

En los dos primeros meses del año, este sector sumó un crecimiento acumulado de 3,16%

SECTOR SERVICIOS PRESTADOS A EMPRESAS AUMENTÓ 2,92% Y ACUMULÓ 22 MESES DE CRECIMIENTO CONSECUTIVO

En febrero 2019, el sector de Servicios Prestados a Empresas creció en 2,92%, en comparación con similar mes del año anterior y reportó comportamiento positivo por vigésimo segundo mes ininterrumpido; así lo dio a conocer el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI).

Los resultados de la Encuesta Mensual de Servicios Prestados a Empresas que incluyó una muestra de 2 mil 19 empresas, revelaron que este sector presentó una variación acumulada de 3,16%, en primer bimestre del año.

Actividades profesionales, científicas y técnicas aumentaron en 4,16%

En el mes de estudio, las actividades profesionales, científicas y técnicas se incrementaron 4,16% impulsado por el buen desempeño de las actividades de arquitectura e ingeniería en la elaboración de proyectos mineros, construcción, telecomunicaciones, energía, soluciones tecnológicas y supervisión de obras.

Además, crecieron las actividades de consultoría de gestión empresarial por el mayor requerimiento de asesoría en tecnología, operaciones, disrupción en negocios, evolución de procesos, planes y estrategias organizacionales. Similar tendencia, reportaron las actividades jurídicas por el incremento de clientes en el área civil, penal, judicial, asesoría notarial y casos asignados por el sector bancario, corporativo, inmobiliario y minero.

Por el contrario, disminuyeron las actividades de contabilidad, teneduría de libros y auditoría debido a la culminación de contratos en de auditorías y asesorías contables.

Actividades de servicios administrativos y de apoyo crecieron en 1,87%

El INEI informó que las actividades de servicios administrativos y de apoyo creció en 1,87% principalmente por las actividades de seguridad privada debido a mayor contratación de personal de seguridad para instituciones educativas, corporaciones, pymes, hogares y centros comerciales; traslado y logística de valores; gestión de riesgos y resguardo personal.

Paralelamente, crecieron las actividades de envase y empaque de bebidas, alimentos, productos farmacéuticos y cosméticos; las actividades de agencias de cobranza y agencias de información crediticia, mostraron incremento en la gestión de cobranzas telefónicas, domiciliaria y Courier; limpieza general de edificios aumentó debido a la contratación de servicios de limpieza integral de instalaciones por inicio de actividades en instituciones y centros educativos; servicios de mantenimiento y saneamiento ambiental. A su vez, el alquiler y arrendamiento operativo de vehículos automotores aumentó por arrendamiento de vehículos livianos y pesados.

Somos más que cifras

En cambio, disminuyó la actividad en las agencias de empleo que disminuyeron su actividad por menor búsqueda y contratación de personal; alquiler y arrendamiento operativo de otros tipos de maquinarias decreció por paralización de obras debido a intensas lluvias y ausencia de trabajo en Lima y provincias.

Menor afluencia de pasajeros afectó la actividad de las agencias de viaje y operadores turísticos

En el mes de estudio, las agencias de viajes y operadores turísticos se contrajo en 3,13% debido a la menor actividad en agencias de viaje asociado a la poca afluencia de pasajeros y cancelación de vuelos aéreos por cierre de zonas ante temporada de lluvias y manifestaciones en ciertas regiones del país.

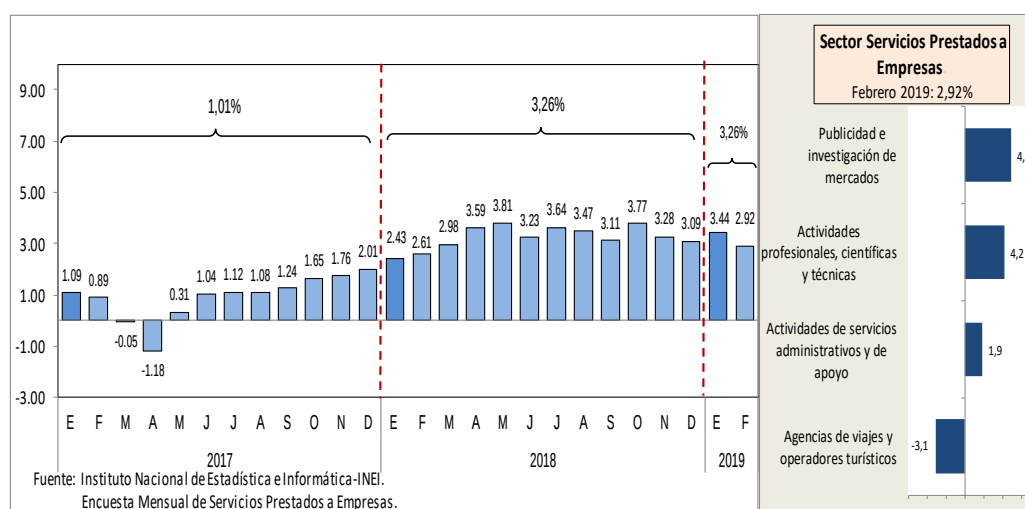
Cabe indicar que este resultado se explicó porque en febrero del año 2018 estuvo influenciado por el evento del Mundial de Fútbol, el cual incrementó la venta de pasajes aéreo. Por otro lado, los operadores turísticos mostraron comportamiento positivo ante la mejora de servicios de programas y experiencias turísticas.

Publicidad e investigación de mercados aumentó en 4,88%

En febrero de 2019, la publicidad e investigación de mercados aumentó en 4,88% destacando la rama de publicidad que incluyó proyectos de marketing (diseños, branding, programas, contenidos, lanzamientos) y campañas de publicidad por medios offline (spot tv, radio, periódico, paneles, cines) y online (redes sociales, marketing relacional), además de activaciones BTL y trade marketing (exhibiciones, promotores de venta, canales comerciales, eventos) para posicionar la marca.

La misma tendencia mostró la actividad de investigación de mercados y realización de encuestas de opinión pública (evaluación de las autoridades públicas, aprobación del alcalde de Lima, predicciones para el cierre del año 2019), así como estudios de mercado y socioeconómicos.

PRODUCCIÓN DEL SECTOR SERVICIOS PRESTADOS A EMPRESAS (Variación porcentual respecto a similar mes del año anterior)



Agradecemos su publicación

Oficina Técnica de Difusión