

# Día del Niño: Ventas retail crecerán hasta en 5 %

Para el sector retail, la campaña por el Día del Niño tendrá un crecimiento moderado de las ventas estimado entre 3 % y 5 % respecto al año pasado, lo que podría significar una facturación cercana a los S/ 4 000 millones durante agosto, proyectó el Gremio Retail y Distribución de la Cámara de Comercio de Lima (CCL).

“A pesar del contexto económico desafiante, los negocios retail mantienen un optimismo cauteloso, sustentado en la fortaleza del consumidor peruano que prioriza la celebración del Día del Niño en familia con experiencias significativas y la búsqueda de productos con valor agregado”, manifestó Leslie Passalacqua, presidenta del Gremio Retail y Distribución de la CCL.

## LEA TAMBIÉN:

Día del Niño eleva importación de juguetes en US\$ 75,4 millones en primer semestre

## PRODUCTOS MÁS DEMANDADOS

El gremio señaló que los juguetes tradicionales y de colección seguirán liderando las ventas, tales como muñecas, figuras de acción, sets de construcción (como bloques) y juegos de mesa. Del mismo modo, se registra una alta demanda por colecciones de figuras inspiradas en películas, personajes y series animadas.

Si bien hay esta preferencia por lo tradicional, Leslie

Passalacqua sostuvo que la predilección se ha diversificado hacia otras categorías como complemento. Destacan especialmente los juguetes STEAM (Ciencia, Tecnología, Ingeniería, Artes y Matemáticas), libros, cuentos interactivos o kits de ciencia, una categoría que está registrando crecimiento sostenido por su valor educativo.

Tecnología y videojuegos también reflejan gran interés con consolas portátiles, dispositivos electrónicos infantiles y videojuegos familiares.

“Los niños de hoy son más modernos y tecnológicos, lo que ha generado una demanda creciente por productos que combinen diversión con aprendizaje”, comentó.

Añadió que la ropa infantil es otra categoría con demanda creciente, especialmente si las prendas cuentan con personajes de moda, junto a productos deportivos impulsados por el regreso a clases luego de las vacaciones de medio año.

## **MARCAS APUNTAN A LA FAMILIA**

Passalacqua destacó que las marcas están orientando sus campañas comerciales hacia el núcleo familiar, lo que va a permitir impulsar el consumo en otras categorías como gastronomía, entretenimiento, y experiencias recreativas. Ello aumentará el flujo de visitantes en centros comerciales, tiendas y negocios del sector servicios en general.

“Las familias aprovechan esta fecha para ir al cine, restaurantes o disfrutar de actividades recreativas para generar experiencias inolvidables”, indicó.

# ¿CUÁNTO GASTAN LOS PERUANOS?

En cuanto al ticket de compra, se estima que los montos oscilen entre los S/150 a S/200 por familia, un valor similar a lo registrado el año pasado. Al respecto, la representante del gremio señaló que el consumidor de hoy es más consciente del gasto; no obstante, está dispuesto a invertir un poco más en productos duraderos y de calidad.

“En la actualidad, los padres ya no solo buscan un regalo para entretener, sino que están enfocados a que aporten valor al desarrollo cognitivo de sus hijos”, comentó Leslie Passalacqua.

Por ello, la campaña del Día del Niño 2025 se presenta para el sector retail, como una oportunidad impulsada por un consumidor que prioriza regalos con valor, experiencias significativas y un equilibrio entre lo tradicional y lo moderno.

Ante este escenario, el gremio aseguró que los negocios “están listos” para atender la demanda, con una amplia oferta de productos y estrategias innovadoras orientadas a satisfacer las expectativas de las familias peruanas.

## **LEE MÁS:**

Perú es líder regional en atracción de IED en 2024, por encima de México y Brasil

CCL distingue a Raúl Diez Canseco con la Gran Cruz por su liderazgo educativo

Rodolfo Ojeda: “Mypes requieren una política integral para su desarrollo»