

Optimismo en el comercio: proyecciones para el Día del Padre 2024

A pocos días de celebrarse el Día del Padre, los diversos sectores comerciales en el país confían en que esta campaña impulsará sus ventas durante el mes de junio.

MIRA TAMBIÉN:



24 de diciembre del 2024

Perú

subsidio

bono recicladores

Bono recicladores Perú: ¿Está activo para cobrarlo este 2024?

[Leer más](#)



23 de diciembre del 2024

Perú

diciembre 2024

bono navideño

Bono navideño Perú: ¿Quiénes lo reciben y en qué consiste?

[Leer más](#)

De acuerdo con el presidente del Gremio de Comerciantes de Artefactos Electrodomésticos de la Cámara de Comercio de Lima (CCL), **Robert Schuldt**, el mercado de **artefactos eléctricos** se verá impulsado notablemente por el desarrollo de la **Copa América** y la festividad de papá.

“Este incremento será promovido por la venta de televisores y productos tecnológicos. Estimamos que en junio y julio se comercializarán 250 000 televisores, lo que representaría aproximadamente S/ 350 000 000 de ventas”, explica el representante del gremio empresarial.

En cuanto a los **artículos tecnológicos**, el especialista detalla que las categorías que vienen tomando mayor relevancia son **laptops, celulares, productos inteligentes, parlantes y audífonos**. No obstante, señaló que categorías de electrodomésticos relacionadas con la temporada de invierno, tales como **estufas y termas**, también registran una importante demanda.

Con respecto al ticket promedio de compra en el mercado de electrodomésticos, Schuldt estima que está por encima de los **S/ 700**, fundamentalmente por la mayor participación de la categoría de televisores que tiene un ticket por encima de los **S/ 1 400**.

En lo que se refiere a las estrategias de ventas, el presidente del Gremio de Comerciantes de Artefactos Electrodomésticos de la CCL precisa que las principales acciones están relacionadas con la Copa América y vienen incluyendo sorteos para viajes a este importante evento deportivo, así como promociones lúdicas asociadas a acertar los resultados de los partidos de fútbol, precios atractivos en televisores de pantallas grandes de **65 hasta 98 pulgadas** y combos de televisores con productos de invierno.

Comercio electrónico

Otro sector que viene dinamizando las ventas por el Día del Padre es el **comercio electrónico** a través de los pedidos por delivery y las promociones y descuentos que ofrece este negocio. Sobre este tema, el líder del Centro de Transformación Digital de la CCL, **Jaime Montenegro**, según un sondeo realizado a empresas que participan en los Cyber Days, proyecta que las ventas por Internet registrarían un crecimiento de entre un **20 % y 30 %** en comparación con la campaña del año pasado.

“Este incremento se debe a varios factores, como el continuo crecimiento en el uso de canales digitales por parte de los consumidores peruanos, la mejora en las plataformas de comercio electrónico y la mayor confianza en las compras en línea por parte de los peruanos”, comenta el experto en temas de e-commerce.

Durante la campaña del Día del Padre, Montenegro señala que los productos de mayor demanda en los canales digitales vienen siendo los de **tecnología y electrónica**, tales como **smartphones, tablets y gadgets**. También, expresa que se viene dinamizando la compra de categorías como ropa y accesorios, artículos deportivos y productos de cuidado personal.

“Además, se observa un aumento en la venta de experiencias,

como paquetes de viaje o actividades recreativas”, añade.

En cuanto al **ticket promedio** de compra en los canales digitales, el especialista estima que oscilaría entre los **S/ 300 y S/ 400**.

“Este valor varía dependiendo de la categoría de producto y las promociones vigentes, pero refleja un incremento en el gasto por transacción en comparación con años anteriores, debido a la mayor confianza y disposición de los consumidores peruanos a comprar en línea”, agrega.

En torno a las estrategias de ventas, Montenegro explica que las empresas están implementando diversas actividades para maximizar sus ventas durante la campaña del Día del Padre. Entre ellas destacan atractivos descuentos y promociones especiales, optimización de la logística para acortar los tiempos de entrega y costos, personalización de la experiencia de compra, y colaboraciones y alianzas con marcas.

El movimiento en el sector retail

En el sector retail, Leslie Passalacqua, presidenta del Gremio de Retail y Distribución de la CCL, prevé que, en un escenario optimista, las ventas podrían registrar un aumento entre **3 % y 5 %** en comparación con la campaña de 2023. Esto se traduciría en un crecimiento de **S/ 130 000 000** en el valor económico, alcanzando un total de alrededor de **S/ 2 730 millones**.

«Hay que considerar también que la campaña de invierno y la cercanía de la Copa América, en junio, crean un ambiente de festividad y consumo que beneficia al sector retail”, precisa la representante de la CCL.

En cuanto al gasto promedio en las tiendas de retail, Passalacqua estimó que oscilaría entre los **S/ 250 y S/ 280**,

ligeramente superior al del año pasado. Comentó que las categorías más demandadas serán los **televisores y equipos electrónicos**, ya que la cercanía de la Copa América va a incentivar las expectativas de compra.

“De igual manera, las prendas de vestir y calzado registrarán una mayor demanda debido a la presencia de la temporada de invierno. Le siguen los artículos deportivos, tecnología (electrónicos, celulares, videojuegos), perfumes y accesorios como relojes y lentes. Así también, aumenta la reserva de cenas en restaurantes o escapadas de fin de semana”, detalla la experta en temas de retail.

Ventas de pymes

De otro lado, el presidente del Gremio de la Pequeña Empresa (Pymes) de la CCL, Rodolfo Ojeda, indica que, por el **Día del Padre**, los negocios pymes verían dinamizada su comercialización, reflejo de una mejora de la situación económica y el incremento del poder adquisitivo de los consumidores por una liberación de fondos, así como el optimismo y mayor confianza de los compradores.

“De esta manera, durante esta campaña veremos un mayor consumo que dinamizará diversos rubros de negocios en el mercado, lo cual ayudará a las pymes a incrementar sus ingresos, consolidar sus operaciones y planificar para el resto del año”, refiere el representante de la CCL.

Respecto a las categorías con mayor demanda en las **pymes** por el **Día del Padre**, Ojeda señala que son los artículos de tecnología y electrónica con ofertas exclusivas que suelen presentarse en estas fechas.

“También se demanda prendas de vestir como camisas y zapatos, y accesorios como relojes, así como productos gourmet, vinos e inclusive artículos para el mejoramiento del hogar, tales

como juegos de herramientas y taladros”, detalla.

En relación con el ticket promedio de compra en esta fecha especial, Ojeda indica que oscilaría entre **S/ 120 y S/ 300**, dependiendo de la calidad del producto o servicio.

“Inclusive en productos tecnológicos podrían alcanzar de S/ 500 a S/ 1 000”, precisa.

Con respecto a las estrategias comerciales por el Día del Padre, Ojeda explica que se vienen ofreciendo productos personalizados para cautivar a los clientes, mejorando su experiencia de compra.

“Estas incluyen adaptaciones relacionadas con competiciones deportivas como la Copa América y la Eurocopa. Algunas pymes también están colaborando con los centros comerciales para participar en eventos y actividades especiales como sorteos y shows artísticos”, puntualiza.

En conclusión, el optimismo en torno al Día del Padre se refleja en las proyecciones de ventas de diversos sectores comerciales en el país. Los comercios, tanto físicos como virtuales, están preparados para satisfacer las demandas de los consumidores y ofrecer experiencias de compra únicas. Con estrategias innovadoras y una amplia gama de productos, se espera que esta campaña sea exitosa para los negocios y beneficie tanto a los padres homenajeados como a la economía en general.

LEER MÁS:

Leslie Passalacqua: “Se perfila un aumento de regalos personalizados en el Día del Padre”