

MIGUEL NIGORRA, DIRECTOR GENERAL DE PUNTOCASH S.A. (GRUPO CARREFOUR)

# «Queremos facilitarles la vida a los restauradores»

**RAQUEL MARTIN LÓPEZ-SOLDADO**

Rmartin@santelmo.org

Miguel Nigorra Manso es el Director General de Puntocash S.A., empresa que pertenece al Grupo Carrefour y que, en España, se dedica a la distribución de productos de la agroalimentación para los profesionales de la alimentación y los restauradores. El Director General de esta empresa, se diplomó el pasado año en la primera promoción del Programa de Alta Dirección de Empresas de la Cadena Agroalimentaria, ADECA.

## ¿Qué es Puntocash?

Es la compañía mayorista del Grupo Carrefour en España. Nosotros no vendemos a consumidores finales. El Grupo Carrefour, como sabes, es una compañía que intenta vender a todos los sectores españoles a través de las distintas fórmulas de negocio. Puntocash es el Cash & Carry del grupo, ya que sólo vendemos a empresas del sector de la alimentación, pequeñas tiendas de alimentación (normalmente no afiliadas a ninguna central), restaurantes y hostelería en general.

## Imagino que para suministrar vuestras tiendas utilizaréis la logística y las ventas del Grupo Carrefour

Efectivamente. Hay una única logística en España para todas las empresas del grupo, y nosotros somos clientes de esa logística. Hay una central de compras, que compra para todas las compañías. Nosotros estamos especializados en vender y no en comprar. En el Grupo Carrefour están muy separadas las funciones de quien compra y de quien vende, no sólo en España, sino en todos los países donde está presente.

## ¿En cuántos países está el Grupo Carrefour y concretamente Puntocash?

El Grupo está actualmente en ocho países, pero el Cash & Carry sólo tiene tiendas en Francia, bajo la marca Promocash, donde llevamos 35 años; en Italia, bajo el nombre Docks Market y en España desde 1993 con Puntocash.

## ¿Cuántas tiendas tiene actualmente Puntocash en España?

Tenemos 32 tiendas concentradas, principalmente, en las zonas turísticas de la costa y en Madrid, que es donde están la mayoría de nuestros clientes objetivo, incluyendo una gran número de restaurantes. Para nuestro negocio, hay ciudades grandes que no son muy atractivas y, en cambio, hay ciudades pequeñas que sí lo son, desde el punto de vista de la alimentación y de la restauración.

Concretamente en Andalucía tenemos 6 tiendas: Sevilla, Marbella, Málaga, Almería, Granada y Motril.

## ¿Cuál es vuestra facturación y número de empleados?

180 millones de euros en 2003, con una previsión de 200 millones de euros para 2004. En cuanto al número de empleados, somos actualmente unas 520 personas.

## Según has comentado, no sólo vendéis al mayorista, sino que también estáis enfocados al segmento de la restauración. ¿Es éste un nuevo concepto de los Cash & Carry?

Podría decirse que sí. Nosotros estamos fundamentalmente localizados en el segmento del restaurante. Es una fórmula donde las posibilidades de crecimiento son mayores. En este momento tenemos alrededor de 50.000 clientes en gran parte del territorio nacional. Aproximadamente el 60% de ellos, son clientes del sector de la restauración. Los Cash & Carry suministran en España algo más del 3% de la cifra de compras de la restauración, cuando en países como Francia es del 12%. Esta dife-



rencia se debe fundamentalmente a que durante muchísimos años los Cash & Carry en España han estado centrados en la alimentación y no en la restauración. De hecho, Puntocash en el 2000 tenía el 40% de su cifra de negocio en la restauración y en este momento, tiene el 60%. Hemos crecido en este ámbito un 33% en tres años.

**Imagino que esto requiere un gran esfuerzo para ofrecer una gran calidad y sobre todo en productos frescos.**

Ten en cuenta que gracias a la logística de Carrefour podemos ofrecer seis días en semana fruta, pescado, carne, en fin, cualquiera de los productos frescos de gran calidad. Pero, además de tener unos productos frescos de primera línea, exige tener unos formatos de productos muy distintos para un cliente y para otro. Un cliente de alimentación busca productos adaptados al ama de casa, porque venden productos a familias; mientras que un restaurador busca productos que se adapten a las necesidades del restaurante y, normalmente, ni el tamaño, ni el tipo de producto se asemeja.

**¿Sois los únicos mayoristas que estáis especializados en restauración?**

No, tenemos competidores muy efi-

caces en el mercado. Hay compañías que lo están haciendo muy bien.

**¿Cuál es vuestro gran reto en el mercado de la restauración?**

Lo más importante que hay que hacer es romper el tabú de que Cash & Carry son establecimientos pensados para los minoristas y profesionales de la alimentación. Ha sido así durante muchísimos años y, lógicamente, cuando quieres cambiar el modelo, cuesta mucho convencer a los clientes de que tienes un formato adaptado a sus necesidades. Desde hace algunos años, no sólo nosotros sino otras compañías, estamos intentando convencer a los restauradores de que es una fórmula totalmente adaptada a sus necesidades y tenemos todos los productos que necesitan.

**¿Qué ventajas obtiene el restaurador que es suministrado por Puntocash?**

En España hay una red de distribución domiciliaria muy bien organizada. Nuestro objetivo es convencer a los restauradores que dejen de ser contables cuando terminan su servicio al medio día. Dedicar mucho tiempo a organizar todo el follón de albaranes, atender a lo pequeños distribuidores que aparecen por la puerta, etc. Nosotros les

ofrecemos la posibilidad de que nos digan cuáles son sus necesidades, para poder servirles todos los productos, con la ventaja añadida de que tendrán una única factura como comprobante de compra. Así, intentamos facilitarles las cosas en todo lo que podamos, proponiéndole que, si quieren hacer algún pedido especial, lo hagan por teléfono, por fax, por Internet, etc.

**¿Cómo están aceptando los restauradores esta nueva alternativa de un único proveedor?**

El problema es que llevan con la misma inercia de comprar durante muchos años. Realmente ellos tienen sus necesidades cubiertas, y nosotros debemos convencerles de que somos más eficaces. Además, siendo el primer grupo de distribución en España, deberíamos tener los mejores precios y lógicamente tratamos de que esto siempre sea así. Pero convencer al mundo de la restauración resulta bastante complicado. Cuando tu piensas que tu fuente de suministro es una determinada, resulta difícil romper esa barrera de acercamiento.

**¿Cuáles son vuestros proyectos futuros?**

Puntocash en estos tres años ha tenido un claro objetivo: transformar el par-

que que tenía en España en un parque mucho más actual y moderno, y ese plan lo estamos terminando. Ahora, queremos consolidar todas estas tiendas nuevas que hemos abierto a lo largo de la geografía española, pero sin dejar de estar atento a cualquier oportunidad de negocio que se pueda plantear. De hecho, estamos trabajando permanentemente en buscar de nuevos emplazamientos.

Además, queremos facilitarles la vida a los restauradores, es nuestra obsesión. En esa labor de intentar captar cuota en el mercado de la restauración, nos hemos aliado con varias compañías de muy diversas procedencias para organizar el concurso del cocinero del año que acabamos de lanzar en la Feria Alimentaria de Barcelona, a mediados de marzo.

### **¿Cuál es el objetivo de este concurso “cocinero del año”?**

Tenemos unos estupendos Chefs en España, son alrededor de 60.000, en los 60.000 restaurantes de este país, que quizás, no tienen las posibilidades de alcanzar la notoriedad que tienen los diez o quince cocineros en que todos pensamos cuando hablamos de ellos. Por este motivo, creo que hay que empezar a trabajar también con la base, para poner en valor todos estos cocineros estupendos que tenemos en los restaurantes y que trabajan casi anónimamente porque todavía no han tenido los medios para alcanzar la notoriedad.

Hemos conseguido que la WACS (World Association Cookies), que es el organismo que agrupa a nivel mundial al gremio de cocineros, se una con nosotros en nuestro patrocinio. Los socios de esta historia son Alimentaria, que como sabes es la segunda feria mundial de alimentación, Unilever Best Food, Iberdrola, y Puntocasch, y esperamos que se unan muchos patrocinadores más.

### **¿En que va a consistir este concurso?**

Vamos a hacer una serie de semifinales por todo el territorio nacional tratando de que se impliquen las autoridades autonómicas, locales y denominaciones de origen, para tratar de revalorizar la cocina regional y nacional,

dándoles a los más jóvenes la oportunidad de ser conocidos y reconocidos, tratando que este concurso se consolide a lo largo de los años.


### **Para concluir. Ud. se graduó el pasado año en la primera Promoción del Programa Adeca de San Telmo. ¿Qué le impulsó a realizar un Programa de estas características?**

El Grupo Carrefour está vinculado a San Telmo desde hace muchísimo tiempo a través de patrocinios de actividades concretas. Además, pertenece al Consejo Asesor del Departamento de Empresas Agroalimentarias del Instituto. Cuando se me presentó esta oportunidad, pensé que podía ser una buena idea, dado los continuos cambios que se están produciendo en el sector de la agroalimentación.

Me parecía interesante profundizar un poco más en el conocimiento, no solamente de las materias que tenía el Programa, sino de las personas que iban a componerlo desde todos los puntos de vista: profesores, ponentes e incluso, los propios participantes. Además, creo que San Telmo es una institución que desarrolla con mucho rigor sus programas.

### **¿Qué es lo que le ha aportado realizar el Programa? ¿Ha obtenido algún beneficio?**

En primer lugar me ha dado la oportunidad de reflexionar. Te obliga a replantearte temas que, normalmente, en la vida diaria, es imposible que te pares a pensar. Creo que el “método del caso” y la discusión en grupo, te ayuda a reflexionar sobre cómo plantear una estrategia en los casos de aciertos y errores de otras compañías, que rápidamente, puedes aplicar a tu vida como directivo y a tu que hacer como responsable de la marcha de una compañía.

Desde el punto de vista de la relación, creo que ha sido estupendo el nivel de los participantes y su capacidad en el Programa y, por supuesto, el profesorado que ha sido de primer nivel. Ser los pioneros tenía su riesgo, pero pienso que hemos superado la prueba. He hablado mucho con mis colegas del programa y todos piensan lo mismo. 



**Estamos intentando convencer a los restauradores de que somos una fórmula totalmente adaptada a sus necesidades y tenemos todos los productos que necesitan.**