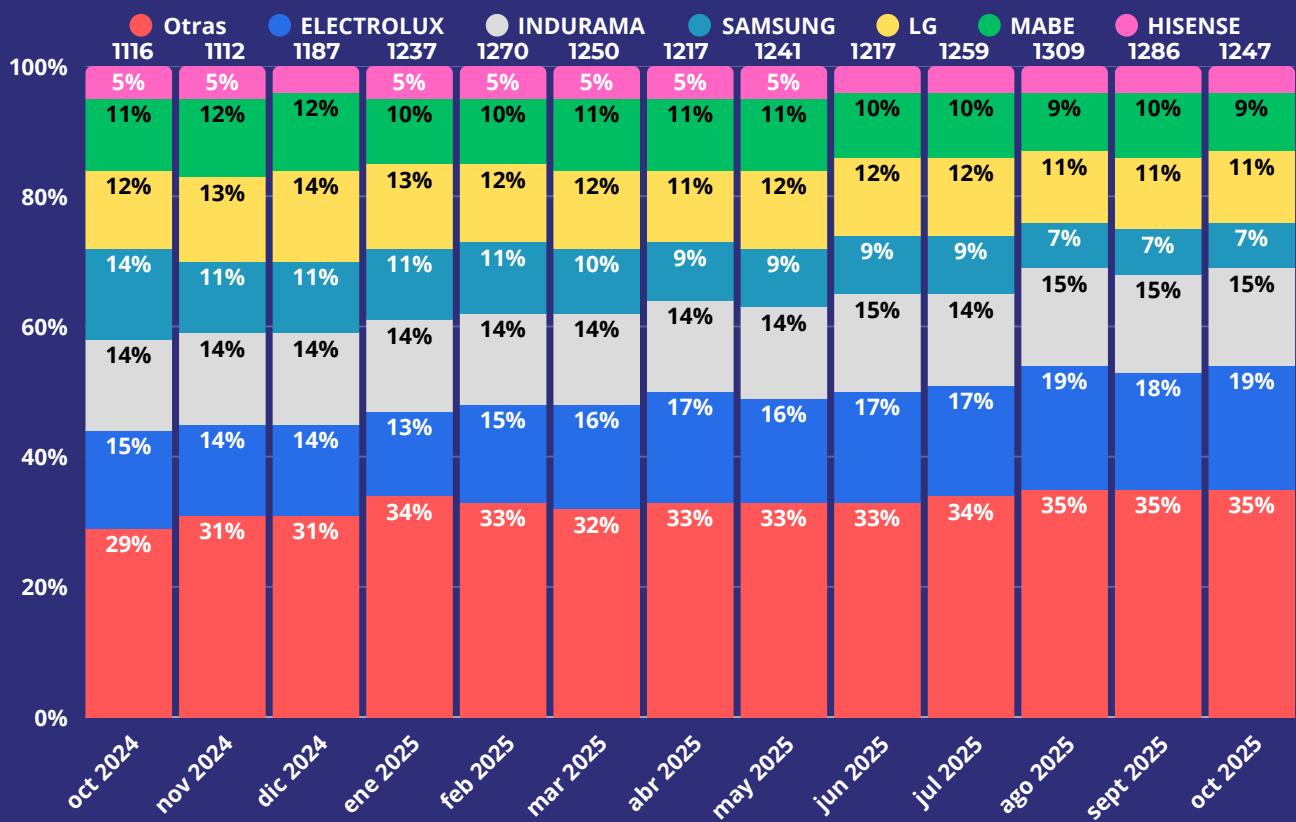


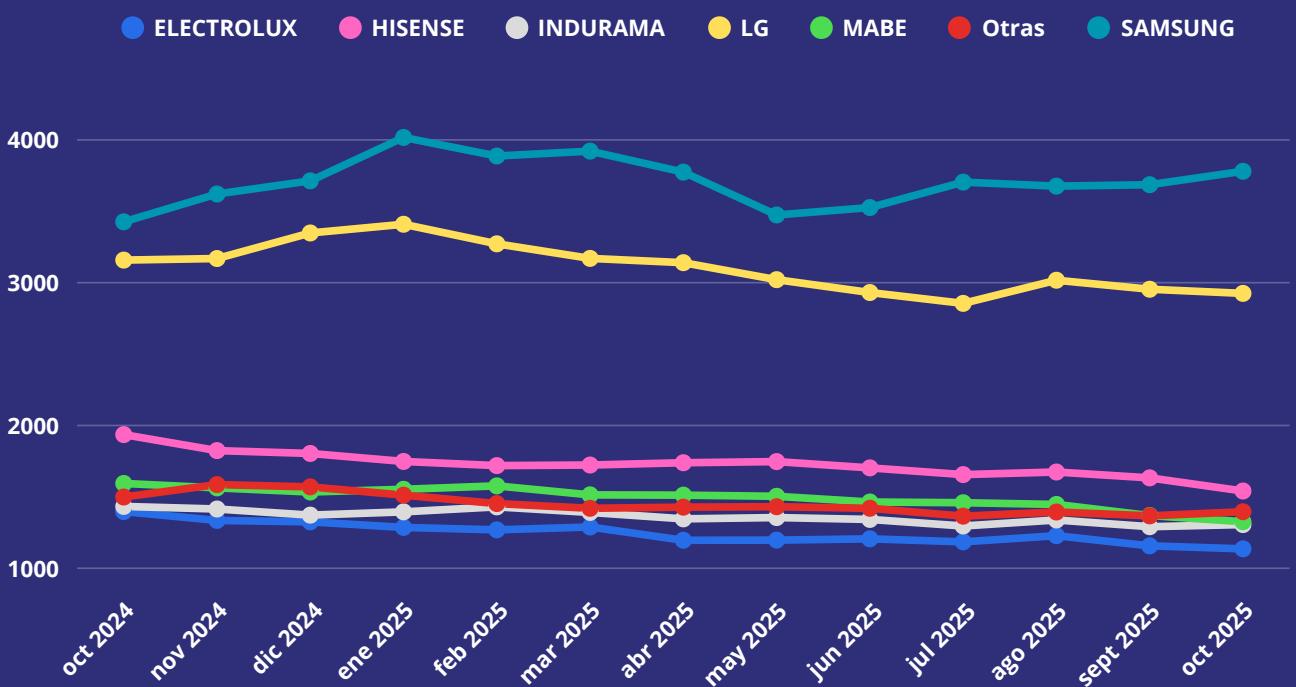
ANÁLISIS ECOMMERCE BIENES DURABLES 1P

REFRIGERACIÓN PERÚ OCTUBRE 2024 - 2025

SKU'S POR MARCA



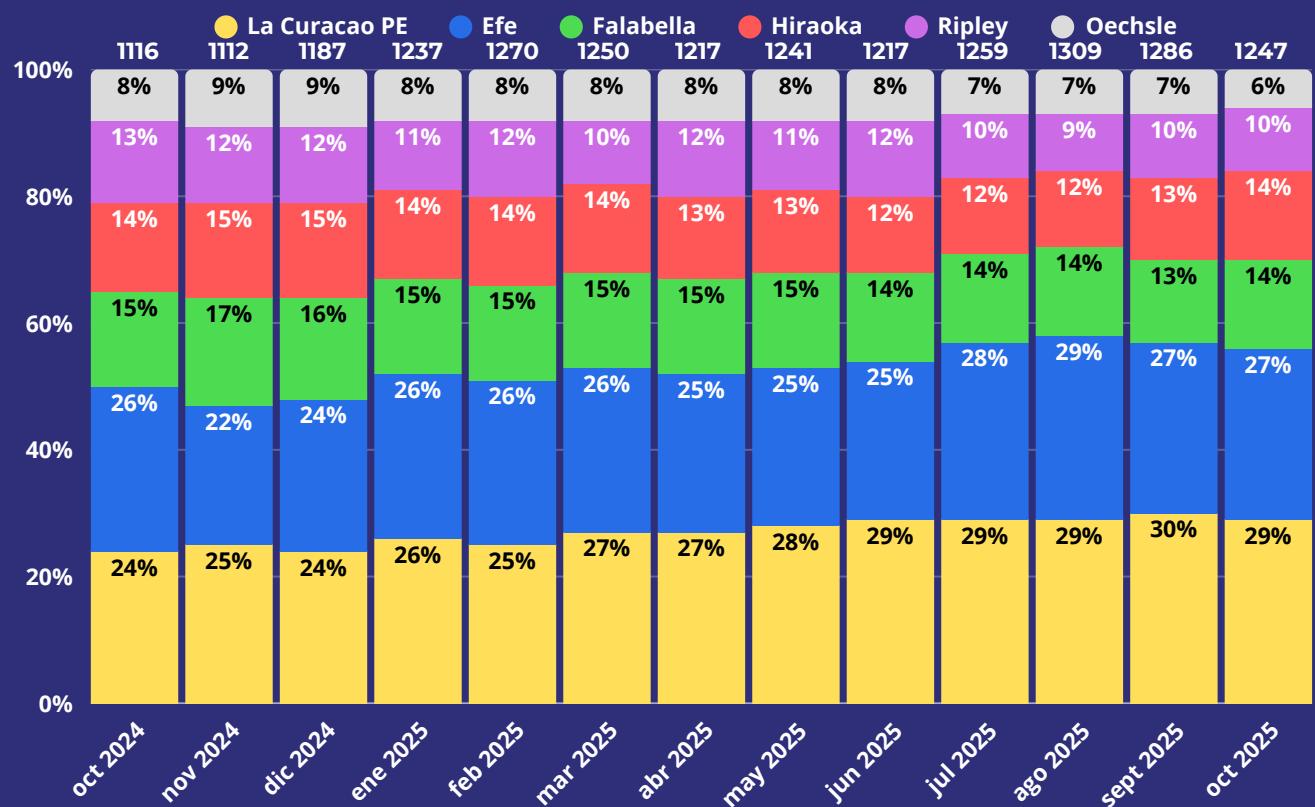
PRECIO PROMEDIO POR MARCA



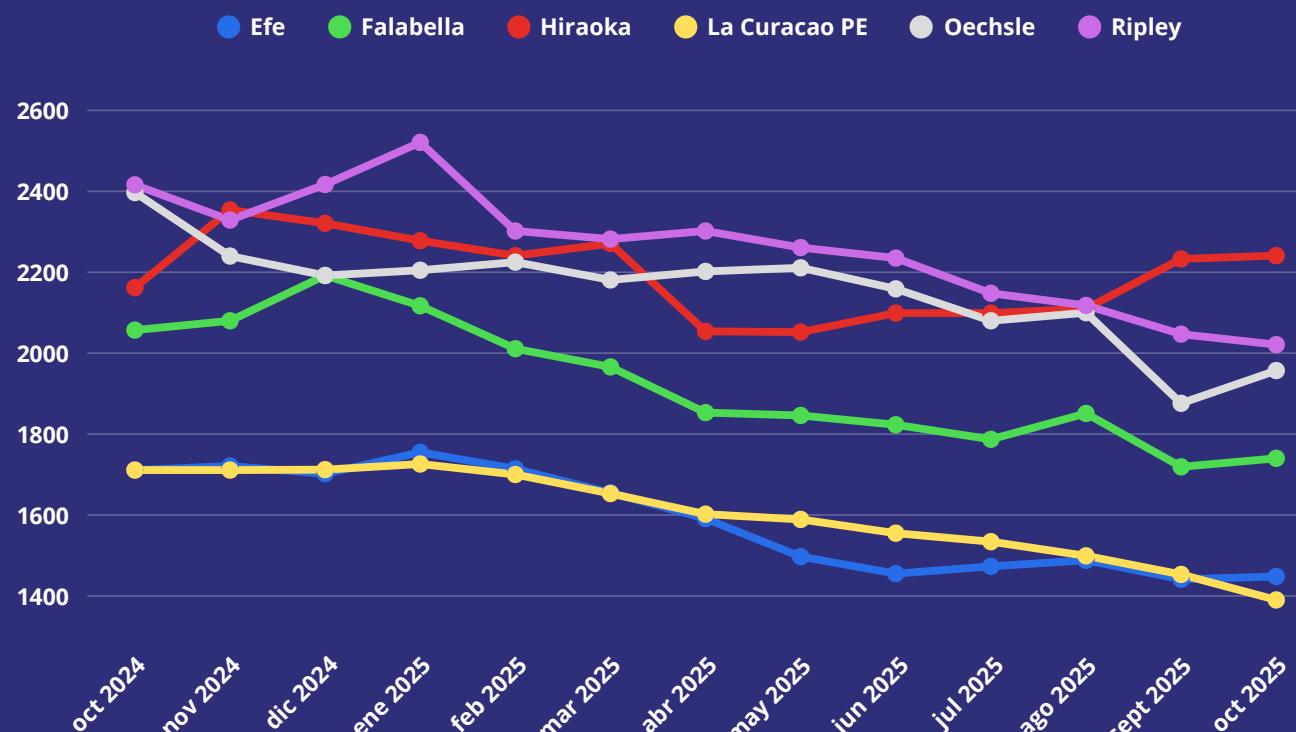
ANÁLISIS ECOMMERCE BIENES DURABLES 1P

REFRIGERACIÓN PERÚ OCTUBRE 2024 - 2025

SKU'S POR TIENDA



PRECIO PROMEDIO POR TIENDA



Principales Conclusiones del Estudio

La categoría de Refrigeración en Perú muestra un desempeño estable y bien estructurado. El surtido total se mantiene dentro de rangos acotados, con un cierre de **1.247 SKUs** en octubre 2025, prácticamente alineado con los niveles observados durante todo el segundo semestre, **lo que evidencia un portafolio maduro y sin variaciones bruscas en la oferta.**

Al revisar la participación por marca en la góndola online, destacan **Electrolux e Indurama**, ambas con una presencia sostenida que oscila entre **14% y 19%**, consolidándose como los actores con mayor profundidad y consistencia en el canal digital. **LG y Mabe** mantienen un rol intermedio, con participaciones estables que **refuerzan su permanencia, aunque sin niveles de liderazgo.** En contraste, **Samsung e Hisense** operan en tramos más acotados de participación, reflejando **estrategias más selectivas o menor amplitud de catálogo** frente a las marcas dominantes.

En el análisis por retailer, la distribución del surtido se concentra principalmente en **Efe, Falabella, Hiraoka y La Curacao**, cada uno con participaciones que fluctúan entre **24% y 30%** del total de SKUs disponibles en el share of shale. Por su parte, **Oechsle y Ripley** se mantienen en rangos menores, **entre 9% y 14%**, lo que demuestra una **estrategia de oferta más focalizada y probablemente orientada a ciertos subsegmentos de la categoría.**

Respecto al precio promedio, la categoría exhibe un comportamiento ordenado y sin sobresaltos: **Electrolux y LG** lideran los **tickets más altos del mercado**, respaldados por propuestas de valor más robustas, mientras que **Mabe, Indurama e Hisense** se mueven en rangos medios. **Samsung**, en cambio, opera con **precios más ajustados, situándose como una alternativa competitiva en términos de accesibilidad.** En conjunto, este comportamiento sugiere que el mercado peruano **preserva la competitividad sin presionar hacia bajas drásticas de precio.**

Refrigeración continúa siendo una categoría estable, ordenada y estratégica, donde las oportunidades se concentran en **optimizar surtido por capacidad, reforzar presencia en retailers de mayor tracción y ajustar precios en los segmentos más sensibles.** Un portafolio consistente y un seguimiento continuo del desempeño por marca y retailer serán claves para capturar crecimiento dentro del canal eCommerce peruano.



Potencia tus estrategias y maximiza la rentabilidad con nuestras soluciones de monitoreo eCommerce.
[Contáctanos](#) para descubrir nuevas oportunidades.



www.retailcompass.com



contacto@retailcompass.com

