

CONSUMO MASIVO

CANASTA ONLINE

Cada vez más hogares peruanos prefieren adquirir parte de su canasta básica a través del canal *online*. En promedio, más de 800,000 hogares realizaron compras digitales trimestralmente, en categorías como alimentos, bebidas, cuidado personal, belleza y productos para el hogar, según el estudio *Consumer Insights* 2024 de Kantar.

Durante 2024, el 33,7% de los hogares peruanos compraron, al menos una vez, productos de consumo masivo por Internet, lo que representa un crecimiento de 2,7% respecto a 2023, detalla el *country manager* de Kantar, Mauricio Cheng. La tendencia es más acentuada en los segmentos socioeconómicos más altos: en Lima, la penetración del canal *online* alcanzó el 61,5% entre los hogares de los NSE A/B.

Dicho crecimiento responde al desarrollo de los aplicativos de última milla de los supermercados y a una estrategia de descuentos especiales en sus plataformas digitales. En esa línea, la venta *online* de Wong y Metro –del grupo Cencosud en Perú– creció 21,6% en 2024, impulsada por el lanzamiento de su canal mayorista *online* a través de Metro Almacén, como reportó la compañía en su último reporte de resultados. A ello se suma el incremento de 36,7% en los suscriptores de Wong Prime, el programa de fidelización que ofrece beneficios exclusivos para compras en la *web* y la *app* de la cadena.

Con estos resultados, el canal *online* se perfila como un canal con potencial para seguir captando nuevos compradores. “Si bien aún no es representativo para nosotros, sí viene creciendo”, afirma el gerente general de Corporación Vega, Jerson Vega. Durante el último Cyber Wow, la empresa proyecta superar las ventas registradas en el mismo evento del año pasado. **(AÑO)**



SERVICIOS

Foco en Taxi Directo

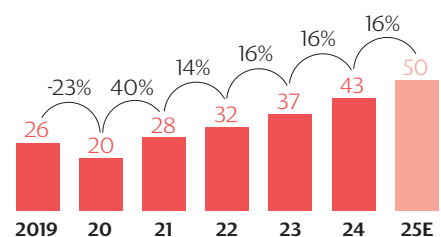
La compañía de taxis, dirigida al segmento A, aprovechará el reciente desarrollo de un *software* de administración y control para expandir sus operaciones a Cusco, Arequipa, Piura, Chiclayo e Iquitos. De esta forma, busca facturar S/50 millones este año. **(ASU)**

OPERACIONES

Directo es la empresa oficial de taxis del Aeropuerto Internacional Jorge Chávez, de los Mall-plaza Angamos y Bellavista, y del Boulevard de Asia. Tiene más de 1,200 conductores afiliados para brindar servicios corporativos, particulares y logísticos. Atienden a 280 empresas y 50,000 pasajeros particulares al mes. Entre sus clientes corporativos están Lima Airport Partners (LAP), Sky Airline y Latam Airlines.

Facturación Directo

En millones de S/



Fuente: Directo

CRECIMIENTO

En 2024, la empresa alcanzó una facturación de S/43 millones, una cifra 16% superior a la registrada el año anterior. El principal impulso provino del aumento de los viajes particulares. “La *app* fue clave, porque la demanda del aeropuerto aún no se había recuperado”, dice su CEO, Patricio Portaro. La llegada de 12 clientes corporativos también contribuyó al resultado.

Además, la empresa relanzó su servicio logístico, que estuvo desactivado durante algunos años. Hoy, representa el 3% de las ventas y llegaría al

10% en el largo plazo.

Para 2025, proyectan llegar a los S/50 millones de facturación, debido a la continua recuperación del número de viajeros internacionales del aeropuerto y al desarrollo de un nuevo *software* para LAP. “Es una solución para administrar la gestión de las tres empresas de taxis del aeropuerto, como llevar el control de conductores y vehículos”, explica Portaro. La plataforma representará el 10% de las ventas y el 20% de margen neto en los primeros doce meses de operación.

PLANES

El *software* será utilizado para expandir las operaciones hacia otras ciudades, como Cusco, Arequipa, Piura, Chiclayo e Iquitos. “Podríamos manejar las bases de taxis en los aeropuertos o *malls* de esas ciudades. Ya no sólo buscamos que los taxis de Directo operen allá”, afirma Portaro. Por otro lado, también podrían iniciar su internacionalización. El objetivo es lograr operar en capitales como Santiago, Bogotá o Buenos Aires. “Estamos ingresando a unas licitaciones que esperamos que estén listas el próximo año”, concluye el ejecutivo.