

# **Día del Padre: Ventas de sector retail caerían 15% por poca afluencia de compradores**

La campaña del Día del Padre será desfavorable para el sector Retail cuyas ventas se reducirían en 15% en relación a las cifras registradas en junio del 2019, así lo estimó la Cámara de Comercio de Lima (CCL).

Ello debido al menor flujo de visitantes en los centros comerciales generado por las restricciones impuestas ante el aumento de contagios por la COVID-19 y la incertidumbre política ante el próximo cambio de gobierno.

Al respecto, la presidenta del Gremio Retail y Distribución de la CCL, Leslie Passalacqua, indicó que en los últimos meses el flujo de los visitas a los malls ha disminuido. **En marzo de este año el número ingresos fue de 2.760,351 personas, versus a los 2.091,551 en abril, reportando así una disminución de 24.23 % mes a mes.**

## **Aforo**

En ese contexto, sostuvo que para hacer crecer al sector se debe disponer un mayor aforo de visitantes en los centros comerciales, pues las ventas *online* solo representan un **pequeño impulso para esta actividad con un 8% a 10% de la facturación total.**



CCL: 22 Municipios de Lima y Callao otorgarán nuevas facilidades para pago de predios y arbitrios



Elecciones 2021: Conoce dónde y cómo votar en la segunda vuelta



Escasez de chips semiconductores podría agravarse a nivel mundial

“Hemos tenido un aumento de aforo de 20% a 30% de abril a mayo, y 1 hora más de atención al público, lo cual no es suficiente. En ese sentido esperamos que se permita un aumento al 40% en los próximos meses, sumado a la apertura de los domingos y con un mayor número de vacunados, lo que es necesario para que la población se sienta más segura al acudir a los malls. Todo ello contribuirá a dinamizar los retails”, precisó.

**Pese a ello, Leslie Passalacqua estimó que una parte de esta campaña se podría activar ahora que las personas tienen la posibilidad de disponer de hasta 100% de su CTS que, si bien está destinado al pago de deudas, también sería aprovechado para hacer compras por el Día del Padre.**

Igualmente, afirmó que la cercanía de la Copa América podría impactar en los negocios minoristas, sobre todo en empresas del rubro tecnológico ante una mayor demanda de televisores,

equipos de sonido y artefactos electrodomésticos para el uso del hogar. Igualmente para prendas de vestir, especialmente ropa deportiva, además de calzado y muebles.

## **Gasto promedio**

**En cuanto al gasto promedio en los centros comerciales, el ticket de compra se situaría entre S/130 y S/ 160, lo que sería 20% menos a lo que se gasta en la campaña por el Día de la Madre, un promedio destinado a prendas de vestir (de invierno por el cambio de estación), perfumes y colonias.**

“Siempre el ticket promedio del Día del Padre es menor que el Día de la Madre, ya que a la celebración de mamá se le suman flores, chocolates o regalos simbólicos que son distintos en esta campaña”, anotó.