

Día del Padre: Conozca su impacto en el consumo

No hay mejor momento para agasajar a los padres que en su día. Por ello, a puertas de esta festividad, que tendrá como día central el próximo 18 de junio, cabe preguntarse cómo impacta esta celebración en el consumo del retail, de supermercados y de productos electrónicos.

Retail

En el caso de comercios en malls, la presidenta del **Gremio Retail y Distribución de la CCL, Leslie Passalacqua**, señala que ve con optimismo esta campaña, la cual impulsaría las ventas del sector logrando un crecimiento del 8% con respecto a los resultados del 2022.

En ese sentido, indica que los comercios **retail** vienen implementando diversas estrategias para incrementar sus ventas, puesto que se estima que los peruanos **gasten un promedio de entre S/ 220 a S/ 250 en regalos**, monto mayor al de 2022, cuando el gasto solo llegó entre S/ 180 a S/ 200, dado que Perú no pudo clasificar al Mundial de Qatar.

Para esta campaña, **Leslie Passalacqua** sostiene que las líneas de deportes, electrónicos, ropa, perfumes y calzado serán los productos más populares en demanda.

Lea también: Optimismo por el Día del Padre impulsaría en 8%

ventas del sector retail

Productos electrónicos

En el caso de los productos electrónicos, serán los **televisores** y las **laptops** los más demandados en este mes en el canal **retail**. En esa línea, el **gremio de Comerciantes de Electrodomésticos de la CCL**, proyecta que la venta de TV ascenderá a unos **S/ 150 millones**, cifra similar a la de la campaña de 2022. En cuanto al número de unidades, estima que se colocarían unos 120.000.

Al respecto, el presidente del referido gremio, **Robert Schuldt**, destaca que hay que tener en cuenta que la venta de televisores en junio del año pasado, fue buena, ya que se tuvo el cierre de las eliminatorias del Mundial de Qatar.

Para el caso de laptops, si bien la categoría viene decayendo respecto a los años de pandemia, en el presente mes se espera colocar **unas 30.000 unidades por unos S/ 60 millones**, números similares a los registrados en junio de 2022.

“De la venta anual de **televisores** y **laptops**, la campaña del **Día del Padre** representa el 8% y el 7% de la comercialización (soles)”, detalla.

¿Cómo se viene comportando el ticket de compra de los **televisores** y de las **laptops** en esta campaña con respecto a la de 2022? Refiere que el de televisores viene siendo menor en 15%, por las grandes ofertas que se vienen dando en el

mercado, así su ticket de compra es de alrededor de S/ 1.199; mientras, en el caso de laptops, es 5% más alto, llegando a los S/ 2.199.

Robert Schuldt indica que, en lo que se refiere a televisores, los más demandados son los premium de 55 y 65 pulgadas con tecnología 4K, así como los QLed y Nanocell. En el caso de las laptops, se busca las que tienen procesadores Ci5 o Ryzen 5 con más de 8G de RAM, Ci7, Ryzen 7, laptops gamer, entre otras.

Lea también: Javier Ugarte: “Venta de electrodomésticos repuntaría por campaña del Día de la Madre”

Supermercados

De otro lado, teniendo en cuenta que las familias suelen reunirse alrededor de una parrilla, entre otras opciones de comidas para agasajar a sus padres, esto impactaría en la venta de embutidos y carnes en el canal supermercados del país.

Al respecto, la consultora **Lock Research & Insights** proyecta que el consumo de embutidos durante la semana de celebración del **Día del Padre** de este año versus la de 2022 crecería (en soles). No obstante, advierte que dicho incremento sería menor al registrado el año pasado, el cual fue, según su gerenta comercial **Patricia Pellón**, de 12% versus 2021. La consultora atribuye la ralentización de las ventas de embutidos a la afectación de la economía de los peruanos. En el caso de carnes, **Lock Research & Insights**, espera que se mantenga su

consumo en valor versus la del año pasado, año en el que las ventas de este producto crecieron en 9% con respecto a las de 2021.



Las categorías más demandadas por los padres son deportes, electrónicos, ropa, perfumes y calzado.

“La venta de la semana del Padre en embutidos y carne representa poco más del 2%, ligeramente por encima de la venta promedio semanal. Siendo para embutidos, las semanas de Navidad y Año Nuevo las de mayor venta”, agrega.

En esta fecha especial, en el caso de carnes, son los cortes de parrilla los más demandados; mientras que en embutidos son los jamones, hot dogs y chorizos.

Pellón resalta que, en el 2022, el consumo de carnes y embutidos retomaron los niveles de comercialización que se

tuvieron en el 2020, año récord en ventas por el mayor consumo en casa debido a la cuarentena implementada por el Gobierno. Por este motivo, ambas categorías mostraron incrementos en consumo el año pasado versus el 2021, en el que sus ventas disminuyeron.

Restaurantes

Además de reunirse en casa, muchas otras familias del país optan por ir a los restaurantes para celebrar el Día del Padre. Es por ello que la **Asociación Peruana de Hoteles, Restaurantes y Afines (AHORA)** proyecta que en la semana de celebración del Día del Padre la venta de estos negocios gastronómicos crecerá en 10% con respecto a la misma temporada de 2022, y que en ese mismo porcentaje se incrementará el ticket de consumo de los comensales.



Muchas familias del país optan por ir a los restaurantes para celebrar el Día del Padre (Foto: Andina)

“No solo celebran las familias, sino que en la semana también las empresas optan por agasajar a sus empleados que son padres llevándolos a restaurantes. Por ello la comercialización de esta semana pesa un poco menos del 10% de la venta anual de los negocios gastronómicos”, indica la vocera de restaurantes de AHORA, Blanca Chávez.

Agrega que, además de las pollerías y cebicherías, son los restaurantes de comida regional los más demandados, considerando la fuerte presencia de provincianos en todo el país.

