

Firma norteamericana tiene previsto inaugurar sus primeros locales en 2027

La férrea competencia que enfrentará la estadounidense PriceSmart en su arribo a Chile

Especialistas apuntan a una fuerte pugna contra grandes actores como Walmart, Cencosud, Grupo Falabella y SMU para ganar terreno en el mercado local.

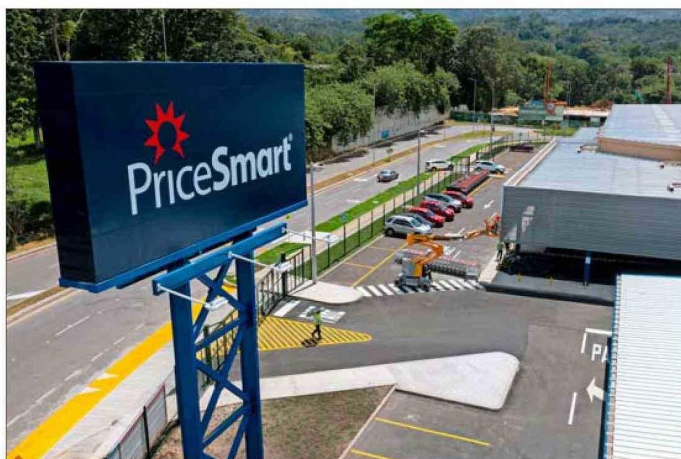
N. BIRCHMEIER

El desembarco de la cadena estadounidense PriceSmart en Chile es uno de los principales temas de conversación en el mundo del comercio. Su aterrizaje está previsto para 2027, cuando inauguren su primer local en el país.

La compañía ligada a la familia Price intentará marcar una diferencia respecto de los actores locales, asegurando que implementará un formato poco explorado en el país: el club de membresías.

Especialistas del sector destacan que el modelo de PriceSmart tiene un foco "multiproducto", por lo que competirá directamente en distintas categorías en las que participan grandes empresas que dominan el mercado chileno.

En el segmento de supermercados, Walmart (dueña de Lider, Acuenta y Central Mayorista), Cencosud (Jumbo y Santa Isabel), Grupo Falabella (Totus) o SMU (Unimarc, Alvi y Super10) concentran gran parte de las ventas de la industria. Las ventas del sector de supermercados (considerando solo alimentos) mueven casi



En 2027 está prevista la inauguración de la primera tienda en el país. Los planes de la firma apuntarían a abrir tres locales en sus primeros tres años.

US\$ 20.000 millones al año, según comentan en el rubro.

Macarena Gutiérrez, analista senior de Renta Variable Research en Credicorp Capital, estima que el mix de PriceSmart se enfocará principalmente en la categoría de alimentos. "La industria de consumo básico ha estado especialmente presionada los últimos años, y consideramos que en 2026 la competitividad de la industria no va a dar tregua, en

especial con las presiones inflacionarias producto del conflicto internacional, por lo cual la entrada de PriceSmart sería otro factor que contribuiría a una industria más apretada", sostuvo.

PriceSmart también ofrece productos ligados al negocio de mejoramiento del hogar. En este segmento competirá con las cadenas Sodimac (Falabella), que cuenta con un 22,5% del mercado; Easy (Cencosud) y Construmart —esta última controlada por la china Oriental Yuhong—, además del atomizado mercado de las ferreterías.

Para Mauricio Ortiz, director ejecutivo de MO Global Advisors, el formato que ofrecerá PriceSmart "puede ser atractivo para quienes hoy tienen alguna suscripción con supermercados grandes y también para quienes no han acogido este modelo, dado que el nivel de ahorro será relevante, considerando que la suscripción anual debiera andar en el orden de los US\$ 50 a US\$ 55".

Christian Oros, director de Consumer Insights de Altevó, asegura que el negocio de PriceSmart también competiría en la categoría "Automotriz a nivel de accesorios, repuestos, llantas, donde actores como Mercado Libre, Autoplanet o Sodimac podrían verse tensionados".

Oros agregó que se debe observar el comportamiento de los chilenos con las membresías o programas de fidelización, dado que "en tiempos de economía deprimida, desempleo y aumento en el costo de vida, son los primeros en ver rápidamente aumento de anulaciones por motivos de ahorro".

De todos modos, Macarena Gutiérrez señala que si bien la entrada de la cadena eleva la competitividad, "no consideramos que PriceSmart tenga un impacto tan material, esto principalmente por la escala con la que entrarían a Chile".

DISPUTA
Expertos prevén una alta competencia en los segmentos de supermercados y mejoramiento de hogar.