

El 40 % de las pymes demandará créditos por campaña navideña

Pese a un entorno de recesión económica y menores expectativas de consumo, se estima que el **40 %** de las pequeñas y medianas empresas (pymes) demandará créditos para abastecerse de mercadería en esta campaña navideña, así lo manifestó el presidente del Gremio de la Pequeñas Empresa de la Cámara de Comercio de Lima, **Rodolfo Ojeda**.

Lee también: Bonos del Estado 2023 para afrontar la recesión ¿Qué subsidios serán entregados?

Según explicó, las micro, pequeñas y medianas empresas no solo se abastecen de stock para esta temporada comercial, sino también para la **campaña de verano**, siendo octubre y noviembre los meses de mayor demanda de estos créditos, cuyos montos fluctúan entre los **S/ 3 000 hasta S/ 50 000** con plazos que van desde los **6 a los 12 meses**.

“La campaña navideña se prepara con cuatro meses de anticipación a la espera que las ventas lleguen a los S/ 13 000 millones, lo que representa el 40 % de los ingresos anuales”, sostuvo Rodolfo Ojeda durante la XXII Expo Pyme 2023, encuentro empresarial que se desarrolla en la sede central de la CCL.

Consideró que, en estas festividades, las familias peruanas demandarán productos de juguetería, prendas de vestir, calzado, juegos electrónicos, etc. Así también, los gastos estarán enfocados en la compra de árboles y decoraciones navideñas (luces y esferas), accesorios para la cena central, nacimientos; entre otros.



Para ofrecer esta importante oferta, el representante de la CCL añadió que las pymes también vienen empleando diversas **estrategias digitales** para ser más competitivas en esta campaña, considerando que hay más de 20 millones de peruanos que compran vía online. Las redes sociales más usadas por las pymes son **Tik Tok, Instagram, WhatsApp y Facebook**, cuya participación en las ventas totales oscilan entre **2 % y 5 %**.

“La vorágine de la inmediatez y la tecnología han dinamizado el comercio; siendo las redes sociales una herramienta clave para que emprendedores y pymes tengan un mayor acercamiento a potenciales clientes”, comentó.

Rodolfo Ojeda anotó que, debido a la tendencia inflacionaria, las pymes incrementarán sus precios entre **3 % y 5 %** considerando el costo de la importación de productos y que en los tres últimos años los negocios, por el entorno de crisis sanitaria e inestabilidad política, mantuvieron sus productos precios.

LEER MÁS:

¿Cómo podría impactar una recesión a las mipymes del Perú?