

## APOYO CONSULTORÍA

# Segmentos B y C impulsarán gasto en los hogares del país este y el próximo año



USI

**Gasto.** El 32% del gasto de los hogares de las ciudades del país se da en alimentación dentro del hogar.

## OTROSÍ DIGO

**Oportunidad.** Pese al escenario de desaceleración de la economía y que este año sea preelectoral, las empresas no deben quedarse con los brazos cruzados en cuan-

to a seguir desarrollando sus estrategias de crecimiento. Y es que si se detienen, pueden perder mucho y desaprovechar oportunidades, dijo Víctor Albuquerque.

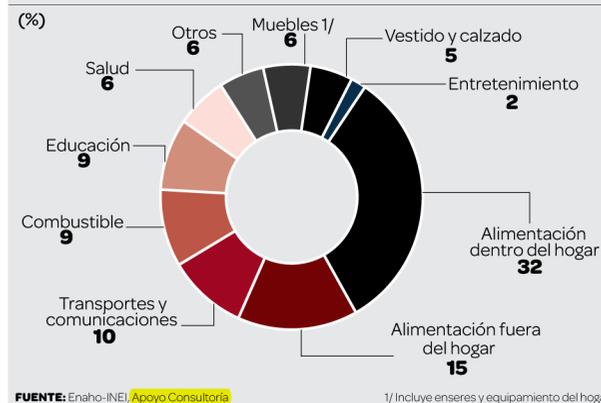
El asociado y jefe de análisis sectorial de **Apoyo Consultoría**, **Victor Albuquerque**, detalló que alimentación dentro y fuera del hogar, comunicaciones y educación serán los rubros que tendrán un desempeño por encima

del promedio para este año. “El rubro de alimentación dentro y fuera del hogar pesa alrededor de 50% del gasto de los hogares”, dijo.

### Segmentos

El experto refirió que serán

## DISTRIBUCIÓN DEL GASTO DE LOS HOGARES POR RUBROS, (2014)

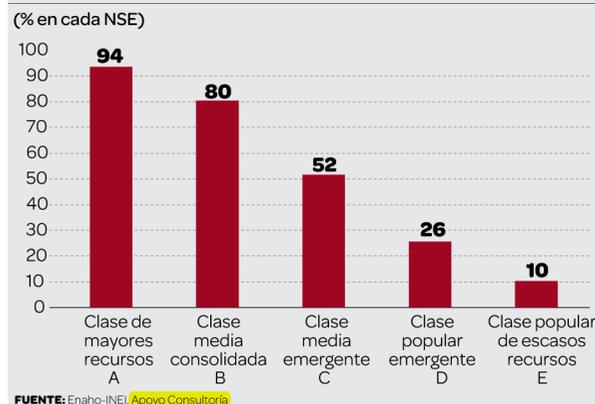


## CIFRAS Y DATOS

♦♦ **Canal.** Alrededor de 20% del gasto de los hogares de las ciudades del país se destina al canal moderno.

♦♦ **Empleo.** A abril de este año, el empleo dependiente formal en el país creció 1% versus el informal, que creció 4%. En total, el empleo creció en 3%.

## HOGARES DE LAS CIUDADES DEL PAÍS CON INGRESOS MAYORES A TRES MIL SOLES MENSUALES POR NSE, (2014)



principalmente los hogares de los segmentos B y C los que impulsarán el gasto este año y en el 2016, ya que son los que tienen mayor resistencia al contexto actual de desaceleración de la economía.

Y es que, anotó, en estos segmentos en los últimos años han crecido más el empleo formal, ingresos, así como el nivel de educación, lo cual ayuda a atenuar posibles ajustes en el gasto de los hogares. “Los niveles so-

cioeconómicos B y C moverían alrededor de la mitad del gasto de los hogares de las ciudades del país”, dijo.

Sin embargo, señaló que las empresas del país no pueden descuidar a ningún segmento socioeconómico, ya que en todos hay oportunidades de consumo potencial.

Destacó así que el 40% de los hogares de las ciudades del país tiene como ingreso mínimo S/. 3,000, cuando en el 2010 solo eran el 30%.

“Se puede encontrar hogares con este tipo de ingresos en todos los niveles socioeconómicos. Incluso ya uno de cada diez hogares del segmento E tiene como ingreso mínimo S/. 3,000”, mencionó.

**CAMP**  
14° CONGRESO ANUAL DE MARKETING • PERÚ

—Más de S/. 130,000 millones gastarán los hogares en el 2015. Alimentación será el principal rubro de gasto. El 40% de hogares cuenta con ingreso mínimo de S/. 3,000.

MIRTHA TRIGOSO LÓPEZ  
mtrigoso@diariogestion.com.pe

Más de S/. 130,000 millones moverá el gasto de los hogares de las ciudades del país este año en las principales categorías de consumo, un dígito más que en el 2014, según el estudio “Perspectivas del consumidor peruano al 2016”, que será dado a conocer en el 14° Congreso Anual de Marketing: “Un nuevo marketing, para un nuevo entorno”, organizado por Seminario y la ANDA.

¿Y cuáles serán los principales rubros en que gastarán más los hogares del país?