

¡LARGA VIDA A LAS BODEGAS!



**ELBA
ACUÑA**

Docente
Facultad de Ciencias
Empresariales y
Económicas de
la U. de Lima

En la actualidad aumenta el número de tiendas de conveniencia y tiendas de descuento, sobre las que se dice podrían ser un peligro para la existencia de las bodegas de barrio. Sin embargo, esto no sería del todo cierto, ya que la bodega



De este modo
el bodeguero se
compenetra con
su comunidad
y conoce sus
necesidades.

Su éxito
está basado
en el trato
personalizado,
a la medida de
cada vecino.



cumple diferentes roles en la comunidad que difícilmente podrían ser reemplazados por los nuevos formatos de venta al menudeo. Las bodegas forman parte del microcosmos del barrio y se encuentran en el engranaje de la cultura comunitaria, interactuando con sus miembros.

Las personas que compran en bodegas lo hacen frecuentemente en un lugar de confianza, cercano a su hogar. Asimismo, las bodegas también resuelven emergencias imprevistas, y venden formatos pequeños. Otra de sus ventajas consiste en ofrecer diversos tipos de volumen según la capacidad adquisitiva de los vecinos. Por ejemplo, una vecina puede comprar cincuenta céntimos de azúcar, un sol de fideos, dos soles de pollo o carne; un octavo de aceite (a granel), un cuarto de azúcar (a granel), cien gramos de arroz, entre otros; es decir, se ajusta al bolsillo de un importante grupo de clientes, cuyas compras sumadas alcanzan elevados volúmenes de venta.

Por otro lado, la gran mayoría de bodegas funciona en una casa de familia, por lo que pueden estar abiertas desde las 6 a.m. hasta las 11 p.m., cubriendo un horario bastante amplio durante todos los días de la semana. Dentro de ellas suele haber alguien disponible para

atender, puede ser la cabeza de familia o algún pariente. Es un trabajo en equipo que une a los miembros del hogar. En muchas ocasiones los hijos del bodeguero estudian juntos con los hijos de los vecinos del barrio, hecho que fortalece los vínculos barriales, la cercanía y la confianza. De este modo el bodeguero se compenetra con su comunidad y conoce sus necesidades. Su éxito está basado en el trato personalizado, a la medida de cada vecino.

Muchas bodegas están adoptando el uso de la tecnología en sus negocios, realizan recargas de celular, ofrecen el servicio de agente bancario, de tipeo por computadora, de fotocopiado e impresión, de Internet, y emplean equipos de frío como congeladoras y refrigeradoras. Las bodegas también venden productos por catálogo, alquilan disfraces para el colegio, y satisfacen pedidos especiales para los vecinos, abastecen sus cumpleaños, aniversarios, bautizos, entre otras ceremonias, y en algunos casos brindan el servicio de delivery. También venden productos elaborados en casa como triples, sándwiches, marcianos, gelatina, y “combos” que combinan dos o más productos de forma atractiva para el consumidor.

La bodega integra al barrio a través de los siguientes roles:

Fuente de información: el bodeguero usualmente conoce el comportamiento y las costumbres de los vecinos, de los visitantes, de los problemas, de las novedades, de las buenas y malas noticias. También puede exhibir un panel o una pizarra para que la gente del vecindario coloque avisos, entre ellos: se dictan clases, aprenda a manejar, se necesita cocinera, se da servicios de gasfitería, etc.

Consejero del barrio: los vecinos acuden al bodeguero para contarle sus problemas y dificultades. Es decir, se desahogan con alguien que los escucha atentamente y puede sugerirles “curas” para algunos problemas de salud: qué hacer si duele la rodilla, qué es bueno para el insomnio, con qué se alivia el dolor de espalda, entre otros.

Financiator y prestamista: cuando los vecinos no tienen dinero suficiente para comprar pueden acudir al famoso “fiado” en la bodega. Para esto existe una relación de confianza entre los vecinos y el bodeguero, quien anota la deuda en un cuaderno y luego espera por su pago a quincena o fin de mes. En ocasiones el bodeguero también se convierte en prestamista de dinero para algunos vecinos o, incluso, de envases de bebidas.

Generador del ahorro del vecindario: una de las formas de ahorro más antiguas entre los vecinos es la conocida “junta” en la que, por ejemplo, se reúne a diez personas que abonan una cuota de veinte soles diarios. En cinco días se juntan mil soles y se reparte a cada uno de los integrantes de la junta. Es decir, en cincuenta días se habrían repartido diez mil soles y cada uno de los participantes llegaría a recibir mil soles, sin ningún costo financiero. El bodeguero muchas veces es promotor de esta forma de fondeo de capital.

Finalmente, es muy difícil que los formatos nuevos de conveniencia y de descuento puedan suplir a las bodegas, pues les falta el componente de “cercanía emocional y sentimental”; así como el componente de “compras personalizadas a la medida del bolsillo del vecino”, “el conocimiento ad hoc de las necesidades de los vecinos”, los “largos horarios de atención”, entre otros. Hay mercado tanto para las bodegas como para los nuevos formatos, sin necesidad de que alguno de los dos deje de existir. ▶