



BENCHMARKING DE ALBERTON 'S

La red minorista Alberton's creció el año pasado en tamaño, ventas y en ganancias. Abrió 64 nuevas salas y remodeló 35. Terminó así el año fiscal con 878 locales y 3,97 millones de metros cuadrados. Sus ventas crecieron 6,6% y su lucro líquido se incrementó 4,7% sobre el año 1996. Es básicamente un operador de supermercados y supersalas. El objetivo de la red para el '98 continúa siendo "operar las mejores salas de conveniencia". Para ello, siempre está atenta a sus ventas respondiendo lo más rápido posible a todos los cambios de las necesidades en los hábitos de sus consumidores.

AÑO	1997 US\$ millones	1996 US\$ millones	97/96 %
Ventas	14.700	13.800	+6,6
Lucro líquido	516,8	493,8	+4,7
% lucro venta	3,51%	3,57%	
Lucro por acción	2,08	1,95	+1,07



EL N° 1 CONTINUA AL TOPE

No basta ser la primera red en el ranking norteamericano. Kroger es también la mayor (primera o segunda) en 28 de los 30 mercados en que está presente. Opera 2208 salas entre supermercados, supersalas, combo y salas de conveniencia y con un total de ventas en 1997 de 26,6 billones de dólares. Lanzó 160 nuevos ítemes de marca propia, permaneciendo también como la primera red en ese segmento. Parece ser que el desafío de Kroger es ser siempre líder en todo lo que hace. Y para lograr ese objetivo no puede descansar: tiene siempre que crecer. Para ello planea abrir este año 100 nuevas salas, realizar 90 remodelaciones con un aumento del área de ventas y 50 grandes reformas. Es cosa de gente grande.



¿SABIA QUE...?

El segmento Low & Light (productos de bajo contenido calórico) viene presentando un gran crecimiento en Europa en los últimos años? Desde 1992 las ventas de este segmento crecieron un 5,2% anualmente.

BENCINA EN LOS SUPERMERCADOS

Cada vez hay mayor interés de los supermercados norteamericanos en incluir bencina en su mix de productos. ¿De qué forma? ¿En latas, en envases plásticos? No, el negocio ahora es abrir puestos de bencina junto a las salas.

La red Food Lion, por ejemplo, proyecta abrirlos en aproximadamente diez salas dentro de poco tiempo. La Alberton's Express son puestos de bencina que pueden ser encontrados en 12 supersalas de la red Alberton's. También en Europa, esa tendencia ha tenido gran éxito, tanto es así que en Francia los supermercados controlan el 60% de las ventas de bencina.



LOS CONSUMIDORES MISTERIOSOS

Satisfacer a los consumidores es el mayor desafío de nuestro sector. Saber lo que ellos quieren y lo que les gustaría es muy importante, pero lo es más lo que a ellos no les gusta. Por ello, la contratación de consumidores misteriosos viene aumentando de manera importante en EE.UU. Últimamente. Esos consumidores son realmente investigadores. Ellos van a las salas, escuchan las opiniones y los reclamos reales de los consumidores, además que evalúan la atención y el desempeño de los funcionarios. La búsqueda de ese servicio es tan grande que más de 500 empresas especializadas en ofrecer el servicio de consumidores misteriosos ya está operando en los Estados Unidos.



EDI ES UN EXITO EN RED INGLESA

El primer paso fue dado en 1987. Después, todo progresó para que EDI en la red Tesco llegase al éxito que hoy tiene. Primero tenían una idea de cómo era su cadena de abastecimiento en aquella época:

- Centralizaba en un depósito el 30% de sus compras
- Las encomiendas demoraban de 5 a 7 días para llegar
- Contaba con 5000 ítemes centralizados
- Tenía 4,4 semanas de stock

En tanto, hoy la red Tesco cuenta con:

- 96% de las compras centralizadas
- Las encomiendas llegan entre 12 y 24 horas
- Tiene 16 mil ítemes centralizados
- El stock es de 2,2 semanas
- Tiene 1300 proveedores conectados con EDI