

COSTCO Y EL PEQUEÑO COMERCIO.

La nueva medida consta en vender al cliente, independientemente de su afiliación, un máximo de cinco unidades de pastel y dos de chocoflan por cliente el mismo día. La cadena de tiendas de autoservicio aparentemente busca equilibrar la disponibilidad de sus productos para que todos sus clientes puedan alcanzar, pues muchos de ellos no pueden conseguir estos postres porque personas que se dedican a revenderlos, terminan por comprarlos todos desde temprana hora.

¿Cómo esto podría afectar al pequeño comercio?

- Son pocos los pequeños comercios que se abastecen en este tipo de tiendas de autoservicio de venta al mayoreo.
- Aproximadamente un 20% de los pequeños comerciantes acude a comprar productos para sus negocios ahí o en otra cadena de autoservicio al mayoreo como costco.
- Es realmente aún menor la cantidad que va a surtir de pasteles para su reventa (menos del 5%)

Si es común que en estos negocios se venda este tipo de productos, ¿cuáles serían?

- Agua embotellada.
- Artículos de limpieza.
- Abarrotes.

¿Qué porcentaje del pequeño comercio se abastece de los clubes de precio?

- Un 20% de los pequeños comerciantes se surten en esta cadena de autoservicio u otras, pues la mayoría tiene contactos directos con proveedores o se abastecen de otras maneras.

¿Cómo creen que podría afectar a los formatos de clubes de precio este tipo de medidas?

- La afectación principal radica en la contradicción de estos clubes de autoservicio que ofrecen los beneficios del mayoreo en un principio al adquirir sus membresías que posteriormente se ha traducido en una venta reducida de los productos al poner límites como lo ha hecho con los pasteles.
- La afectación para los pequeños comerciantes resulta en la obligación de una nueva búsqueda para adquirir sus productos a un mejor o igual precio que en dichos clubes.