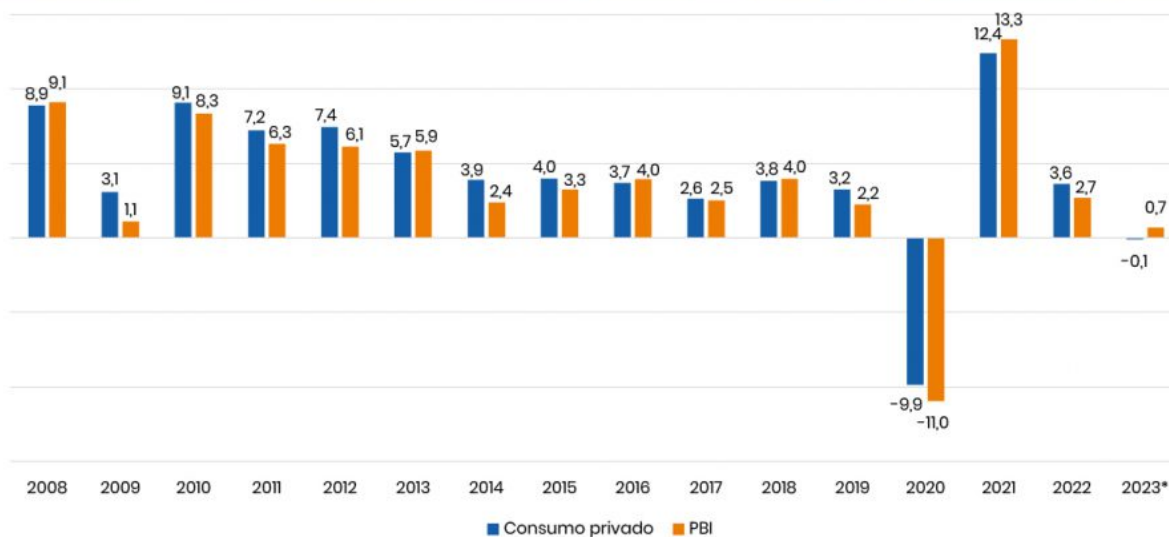


¿Cómo podría impactar una recesión a las mipymes del Perú?

La recesión económica que afecta al **Perú** plantea un desafío significativo para las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes). La contracción del **Producto Bruto Interno (PBI)** en la mayoría de los sectores ha llevado al **Ministerio de Economía y Finanzas (MEF)** a confirmar la presencia de una recesión en el país. Esto se traduce en una disminución de la producción y las ventas de las empresas, siendo especialmente perjudicial para las mipymes que enfrentan una feroz competencia informal y altos costos de financiamiento.

PBI y consumo privado
(Variación % anual)



Fuente: BCRP

Elaboración: IEDEP

Es fundamental en estos momentos aminorar los efectos de la

recesión y reactivar la economía. El pesimismo en la confianza del consumidor conlleva una reasignación de gastos hacia productos esenciales, lo que afecta negativamente a las **mipymes**. Esto se traduce en problemas de liquidez debido a menores ingresos y retrasos en los pagos a proveedores y trabajadores. En este contexto, es esencial garantizar el acceso a financiamiento para que estas empresas puedan mantenerse en una coyuntura adversa.

Lee también: La CCL presenta propuestas de reactivación económica para fortalecer la economía nacional

Es, pues, un desafío para las mipymes mantener sus operaciones durante una recesión económica. No obstante, es fundamental que estas identifiquen y capitalicen oportunidades en nichos de mercado que vayan a ser desatendidos o que no han sido atendidos de manera adecuada por las grandes empresas. Durante una **recesión**, los patrones de consumo y de compra se modifican como respuesta a un ingreso familiar menor, lo que puede abrir oportunidades para las **mipymes**. Asimismo, se debe disminuir los riesgos que puedan afectar el desempeño de los negocios, como un sobreendeudamiento, una inversión excesivamente riesgosa o una pérdida de importantes clientes. Las experiencias de crisis anteriores nos pueden dar luces de cómo se mueve el mercado, aunque hay que tener presente que no todas las crisis son iguales.

Crisis financiera 2009

En el año 2009, el mundo enfrentó la primera **recesión del siglo XXI**, que, además, fue catalogada en esos momentos como la más profunda de las últimas décadas. La crisis de confianza en el sistema financiero internacional provocó la brusca caída del consumo y la inversión, así como el deterioro considerable en el comercio internacional, por mencionar algunas de las dificultades que se evidenciaron.

En 2009, el Perú no cayó en una recesión, pero sí registró una marcada desaceleración de su PBI pasando de una tasa de **9,1 % en 2008 a 1,1 % en 2009**, empero el consumo privado se mantuvo gracias a que siguió aumentando el empleo y así la crisis fue de corta duración.

Según el reporte de **Ventas Declaradas de la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (Sunat)**, de un total de 33 actividades económicas de las que se dispone información, en 20 de ellas se visualizó la contracción de sus ventas en el año 2009 con respecto a 2008. Las caídas se concentraron en los sectores agrícola, minería e hidrocarburos, gran parte de la manufactura, así como el comercio automotor y al por mayor.

Entre tanto, las ventas crecieron en productos cárnicos (10 %), construcción (22,6 %), educación (21,1 %), salud (15,1 %), telecomunicaciones (6,5 %), turismo y hotelería (2,6 %). Dentro de servicios, la actividad con mayor crecimiento fue la de intermediación financiera por las políticas de facilitación del crédito de la época (22,8 %). Este sostenimiento del crédito facilitó el crecimiento del comercio minorista (3,7 %), sobre todo el referido al retail moderno, que en esos años se expandía con la apertura de centros comerciales tanto en la capital como en el interior del país.

Crisis sanitaria de 2020

Después de once años de la crisis financiera, el mundo se vio envuelto en una de las peores crisis sanitarias de la historia, no solo por el efecto en la actividad económica, sino porque cobró la vida de millones de personas en el mundo. El distanciamiento social y las medidas de contención en el caso peruano alteraron fuertemente los patrones de consumo y las operaciones comerciales que, a su vez, incidieron negativamente en las ventas de 29 de las 33 actividades económicas analizadas.

En ese periodo las únicas actividades que incrementaron ventas fueron las denominadas actividades esenciales, como aquellas ligadas al sector agropecuario (9,3 %), salud (4,4 %), elaboración de productos cárnicos (11,5 %), azúcares (12,1 %) y la generación de energía eléctrica y agua (0,3 %).

Crisis del costo de vida en 2023

En los dos últimos años, en el mundo se ha vivido una **inflación elevada**, la cual se viene combatiendo con alzas en las tasas de referencia de los países. En el caso peruano, se sumaron las condiciones climáticas adversas, además de la inestabilidad política y social. Según información de **Sunat**, durante 2023 hubo una disminución en las ventas en 20 actividades económicas con respecto a 2022, destacándose conservas y productos de pescado (-26,6 %), azúcar (-25,9 %), textil, cuero y calzado (-12,3 %), industria del papel e imprenta (-2 %), transportes (-9 %), comercio al por mayor (-2,2 %) y comercio al por menor (-1 %).

Ante la persistencia de la **inflación**, la reducción del poder adquisitivo de los hogares ha presionado hacia el consumo de nuevas marcas y productos que antes de la pandemia no se adquirirían, primando las compras racionales y la priorización de categorías de consumo. Desde mediados de 2022 al presente, se valora más el rendimiento y menor precio por gramo a través de formatos más grandes y hay preferencia por las compras a granel.

Por otro lado, la racionalización se presenta en todos los perfiles del consumidor. Según la consultora Kantar, durante el segundo trimestre del año, la tendencia ha sido adquirir un menor volumen e incrementar la frecuencia de compra pasando de 80 a 86 veces en un trimestre. Otra de las tendencias es el consumo de **segunda mano**; esta preferencia se relaciona con la reducción de los ingresos y la mayor disponibilidad de productos en línea gracias a plataformas de E-commerce. En la

región, la líder en esta práctica es **Argentina**, con un porcentaje de uso de 36 %; le siguen **México**, con 28 %; y **Chile**, con 26 %.

A nivel de compras en supermercados, los productos de marcas propias se constituyen como una alternativa de ahorro, tanto así que el Perú se posiciona como el de mayor penetración de consumo de marca propia. Una gran oportunidad para las pymes (pequeñas y medianas empresas), las que son principales proveedores de dichos productos. Según datos de Cencosud, las marcas propias representan el 12,8 % en el rubro de alimentos y 36 % en el rubro de no alimentos, superando el promedio de su participación en ventas en sus filiales de la región.

Finalmente, es importante remarcar que el principal apoyo para las **mipymes** es lograr la pronta reactivación económica, a partir de un trabajo conjunto del sector privado y público.

Participación de marcas propias en ventas totales por países (%)

	Alimentos		No alimentos		Total	
	2T-23	2T-22	2T-23	2T-22	2T-23	2T-22
Chile	10,5	9,8	25,4	26,5	15,2	15,9
Argentina	10,4	9,7	11,2	15,7	10,7	12,1
Brasil	3,1	3,4	4,1	6,5	3,3	3,8
Perú	12,8	14,0	36,0	37,4	16,2	18,0
Colombia	6,2	5,5	11,1	10,8	7,8	7,5
EE.UU.	30,8	ND	1,5	ND	29,4	ND
Total	12,7	9,0	19,9	23,3	14,6	13,6

Comportamiento de venta de sectores en diferentes tipos de crisis

Sectores	Crisis financiera subprime			Crisis sanitaria COVID-19			Crisis del costo de vida		
	Ventas declaradas		Var. %	Ventas declaradas		Var. %	Ventas declaradas		Var. %
	2008	2009	2009/2008	2019	2020	2020/2019	2022	2023	2023/2022
Sectores	570 051	563 716 ↓	-1,1	1 214 674	1 094 529 ↓	-9,9	1 717 568	1 712 406 ↓	-0,3
Agropecuario	11 664	12 049 ↑	3,3	32 146	35 134 ↑	9,3	51 539	54 329 ↑	5,4
Agrícola	5 287	5 248 ↓	-0,4	19 445	21 801 ↑	12,1	31 520	32 568 ↑	3,3
Pecuario	5 688	6 179 ↑	8,6	11 669	12 482 ↑	7,0	18 456	20 455 ↑	10,8
Silvicultura	709	621 ↓	-12,4	1 032	851 ↓	-17,6	1 564	1 383 ↓	-11,6
Pesca	4 126	4 403 ↑	6,7	6 509	5 700 ↓	-12,4	9 084	8 270 ↓	-9,0
Minería e Hidrocarburos	74 517	67 246 ↓	-9,8	117 483	110 967 ↓	-5,5	199 329	203 746 ↑	2,2
Minería	54 966	50 696 ↓	-7,8	95 383	95 657 ↑	0,3	148 233	168 277 ↑	13,5
Hidrocarburos	19 552	16 550 ↓	-15,4	22 099	15 310 ↓	-30,7	51 097	35 894 ↓	-29,8
Manufactura	120 116	106 709 ↓	-11,2	189 722	168 825 ↓	-11,0	281 485	260 303 ↓	-7,5
Procesadores de recursos primarios	30 135	24 108 ↓	-20,0	42 734	31 751 ↓	-25,7	61 332	45 750 ↓	-25,4
Conservas y productos de pescado	5 588	5,203 ↓	-6,9	9 723	8 895 ↓	-8,5	13 631	10 011 ↓	-26,6
Refinación de petróleo	22 997	17 038 ↓	-25,9	30 249	19 766 ↓	-34,7	43 066	34 943 ↓	-18,9
Productos cárnicos	369	406 ↑	10,0	858	956 ↑	11,5	1 642	1 753 ↑	6,8
Azúcar	1 182	1 462 ↑	23,7	1 905	2 134 ↑	12,1	2 993	2 219 ↓	-25,9
Industria no primaria	89 981	82 601 ↓	-8,2	146 988	137 074 ↓	-6,7	220 153	214 537 ↓	-2,6
Alimentos, bebidas y tabaco	24 251	24 216 ↓	-0,1	48 242	48 427 ↑	0,4	70 387	70 658 ↑	0,4
Textil, cuero y calzado	12 402	10 817 ↓	-12,8	13 782	11 210 ↓	-18,7	20 843	18 275 ↓	-12,3
Industrias diversas	6 401	6 047 ↓	-5,5	10 807	9 247 ↓	-14,4	12 273	14 088 ↑	14,8
Industria del papel e imprenta	5 712	5 632 ↓	-1,4	9 322	7 389 ↓	-20,7	12 565	12 309 ↓	-2,0
Productos químicos, caucho y plástico	14 714	13 854 ↓	-5,8	26 619	25 904 ↓	-2,7	41 259	39 470 ↓	-4,3
Minerales no metálicos	5 689	5 789 ↑	1,8	10 616	9 930 ↓	-6,5	17 368	16 968 ↓	-2,3
Productos metálicos, maquinaria y equipo	16 019	12 613 ↓	-21,3	21 814	19 808 ↓	-9,2	34 591	32 740 ↓	-5,4
Industrias del hierro y acero	4 794	3 634 ↓	-24,2	5 786	5 158 ↓	-10,8	10 868	10 209 ↓	-6,1
Otros servicios	146 907	160 349 ↑	9,1	422 969	357 890 ↓	-15,4	517 944	547 757 ↑	5,8
Generación de energía eléctrica y agua	12 669	14 199 ↑	12,1	37 485	37 579 ↑	0,3	48 070	53 636 ↑	11,6
Otros	51 183	52 852 ↑	3,3	123 818	98 786 ↓	-20,2	134 901	144 321 ↑	7,0
Turismo y hotelería	6 430	6 597 ↑	2,6	21 883	10 648 ↓	-51,3	25 775	28 136 ↑	9,2
Transportes	21 097	21 755 ↑	3,1	71 374	56 178 ↓	-21,3	95 772	87 140 ↓	-9,0
Telecomunicaciones	14 330	15 261 ↑	6,5	30 757	25 243 ↓	-17,9	31 787	33 806 ↑	6,4
Intermediación financiera	26 724	32 822 ↑	22,8	92 098	88 392 ↓	-4,0	126 581	139 839 ↑	10,5
Administración pública y seguridad social	5 673	6 445 ↑	13,6	13 376	12 411 ↓	-7,2	15 601	16 442 ↑	5,4
Enseñanza	4 821	5 837 ↑	21,1	16 295	12 077 ↓	-25,9	18 247	20 727 ↑	13,6
Salud	3 979	4 582 ↑	15,1	15 884	16 575 ↑	4,4	21 210	21 815 ↑	2,9
Construcción	22 187	27 205 ↑	22,6	70 986	55 752 ↓	-21,5	87 361	86 258 ↓	-1,3
Comercio	190 533	185 756 ↓	-2,5	374 859	360 262 ↓	-3,9	570 826	564 199 ↓	-1,2
Comercio automotor	25 853	23 309 ↓	-9,8	55 311	45 154 ↓	-18,4	84 380	86 836 ↑	2,9
Comercio al por mayor	123 770	120 026 ↓	-3,0	227 955	225 957 ↓	-0,9	361 570	353 565 ↓	-2,2
Comercio al por menor	40 910	42 420 ↑	3,7	91 593	89 150 ↓	-2,7	124 876	123 688 ↓	-1,0

Fuente: SUNAT

Elaboración: IEDEP

LEER MÁS:

“Para las mypes será un desafío mantener sus operaciones en una recesión económica”

