

# **Shakira en Perú: Fans gastaron más de S/ 548 mil en bebidas y alimentos**

**Shakira** continúa dando de qué hablar en nuestro país, después de haber ofrecido una **inolvidable presentación** en el **Estadio Nacional** que reunió a **miles de fanáticos** después de **14 años**. El **público** no solo respondió bien gracias al **“sold out”** de las **entradas**, dentro del **recinto** consumieron **bebidas y alimentos**, así como **merchandising oficial**.

La **Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT)** informó sobre el **movimiento económico** registrado en el **Estadio Nacional** tras la **presentación de Shakira**, revelando que superó los **S/ 548 mil**.

En ese sentido, se efectuó **controles a 41 puntos de ventas** donde se expendía **agua mineral, cervezas y energizantes (20 stands)**, **alimentos**, en donde destacaban los **choripanes (14 stands)** y **merchandising** como **ropa y accesorios (7 stands)**.

## **¿Qué rubro lideró en el concierto de Shakira?**

La **venta de bebidas**, como ya viene siendo una **costumbre** en este tipo de **presentaciones**, se posicionó en **primer lugar** respecto a **ingresos** con **S/ 379.223**. Le siguió el **rubro de alimentos (S/ 127.197)** y en **tercer lugar** se ubicó la **venta de merchandising (S/ 41.710)**.

## **¿Qué pasará con los que no pudieron**

# asistir a la primera presentación de Shakira?

La empresa a cargo de traer a **Shakira, Master Live Perú**, confirmó que la **colombiana** ofrecerá un **nuevo concierto** en nuestro **país** como **compensación** a quienes no pudieron asistir a su **primera presentación del domingo 16 de febrero** debido al **cuadro abdominal** que presentó y que la tuvo **internada** por varias horas.

El **nuevo show** será el próximo **sábado 15 de noviembre de 2025**.

Además, el **16 de noviembre** se habilitará un **nuevo show**. Los **precios** son:

- Campo A (izquierdo): S/795.00
- Campo A (derecho): S/795.00
- Campo B: S/568.00
- Occidente (numerado): S/694.00
- Oriente (numerado): S/694.00
- Tribuna norte: S/194.00

## LEE MÁS:

*Shakira volverá a Lima: Conoce la nueva fecha del tercer concierto*

## CONOCE NUESTRO TIKTOK:

*@camaracomerciolima ¡Calendario de conciertos 2025! Conoce algunos de los shows que se darán en Lima este año. 📅 #camaracomerciolima #viralperu #conciertoperu #limaperu #shakiraworldtour 🎵 Jet Black (Instrumental) – Anderson .Paak*

---

# **CCL: Mercado de bloqueadores solares sumaría S/ 135 millones en primer trimestre**

El Gremio Peruano de Cosmética, Higiene Personal y Aseo Doméstico (COPECOH) de la Cámara de Comercio de Lima (CCL), conforme a su Estudio de Inteligencia Comercial, proyectó que el mercado de bloqueadores solares en Perú alcanzaría un valor aproximado de S/ 135 millones en el primer trimestre de 2025, lo que representa un crecimiento del 10 % respecto al mismo periodo del año anterior.

*«El primer trimestre del año es la temporada de mayor demanda de bloqueadores solares, representando el 35 % de las ventas anuales. Este aumento se debe a los altos niveles de radiación UV, una mayor conciencia sobre el cuidado de la piel y cambios en los patrones de consumo»*, señaló Ángel Acevedo, presidente de **COPECOH** de la **CCL**.

Si bien las cifras son alentadoras, es importante precisar que la penetración de protectores corporales o faciales en el país es aún baja en comparación a la de cremas faciales. Acevedo sostuvo que estos resultados responden a factores como la falta de educación sobre su uso y la accesibilidad económica.

Según el estudio presentado, la penetración de bloqueadores en Perú bordea el 20 %, que se desglosa en 25 % para bloqueadores corporales, mientras que 15 % para faciales, representando en general un tamaño de mercado anual de **S/ 300 millones**.

**LEER MÁS: Mercado de cosméticos aporta el 1 % del PBI y genera 600 000 empleos en el Perú**

A este dato, debemos tener en cuenta que la penetración total en cremas faciales es de un 25 %, el cual comprende **cremas limpiadoras (37%), humectantes (30%) y nutritivas y anti-age (23%)**; representa un mercado anual de **S/ 900 millones**, tres veces más que los bloqueadores.

*“El mercado de bloqueadores solares tiene un gran potencial de crecimiento, especialmente en la frecuencia de consumo. A pesar de las tasas de crecimiento de doble dígito en los últimos años, aún estamos lejos de consolidar su uso como un hábito de consumo masivo”*, agregó Acevedo.

El estudio destaca que si bien la demanda se concentra en zonas costeras como Lima, Piura y Trujillo (60 %), también se observa un crecimiento importante en ciudades del interior del país como Cusco, Arequipa, Iquitos y Pucallpa (40 %), donde la exposición solar y las variaciones climáticas juegan un rol clave en el consumo.

## **TENDENCIAS Y SEGMENTACIÓN DEL MERCADO**

Es importante tener en cuenta que el mercado de bloqueadores solares se divide en bloqueadores con filtros físicos (minerales), cuyas texturas son más densas, ideales para pieles sensibles y niños; y, además, los bloqueadores con filtros químicos (orgánicos o biológicos), que se caracterizan por sus texturas ligeras y que tienen una mayor demanda en bloqueadores faciales *premium*.

Los **bloqueadores faciales** han ganado participación en el mercado, pasando de 25 % (antes de la pandemia) a 45 % en valor, consolidándose como una categoría clave en el sector de protección solar. Su consumo es mayor en los niveles socioeconómicos A y B, con un crecimiento en el segmento C alto, debido a su enfoque dermatológico y especializado. Se integran en rutinas diarias de cuidado facial, especialmente

entre mujeres de 25 a 45 años.

### **LEER MÁS: Mercado del sector cosméticos e higiene creció 6 % y facturó S/ 2 133 millones en primer trimestre**

El gasto promedio en bloqueadores faciales es de S/ 105, debido a sus propiedades diferenciadas como textura ligera, rápida absorción y características no comedogénicas.

Por otro lado, los **bloqueadores corporales** mantienen mayor demanda en temporada de verano y son preferidos por los niveles socioeconómicos B y C. Su precio promedio es de S/ 75, siendo más accesibles y alineados con formatos económicos. Su consumo está vinculado a actividades al aire libre y es popular entre deportistas y familias.

*“El costo de los bloqueadores solares representa una inversión significativa en la canasta familiar, lo que puede influir en la frecuencia de compra, especialmente en los segmentos medios y bajos”, comentó Acevedo.*

## **PROVEEDORES Y PRODUCCIÓN LOCAL**

Los principales proveedores de **bloqueadores solares** en el mercado peruano provienen de España, Francia, Colombia y Brasil, con un ingreso anual de US\$ 30 millones. No obstante, la producción nacional juega un rol clave, especialmente a través de las empresas de venta directa, que han logrado consolidarse con una oferta competitiva adaptada a las preferencias del consumidor peruano.

## **METODOLOGÍA DEL ESTUDIO**

El Estudio de Inteligencia Comercial de COPECOH, con más de 15 años de monitoreo del sector, se fundamenta en una metodología integral que combina diversas fuentes de información oficiales, para garantizar un análisis preciso del mercado.

Este tipo de metodología incluye el monitoreo de ventas a través de fuentes primarias recopilando información de primera mano; además del uso de la inteligencia artificial como fuente innovadora para organizar 10 millones de datos, aproximadamente.

## LEE MÁS:

*Importaciones de protectores solares y lentes de sol aumentan en dos dígitos*

## CONOCE NUESTRO TIKTOK:

*@camaracomerciolima ¿Sephora en Lima? 🇵🇪 #camaracomerciolima #viralperu #sephora #makeup #skincare 🎵 espresso sabrina – celebs media*

---

# Dólar podría mantenerse en 3.70 en los próximos 2 o 3 meses

En los últimos 9 meses, el dólar ha presentado una caída de 3.68, provocando que más de un peruano esté a la expectativa sobre si es un buen momento para ahorrar en la moneda estadounidense y si esta tendencia se mantendrá durante los próximos meses.

Para resolver estas dudas, el profesor y experto en finanzas de Pacífico Business School, **Jorge Carrillo Acosta**, concedió una entrevista a RPP para hablar sobre estos temas. El

especialista mencionó que existen diversos factores de por qué estamos viendo una caída del dólar, algo que no se había producido desde abril de 2024.

A nivel **externo**, según **Carrillo**, se espera que haya mayor **aceleración** en los **recortes** de la **tasa de referencia** de **Estados Unidos**, así como la **postergación** de los **aranceles** que va a implementar el **gobierno** de **Donald Trump**. «Eso hace que los **mercados** estén más **tranquilos**, no sientan tanta **expectativa** de lo que hará **Trump**», indicó el **catedrático**.

Por otro lado, a nivel **local**, el **profesor** de la **Pacífico Business School** resaltó la **fortaleza** de nuestra **moneda** gracias al trabajo del **Banco Central**, así como el **precio del cobre** (que ha tenido un **alza** importante en los últimos días), generando mayores **ingresos** a los **exportadores de cobre** (las **mineras**, en especial) y eso se traduce en mayor **oferta de dólares**.

## **Exportadoras mineras tendrán que vender sus dólares**

**Carrillo Acosta** precisó que en marzo habrá un tema muy importante referente al dólar. Resulta que, muchas exportadoras mineras industriales, empezarán a pagar utilidades a sus trabajadores y el impuesto a la renta en soles; por lo que dichas empresas tendrán que salir a vender sus dólares. «*Ellos reciben dólares por sus ventas. Si la oferta de dólares aumenta, el tipo de cambio de cliente va a la baja*», explica el profesor de la Pacífico.

## **¿El sol peruano es la moneda más fuerte de Latinoamérica?**

«*Nosotros los peruanos creemos menos en el sol que los extranjeros. El sol es la moneda más estable de la región*»,

resaltó Carrillo. El experto contó que, en los últimos 24 años, del año 2000 al 2024, el sol se ha depreciado apenas menos del 10 %, el tipo de cambio no ha subido más del 10 % y esa estabilidad no la tiene ningún país de Latinoamérica. En ese sentido, subrayó que países como **Argentina** y **Bolivia** ahorran en **soles**.

Para el especialista en finanzas, la desconfianza de los peruanos en la moneda local se debe a la experiencia ocurrida en los ochenta, pero nuevamente resaltó las labores del Banco Central en darle estabilidad al sol peruano. *«Parece mentira, pero (los extranjeros) creen más en nuestra moneda, y acá tenemos el sesgo de ahorrar en dólares»*, añadió

## ¿La baja del dólar será tendencia en los próximos meses?

Al ser consultado sobre si la **tendencia a la baja** del dólar podría **extenderse** y estar por debajo de los **3.70**, Carrillo Acosta explicó que existen diferentes **proyecciones**, puesto que el **dólar** es de las **variables** más **impredecibles** del mercado, y todo dependerá de la **oferta y demanda**. *«Si hay mucha oferta de dólares, si hay muchas personas que salen a venderlo, caerá; y al revés, si hay gente que compra dólares, la moneda sube»*.

Durante los **próximos meses**, el **experto en finanzas** predice que, en los **próximos dos o tres meses**, el **dólar** se mantendrá en **3.70**. Sin embargo, en caso el **entorno extranjero** se vuelva **crítico**, podría llegar a **3.80**. Por ahora, Carrillo Acosta sostiene que es un **buen momento** para **comprar dólares** si es que existen algunas **necesidades** como **pagar deudas** o **proyectarse a comprar un departamento y/o un carro**.

### LEE MÁS:

*CCL: remesas tendrían crecimiento moderado de 5 % en primer trimestre pese a políticas migratorias de EE.UU.*

## CONOCE NUESTRO TIKTOK:

*@camaracomerciolima ¡El sol es la moneda más estable de Sudamérica en lo que va del 2024! ☀️☀️ #camaracomerciolima #viralperu #economia #economaperuana #nuevosol #unnuevosol #tipfinanciero 🎵 Funk It Up – John Etkin-Bell*