



COLEGIO DE ECONOMISTAS DE PIURA

N°043-2023

NOTA INFORMATIVA

21
NOV
2023

**EL RITMO DEL SECTOR
COMERCIO DISMINUYE,
¿CÓMO AFECTARÁ ESTO A
LA CAMPAÑA NAVIDEÑA?**



www.cepiura.org.pe

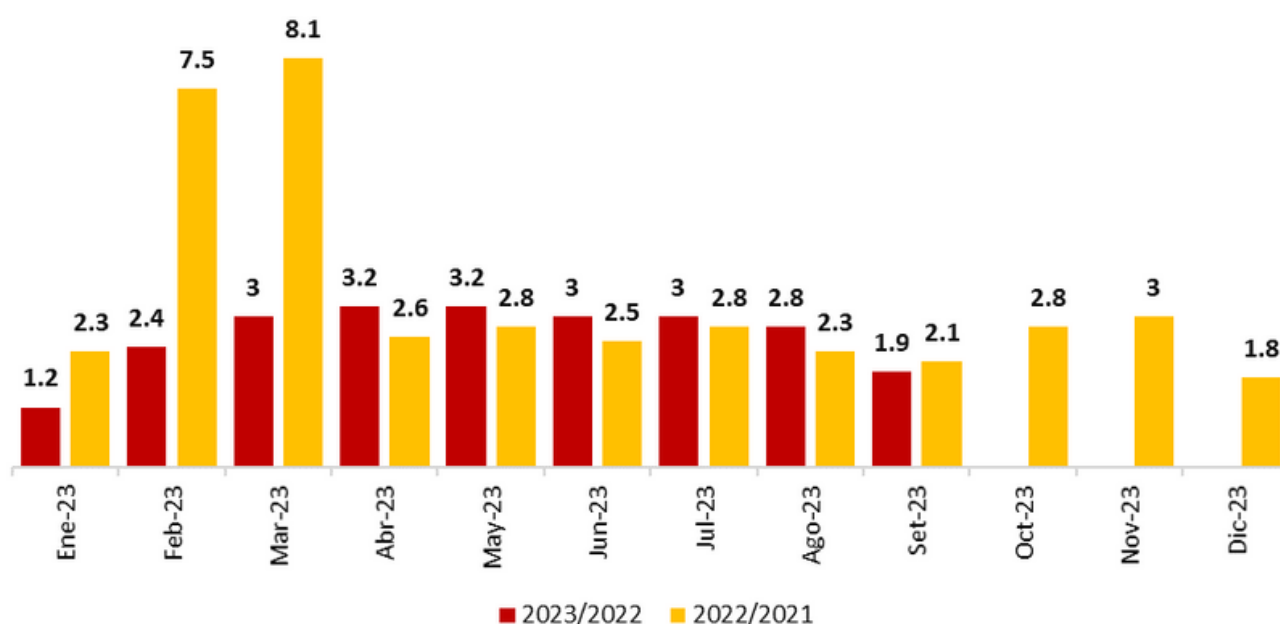


EL RITMO DEL SECTOR COMERCIO DISMINUYE, ¿CÓMO AFECTARÁ ESTO A LA CAMPAÑA NAVIDEÑA?

El sector comercio, que mostraba crecimiento en 2023, ahora experimenta una desaceleración frente a los efectos de la recesión. Aunque ha acumulado un crecimiento del 2.64% de enero a setiembre de 2023 en comparación con el mismo período del año anterior, el crecimiento mensual ha disminuido gradualmente, alcanzando una variación interanual del 1.89% en setiembre. Las cifras desestacionalizadas a su vez, revelan una caída del 0.33% en setiembre, la primera desde marzo de 2022.

Isaac Foinquinos, economista senior de Macroconsult, atribuye esta desaceleración al impacto persistente de la inflación en el poder adquisitivo de los consumidores y a la contracción económica general. Así mismo, de acuerdo con la última Encuesta Mensual de Expectativas Macroeconómicas del Banco Central de Reservas del Perú (BCRP), el sector comercio, muestra disminuciones en las ventas, órdenes de compra y demanda. Sin embargo, las expectativas de empleo a tres y doce meses aumentan. Según la Encuesta Permanente de Empleo Nacional (EPEN), el empleo cayó en este sector en el primer y segundo trimestre en 4.4% y 3.7% respectivamente. Caso diferente, para el tercer trimestre, en donde se mostró una recuperación de 8.5%, atribuido en parte a la absorción de empleo perdido en otros sectores afectados, como construcción y agricultura. A pesar de las fluctuaciones, el sector comercio ahora representa el 19.7% de la población ocupada, un aumento de 1.7 puntos porcentuales en comparación con el año anterior.

Evolución del Sector comercio, 2022-2023
(Var. anual %)



FUENTE: BCRP.





Efectos en la campaña Navideña

Según Sergio Cuervo, la campaña navideña de este año se caracterizará por un consumo cauteloso, con la gente priorizando gastos en medio de la recesión. Nos argumenta, que cuando hay recesión la gente va a comprar menos, reduciéndose los tickets de compra. Por otra parte, aunque se espera un impulso en el último trimestre por depósitos de CTS y gratificaciones, se prevé que este efecto sea temporal. El profesor Sergio Cuervo de ESAN Graduate School of Business destaca que, a pesar de la crisis, la campaña será comercial, pero alcanzar niveles anteriores será difícil. Así mismo, también se anticipa una mayor cautela durante el verano de 2024, agravada por los efectos del fenómeno de El Niño.

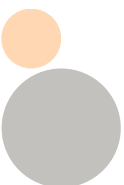
Del mismo modo, el profesor, señala que podría haber un efecto base en diciembre porque el año pasado fue por esas fechas que empezaron las protestas lo cual hizo que se pierda parte de la campaña, pero recién a partir del segundo trimestre del 2024 veremos una recuperación mayor.

Finalmente, Cuervo anticipa algo más de la actividad comercial hacia mediados del verano por la campaña escolar, en la cual nos dice que:



“Por la condición a la que estamos estaremos lejos de las campañas pre pandémicas, la gente va a guardar su dinero no solo pensando en el colegio, sino que entramos al 2024 con incertidumbre. En el Perú tenemos campañas bien marcadas, la navideña, campaña escolar, día de la madre, día del padre, Fiestas Patrias y luego nuevamente Navidad. Las personas guardan dinero para cada una de ellas”.

SERGIO CUERVO GUZMÁN
Profesor de ESAN Graduate School of Business.





OPINIÓN 2023

“

La expectativa de Macroconsult es que el comercio crezca 2.6% en el 2023 (por debajo del 3% proyectado por el BCRP) Y 2.8% en el 2024: Básicamente por el mayor crecimiento del PBI y porque la inflación va a ser mucha más baja el próximo año”

ISAAC FOINQUINOS

ECONOMISTA SENIOR DE MACROCONSULT



“COLEGIO DE ECONOMISTAS, CONTRIBUYENDO CON LA ECONOMÍA REGIONAL”



COLEGIO DE ECONOMISTAS DE PIURA

Correo: secretaria@cepiura.org.pe

Dirección: Calle Arequipa 642 Piso N°2 Plaza Fuerte - Piura.

Director Académico y Estudios Económicos:
GUSTAVO MENDOZA RODRÍGUEZ

Análisis Económico:
DANIEL GUTIÉRREZ SALDARRIAGA

Diseño y Edición:
MANUEL CASTILLO JARA

Equipo de investigación:
BRIGITT PAOLA DUVAL AGURTO
JOSE LUIS ARELLANO GARCIA

Búscanos en:

