



RED ACERO: UN ADELANTO DEL GRAN ENCUENTRO DEL RETAIL ARGENTINO

La edición número 14 del evento anual se llevará a cabo del 1 al 3 de agosto en el Hotel Hilton, espacio que lo alberga desde hace ya cuatro años. Luis Alcázar, presidente de la red de compras, dio un panorama acerca de lo que se viene y las expectativas que esta nueva jornada acarrea.

Las instalaciones destinadas para los expositores de Red Acero 2016 ya están colmadas y esto asegura el éxito que se vendrá a principios del mes de agosto.

Más de 90 expositores, 83 socios y visitantes calificados formarán parte de la 14ta edición del tradicional encuentro retail argentino, que se llevará a cabo, como hace ya cuatro años, en el Hotel Hilton de Puerto Madero.

La preparación es árdua pero la experiencia de quienes conforman la red hacen que

todo sea mucho más “aceitado”. “Cada uno de los organizadores sabe su función y el proveedor espera nuestro evento anual”, comentó su presidente, Luis Alcázar. “Hay que trabajar mucho durante el mes puliendo detalles para que nada falle, y hoy ya estamos en la recta final”, agregó el titular.

La ocupación es total y eso es señal de que el canal se encuentra en vías de crecimiento, y que el estancamiento en los mercados no ha llegado de manera completa a

los rubros que forman parte del retail. Las bajas están, pero no son preocupantes.

Casi 800 personas pasarán por día durante las 3 jornadas de Red Acero, razón por la cual la elección del lugar no es tarea fácil. Se necesita un espacio que cubra las necesidades tanto de directivos, proveedores, organizadores y visitantes tanto en comodidad como en seguridad. “En otros años, hemos llevado nuestro evento a otros lugares, como Mar del Plata, Rosario y Cór-

do, pero el traslado y el alojamiento no son los mismos que si estamos en Buenos Aires”, señaló Alcázar. “Son ocho horas de trabajo con el proveedor retail, pero también incluimos charlas especiales y oradores que hablarán acerca del mercado actual. Es por eso que necesitamos que las comodidades estén”, agregó.

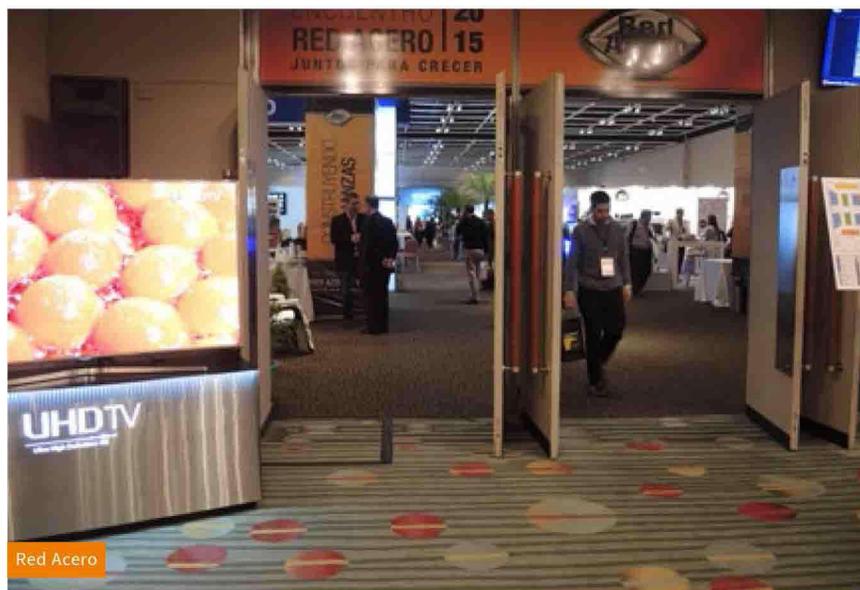
“Nuestra idea es que todos los años el evento mejore. Cuando miramos hacia atrás y recordamos nuestro primer encuentro, nos damos cuenta de que adquirimos mucha experiencia y todo lo que logramos con el correr de los años”, explicó el presidente de la red en cuanto a la evolución del encuentro.

En cuanto a la facturación lograda durante los tres días que duró la jornada el año pasado, fue exitosa: \$ 450 millones. “Para este año es difícil hacer un pronóstico de lo que recaudaremos, ya que todos estamos al tanto de la situación actual, pero queremos superarlo”, enfatizó con entusiasmo.

UN BALANCE DEL PRIMER SEMESTRE

“Nuestro sector no ha sido tan castigado, fuimos bastante privilegiados y es lógico que sea así. Nosotros vendemos todo lo que necesitan las personas para su hogar, entonces cuando se rompe algo hay que comprarlo. Más allá que no se cambie por gusto ni por modelo porque la situación está difícil, si se rompe una heladera o un termotanque hay que reponerlo”, explicó Alcázar.

Igualmente, y sin la intención de hacer un análisis profundo, debido a la situación financiera del país (con aumentos e inflación) caen los porcentajes de venta en el retail, pero no en la medida que caen en otros rubros, y así lo asegura Alcázar. ¿Una de las razones? la financiación en cuotas para la



Red Acero

compra de productos, pero no solo por los planes conocidos (como Ahora 12), si no por los implementados de manera individual por los socios, ya que algunos cuentan con su propia tarjeta. “El canal hogar es bastante privilegiado, tenemos buenas expectativas y sabemos con seguridad que vamos a superar los malos tragos”, acotó el ejecutivo. “Al contar dentro de nuestra extensa red con tanto surtido de productos y marcas, si caen las ventas en alguna categoría se suple con la suba en otra”, agregó.

TEMPORADA Y CONTEXTO

Gracias a los factores climáticos, la época invernal ha sido muy buena para las casas de electrodomésticos, quienes, a diferencia del año pasado, aumentaron sus ventas en productos de calefacción. “Dicen los que saben que cuando hay un buen invierno hay un buen verano”, remarcó Alcázar.

Otro factor que incide es el cambio de las tarifas de servicios. El presidente calificó la situación como “muy dura”. Una opción viable para que el consumo en el hogar se

equilibre es adquirir aquellos electrodomésticos con eficiencia energética A, que gasta menos luz que otros artefactos.

LA ACTUALIDAD DE RED ACERO

“Somos la red más grande del país y ocupamos un lugar especial en el canal. Por nuestra dimensión, también somos la que mayor facturación logra”, señaló el presidente de la entidad.

Actualmente, cuentan con 83 socios y tienen un objetivo a cumplir: llegar a los 100 socios muy pronto, algo que es fortuito en esta época.

¿Por qué no era un objetivo viable el año pasado? “En un contexto en donde no había mercadería, la red no podía sumar socios porque ya no podíamos administrar la escasez. Teníamos abastecimiento pero no era ‘para ser dulce’. Ahora, por suerte, contamos con abastecimiento, razón por la cual estar dentro de Red Acero es importante para las empresas”, comentó el ejecutivo.

“No se ha salido a buscar socios abierta-

mente, ellos se acercan porque ya nos conocen y saben de nuestra trayectoria en el canal”, argumentó.

El ecosistema empresarial que conforman Red Acero está formado, especialmente, por casas de electrodomésticos del interior de país. Las mismas cuentan con varias sucursales, lo que aumenta las bocas comerciales. “Esto genera mayor volumen de compra que es el Leit Motiv de la red”, destacó el directivo.

Contar con un buen volumen de productos es uno de los requerimientos que se le pide a quienes quieran formar parte del espectro de compras por varias razones, y una de ellas es remarcada por Alcázar. “Hoy la red provee casi de un 80% de mercadería a los socios y todo lo importante en volumen lo manejamos desde aquí adentro. Contamos con un sistema muy acertado de carga de pedido virtual, ya que centralizamos la información en nuestras oficinas de Buenos Aires y luego se hace el pedido a las empresas”, explicó. Implementar este sistema basado en la virtualización para los pedidos le llevó a la red casi dos años de realización y está en vigencia desde 2015.

LA 14TA EDICIÓN DE RED ACERO TENDRÁ LUGAR DEL 1 AL 3 DE AGOSTO EN EL HOTEL HILTON DE BUENOS AIRES

COMPRAS Y LOCALÍA

Con la paulatina apertura de las barreras comerciales, el interrogante acerca del ingreso de mercadería extranjera permanece en el aire. “Nuestras compras son todas locales. Si bien, en su momento, hemos co-importado, no lo haremos ahora. Tengamos en cuenta que la importación actualmente está libre solo para insumos



y no para productos terminados”, destacó Alcázar. “El comercio aún está protegido, y es bueno. Ningún extremo es saludable, por ende, hay que mantener un equilibrio”, agregó.

EXPECTATIVAS

“Si viene un verano bueno, las expectativas son buenas. El año pasado no fue bueno debido a que el clima no acompañó demasiado. El calor comenzó tarde y, por ende, la venta de equipos de climatización no fue la esperada”, mencionó Alcázar en cuanto a las expectativas de Red Acero a corto plazo.

En tanto, a largo plazo, lo esperado es positivo. “Creemos que para 2017 que viene esto cambiará. Tenemos que re-acomodarnos este año para que todo vaya por buenos senderos en la etapa siguiente. La gente estará más acomodada a las nuevas reglas del mercado en cuanto a tarifas, precios y sueldos”, añadió el ejecutivo.

Una actividad con gran crecimiento dentro de todos los rubros, inclusive en retail hogar, es el comercio electrónico. La introducción de esta forma de venta por medio de la web actúa como un factor que genera

plusvalía a lo ya comercializado por el canal tradicional (físico).

Hoy en día, aproximadamente el 10% de las ventas realizadas por grandes cadenas retail se hace a través del ecommerce.

Con este avance virtual en mente, Red Acero cree en esta forma tecnológica de hacer negocios. “Lo estamos implementando y muchos socios lo hacen. De manera individual tienen su servicio, pero a nivel grupo no es fácil. Sabemos que en los próximos años lo haremos porque el comercio va para ese lado. Todos están comprendiendo la importancia del ecommerce, lo saben y están intentando implementarlo”, comentó Alcázar.

Igualmente, el contacto y la cercanía continúa y continuará siendo el principal valor agregado de la red de compras.

“No es lo mismo gestionar algo con una gran cadena que con un local más personalizado, como los que forman parte de nuestra red. Si un cliente tiene algún problema o una petición, nosotros se lo solucionamos sin un manual de procedimientos que lo haga engorroso”, afirmó el directivo.

RED ACERO EN NÚMEROS

- 83 EMPRESAS SOCIAS
- 4.500 EMPLEADOS
- \$ 9.000 MILLONES FACTURADOS EN 2015
- PRESENTES EN 20 PROVINCIAS
- 480 SUCURSALES EN 2015
- 50 NUEVAS APERTURAS EN 2016
- 150 PROVEEDORES APROXIMADOS