

Día del Padre: Ventas retail crecerían hasta 5 % por temporada de invierno y fútbol

Para la campaña del Día del Padre 2025, las expectativas de facturación del sector retail son positivas, pues se estima un crecimiento moderado hasta un 5 % en comparación a la campaña del año anterior, así lo proyectó Leslie Passalacqua, presidenta del Gremio Retail y Distribución de la Cámara de Comercio de Lima (CCL).

Explicó que este crecimiento moderado será impulsado por diversos factores estacionales y culturales. En ese sentido, el inicio de la temporada de invierno, sumado al entusiasmo de los próximos campeonatos nacionales e internacionales de fútbol –como las eliminatorias rumbo al **Mundial de Estados Unidos y el Mundial de Clubes FIFA 2025**–, contribuirá a dinamizar las ventas en esta campaña.

Así también, estimó que en esta campaña habrá una mayor demanda de regalos de categorías tradicionales como tecnología (smartphones, gadgets y wearables); moda masculina (ropa, accesorios y calzado de invierno), cuidado personal (perfumes, sets de afeitado) y bebidas (vinos, y licores premium).

Sin embargo, destacó un notable crecimiento de categorías basadas en experiencias. Estos son cenas en restaurantes, bonos para actividades, y viajes cortos. A esta tendencia se suman productos relacionados con hobbies específicos como equipos deportivos, instrumentos musicales, herramientas para bricolaje (de uso manual para reparación o construcción), etc.

“También hay una creciente preferencia por productos personalizados o con un valor sentimental, lo que va elevar el

ticket promedio”, comentó Leslie Passalacqua.



LEA TAMBIÉN: Día del Padre: Mypes proyectan crecer 8 % y vender hasta S/ 1 200 millones

Ticket promedio y productos “bundles”

Para esta campaña, el ticket promedio de compra oscilará entre los S/ 150 y S/ 250, un monto ligeramente superior al registrado en la campaña del año anterior.

Indicó que, pese a que el consumidor está más cauto con sus gastos discrecionales, en fechas especiales como el **Día del Padre**, tiende a destinar un presupuesto específico para un regalo de valor.

*“La situación actual del país ha tenido un impacto en esta industria, no obstante, los **retailers** han ajustado sus ofertas y promociones para mantener atractivo ese umbral de precio”, comentó.*

Del mismo modo, agregó que los negocios retail vienen ofertando productos en sets o «**bundles**», es decir, ofrecen productos agrupados en paquetes lo que ayuda a que los clientes sumen más por la compra.

Con este panorama, Leslie Passalacqua indica que el sector retail se muestra optimista y preparado para atender a un público más exigente, que busca personalización, promociones y experiencias únicas en sus compras para el **Día del Padre**.