



FORMATO HARD DISCOUNT

PERSPECTIVA DE 5 AÑOS

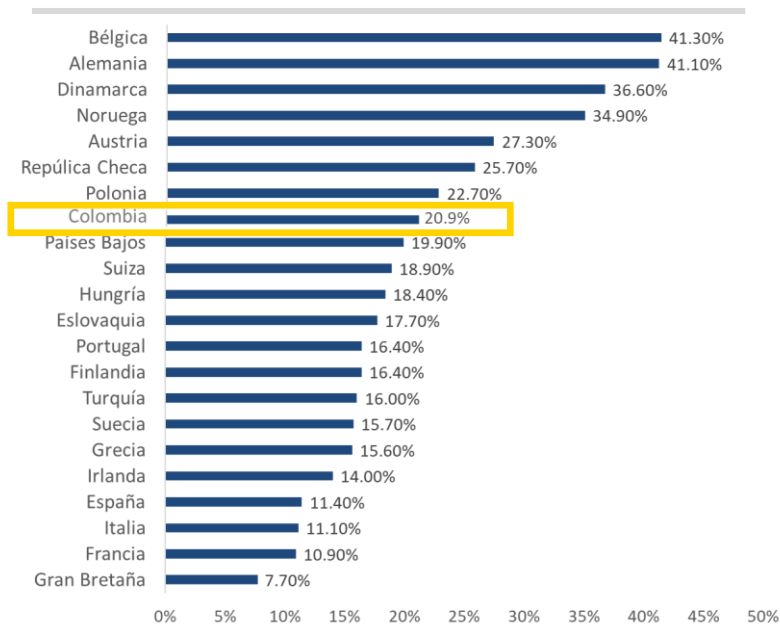
HARD DISCOUNT

CRECIMIENTO – PROYECCIONES Y PARTICIPACIÓN

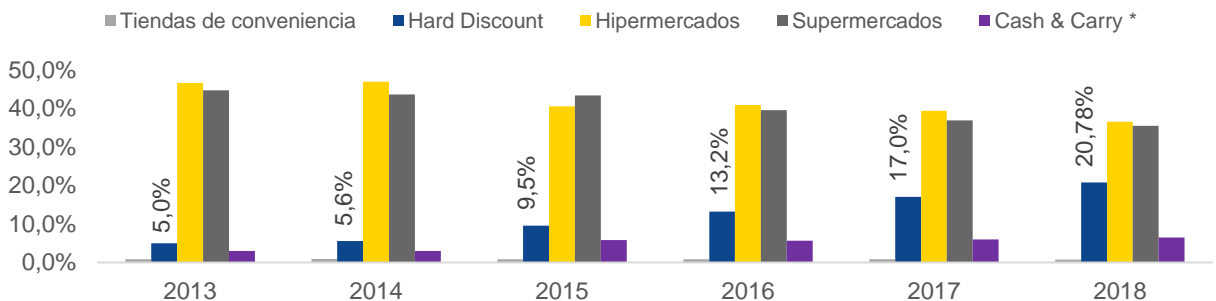
Durante la última década el sector de supermercados en Colombia ha mostrado grandes cambios en su estructura, determinado principalmente por la entrada de nuevos jugadores como es el caso de los Hard Discounters o tiendas de descuento, cuya propuesta de valor se centra en ofrecer precios bajos y en la cercanía a los consumidores, lo cual lo han podido lograr gracias a la amplia red de tiendas que actualmente suman cerca de 2.800.

Este formato se ha venido posicionando rápidamente a nivel mundial, especialmente en Europa y Colombia no es la excepción, pues en tan solo diez años de estar operando en el país, ya hace parte del top 10 de economías con mayor participación de mercado, gracias a grandes cadenas como son el caso de D1, Ara, y Justo & Bueno, los cuales buscan rápidamente abarcar todo el territorio colombiano con su modelo de negocio.

Market Share Discounters en el Mundo



Participación de mercado sector Retail en Colombia



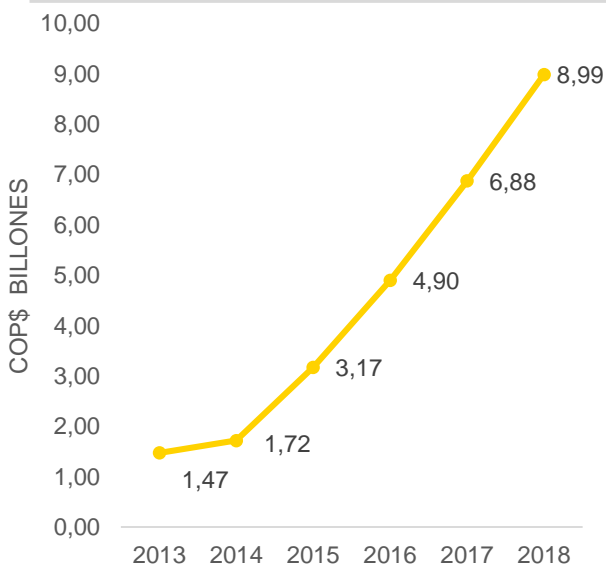
Fuente: Euromonitor, Bancolombia

Esta claro que el crecimiento acelerado de estas tiendas en el país, les ha permitido llegar a municipios y corregimientos donde las tiendas de barrio y minimercados tenían el 100% de las ventas minoristas y donde las grandes cadenas de supermercados no encontraban rentable la apertura de tiendas, dados los altos costos de inversion y sostenimiento de los establecimientos. Es importante mencionar que a pesar de que se ha dado una contracción en el canal tradicional (tiendas de barrio), estos siguen siendo los preferidos por el consumidor Colombiano.

Con el fin de tener un panorama más claro del impacto de este formato en el retail Colombiano, se detallan las siguientes cifras:

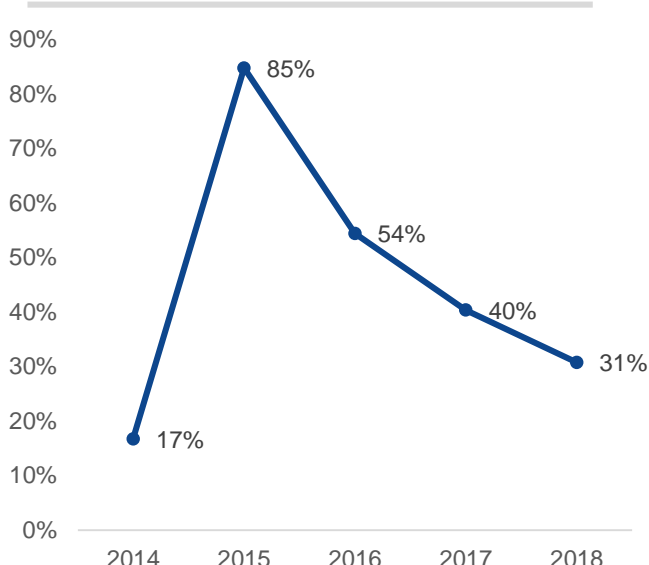
- Colombia es el país con mayor penetración en Hispanoamérica con 2.888 tiendas, seguido de México (1.269), Argentina (915) y Perú (400).
- Según Nielsen el 18% de los hogares hace compras de reposición en Discounters.
- Las categorías en que más crecen los discounters son Leche – Aseo del hogar y personal – Carnes frías y productos de congelador, destacando además que continúan aumentando el numero de productos ofertados, como es el caso de licores nacionales e importados.
- En el periodo 2013 – 2018, las ventas de los Discounters crecieron en promedio un 45.4% al año; aclarando que si bien las ventas presentan crecimiento, este se ha venido desacelerando desde el año 2016. A cierre de 2018 las ventas de los Discounters crecieron aproximadamente 31%.

Ventas Discounters Colombia



Fuente: Euromonitor, Bancolombia

Var. Anual Ventas Discounters Colombia



Fuente: Bancolombia

PRINCIPALES JUGADORES



KOBA SAS



Jerónimo Martins
SGPS SA



Mercadería SAS



Grupo Éxito

PERSPECTIVAS DE CRECIMIENTO EN VENTAS Y PARTICIPACIÓN

Actualmente las proyecciones de expansión de los principales líderes del formato Hard Discount en Colombia están enfocadas en duplicar sus ingresos en un periodo aproximado de dos años. Todo lo anterior, está determinado por las grandes inyecciones de capital por parte de diferentes fondos de inversión y el sector financiero.

Participación Histórica Discounters en el sector Supermercados*

2013	2014	2015	2016	2017	2018
5.00%	5.56%	9.52%	13.18%	17.11%	20.94%

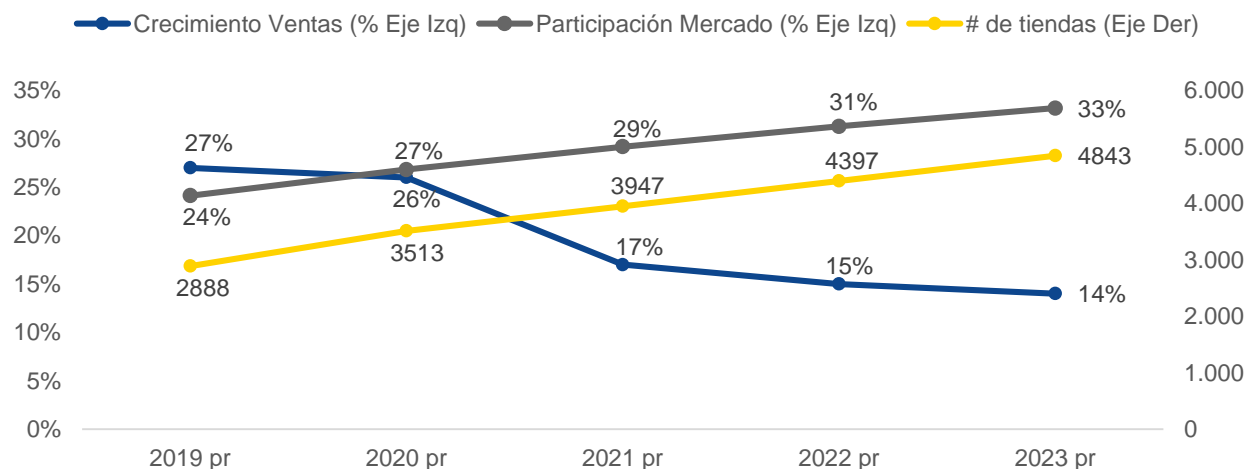
Fuente: Euromonitor, Bancolombia

Dado lo anterior, esperamos que este formato continúe ganando una amplia participación de mercado, sin embargo, estimamos que su potencial de crecimiento se regule en el mediano plazo.

Nuestras proyecciones de ventas, sugieren que las compañías estarán duplicando su nivel de ventas en un periodo aproximado de 3.5 años y su capacidad instalada (# de tiendas) en un periodo cercano a los 5 años.

Teniendo en cuenta un crecimiento del IPC + 1% para las tiendas que se encuentran en operación, detallamos a continuación el crecimiento en ventas esperado por parte del formato Hard Discount, la proyección de # de tiendas a nivel país y la participación que alcanzaría este formato dentro del Retail* Colombiano para los próximos cinco años.

Proyección en ventas, participación de mercado y número de tiendas*



Fuente: Bancolombia

Finalmente, estimamos que para el año 2023, el canal de Hard Discount estaría teniendo una participación del total Retail Colombiano de aproximadamente el 33%, siendo el gran ganador frente a los otros canales, constituyendo un factor de alerta para el canal tradicional, los distribuidores de consumo masivo y los principales jugadores del canal moderno (sector supermercados). Este fenómeno, sin duda está generando una transformación en el sector y en los hábitos de consumo de los colombianos y es por esto que esperamos que el rol de los demás jugadores de esta industria, se enfocará en el desarrollo de nuevas estrategias que les permitan continuar vigentes dentro del sector y así poder reducir el impacto que tendrá el crecimiento de los Discounters en el país.

*Nota: Supermercados incluye los formatos Hipermercados, supermercados, tiendas de conveniencia, Discounters y Cash & Carry.