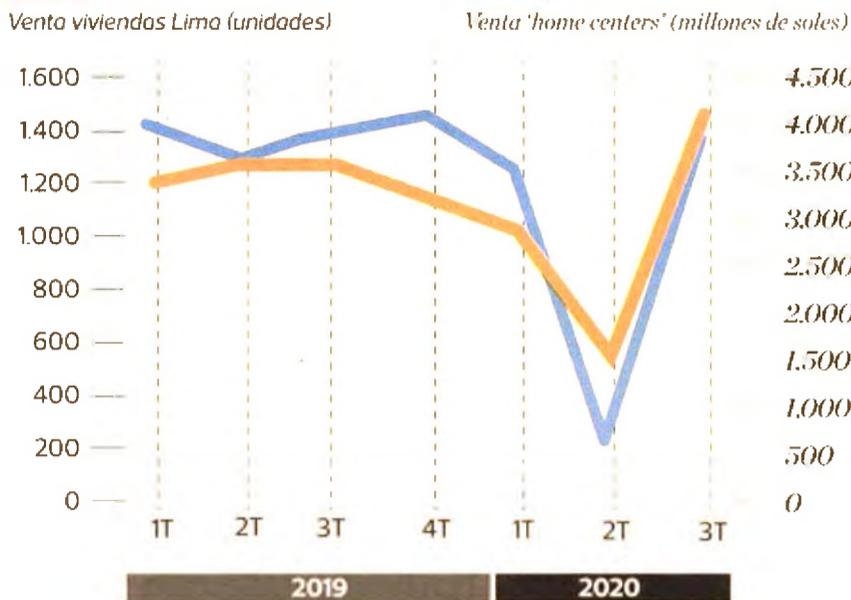


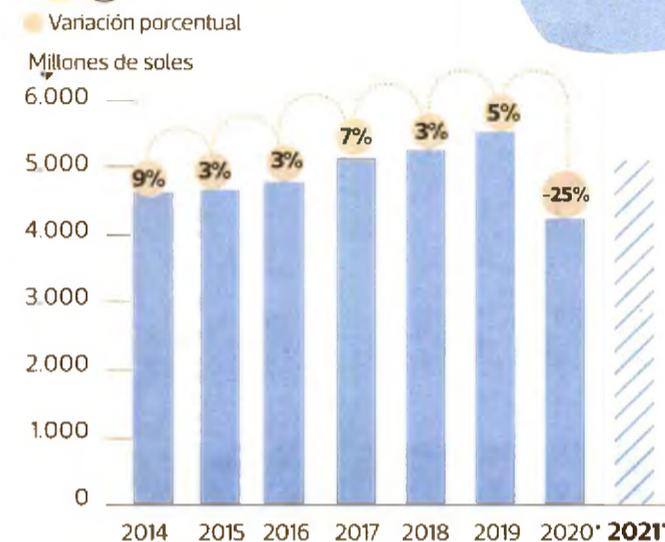
Tiendas de mejoramiento del hogar en cifras



Ventas de 'home centers' y viviendas en Lima (Millones de soles y unidades)



Ventas anuales en 'home centers'



*Estimación de cifras

Fuente: Scotiabank Perú / ASEI / Produce.

'Home centers': cambios en pandemia

Mirada. Nueva cuarentena afectaría sus ventas. Limpieza y cómputo son ahora las categorías más pedidas de su mix.

CLAUDIA INGA MARTÍNEZ

La pandemia del COVID-19 ha marcado muchos cambios para el consumidor peruano; entre ellos, sus prioridades.

De acuerdo a un estudio realizado por la consultora Apoyo, hasta el mes pasado los peruanos señalaron que hoy día los supermercados, las farmacias y las tiendas de mejoramiento del hogar son los negocios que consideran más importantes para su vida en esta coyuntura.

“La casa ha tomado un protagonismo importante en la calidad de vida de la gente por la pandemia. Hoy la necesidad es comida, salud y hogar”, sostiene María Katia Filomeno, vicepresidente de innovación y estrategia de Apoyo Comunicación.

Que las tiendas de mejoramiento del hogar hayan entrado en este top 3 no solo tiene que ver con la necesidad de arreglar desperfectos o acondicionar el hogar para el trabajo o estudio ante el confinamiento, también está relacionado a una mayor preponderancia de las categorías de limpieza y muebles dentro del mix de productos de estas tiendas.

No en vano aquellas con mayor demanda desde que inició la pandemia han si-

do limpieza, baños y cocina, muebles y organización en cadenas como Sodimac y Maestro. Tanto a nivel de su canal de-commerce como cuando pudieron reabrir las tiendas.

“Hemos realizado un gran esfuerzo para mantener el abastecimiento de todos estos productos”, cuenta Ramón Ponce de León, gerente comercial de Sodimac y Maestro Perú.

PAÑORAMA DEL SECTOR

Con las tiendas cerradas, aforos reducidos y todo lo que supuso el salto acelerado hacia las ventas digitales, la pandemia impactó de sobremanera al canal 'retail'.

Si vemos solo al sector de mejoramiento del hogar, las ventas de los almacenes especializados tuvo su caída más pronunciada de enero a junio del año pasado, con ventas por S/1.972 millones, un 38% menos frente al mismo período del 2019, según reporta el departamento de Estudios Económicos de Scotiabank.

No obstante, a partir de julio las ventas volvieron a crecer en 12% frente al mismo mes del 2019. Razón por la cual, desde Scotiabank estimaron que el sector cerraría el año con una caída del 25% y para este 2021 crecería en doble dígito.

Ahora bien, ante esta nueva cuarentena –en Lima y nueve regiones– y el avance

de la segunda ola, ¿cuánto cambia esta proyección? Para Carlos Asmat, analista económico de Scotiabank, sin duda la restricción de movilidad incidirá sobre el resultado 'retail'. No obstante, todavía es pronto para conocer el efecto.

“Quince días puede tener un impacto marginal, pero si se extiende se incluyen más ciudades, sí tendría un impacto en las ventas anuales”, explica. Al cierre del primer trimestre esto se vería con mayor claridad.

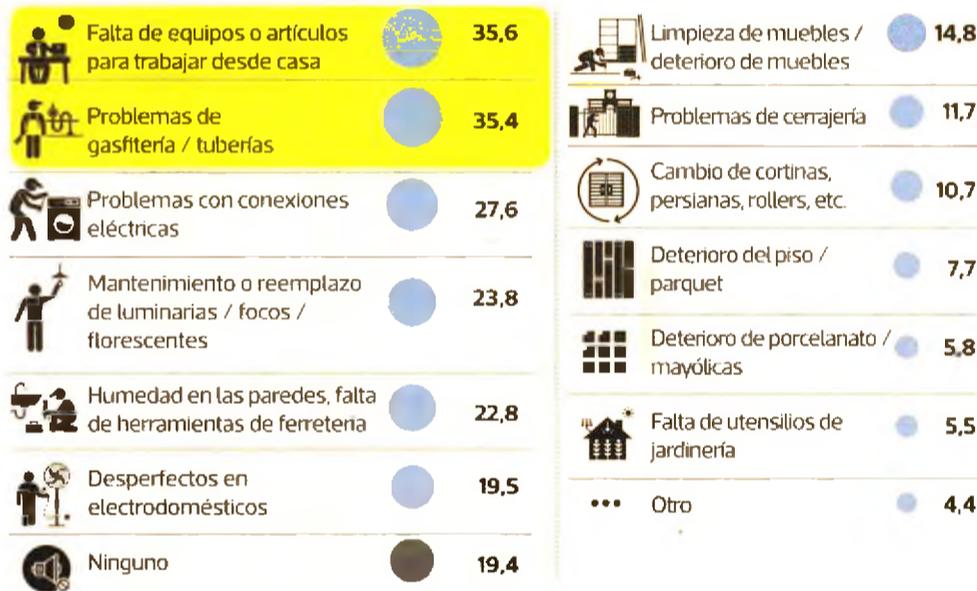
Por lo pronto, según lo que reporta la encuesta de Apoyo, luego de la primera cuarentena, el 44% de peruanos asegura que fue a las tiendas físicas de los 'home centers' de tres veces a más.

Ahora, ante la nueva cuarentena, los encuestados indican que las categorías que más le harán falta ante el cierre de estos negocios son los productos de limpieza, artículos de cómputo y ferretería. Tiene sentido, ya que el 35,4% ha dicho que durante la pandemia tuvieron problemas de gasfitería y tuberías. Y un 35,6% notó la falta de equipos o artículos para trabajar desde casa.

A nivel de sus canales digitales, Filomeno comenta que estos siguen en evolución para atender a la demanda, que durante el año pasado superó la capacidad logística de estas tiendas.

En los últimos meses, ¿cuáles han sido las principales necesidades que tuviste en el mantenimiento del hogar? (%)

Base: 724 encuestados



¿A qué tipo de negocios o comercios es más importante tener acceso para poder mantener la calidad de vida de tu familia? (%)

Base: 724 encuestados



Fuentes: Apoyo Comunicación. Encuesta realizada en Lima y otras 10 regiones del país durante enero 2021.