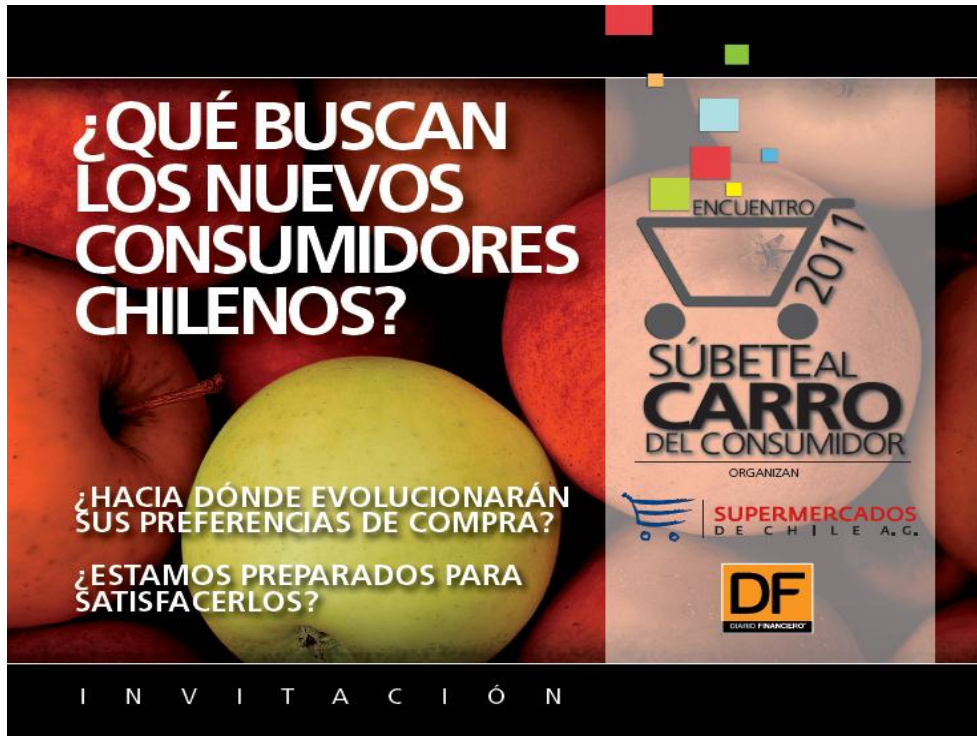


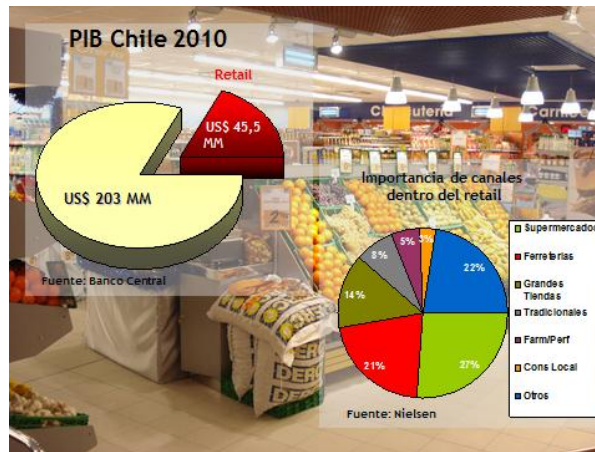
Discurso Balance - Susana Carey

Encuentro Anual 2011 de Supermercados de Chile A.G.

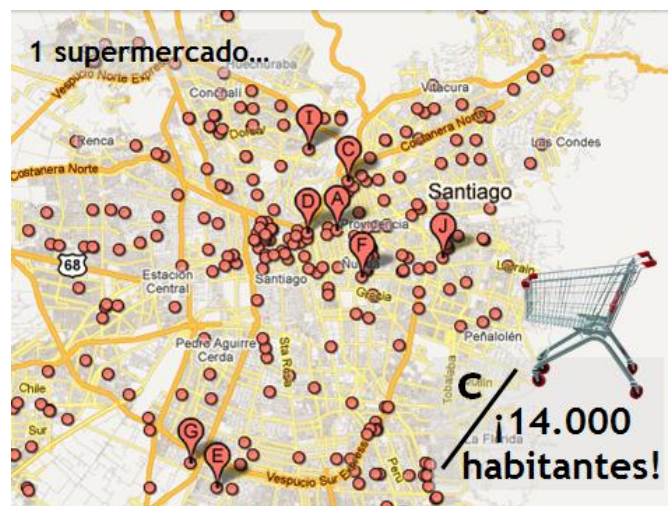


Quiero agradecer a cada uno de ustedes por acompañarnos hoy, en la décimo primera versión de nuestro Encuentro Anual de Supermercados de Chile, que hemos organizado en conjunto con nuestros amigos de Diario Financiero.

Este encuentro anual surgió como una oportunidad para que, como industria, los supermercados pudiéramos tomarnos una pausa en nuestro quehacer habitual, para pensar sobre nuestra propia actividad y realizar un balance general. Cuánto hemos avanzado, cómo lo hemos hecho y hacia dónde nos dirigimos.



Hoy día, nadie puede discutir que los supermercados se han transformado en un actor protagónico de nuestra economía. El retail en su conjunto representa cerca del 22% del Producto Interno Bruto del país y, dentro de ese sector, los supermercados son el principal canal de ventas, con una participación cercana al 26%, superando a las grandes tiendas, farmacias y ferreterías. Los chilenos realizan compras en los supermercados por casi US\$13.000 millones de dólares al año, pudiendo elegir libremente en góndolas, con un nivel de servicio que ha elevado ostensiblemente sus estándares de operación y de inocuidad alimentaria.



Cada vez más compatriotas tienen un supermercado cerca de su casa, y en algunos casos no sólo uno, sino que varios entre los que pueden optar. La industria ha sabido incursionar en distintos formatos, haciéndose cargo de las necesidades del consumidor. Acceso y multiformato son los elementos que caracterizan la fase de

desarrollo en que se encuentra nuestro sector actualmente. Esto es lo que existe detrás del sólido y sostenido crecimiento que hemos registrado como sector. Porque mientras en 2006 existían sólo 731 salas, cinco años después ya hemos superado las 1.150, y para fines de año esperamos que sean más de 1.200 locales, llegando a una sala por cada 14 mil habitantes. Las ventas del sector, coincidentemente, han mostrado un dinamismo robusto, con tasas por encima del crecimiento promedio de la economía, y que se espera que superen el 7% en el 2011.



No cabe duda también, que el principal motor de todo este desarrollo ha sido la fuerte competencia que han demostrado los distintos actores por hacerse de la preferencia del consumidor. Detrás de la consolidación que se ha dado en la industria, se encuentra no sólo un incremento en los estándares de operación, sino que ha producido una constante apuesta por ajustar las propuestas de valor a las nuevas exigencias y estilos de vida de un país cada vez más diverso. Muestra de ellos son las ventas en línea, la ampliación de la oferta hacia productos no tradicionales, el surgimiento de supermercados pequeños con alta focalización en precios bajos, y el desarrollo de espacios con productos gourmet, entre otros.

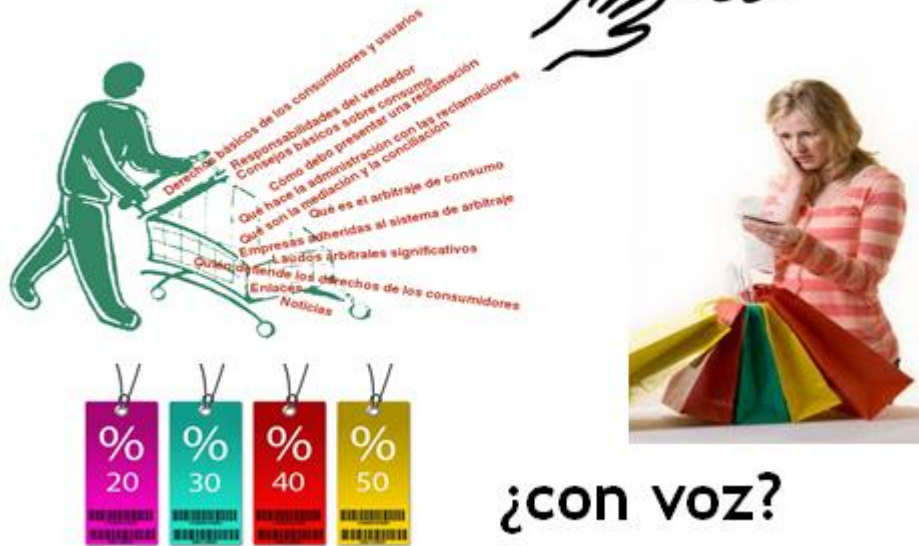
Steve Jobs, fundador de Apple, ha dicho en numerosas ocasiones que desconfiaba de los Focus Group y de los estudios de opinión, porque sólo mostraban lo que los consumidores pensaban de sí mismos, y no su verdadero comportamiento. Decía, simplemente, que los consumidores “no saben lo que quieren”. El profesor Alejandro Ruelas-Gossi sostenía la semana pasada en el Congreso de Innovación de Icare que el cliente “miente”; que la obsesión por saber lo que éste piensa es injustificada, porque es básicamente alguien desleal con las marcas.

Lejos de querer polemizar con estas visiones sobre el consumidor, nosotros tenemos una opinión distinta. Tanto con su comportamiento como con su elección, los chilenos han hablado... hemos visto en los últimos años que se han expresado con claridad respecto de dónde prefieren hacer sus compras, mayoritariamente: ¿Dónde? En un supermercado.

Y esa decisión de los consumidores nacionales no ha sido casual, sino que se ha producido como consecuencia de un intenso trabajo por anticiparse a sus preferencias y captar su atención.

Este año que ha estado marcado por una alta efervescencia social en el país. En este contexto resulta aún más pertinente hacernos preguntas respecto de este nuevo consumidor... Por cierto, el fenómeno va más allá del consumo. Somos parte de una sociedad que hoy se manifiesta por defender el cuidado del medioambiente; por exigir nuevos derechos para minorías, o para demandar cambios sobre lo que consideran injusto. Hablamos incluso de cómo se vincula lo que ocurre en Chile con situaciones internacionales, y cómo las redes sociales habrían estrechado las fronteras de los fenómenos sociológicos.

Consumidor empoderado, pero...



¿con voz?

Pareciera que la figura del ciudadano empoderado se ha establecido definitivamente en el país. Pero, ¿se ha traducido este empoderamiento hacia la esfera del consumidor? Mucho menos perceptible ha sido la voz del consumidor en un conjunto de materias que le atañen directamente. ¿Qué piensan los consumidores respecto que se les prohíba por ley acudir al comercio los días domingo? ¿Qué posición tienen ante la posibilidad de que puedan comprar aquellos medicamentos que no requieren receta médica en otros comercios y sin intermediarios? ¿Están de acuerdo con que un experto a nivel central determine qué alimentos le hacen bien y cuáles no, asumiendo que conoce mejor su estado de salud y su estilo de vida?

Como nos contaba Paco Underhill en su brillante exposición, el comercio necesita de consumidores responsables. Que, por supuesto, exijan sus derechos y promuevan así la competencia. Pero a la vez, es preciso que el nuevo consumidor en Chile haga presente su posición en los debates públicos. Como actores del comercio, contribuimos entregando información al consumidor. La transparencia es un mandato de la hora actual, dadas las posibilidades que tienen los ciudadanos y consumidores de comparar y

constatar la efectividad de nuestras propuestas de valor. Pero se requiere que los consumidores participen por conquistar nuevos espacios de decisión.



Una de las principales consecuencias positivas que ha tenido el hecho de que los supermercados atraigan cada vez a más consumidores, es que ha permitido a esta industria transformarse en una fuente de empleo cada vez más atractiva para una mayor cantidad de chilenos.

Las estadísticas hablan por sí solas. Hacia el cierre del 2010, aproximadamente 120.000 chilenos y chilenas se desempeñaban laboralmente en un supermercado. Este año, además, estimamos que esa cifra se incrementará en 10.000 nuevos empleos, gracias a la apertura de más de 100 nuevos locales a lo largo del país.

A veces esto se olvida, y por lo mismo me parece importante destacar lo intensiva que es la industria de supermercados en su aporte al mundo del trabajo y a la economía en general.

En esa línea, quiero decir que estamos orgullosos de ser un actor de la economía que da empleo a miles de chilenos y chilenas; en un sector cuya característica esencial en materia laboral es brindar oportunidades reales de crecimiento profesional. Nuestra industria da la posibilidad de formarse, de hacer carrera y de progresar a aquellas

personas que se esfuerzan y son responsables, sin importar la experiencia previa ni las oportunidades de educación que pudieran haber tenido en la vida...

En la práctica, las cuatro primeras líneas de mando al interior de un supermercado son ocupadas casi exclusivamente por promoción interna de personal. Así, cada día, cientos de mujeres y jóvenes, personas que pertenecen a grupos de baja empleabilidad en el país, encuentran en nuestra industria un espacio formal de desarrollo profesional. No existe un sector económico en Chile, de tamaño comparable al nuestro, que ofrezca a quienes inician su vida laboral mayores espacios de movilidad social y nos sentimos muy orgullosos por ello. En un momento más veremos ejemplos nítidos de personas que expresan esta realidad, cuando hagamos entrega de nuestros premios “Héroes del Servicio”. Son muchísimas las historias que podemos contar de personas que han desarrollado su vida en los supermercados, que se han capacitado y han crecido laboral y profesionalmente, alcanzado puestos de alta responsabilidad en las cadenas de nuestra asociación.

- ✓ **120.000 empleos directos.**
- ✓ **10.000 nuevos empleos en 2011.**
- ✓ **Alternativa de carrera para personas sin preparación**
- ✓ **Promoción interna en 4 primeras líneas de mando**
- ✓ **Certificado de competencia para 1.200 trabajadores.**





Ahora bien, este año estamos dando un nuevo paso junto a nuestros trabajadores. Hace algunas semanas, en Supermercados de Chile anunciamos el proyecto de certificación de competencias laborales, con el apoyo del Servicio Nacional de Capacitación y Empleo, SENCE, que beneficiará a más de 1.200 trabajadores. Gracias a este programa, quienes se desempeñen como cajero, reponedor de abarrotes, jefe de sección y operador de platos preparados, contarán con un certificado laboral oficial, respaldado y avalado por el gremio, no sólo para su empleabilidad futura, sino que también para su propia autovaloración personal. Lo anterior, además de los programas de capacitación permanentes, que cada cadena realiza durante el año.

Para terminar, quiero volver a agradecer a ustedes su interés por participar en nuestro encuentro anual, e invitarlos a acompañarnos en el resto de la agenda. Durante esta tarde, nuestros distintos asociados comentarán respecto de la visión que cada uno tiene sobre los desafíos que enfrentan los supermercados en el país. Creo que lo mejor está por venir en una industria que no tengo dudas seguirá sorprendiendo al mercado, y lo principal, atendiendo y sirviendo a nuestros consumidores, como se lo merecen.

Muchas gracias, y muy buenas tardes.