

Fecha: 14-08-2023
 Medio: Las Últimas Noticias
 Supl.: Las Últimas Noticias - Mercado Mayorista
 Tipo: Noticia general
 Título: Estudio Provokers: en el almacén se trabajan 13 categorías de productos

Pág.: 2
 Cm2: 595,4
 VPE: \$ 3.274.112

Tiraje: 91.144
 Lectoría: 224.906
 Favorabilidad: ☐ No Definida

Las de mayor relevancia son pan, bebidas y cecinas

Estudio Provokers: en el almacén se trabajan 13 categorías de productos

¿Qué tipo de productos vende en su negocio?

CIRO COLOMBARA C.

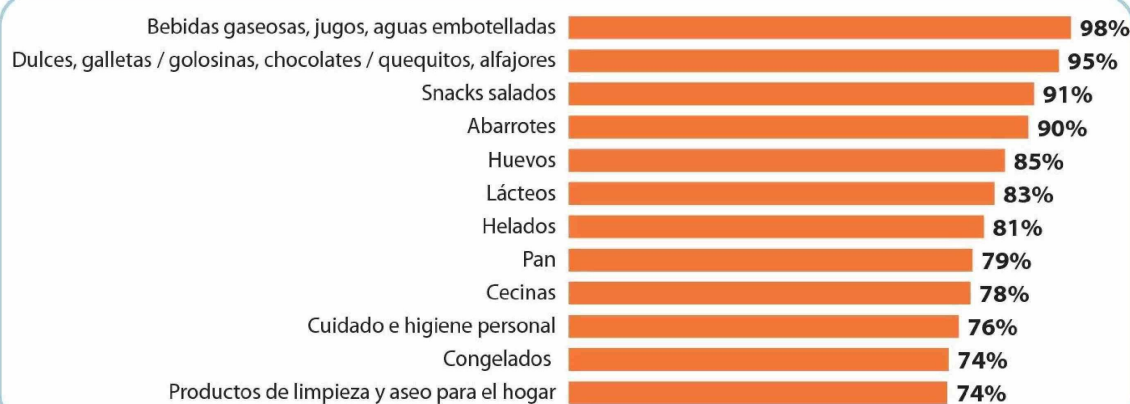
¿Cuáles son los tres productos más importantes, los que no pueden faltar en su negocio? Esa fue una de las preguntas que contempló el Estudio Provokers sobre el Canal Tradicional, que abarcó a más de 600 dueños o administradores de almacenes, minimarkets y botillerías tanto de la zona norte, centro como sur del país. El 45% de los pequeños comerciantes respondió que el pan era el de mayor relevancia, mencionando posteriormente a las bebidas y las cecinas. "El resto de los productos que aparecen lo hacen con porcentajes bastante más bajos, ocupando el cuarto lugar las categorías de dulces y confites", comenta Max Purcell, subgerente y socio de esta consultora.

¿El pan, bebidas y cecinas gatillan la compra de otros productos en almacenes y minimarkets?

"Estos son productos de compra planificada y de primera necesidad. Las personas van a un almacén a buscarlos y, mientras están en el negocio, generalmente ven otras cosas que pueden llevar a sus casas, algunas de las cuales son compras impulsivas".

Relacionado con lo anterior, ¿aproximadamente cuántas categorías trabajan este tipo de pequeños comerciantes?

"El promedio son 13 categorías. Hay que considerar que, como suelen ser negocios de pequeño tamaño, no hay espacios para tener una gran



Fuente: Provokers.

"Como los almacenes suelen ser pequeños, los comerciantes eligen con mucho cuidado cada una de ellas porque no pueden darse el lujo de que tengan poca rotación", comenta Max Purcell.

oferta. A la vez, tienen que elegir con mucho cuidado cada una de ellas porque no pueden darse el lujo de que tengan poca rotación. ¿Y cómo las eligen? Escuchando lo que les piden sus vecinos y también mirando los productos que venden sus competidores".

En el Estudio Provokers se consultó también qué tipo de productos venden en sus locales. Las bebidas gaseosas, jugos y agua embotellada, dulces, galletas y golosinas, snacks salados y abarrotes fueron los más mencionados, con niveles de penetración que superaron el 90%. Frente a dicho panorama, Max Purcell comenta que en general las y los almaceneros no son innovadores al hablar del stock. "Su primera opción no es apostar por un nuevo producto porque, al hacerlo, están movilizándolo capital que no es 100%

de ellos y que involucra también a su familia. Por eso son súper cuidadosos y por norma ofrecen solamente lo que los clientes les han pedido".

¿Y cubrieron otros temas en el estudio, como por ejemplo la forma de fijar los precios o los márgenes de ganancia?

"Preguntamos sobre el margen promedio que les ponen a los productos y, si bien toman en cuenta las sugerencias de los vendedores de las marcas o hacen un estimado frente a sus competidores, la gran mayoría nos dijo que trabajaba con un margen fijo de ganancia que va entre el 30% y 40%. Ese porcentaje es muy homogéneo entre los comerciantes de las distintas zonas del país".

Purcell agrega al respecto que identificaron que a las y los almaceneros les molesta mucho que los proveedores lle-

guen con un precio preestablecido para los productos que les entregan. "Les molesta porque ellos saben perfectamente cuánto dinero están dispuestos a pagar los clientes. En caso de ser muy alto el valor que les pone el proveedor, el riesgo que corren es que las personas vayan a otro local a hacer su compra".

A propósito del comportamiento de los consumidores, ¿cuánto gastan en promedio las personas que van a un almacén o minimarket?

"El ticket promedio de compra está entre \$4.500 y \$6.400. En estos negocios se hace principalmente una compra de reposición, que va de la mano con el tipo de formatos que más encontramos en ellos, que son los de menor tamaño".

