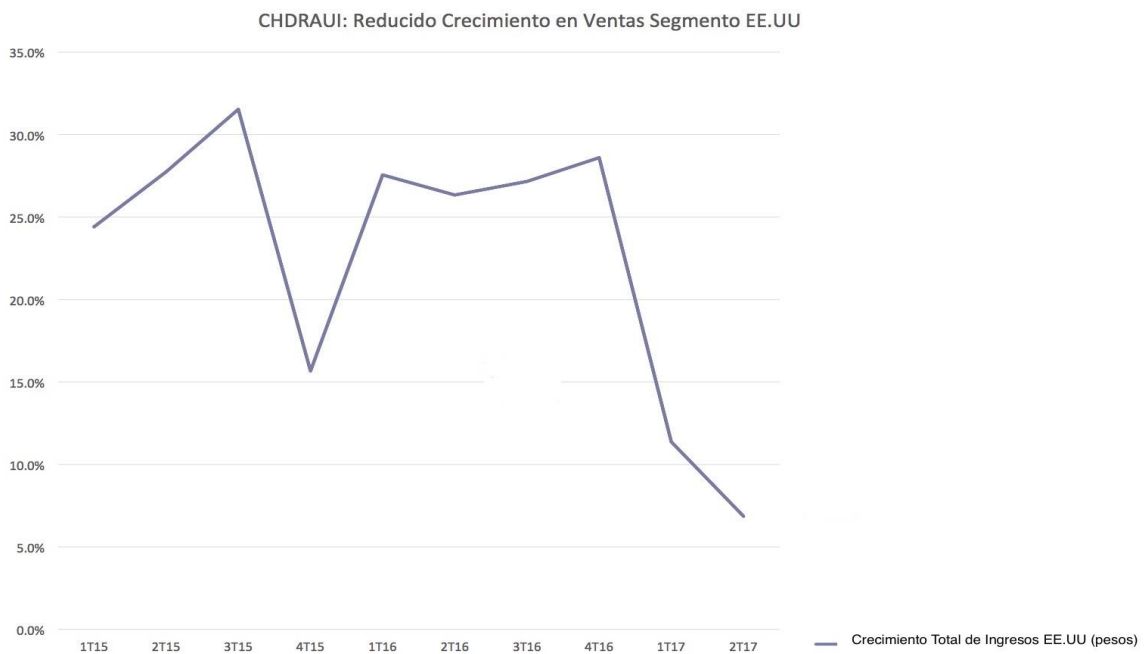


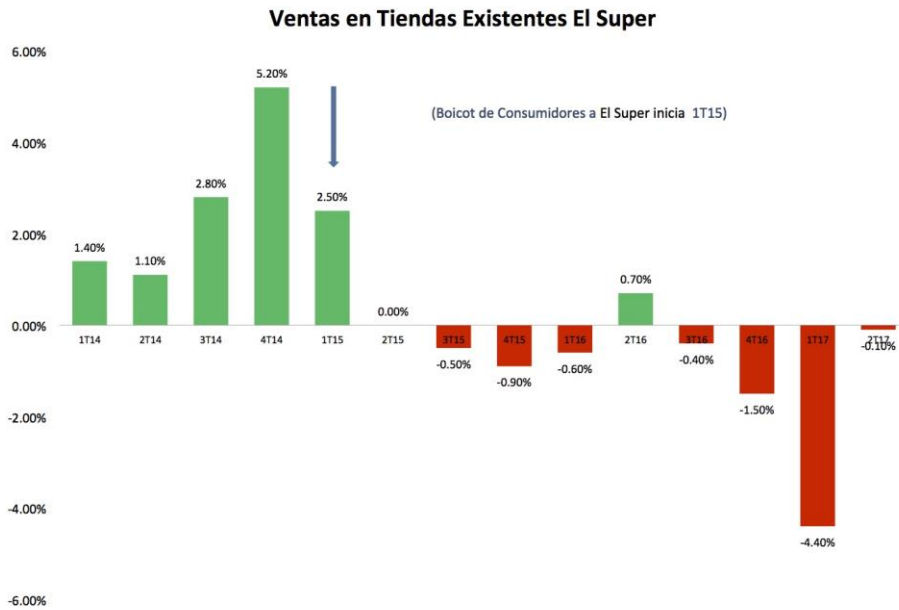
El Super 2T17: Ventas en Tiendas Existentes en EE.UU Continúan a la Baja Mientras Caen Ganancias y Empeora Imagen por Conexión con Trump

- Ventas en Tiendas Existentes en EE.UU Caen de nuevo en el 2T
- EBITDA Baja 5.7%
- Boicot destaca conexión con Trump mientras aborda a 3 millones de consumidores

El miércoles después de que el mercado financiero cerró en México, Chedraui reportó sus ganancias para el 2T17, incluyendo una descendente tasa de crecimiento en ventas (8.2% vs cerca de 12% en el 2do trimestre del año pasado). El débil crecimiento en las ventas fue impulsado por una gran baja en el índice de crecimiento en ventas en Estados Unidos (expresado en pesos) durante este periodo. Las ventas en Estados Unidos en pesos habían registrado incrementos trimestrales de casi 25% en los últimos dos años pero el índice de crecimiento de 6.9 % de este trimestre fue el más bajo en dos años y medio.



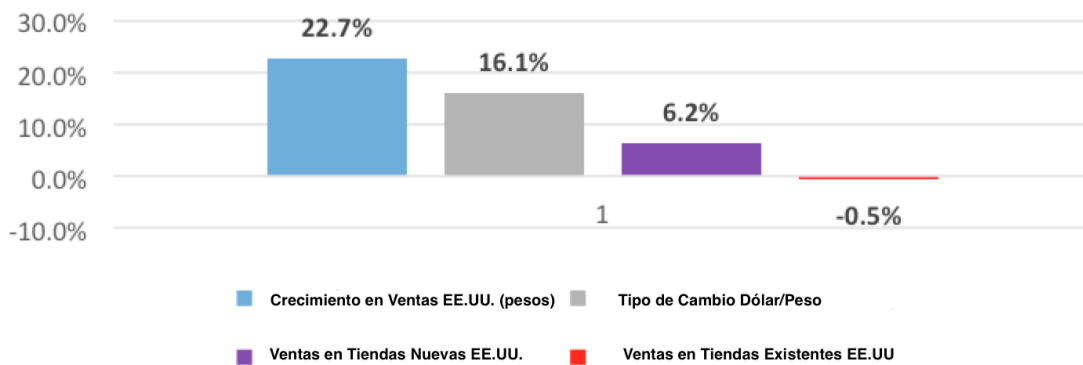
Las débiles ventas en Estados Unidos en el 2T fueron en gran medida motivadas por ventas en tiendas existentes negativas de -0.1%, el 8vo trimestre sin un crecimiento positivo de ventas en tiendas existentes desde que inició el boicot de consumidores en Estados Unidos, como lo ilustra la gráfica siguiente.



Con un crecimiento en ventas tan desastroso durante el periodo del boicot ¿Cómo es que la compañía logró un crecimiento de dos dígitos en el segmento de Estados Unidos previo al último trimestre? Las nuevas tiendas aportaron algo de crecimiento pero el grueso del crecimiento en ventas, atribuido al segmento en Estados Unidos durante los últimos dos años, se derivó de un significativo debilitamiento del peso mexicano frente al dólar estadounidense, logrando un promedio de más de 16% en cada trimestre (ver la gráfica siguiente). Pero ahora esta dudosa fuente de “crecimiento” parece estar terminando. En el 2do trimestre la ganancia por divisas fue de sólo 3%.

CHDRAUI: Contribución a Ventas Tiendas en EE.UU. Impulsada por FX

Tasas de Crecimiento Trimestral Promedio Desde el Inicio del Boicot de Consumidores



Pero incluso para lograr los pírricos resultados en ventas en Estados Unidos en el 2do trimestre, la compañía hizo significativas disminuciones de precios, reduciendo los márgenes de ganancias y resultando en un -5.7% de baja en las ganancias EBITDA en EE.UU vs 2T16. En el futuro, los inversionistas estarán viendo estos índices de más cerca, mientras que la rentabilidad de las operaciones en EE.UU pueden sufrir si la compañía es obligada a bajar aún más los precios.

Por su parte, el director general de la cadena de supermercados en Estados Unidos, Carlos Smith atribuyó el débil comportamiento del 2T al hecho de que las tiendas de la compañía estuvieron cerradas el 1ro. de mayo “en apoyo a la comunidad que nosotros servimos”. Smith se estaba refiriendo, aparentemente sin ninguna ironía, a las [masivas protestas del Primero de Mayo](#) en favor de los derechos de los inmigrantes y trabajadores de Los Angeles. La protesta fue encabezada por una [coalición](#) diversa de organizaciones sindicales y comunitarias, incluyendo al Sindicato de Trabajadores Unidos de la Industria de Alimentos y el Comercio (UFCW), que representa a 600 trabajadores de El Super en 7 tiendas en el Sur de California.

La excusa de Carlos Smith carece de credibilidad en varios niveles. Por ejemplo, este año, el Primero de Mayo cayó en lunes, típicamente uno de los días de ventas más bajas en las tiendas de autoservicio, y la mayoría de las compras no hechas ese día pudieron haber ocurrido subsecuentemente durante el trimestre.

El que la compañía haya elegido cerrar las tiendas es probablemente resultado del hecho de que ésto no representaría un costo significativo al hacerlo, así como el reconocimiento de que el sentimiento político entre la base de clientes de El Super estaba del lado de los manifestantes inconformes, un factor incómodo para una empresa que está implicada en una prolongada disputa laboral.

"Yo estoy marchando hoy porque mis compañeros de trabajo y yo nunca nos daremos por vencidos en nuestra lucha por lograr dignidad, respeto y un contrato sindical justo en El Super," [dijo](#) Fermín Rodríguez, cajero de una tienda El Super en Los Angeles, California. Fermín también es miembro del Local 770 del sindicato UFCW. "También estoy marchando porque como personas trabajadoras, nosotros contribuimos a la economía y el bienestar de Estados Unidos y nosotros merecemos ser tratados como seres humanos y no como responsables de políticas económicas y migratorias que no funcionan", agregó Fermín Rodríguez.

No es de extrañar que muchos manifestantes lanzaron su enojo contra el presidente Donald Trump, cuyos índices de aprobación [continúan cayendo bajo niveles históricos](#). Dadas las crecientes preocupaciones sobre Trump en la comunidad Latina en EE.UU, es muy probable que muchos consumidores reprueben los documentados nexos entre El Super y la candidatura de Trump. Desde

¡No compres en negocios cuyos líderes apoyan a Donald Trump!



El vicepresidente de El Super, Sal Marcianti dio directamente dinero a la campaña presidencial de Donald Trump, a menos de dos meses de la elección.

La red de conexiones entre El Super y Trump es mucho más profunda:

La empresa matriz de El Super, el Grupo Comercial Chedraui es propiedad en un 86% de la familia Chedraui de México. Dos miembros de la familia Chedraui, Ramón Chedraui Eguía y su padre, Antonio Chedraui Obeso, son socios del grupo financiero Sherman Financial Group, con sede en Estados Unidos.

David McGrath, un banquero de inversiones de Sherman, dio \$25,000 dólares, el 7 de octubre de 2016, al Comité de la Victoria de Trump. El comité fue creado por Donald Trump junto con el Partido Republicano para aceptar grandes donaciones y coordinar el apoyo a Trump antes de la elección presidencial.

¡BOICOT El Super!

luego, los manifestantes en las líneas de protesta enfrente de las tiendas El Super durante el segundo trimestre, distribuyeron miles de volantes donde se indican detalles de esa relación (ver arriba).

El boicot de consumidores rebasó una importante cifra en el 2T17 cuando logró más de 3 millones de consumidores abordados, incluyendo a más de 325,000 clientes persuadidos de no comprar en El Super.

Boicot a El Super

<u>Hasta 6/30/2017</u>	<u>Total</u>
Cunsumidores abordados	3,024,176
Consumidores persuadidos	325,189

Es difícil estimar el porcentaje exacto de clientes potenciales de El Super que recibieron el mensaje del boicot pero dadas estas cifras, es claramente una gran cantidad. A modo de comparación, el Pew Research [estimó](#) el tamaño de la población hispana en el área estadística metropolitana (MSA) de Los Angeles- Long Beach-Anaheim, en 6 millones de personas en el 2014. No sería exagerado sugerir que como resultado de las más de 3 millones de interacciones con consumidores, junto con la significativa [cobertura](#) de [medios](#) en español sobre el asunto, una mayoría de la base abordable de clientes de El Super ha conocido el mensaje del boicot.

¿En Qué Parte del Mundo se Encuentra el Yate Tsumat?

Mientras que los latinos en Estados Unidos enfrentan un difícil futuro bajo la administración de Donald Trump, es poco probable que los propietarios mexicanos de El Super, la familia Chedraui, puedan sentir empatía con los clientes de esta cadena sobre esta situación. Nosotros no sabemos si Alfredo Chedraui, el presidente del Grupo Chedraui, estuvo en Los Angeles en la protesta del Primero de Mayo, marchando en solidaridad con miles de sus *compatriotas*, lo que sí sabemos es que en el mes de junio, el super yate de 49.9 metros llamado "TSUMAT" del que creemos que es dueño, estaba [recorriendo](#) la Riviera Francesa. Nosotros continuaremos monitoreando la odisea mediterránea del Tsumat en los siguientes trimestres.