

Campaña navideña: importación de juguetes y videojuegos aumentaron a pesar de recesión

Cuando un país atraviesa una recesión económica, el consumo de sus habitantes tiende a disminuir debido a la contracción de la producción y del empleo, lo cual se traduce en menor poder adquisitivo de las familias y, por ende, de su gasto. El Perú experimenta actualmente dicha condición, por lo que se espera que muchos hogares prioricen los gastos de primera necesidad como los alimentos.

Lee también: Campaña navideña 2023: ¿Cómo potenciar tu negocio y sacarle provecho esta Navidad?

No obstante, con las celebraciones de fin de año a la vuelta de la esquina, resulta relevante analizar el comportamiento de los principales productos importados para la campaña navideña, en particular las opciones de regalo como **juguetes y consolas de videojuegos**.

Importaciones de juguetes

Los **juguetes** están entre los productos más populares en las fiestas navideñas, pues son entregados a grandes y chicos por tradición y este año, pese la coyuntura económica, no será la excepción. Y es que, entre agosto y octubre 2023, se importaron alrededor de 108 millones de juguetes por un valor de **US\$ 57 millones**, montos que representaron un aumento de 88,6 % en cantidad y 6,2 % en valor con respecto al mismo período del 2022. China se destacó como el principal país proveedor con un 91,9 % de participación sobre el valor total,

seguido por Vietnam (3,4 %) y México (2,5 %).

Principales tipos de juguetes importados (Agosto-octubre 2022-2023)

Producto	CIF US\$			CANTIDAD(unidades)		
	Agos-Oct 2022	Agos-Oct 2023	Variación %	Agos-Oct 2022	Agos-Oct 2023	Variación %
Total	53 972 017	57 309 233	6,2	57 291 652	108 067 256	88,6
Juguetes con ruedas	18 206 164	16 500 598	-9,4	10 342 010	10 010 545	-3,2
Sets de juguetes	7 922 046	7 518 298	-5,1	14 052 181	17 932 576	27,6
Armas de juguete	1 867 435	5 097 843	173,0	2 650 134	4 654 680	75,6
Juguetes didácticos/ educativos	3 763 007	5 005 684	33,0	3 202 006	6 303 103	96,8
Juguetes en forma de animales	4 070 422	3 839 285	-5,7	4 849 379	4 394 759	-9,4
Muñecos (a)	3 283 343	2 743 840	-16,4	2 443 279	3 085 228	26,3
Peluches	2 466 179	2 733 810	10,9	1 098 105	1 622 521	47,8
Figuras de colección	922 605	1 395 257	51,2	278 192	505 914	81,9
Otros	11 470 815	12 474 618	8,8	18 376 366	59 557 930	224,1

Fuente: SUNAT

Elaboración: IDEXCAM

Tabla 1. Principales tipos de juguetes de importación peruana. Periodo agosto-octubre 2022-2023

Fuente: SUNAT. Elaboración: IDEXCAM

Asimismo, entre agosto y octubre pasado, la **importación de juguetes con ruedas** (carros, tractores y trenes, entre otros) disminuyó en 3,2 % en cuanto a unidades, y en 9,4 % en monto. Cabe señalar que, aun cuando el precio unitario promedio se redujo en 6,4 %, la cantidad importada no se incrementó.

De manera paralela, en el periodo referido, el valor de las importaciones de los **sets de juguetes** (juguetes con accesorios como las casitas, set de cocina, de doctor, de soldados, etc.) disminuyó en 5,1 %, mientras que la cantidad importada aumentó en 27,6 %.

En el caso de las **armas de juguete** (pistolas lanza agua, lanza

dardos, ametralladoras, etc.), se importaron 4,6 millones de unidades (+75,6 %) por US\$ 5 millones (+173 %). Cabe resaltar que este incremento ocurrió aun cuando se incrementó el precio unitario promedio en 55,4 %, lo cual podría significar una preferencia por este tipo de juguetes.

Con respecto a los **juguetes didácticos/educativos** (rompecabezas, cubos de Rubik, pizarras, entre otros) también registraron un incremento en la cantidad importada (+96,8 %). En este caso, el precio unitario promedio se redujo en 33 %, es decir, el menor costo del producto pudo incentivar la mayor importación.

Por el contrario, el precio unitario promedio de los **juguetes en forma de animales** se incrementó en 4,1 %. Ello se tradujo en una menor cantidad (-9,4 %).

En lo que se refiere a la **importación de consolas de videojuegos**, que se han vuelto muy populares para todo tipo de público, debido a que son utilizadas para disfrutar del tiempo con la familia y amigos, también registró un incremento entre agosto y octubre 2023. En dicho periodo se importaron 24 539 consolas por un valor de **US\$ 7 millones**, cifras 1,3 % y 115,6 % mayores en cuanto a unidades y valor, respectivamente. China fue el principal país proveedor, con 21 847 consolas por un valor de US\$ 6 millones.

Importación de videoconsolas (Agosto-octubre 2022-2023)

CONSOLA	CIF US\$			CANTIDAD(unidades)		
	Agos-Oct 2022	Agos-Oct 2023	Variación %	Agos-Oct 2022	Agos-Oct 2023	Variación %
Total	3 324 984	7 169 541	115,6	24 216	24 539	1,3
Sony	381 593	5 142 113	1247,5	1 663	11 558	595,0
Nintendo	989 412	1 470 696	48,6	3 162	5 392	70,5
XBOX	133 390	142 254	6,6	461	717	55,5
Otro	1 820 589	414 478	-77,2	18 930	6 872	-63,7

Fuente: SUNAT

Elaboración: IDEXCAM

Si vemos las marcas de videoconsolas más demandadas, Sony, Nintendo y XBOX son las más representativas. Dentro de estas, Sony tuvo una representación de 71,7 % sobre el valor total de las importaciones de consolas.

Dentro de las consolas **Sony**, entre agosto y octubre pasado se importaron 10 982 unidades (+1.192 %) de Play Station 5 por US\$ 5 millones (+1.424 %). Recordemos que, durante el lanzamiento mundial de esta consola en el año 2020, la oferta disponible fue limitada, dados los problemas en la fabricación de estas (escasez de chips semiconductores, entre otros). En ese sentido, el incremento evidenciado en el periodo de análisis puede deberse a la mayor oferta en el mercado y a la preferencia de los consumidores por la misma.

Por otro lado, se importaron 5 392 consolas de la marca **Nintendo** (+70,5 %), de las cuales destacaron principalmente las Nintendo Switch, por el valor de US\$ 1 millón (+48,6 %).

Por último, las consolas **XBOX** evidenciaron un incremento tanto en la cantidad importada como en el valor de las importaciones en 55,5 % y 6,6 %, respectivamente.

Como puede verse, si bien el Perú se encuentra en un contexto de recesión económica, observamos que las **importaciones de juguetes y consolas** han aumentado durante el periodo de análisis. Ello podría deberse a que las fiestas navideñas representan una posible oportunidad para incrementar las ventas, impulsadas en cierta parte por las gratificaciones de fin de año.

LEER MÁS:

Ventas por campaña navideña: estrategias para tener mejores resultados en tiempos de recesión