

GIGANTE®

Mercado

México, con más de 100 millones de consumidores potenciales —de acuerdo con el último censo poblacional realizado por el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática—, es el 2o. mercado más grande de Latinoamérica y su economía se caracteriza principalmente por una variedad de consumidores marcados por grandes diferencias respecto a ingresos y condiciones geográficas.

Por otro lado, su sector de comercio informal es enorme: se estima en alrededor del 50% del mercado...



Grupo Gigante ha sabido capitalizar estos elementos para convertirlos en una importante oportunidad, al atender las preferencias de cada tipo de consumidor a través de un mejor servicio, amplio surtido y precios competitivos que se ajustan a sus necesidades, captando así una mayor participación de mercado.

Logros

Grupo Gigante ha logrado un gran posicionamiento en el mercado mexicano, y este éxito se debe a su amplia cobertura nacional e internacional, así como a sus diversos formatos de tienda, que se distinguen por las cualidades únicas y especiales que ofrecen para cada tipo de consumidor.

Así, el nombre de Gigante es ampliamente reconocido por los mexicanos y se ha extendido a la población hispana de Estados Unidos, gracias a una efectiva comunicación y gran presencia en el territorio nacional con 214 establecimientos en 30 de sus 32 estados (Distrito Federal incluido).

A Gigante se le asocia comúnmente con los conceptos de valor y servicio desde hace ya varios años,



por lo que tiene un alto grado de reconocimiento en toda la República Mexicana, así que capta rápidamente clientes al abrir tiendas nuevas, gracias también a la gran eficiencia de sus campañas promocionales y su mercadotecnia en general.

Historia

En el año de 1923 llegó al puerto de Veracruz, Ver., Ángel Losada Gómez, un joven de origen español de apenas 15 años de edad que venía con un objetivo muy claro: iniciarse en el comercio.

Años más tarde se instaló en Apan, Hidalgo, y abrió en esa ciudad su primera tienda, donde vendía toda clase de alimentos, y aunque el establecimiento era modesto fue creciendo poco a poco, gracias al gran empeño que Ángel ponía en su negocio...

Para el año de 1956 decidió trasladarse a la Ciudad de México, en donde inauguró, en 1962, su primera tienda bajo el concepto de autoservicio, a la cual le dio el nombre de Gigante.

Con esta tienda innovó el concepto comercial, ya que en aquel entonces no existía ninguna otra con ese formato en México, lo que le permitió colocarse rápidamente como el autoservicio más grande de Latinoamérica.

De esta manera, Gigante se consolidó como una cadena de autoservicio exitosa a nivel nacional e internacional.



me a las necesidades de sus usuarios.

Las 102 tiendas Gigante han sabido dirigirse al segmento más grande de consumidores con distintos niveles de ingresos, para lo cual cuenta con la más amplia línea de productos dentro de sus diversos formatos de tienda. Estas tiendas representan el 47.9% del total de los ingresos de Grupo Gigante.



Producto

Desde hace más de 41 años Gigante se ha mantenido en la preferencia del consumidor debido principalmente a la diversificación de formatos en sus tiendas, las cuales ofrecen servicios especializados, confor-

de servicios adicionales. Son 61 tiendas que representan el 17.6% del total de los ingresos de Grupo Gigante.

Por otro lado, el grupo cuenta con 42 tiendas Súper Precio, que tienen un formato orientado a los consumidores de mediano y bajo ingreso, a quienes les ofrece descuentos en sus compras sin requisito de membresía. Asimismo ofrece artículos básicos comestibles para la salud y cuidado personal, todos a precios bajos.

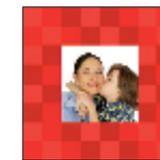
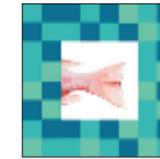
En 1999 el grupo incursionó en el mercado de Estados Unidos con la intención de atender las necesi-

dades de la creciente comunidad hispana en la zona de Los Ángeles, California. Así que inauguró Gigante USA, una tienda con ambiente mexicano que ofrece servicios de valor agregado con los que no cuentan los supermercados regionales, tales como



mo panaderías, tortillerías y la preparación de platillos típicos mexicanos... Son 9 estas tiendas que constituyen un novedoso nicho de mercado para la compañía.

Adicionalmente a estos grandes formatos de autoservicios, Grupo Gigante cuenta con tiendas especializadas para ofrecer a sus consumidores satisfactorios que cubran otras necesidades, como Office Depot, Radio Shack y la cadena de restaurantes Toks, con productos específicos de: papelería, artículos escolares y de oficina; aparatos y accesorios electró-



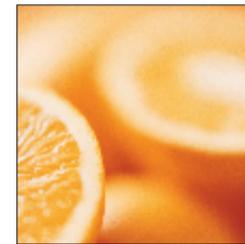
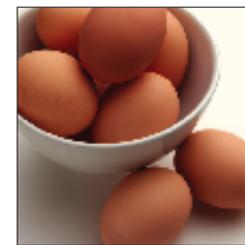
nicos, y restaurantes de calidad, respectivamente, conceptos que satisfacen eficientemente a sus diferentes mercados.

Y en el caso particular de sus autoservicios, su oferta no sólo abarca artículos o bienes duraderos, sino que también cuenta con servicios de valor agregado como panadería, tortillería, farmacia y carnicería, además de bancos y cajeros automáticos, venta de vales de despensa Gigante y tarjetas de crédito, recepción y/o envío de transferencias de dinero y cambio de cheques, y por si fuera poco se pueden encontrar: laboratorio fotográfico, lavandería, tintorería, óptica, distribuidoras de llantas, área de comida rápida y pago de servicios como teléfono y televisión por cable.

Desarrollos Recientes

Desde sus inicios, Grupo Gigante se ha mantenido en un desarrollo constante, dirigido siempre hacia la excelencia...

Uno de sus avances más significativos fue la innovación de sus comunicaciones internas con una novedosa plataforma llamada SAP (Sistemas y Aplicaciones en Procesamiento de Datos), lo que le



permitted optimizar la comunicación entre las principales áreas de la compañía, tales como el departamento de operaciones, comercial y logística, así como los de finanzas y contabilidad, gracias a lo cual fue capaz de mejorar la atención a las necesidades de sus clientes, además de que facilitó la toma de decisiones al proporcionar información precisa y en tiempo real.

Con esta gran herramienta Gigante logró sentar las bases para la obtención de mayores y mejores resultados de productividad.

Promoción

Gigante siempre se ha preocupado por ofrecer el más alto nivel de competitividad en los productos de mayor consumo, por lo que reduce sus precios.

Además, siempre ha logrado diferenciarse de la competencia a través de una gama de días especiales de venta, como los "martes de tianguis" o los "viernes de asador", entre otros, así como de grandes

campanas promocionales orientadas a los diferentes gustos y necesidades de los consumidores en todo el país.

En este mismo sentido, Gigante sigue dirigiendo sus esfuerzos para mejorar día con día el servicio, surtido, frescura y calidad de sus productos, adecuándolos a las distintas necesidades de cada zona de la República Mexicana.

Valores de Marca

Grupo Gigante siempre se ha distinguido, además de por su gran calidad y servicio, por sus valores como empresa, ya que a través de su historia se ha preocupado y comprometido con el bienestar de su país, por lo que ha impulsado diferentes programas de ayuda.

Así, creó Fundación Gigante, la cual emprende diferentes acciones en pro de la sociedad en las áreas de salud, educación, nutrición y ayuda en desastres naturales.

Estos increíbles esfuerzos, que han beneficiado a más de 50,000 personas —en su mayoría niños—, han sido canalizados a través de distintas instituciones, como ÚNETE, Hospital Infantil Federico Gómez, APAC (Asociación Pro Personas con Parálisis Cerebral)



Fundación Teletón y Asociación Programa Lazos, entre otros.

Además, a través de diferentes programas, como Proyectos Productivos Toks y En Gigante Todos Vemos, se han desarrollado distintos planes de apoyo a las comunidades que más lo necesitan, a las que brinda desde alimentos de la canasta básica hasta lentes y otros artículos necesarios para mejorar su calidad de vida.

Sin duda alguna, hoy en día Grupo Gigante es sinónimo de compromiso con su gente, su negocio y México, ya que siempre se apoya en sólidos valores que lo proyectan como una importante empresa a nivel mundial.

Y estos valores siempre se ven reflejados en consumidores satisfechos con su tienda, lo cual

se logra sólo a través de un auténtico compromiso

de la compañía para con ellos. Esto es lo que distingue a Grupo Gigante, la empresa que no sólo lo ha logrado, sino que ha llegado más allá: siempre al servicio de los mexicanos.

Cosas Que Usted No Sabía Sobre Gigante

- Gigante es la primera cadena de autoservicio en crear una fundación: Fundación Gigante, pionera con el programa "Redondeo", que ayuda a niños de escasos recursos. Debido a su éxito, otras cadenas desarrollaron programas similares.
- En el 2004 Gigante USA obtuvo el premio International Retailer of the Year, por ser la mejor cadena de autoservicio internacional de ese país.
- El presidente de México, Lic. Vicente Fox Quezada, apadrinó el programa de descuentos especiales a adultos mayores impulsado por Gigante a través del Instituto Nacional de Asistencia a las Personas Mayores (INAPAM).
- Gigante es pionero en el servicio de farmacias propias dentro de una tienda de autoservicio.
- A finales de marzo del 2004 Grupo Gigante sufrió la pérdida de su fundador, don Ángel Losada Gómez, quien dejó un legado de grandes valores de trabajo y esfuerzo no sólo para su empresa, si no para todos los mexicanos.