

El retail de moda creció un 6,3% en Perú en 2017

Por [Tamara Gonzalez Litman](#) - 9 de febrero de 2018

De acuerdo con las cifras parciales publicadas por la Cámara de Comercio de Lima (CCL) y la oficina de consumo, el retail de moda en Perú creció un 6,3% durante 2017. La demanda de marcas locales registró un incremento del 2,7% con respecto a 2016 y prevé seguir la tendencia este año.



Archivo

Tradicionalmente el mercado peruano ha respondido de manera más efusiva a las marcas extranjeras de moda, calzado y belleza, sin embargo, 2017 ha variado un poco la tendencia, con un mayor incremento porcentual en la demanda de marcas locales que internacionales. Según el último estudio de Centros Comerciales tipo A y B de la capital, el tenant mix en los complejos comerciales de mayor afluencia en la ciudad es de tres marcas extranjeras por cada dos marcas locales.

La campaña de compra peruano y la apropiación con orgullo de sus fibras de alpaca

y algodón Pima, sumado a la valorización de las artesanías textiles peruanas en el extranjero, se han reflejado positivamente en el consumo. Las prendas básicas como los polos, las camisetas y las cazadoras con insumos y mano de obra local se ubicaron entre los artículos con mayores incrementos en el consumo.

Aún con el incremento en la demanda de las marcas locales, las enseñanzas internacionales siguen dominando el mercado del retail y la moda en el país. H&M, Forever 21, Gap, Banana Republic, Brooks Brothers, Kipling, Cat, Nike, Adidas y Hugo Boss se ubican entre las preferidas del sector A y B de la economía, mientras que las cadenas chilenas Falabella, Ripley y Paris encabezan las listas de ventas de moda en el país.

Por [Tamara Gonzalez Litman](#)

Copyright © 2018 FashionNetwork.com Todos los derechos reservados.