



## SUPERCENTERS WAL-MART EN EL SIGLO XXI

Vamos a conocer algunos de los planes de Wal-Mart para la próxima década en los Estados Unidos.

\* Los Supercenters serán, para la próxima década, lo que las salas de descuento Wal-Mart fueron para los años '80.

\* Pretenden abrir 100 supercenters por año además de los ya existentes (407 a septiembre de 1997)

\* 75% de ellos serán transformaciones de sus salas de descuento

\* Uno de los grandes desafíos es testear un programa de HMR (soluciones en alimentación) en la región de Richmond, Virginia y aprender con él.

\* Continuar aprendiendo sobre alimentación, como sus competidores

\* En el inicio del siglo XXI va a disputar el primer lugar en el ranking con las redes Kroger y Safeway. Fuera de los Estados Unidos ya operan 31 supercenters y planean abrir, en promedio, más de 20 por año.



## FRASES PARA REFLEXIONAR

"Antes uno llegaba a casa y preguntaba ¿qué hay para comer? Hoy uno llega y pregunta, ¿qué es lo que quieres que lleve para comer?"

"La mesa del escritorio es un lugar muy peligroso para dirigir un supermercado"



## ¿USTED SABIA QUE...

La compra promedio en los Estados Unidos, de los clientes de supermercados que participan de "Programas de Fidelización", es un 63% superior al de los clientes regulares (US\$ 36 contra US\$ 22).



## EL PRECIO NO LO ES TODO

En una reciente encuesta de opinión publicada por Supermarket News, la Red Publix de Florida y el Raley's de California fueron elegidos los mejores supermercados para comprar en ellos. El Harris Teeter de Carolina del Norte quedó en tercer lugar.

Los más importantes requisitos pesquisados fueron: limpieza, cortesía, precio y rapidez en los check-outs. Estas tres redes no

fueron bien clasificadas en cuanto a precio, sin embargo presentaron gran credibilidad, solícita atención y alta calidad de frutas, verduras y carnes.

Esos resultados muestran que muchos consumidores están dispuestos a pagar un poco más a cambio de obtener calidad en los productos adquiridos en un ambiente limpio que ofrezca una buena atención en general.



## INTERNET E INTRANET EN EL COMERCIO

Mucho se ha comentado sobre las ventajas de la utilización de Internet en el comercio: economía de tiempo, confort y seguridad. Ahora, los minoristas norteamericanos comenzaron a utilizar una forma más confiable, segura y efectiva la comunicación interna, a través de Intranet. Los funcionarios pueden utilizarla tanto para comunicarse internamente como para acceder a Internet.

La comunicación interna es protegida vía señal (password), de esta forma, informaciones confidenciales pueden ser transmitidas, lo que no es posible vía Internet.

Intranet entrega a los supermercadistas diferentes ventajas, como estar en permanente contacto con la sala central, conectar personas en áreas geográficas diferentes obteniendo informaciones en tiempo real y de manera efectiva y lo que es más importante: mucho dinero fue economizado, por no ser ya necesario el desplazamiento del personal para reuniones en otras ciudades.



## SOLUCION EN ALIMENTACION ES EL CAMINO

¿Comer fuera o llevar comida rápida para la casa? Muchos supermercados norteamericanos están apostando por la segunda opción como su mejor vocación. Algunos, no deseando competencia próxima, están cerrando hasta sus restaurantes, anexos al supermercado y desarrollando nuevas secciones de Platos Rápidos para llevar a casa. Otros están creando fuera de los check-outs varias opciones de negocios de platos rápidos (patios de comida) para la conveniencia del consumidor.



## LUCHA DE GIGANTES

En Brasil, 1997 fue un año marcado por la entrada de nuevos competidores y por grandes adquisiciones. La portuguesa Sonae que llegó al país en 1996, compró el 50% que le faltaba de la Red Real de Rio Grande Do Sul.