

Dinet planea abrir hasta cuatro dark store en Lima para atender el e-commerce

Potenciará e-commerce en provincias abriendo centros de transferencia en Arequipa, Trujillo, Chiclayo y Piura. Pedidos a través de e-commerce representarán el 14% de su facturación anual el próximo año.

MIRTHA TRIGOSO LÓPEZ

mtrigoso@diariogestion.com.pe

El operador logístico Dinet, del Grupo Sandoval, busca acompañar a las empresas en el crecimiento que viene teniendo el e-commerce.

Así, en el caso de Lima, planean sumar el próximo año hasta cuatro tiendas oscuras o dark stores en “zonas calientes que está identificando”. Las referidas tiendas al estar integradas tecnológicamente al almacén principal, les permiten optimizar el tiempo de entrega de los productos, señaló el gerente general de la empresa, Luis Miguel Maldonado.

Comentó que ya cuentan con una primera “dark store” en San Borja, que les ha permitido entregar pedidos hasta en dos horas.



El plan. Buscan optimizar las entregas con sus dark stores.

Pero además de las dark stores, desde este mes ofrecen puntos de recojo, mediante acuerdo con una marca de tiendas de conveniencia.

Todas estas acciones realizadas en Lima y provincias, aunado al crecimiento orgánico de sus clientes, llevarán al operador logístico a duplicar el próximo año el número de pedidos por e-commerce respecto al 2020, destacó.

“Este año, los pedidos por e-commerce representarán el 8% de la facturación total, el doble de lo que pesó el 2019, y el próximo año será el 14%”, estimó.

Provincias

Provincias ya representan el 40% de los pedidos por e-commerce. Por ello, el operador planea potenciar su negocio de distribución, abriendo el próximo año cuatro centros de transferencia en Arequipa, Trujillo, Chiclayo y Piura.

“Vamos a redistribuir desde estos centros de transferencia al interior de todos estos departamentos”, detalló.

Actualmente el operador logístico viene atendiendo al e-commerce en el interior del país a través de aliados estratégicos (compañías de transporte, couriers).

CIFRAS Y DATOS

■ **Pedido.** Dinet mueve alrededor de 2,000 pedidos por e-commerce diarios. En eventos como el Cyber Wow de octubre llegaron a 6,000.

■ **Tarifas.** Para servicio logístico cayeron alrededor del 10%, ya que por la coyuntura se tuvieron que ajustar a la baja.

■ **Rentabilidad.** Si bien este año la rentabilidad de Dinet se vería afectada en torno al 30% por la pandemia, esperan recuperarla en el 2022.

EN CORTO

Campaña. Dinet señala que la campaña navideña para el retail se muestra cauta. “Normalmente la mercadería llega entre agosto y setiembre, mientras que la salida al mercado y a los puntos de venta se da entre noviembre y diciembre. Vemos mucha cautela, prudencia, no hay grandes ingresos de mercadería. Vemos que el inventario que tenían es el que está saliendo hacia las tiendas”, comentó Luis Miguel Maldonado.