

Con Copa América y Fiestas Patrias retail proyecta alcanzar ventas por S/ 3 800 millones

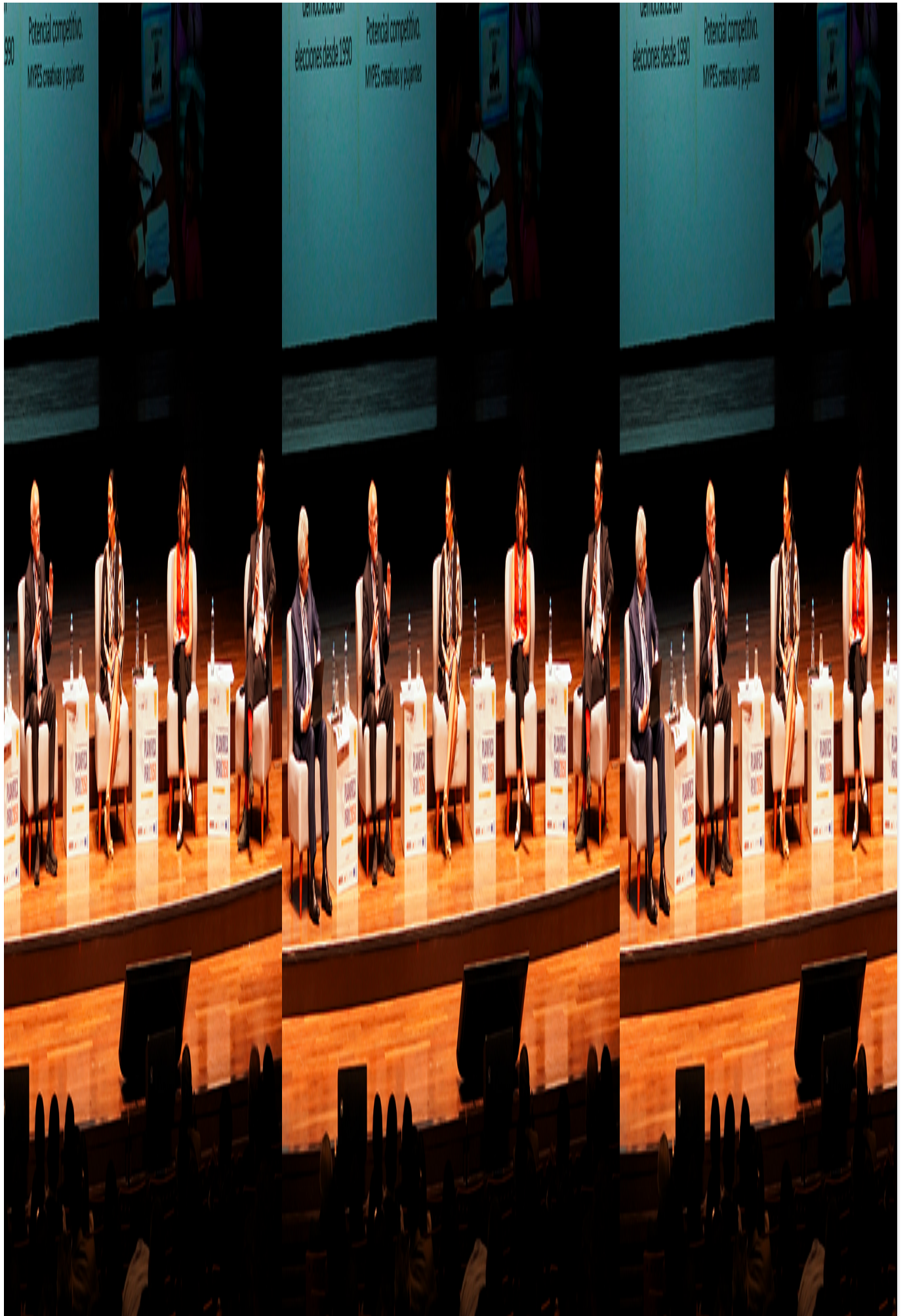
Escenario optimista en la industria retail. El interés por el torneo de la Copa América y las celebraciones por Fiestas Patrias dinamizarán las ventas del sector retail, pues se estima para julio un movimiento económico de S/ 3 800 millones, lo que evidenciaría un crecimiento de 8 % respecto al mismo mes del año anterior, proyectó la Cámara de Comercio de Lima (CCL).

“El entusiasmo por la Copa América está generando un escenario positivo para el comercio minorista, también impulsado por la campaña de Fiestas Patrias, fecha importante del año después de Navidad y Día de la Madre”, manifestó Leslie Passalacqua, presidenta del Gremio Retail y Distribución de la CCL.

Añadió que la Copa América, al coincidir con la **Eurocopa**, va a duplicar el interés por el fútbol generando un mayor impacto en el consumo.

“Estos eventos deportivos y Fiestas Patrias van fomentar más dinamismo en el sector retail, contribuyendo al crecimiento general de las ventas”, subrayó.

MIRA TAMBIÉN:



23 de noviembre del 2024
CCL
Cámara de Comercio de Lima
CEPLAN
Roberto De La Tore
PEDN

CCL: “Tener buenos políticos y trabajo conjunto público-privado son claves para lograr la visión del Perú al 2050”

[Leer más](#)



22 de noviembre del 2024

[Promperú](#)

[CCL](#)

[Franquicias](#)

[Perú](#)

[Juan Lazarte](#)

CCL: Sector franquicias crecería 5 % en volumen de transacciones en 2024 por impulso de rubro gastronómico

[Leer más](#)

Passalacqua sostuvo que las expectativas para **Fiestas Patrias** son mixtas; no obstante, se espera que este valor supere los niveles prepandemia (S/ 3,498 millones, según el Ministerio de la Producción). El escenario alentador también se explicaría por otros factores, como el **pago de gratificaciones**, la **campana de invierno**, entre otros.



Se registraría un crecimiento de 8 % en el mes de julio

Entre los productos de mayor tendencia con un fuerte repunte serán alimentos y bebidas, artículos para el hogar, ropa (prendas alusivas a la bicolor) y calzado, tecnología (televisores, smartphones, tablets, etc.) y entretenimiento, ya que en julio se activa la demanda de viajes, circos y actividades recreativas. Asimismo, se espera un aumento en el consumo en **restaurantes y bares**.

También, los **servicios de delivery** tendrán mayor demanda, pues la comodidad de pedir comida a domicilio se vuelve más atractiva durante estos eventos deportivos y actividades por el mes patrio.

Respecto al gasto promedio por persona, el Gremio Retail y Distribución de la CCL estimó un ticket entre **S/ 280 y S/ 550** el ticket, monto superior al año pasado (**S/ 250 y S/ 500**). Ello debido a la mayor disponibilidad de efectivo y considerando, además, la temporada del intenso invierno.

Espera mejora de visitas en centros comerciales

En esta campaña, los centros comerciales que tendrían mayor afluencia serían **Jockey Plaza, Plaza San Miguel, Megaplaza, Plaza Norte y Mall del Sur**. Passalacqua explicó que los consumidores buscan en estos espacios una experiencia completa que combine **compras, entretenimiento, gastronomía, socialización y satisfacción de necesidades básicas**. Por otra parte, se podría decir que uno de cada 10 visitantes realizaría una compra efectiva.

“Los centros comerciales modernos se han convertido en espacios dinámicos y multifuncionales que se adaptan a las necesidades y expectativas de los consumidores actuales. Aquí se pueden encontrar supermercados, restaurantes, prendas de

vestir, calzado y accesorios para todos los gustos y presupuestos, artículos para el hogar, productos electrónicos, alimentos y bebidas, entre otros”, comentó.



Si bien Fiestas Patrias es un escenario auspicioso para las ventas del sector retail, Leslie Passalacqua espera que el flujo de visitantes mejore en esta campaña, considerando que en el Día de la Madre el tráfico de visitas registró una contracción de 6 % en comparación con mayo de 2023.

Sostuvo que el **intenso frío** y la preferencia por ver la **Copa América** desde la comodidad del hogar desincentiva el tráfico de visitantes. Igualmente influye que muchos optan por salir de la ciudad y viajar en esas fechas.

“No obstante, los que implementen estrategias adecuadas para adaptarse al mercado y ofrecer una experiencia atractiva a sus clientes podrán estar mejor posicionados para mitigar el impacto de esta caída y mantener un buen desempeño en sus ventas. Por eso es importante implementar estrategias, como ofertas, promociones, entre otros”, anotó la representante gremial.

LEER MÁS:

Copa América 2024: ¿Qué productos del sector retail tendrán mayor cantidad de ventas?