

Campaña escolar 2025: mypes proyectan ventas de hasta S/ 1 200 millones

El Gremio de la Pequeña Empresa (PYME) de la Cámara de Comercio de Lima (CCL) afirmó que las micro y pequeñas empresas (mypes) mantienen **expectativas positivas** respecto a la campaña escolar o **Back to School**. Y es que, se proyecta un **crecimiento en las ventas de entre el 8 % y el 12 %** respecto a la campaña del 2024, impulsado por la **estabilidad económica** y la **reactivación del consumo** en las familias.

“En términos de valor, esto podría representar ventas de entre los **S/ 800 millones y S/ 1 200 millones** en el **mercado escolar**, lo que significa un monto relevante considerando que dicha campaña representa el **20 % de las ventas anuales** de estos negocios”, manifestó **Rodolfo Ojeda**, presidente del **Gremio Pyme de la CCL**.

Añadió que este contexto se convierte en una **gran oportunidad** para las mypes para implementar **herramientas digitales** como el **e-commerce**, las **aplicaciones móviles** y las **redes sociales**, facilitando así **ventas más efectivas**.

En relación con el **costo de la canasta escolar** de este año, el Gremio de la Pequeña Empresa de la CCL estimó que estará entre los **S/ 300 y S/ 450 por alumno**, dependiendo de la **calidad de los productos** y el tipo de **institución educativa (pública o privada)**.

“Una canasta básica incluye **mochila, cuadernos, blocks, lápices, lapiceros, borradores, colores, marcadores, folders, papelería, regla, tijeras y goma**; además de **uniformes escolares y calzado** en algunos casos. No obstante, si se añaden elementos específicos como **libros, tecnología educativa (tablets o laptops)** o productos de **marcas premium**, el costo

podría incrementarse ampliamente”, explicó **Ojeda**.

Sostuvo que, para este año, el **precio de los útiles escolares** presentará un **crecimiento moderado de entre 3 % y 5 %** en comparación con el año pasado, debido a factores externos como el **aumento de los costos de importación y materias primas**.

“Para enfrentar este desafío, las mypes están adoptando estrategias como **importar en mayores volúmenes, diversificar proveedores y promover productos nacionales**, que han mostrado un **crecimiento sostenido** en el mercado escolar”, anotó.

FINANCIAMIENTO

Con respecto al **financiamiento**, **Rodolfo Ojeda** consideró que el **40 % de las mypes** solicitarán **préstamos al sistema financiero** para poder cubrir necesidades de **inventario y flujo de caja**.

Precisamente, los **montos solicitados** para esta campaña escolar serán de entre los **S/ 10 000 y S/ 50 000**, con plazos que van desde los **6 a 12 meses**.

No obstante, afirma que el **acceso al crédito** sigue siendo un **reto importante** para las mypes, pues la mayoría está buscando **alternativas** como el **financiamiento directo de proveedores**, el **factoring** y las **líneas de crédito de corto plazo** para suplir estas necesidades.

LEE MÁS:

Cámara de Comercio de Lima brindará asistencia técnica a microempresarios de Chancay

CONOCE NUESTRO TIKTOK:

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