

SIGA LA FLECHA



del formato tradicional... pero vamos con calma.

En primer lugar, los supermercados siempre han evolucionado tecnológicamente, por lo que es natural que estén adoptando los nuevos conceptos de comercialización. Por otra parte, es necesario decir que el supermercado virtual ya existe y tiende a crecer, pero que, sin duda estará limitado a una franja del mercado. En los EE.UU. por ejemplo, donde están los mayores avances en este concepto, las ventas del comercio minorista que ellos llaman "fuera de sala" no pasan del 7% del total, incluyendo todo el comercio norteamericano involucrando en el porcentaje señalado las ventas realizadas por televisión y por catálogo.

TENDENCIAS

Entonces, si anunciamos la sobrevivencia del supermercado, es útil analizar las tendencias que ya se anuncian, los probables escenarios en los cuales se va a desarrollar el comercio y que determinarán su evolución. Estos contemplan conceptos y tendencias como globalización, aumento de la competencia, uso intensivo de la tecnología y nuevas herramientas de gestión, que

TENDENCIAS GENERALES

- * Productos que adicionen valor (margen mayor)
- * Menos commodities
- * Importancia mayor a la logística
- * Fuerza en servicios
- * Busca de la conveniencia
- * Marketing de relacionamiento

obligarán a las empresas a acercarse más al marketing y a la eficiencia. Dentro de este marco, la idea de la globalización es una tendencia que mundialmente se afirma.

Las multinacionales del sector no sólo aumentan la competencia, sino principalmente traen nuevas tecnologías. Al mismo tiempo ocurre el fenómeno de las fusiones o incorporaciones, íntimamente ligadas al creci-

miento de la competencia. La consecuencia será que las empresas mayores adquieran a las menores, así como las empresas menos competitivas se verán abandonando el mercado y siendo absorbidas por otras. En dos palabras: la tendencia será a salas cada vez mayores y mejores.

Sin embargo, los expertos coinciden que la mayor revolución tecnológica -que ya comenzó hace tres años en EE.UU.- estará en el campo de ECR. En este sentido, las áreas que más se desarrollarán serán gerenciamiento de categorías y logística. Los especialistas señalan que la empresa que no quiera implantar ECR y desee ser productiva debe invertir en tecnología de la información.

ESCENARIO

- * Globalización/fusiones
- * Marketing y eficiencia
- * ECR - Gerenciamiento de Categorías/Logística
- * Informática - Nuevas herramientas de gestión
- * Sistematización en la recolección de información
- * Competencia - Redes cada vez mayores y mejores



La importancia de la sistematización de la información, variable esencial para el desarrollo de estrategias competitivas.