

Número  
386

30 de Octubre  
de 2006



**VENEZUELA**

## Retailer Profile: Excelsior Gama

Las noticias más destacadas del sector retail

## Retailer Profile: Excelsior Gama

La cadena Excelsior Gama es una de las más jóvenes del retail de Venezuela. Pese a no ser de gran tamaño como sus competidores, Excelsior ha elegido el camino del servicio y la calidad como estrategia de diferenciación y hoy apunta a clientes con buen poder adquisitivo. Solo tiene presencia en Caracas, la capital de Venezuela, a través de tres formatos diferentes.

La cadena Excelsior Gama es una de las más jóvenes del retail venezolano. Si bien la familia Gama se encuentra en el comercio minorista desde 1952, el retailer Excelsior Gama nace como cadena recién en 1989.

Aunque aún se encuentra lejos en ventas de las cadenas que lideran el mercado como Central Madeirense o el grupo Éxito, Excelsior Gama se está abriendo camino con pasos firmes. Todavía no se puede hablar de una fuerte penetración en las ventas totales del supermercadismo de Venezuela, pero sí se puede decir que posee una prominente presencia en Caracas con 10 tiendas de tres formatos diferentes.

Si bien la cadena no brinda datos financieros, Liliana Trejo, Gerente de Mercadeo de Excelsior Gama, afirmó a ILACAD que "el desempeño de la cadena en lo va de este año está arrojando resultados muy favorables en términos reales con crecimiento del Ticket Promedio y del número de clientes nuevos. Se ha incrementado la productividad de la cadena de suministros, a través de utilización de las mejores prácticas a nivel mundial de las técnicas de ECR, Gerencias de Categorías y control, estandarización y aseguramiento de Gestión Operativa de los puntos de ventas en función de una innovadora promesa de servicio".

Como consecuencia del rumbo de la economía venezolana y algunas políticas estatales perjudicaron el firme crecimiento del supermercadismo venezolano, pero la situación parece estar revirtiéndose ya que según la Asociación Nacional de Supermercados y Automercados (ANSA), el sector ha registrado un crecimiento de 15% en lo que va de este año y estimó que se mantendrá hasta culminar 2006.

En este contexto, Excelsior ha tenido, desde su fundación, un crecimiento constante en cuanto a la cantidad de tiendas. Hoy cuenta con 10 supermercados (6 Excelsior Gama Los Palos Grandes, La Tahona, Macaracuay, Vizcaya, Santa Fe y Manzanares; 3 Excelsior Gama Express: Santa Eduvigis, San Bernardino y Chuao, y 1 Excelsior Gama Plus: Santa Eduvigis).

### Diferenciación como estrategia

La diferenciación es la principal estrategia que lleva adelante Excelsior Gama. Enfocándose en la calidad, variedad y servicio, la cade-



**Supermercado Excelsior Gama Express San Bernardino**

### Responsabilidad social

En Excelsior Gama existe tres Programas de Responsabilidad Social: "Una Sonrisa a su Cuenta", "Recicla para la Vida" y reciclado de papel REPAVECA.

na apunta a posicionarse entre los clientes que buscan algo más que comprar en un supermercado.

En principio, la cadena maneja tres formatos diferentes de tiendas lo que le permite ubicarse en diferentes sitios de la capital de acuerdo a los clientes de cada zona. Los formatos que opera son: Excelsior Gama Express (menores de 500 mts<sup>2</sup> de sup. de ventas), Excelsior Gama (son las tradicionales de 500 mts<sup>2</sup> a 2.500 mts<sup>2</sup>) y Excelsior Gama Plus (superiores a 2.500 mts<sup>2</sup>).

Hasta 2004, la cadena apuntó más fuerte a sus formatos Express y tradicional, pero con la apertura de Santa Eduvigis inauguró su nuevo formato Plus que, a diferencia de los otros, brinda más servicios como por ejemplo: "El bodegón de Arlindo" que cuenta con una exclusiva selección de vinos y una isla gastronómica llamada "Gama Gourmet" con comidas preparadas frías y calientes, panadería, pastelería, sushi, ensaladas y café; más espacio (3300 mts<sup>2</sup> y 340 lugares para estacionar) y mayor variedad de productos.

El nuevo formato trajo buenos resultados: la empresa incrementó su facturación un 22% tras la apertura del hiper compacto de Santa Eduvigis.

Con una inversión de alrededor de U\$S 500.000, en 2005 se inauguró el minimercado Excelsior Express San Bernardino, que es más bien del formato de cercanía (tiene 280 mts<sup>2</sup>) y naturalmente ofrece menos servicios.

La cadena abrió este año un nuevo Excelsior Gama Express Chuao y tiene proyectado uno más a fines de este año. Liliana Trejo comentó que "también se han ejecutado numerosos proyectos de mejoras en los puntos de ventas actuales, dando mayor profundidad y exhibición en la oferta de las Categorías Destino y adicionando nuevas Categorías en la oferta: Farmacias y Gama Gourmet".

Además de los formatos, Excelsior se apoya en los servicios para diferenciarse de sus competidores.

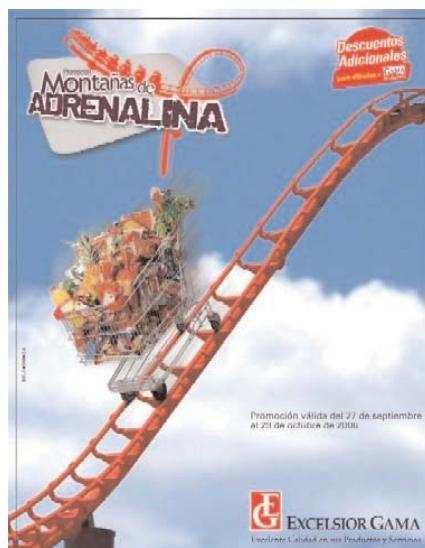
Gama Club es un programa de clientes frecuentes que, a través de una tarjeta, brinda descuentos (3 por ciento de descuentos en productos patrocinantes, los que cierra la cadena con los proveedores, y descuentos especiales del 5 por ciento en el área de frutería y pesquería) o precios especiales al cancelar las compras y promociones especiales.

El Gama Club funciona desde 1994, pero existe también desde 1998 la tarjeta Gama Club Kids, orientada a los hijos de los afiliados a Gama Club.

En el 2000, Gama Club lanzó al mercado la Tarjeta Privada de financiamiento exclusiva de Excelsior Gama: Gama Club - Banco de Venezuela / Grupo Santander.



**Pasillo de la sección pañales del Excelsior Gama Macaracuay. La buena iluminación y el surtido son parte del servicio.**



**Tapas de los folletos de ofertas. Una muestra más de que prima la calidad y el servicio: no hay productos ni ofertas en la portada.**



**Excelsior Gama Express San Bernardino**



**Excelsior Gama Macaracuay**

**La cadena maneja tres formatos: ARRIBA**  
**Excelsior Gama Express (menores de 500 mts<sup>2</sup> de sup. de ventas), ARRIBA DERE**  
**Excelsior Gama (son las tradicionales de 500 mts<sup>2</sup> a 2.500 mts<sup>2</sup>) y DER**  
**Excelsior Gama Plus (superiores a 2.500 mts<sup>2</sup>).**

Aquí las mismas tres áreas, pero de diferentes formatos. El de Gama Plus hay mucho más surtido y espacio mientras que el Express es más pequeño y el surtido responde a las compras del día. El formato tradicional es para el cliente que desea realizar una compra completa, pero no encontrará tantos servicios ni espacio como en el Plus.



**Excelsior Gama Plus Santa Eduvigis**

Las promociones de Gama cumplen un papel fundamental en la fidelización con el cliente. "Mensualmente tenemos promociones masivas en piso de ventas cuya duración son entre 19 y 23 días. Las promociones se basan en descuento sobre PVP, algunos proveedores manejan ofertas 2x1 de acuerdo a estrategias de categorías. Adicionalmente tenemos productos con descuentos exclusivos para nuestros clientes afiliados a la tarjeta de cliente frecuente Gama Club", explicó Trejo. Y agregó: "A partir del 1 de noviembre se incorporará un nuevo beneficio para los afiliados donde podrán acumular puntos y definirlos de acuerdo a premios que se determinen en cada promoción". La cadena cuenta con un servicio de consultas llamado Servigama y un servicio de ventas por Internet con una amplia cobertura en Caracas Gama Online.

## Marcas propias

Según Liliana Trejo, el desarrollo de productos con Excelsior es bastante complejo. "Más allá del análisis a realizar en las distintas categorías, buscando un nicho de mercado atractivo y rentable, consideramos muy cuesta arriba conseguir fabricantes nacionales que nos ofrezcan un plus entre calidad, servicio y precio. Constantemente tratamos de investigar y relacionar desarrollos con categorías de mucho volumen, pero estas generalmente no son las más rentables por el tema de la regulación de precios. Sin embargo creemos que podemos lograr nuevos negocios

**Los productos de marca propia apuntan a brindar un plus entre calidad y precio.**



ya que los distintos proveedores poco a poco han cedido a la incorporación de estos productos con una marca propia por motivos comerciales, generándoles más volumen; mejorando la presencia y espacio en anaquel. Aunque generalmente este pensamiento no se cumple ya que en Excelsior Gama buscamos la mayor rentabilidad para cada espacio, inclusive para los productos con nuestra marca. No desarrollamos nuevos productos inconscientemente, sin evaluar todas las variables posibles que estarán inmersas en la satisfacción de nuestros clientes". Los clientes de Excelsior han tenido una buena respuesta a los más de 200 productos ofrecidos ya que aumenta más día a día y, en algunas categorías, los porcentajes de participación llegan al 40% del total de la misma. "Tenemos un mix de productos con nuestra marca que tienen presencia en categorías como Charcutería, Panadería, Aderezos, Pastas especialidades, Desinfectantes, Detergentes, Suavizantes, Lavaplatos, Helados, Vegetales Pre-empacados y Congelados, entre otras".

## Futuro

La cadena abrirá a fines de este año dos tiendas Gama Express, una ya inaugurada en abril y otra para diciembre. Para agosto de 2007, Excelsior abrirá en Caracas un Gama Plus (La Trinidad) y cuatro Gama Express (en Las Mercedes, la urbanización Miranda y en Macaracuay).

Trejo anunció que se estudia la centralización de la elaboración de alimentos procesados y ampliar y optimizar los centros de distribución.

Otro paso podría ser el desembarco de la cadena en el interior del país, más precisamente en la ciudad de Valencia.



**"El bodega de Arlindo" y el Gama Gourmet, dos nuevos servicios del formato Gama Plus**



**Vistas del interior de Gama Plus**



Las farmacias Gama en el formato Gama Plus (IZQ) y en el formato Express (DER)



## Datos de Excelsior Gama

Fundación: 1898      Tiendas: 10

Referencias en MP: 200

Tiendas	1989	1992	1995	1998	2000	2002	2004	2005	2006
1	2	3	4	5	6	8	9	11e	

Fuente: ILACAD / EXCELSIOR GAMA \* A oct 06 / e Estimado