



Se acelera carrera por dominar el mercado de las tiendas de conveniencia

POR MARÍA JESÚS DOBERTI

Las tiendas de conveniencia están experimentando un notable auge a nivel global, y una de las cadenas más representativas es 7 Eleven, que recientemente anunció su objetivo de alcanzar las 100 mil tiendas físicas para 2030. En 2016, 7 Eleven contaba con 61 mil establecimientos en el mundo, y actualmente suma 84 mil. Esto significa que, en apenas 14 años, la marca busca añadir 40 mil tiendas a su red global, lo que equivale a un promedio de 8 aperturas diarias durante catorce años consecutivos. En Chile se abre una tienda de

La guerra por dominar las tiendas de conveniencia se intensifica en Chile. Pronto, Aramco Stop y upa! luchan por conquistar cada esquina del país, mientras que Oxxo ha tenido que optar por una estrategia de cierre de locales. Nuevas marcas como Mass también irrumpen con fuerza, prometiendo transformar el panorama.

conveniencia cada cinco días. Según los datos de Xbrein, el principal actor en este mercado es Pronto de Copec con 488 locales distribuidos entre estaciones de servicio y establecimientos independientes. Le sigue Oxxo con 230 tiendas, la suma de upa! con upita que dan un total de 224 y A Stop con 147 (resultado de la reconversión de las antiguas Spacio 1).

Sin embargo, no son los únicos:

otras marcas como Castaño, upal! y Spid también están acelerando su expansión (ver infografía), y los expertos coinciden en que aún queda espacio para más competidores.

"A nivel nacional sigue existiendo un gap entre la venta real y gasto potencial enfocado en el concepto tiendas de conveniencia súper importante, entre un 20% y un 23%. Por lo tanto, hay espacio todavía para nuevos actores y para los que se van a seguir expandiendo orgánicamente", comentó el CEO de Xbrein, Daniel Encina.

En este escenario, un nuevo jugador irrumpió en el mercado local: Mass, la tienda de hard discount del grupo peruano Inretail, que el año pasado adquirió el conglomerado de supermercados Erbi con cerca de 40 locales.

Mass ya ha comenzado la reconversión de tiendas — que ya suma cinco ubicaciones en Santiago —, y está en búsqueda activa de nuevos locales, apoyándose en redes sociales para conectar con nuevos clientes. Uno de los ejes del conglomerado de la familia Rodríguez Pastor, que es de

los más relevantes en el segmento retail del país vecino, es precisamente hacer crecer a esta marca. Sin ir más lejos, la meta para este año es abrir 300 tiendas Mass en Perú.

No obstante, un crecimiento rápido no siempre garantiza el éxito. Un ejemplo claro de esto es Oxxo — que en el mundo tiene más de 24 mil tiendas —, que entre 2024 y 2025 tuvo que cerrar alrededor de 100 de sus tiendas de conveniencia. A mediados del año pasado contabilizaba 370 ubicaciones, hoy tiene 235.

Fuentes de la industria cuentan que la razón detrás es que ellos tuvieron una expansión súper agresiva simulando lo que tienen en México. En ese contexto hubo ubicaciones que no fueron buenas como por ejemplo la que tenía en la esquina de Manquehue Sur con Martín de Zamora. Una localización que tiene poco tráfico por fuera y no tan densa en área de influencia inmediata.

"Las decisiones tomadas en 2024 nos permitieron optimizar nuestra red y comenzar 2025 con una ope-

ración más eficiente y consistente, alcanzando una rentabilidad positiva y consolidando así nuestro liderazgo de mediano y largo plazo", apuntó el director general OXXO Chile, Erick Quirarte.

Próximas aperturas

La competencia sigue creciendo. La saudita Aramco terminará el año con 170 tiendas de conveniencia Aramco Stop, lo que, sumado a las 300 estaciones de servicio representa una modernización de cerca de 480 instalaciones en solo un año y medio.

"Aramco mantiene una tendencia

Localizaciones de tiendas de Conveniencias en Chile



Superficie GLA total de las tiendas de Conveniencias en Chile

124.607 m²

En la Región Metropolitana

68.689 m²

Principales tiendas de conveniencias a nivel país en términos de cantidad

Cantidad de locales

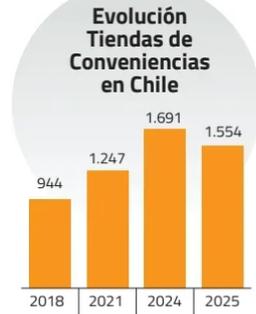


Participación de las principales ubicaciones de Tiendas de Conveniencias en Chile

Cantidad de localizaciones



Fuente: Xbrein



Un **61,1%** ha sido el aumento de Tiendas de Conveniencias en Chile entre el año 2018 y 2025.

Más de **100%** ha sido el aumento de Tiendas de Conveniencias en la Región de Magallanes entre el año 2018 y 2025.

60 Tiendas de Conveniencias aumentaron en Las Condes y Santiago, las comunas de la Región Metropolitana que han experimentado el mayor incremento de localizaciones entre el año 2018 y 2025.

Evolución TOP 4 de las Cadenas



**Las cantidades consideran ambas marcas debido al cambio de bandera



de crecimiento acelerado en Chile, donde ya hemos superado el 15% de participación de mercado. Este avance se sustenta en una estrategia de expansión nacional que contempla estaciones en zonas urbanas, carretera y tiendas stand alone, cada una con una propuesta de valor ad hoc según el tipo de estación y perfil de cliente”, comentó la gerente comercial de Esmax, filial de Aramco, Eliana Rodríguez.

En esta misma línea, hoy el foco de Shell, a través de su licenciataria en Chile Enex, está puesto en robustecer la red

de tiendas upa!, potenciando su propuesta de valor con una mayor variedad de productos, servicios y marcas, junto a una oferta gourmet diferenciada. “El objetivo que buscamos es entregar a los clientes una experiencia integral, grata y conveniente”, aseguró el gerente de ventas en tiendas de Enex, Juan Enrique Cahis.

Actualmente cuentan con 224 tiendas de conveniencia upa! en el país. De ellas, 204 están integradas a estaciones de servicio y 20 operan bajo el formato stand alone.

“Planeamos incrementar la presencia de upa! en

nuestra red de estaciones de servicio Shell y continuar el desarrollo del formato stand alone”, agregó Cahis. De aquí a fin de año, proyectan la apertura de ocho nuevas tiendas, siete en estaciones de servicio y una stand alone.

Variables clave

Para instalar nuevas tiendas y no cometer errores una regla de oro es la ubicación. “La tienda debe estar donde la gente la necesita: en sus trayectos diarios, cerca de sus trabajos, hogares o centros de estudio”, comentó el investigador del Centro de Estudios del Retail (CERET) de Ingeniería Industrial, U. de Chile, Claudio Pizarro.

En este sentido, Pronto el año pasado abrió 15 nuevas tiendas, 4 de ellas stand alone. Para este periodo “seguimos avanzando con aperturas que combinan estaciones de alto flujo con puntos urbanos de alta afluencia, como barrios

residenciales, polos universitarios y zonas comerciales”, comentó el gerente general Copec Retail, Nicolás Rostagno.

Otros puntos clave son el mix de productos y la experiencia al cliente, privilegiando la rapidez, facilidad y calidad. “No se trata de tener de todo, sino de tener lo correcto para el cliente de esa ubicación específica – comida al paso, abarrotes, servicios”, apuntó Pizarro.

En esta línea, la propuesta de OXXO “supera lo habitual con más de 1.600 productos por local —un 40% más que la competencia—, tiempos de compra promedio de apenas 2 minutos y 40 segundos, y horarios extendidos que incluyen más de 15 tiendas abiertas las 24 horas”, comentó Quirarte.

Por su parte Copec ha hecho una fuerte apuesta por la alimentación al paso con la incorporación de grandes marcas como Street Burger, Sbarro y más recientemente Juan Valdéz.

Por último eficiencia operativa, “un negocio de conveniencia exige operación de tiendas y logística impecables”, concluyó.

Perspectivas del mercado

Según Euromonitor, el mercado de tiendas de conveniencia en Chile alcanzó un valor de US\$ 205,3 millones en 2024 y se espera que llegue a US\$ 214,5 millones en 2025. Aunque el crecimiento será constante, se anticipa una desaceleración en la tasa de expansión. Se prevé que, en el periodo 2025-2026, el mercado crezca un 6,4%, pero en los años 2028-2029 se experimentará una notable desaceleración, con un crecimiento de solo 2,0%.

Con un mercado cada vez más competitivo y dinámico, las tiendas de conveniencia seguirán siendo un campo de batalla crucial para las grandes marcas, que luchan por consolidar su presencia y captar a los consumidores que cada vez más buscan soluciones rápidas, accesibles y eficientes. 📊

Participación de las Cadenas de Tiendas de Conveniencias en Chile

Cantidad de localizaciones

País
R. Metropolitana

