

Asociación de Supermercados de Chile

Comisión Nacional de Agricultura Orgánica



Martes, 7 de diciembre de 2010



El Sector de Supermercados en Chile: Quienes somos

- 116.000 Trabajadores Directos. 51% de ellos son mujeres.
- 1.100 Salas con tres o más cajas de salida en todo el país. 450 en Región Metropolitana.
- 15 Cadenas de Supermercados a lo largo del país. Incluye a:
 - Walmart (Hiper Lider, Lider Express, A Cuenta, Ekono)
 - Cencosud (Jumbo, Santa Isabel)
 - Unimarc
 - Supermercados del Sur (Bigger)
 - Falabella (Tottus)
 - Montserrat
 - Cugat
- Se realizan más de 40 millones de transacciones mensualmente producto del número de visitas.
- 10.780 Millones de Dólares: Venta Año 2009.



ASPECTOS COMERCIALES ACTUALES

- Compras 2009-2010: Entre 0.2% y 2%.
- Proyecciones futuras: 3% aprox.
- Principalmente hortalizas
- Exhibición de productos orgánicos separados y con señalética ad-hoc.



FUTURO Y OPORTUNIDADES

PRODUCTORES:

- Falta consistencia en las entregas. Poco volumen actual origina escasez de productos, mayores precios, menor competitividad y menor aceptación entre clientes.
- Que el productor pequeño que no posee certificación y que es controlado por el SAG, pueda comercializar sus productos en el supermercado.



FUTURO Y OPORTUNIDADES

CAPACITACIÓN

- Falta de comunicación por parte de las Autoridades de gobierno de esta normativa hacia las PYMES. (En muchas ocasiones los supermercados capacitamos a las PYMES en el manejo y certificación de productos orgánicos).
- Muchos pequeños importadores traen sus productos a granel y los envasan en sus instalaciones, manteniendo su rotulación de "productos orgánicos", sin saber que sus instalaciones requieren de certificación por organismos visados por el SAG.
- Que el agricultor tenga ayuda del estado, un instrumento, subsidio.



FUTURO Y OPORTUNIDADES

COMERCIALIZACIÓN

- Que los certificados de transacción sean parte de la ley de orgánicos, para respaldo de la trazabilidad de comercializadores.
- Que sea parte de la ley de orgánicos la exigencia de rotular el productor, envasador y/o distribuidor y respectiva certificadora.
- Productos importados: que se defina la exigencia para producto orgánico importado, lo cual no implique re certificación.
- Los certificados de productos orgánicos, deben incluir el envase que los contiene, es decir el producto terminado (el alcance del certificado debería incluir producto mas el envase).



FUTURO Y OPORTUNIDADES

FISCALIZACIÓN:

- No hay una unificación de criterios de los inspectores SAG para aplicar la norma para orgánicos.

COMUNICACIÓN

- Difusión, información, para el consumidor. Este aún desconoce el concepto.



GRACIAS

Martes, 7 de diciembre de 2010



Ventas de Supermercados lideran el Retail

