

Zona +, la antesala necesaria



Por Yuniel Labacena Romero

Variedad de productos, grandes ofertas, servicio de calidad y atención especializada... Así se presenta Zona +, la nueva tienda de la corporación Cimex con productos de gran formato, que hace casi un mes presta servicios en La Habana.

Ubicada en 7ma. A, entre 66 y 70, en el municipio de Playa, la nueva unidad responde, en cierta medida, a los múltiples reclamos del sector no estatal en el país, al concentrar en un solo lugar diversas mercancías.

No pocos clientes agradecen esta tienda, pues antes tenían que pasar por siete u ocho para adquirir lo que deseaban, y aquí lo encuentran todo. Así lo confirmó el cuentapropista Jansen Mirabal.

"Antes, hacer compras para mi negocio me costaba hasta tres o cuatro horas. Ahora, en menos tiempo resuelvo casi todo aquí. También te ahorras dar varios viajes, pues aquí cargas una o dos veces a la semana", aseveró.

Yaniel Díaz destacó el fácil acceso a los productos y su variedad, "algo que no sucede en otras tiendas". Y Mario Hernández añadió que una de las cuestiones en que no satisface todavía esta unidad a los compradores es en el precio, pues en este sentido "no hay grandes diferencias entre sus ofertas y otros puntos comerciales. Es necesario que exista una diferenciación", dijo.

Como Mario, numerosos usuarios entrevistados por este diario coincidieron en esa idea de aplicar el descuento por la venta mayorista y la necesidad de que se abran otras tiendas similares. Otras personas, como Juana Díaz, elogiaron la organización de Zona + y la profesionalidad de sus trabajadores, basadas en un servicio casi personalizado desde la llegada hasta la salida.

Hay ofertas, pero faltan

Refresco, cerveza, jugo, licor, ron, chocolate, dulces, harina, leche, agua, levadura, detergente, desincrustante... son algunos de los productos que tienen a su alcance quienes llegan a Zona +, cuentapropistas o no, pues, como explicaron sus directivos, el establecimiento está abierto para todos.

No obstante, algunos de esos productos escasean también allí, como nos contó la trabajadora por cuenta propia Esperanza Herrera, quien alegó que faltan confituras, y que se necesita un local más grande. Ernesto Crespo, quien visita la tienda desde su apertura, manifestó que no hay diversidad de cárnicos y vinos. "Los refrescos nacionales han escaseado, al igual que las cervezas", precisó.

"Me dijeron que aquí había bastante oferta, pero veo lo mismo que en las demás tiendas. También sucede que hay productos puestos en los listados que luego no aparecen en los estantes, como las diferentes pastas de puré, apuntó Juan Carlos Benítez".

Otro cliente, Lisandro Suárez, señaló que al principio la tienda abrió con diversidad en sus propuestas, pero han comenzado a disminuir. Además se necesitan productos como atún, vegetales, aceitunas y otros que disfrutan mucho quienes visitan su restaurante.

"Que existieran bajos niveles de venta tuvo en vela a los que pensaron en Zona +. Sin embargo, desde el primer día el centro ha resultado toda una revelación", contó Javier Muñoz Govantes, su administrador.

Recuerda que el primer día de apertura vendieron más de 9 000 pesos, aún cuando nadie sabía de su existencia. "Desde entonces vendemos más de diez mil pesos por día, y hemos alcanzado hasta una cifra récord de casi 16 mil".

"De los productos existentes en Zona +, los más vendidos son los quesos de 38 y 40 kilogramos, espaguetis y latas de puré de tomate, además de azúcar y bebidas nacionales", asegura Muñoz Govantes.

"En los niveles de venta ha sido útil el ajuste de los planes a las demandas del cliente. Con ellos indagamos cuáles son los productos que más necesitan y luego salimos al mercado a comprarlos lo más rápido posible. Eso es un procedimiento nuevo en esta tienda que nos permite no solo identificar qué mercancía quiere el comprador, sino estar más cerca de su demanda y de ellos", señaló.

Llegarán otras tiendas

Gretchen Alfonso Pino, directora de Mercadotecnia de la corporación Cimex, explicó a Juventud Rebelde que Zona + se pensó a partir del proceso de actualización del modelo económico cubano y de reorganización que desarrolla la red comercial de Cimex, con el propósito de especializar algunos segmentos de mercado y las tiendas que posee.

"Tenemos una red minorista amplia de tiendas de cercanías, por departamentos, mixtas y centros comerciales, pero necesitábamos responder también a las necesidades del sector no estatal. Así ha nacido Zona +, como una prueba de mercado", señaló.

Y agregó que "nuestros clientes meta son los cuentapropistas, en especial quienes se vinculan a las actividades de la gastronomía y los arrendatarios de casas particulares, los que más han crecido en los últimos tiempos".

Alfonso Pino expresó que Zona + no es mayorista; esas tiendas tienen otros sistemas de trabajo, otra manera en la formación de precios.

"Se trata de una tienda minorista especializada, que tiene grandes formatos y cantidades, fundamentalmente de la familia de alimentos y aseo. Aunque no se aplica diferenciación de precios, los márgenes comerciales son favorables en mercancías de grandes proporciones, lo que estimula su compra en lugar de hacerlo en pequeñas proporciones", afirmó.

Según contó Muñoz Govantes, piensan llevar el producto hasta la casa de los clientes. "Esta es una oferta que estudiamos para cuando las condiciones logísticas nos lo permitan. Pensamos hacerlo con aquellos usuarios que tengan facturaciones por encima de los mil pesos, pues uno de los elementos que

dificulta las grandes compras es la transportación. Eso sería sin costo alguno".

Si algo tienen claro los directivos de Cimex es que "las cosas hay que concebirlas con el pensamiento de que salgan bien y duren en el tiempo".

Así lo asegura la Directora de Mercadotecnia, quien agrega que "para la Corporación ha sido un reto, pues no estamos acostumbrados a mantener una tienda con una capacidad cúbica tan grande, donde además los productos son de muy rápida rotación. Por ello, para su organización, hemos involucrado a las diferentes partes de la cadena y se reorganizó el sistema de reaprovisionamiento".

Significó que la tienda ha venido, en cierta medida, a aliviar al cliente minorista, sobre todo a la población, que tiene que competir en los mercados de cercanía con los mismos productos de alta demanda para el sector no estatal.

—¿Cómo se abastece este tipo de tienda?

—El surtido es diario. En este caso, por la capacidad tan grande que permite solventar un día de venta, decidimos un proceso de abastecimiento directo, sin intermediarios, desde el Almacén Central de La Habana a la tienda. El pedido —que se hace diariamente según los niveles de venta— es automático, no como en las unidades de los territorios, en las que se tramita mediante gestores para luego ir a los almacenes centrales.

—¿Se piensa en otros establecimientos como este?

—Antes de finalizar el año abriremos otras tiendas de este tipo en la capital y una en las cabeceras provinciales, pero todavía no se han evaluado ciudades que tienen grandes poblaciones que se vinculan al cuentapropismo, como Trinidad, por ejemplo. Pensamos crear una red con este tipo de tiendas, y de esta forma extenderlas a otros puntos de la geografía nacional.

"Actualmente continúan las pruebas de mercado, se crean las condiciones y se evalúan el abastecimiento y la logística de acuerdo con la oferta y la demanda. Además, tenemos pensadas otras ofertas de precios, la atención personalizada y estrategias comerciales para los que tengan compras elevadas.

"Todo ello necesita aseguramiento, por eso lo haremos paulatinamente. Pero lo realizaremos con la mayor premura que podamos, pues conocemos que la venta mayorista es una demanda urgente de un segmento de mercado que se expande en el país y que necesita de recursos para ejercer su actividad", concluyó.

(Tomado del periódico Juventud Rebelde)

<https://www.radiohc.cu/index.php/de-interes/caleidoscopio/104020-zona-la-antesala-necesaria>



Radio Habana Cuba