**Cae ticket de compra de televisores por liquidación de stocks en retail**

Se vienen liquidando inventarios del 2018, y haciendo promociones agresivas. Se prevé que este año comercialización de televisores caería 13% en valor.

* **[+](https://gestion.pe/economia/cae-ticket-compra-televisores-liquidacion-stocks-retail-261518)**



[**MIRTHA TRIGOSO**](https://gestion.pe/autor/mirtha-trigoso)  / 17.03.2019 - 05:13 AM

El ticket promedio de compra de los [televisores](https://gestion.pe/noticias/televisores) en el canal retail viene disminuyendo hasta 9% en lo que va del año versus el cierre del 2018, llegando a los S/ 1,300, según estudio de **GfK**.

[powered by Rubicon Project](https://rubiconproject.com/?utm_source=ad%20unit&utm_campaign=outstream)

¿A qué se debería esta caída? Principalmente, a que las marcas y el canal estarían liquidando los inventarios de televisores del año pasado, así como haciendo promociones agresivas, indicó el product manager de la consultora, Hoseok Kang.

“Se vienen liquidando los televisores de tamaños medianos, y grandes a partir de 49 pulgadas. Y también hay bastante oferta de televisores de menor tamaño hasta las 43 pulgadas”, detalló.

**Venta anual**  
¿Cómo se comportará la comercialización de [televisores](https://gestion.pe/noticias/televisores) en el canal retail este año? Este 2019 versus el 2018 la venta de televisores caería en 13%, registrando un monto de S/ 1,700 millones, según proyecta GfK.

“Por la euforia de la participación de Perú en el **Mundial de Fútbol**, la venta de televisores en el canal retail logró crecer 23% en el 2018 y llegó a mover S/ 1,947 millones. Pero este año los resultados en ventas del año pasado son difíciles de superar, ya que la billetera y la capacidad de adquisición del consumidor son una”, mencionó.

Así, solo en el primer trimestre, que pesa alrededor de 21% de la comercialización anual, la venta de televisores con respecto al mismo periodo del 2018 disminuirá en 10%, estimó.

**Segundo trimestre**  
Asimismo, caería en el segundo trimestre del año en 40%, pese a la realización de la **Copa América** el próximo mes de junio.

“Y es que entre abril y junio del 2018 la venta de televisores en valor creció 90% y en unidades en 80% por iniciarse el evento mundial”, indicó.

En esa línea, sostuvo que si bien la valla de venta para la categoría este año es alta y la caída es inminente, el desafío para las marcas y el canal de venta está en obtener el mejor resultado posible para no cerrar el año con pérdidas o sobrestock, y así empezar el 2020 con buen pie.