

EN SEGUNDO SEMESTRE DEL AÑO, SEGÚN KANTAR WORLDSPANEL

Consumo en hogares de Lima crecerá 3% y en provincias dejará de caer

—En la segunda mitad del año, consumo en el país crecerá 2%. Bebidas, alimentos y cuidado personal impulsarán consumo de familias peruanas. Segmento E desaceleró su caída.

MIRTHA TRIGOSO LÓPEZ
 mtrigoso@diariogestion.com.pe

Si bien en los primeros cinco meses del año, el consumo en los hogares del país solo creció 1% en volumen, se prevén mejores resultados para el segundo semestre del 2016, estimó Kantar Worldpanel (KWP).

“Entre enero y mayo, el consumo en Lima creció 2.3% y en provincias cayó 1.5%. El consumo en este periodo se vio afectado por los meses de abril y mayo, ya que las familias tuvieron que gastar en los colegios de sus hijos. En los primeros cinco meses del año, solo crecieron las categorías de bebidas y cuidado personal, mientras alimentos, lácteos y cuidado del hogar cayeron”, dijo el country manager de KWP, Fidel La Riva.

Agregó que en la segunda mitad del año se confía en recuperar la dinámica del consumo por las mejores perspectivas económicas y la recuperación del optimismo de la población, por la entrada del próximo Gobierno.

“Se confía en que se reactiven las inversiones en el país, generándose más trabajo, lo que por ende ayudaría a recuperar el consumo en el interior del país y en los segmentos menos favorecidos”, sostuvo.

Mejores resultados
 Fidel La Riva estimó que en

PRODUCTOS QUE MÁS CRECIERON EN CONSUMO DE HOGARES

(En volumen, enero - mayo 2016 vs. enero - mayo 2015)

Alimentos	Bebidas	Lácteos	Cuidado personal	Cuidado del hogar
+2% Arroz	+13% Agua de mesa	—	+9% Pañales	+2% Lejías desmanch.
+2% Conservas pescado	+3% Gaseosas	—	+35% Maquillaje	+3% Lavavajilla

PRODUCTOS QUE DECRECIERON EN CONSUMO DE HOGARES EN VOLUMEN

-5% Pan	-11% Achocolatado	-4% Leche	-3% Máquinas de afeitar	-5% Jabón de lavar
-5% Fideos	-4% Café	-4% Yogur	-1% Cremas corporales	-5% Limp. desinfectante

FUENTE: Kantar Worldpanel

Consumo en provincia cayó en últimos cinco años

♦♦ En el 2011, cuando inició el Gobierno de Ollanta Humala, el consumo en los hogares del país crecía 3% y en provincias lo hacía en 7%. Cuatro años después, el panorama ha cambiado, señala Kantar Worldpanel (KWP). Así, refiere que este año se prevé que el consumo en los hogares perua-

nos crezca solo 1.5%, y el consumo en provincias se mantenga flat. ¿Qué es lo que ha pasado? El country manager de KWP, Fidel La Riva, explicó que esto se debería a que se desaceleró el gasto del Gobierno en el interior del país, se redujo la distribución del canon, aumentaron los conflictos

sociales y hubo inacción en la resolución de los referidos conflictos. “No se tomaron medidas eficientes para impulsar el consumo en los hogares, principalmente del interior del país, y esto afectó el consumo del país en general. Esperamos que esto no se repita en la nueva gestión”, dijo.

el segundo semestre del año el consumo en los hogares del país crecerá 2%, impulsado por la detención de la caída del consumo en provincias, tras 26 meses de registrar disminución, manteniéndose flat respecto al mismo periodo del 2015; y por el aumento del consumo en Lima en un 3%.

Asimismo, se prevé que el consumo del nivel socioeconómico E comience a desace-

lerar su caída. “En el segundo semestre, el segmento E decrecerá 4% (en volumen) versus el 8% que registró en los primeros cinco meses del año”, dijo.

Las categorías de productos que registrarán mayor crecimiento en la segunda mitad del año serán bebidas, alimentos y cuidado personal. “Sobre todo crecerán más las bebidas y alimentos, ideales para la temporada de

invierno”, añadió el experto. Este mejor comportamiento del consumo en el segundo semestre incidirá en que al cierre del año el consumo de los hogares del país crezca 1.5% respecto al 2015, dijo.

Ante este escenario, recomendó a las empresas seguir impulsando la construcción de marca de sus productos, e incidir en la recuperación de los consumidores que optaron por marcas económicas.

DINÁMICA DEL CONSUMO EN LIMA Y PROVINCIAS

(Variación en volumen, enero - mayo 2016 vs. enero - mayo 2015)

	Var. Frecuencia	Var. Ticket S/	Var. compra x acto
Lima	-0.5%	2.5%	1.3%
Región Norte	1.3%	-2.0%	0.7%
Región Centro Oriente	-2.3%	2.4%	2.5%
Región Sur	0.8%	-2.8%	0.4%

FUENTE: Kantar Worldpanel

COMPORTAMIENTO DEL CONSUMO POR SEGMENTOS

(Enero - mayo 2016 vs. enero - mayo 2015)

Mix Poblacional %	% var. Volumen	% var. Frecuencia	% var. Ticket
A/B 18%	4.3	-1.0	1.4
C 34%	2.9	-	0.6
D 36%	-0.2	0.7	-
E 11%	-8.1	-0.1	0.9

FUENTE: Kantar Worldpanel

CIFRAS Y DATOS

♦♦ **Crecimiento.** En los primeros cinco meses del año, las categorías de bebidas y cuidado personal crecieron 3% y 6%, respectivamente.

♦♦ **Educación.** Dos de cada tres hogares de Lima tienen hijos en colegios particulares.

♦♦ **Canales.** En los primeros cinco meses del año, el gasto de los hogares en bodegas aumentó 2% y en mercados, 1%.

♦♦ **Peso.** Alimentos pesa 60% del gasto de los hogares del país en consumo.