

CADENA DE CAFETERÍAS

Starbucks lanzará formato 'drive thru'

Puesta en marcha del servicio en automóviles será en setiembre. Para los próximos años, la mira está puesta en Lima con 20 locales, que se sumarán a los 100 existentes.

VANESSA OCHOA FATTORINI
vanessa.ochoa@diariogestion.com.pe

Cuando llegaron al Perú en el 2003, el peruano no tenía entre sus mayores hábitos el consumo de café fuera de casa. Y aunque arrancaron en Lima moderna, hoy su crecimiento se ha dado en el grueso de los distritos de la capital y el interior del país, alcanzando los 100 locales.

Fabiola Mauricio, gerente de marca de Starbucks, anuncia de cara al futuro no solo nuevos locales—unos 20 con foco en Lima en tres años—sino un plan de remodelaciones de sus tiendas, y el lanzamiento de un nuevo formato 'drive thru' (servicio al auto), con el que esperan crecer en los siguientes años, y la exploración de nuevos nichos. Apostamos por un formato distinto que nos va a permitir generar más público, y dar la facilidad al cliente. Nuestra idea es ubicar más locales para este tipo de formatos", dijo la ejecutiva.

La puesta en marcha de este formato será en setiembre y una de las particularidades es que este primer 'drive thru' está elaborado a base de contenedores. "No es propiamente móvil, pero claro, si queremos podemos llevarlo a otras zonas", afirmó.

Expansión con aroma

Entanto, en los locales actuales se están desarrollando remodelaciones.

El plan arrancó este año con tres, y no pasa solo por algunos cambios sino "tirarlas y volver a hacer una tienda nueva". Serían 20 tiendas en los dos próximos años.

Starbucks tiene la consigna de ir de la mano del públi-



DIANA CHÁVEZ

Tienda. El local número 100 de la cadena se ubicará en Miraflores, en la avenida La Mar, y está a poco de inaugurarse, dice Fabiola Mauricio.

CIFRAS Y DATOS

70%

es el peso de la venta de las bebidas dentro de Starbucks; el 30% son alimentos.

■ **Permanencia.** Depende del tipo de tienda; en un mall van por su bebida favorita, pero en tiendas "core" hay clientes que trabajan y se quedan 2 horas.

EN CORTO

Ticket. En promedio, el ticket es de S/ 16. Si hablamos de segmentos, las tiendas ubicadas en zonas fuera de Lima moderna, orientadas al NSE C, tienen un ticket alto pero menor frecuencia, frente al AB que va con más frecuencia pero con menor ticket.

co y para ello es importante cambiar y crecer. Su ritmo de aperturas ha crecido en más del 50% en los últimos cinco años, siendo los últimos tres los más dinámicos. "En el último años hemos crecido en Lima, no en provincia, y en los próximos dos años tampoco se darán inauguraciones en provincia", refirió.

En contraparte, hay malls donde han tenido que llevar dos locales. "Hemos crecido de la mano de los centros comerciales, nos pasó con el Jockey Plaza, MegaPlaza, y ahora se viene un segundo local en Plaza Norte", indicó.

Café a la vena

Pero Mauricio también sabe que la demanda por el producto se puede aprovechar en otros nichos de mercado. Por ello, el nuevo formato con el que han entrado a universidades y clínicas se mantendrá. Así, revisan nuevos ingresos a universidades.

"Y un formato nicho interesante son las tiendas de oficina, que están en un edificio que cuenta con mix comercial, ahí vamos nosotros", dijo la ejecutiva.

Lo que se tiene claro es que los espacios que ubique Starbucks para crecer no serán pequeños. "Necesitamos ambientes grandes, ya no buscamos tiendas chicas, porque la gente quiere pasar un buen rato", comentó.

Otro de los negocios que ha crecido dentro de Starbucks es el retail, con la venta de café en grano. Si bien solo se vende dentro de las tiendas, y no en autoservicios como otros países, este negocio ha crecido un 20% en el último año.

BREVES

TRANSMANTARO Contrato para Quellaveco

Anglo American Quellaveco y la empresa de transmisión Consorcio Transmantaros suscribieron un contrato de diseño, financiamiento, construcción, operación, mantenimiento y de servicios de transmisión de una Línea de Transmisión de 220 kilovoltios, así como las subestaciones Moquegua, y Papujune, que tendrá impacto en el desarrollo del proyecto minero Quellaveco (Moquegua).

El contrato finaliza a los 30 años posteriores a la puesta en operación comercial.

ECOPETROL

Tras oportunidades



DIFUSIÓN

En búsqueda de reservas, Ecopetrol apunta a una mayor exploración y recuperación de petróleo en pozos existentes, pero también perforando cuencas no convencionales y vía compras.

La petrolera colombiana busca acuerdos en países donde ya opera, como el Perú, señaló su presidente ejecutivo, Felipe Bayón, según reportó Portafolio de Colombia.

PUMA AIR

Aumentará flota

La Dirección General de Aeronáutica Civil aprobó la modificación del permiso de operación de aviación comercial de Puma Air. De esa manera, la aerolínea orientada a trabajo aéreo-agrícola, fotografía, inspección y otras tareas sobre campo podrá incrementar su flota de helicópteros.

PROYECTOS



DIFUSIÓN

Ampliación. Crece oferta de almacenes clase II con 27,000 metros cuadrados más.

Bodegas San Francisco aumenta espacio de almacenes en Lurín

VANESSA OCHOA FATTORINI
vanessa.ochoa@diariogestion.com.pe

Si bien el desarrollo de almacenes de clase I (de más de 8 metros de altura) está en boga (**Gestión** 16.07.2018), el mercado continuará demandando almacenes de clase II, ya que no todas las operaciones logísticas requieren almacenes de gran altura para ser rentables.

Es por ello que se prevé que, para este año, este tipo de proyectos impliquen la suma de 27,000 metros cuadrados (m²), los cuales estarán en manos de Bodegas San Francisco, empresa que ha crecido en este segmento teniendo como foco Lurín, que es uno de los ejes de almacenes de clase II, además de Villa El Salvador.

Así lo reveló un informe de la consultora Binswanger, el cual refiere que la empresa es una de las tres que operan en la zona (Carpitas y Parque Industrial Los Eucaliptos).

Villa El Salvador también cuenta con cuatro almacenes en condominio.

Tendencia

La proyección de la consultora es que este año la tasa de vacancia mantendrá su tendencia a la baja, estimando que se ubique entre 10% y 15%, mientras que a nivel de precios se espera una estabilidad en las tarifas de alquiler de lista.

Así, el promedio de precio de alquiler de Lima con-

tinuará cercano a los US\$ 5 por metro cuadrado, precisó George Limache, jefe de investigación de la consultora. Señaló que la vacancia se ha distribuido en 88,500 m² en Lurín y 19,700 m² en Villa El Salvador.

En el eje Lurín existen tres condominios con vacancia, mientras que en el eje Villa El Salvador son dos condominios.

"Este tipo de almacenes en condominio tiene una gama más alta de demandantes, como las empresas farmacéuticas, el Estado, los mismos operadores logísticos y textileras", dijo George Limache.

Indicó que, además de los proyectos que se vienen desarrollando, no ve nuevos en la clase II, motivado por la tasa de vacancia; así, lo que podría darse son ampliaciones.

PRECISIONES

■ **Stock.** A la fecha, el stock de almacenes es de 657,000 m², en donde Lurín tiene 530,000 m².

■ **Demanda.** En últimos años entre almacenes de clase I y clase II, Lima ha consumido entre 100,000 m² y 150,000 m² al año.

■ **Eje Lurín.** La absorción del eje Lurín representó casi la totalidad de la demanda de almacenes de clase II en los últimos tres años.