¿Un cash o varios proveedores?

Mónica García

Acceso al Informe completo sobre Cash & Carry

La pregunta que sigue planeando sobre muchos pequeños empresarios del sector de hostelería es ¿un cash para hacer mis compras o varios proveedores para diferentes productos que me sirvan en mi local?. En esta respuesta se conjuga la triple regla de ahorro (dinero, tiempo y esfuerzo) que el hostelero busca y que los operadores de cash & carry están dispuestos a satisfacer con el objetivo de convertirse en su primera alternativa de suministro. Una de las principales ventajas que se esgrime desde el sector es que “en un solo acto de compra, en poco tiempo y en una sola factura, el cliente se aprovisiona de todo lo necesario para su negocio y le mantiene en continuo contacto con las novedades del mercado”, según comenta Antonio Picamill Vela, Director General del grupo de distribución sevillano Manuel Barea. Además, por lo que se refiere a la oferta, el sector de cash también viene llevando una continua innovación en la búsqueda de nuevos productos y formatos comerciales más ajustados a las necesidades de la hostelería. Entre las novedades destaca la nueva oferta de platos preparados y ya acabados para facilitar la confección de menús o nuevas secciones especializadas para este tipo de clientes.

Nuevos servicios 'delivery'

Pero, sin duda, uno de los mayores avances del sector de cash está siendo su apuesta por el 'delivery' o reparto a domicilio, que ahorra tiempo en desplazamientos al hostelero y con el que, además, ha conseguido equilibrar la desventaja que tenía con respecto al reparto capilar. Aunque se trata de un servicio que ha comenzado a funcionar hace relativamente poco y que hoy en día sólo ofrecen algunas grandes cadenas como Makro, Miquel Alimentaciò o Grupo El Árbol, parece que podría extenderse en un futuro próximo. Aunque no hay que olvidar que para las pequeñas cadenas de distribución regional el coste de poner en marcha este servicio es más difícil de rentabilizar.

Crecimiento de la MDD

Por otro lado, la crisis ha modificado los hábitos de compra de los clientes hosteleros en las superficies de cash, que ahora dirigen sus preferencias a las marcas más económicas y a los formatos de mayor tamaño, que pueden suponer en algunos casos hasta un ahorro del 30% en la cesta de la compra. Para adaptarse a esta nueva demanda, la distribución viene llevando a cabo una continua revisión de sus precios. De hecho, en los últimos años se observa una tendencia deflacionista, a la vez que se ha incrementado la presencia de la marca de distribuidor en todas las superficies de cash. En la misma línea, también se observa una mayor actividad promocional por parte de las cadenas. Con todo, el futuro del sector de cash pasa por seguir adaptándose a las necesidades de la hostelería, que es uno de sus principales clientes. El comercio electrónico podría ser ahora su próxima conquista.

Todas estas tendencias son analizadas de forma pormenorizada en el informe especial del sector de cash dirigido al canal de hostelería que Hostelmarket publica en el número 148 de su revista mensual. El mismo informe también incluye el ranking de los principales operadores de cash por volumen de negocio, la evolución de la superficie comercial mayorista en el último año, así como otros datos de interés.

Titulares Última Edición Impresa | Últimas noticias del sector

Copyright Publicaciones Alimarket. Todos los derechos reservados.