

El valor de

MI SÚPER



Cercanía, surtido, calidad, precio y sostenibilidad



CAEA
Confederación Andaluza Empresarios
Alimentación y Perfumería



Junta
de Andalucía

Consejería de Empleo,
Empresa y Trabajo Autónomo

MI SÚPER

Cercanía, surtido, calidad, precio y sostenibilidad

1 PROXIMIDAD Y CERCANÍA.

Al tener el establecimiento a escasos metros de casa, el cliente ahorra tiempo y no tiene que ir a buscar cada producto al origen o a diferentes tiendas. En Andalucía existe una amplísima red de comercio de proximidad, compuesta por 4.370 supermercados (uno por cada 1.938 habitantes, el 51% en formato cooperativa o franquicia, es decir, pymes) y más de 30.000 pequeñas tiendas de alimentación, suministradas a través de los 150 establecimientos mayoristas y cash&carry, que permiten que en nuestra Comunidad Autónoma no existan desiertos alimentarios y cualquier ciudadano andaluz tenga una tienda a menos de 10 minutos de su casa.

2 SURTIDO COMPLETO Y AMPLIA VARIEDAD.

El surtido completo y variado aporta comodidad y permite al cliente comprar en la misma tienda todos los productos de gran consumo que necesita en su vida diaria de alimentación, perfumería, higiene personal y del hogar, mascotas, etc., con miles de referencias al servicio de los 8,5 millones de consumidores andaluces.

3 CALIDAD DE LOS PRODUCTOS Y SEGURIDAD ALIMENTARIA.

Afortunadamente contamos con auténticas joyas alimentarias en Andalucía, en España y en el mundo, productos de la máxima calidad seleccionados cuidadosamente por los equipos de compras para satisfacer las necesidades y demandas de los clientes más exigentes que podemos encontrar en nuestro súper más cercano. Asimismo, gracias a las medidas implantadas por las empresas en materia de seguridad alimentaria y a los exhaustivos controles en todo el proceso, se logra minimizar al máximo los posibles riesgos constituyendo una garantía para el consumidor final.

4 PRECIOS COMPETITIVOS.

La gran eficiencia de la cadena de gran consumo y, en concreto, de la distribución comercial, con inversiones constantes para lograr los procesos más eficientes, permite ofrecer al cliente el mejor precio posible. En este sentido, destaca la elevada competencia existente en España, la pluralidad de enseñas comerciales con más de 330 cadenas de supermercados, y la menor concentración que en otros países europeos en los que tres o cuatro cadenas copan el mercado, factores que favorecen que se ofrezca la máxima competitividad en precios.

5 SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL.

El supermercado es un formato de distribución sostenible al acudir andando a las tiendas el 90% de los clientes, con el consiguiente ahorro de emisiones al evitarse lo que más contamina, el transporte privado (+82% CO2 de reducción de emisiones de gases de efecto invernadero). Asimismo, el sector de la distribución comercial acomete inversiones constantes en economía circular y adecuada gestión de residuos, eficiencia energética y movilidad sostenible.

6 PRECIOS JUSTOS AL SECTOR PRODUCTOR.

Todos y cada uno de los eslabones de la cadena de valor deben ser rentables y percibir una remuneración justa por encima de sus costes de producción. El sector primario (agricultores, ganaderos, pescadores), comercializadoras, la industria agroalimentaria, envasadoras, transportistas, plataformas logísticas, mayoristas y cash&carry, mercas, comercio minorista y canal Horeca (restaurantes, bares, cafeterías...) deben ser rentables para seguir invirtiendo y mejorando sus procesos y productos y, por consiguiente, impulsar la eficiencia de toda la cadena de gran consumo. Por ello, los precios de un producto en el supermercado incluyen todos los costes directos e indirectos que tienen cada una de las empresas de estos eslabones de la cadena de valor en su actividad (salarios, alquileres, impuestos, electricidad, carburantes, transporte, maquinaria y materiales, envases, seguridad, certificaciones, controles de calidad, limpieza y mantenimiento, seguridad, etc.).

7 SALARIOS JUSTOS AL TRABAJADOR.

Los trabajadores del sector comercial en Andalucía, en torno a 500.000 personas, de las que 100.000 corresponden a la distribución alimentaria minorista y mayorista (supermercados, tiendas de alimentación y cash&carry), perciben salarios justos y acordes a su desempeño profesional en base a los correspondientes convenios colectivos por los que se regula su actividad.

8 LOGÍSTICA, DISTRIBUCIÓN Y TRANSPORTE.

En el precio de cada producto también está incluido el coste del transporte de los productos desde el origen al consumidor final, es decir, desde las 278.700 explotaciones en origen que hay en Andalucía a los 8,5 millones de andaluces. Este proceso es de gran complejidad dado que hay que llevar los productos desde las 242.000 explotaciones agrarias, 27.300 explotaciones ganaderas, 2.400 operadores pesqueros y 7.000 industrias alimentarias que existen en Andalucía a los ciudadanos andaluces distribuidos en 785 municipios y 8 provincias.

9 MODERNIZACIÓN DE TIENDAS Y DIGITALIZACIÓN.

El sector está llevando a cabo continuas inversiones en modernización de las tiendas para hacerlas más cómodas y accesibles al cliente, a la vez que más sostenibles y eficientes. Asimismo, es muy significativo el esfuerzo en la transformación digital del sector, a través de la digitalización de los procesos, permitiendo al cliente acceder a la compra de forma omnicanal, e incluyendo también el comercio online, con entrega de última milla en el domicilio del consumidor.

10 COMPROMISO SOCIAL.

El sector de la distribución comercial de gran consumo posee un compromiso máximo con la responsabilidad social empresarial. Son múltiples las actuaciones llevadas a cabo por las empresas, destacando la donación de alimentos, en el marco de una estrategia de lucha contra el desperdicio alimentario; contratación de colectivos con especiales dificultades de acceso al mercado laboral; impulso de una mayor accesibilidad a las tiendas; fomento de una alimentación sana y equilibrada, de la actividad física y el deporte; etc.