

Wal-Mart se lleva todo

La trasnacional acapara el 59.69 por ciento de las ventas en México. En Guadalajara, la feroz competencia entre las tiendas de autoservicio ha terminado con pequeños comercios

MARTHA EVA LOERA

Wal-Mart le come el mercado a las cadenas de tiendas de autoservicio y se posiciona como la número uno dentro de la preferencia de los clientes. Algunas de sus tácticas radican en sostener precios relativamente bajos, ubicación, alianzas estratégicas y en tener empleados siempre disponibles para los clientes, afirmaron Brenda Cota Yáñez y Rosario Cota Yáñez, en una investigación que hicieron sobre las tiendas de autoservicio en la zona metropolitana de Guadalajara.

Rosario Cota Yáñez es profesora investigadora del Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas (CUCEA), de la UdeG. En un comparativo entre los precios de Wal-Mart y Gigante, dedujo una diferencia del siete por ciento en cuanto al total de productos con precios bajos. Por lo general hay algunos clave para el consumidor y los mantiene en un nivel más barato que la competencia. Muchas veces la diferencia entre las tiendas minoristas de consumo, es de algunos centavos a favor de Wal-Mart, pero la gente se deja llevar por las apariencias y la estrategia funciona.

“En cuanto al precio, puedo decir que sólo son algunos productos los que tienen precios bajos. Esto es un gancho para que vaya la gente. Muchos, al final no ahorran casi nada”, indicó Brenda Cota Yáñez.

Tácticas de guerra

Por lo general Wal-Mart compra directamente. “No tiene intermediarios. Además, paga al productor cuando quiere, pues estipula las fechas en que lo hará y fija el costo que cubrirá por los productos”.

Una de las tácticas que le ha dado excelentes resultados es la devolución del dinero en caso de que un producto salga defectuoso.

La ubicación de los productos dentro de la tienda es clave. Está enfocada a fomentar el consumismo en la población. “Lo primero que puede uno ver al entrar a una de estas tiendas, son los productos electrónicos. Hasta el final ponen las verduras, latería, los alimentos. El cliente tiene que pasar por donde está la ropa, los enseres domésticos... muchos terminan comprando más de lo que tenían planeado”.

Wal-Mart ha establecido alianzas estratégicas con Aurrerá, restaurantes y almacenes de ropa. Dentro de la zona metropolitana, suele ubicar sus tiendas en las principales avenidas y cerca de las plazas comerciales, además de fraccionamientos

privados de alta plusvalía, como Puerta de Hierro y Ciudad Bugambilias. Obedecen a un esquema de ubicación, cual si fueran la columna vertebral de la ciudad: la atraviesan de suroeste a noreste. La mayoría de los establecimientos está en el poniente de Zapopan y Guadalajara, donde habita la población de mayores ingresos.

El número uno

Como resultado, el grupo Wal-Mart acapara el 59.69 por ciento de las ventas, seguido por Controladora Comercial Mexicana (16.13 por ciento), grupo Gigante (13.09 por ciento) y Organización Soriana (11.09 por ciento). Se prevé un crecimiento acelerado de esta empresa.


Esta cadena de tiendas de autoservicio es la más fuerte de México. Cuenta con 901 estableci-


mientos distribuidos en 141 ciudades del país. Es la tercera empresa más importante que cotiza en la Bolsa Mexicana de Valores, superada únicamente por América Móvil y Teléfonos de México.

Gigante, Comercial Mexicana y Soriana tratan de copiar las estrategias de Wal-Mart, pero no pueden desplazar a la trasnacional. La lucha por el mercado es evidente y feroz en la zona metropolitana de Guadalajara, único punto a escala nacional donde convergen las cuatro grandes cadenas comerciales. En la ciudad de México no se ha establecido Soriana y a Monterrey no ha llegado Comercial Mexicana.

Wal-Mart incluso ha desplazado a Gigante como tienda ancla en las plazas. En el caso de Plaza Patria, continúa siendo Gigante, pero enfrente, por Ávila Camacho, se ubicó un Wal-Mart. *

miradas





Reconocimiento a egresados destacados de la Universidad de Guadalajara
Edición 2007

CONVOCATORIA

La Universidad de Guadalajara y la Fundación Universidad de Guadalajara A.C., con el fin de incrementar la calidad de la enseñanza, la excelencia académica y la productividad en el cumplimiento de sus objetivos y con fundamento en lo establecido en el artículo 11 de la Ley Orgánica universitaria y en el Capítulo Séptimo del Reglamento para el Otorgamiento de Galardones y Méritos Universitarios, invitan a la sociedad en general a postular egresados destacados, titulados de cualquier Licenciatura de la Universidad de Guadalajara, para ser considerados como posibles merecedores del Galardón Honorífico Universitario "Enrique Díaz de León" 2007.

Las candidaturas pueden ser presentadas por:
Colegios de Profesionistas, Asociaciones de Egresados, Instituciones Públicas y Privadas, la Comunidad Universitaria y el público en general.

Los candidatos deberán demostrar en su trayectoria profesional:
I. Ser miembro de la comunidad universitaria;
II. Orgullo universitario;
III. Reconocida capacidad y honorabilidad;
IV. Excelencia profesional;
V. Ser renombrado universitario.

Las propuestas deben acompañarse de:
a) El curriculum vitae del candidato, incluyendo antecedentes académicos;
b) La exposición de motivos que sustentan la postulación;
c) Y los documentos que validen la propuesta

Guadalajara, ubicada en Av. Hidalgo No. 919, en la ciudad de Guadalajara, Jalisco; o por vía electrónica al correo: presea2007@redudg.udg.mx

De entre los candidatos, se elegirá a cinco egresados destacados que serán reconocidos con el Galardón Honorífico Universitario "Enrique Díaz de León" 2007. La elección estará sustentada en la documentación que soporte la candidatura. La dictaminación será responsabilidad del H. Consejo General Universitario y su fallo será inapelable.

Dicho fallo se dará a conocer a través de los medios de comunicación local y del sitio web de la Coordinación de Egresados y Ex Alumnos de la Universidad de Guadalajara (www.egresados.udg.mx).

Cualquier caso no previsto en la presente convocatoria, será resuelto por el comité organizador.

Las candidaturas se recibirán desde el día de la publicación de la presente convocatoria y hasta el viernes 28 de septiembre de 2007, a las 17:00 horas, en:
La Coordinación de Egresados y Ex Alumnos de la Universidad de

La ceremonia de entrega del Galardón Honorífico Universitario "Enrique Díaz de León" se llevará a cabo en sesión solemne en el Paraninfo Enrique Díaz de León de la Universidad de Guadalajara, el jueves 25 de Octubre de 2007 a las 19:00 hrs.

Egresados
UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA
Informes:
Coordinación de Egresados y Ex Alumnos
Av. Hidalgo No. 919, zona Centro, Guadalajara, Jalisco
Tel. 01(33) 38 26 39 89 y 38 25 93 28 ext.102, 112 y 113 Comutador 01(33)31342222 ext. 1286 y 1288
www.egresados.udg.mx