

Peruanos gastarán menos en Día de San Valentín: Entre S/100 a S/150

Debido a la crisis social y a las protestas, este año los peruanos serán más cautos en sus gastos por el Día de San Valentín. En esa línea, se estima que realicen un gasto promedio de entre S/ 100 a S/150, cifra menor a años anteriores, según proyecciones de la Cámara de Comercio de Lima (CCL).

Cabe señalar que, en el 2022, los peruanos gastaron en promedio entre S/190 y S/250.

“Con la actual incertidumbre, los peruanos serán cautelosos con sus compras, y es que están más preocupados por la canasta básica y por los productos de primera necesidad; así que sus compras para este 14 de febrero serán más pensadas”, comentó la presidenta del gremio de Retail y Distribución de la CCL, Leslie Passalacqua.

Añadió que los productos de mayor preferencia en estas fechas, son los chocolates, los ramos de flores, los perfumes, las joyas y los peluches. Así también, se optará por una cena romántica.

Ventas crecerán 3% por impulso del canal online

Respecto a la comercialización por el Día de San Valentín, **Leslie Passalacqua** indicó, que, debido a la situación actual, las ventas de su sector van a ser menores a lo esperado inicialmente; no obstante, la expectativa es que mantengan un crecimiento de 3%, tal como se registró el año pasado. Añadió que la referida campaña representa el 8% de la venta anual de las empresas del sector retail.

Resaltó que varias empresas de esta industria se están enfocando más en la venta online, ya que la comercialización en las tiendas físicas ha disminuido en ciertas regiones por los disturbios.

En esa línea, comentó que, en esta campaña, el consumidor prefiere, por lo general, el uso de las tarjetas (sea débito o crédito), así se realizan más del 60 % de compras en el sector retail con el dinero plástico, con el fin de aprovechar diversas promociones y/o descuentos.

Operadores ampliarán promociones

Precisamente, recordó que el año pasado más del 50% de limeños realizó con anticipación sus compras de San Valentín. Por ese motivo, desde enero del presente año, se han lanzado promociones y descuentos desde 50% hasta 70%.

“Para este Día de San Valentín, la gran mayoría de los

operadores ampliarán sus promociones, ya que necesitan recuperar las ventas perdidas por las protestas, sumado a que en el verano las campañas son de liquidación y el margen es mucho menor”, detalló Leslie Passalacqua.

La representante empresarial comentó que las empresas de su sector hacen flujo en estos meses para la siguiente campaña de vuelta a clases (escolar) y Día de la Madre, esta última es la segunda campaña más fuerte del año.

Anotó que, si bien el año no comenzó bien para las empresas, y hasta la fecha no hay mejoría para resolver las protestas, lo importante es seguir trabajando con optimismo. “Es la única forma de poder contribuir con nuestro país. No podemos paralizarnos”, puntualizó.