

Martes 23 de diciembre de 2008, 5:00 AM **Empresas**  
**Imprime estrategia internacional, pero conserva la marca local**

## **El estilo de Wal-Mart para ingresar a nuevos mercados**

En cada mercado que ingresa, Wal-Mart impone su estilo. La mayor cadena minorista de Estados Unidos se ha consolidado como el líder de los precios bajos, sin importar si opera en Asia, América o Europa.

Otro de los sellos de Wal-Mart es que, al arribar a un nuevo mercado, reconoce la impronta que ha impuesto a nivel doméstico su socio comercial y lo aprovecha para asegurar la cercanía con los consumidores locales.

El primer país en sumarse a la división internacional de Wal-Mart fue México. En 1991 la estadounidense ingresó a ese mercado a través de un joint venture con la local Cifra. En 1997, Wal-Mart adquirió la mayoría de las acciones de Cifra, y en febrero de 2000, el nombre de la empresa cambió oficialmente a Wal-Mart de México (conocido también como WalMex). A pesar de ello, mantuvo marcas como Superama, Bodega Aurrera, y Suburbia, las que se sumaron a Wal-Mart Supercenter y Sam's Club.

Luego de consolidar su liderazgo en Norteamérica, tras la adquisición en 1994 de la canadiense Woolco, la cadena minorista comenzó a buscar nuevos negocios en Europa.

Al Reino Unido ingresó en junio de 1999, cuando adquirió la cadena de supermercados ASDA. La firma, que se consolidó como el segundo retailer de Gran Bretaña y tiene una campaña que se centra en los precios bajos, ha conservado su nombre original.

En Costa Rica, Wal-Mart hizo su aterrizaje en septiembre de 2005, cuando adquirió a la empresa holandesa Royal Ahold el 33,3% de Carhco (Central American Retail Holding), con operaciones en Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua y Costa Rica. En marzo de 2006 aumentó su participación hasta quedar con el 51% de los activos y comenzó a operar con el nombre de "Wal-Mart Centroamérica", pero respetó los nombres y formatos gráficos de los supermercados que opera. Hiper Más, Palí y Maxi Bodega son algunos de sus comercios asociados.

A Japón llegó en diciembre de 2007, cuando realizó una oferta por todas las acciones de su filial japonesa, Seiyu, donde ya tenía participación desde mayo de 2002.