

Campaña navideña: Pymes venderán más de S/ 13 000 millones y generarán 50 000 empleos temporales

En campo optimista. El presidente del Gremio de la Pequeña Empresa de la Cámara de Comercio de Lima (CCL), **Rodolfo Ojeda**, estimó que las ventas en esta campaña navideña se situarán entre los **S/ 11 000 millones** y **S/ 13 000 millones**, representando un crecimiento moderado del **8 %** al **10 %**, respecto a la misma temporada del año anterior.

“Este resultado estará impulsado por la recuperación económica postpandemia, el aumento en el poder adquisitivo de ciertos segmentos (CTS y gratificaciones), y el uso intensivo de herramientas digitales para ventas y promociones”, manifestó.

Los rubros con **mayor demanda** serán regalos y juguetería, ropa y calzado, gastronomía (productos como panetones y chocolates artesanales) y tecnología, especialmente accesorios electrónicos. No obstante, Rodolfo Ojeda sostuvo que dichas expectativas podrían variar dependiendo de la estabilidad económica y del comportamiento del consumidor en los días previos a la Navidad.

AUMENTA EMPLEO TEMPORAL

Como todos los años, la campaña navideña atrae nuevos contratos laborables. En ese sentido, el Gremio de la Pequeña Empresa de la CCL proyecta que el **empleo temporal logre un incremento del 15 %**, lo que **significará la generación de 50 000 nuevos puestos de trabajo**.

Los sectores con mayor demanda de personal serán el comercio

minorista, con la contratación de vendedores y promotores; gastronomía, con más ayudantes de cocina y personal de servicio; así como logística y transporte, con una mayor demanda de empaquetadores y repartidores.

“Estos empleos suelen ser estacionales, pero muchos se convierten en oportunidades permanentes para los trabajadores destacados”, sostuvo Rodolfo Ojeda.

MÁS PUBLICIDAD DIGITAL

Así también, para generar más ventas, las pymes apostarán en esta campaña por más publicidad digital, sobre todo en **redes sociales**, principal herramienta y aliada de los negocios.

“Las redes sociales, como Facebook, Instagram y TikTok, se han convertido en las plataformas preferidas por su bajo costo y alta efectividad para alcanzar audiencias segmentadas”, subrayó Rodolfo Ojeda.

Explicó que un gran porcentaje de las pymes invierten en campañas específicas utilizando anuncios patrocinados, pero, además, contratan a microinfluencers, reconocidos por crear contenidos para sectores específicos.

“Pese a tener una audiencia más pequeña (entre 100 000 a 300 000 seguidores), los microinfluencers en comparación con los grandes influencers, logran una conexión mucho más rápida y cercana con el público, pues logran el posicionamiento y visibilidad de la marca o negocio”, recalcó.

Adicionalmente, las plataformas de comercio electrónico también están siendo explotadas para ofrecer promociones exclusivas y descuentos.

¿CUÁNTO INVIERTEN?

Respecto a la inversión en **publicidad digital**, el

representante gremial afirmó que entre el **30 %** y **40%** de las pymes lo hacen, principalmente las que pertenecen al rubro de alimentos, regalos, ropa y tecnología. Sostuvo que, pese a sus presupuestos ajustados, estos negocios destinan entre el 5 % y el 10 % de sus ingresos proyectados en estrategias publicitarias.

Añadió que las pymes también optan por asociarse con marketplaces locales para ampliar su alcance sin incurrir en altos costos adicionales, pues estas plataformas digitales congregan a un significativo número de vendedores que ofrecen productos y/o servicios a un público amplio, como es el caso de Amazon, Mercado Libre, Etsy o Rappi.

“Para una venta de éxito, el mayor enfoque está en destacar promociones, ofrecer ofertas atractivas, así como fidelizar y atraer nuevos clientes en un mercado que es cada vez más competitivo”, anotó Rodolfo Ojeda.

LEE MÁS:

¿Qué proyectos de ley deben debatirse a favor de las mypes?

CONOCE NUESTRO TIKTOK:

@camaracomerciolima *¿Trabajas en una MPYE? Debes ver este video.* 📺 #camaracomerciolima #viralperu #derecholaboral #mype #trabajoperu #aprendeentiktok 🎵 Dance You Outta My Head – Cat Janice