



Categoría de Jabones de Lavar

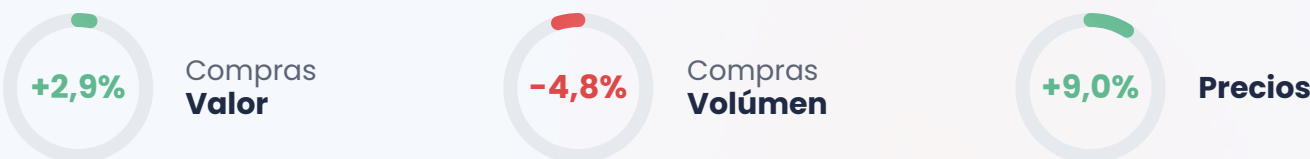
en el Canal Tradicional

Julio 2026

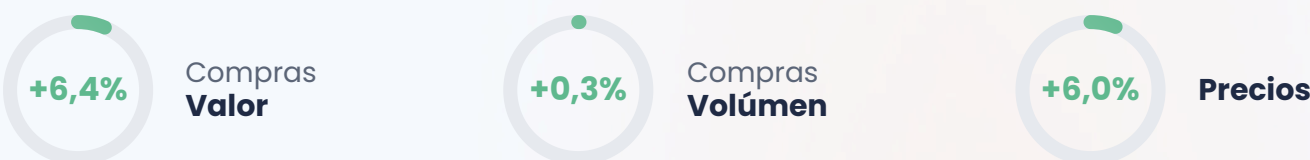
Comportamiento de compras y precios

Al cierre de julio 2026, el jabón de lavar crece apenas +2,9% en valor YTD, muy por debajo del avance del Gran Tradicional (+6,4%), y acumula una caída de -4,8% en volumen real, el mayor retroceso entre las categorías analizadas. La brecha entre valor y volumen —cercana a los 7,7 puntos porcentuales— supera la de la canasta general (-6,1pp): la categoría absorbió una inflación de precios más agresiva que el promedio del canal sin que la demanda en unidades respondiera de forma proporcional.

Categoría



Canal Tradicional



* Todos los indicadores están dados en Year To Date (YTD) a nivel nacional.
* Compras volumen: comportamiento acumulado del consumo tras eliminar el efecto de los precios (IPA) sobre las ventas en valor.
* Precios: Índice de Precios de Abastecimiento (IPA) calculado por el Observatorio de TMI.



El repunte de corto plazo es lo más destacado de julio: +14,0% en valor y +11,7% en volumen real frente al promedio de los tres meses previos. Este cambio contrasta con el deterioro acumulado YTD y todavía no alcanza para revertir el saldo negativo del año; los próximos meses serán clave para saber si se trata de una recuperación sostenida o de una variación puntual.

Palancas de Crecimiento

El retroceso de -4,8% en volumen real YTD está liderado de manera determinante por la pérdida de establecimientos impactados, que cae -12,2% YTD. La frecuencia de compra en los puntos activos apenas se mueve (-0,6% en facturas por establecimiento YTD): es la pérdida de tiendas activas, y no la atención a las que siguen comprando, lo que explica la caída. Como respuesta a esta menor cobertura, el dropsize en volumen real crece +9,3% YTD y la compra por cliente deflactada sube +8,7%: los distribuidores facturan montos mucho mayores en un número cada vez más reducido de establecimientos, una concentración eficiente en el corto plazo pero frágil ante la pérdida de clientes clave. La buena noticia es que julio trae una recuperación fuerte tanto en establecimientos (+8,1%) como en volumen real (+11,7%), aunque el dropsize apenas crece (+0,4%): los establecimientos recuperados compran en tickets menores que los clientes consolidados.

