

Artículos para el mantenimiento del hogar cobran fuerza

Según una encuesta de Apoyo, la mayoría tuvo problemas de gasfitería y falta de artículos o equipo para el trabajo remoto en la cuarentena.

PAOLA VILLAR S.

En lo que va del 2020 y dada la coyuntura de la pandemia, el mantenimiento del hogar ha cobrado mayor relevancia para muchas familias a nivel nacional. César Vieira, coordinador del área de Insights e Investigación de Apoyo Comunicación, comenta que durante la cuarentena surgieron necesidades para las cuales muchos no estaban preparados; y algunas de estas se mantendrían debido al distanciamiento social.

Una encuesta en línea realizada por la consultora en julio muestra que un 80% de personas considera que los supermercados son los negocios de mayor importan-

cia para mantener la calidad de vida de sus familias. Este es seguido por las farmacias (62%), que cobran mayor relevancia por la necesidad de cuidar la salud. Vieira indica que detrás están tanto las ferreterías como las tiendas de mejoramiento del hogar como comercios importantes para mantener calidad de vida de los hogares. Ambos fueron seleccionados por un 24% de encuestados, respectivamente.

Ante el encierro, cabe precisar, la necesidad de algunos productos que ofrecen estos negocios fue aun mayor. Entre los artículos que más falta le hicieron a las familias en este período figuran los relacionados a cómputo (34%), ferretería (33%), ropa (32%) y limpieza (30%).

Asimismo, un 33% dijo haber experimentado problemas de gasfitería y tuberías durante la cuarentena, seguido por la falta de artículos o equipo para trabajar desde casa (31%), mante-

nimiento o reemplazo de luminarias (26%), falta de herramientas de ferretería (25%) y problemas de conexiones eléctricas (25%).

En esa línea, Ramón Ponce de León, gerente comercial de Sodimac y Maestro Perú, resalta que desde que se inició la pandemia los productos más requeridos de ambas tiendas son muebles, electrodomésticos, baños y cocinas y de organización. “Las familias necesitaban redistribuir sus espacios y hacerlos más funcionales para actividades que antes no se realizaban a tiempo completo en los hogares”, remarca.

—El canal digital—

Si bien el comercio electrónico registró un crecimiento significativo, el estudio revela también que solo a un 21% de los encuestados le resultó muy fácil o fácil comprar productos vía canales digitales. En total, un 36% considera que es difícil o muy difícil comprar productos de otro tipo de establecimientos comerciales por canales digitales.

“Hay muchas personas que todavía no se adaptan al comercio electrónico, lo cual refleja que el comercio presencial va a seguir siendo la primera opción; y ello evidencia la importancia de que los establecimientos tengan protocolos adecuados de seguridad”, indicó Vieira. —

DURANTE LA CUARENTENA

Los comercios y artículos más extrañados

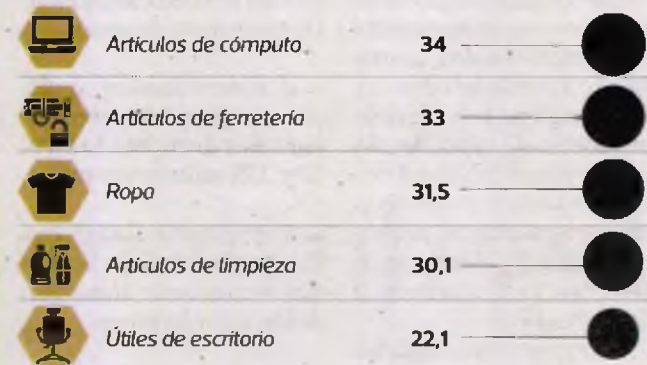
La importancia de las ferreterías y tiendas de mejoramiento del hogar se evidenció durante el estado de emergencia.



Los principales comercios para mantener la calidad de vida (en porcentaje)



Los productos que más hicieron falta (en porcentaje)



Ficha técnica: El estudio fue elaborado por Apoyo Comunicación, a través de un panel online certificado (Netquest) con una muestra de 706 casos de Chimbote (Santa), Arequipa, Cajamarca, Cusco, Ica, Huancaayo, Trujillo, Chiclayo, Piura, Tacna, Lima y Callao, de todos los NSE, de 25 años a más.