

Campaña por el Día de la Madre genera aumento de importaciones

El segundo domingo de mayo de cada año se celebra en Perú el Día de la Madre. En esta fecha, las familias se esmeran para sorprender, agasajar y darles regalos hechos a mano o comprados. Así, el nivel de comercio se incrementa semanas antes de la fecha, ya que múltiples tiendas preparan campañas publicitarias y ofrecen al público descuentos y promociones, entre otras ofertas.

En el presente artículo del **Instituto de Investigación y Desarrollo de Comercio Exterior (Idexcam)** de la Cámara de Comercio de Lima (CCL) se escogieron cinco grupos de productos importados que más se comercializan por el Día de la Madre: perfumes y cosméticos, prendas de vestir para damas, bisutería-joyería, chocolates y celulares.

Celulares

Las empresas de telefonía móvil y las tiendas de tecnología han lanzado campañas y ofertas por el Día de la Madre. Además, en el contexto actual, poseer un celular es indispensable para muchas actividades que se han virtualizado, como las compras o el trabajo remoto.



La Big Data en la logística y en la cadena de suministros



Hacia una nueva clasificación para las exportaciones



La fibra de alpaca y su demanda internacional

Asimismo, permite conectarnos con nuestros seres queridos que se encuentran lejos o que no podemos visitar para evitar el contagio. Por ello, regalar este tipo de producto no solo lo convierte en un lindo detalle, sino también en algo útil.

Un análisis del flujo de importaciones del 2021 evidencia que, en febrero, se importaron 643.843 celulares por el valor de US\$ 69 millones, cifra que mostró una caída de 7,19% en cuanto a cantidad y -10,37% en cuanto a valor, frente a enero del 2021.

Sin embargo, en marzo, se observaron incrementos en la cantidad importada de 32,05% (850.202 equipos) y en el valor de 31,93% (US\$ 92 millones). Este resultado positivo se debería a un mayor stock en preparación para las ventas por el Día de la Madre.

Durante el primer trimestre del presente año, el 61,61% de equipos móviles adquiridos provinieron de China, ya que por el valor de US\$ 148 millones se compraron en total 1'535.451 equipos.

Le siguieron Vietnam, proveedor que cuenta con el 37,52% de participación y 614.387 equipos por un valor de US\$ 90 millones; y Estados Unidos, país que ostenta el 0,75% de participación, con 37.497 equipos móviles por un valor de US\$ 1,8 millones.

Prendas de vestir para damas

En el mes de febrero, la cantidad importada de prendas de vestir para damas ascendió a 2'360.129 unidades por el valor de US\$ 11,9, cifras que evidenciaron un aumento de 89,40% en cuanto a cantidad y 70,10% en cuanto a valor, respecto a enero del 2021.

Durante el mes de marzo, la cantidad importada disminuyó levemente en 0,47% (2'349.072 prendas), con un valor de importación que alcanzó los US\$ 12,7 millones (aumento del 6,98% en relación al mes de febrero).

Esta leve caída en la cantidad importada de prendas de vestir podría deberse a la acumulación de inventario de las compras en los meses anteriores. Dentro de este grupo se encuentran productos como anoraks, abrigos, pantalones, impermeables, capas, camisas, blusas, camisones y pijamas, prendas de vestir para deporte y sacos.

Durante el primer trimestre del año, China se posicionó como el principal proveedor de prendas de vestir para damas, ya que

contó con el 75,93% del total importado, vale decir 4'621.540 prendas con un valor de US\$ 24 millones; seguido de Bangladesh, mercado que contó con el 6,87% de participación (573.463 prendas con un valor de US\$ 2,1 millones); y Colombia, país latinoamericano que ostentó el 5,50% de participación, con 341.224 prendas valorizadas en US\$ 1,7 millones.

Perfumes y cosméticos

En lo que respecta a perfumes y cosméticos, en febrero se importó un volumen de 1'268.327 kilogramos valorizados en US\$ 12,7 millones, montos que representaron un aumento de 6,80%, en cuanto a volumen, pero una caída de 1,97% en cuanto a valor.

En marzo, el volumen importado siguió en aumento, +9,60% respecto al mes anterior, pues se adquirieron desde el exterior 1'390.036 kilogramos por US\$ 14,9 millones (+17,73%).

Entre los principales países proveedores de estos productos durante el primer trimestre del 2021, se encuentra Colombia, con una participación de 32,19%, sumando 1'548.332 kilogramos por US\$ 13 millones; seguido de Francia, con el 12,71% de participación (143.727 kilogramos por un valor de US\$ 5,1 millones); y Estados Unidos, ostentando el 11,93% de cuota de mercado, con 204.778 unidades por US\$ 4,8 millones.

Bisutería-joyería

En lo que respecta a los artículos de bisutería-joyería, en febrero se importó un volumen de 730.164 kilogramos, cuyo valor ascendió a US\$ 8 millones, registrando crecimientos, respecto a enero, de 50,96% en cuanto a volumen importado y 83,14%, en cuanto a valor.

En marzo, la tendencia siguió siendo positiva, ya que se adquirieron desde el exterior 982.216 kilogramos (+34,52%), valorizados en US\$ 12,6 millones (+56,58%). Colombia fue el principal proveedor de estos productos durante los tres primeros meses del presente año, al contar con el 52,93% de participación, sumando 745.833 kilogramos por el valor de US\$ 13,3 millones.

Le siguen China, con el 30,29% de participación (729.555 kilogramos por US\$ 7,6 millones); y México, con el 4,81% de cuota de mercado (102.800 kilogramos por US\$ 1,2 millones).

Chocolates

Por último, en febrero se importó un volumen de 637.136 kilogramos de chocolate, evidenciando un aumento de 3,36%, por un valor de US\$ 3,2 millones, monto que presentó una caída de 26,86%, respecto a enero del 2021.

No obstante, en marzo, las compras de chocolates al exterior sumaron 687.884 kilogramos por el valor de US\$ 3,5 millones, cifras que mostraron una variación positiva de 7,97%, en cuanto a cantidad; y 7,38%, en cuanto a valor. Entre los principales proveedores se encontraron Singapur, ostentando el 16,39% de participación con 146.864 kilogramos por US\$ 1,8 millones.

Le siguen Brasil, con el 15,67% de participación, y ventas hacia Perú de 180.342 kilogramos por US\$ 1,76 millones; y Estados Unidos, con una cuota de mercado de 15,59%, sumando 200.260 kilogramos por US\$ 1,75 millones.

Como se puede observar, a excepción de la leve caída en la cantidad importada de prendas de vestir para damas en marzo del presente año, la variación en las adquisiciones desde el exterior de celulares, perfumes y cosméticos, bisutería y joyería, y chocolates es positiva, resultado que iría en línea con las estrategias de las tiendas de preparar la campaña y estar abastecidos por el día de la madre y así satisfacer la demanda de estos productos.

Ello indicaría una ligera recuperación en las ventas locales, tanto por canales físicos como virtuales, por ser esta una de las fechas festivas más esperadas del año.