

tribuna libre

La innovación en retail y la experiencia de compra

■ **EN DÍAS** recientes se ha comentado sobre la caída de las ventas por m2 en retail en lo que va de 2008. Si bien esto se atribuye a sobreinversión en m2 de sala y, por cierto, existe un efecto importante por este hecho, cabe hacer una reflexión desde la perspectiva del shopper (comprador).

Hoy más que nunca el shopper tiene múltiples opciones para realizar su compra, ya sea en vestuario, hogar, abarrotes, línea blanca y computación, entre otras. Sin embargo, cada vez tiene menos tiempo debido a la familia, los traslados, la dificultad de accesos y salidas, las amistades y los hobbies.



Claudio Pizarro

que trabajan categorías específicas, lo que se refleja en un aumento de la rotación en la sala (ventas y margen).

En los últimos cinco años, algunos de los principales proveedores de consumo masivo han incorporado un enfoque que privilegia la experiencia de compra. Para ello, estudian el comportamiento del shopper y están priorizando compartir información con los retailers, en especial, aquella que apoye la asignación de recursos de trade marketing.

Hoy se dispone de resultados que alcanzan los dos dígitos en promociones focalizadas, así como un aumento de dos dígitos en cre-



La lucha en el retail se dará en la sala de venta y para ello el foco deberá estar en la experiencia de compra

En este escenario, la experiencia de compra es clave. Una experiencia positiva permite que el shopper la repita e incluso que la recomiende a otros.

Existe evidencia empírica que indica que la focalización de la oferta en sala mejora la experiencia de compra (léase precio, surtido, promociones y disponibilidad en góndola, entre otras). Los efectos de estas variables tácticas se traducen en aumento del ticket promedio, frecuencia de compra, mix de cada canasta y cantidad de compradores

cimiento de ventas en programas de relacionamiento. Algunas de ellas incluso manejan kioscos en sus salas.

Así las cosas, la lucha en el retail se dará en la sala de venta y para ello, el foco deberá estar en la experiencia de compra y en los mecanismos innovadores que respondan a los shopper. Esta es la fórmula para que repitan la compra y la recomienden.

Centro de Retail Ingeniería Industrial -
Universidad de Chile

mirada global

Benedicto XVII: la fuerza de la razón

■ **NOS HABÍAMOS** acostumbrado y encantado por muchos años con la frase "El amor es más fuerte" de Juan Pablo II. Asimismo, con su simpatía, su carisma y el innegable hábito de santidad que lo rodeaba. Fue el primer Papa que llegó del este a Roma. Provenía de un país, Polonia, arrasado históricamente por las llamadas potencias europeas y, posteriormente, por la invasión nazi y una ocupación soviética de más de 50 años; Es la nación mártir de Europa!

A algunos nos ha costado encariñarnos con su sucesor, profundamente germano de aspecto y de mente. Quizás no nos gustó su voz, su delgadez, su gran altura o que fuera a cumplir los 80 años poco después de ser elegido en el cónclave. Quizás queríamos un Papa más joven después de ver sufrir durante una década a Juan Pablo II.

Sin embargo, Benedicto XVII ha llegado a conquistar a todo el mundo cristiano simplemente por la fuerza de la razón que emana de sus dichos y documentos. En tres años de pontificado ha escrito y viajado poco. Sólo dos desplazamientos a América, a Brasil, el país con más católicos del mundo, y a Estados Unidos, única superpotencia actual, con 67 millones de católicos, en su mayoría de origen latino.

Las encíclicas del Papa son cosa seria. Pertenezco a un grupo de reflexión en el que hemos analizado mensualmente una de



Leonidas Irrazábal

ellas, durante un año. Todavía nos queda mucho por estudiar. Creo que ahora se impone recordar su reciente visita a Estados Unidos por el fuerte impacto que produjo. Con una agenda cargadísima visitó Washington y Nueva York. Inusualmente fue recibido en el aeropuerto por el Presidente Bush, su señora y una de sus hijas. En Nueva York, se dirigió a la Asamblea General de la ONU y visitó la llamada "zona cero" de las ex Torres Gemelas, la sinagoga de East Park y dialogó con todos los obispos de ese país y 300 líderes protestantes y ortodoxos. Su mensaje



La figura de Benedicto XVII se impone cada día más en el mundo católico y cristiano, especialmente entre los jóvenes

no fue sólo de paz, sino también de responsabilidad. Asumió y pidió perdón por los abusos de ciertos sacerdotes católicos. Reforzó el entendimiento y el diálogo con las otras religiones, el respeto por los derechos humanos y al principio de la libertad religiosa, ha sido el entendimiento entre las diversas posiciones políticas nacionales e internacionales.

Todos los argumentos papales fueron razonados, de gran profundidad y ponderados. No buscó encantar a nadie pero logro hacerlo, según han reconocido algunos de sus detractores. Para Benedicto XVII no existen las discusiones pequeñas, como de pueblo chico, a las que estamos tan aficionados los chilenos. Aquí no sería extraño que termináramos levantando "animitas" a alguna ex ministra u a otros autores de recientes abuso de poder para utilizar los fondos u otros elementos fiscales.

La figura de Benedicto XVII se impone cada día más en el mundo católico y cristiano, especialmente entre los jóvenes, entre los que se pensó que sería más difícil su cercanía con el Sumo Pontífice. Asimismo, en medio de los otros líderes internacionales, en un mundo pobre de estrellas políticas, como lo fueron el general De Gaulle, Adenauer, Margaret Thatcher y algunas otras del último siglo.

Analista internacional

cartas

Desafíos del sector público

Señor Director:

En los próximos años, el sector público deberá enfrentar varios desafíos, siendo uno de los más importantes el responder a las crecientes demandas de los ciudadanos, a través de un sistema eficiente de entrega de información y servicios, además de cumplir con las exigencias de transparencia tanto a nivel nacional como internacional.

Sin duda, una de las herramientas fundamentales para responder a todos estos desafíos es la tecnología. Encuestas realizadas a empresarios constantemente revelan que sus organizaciones adoptarán nuevas tecnologías primariamente para mejorar la calidad de sus servicios.

La capacidad de procesar y entregar información será el sello del éxito del sector público en los próximos cuatro años y, en este contexto, la tecnología se convierte en un driver del sector público en la medida en que ayuda a mejorar el flujo, la rapidez y la precisión de la información, ya sea de tipo interno o la que llega directamente al ciudadano. Gobiernos como el de Canadá, México o Sudáfrica, ciudades como Viena, París, Medellín, son algunos ejemplos en el mundo de administraciones que a través de la implementación de soluciones tecnológicas han logrado optimizar el uso de los recursos públicos. Es por eso que todos los organismos estatales

deberían prepararse para enfrentar los desafíos del bicentenario, mejorando sus gestiones para poder responder a las exigencias ciudadanas de rapidez, transparencia de la mejor forma posible.

Andrés Beroggi
Director de Marketing SAP Región Sur

Alianza Roll

Señor Director:

La derecha es como el sushi: cuando no se conoce parece pescado frío, pero cuando se prueba bien se descubre que es el mejor plato...

Gabriel Guiloff

Codelco I

Señor Director:

Por una parte, las ganancias obtenidas en Codelco conforman una gran fuente de recursos para los programas sociales y el estupendo precio del cobre conforma incluso una reserva social para tiempos de menor bonanza. Por otra, están las peticiones salariales a un gobierno dirigido por una presidenta socialista, de un partido que siempre se ha considerado de los trabajadores. Y ahí aparece nítidamente la encrucijada: privilegiar las ganancias de Codelco y con ello a todos los chilenos, o dar preferencia a la minoría de subcontratados que trabaja en Codelco y

reclama con violencia.

La encrucijada entre política social y salarial se nota claramente entre los que tienen la misión de maximizar las ganancias de Codelco y los que siguen su vocación incondicional al lado de los trabajadores, a toda costa (a todo costo de Codelco). En la última posición se percibe claramente a Osvaldo Andrade, ministro del Trabajo. Lo que sí debiera ser evidente es que los trabajadores de Codelco no deben recibir mejor trato que el resto de Chile. Jamás debiera sacrificarse a los más pobres de Chile por privilegios obtenidos con violencia.

Héctor P. Gutiérrez Letelier
Director Ing. Administración U. Andrés Bello

Codelco II

Señor Director:

Si Codelco es de todos los chilenos, exijo mi parte para venderla antes de que este gobierno -realizando prácticas laborales en contra de cualquier lógica de gestión empresarial- termine por restarle todo el valor que ha ganado con el alto precio mundial del cobre.

Gonzalo Domic Rojas

Cómo lo hacen los argentinos

Señor Director:

Es sorprendente como nuestros vecinos argenti-

nos invierten en la comodidad de sus habitantes. Van a tener el ferrocarril más rápido de Sudamérica, el cual unirá tres ciudades importantes y con una economía que ni se parece a la nuestra, deudas por todos lados. Sería conveniente pedir la receta a nuestros vecinos, porque es un proyecto en el cual nuestro Transantiago no le llega ni a los talones; por lo contrario, en nuestro país se están eliminando algunos recorridos de trenes. No entiendo... y nos creemos los ricos de este lado del planeta.

Jaime Toro Veras

Otro 1 de mayo

Señor Director:

Como todos los 1 de mayo, hubo destrozos y detenidos en el centro de Santiago tras el acto que realizó la CUT... me imagino que la agrupación considerará que la conmemoración fue todo un éxito, ¿no?

Juan Carlos Villanueva

Las cartas deben dirigirse al mail
buzondf@diariofinanciero.cl

El diario se reserva el derecho de seleccionar, extractar, resumir y titular las cartas publicadas.