

Consumo muestra buenas perspectivas para el 2025

El **consumo privado** en el Perú se proyecta alentador en el **2025** versus el **2024**, impulsado por la recuperación económica y el aumento del empleo formal. Según el **Instituto de Economía y Desarrollo Empresarial (IEDEP)** de la Cámara de Comercio de Lima (CCL), crecerá un **2,9 %**, impulsado por la recuperación del empleo formal y la mejora en los ingresos de las familias peruanas.

En esa línea, el jefe del IEDEP, **Óscar Chávez**, estima un crecimiento de la economía peruana del **3 %** durante el **primer trimestre del 2025**, influenciado por el dinamismo del consumo. El experto advierte que la temporada de verano será un factor clave, pues los peruanos incrementan sus gastos en alimentos, bebidas, ropa, calzado, cuidado personal, artefactos electrodomésticos y entretenimiento.

En cuanto al comportamiento de sectores específicos, en la temporada del verano, el **IEDEP** proyecta un crecimiento destacado en las ventas de muebles y equipos del hogar (+5,1 %), supermercados (+6,5 %) y tiendas por departamento (+4 %), atribuido a la inauguración de nuevos centros comerciales, la ampliación de los malls existentes y la expansión de cadenas de supermercados.

SECTORES CLAVES DE CONSUMO

AUTOMOTRIZ

El **gerente de Estudios Económicos de la Asociación Automotriz del Perú (AAP)**, **Alberto Morisaki**, prevé un crecimiento del **4 %** para este año en la venta de vehículos livianos, **2 %** en vehículos pesados (buses y camiones) y otro **2 %** en vehículos menores (motos y trimotos). Este repunte será favorecido por

nuevas marcas y modelos en el mercado, opciones de financiamiento con tasas de interés más bajas y al incremento en la demanda de vehículos electrificados, con más de 10 000 unidades proyectadas para este año, gracias a la llegada de marcas chinas a través del Puerto de Chancay

Con respecto a las tendencias de consumo, los modelos SUV y pickups seguirán liderando las preferencias de los consumidores peruanos, ya sea por su funcionalidad para los viajes familiares o como herramientas de trabajo.

RETAIL

Por su parte, la presidenta del Gremio de Retail y Distribución de la CCL, Leslie Passalacqua, proyecta un crecimiento del 4 % en este sector para este año, impulsado por el auge del comercio electrónico, la expansión de formatos de conveniencia en zonas no cubiertas previamente, e innovaciones tecnológicas enfocadas en la personalización de la experiencia del cliente.

“La creciente adopción de compras en línea y las mejoras en la logística seguirán impulsando las ventas este año. En este contexto, la personalización de la experiencia del cliente será fundamental. Las empresas que inviertan en tecnologías y estrategias para ofrecer experiencias de compra personalizadas lograrán fidelizar a sus clientes y aumentar sus ventas”, recomendó la especialista.

ELECTRODOMÉSTICOS

En tanto, el miembro del Gremio de Comerciantes de Artefactos Electrodomésticos de la CCL, Carlos Mujica, anticipa un crecimiento de las ventas del 5 % este año versus el 2024.

“La reactivación de la minería, la construcción, la agroexportación y el comercio es crucial, ya que estos sectores económicos impulsan significativamente la inversión

pública y privada, generando nuevos empleos y mejores salarios. Esto es relevante porque está directamente relacionado con el consumo de los peruanos, quienes cada vez más buscan renovar sus artículos electrodomésticos y tecnológicos”, explica.

Mujica también señala que el primer trimestre del 2025 se presenta prometedor, ya que la temporada de verano representa cerca del 40 % de las ventas del sector de electrodomésticos.

“Observamos una alta demanda en categorías como ventiladores, aires acondicionados, refrigeradoras y congeladoras, debido a las altas temperaturas, similares a las del año pasado”, añade.

En este sentido, el representante de la CCL estima que, entre enero y marzo, las ventas del mercado de electrodomésticos podrían registrar un crecimiento de entre 5 % y 8 %, superando las cifras del verano pasado.

En relación con las tendencias de consumo en este sector, Mujica comenta que los peruanos están adquiriendo cada vez más productos nuevos, de mayor tamaño y con mejores presentaciones.

“En televisores, los consumidores están comprando pantallas de 60 pulgadas; en licuadoras, están optando por artículos con más potencia y más velocidades; y en lavadoras, están eligiendo productos más grandes con la incorporación de inteligencia artificial”, añade.

PYMES

Por su parte, el presidente del Gremio de la Pequeña Empresa de la CCL, Rodolfo Ojeda, prevé que el consumo en las pequeñas y medianas empresas (pymes) podría experimentar un crecimiento moderado este año, debido a que el sector enfrenta un escenario de alta inflación y limitado acceso al financiamiento. Sin embargo, destaca que la digitalización y

la economía circular son tendencias que ofrecen oportunidades significativas para su crecimiento. Agrega que las exportaciones hacia mercados como Asia y América Latina también representan un motor clave para el sector.

TENDENCIAS DE CONSUMO

Sobre las tendencias del consumidor peruano, la CEO de Global Research Marketing (GRM), Giuliana Reyna, comenta que los compradores se están orientando cada vez más hacia la innovación, la experiencia y la personalización en sus decisiones de compra.

“La tecnología está transformando la experiencia de consumo, haciendo los procesos de compra más ágiles y eficientes. La mejora de la experiencia del cliente seguirá siendo clave, por lo que las empresas deberán esforzarse en ofrecer una mejor atención tanto en el canal físico como el online. Más allá de la calidad del producto o servicio, será fundamental cómo las empresas se relacionen con los clientes y generen confianza”, señala la experta.

Reyna añade que los consumidores son cada vez más selectivos, ya que el 68 % está dispuesto a cambiar de marca si encuentran una mejor propuesta de valor, especialmente con relación al precio.

“Además, los consumidores valoran cada vez más los productos y servicios que promueven un estilo de vida saludable, optando por alimentos orgánicos y productos relacionados con el bienestar”, puntualizó.

En conclusión, el consumo privado continuará desempeñando un papel central en la reactivación económica del Perú en 2025. La recuperación del empleo formal, el crecimiento en sectores estratégicos y la adaptación a nuevas tendencias garantizarán un panorama positivo para los diferentes actores del mercado.

LEE MÁS:

CCL: Ventas del sector retail crecerán 4 % en 2025 por recuperación del consumo privado y la inauguración de malls

CONOCE NUESTRO TIKTOK:

@camaracomerciolima ¡La cerveza es el licor que más consumen los peruanos! 🍺🍺🍺 #camaracomerciolima #viralperu #cerveza #peruanos 🎵 Cervezero – Armonía 10