

JUN  
97

SIGA LA FLECHA

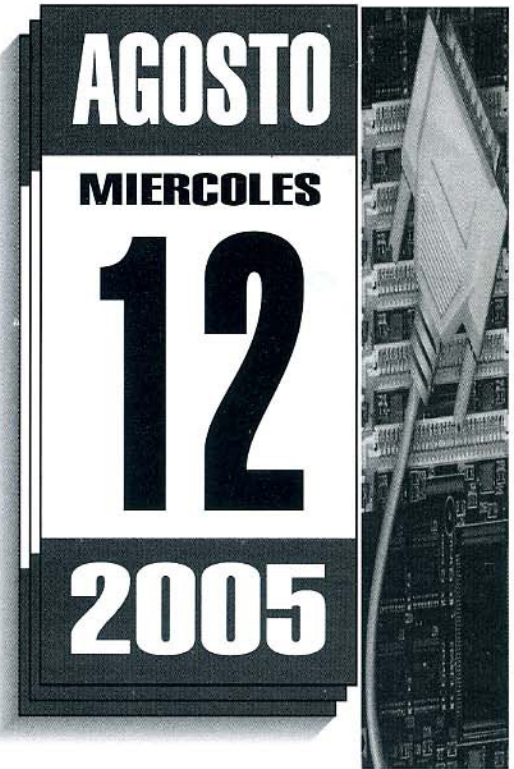
# Vaticinando la Sala del Futuro

El supermercado, desde su aparición en 1930, ha evolucionado, sin embargo este proceso no implica su desaparición. Nuevas y revolucionarias modalidades de ventas como malls electrónicos o salas virtuales son una muestra que el avance ha llegado al rubro, pero su alcance apunta más bien a la segmentación de los clientes.

**H**ay quien imagina, para un futuro no muy lejano, la transformación radical del sistema de ventas de alimentos y productos básicos. En lugar de las salas de hoy, aparecen enormes depósitos de mercaderías, con filas y filas de computadores, los que registran pedidos de consumidores, quienes recibirán sus compras directamente en sus domicilios. En abandono, los supermercados son considerados cosas del pasado. ¿Será el fin del comercio del autoservicio?

Nada más engañoso. Ese ejercicio de futurología -garantizan los expertos del comercio- no encuentra apoyo en la previsión de las tendencias. Cambios ocurren y seguirán ocurriendo, pero ellos no permiten generalizar que el mecanismo antevisto suplante al formato tradicional.

Lo que sucede es que el comercio de alimentos viene sufriendo transformaciones cada vez más aceleradas. Nuevas tecnologías son incorporadas, otras formas de gestión han sido perfeccionadas, hay cambios de hábitos. Estos nuevos estilos de vida empujan al detallista a buscar, con creatividad, la mejor forma de atender las necesidades de los consumidores. Pero eso es evolución, y de hecho, sería catastrófico que el comercio se estancara. "El supermercado es una institución creada en 1930 y en 67 años de vida ha mostrado su fuerza e importancia para el sistema de distribución de alimentos y no es posible imaginar que pueda desaparecer. Es la típica sala de vecindad, intermediaria entre la sala de conveniencia pequeña y con poca variedad, y la gran sala o hipermercado donde es bueno comprar porque tiene de todo, pero cansa y queda lejos", dice Antonio Carlos Ascar, Consultor de ABRAS y colaborador de Revista Tecnomercado.



## SALA VIRTUAL

No es difícil encontrar la senda seguida por los profetas del fin del comercio minorista como lo conocemos hoy. Es evidente que ellos se amparan más en las noticias sobre el avance de la tecnología de la información, sobre todo de la utilización de los recursos de la comunicación on-line, vía computador, del surgimiento del CD-ROM y de Internet y de la creciente presencia de microcomputadores en las casas.

El propio lenguaje está cambiando. Una forma antigua de atención del comercio minorista, por ejemplo, es la entrega a domicilio, extensamente utilizada por los propios supermercados. Pero ahora se comienza a hablar de "delivery". Se empieza a hablar del supermercado virtual, y en este punto los profetas vaticinan la desaparición