

País: Chile  
Fecha: 2006-08-07  
Medio: El Diario Financiero  
Sección: Empresas p22



## **DE VINOS Y LICORES**

### **Supermercado Diez crece por ventas al por mayor**

Según el gerente, Manuel Diez, la tienda hace frente a las grandes cadenas, de como Jumbo o Líder con precios hasta 30% más baratos en estos productos.

El competitivo mundo de la venta de vinos y licores, más el bajo precio del dólar, han dificultado el rendimiento de los negocios del rubro, los que han debido utilizar distintas estrategias para mantenerse vigentes. Es el caso de Supermercado Diez, cuyo plan principal hace 40 años es la venta al por mayor de estos productos con precios hasta 30% más bajos de los que ofrecen las grandes cadenas como Jumbo o Líder.

Según el gerente de la empresa, Manuel Diez, esta estrategia, los despachos gratis a domicilio y la buena relación que mantienen con las viñas proveedoras, han mantenido la identidad de la tienda, que en 2006 proyecta aumentar sus ventas en 5% respecto a 2005 gracias a la venta de vinos y licores, que representan el 90% de su facturación. El 10% restante se debe a los abarrotes.

#### Expansión

La compañía atiende a restaurantes, firmas banqueteras y empresas orientadas a un público ABC1. Y justamente es en el sector oriente donde la firma ha encontrado su nicho de expansión, pues a sus locales de Los Conquistadores y Luis Carrera, sumó el de La Dehesa, con una inversión aproximada de \$30 millones.

Diez es cauto al momento de hablar de un nuevo local, aunque no descarta en el mediano plazo seguir creciendo en la zona. "Abrir una nueva sucursal es algo que hay que manejar con mucho cuidado y seriedad porque, en esta industria y en el nicho en que estamos, la relación 'uno a uno' con los clientes es importante y sabemos que es difícil mantenerla", explica el ejecutivo.

Por la misma razón, está descartada la expansión a regiones.