



Foto: Getty Images

## Tiendas de conveniencia al servicio de los viajeros

Las personas que valoran su tiempo y la atención rápida, en cualquier horario, caracterizan el perfil del consumidor que compra "al paso". **Por: Fabiola Romo**

Las tiendas de cercanía han ganado terreno en todo el mundo y, sobre todo, en grandes ciudades como Santiago. Y es que según el investigador del Centro de Estudios del Retail (Ceret) de ingeniería industrial de la Universidad de Chile, Claudio Pizarro, trasladarse cuesta cada vez más en tiempo. "En general, la que compra es la mujer que se ha ido incorporando cada vez más al trabajo. En ese contexto, tiendas de cercanía cobran relevancia y ahí entran también las estaciones de servicio", explica.

Para el académico de la Universidad de Chile, las ocasiones de compra son cada vez más inmediatas, porque las familias son más chicas, la gente anda más en la calle y, por lo tanto, cocina menos. En ese contexto, el profesor de la Facultad de Economía de la Universidad Central, Sebastián Gutiérrez, explica que las tiendas de conveniencia han proliferado de la mano de la lógica de barrio, destacándose además por su amplitud horaria.

"Ha habido un desarrollo de estas tiendas en las estaciones de servicio porque ha aumentado mucho el turismo y cumplen con un perfil muy similar a las tiendas de

barrio e intentan resolver el mismo problema. Las empresas de combustible han visto la oportunidad de resolver un problema de consumo, en ruta", sostiene Gutiérrez.

La propuesta de valor está justamente en estar disponibles en forma "conveniente" en horarios alternativos. "Eso les permite tener un mayor margen porque atienden la oportunidad y emergencia", ratifica Víctor Valenzuela de la Escuela de Administración de Empresas de la Universidad Andrés Bello.

Debido a lo anterior, las estaciones de servicio que se ubican en autopistas o carreteras sacan cuentas alegres en época de vacaciones, donde el flujo de vehículos aumenta de norte a sur y de sur a norte. Y si tomamos todos estos factores y los sumamos a la nueva distribución de las familias, tenemos como resultado un fuerte impulso al desarrollo de este mercado en Chile.

"Las aplicaciones tienen un espacio enorme para ofrecer acceso o una mejor forma de poder encontrar las tiendas de conveniencia y los mejores precios. En la medida que el mercado se siga desarrollando, la tecnología lo hará con él también", agrega Sebastián Gutiérrez.

## Desarrollo sustentable por medio del reciclaje de neumáticos

Generar distintas alternativas de gestión y diseño en la reutilización de estos productos es lo que busca el gobierno y los actores privados con el fin de disminuir la contaminación ambiental. Conozca cuáles son las nuevas normativas en esta materia y en qué se están utilizando los neumáticos en desuso. **Por: Romina Jaramillo de Lenardo**



Foto: Polambiente

El uso de los neumáticos es indispensable para el mundo del transporte, como los vehículos particulares, transporte público, maquinaria de construcción y minera, entre otros. Pero una vez que ya han sido utilizados es importante reciclar y reutilizar estos elementos. En esa línea hay diversas acciones.

En mayo, la Presidenta Michelle Bachelet promulgó la Ley de Reciclaje y Responsabilidad Extendida del Productor (REP), que tiene como fin disminuir la generación de residuos en el país y formalizar una industria del reciclaje, en la cual se responsabiliza a los fabricantes e importadores de los seis productos prioritarios (entre los que se cuenta a los neumáticos) para financiar la recuperación de los residuos que generan esos productos. Luego de la promulgación de la ley, se inició un plazo de un año para que el Ministerio del

**POLAMBIENTE.** Planta de trituración y granulación de neumáticos fuera de uso.

Medio Ambiente diseñe los decretos respectivos para cada producto.

### Otras iniciativas

Antes de la promulgación de la Ley de Reciclaje, en el país ya existían algunos avances en esta materia y que se han articulado con la incorporación progresiva de la nueva normativa. Es el caso de las acciones del Consejo Nacional de Producción Limpia (CNPL), organismo dependiente de Corfo y del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, y responsable de la estrategia de los Acuerdos de Producción Limpia. Estos tienen como principio básico la prevención, por lo que el objetivo es minimizar los residuos y emisiones en el origen, reducir los riesgos para la salud humana y el ambiente, y elevar simultáneamente la eficiencia del proceso, pre-

vieniendo las pérdidas de materias primas o insumos y el uso de recursos como el agua y la energía.

"En relación con la Ley REP, el Consejo Nacional de Producción Limpia ha enfocado su acción en articular y generar mecanismos necesarios para que los productores y/o importadores de productos prioritarios hagan efectiva la reutilización, recauchaje de neumáticos, entre otros", señala Sebastián Carvallo, coordinador de APL del Consejo Nacional de Producción Limpia.

### Manejo sustentable

En 2009 se firmó un APL en el ámbito de neumáticos por la Cámara de la Industria del Neumático, que permitió cambiar el destino de los neumáticos fuera de uso que iban a parar a basurales y vertederos ilegales. Gracias a la REP, el sector deberá hacerse cargo del manejo sustentable de los neumáticos y todo su ciclo de vida.

Polambiente es la primera planta de trituración y granulación de neumáticos fuera de uso (NFU) que se instaló en el país en el año 2009. El fin que tiene es producir gránulos de caucho reciclado que sirven para la fabricación de productos terminados en mezclas asfálticas, construcción de césped artificial, aislante en la construcción, juegos infantiles, entre otros. "Esta industria genera alrededor de 80.000 toneladas anuales de NFU carretero y minero en nuestro país, por eso quisimos realizar un proyecto ecológico, sin procesos químicos que pudieran contaminar el entorno", afirma Alejandro Navarro, encargado de la relación pública y logística de neumáticos de Polambiente.

## ⊙ Piezas únicas

Desde hace tres años que la tienda online Kchibache, con trae a Chile exclusivos accesorios de alta calidad hechos con productos sustentables como los neumáticos en desuso. Una de las líneas que más destaca y que es ideal para quienes quieren lucir una pieza de diseño moderno, es la de carteras, bolsos, monederos y cinturones elaborados con cámaras de neumáticos tanto para mujeres como para hombres. "Como una manera de darles un nuevo uso a los neumáticos y contribuir al medio ambiente es que en Kchibache.com optamos por transformarlos en estilos productos. La cámara de la rueda es una materia prima muy resistente que perdura

en el tiempo. Por lo que nuestros accesorios pueden durar años y pueden reemplazar al cuero. Además, sirve para que la gente tome conciencia de que a partir del reciclaje se pueden obtener productos de buena calidad, con estilo y únicos", cuenta Alonso Acuña, socio de Kchibache.com.

Otra forma de reutilizar estos elementos y que cualquier persona puede realizar en su hogar es fabricar asientos para la terraza del patio, columpios para niños, maceteros, juguetes, entre otras opciones. Para más información, visite el sitio web y la aplicación Pinterest donde encontrará el paso a paso de estas útiles ideas.

## El perfil del consumidor

Personas jóvenes, urbanas y muy ocupadas con estudios o trabajo conforman el perfil de quienes visitan las llamadas "tiendas de conveniencia". Son quienes valoran tanto su tiempo, que están dispuestas a pagar un poco más, con tal de no tener que ir a un hipermercado donde, probablemente, tardarán horas entre el recorrido de un pasillo a otro y la fila que deberán hacer hasta llegar a la caja.

"Sin duda, la principal ventaja que tienen las tiendas de conveniencia en Chile es la funcionalidad y lo prácticas que son para el cliente, dada la oferta de productos disponible en un solo lugar. Si bien la variedad de marcas no es tan amplia como en un supermercado o en una tienda de departamento, en las tiendas de conveniencia se puede encontrar lo necesario para el día a día", detalla el docente de ingeniería en marketing de Duoc UC San Carlos de Apoquindo, Cristóbal Muñoz.

De ahí que la oferta incluya no sólo cafetería y tabaquería, sino también productos lácteos, pan y hasta productos más funcionales como cepillos y pastas dentales o juguetes para entretener a los niños que viajan con los adultos por carretera.

## El futuro de las tiendas al paso

La proyección de crecimiento de las tiendas de conveniencia es positiva, según el docente de ingeniería en marketing de Duoc UC, Cristóbal Muñoz, ya que su instalación y puesta en marcha requiere de una menor inversión, en comparación con el desembolso que se necesita para instalar tiendas por departamento. Además, Muñoz destaca el apalancamiento que se produce con los servicentros.

Un crecimiento exponencial se vislumbra para el nicho de venta que genera internet. "Gracias a los smartphones, principalmente,

y a la ventaja 'ahorro de tiempo', probablemente en un futuro cercano desplacen a la tienda física", señala el académico de la UNAB, Víctor Valenzuela.

En ese contexto, el especialista afirma que en una sociedad como la nuestra, con ingresos crecientes, que tiene una clase media que cada vez tiene un mayor poder de compra -facilitado por el mayor nivel de educación- estamos frente a gente ocupada cuyas prioridades de vida dejan a las compras físicas en último lugar. "El nuevo estilo de vida de los chilenos llegó para quedarse, hay que ir al gimnasio, estudiar, trabajar, viajar, com-

partir con amigos, hacer vida independiente de los padres y eso deja poco tiempo para hacer compras triviales", señala Valenzuela.

En ese sentido, el horario -en muchos casos "24/7", la ubicación y la rapidez de compra vinculada a la disposición del layout de las tiendas (pequeñas y sin grandes góndolas ni estanterías para buscar los productos), llenan una necesidad de manera inmediata. "Desde el punto de vista de la temporalidad, no existen épocas de menor o mayor flujo a nivel estacional, lo que se explica por el sentido de compra práctico y constante", aclara Cristóbal Muñoz de Duoc UC.

## ⊙ La experiencia de Pronto Copec

Con más de 627 estaciones de servicio de Arica a Puerto Williams, Empresas Copec, atiende a más de 500 mil personas -en promedio- cada día. Por eso, sus tiendas de conveniencia "Pronto", más que una oportunidad de negocio, responden a las necesidades de sus clientes. En ese sentido, la jefa de Servicios Complementarios, Elizabeth Seemann, destaca a los consumidores que circulan por la carretera, quienes además valoran la accesibilidad y disponibilidad (24/7) valoran la presencia de baños en estos puntos.

"A grandes rasgos tenemos dos grandes grupos de consumido-

res en carreteras, los habituales -que son principalmente transportistas y personas que por la naturaleza de sus trabajos deben desplazarse habitualmente- y los estacionales, es decir, familias y grupos que transitan por las carreteras en periodos de vacaciones y fines de semana largo", explica la ejecutiva. Con más de 90 tiendas en todo el país, la Red Pronto de Copec es líder nacional en el mercado de tiendas de conveniencia, y orienta sus esfuerzos a aumentar la fluidez y disminuir los tiempos de compra, mejorando la experiencia de sus clientes. Por eso, la cadena incluso adoptó un modelo de atención a la mesa.