



# PERFIL DE LA BODEGA Y EL BODEGUERO 2014

El canal tradicional en el Perú sigue siendo el más importante para la venta de productos, principalmente lo de consumo masivo. Ipsos Perú ha lanzado la versión 2014 del estudio con el objetivo de conocer las principales características de las bodegas, así como el comportamiento, los hábitos, actitudes y preferencias de los bodegueros de Lima Metropolitana, Arequipa y Trujillo.

## INFORMACIÓN GENERAL BODEGAS DE LIMA METROPOLITANA

- ▲ Abre: 6.30 hrs
- ▲ Cierra: 22.30 hrs
- ▲ Personal atendiendo: 2
- ▲ Venta semanal: S/. 1,300
- ▲ Ticket prom: S/. 5.50



Los ingresos del punto de venta son el principal sustento de más del 40% de hogares de los bodegueros en Lima



**10%**  
Subió la venta promedio en Lima y Arequipa

## PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL BODEGUERO

73% SON MUJERES, ESTÁN CASADAS Y TIENEN 48 AÑOS



47% SON JEFES DE HOGAR



47% ALCANZÓ SECUNDARIA COMPLETA / TÉCNICA INCOMPLETA



58% PERTENECE AL NSE C



67% NACIÓ FUERA DE LIMA



11 SON LOS AÑOS QUE TIENE DE EXPERIENCIA COMO BODEGUERO



**56%** DE BODEGUEROS INDICA QUE EL ÚLTIMO AÑO SU NEGOCIO HA DESARROLLADO MEJOR QUE ANTES

**58%** DE BODEGUEROS INDICA QUE LA INVERSIÓN EN SU NEGOCIO EN EL ÚLTIMO AÑO FUE MAYOR QUE ANTES

## GESTIÓN DE LA BODEGA

**EL APOYO PUBLICITARIO SE CONSIDERA  
IMPORTANTE Y DETERMINANTE  
PARA LA VENTA DE PRODUCTOS**



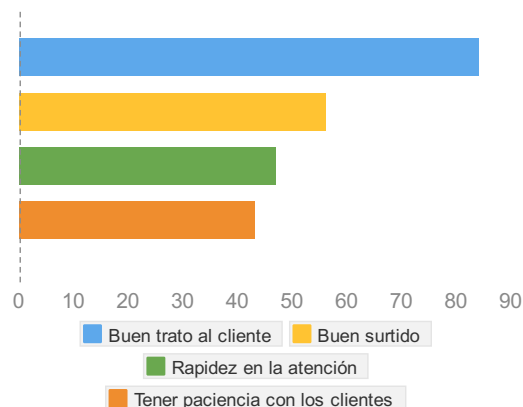
**11%** FINANCIA LA COMPRA Y GASTOS DE LAS BODEGAS AL CONTADO

**26%** TIENE ALGUNA DEUDA CON UN BANCO

**54%** CUENTA CON TELÉFONO PÚBLICO EN LA BODEGA

**81%** DE BODEGAS OPERAN EN LOCALES PROPIOS

### CARACTERÍSTICAS DE UN BODEGUERO EXITOSO:



PARA MAYOR INFORMACIÓN SOBRE EL ESTUDIO:

PATRICIA BUCHHAMMER  
DIRECTORA DE ESTUDIOS MULTICLIENTES  
PATRICIA.BUCHHAMMER@IPSOS.COM  
6100-100 ANEXO: 1428

JOHANA TANG  
ASISTENTE DE VENTAS  
JOHANA.TANG@IPSOS.COM  
6100-100 ANEXO: 1442