

Día de la Madre: Peruanos gastan en promedio S/ 200 en productos de belleza

El Día de la Madre es una fecha emblemática para la industria cosmética debido a que el sector participa activamente en gran parte de la oferta con dinámicas promociones y packs con productos atractivos en cada canal de venta.

Es por ello, que el Gremio de Cosmética e Higiene Personal (Copecoh) de la Cámara de Comercio de Lima (CCL) estima que, en esta campaña, los peruanos gastarán en productos de belleza un ticket promedio de S/ 200, monto similar al año anterior.

“Quizá se esperaba un gasto mayor para estas fechas. Sin embargo, las expectativas actuales del comercio están en un escenario conservador considerando una depresión en el consumo a consecuencia del incremento del precio de alimentos y otros productos”, sostuvo el presidente de Copecoh de la CCL, Ángel Acevedo.

Añadió que a ello se suma, que, a diferencia del 2022, los consumidores ya no disponen la liquidez de los retiros de la AFP y la CTS.

Regalos

En ese escenario, los regalos de mayor preferencia en el **Día**

de la Madre serán las fragancias, seguidas de maquillaje, cremas y lociones corporales y faciales, cuyos precios varían según la marca y tamaño de presentación.

También hay que mencionar que estos productos son mayormente importados (75%), siendo nuestros principales países proveedores Colombia y México.

Asimismo, Ángel Acevedo anotó que los canales de ventas de productos de belleza se concentran mayormente en venta directa (venta por catálogo) y retail, mientras con una menor participación está el e-commerce.