

Un verano prometedor: comercios peruanos esperan buenas ventas

A pocas semanas del inicio de la temporada de **verano**, los distintos rubros de negocios en el país anticipan una campaña favorable para el comercio, impulsada por una mejora en la demanda interna, mayor confianza del consumidor y un clima cálido que potenciará las ventas de productos como **electrodomésticos, prendas de vestir y otros servicios**.

EXPECTATIVAS DEL SECTOR RETAIL

Leslie Passalacqua, presidenta del Gremio de Retail y Distribución de la Cámara de Comercio de Lima (CCL), prevé que la campaña de verano 2024 – 2025 será más dinámica que la del año anterior.

“El temor de un posible fenómeno de El Niño ha sido superado, y con una perspectiva de clima cálido y un mayor optimismo del consumidor, proyectamos un crecimiento sostenido en ventas”, indica Passalacqua. No obstante, advierte que la competencia, tanto local como internacional, obliga al sector a ser cada vez más creativo e innovador.

Según un **estudio** del Ministerio de la Producción (Produce), las ventas del comercio interno crecieron un **5,7 % entre enero y marzo de 2024**, en comparación con similar periodo de 2023. Los sectores que más crecieron fueron los **supermercados e hipermercados (+14,8 %)**; **libros, periódicos y artículos de papelería (+14,7 %)**; **farmacias y boticas (+6,1 %)**; y **equipamiento del hogar (+4,7 %)**.

“Este resultado refleja una recuperación de la demanda interna y la superación de los niveles de recesión del verano pasado”,

añade Passalacqua.

Debido a estos factores, Passalacqua estima que las ventas del sector retail **aumentarán aproximadamente un 7 % durante la próxima temporada de verano**. Y las categorías más dinámicas en demanda serían las de alimentos, moda, salud, cuidado personal, equipamiento del hogar, entretenimiento, viajes y turismo. En cuanto al ticket promedio, se esperaría un ligero incremento debido a la compra de productos de mayor valor agregado. En el referido ticket se combinará lo destinado a campañas de liquidación de verano, vuelta a clases y San Valentín, creando una sinergia entre el entretenimiento y las vacaciones.

Respecto a las estrategias de comercialización, la presidenta del Gremio de Retail y Distribución señala que las empresas del sector deben tener **bien planificado su cronograma comercial**, especialmente para las subcampañas mencionadas que se desarrollan en el verano. Añade que es crucial que los equipos de marketing lancen sus acciones a tiempo, ya que el verano es una temporada muy versátil y breve.

Además, recomienda establecer conexiones emocionales, personalizando cada interacción con el cliente y ofreciendo una experiencia fluida, integrando todos los canales de venta, tanto físicos como online. También aconseja sorprender y deleitar al consumidor diseñando experiencias de compra únicas y memorables, que hagan que recuerden sus marcas durante todo el año, y no solo en la temporada del verano.

“Lanzar novedades, tendencias y ofertas atractivas con nuevos productos y campañas temáticas es esencial, así como reforzar una campaña de liquidación de verano que ayude a rotar el inventario y que introduzca a la nueva campaña de otoño-invierno a partir de marzo. Al combinar estrategias online y offline y conectar más profundamente con sus clientes, podrán sobresalir en un mercado cada vez más competitivo”, explica Passalacqua.

SECTOR DE ELECTRODOMÉSTICOS

Por su parte, **Carlos Mujica**, miembro del Gremio de Comerciantes de Artefactos Electrodomésticos de la CCL, señala que el verano es la primera campaña del año para los negocios y la tercera más importante, después de Navidad y el Día de la Madre.

“El año pasado, el intenso calor generó un incremento en la venta de refrigeradoras, congeladoras, ventiladores y aires acondicionados. Esa venta creció muchísimo y esperamos que este año aumente de una manera más razonable”, comenta el especialista.

En este contexto, Mujica anticipa que el **sector de electrodomésticos podría crecer entre un 5 % y un 7 % durante el primer trimestre de 2025**. Esto se debe a la expectativa de una excelente campaña impulsada por un verano cálido moderado.

“Es importante tener en cuenta que en el norte del país ya está haciendo calor. Asimismo, en Lima se espera un año cálido, aunque no tanto como la temporada anterior, según los meteorólogos. Por lo tanto, anticipamos un ligero incremento en la demanda”, precisa el representante de la CCL.

Mujica también señala que la temporada de verano representa alrededor del **30 % de la comercialización anual del mercado de electrodomésticos**. Por ello, considera crucial implementar estrategias comerciales que impulsen la venta de las empresas que ofertan electrodomésticos.

“Las estrategias deben centrarse primero en los productos que realmente necesitan nuestros consumidores, debido a que la estrategia basada únicamente en el precio ya no es suficiente. Hoy en día, el consumidor está más informado y, por lo tanto, busca productos más sofisticados y de mejor calidad”, explica Mujica.

En el caso de los productos estacionales de verano, el experto menciona que los productos más solicitados por los consumidores son ventiladores más potentes y productos innovadores. Por ejemplo, ventiladores recargables. También, indica que en este verano se comercializarán ventiladores pequeños de seis pulgadas, ideales para usar en la oficina, y que consumen poca energía eléctrica y que se pueden cargar en las laptops.

Otra novedad, señala Mujica, serán los ventiladores que se pueden programar para prenderse y apagarse automáticamente. Además, indica muchos comerciantes de electrodomésticos están apostando por productos de alta eficiencia energética.

De otro lado, el representante del Gremio de Comerciantes de Artefactos Electrodomésticos de la CCL, prevé que en el caso de la línea marrón (audio y video), durante el verano aumentará la demanda de televisores, aunque los precios de estos artefactos se mantendrán. Actualmente, los consumidores suelen comprar televisores de 32 o 42 pulgadas, que cuestan entre **S/ 1,500 y S/ 2,000**. En cuanto a línea blanca (cocinas, refrigeradoras, lavadoras, congeladoras), Mujica proyecta que los consumidores seguirán demandando refrigeradoras y congeladoras.

“Durante esta temporada calurosa, los comerciantes optan por congeladoras para sus negocios, especialmente para la venta de chupetes y helados”, añade.

LAS PYMES EN ESTE VERANO

A su vez, el presidente del Gremio de la Pequeña Empresa de la CCL Rodolfo Ojeda, prevé un incremento del **8 % al 12 %** en la venta de las pequeñas y medianas empresas (pymes) durante el verano, con un impacto de hasta **S/ 5 000 000 adicionales en regiones claves como la costa y el norte del país**, donde el turismo y el comercio aumentan significativamente en esta época del año.

Asimismo, Ojeda manifiesta que la temporada de verano puede representar hasta el 25 % del ingreso anual para ciertas pymes, sobre todo en sectores de alta demanda estacional, como el turismo y en la venta de productos de temporada.

“Las áreas de turismo y gastronomía, en particular, podrían ver un aumento de hasta un 15 % en sus ingresos. Sin embargo, el costo de los insumos se ha incrementado entre un 5 % y un 10 % en el último año, lo que representa un desafío para las pymes al momento de ajustar los precios y mantener márgenes de ganancia competitivos. Adaptarse a estos cambios mediante promociones y optimización de costos será esencial”, explica el representante de la CCL.

En relación con las estrategias comerciales, Ojeda recomienda que las pymes deben aprovechar el potencial de la digitalización, ya que más del 60 % de los consumidores buscan productos en línea antes de realizar una compra.

“Una inversión mínima de S/ 500 a S/ 1 000 en campañas digitales bien orientadas podría traducirse en un incremento de ventas del 5 % al 10 % durante el verano. Asimismo, las promociones estacionales (descuentos de entre el 10 % y 20 %) son atractivas para el consumidor y pueden duplicar el flujo de ventas. Optimizar la logística, invirtiendo en envíos rápidos (de 24 a 48 horas), podría aumentar la satisfacción del cliente en más de un 30 %”, comenta.

Según el presidente del Gremio de la Pequeña Empresa de la CCL, el consumidor peruano en esta temporada gastará de manera moderada y planificada, con un ticket promedio de entre **S/ 80 y S/ 120 para compras de artículos de verano y moda.**

“Se proyecta que un 55 % de los consumidores optará por promociones y descuentos. Además, se estima que al menos un 30 % de los consumidores recurrirá a plataformas de compra en línea para facilitar su experiencia, con un aumento del 20 % en las compras a través de dispositivos móviles en comparación

al año anterior”, sostiene Ojeda.

Finalmente, el presidente del Gremio Pymes indica que los productos de alta demanda en el verano **incluirán ropa de verano, bloqueadores solares, bebidas y artículos de playa.**

“En promedio, los consumidores gastarán entre **S/ 60 y S/ 150** en estos productos, siendo la moda de verano y los productos de cuidado personal los de mayor consumo, con un crecimiento proyectado de hasta el 15 % en ventas en comparación al verano anterior”, precisa. Añade que, en el sector de gastronomía, el ticket promedio puede variar de S/ 30 a S/ 80 por visita, mientras que en recreación y entretenimiento el gasto promedio podría rondar entre S/ 100 a S/ 200 por grupo familiar.

Como puede verse, el verano 2024-2025 se perfila como una temporada de oportunidades para los diversos sectores del comercio peruano. Con expectativas de crecimiento impulsadas por un clima favorable y un renovado optimismo del consumidor, el sector retail, las pymes y los comercios de electrodomésticos se preparan para una campaña que promete dinamismo y competencia.

La clave del éxito radica en estrategias innovadoras, personalización de la experiencia del cliente y una integración efectiva de los canales de venta, tanto físicos como digitales. Con un consumidor cada vez más informado, la diferenciación y la capacidad de adaptación marcarán la diferencia para quienes deseen sobresalir en este entorno competitivo y maximizar su potencial durante esta temporada.

LEE MÁS:

24 % de personas esperan gastar en vestimenta para el verano 2025

CONOCE NUESTRO TIKTOK:

@camaracomerciolima ¿Alguna vez has pensado en emigrar? El 57 % de peruanos sí. 🗳️: Ipsos #viralperu #camaracomerciolima #inseguridadciudadana #corrupcion #limaperu #desempleo #economiperuana 🎵 Mysterious and sad BGM(1120058) – S and N