

HABLA, CASERO. El negocio bodeguero en conjunto facturó US\$2,468 millones en el Perú el último año, a decir de Eric López, gerente de proyectos de Confiperú y profesor de gestión comercial y marketing de ESAN, lo que por poco alcanza los US\$2,600 millones que facturaron las principales tres cadenas de supermercados (de Cencosud, Falabella y Supermercados Peruanos) el año pasado.

Datos bodegueros

- La compra promedio en una bodega es de **S/8.20**
- El **70%** de facturación de productos de consumo masivo proviene de bodegas
- Existe, en promedio, una bodega por manzana en el Perú
- Los productos más consumidos son *snacks*, cigarrillos, cervezas y demás bebidas

Fuente: Eric López

En todo el país existen **160,000 bodegas**, de las cuales **sólo en Lima operan 79,000**. El crecimiento es tal, que en los últimos seis años se sumaron 35,000 bodegas en todo el Perú, aunque cerraron otras 29,000. Según López, tienen más chances de subsistir las que se dirigen a los NSE A, B y C (el 40% se enfoca en estos segmentos). Las bodegas más reconocidas, como Arakaki,

en Miraflores, pueden vender hasta S/3,000 diarios.

El crecimiento de las bodegas –pese a que se esperaría más bien una disminución por la creciente penetración de autoservicios– se debe a que todavía el 61% de las amas de casa en el país compra a diario. “Las compras planificadas se hacen en supermercados, pero la mayoría de amas de casa compra a diario y, además, gran parte de ellas no tiene carro para ir hasta un supermercado”, dice López.

Cabe destacar que una por-

ción importante de las bodegas se ha venido desarrollando, pues ahora cuentan con servicio *delivery*, son agentes bancarios e incluso permiten pagar con tarjetas de débito. Por ello Coca-Cola, Cristal, Nosotras, BCP y Schick, entre otras marcas, promueven la creación del Día del Bodeguero el 21 de agosto, junto con la Asociación Pro Día del Bodeguero.