

# Campaña Navideña: Importaciones de videoconsolas, bicicletas, scooters y triciclos caen en setiembre

Las importaciones de videoconsolas, bicicletas, scooters no eléctricos y triciclos, de gran demanda en la campaña de Navidad, registraron en el mes de setiembre retrocesos en valor y volumen, respecto al mismo mes del 2021, así lo informó el Instituto de Investigación y Desarrollo de Comercio Exterior de la Cámara de Comercio de Lima (Idexcam).

“Conforme a las cifras encontradas, la campaña navideña, en lo que se refiere a **juguetes**, no ha tenido un buen inicio debido a que la mayoría de los productos que usualmente se importan han caído respecto al año anterior. No obstante, esperamos mejores resultados para los meses de octubre y noviembre, los que tradicionalmente concentran la mayor cantidad de importaciones para esta campaña”, manifestó el jefe del **Idexcam**, Óscar Quiñones.

Según las estadísticas del **Idexcam**, **las importaciones de videoconsolas retrocedieron 20% en cuanto a unidades**, pero revela un aumento en valor de 46%. En tanto, las importaciones de scooters no eléctricos, artículos de gran demanda en las últimas campañas navideñas, disminuyeron 20% en cuanto a unidades, pero en valor registra un aumento de 22%.

Asimismo, **los triciclos son otros tipos de juguetes** de gran demanda en estas celebraciones, pero sus importaciones en el mes de setiembre retrocedieron 63% en cuanto a unidades y una caída 64% en cuanto a valor.

En el caso de las **bicicletas**, uno de los regalos predilectos por Navidad, registraron una disminución de 52% en cuanto a unidades y 53% en cuanto a valor.

## **Lego**

Solo las importaciones de juguetes de tipo para la construcción (como los Lego) reportaron aumentos tanto en unidades como en valor con 63% y 28%, respectivamente. “Este aumento es un indicador de que este producto podría ser uno de los principales juguetes comercializados para esta campaña”, comentó.

Cabe anotar que el principal país de origen de estos productos es China, con 98% de participación en el mercado peruano, a excepción de bicicletas con 73%.