DESTAQUE

PROYECCIÓN DE KANTAR WORLDPANEL

Hogares pueden tender a gastar más en compras en resto del año

Buscan adquirir productos de formatos pequeños. Destinarán mayores montos a productos de cuidado personal y cuidado del hogar. Crece gasto de compra en autoservicios.

MIRTHA TRIGOSO LÓPEZ
mtrigoso@diariogestion.com.pe

Si bien en el segundo semestre del año los hogares del país seguirán yendo menos veces a los canales de compra, tenderán a gastar más, y es que buscarán adquirir productos de formatos pequeños pero de ticket medio y alto, según señaló Kantar Worldpanel (KWP).

En esa línea, su gerente comercial, Cecilia Ballarín, resaltó que principalmente en la segunda mitad del año crecería el ticket por acto de compra en las categorías de cuidado personal y de cuidado del hogar, en 5% y 4%, respectivamente, llegando a S/ 10.2 y S/ 5.4 en cada caso.

" Y es que tanto cuidado personal como cuidado del hogar vienen incorporando formatos pequeños a su portafolio, lo que permite que los hogares incorporen en su consumo nuevas subcategorías de productos de mayor precio ", indicó.

En el caso de la categoría de cuidado personal, resaltó que además ha crecido la demanda de los productos vendidos por catálogo, que por lo general tienen un ticket de compra más alto con respecto a otros canales de venta.

Asimismo, se prevé que el gasto por acto de compra de las categorías de alimentos y lácteos , que se mantuvieron flat en el segundo trimestre del año, crezcan en la segunda mitad del año.

"En el caso de alimentos, el crecimiento del ticket de compra se daría porque los hogares están comprando algunas subcategorías de productos de ticket más alto; y en lácteos, se están dando innovaciones, sobre todo en leches que incentivan el consumo", dijo.

Por su parte, el ticket de compra de bebidas no crecería debido el alza del ISC que encareció los precios, principalmente de gaseosas y néctares; asimismo, por la disminución de la temperatura.

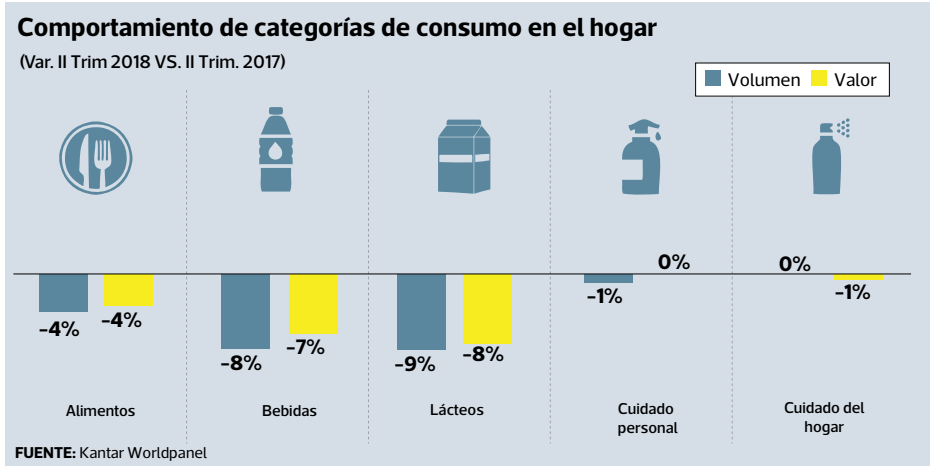
Canales de venta

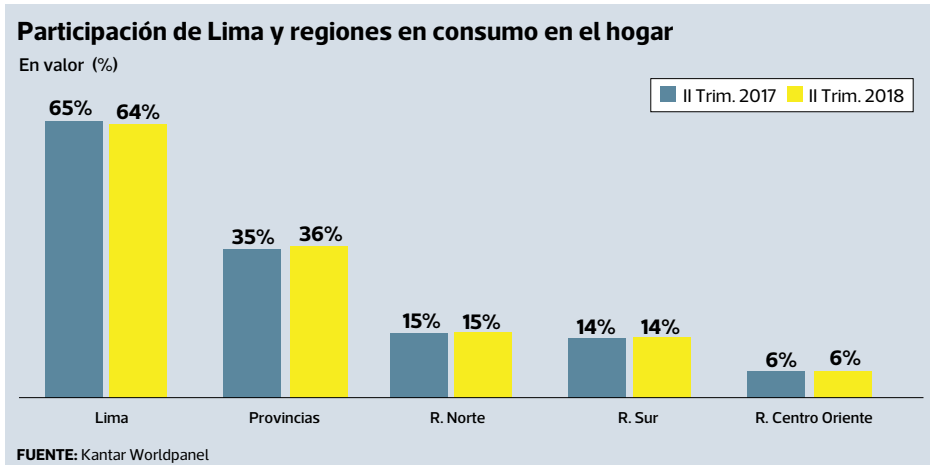
Con respecto al comportamiento del gasto de los hogares en los canales de venta, Cecilia Ballarín destacó que se seguirá viendo un mayor gasto en autoservicios , ademas de "door to door".

Cabe señalar que el ticket de gasto en autoservicios es de alrededor S/ 40 por transacción. "Los autoservicios vienen haciendo activaciones, y su participación dentro del gasto de los hogares pasó a ser de 17% en el segundo trimestre, cuando entre enero y marzo era del 16%", mencionó.

CLAUDIA LLONTOP

Tendencia. Consumo viene dando primeras señales de vitalidad.





EN CORTO

Crecimiento. Los hogares del país han empezado a sumar más categorías en sus compras, según señaló Kantar Worldpanel (KWP). Así, en enero de este año solo 20 subcategorías de todas las que conforman la canasta de consumo de los hogares crecían en volumen; en cambio en junio el número llegó a ser de 39.
Y se redujo el número de subcategorías que venían cayendo, pasando de 68 en enero a 49 en junio.

LAS CLAVES

Consumo de hogares. En el segundo trimestre del año cayó en valor en 2% en Lima y 4% en provincias.

Avance. Segmentos A y B incrementaron su consumo en 2% en junio de este año versus el mismo mes del 2017.

Ticket de productos que más crecieron

Ticket (S/)	Enero-junio 2018 vs. Enero-junio 2017
Alimentos	
Ketchup	19%
Sazonadores	14%
Mortadela	13%
Bebidas	
Cocoas y chocolate para taza	21%
Té y otras infusiones	12%
Café	12%
Lácteos	
Yogur	10%
Mantequillas	5%
Cuidado personal	
Enjuague bucal	17%
Cepillo dental	8%
Jabón de tocador	7%
Cuidado del hogar	
Limp. ollas\sartenes	17%
Lejías y desmanchadores	9%
Lavavajillas	6%

FUENTE: Kantar Worldpanel.