

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 🎵 Cerveceros – Armonía 10

Exportaciones peruanas: ¿qué mercados no tradicionales ofrecen oportunidades?

El Perú, con su vasta diversidad de recursos naturales y una **industria manufacturera** en constante crecimiento, tiene un enorme potencial para expandir exportaciones y diversificar su estructura productiva. Sin embargo, pese a los esfuerzos realizados, aún hay mercados específicos en los que el país no ha consolidado su presencia, dejando espacio para incrementar significativamente su participación.

El Instituto de **Investigación y Desarrollo de Comercio Exterior** (Idexcam) de la Cámara de Comercio de Lima (CCL) analizó el periodo de entre enero del 2021 y septiembre del 2024, identificando tres productos peruanos con alto potencial exportador en mercados no tradicionales, se trata del alambre de cobre refinado, barras de hierro o acero, y gas natural licuado. Los mercados claves para estos productos son Costa

Rica, Paraguay y Brasil, respectivamente.

A diferencia de otros países de la región, como **Chile, Colombia y Ecuador, Perú** todavía no ha logrado consolidar una presencia firme en estos mercados. Sin embargo, factores como la alta calidad de sus productos, la proximidad geográfica y los acuerdos comerciales vigentes representan una oportunidad clave para potenciar las exportaciones y dinamizar la economía nacional.

Alambre de cobre refinado: Costa Rica como mercado objetivo

El alambre de cobre refinado, ampliamente producido en el Perú, todavía no llega a Costa Rica, un mercado con una demanda creciente impulsada por sus sectores industrial y de construcción. Actualmente, Chile domina las exportaciones de este producto a Costa Rica, con cifras que alcanzaron los US\$ 101 680 000 (Valor FOB) y 11 235 toneladas en el 2023. Entre enero y septiembre del 2024, la cifra ascendió a **US\$ 71 684 000**.

Por su parte, nuestro país, concentra sus exportaciones en Colombia y Ecuador, dejando sin explorar el mercado centroamericano. Costa Rica importó en el 2023 un total de 17 041 toneladas de alambre de cobre refinado por un valor de **US\$ 155 689 000** (Valor FOB), lo que evidencia una oportunidad significativa. Además, el Perú cuenta con ventajas de proximidad geográfica y capacidad de producción de cobre de alta calidad, factores que pueden reducir costos logísticos y mejorar su competitividad.

En promedio, entre el 2021 y el 2023, el Perú exportó, **US\$ 308 217 825** (valor FOB) y 32 801 toneladas de alambre de cobre refinado, principalmente a Colombia, Ecuador y Venezuela. Durante el periodo enero-septiembre de 2024, exportó US\$ 304 515 892 FOB y 31 341 toneladas, cifras que reflejan su

potencial para diversificar mercados.

IMPORTACIONES DE COSTA RICA (ALAMBRE DE COBRE REFINADO) (Enero - diciembre 2021-2023) (Enero - septiembre 2024)



Exportadores	2021		2022		2023		2024 a Sep		% de participación 2024 a Sep
	FOB	Cantidad (TON)							
Chile	61 068 000	6 481	67 574 270	7 518	101 680 000	11 235	71 684 000	7 482	66,5 %
Alemania	13 948 000	1 415	18 654 661	2 209	38 196 000	4 128	33 331 000	3 313	30,9 %
España	12 379 000	1 176	22 681 744	2 351	14 934 000	1 582	2 553 000	264	2,4 %
Estados Unidos de América	80 000	6	-	-	1 000	0	-	-	0,0 %
México	433 000	49	5 278 917	494	-	-	-	-	0,0 %
Rusia Federación de Rusia	1 907 000	191	-	-	-	-	-	-	0,0 %
Singapur	1 819 000	191	3 091 940	310	-	-	-	-	0,0 %
China	-	-	121	0	-	-	19 000	2	0,0 %
Colombia	1 001 000	96	-	-	878 000	96	-	-	0,0 %
Brasil	48 651 000	5 431	-	-	-	-	276 000	24	0,2 %
Total	141 288 000	15 038	162 017 000	12 882	155 689 000	17 041	107 803 000	11 085	100 %

Fuente: TradeMap Penta Transaction y SUNAT – CamTrade

Elaboración: IDEXCAM-ANC

Barras de hierro o acero sin alear laminados: Paraguay como mercado objetivo

Las barras de hierro o acero sin alear, esenciales en la construcción, representan otra oportunidad de exportación. Paraguay, con un dinámico sector de infraestructura, importó 35 037 toneladas por **US\$ 32 797 000** (valor FOB) en el 2023, y 28 693 toneladas por **US\$ 25 341 000** FOB entre enero y septiembre del 2024, principalmente desde Chile, Argentina y Brasil.

A pesar de su sólida industria siderometalúrgica, Perú aún no ha ingresado a este mercado. Las exportaciones peruanas de este producto alcanzaron en promedio US\$ 137 094 008 (valor FOB) y 179 025 toneladas entre el 2021 y el 2023, con Bolivia,

Colombia y Brasil como principales destinos. En el 2024, hasta septiembre, las cifras fueron de US\$ 71 185 099 (valor FOB) y 105 531 toneladas.

La cercanía geográfica y los acuerdos comerciales con Paraguay ofrecen al Perú una ventaja estratégica para posicionarse como proveedor alternativo, aprovechando la creciente demanda en proyectos de urbanización y desarrollo inmobiliario.



IMPORTACIONES DE PARAGUAY (BARRAS DE HIERRO O ACERO SIN ALEAR LAMINADOS)

(Enero - diciembre 2021-2023) (Enero - septiembre 2024)



Exportadores	2021		2022		2023		2024 a Sep		% de participación 2024 a Sep
	FOB	Cantidad (TON)							
Brasil 	17 570 000	20 633	25 125 000	25 288	17 890 000	18 985	10 930 000	12 317	43,13 %
Argentina 	23 625 000	27 858	15 340 000	15 757	11 443 000	12 368	11 116 000	12 738	43,87 %
Chile 	-	-	817 000	826	3 464 000	3 683	3 297 000	3 638	13,01 %
Total	41 194 000	48 491	41 282 000	41 871	32 797 000	35 037	25 341 000	28 693	100 %

Fuente: TradeMap Penta transaction y SUNAT - CamTrade

Elaboración: IDEXCAM-ANC

Gas natural licuado: Brasil como mercado objetivo

Brasil, con una economía energética en expansión, representa un mercado clave para el gas natural licuado peruano. En el 2023, Perú apenas envió muestras comerciales, mientras que Chile exportó más de **38 024 toneladas del recurso en el 2024**.

Brasil importó 602 305 toneladas de gas natural licuado por US\$340 737 000 (valor FOB) en el 2023; y entre enero y septiembre del 2024, las importaciones alcanzaron 2 503 543 toneladas por US\$1 743 393 682 (valor FOB). Las limitadas

exportaciones peruanas se deben a factores como infraestructura insuficiente, competencia en precios y falta de promoción comercial activa.

El **Perú** cuenta con reservas significativas de gas natural y plantas de licuefacción que garantizan calidad y volumen. Entre el 2021 y el 2023, se exportó en promedio US\$ 2 114 566 626 (valor FOB) y 3 225 675 toneladas a países como Corea del Sur, Japón y Reino Unido. Durante el 2024, exportó US\$1 051 984 513 FOB y 2 977 140 toneladas, cifras que respaldan su capacidad de competir en mercados como el brasileño.

IMPORTACIONES DE BRASIL (GAS NATURAL LICUADO)

(Enero - diciembre 2021-2023) (Enero - septiembre 2024)



Exportadores	2021		2022		2023		2024 a Sep		% de participación 2024 a Sep
	FOB	Cantidad (TON)	FOB	Cantidad (TON)	FOB	Cantidad (TON)	FOB	Cantidad (TON)	
Estados Unidos de América	3 271 559 000	5 792 681	3 090 387 000	2 333 665	231 709 000	473 619	1 353 671 000	1 821 678	77,65 %
Qatar	-	-	160 122 000	432 041	-	-	173 873 000	306 938	9,97 %
Reino Unido	31 420 000	48 850	54 804 000	124 124	3 801 000	17 050	99 237 000	214 109	5,69 %
Guinea Ecuatorial	-	-	-	-	-	-	39 289 000	28 698	2,25 %
Nigeria	-	-	35 033 000	15 785	-	-	25 152 000	66 487	1,44 %
Chile	-	-	-	-	-	-	20 706 682	38 024	1,19 %
España	-	-	43 151 000	41 498	-	-	18 588 000	17 816	1,07 %
Emiratos Árabes Unidos	-	-	-	-	-	-	12 877 000	9 793	0,74 %
Singapur	-	-	12 254 000	13 016	-	-	-	-	0,00 %
Suiza	-	-	12 720 000	12 270	43 403 000	41 541	-	-	0,00 %
Trinidad y Tobago	146 113 000	249 335	35 336 000	111 821	-	-	-	-	0,00 %
Países Bajos	41 000 000	64 456	-	-	-	-	-	-	0,00 %
Noruega	-	-	-	-	-	-	-	-	0,00 %
Argelia	-	-	-	-	17 373 000	27 562	-	-	0,00 %
Angola	45 553 000	99 841	-	-	-	-	-	-	0,00 %
Argentina	66 000	345	43 000	253	-	-	-	-	0,00 %
China	-	-	-	-	44 451 000	42 533	-	-	0,00 %
Total	3 535 711 000	6 255 507	3 443 850 000	3 084 472	340 737 000	602 305	1 743 393 682	2 503 543	100 %

Conclusiones

Las oportunidades de **exportación** para el Perú son vastas y diversas, como lo evidencian los casos analizados del alambre de cobre refinado, las barras de hierro o acero sin alear laminado y el gas natural licuado. Es probable que al aprovechar de manera estratégica estos nichos de mercado, el país pueda consolidar su posición en la economía global.

Para ello, es crucial que las empresas peruanas inviertan en innovación, optimización de procesos y promoción comercial activa. Además, diversificar mercados reducirá la dependencia de destinos tradicionales, mitigando riesgos asociados a la volatilidad de los precios de las materias primas y barreras comerciales. Con un enfoque estratégico, el sector exportador peruano puede contribuir significativamente con el crecimiento económico del país.

LEE MÁS:

CCL: Exportaciones peruanas de cultivos no tradicionales recuperarán su productividad en el primer trimestre de 2025

CONOCE NUESTRO TIKTOK:

@camaracomerciolima #aprendeentiktok 📺 ¿Qué es la economía social de mercado? 📺 #camaracomerciolima #viralperu #economiperuana #tipfinanciero 🎵 Funk It Up – John Etkin-Bell

La importancia de registrar el nombre comercial

El **nombre comercial** es un signo distintivo que identifica y diferencia a una empresa en el mercado. En el país, registrarlo no solo representa una estrategia de marketing, sino también una herramienta de protección legal esencial para cualquier negocio. Esta acción es clave para garantizar derechos exclusivos y fortalecer la presencia empresarial.

Beneficios de registrar un nombre comercial

Contar con un nombre comercial debidamente registrado ofrece múltiples ventajas que contribuyen al éxito y sostenibilidad de las empresas. Entre los principales beneficios se encuentran:

1. **Identidad y reconocimiento:** el nombre comercial permite crear una identidad única para la empresa, facilitando su reconocimiento por parte de los consumidores.
2. **Protección legal:** al registrar el nombre comercial, se adquieren derechos exclusivos sobre su uso, lo que previene conflictos legales.
3. **Incremento del valor:** un nombre comercial bien establecido puede aumentar el valor de la marca, reforzando su reputación en el mercado.
4. **Competitividad:** diferenciarse de la competencia es crucial en mercados saturados, y un nombre comercial registrado cumple un papel decisivo en esta tarea.

Procedimiento y marco legal

En el Perú, el **Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual** (Indecopi) es

la entidad encargada del registro de nombres comerciales. Este registro otorga derechos exclusivos sobre el nombre por un periodo de 10 años, renovables de forma indefinida.

La normativa que regula esta materia está basada en la Decisión 486 de la Comisión de Acuerdo de Cartagena, la cual establece las normas para la protección de signos distintivos, incluyendo los nombres comerciales. Cabe destacar que el registro puede ser realizado tanto por personas jurídicas como por las naturales con negocio, sin necesidad de contar con una estructura societaria.

Registrar un nombre comercial en Perú es una inversión estratégica para cualquier empresa. Este proceso protege la identidad corporativa, evita conflictos legales y fortalece la presencia en el mercado. En un entorno competitivo, contar con un nombre comercial registrado es un paso decisivo hacia el crecimiento y sostenibilidad empresarial.

LEE MÁS:

Régimen del impuesto a la renta permite regularizar rentas no declaradas hasta el 2022

C ONOCE NUESTRO TIKTOK:

*@camaracomerciolima ¿Quieres sacar una tarjeta de crédito?
👉#@ #viralperu #tipfinanciero #economiaperu #bancoperu
#tarjetadecredito 🎧 Espresso – On Vacation Version – Sabrina
Carpenter*