

CCL: Pymes esperan facturar S/ 3 360 millones en la campaña del Día de la Madre

El presidente del **Gremio de la Pequeña Empresa de la Cámara de Comercio de Lima (CCL)**, Rodolfo Ojeda, estimó que las ventas de las pequeñas y medianas empresas (pymes) durante la campaña del Día de la Madre podrían alcanzar los S/ 3 360 millones, lo que evidenciaría un crecimiento de alrededor del 5 % respecto a la campaña del año anterior (S/ 3 200 millones).

“Este aumento responde a una recuperación moderada del consumo, el uso más extendido del comercio electrónico y las campañas promocionales que ya están en marcha desde abril”, manifestó.

Sostuvo que, para la mayoría de las pequeñas empresas, la campaña del **Día de la Madre** representa hasta el 30 % de las ventas trimestrales, sobre todo en rubros como moda, calzado, regalos y gastronomía.

Añadió que, desde marzo, las pymes vienen preparándose para esta campaña con el impulso de ferias, catálogos digitales y campañas por redes sociales. Así también, han realizado alianzas con fintechs para facilitar medios de pago y capital de trabajo en favor de los consumidores.

“De esta manera las pymes podrán ser más competitivas, modernas y accesibles para los clientes. Por ello, en esta campaña, es clave que las pymes estén listas con stock, promociones y canales de venta activos”, destacó.



LEA TAMBIÉN: Regalos personalizados y experiencias en el Día de la Madre elevarán ventas retail en 5 %

Ticket promedio

Para esta campaña, Rodolfo Ojeda estimó que el ticket promedio por persona será entre S/ 150 a S/ 300, monto que se mantiene respecto al año pasado.

Además, los productos con mayor demanda en estas celebraciones serán ropa y calzado (especialmente para uso diario), perfumería y cosmética, electrodomésticos pequeños, regalos personalizados, arreglos florales y mayor preferencia por el delivery de comida.

Trabajo temporal

Respecto al empleo temporal, Rodolfo Ojeda espera un incremento del 20 %, lo cual podría representar entre 40 000 y 50 000 puestos adicionales a nivel nacional solo por esta campaña.

Entre los perfiles más buscados figuran vendedores en tiendas físicas y online; personal de reparto y motorizados; operarios de producción (principalmente para el sector confección); y personal de atención al cliente y cajeros.

LEA MÁS:

Día de la Madre 2025: actividades y talleres gratuitos en parques de Lima

“Regalos personalizados y experiencias marcarán la campaña por el Día de la Madre”

Día de la Madre: Campaña 2025 tendrá crecimiento de hasta doble dígito en ventas