias/?contenido=26351&pagina=5123/01/08>

CAMARA, Mayra, *Autoservicios Vs. Micronegocios*, 23 de Agosto del 2007, disponible en:

<http://uneabasto.com/modules.php?name=News&file=article&sid=151>

23/01/08

Centro de Investigación Económica y Actuarial del Estado de México, *La importancia de los changarros*, disponible en:

<http://www.esmas.com/finanzaspersonales/496349.html> 27/02/08

FEMSA comercio, disponible: <http://www.femsa.com/es/business/comercio/>

Historia del Oxxo, disponible en: http://www.oxxo.com.mx/acercade_historia.html23/01/08

MENDEZ, Gabriela, *Las tiendas de conveniencia y el fast food.*, septiembre de 2006, disponible en:

<http://www.mktglobal.iteso.mx/numanteriores/2006/septiembre06/septiembre062.ht>