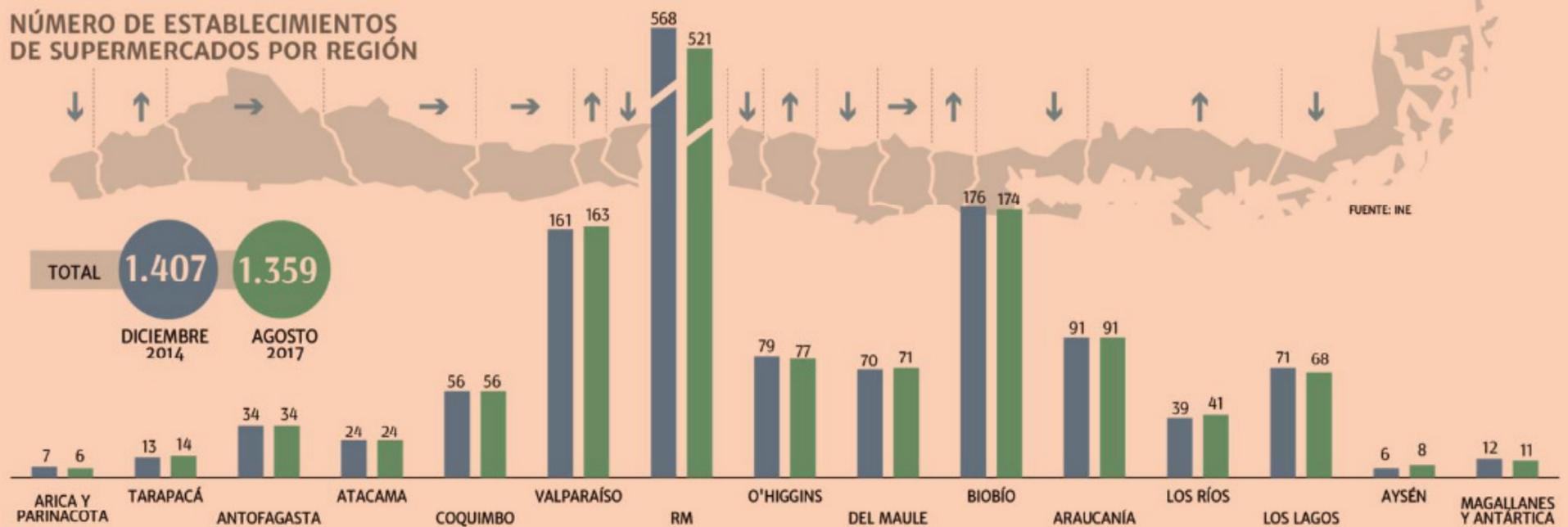


EMPRESAS

NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS DE SUPERMERCADOS POR REGIÓN



DELINCUENCIA TAMBIÉN INFLUYÓ EN CIERRE DE PUNTOS DE VENTA

Boom de ventas online genera frenazo en apertura de más salas de supermercados

■ En agosto de este año se contabilizaron 1.359 locales, 48 menos que al cierre de 2014.

POR J. TRONCOSO OSTORNOL

Se busca informático. Por años, la industria del retail apuntó a los ingenieros comerciales para llenar los cupos de su primera línea de administración. Hoy, con el boom de las compras a través de internet, las empresas están abocadas en sumar expertos en tecnología.

“El mismo Horst Paulmann (controlador y presidente de Cencosud) ha liderado este cambio y está preocupado de sumar más expertos en el área informática para absorber las mayores necesidades ante el aumento de las



RODOLFO JARA

ventas online”, explica un alto ejecutivo del sector.

Este cambio al interior de las empresas ha ido de la mano con un frenazo en la apertura de más locales. Y las grandes salas de hipermercados, de más de 10 mil metros cuadrados, que fueron grito y plata hace algunos años, van en absoluta retirada.

El objetivo de las grandes cadenas de supermercados es tener menos locales, en la mayoría de los casos de menor tamaño, pero más rentables.

En países como Estados Unidos, el negocio online ha impactado a tradicionales firmas como Sears Holdings Corp., Macy's Inc. y JC Penney Co., que están cerrando cientos de locales comerciales.

El negocio de los supermercados ha podido convivir con el canal online, pero también ha provocado el cierre de varios locales.

En Chile esta tendencia ya se está comenzando a observar. Según datos del Instituto Nacional de Estadísticas (INE), entre diciembre de 2014 y agosto de este año, el número de supermercados en el país pasó de 1.407 ubicaciones a 1.359 locales, es decir, 48 establecimientos menos en un plazo inferior a los tres años.

La primera explicación para esta fuerte baja apunta a la delincuencia: varias cadenas, como Walmart Chile, decidieron bajar la cortina

de decenas de sus supermercados Ekono ubicados en la periferia de Santiago ante el alto número de asaltos que registraban.

En su Reporte de Responsabilidad Corporativa 2016, Walmart Chile explica: “Un tema relevante del periodo 2016 fue el cierre de 63 locales de diferentes cadenas, lo que en términos netos dio un total de treinta locales menos a nivel nacional”.

Este fenómeno —explicó— se debió a dos factores: el aumento de las ventas online y las medidas adoptadas por el sector para mitigar el impacto de la delincuencia. “Se trata de un hecho inédito en el sector: por primera vez un ejercicio finalizó con un número menor de locales comparado con el periodo previo”, destacó la supermercadista.

Pero hoy, explican en la industria, el menor número de locales y las pocas nuevas aperturas, dicen relación exclusivamente con que el foco de las compañías está puesto en el desarrollo del canal online.

“Antes la apuesta era abrir y abrir supermercados para ganar puntos de mercado; hoy están abriendo locales mucho más pequeños, de no más de 3.000 m², pero las compañías tienen que desarrollar su canal digital”, explica Claudio Pizarro, investigador del Centro de Estudios del Retail (Ceret), Ingeniería Industrial de la Universidad de Chile.

Este negocio no para de crecer. La Cámara de Comercio de Santiago (CCS) dice que el negocio electrónico llegó a US\$ 3.074 millones en 2016, el 5% del total de las ventas del comercio. La proyección para 2017 es llegar a US\$ 3.700 millones, un crecimiento cercano al 20%.

Entre las áreas de mayor desarrollo para el comercio electrónico en Chile están comida y bebida, equipamiento del hogar, tecnología, vestuario y calzado, según Euromonitor International.

Frente a esto, las empresas han activado planes con miras a captar un trozo de este crecimiento de las ventas online.

Retailers, en busca de expertos más calificados

■ La tecnología juega un rol gravitante.

El desarrollo de las ventas a través de internet va de la mano con la incorporación de nuevas tecnologías en las empresas. “Efectivamente, hoy la tecnología juega un rol gravitante en el retail. No obstante, en Chile, al igual que en el resto del mundo, hay una escasez de mano de obra de este

tipo”, destaca Claudio Pizarro.

Ejecutivos de la industria supermercadista consultados por este medio confirmaron el mayor requerimiento que existe de ingenieros informáticos y, dada la escasez de este tipo de profesionales en el país, varios proyectos se han retrasado.

Por eso, las empresas han tomado contacto con distintos centros de innovación para incorporar tecnología local y así avanzar más rápido en la incorporación de nuevas tecnologías.

“En Chile no estamos atrasados; estamos muy retrasados”, afirma un alto ejecutivo que pide reserva de su nombre. Pone como ejemplo el desarrollo de Amazon Echo, el sistema apunta a que en unos años la empresa enviará dos cajas dos veces a la semana: una contendrá las cosas que estima necesitará y la otra estará vacía para las devoluciones. Es la llamada tienda a la medida del consumidor gracias al uso que hará Amazon del historial de navegación y del uso de la tarjeta de crédito.