

Contexto Y Definiciones

Julio 2007

Contenidos

- Evolución del Retail a nivel Global
- Contexto del Retail en Chile
- Definiciones y conceptos
- Áreas Gestión de Retail

... de vender productos a vender servicios y soluciones ...



What you can get out of coffee

Why it is worthwhile to think beyond the pure product ?



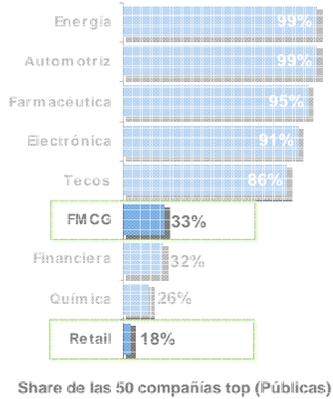
Copyright: Wirtschaftswoche, 40 (2.10.2006)

IN547 - GESTION DE RETAIL
PRIMAVERA 2007
PROFESOR: CLAUDIO PIZARRO T.

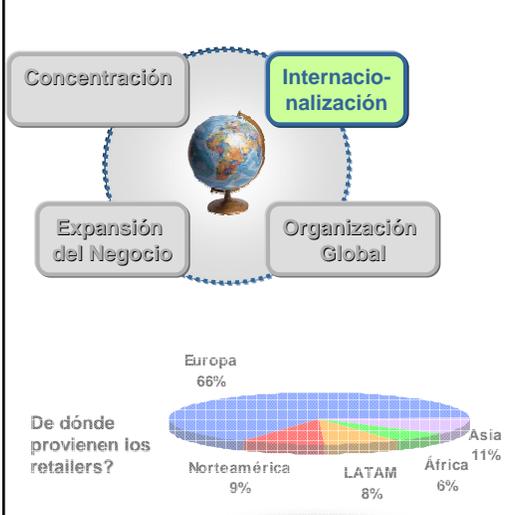


Evolución del Retail a nivel GLOBAL

Tendencias Globales en las Cadenas de Retail



Tendencias Globales en las Cadenas de Retail



Tendencias Globales en las Cadenas de Retail



Qué cosas vamos a ver a futuro?

- Negociaciones regionales de compras
- Sinergias regionales en áreas “invisibles” al cliente
- Gestión de importaciones cruzadas en búsqueda de eficiencias
- Gestión regional / global de marcas propias

Tendencias Globales en las Cadenas de Retail



Se amplían las fronteras

- Los retailers diversifican sus negocios:
 - Combustibles
 - Servicios Financieros
 - Turismo
 - Catering

TESCO
 “Estamos desarrollando nuestro negocio en UK, en FOOD, NON-FOOD y servicios financieros. Nuestra estrategia de desarrollo internacional es instalar grandes tiendas en mercados importantes donde podamos establecer una posición de liderazgo”

Wal*Mart
 “Queremos reducir el costo de vida en nuestros mercados locales”

CARREFOUR
 “Ser el retailer global, con una oferta completa de formatos adaptados a las necesidades “ideales” al consumidor local”

Por lo tanto...



- Fusiones y Adquisic.
- Nuevos Canales

- Fusiones y Adquis.
- Nuevos Mercados



- Nuevos Productos
- Nuevos Servicios

- Compras regionales
- Gestión regional en desarrollo de marcas y productos

...Los retailers globales se consolidan, forman grupos y se hacen cada vez más grandes.

IN547 - GESTION DE RETAIL
PRIMAVERA 2007
PROFESOR: CLAUDIO PIZARRO T.



Contexto del Retail en CHILE

Contexto del Retail en LA



Top 10 Grocery Retailers in Latin America, 2004



Fuente: Planet Retail

Contexto del Retail en LA



CHILE y el Retail Mundial



Según la consultora estadounidense A.T. Kearney, Chile está en el 6to lugar del mundo y primero de latinoamérica como mejor país para invertir en Retail.

(La Tercera, sábado 14 de Julio de 2007)

Posición	País	Promedio IGDR
1	India	92
2	Rusia	89
3	China	86
4	Vietnam	74
5	Ucrania	69
6	Chile	69
7	Latvia	68
8	Malasia	68
9	México	64
10	Arabia Saudita	64

El Retail en la Industria Local



Retail lidera crecimiento de patrimonio bursátil del IPSA.

La capitalización bursátil de las cinco empresas del sector (Cencosud, D&S, Falabella, La Polar y Ripley) muestra un incremento de 76,87% al 6 de julio, comparado con igual lapso del año pasado, para sumar US\$ 28.878 millones.

(Diario Financiero, martes 10 de Julio de 2007)

Movimientos Internos



A nivel regional, la fusión entre **D&S** y **Falabella** creará la segunda mayor compañía de Retail en toda América Latina, tras Walmex, y la más grande de Sudamérica.

(El Mercurio, viernes 18 de Mayo de 2007)



**Ventas por
USM\$ 8.000 al año.**

Movimientos Internos



Fasa y EuroAmerica se unen para desarrollar 50 strip centres.

Una alianza estratégica para desarrollar 50 strip centers durante los próximos cinco años, con una inversión de US\$ 100 millones, firmaron Farmacias Ahumada (FASA) y EuroAmerica.

(Diario Financiero, viernes 29 de Junio de 2007)

Movimientos Regionales



A nivel regional, la fusión entre **D&S** y **Falabella** creará la segunda mayor compañía de Retail en toda América Latina, tras Walmex, y la más grande de Sudamérica.

(El Mercurio, viernes 18 de Mayo de 2007)



**Ventas por
USM\$ 8.000 al año.**

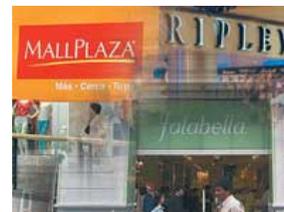
Movimientos Regionales



**Ripley sella acuerdo
con Falabella para
construir centros
comerciales en Perú.**

Las multitiendas tendrán 40% cada una y Plaza Oeste, el 20% restante.

(Diario Financiero, martes 10 de Julio de 2007)



Parque Arauco Colombia, en la recta final.

A paso firme avanza la llegada de Parque Arauco a tierras cafeteras. Fuentes de la compañía señalan que ya están “bastante avanzadas” las negociaciones con los posibles socios para su arribo a Colombia. “Ahora estamos en búsqueda de sitios y lugares donde instalarnos”, confirmaron.

(Diario Financiero, viernes 6 de Julio de 2007)



Perú, ¿el nuevo destino?

Alternativas de compra para los retailers chilenos: Supermercados Wong y Supermercados Peruanos interesan a Cencosud, Falabella y Ripley.

(Diario Financiero, 6 y 8 de Junio de 2007)

Movimientos Regionales



**... Pero WalMart
irrumpe con oferta de
USM\$ 1.000 por
Wong, USM\$ 150 más
que Falabella.**

(Diario Financiero, martes 26 de Junio de 2007)

Cifras del Retail en Chile



Resultados Retail

	2005	2004	Variación %
Falabella	2.752.873	2.314.983	19%
D&S	1.519.521	1.448.375	5%
Cencosud	4.917.901	2.791.132	76%
	9.190.295	6.554.490	

Considera:

Falabella (Tiendas, Homecenter y Supermercados en Chile)

Cencosud (Consolidado Supermercados y Paris)

D&S (Consolidado Retail – Líder y FarmaLíder)

Fuente: Información Financiera Empresas, Valores en miles de US\$

Según cifras de la Cámara de Comercio de Santiago, el Retail vendería **MUS\$ 25.000.000** en el 2005

(MUS\$ 23.700.000 en 2004)

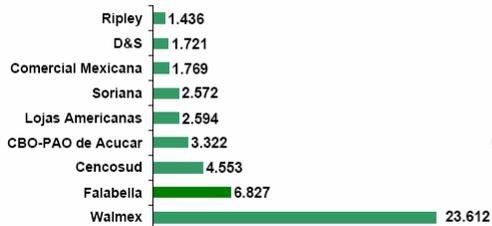
36% del Retail en Chile



Cifras del Retail en Chile

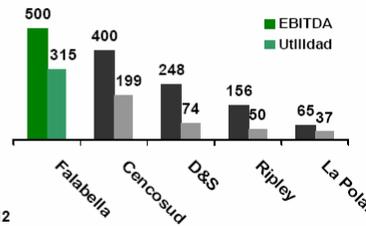


Capitalización de mercado de retailers de Latinoamérica (MM US\$)



Fuente: Bloomberg (al 18 de julio de 2006)

EBITDA y Utilidad de retailers chilenos (MM US\$)



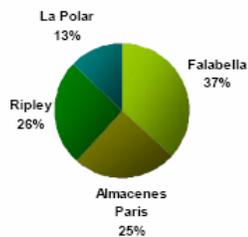
Fuente: SVS (Fecu a diciembre 2005)



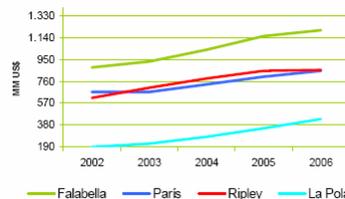
Cifras del Retail en Chile



Participación de Mercado



Tiendas por Departamento



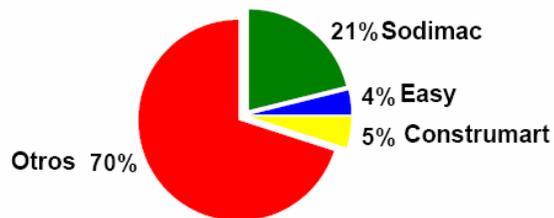
Fuente: Presentación SACI Falabella, Abril 2007

Cifras del Retail en Chile



Market Share Mejoramiento del Hogar Chile
(Mar-06)

Mejoramiento del Hogar



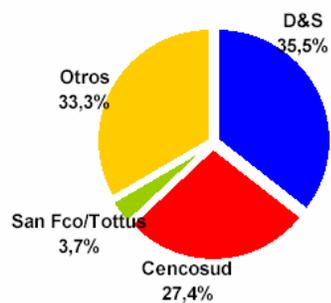
Fuente: Presentación SACI Falabella, Abril 2007

Cifras del Retail en Chile



Market Share Supermercados

Con las últimas compras y acuerdos, D&S se acerca al 40% y Cencosud al 30% de la industria de Supermercados



Fuente: Presentación SACI Falabella, Marzo 2006

Players del Retail en Chile



Tendencia a operadores multicanal...

Cencosud

Falabella

D&S

Players del Retail en Chile



... Incluso apuntando al Retail financiero

Cencosud

Falabella

D&S

Market Share Colocaciones de Consumo

Brand	Market Share (%)
Falabella	5%
Ripley	5%
Cencosud	5%
La Polar	2%
Presto	2%
Otros	76%

Fuente: SBF y FECU

Players del Retail en Chile



Por lo tanto...



...Los retailers locales se consolidan en el MULTIFORMATO.

Players del Retail en Chile



Hace tiempo que se dejó de pensar en los canales por separado... Ahora se piensa en el negocio del Retail como un todo.

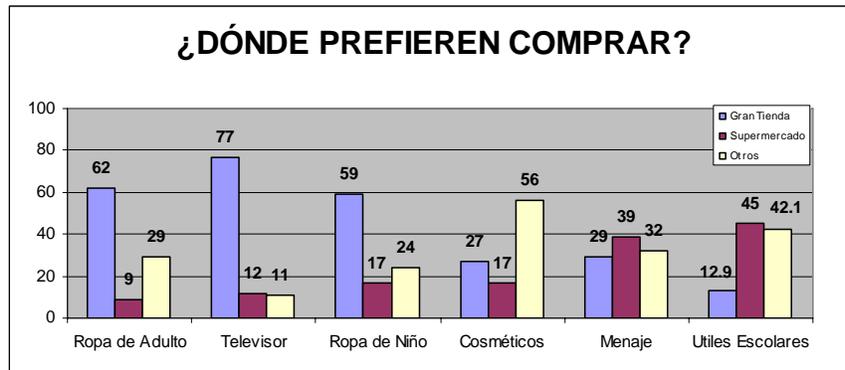
... "De esta manera, el Tribunal no validó el argumento con el cual se defendió D&S, cual es que del mercado relevante de la industria de retail, que asciende a unos US\$20.000 millones anuales, la cadena de los Ibáñez sólo tiene 8%"...

Fuente: Diario ESTRATEGIA. 06 de octubre de 2004

Cambio en las Categorías por Formato

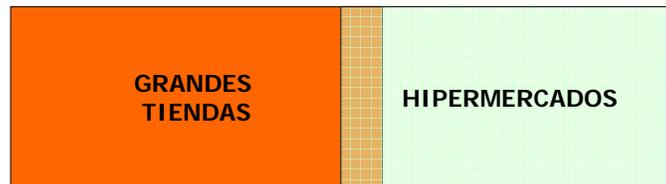


PREFERENCIAS DEL COMPRADOR FRENTE AL CRUCE DE FORMATOS



(Fuente: Adimark – La Tercera, 13 Mayo 2004)

Cambio en las Categorías por Formato



EN EL AÑO 2004 LOS HIPERMERCADOS YA TENÍAN EL **10%** DE LA VENTA DE *NON FOOD* DE LA INDUSTRIA. (DESDE ROPA HASTA TELEVISORES)

Fuente: Adimark, Mayo 2004

Players del Retail en Chile

Como país tenemos una tendencia estructural a la concentración, principalmente en 2 ó 3 players...



...Ejemplos en D&S y Cencosud

Por lo tanto...



...Debido al multiformato y a las estrategias a seguir, ahora la competencia crece. (Los de ahora no son necesariamente los mismos que antes)

Definiciones y Conceptos

Definición de Retail

Un Retail es un Negocio que vende Productos y/o Servicios a consumidores para su uso personal o de su familia.

Se asocia con tiendas de ventas minoristas o al detalle.

Siempre que existe un Consumidor existe un Retail.



Clasificación



Clasificación de los Retailers según los productos que ofrecen:

- **Retail Comestible** – *Food Retail*. (Supermercados, almacenes, etc.)
- **Retail No Comestible** – *Non Food Retail*. (Tiendas por departamento, tiendas de especialidad, etc.)
- **Retail Financiero**. (Bancos, financieras, etc.)

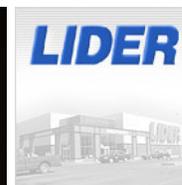


Clasificación



Clasificación de los Retailers, según los mercados que atienden:

- Mass Retailer. (Retailer Masivo)
- Brand Retailer. (Retailer de Marca)



El Retail en Chile



■ CATEGORIAS DE RETAIL PRESENTES EN CHILE:

- ◆ Supermercados (Tradicional, Hiper y megamercados)
- ◆ Grandes Tiendas
- ◆ Tiendas por Departamentos
- ◆ Home Improvement
- ◆ Farmacias / Drugstore
- ◆ Tiendas de Conveniencia
- ◆ Panaderías
- ◆ Tiendas especialistas
- ◆ Otras

falabella.com



Formatos de Supermercados



	Tienda de Conveniencia	Supermercado Económico	Supermercado Tradicional	Megamercado o Hipermercado
Superficie	Formato pequeño, sala de venta < 1.000 m ²	Sala de venta entre 1.001 y 3.000 m ²	Sala de venta entre 3.001 y 6.000 m ²	Sala de venta sobre los 10.000 m ² .
N° de ítems	Hasta 400 ítems	Entre 400 y 1.500 ítems	Entre 1.500 y 10.000 ítems	Sobre 20.000 ítems
Área de influencia	Vecinal	Barrios	Comunales	Varias comunas
N° de cajas promedio	3 ó más	10 ó más	25 ó más	40 ó más
Orientación	Venta diaria	Venta diaria y semanal	Venta semanal y quincenal	Venta mensual
Ejemplos	Servicentros, Big John	Las Brisas, Montserrat, Bryc, Economax, Líder Express	Santa Isabel, Unimarc, Líder Vecino	Líder y Jumbo



Conceptos del Retail



One Stop Shopping

Concepto relacionado con ofrecer a los consumidores la posibilidad de satisfacer todas sus necesidades de compras en un solo lugar y de una sola vez.

...*"El diseño de nuestros locales provee características que permiten diferentes exposiciones, cantidad y mezcla de productos, con el objeto de adaptarse a los cambios en las preferencias y hábitos de sus consumidores.*

Esto se demuestra en nuestro formato más moderno, "Drugstore@", que amplía la exposición de productos en góndolas para el autoabastecimiento del cliente. Incorpora el concepto "one-stop-shopping", que permite al cliente comprar en una solo lugar, una gran variedad de artículos en modalidad de autoservicio, apoyado con una excelente atención, amplitud, comodidad y ubicación"...



(Fuente: Propuesta de Valor de Farmacias Ahumada)

Conceptos del Retail



Share of Wallet.

Concepto relacionado con obtener la mayor *participación* posible en el presupuesto dedicado al consumo de cada uno de los clientes.



Cruce de Formatos y Categorías en el Retail.

...*"Aún cuando nuestras prioridades continúan siendo el aumentar la cobertura a nivel nacional, crecer en nuestro negocio principal e impulsar las áreas de negocio no tradicionales, incrementando así nuestra **participación en el gasto familiar (share of wallet)** nuestro quehacer diario se concentra principalmente en mejorar los estándares de eficiencia a través de toda la compañía, mejorando la rentabilidad de nuestros negocios"...*



(Fuente: Comentarios del Gerente General, Resultados I Trimestre 2003, D&S S.A.)

Conceptos del Retail



ECR (Efficient Consumer Response)

Es un modelo estratégico, en el cual proveedores, distribuidores y retailers trabajan juntos para dar un mayor valor a los consumidores a través de un enfoque conjunto, orientado a lograr una mayor eficiencia global de la Cadena de Abastecimiento.

- En Chile está bajo el alero de la CNC (Cámara Nacional de Comercio)
- Principalmente involucra proveedores y retailers de la industria de los supermercados
- Portal ComercioNET -> Supermercados y Proveedores
-> EDI (Electronic Data Interchange)



Conceptos del Retail



Categoría

Una categoría es un grupo distinto y administrable de productos / servicios que los consumidores perciben como interrelacionados y/o sustituibles para satisfacer una necesidad del consumidor.



Fuente: ECR Best Practices Report

Conceptos del Retail



FMG (Faltante de Mercadería en Góndola)
OSA (On-Shelf Availability)

Es un indicador que muestra el porcentaje de *quiebres de stock* o falta de productos en las góndolas. (Supermercados)

Se asocia principalmente con problemas de abastecimiento o reposición de los productos, ya sea desde el centro de distribución o de la bodega de la tienda.

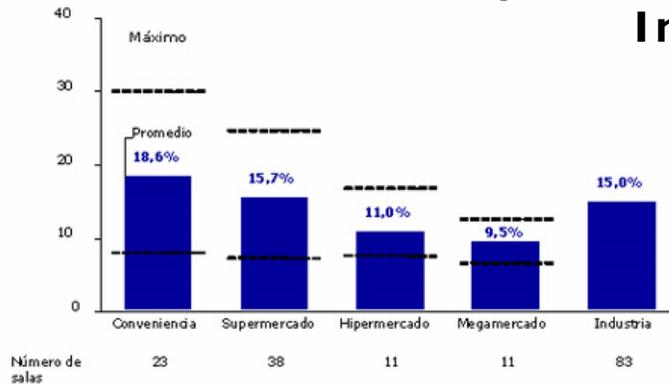


Faltantes de Mercadería en Góndola



15% como promedio de la Industria

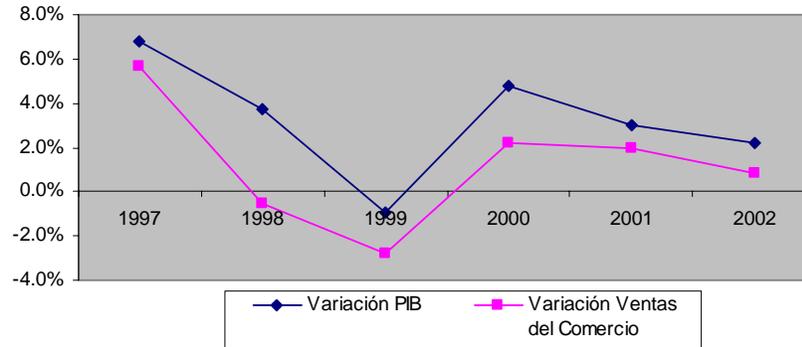
% Ponderado de quiebres de stock



Fuente: DII U. De Chile, 2004.

La Inestabilidad del Retail

Variación del PIB y de las Ventas del Sector Comercio



Fuente: Banco Central; Cámara Nacional de Comercio

Los Consumidores del Retail

■ ¿Qué compran los Chilenos?

Alimentos	27%
Vivienda	23%
Transporte	16%
Vestuario y Calzado	9%
Educación	6%
Salud	5%
Recreación	5%
Otros	9%

¿Cuánto gastan al año*?

NSE Bajo	\$ 640.000
NSE Alto	>\$ 1.075.000

* Canasta de alimentos, Higiene, lácteos, aseo, bebidas, snacks y confites)



Fuente: AC Nielsen – El Diario Financiero

Los Consumidores del Retail



■ PROMEDIO DE VISITAS MENSUALES A LOS DISTINTOS RETAILS:

- ◆ **Malls:** 3,4 veces.
- ◆ **Supermercados:** 5,2 veces.
- ◆ **Home Improvement:** 1,4 veces.
- ◆ **Farmacias:** 2,5 veces.

Fuente: Adimark



Áreas de la Gestión de Retail



GESTIÓN DE CLIENTES	GESTIÓN DE TIENDA
GESTIÓN DE CATEGORIAS	GESTIÓN DE DISPONIBILIDAD

Fuente: Adaptado de Máximo Bosch

Gestión de Clientes



Para los retailers, existen tres temas que es necesario conocer de sus clientes y poder hacer una mejor gestión de ellos:

- ¿Qué es lo que lleva a los clientes a la tienda?
- ¿Cómo compran?
- Conocer el significado de "su" marca para los clientes.

"Veamos... ¿A quién le seré leal esta semana?"



Gestión de Tiendas



Dentro de este tópico nos centraremos en los siguientes puntos:

- 1. Personal**
- 2. Configuración e Infraestructura**
- 3. Ambientación y Merchandising.**
- 4. Atención al Comprador - información**

¿Qué es Gestión de Categorías?



Es una alianza entre el Retail y el Proveedor para administrar categorías como **Negocios Independientes** dentro del local, produciendo mejores resultados comerciales para ambos, concentrándose en entregar **Valor al Consumidor**.



Fuente: Adaptado de The Partnering Group

Gestión de Disponibilidad



- Disponibilidad del producto para el consumidor ó shopper.
- Términos:
 - **Quiebre de Stock.**
 - **FMG: Faltante de Mercadería en Góndola.**
 - **OSA: On-Shelf Availability.**
- La idea es evitar los stock out, ya que no solo perjudican la venta spot, sino también la imagen del retail y las futuras transacciones.