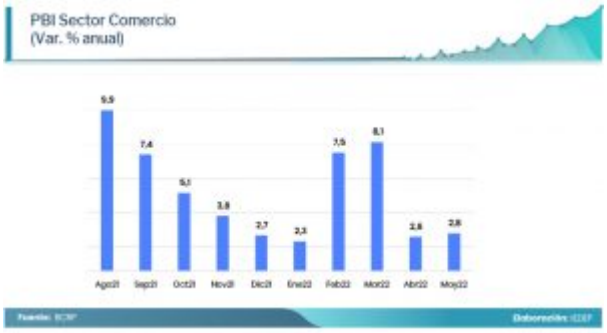
Radiografía del sector comercio

El sector comercio lleva quince meses de crecimiento sostenido, recuperándose de los 12 meses de caída producto de la crisis provocada por la COVID-19. Hay que recordar que este sector, junto con servicios, fueron los más afectados por las medidas de contención y control de aforos que limitó sus actividades productivas.

En el mes de mayo el sector comercio creció 2,8%, acumulando en lo que va del año una expansión de 4,6%, y registrando tasas mensuales similares a las alcanzadas en los meses prepandemia. De sostenerse esta tendencia, el PBI comercio crecería 4,1% en 2022 por encima del proyectado para el PBI total (3,1%).



Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), en los cinco primeros meses del año el comercio al por mayor y al por menor alcanzaron tasas de crecimiento de 4,6% y 3,4%, respectivamente. Entretanto, el comercio de vehículos automotores tuvo una importante recuperación de 9,8%.

Los resultados de mayo responden en gran medida al crecimiento de comercio al por mayor (2,4%), impulsado por la venta de maquinaria y equipo, alimentos, bebidas y tabaco, sustancias químicas de uso industrial y materiales plásticos, productos textiles, prendas de vestir y calzado y la venta de materias primas agropecuarias aportando 1,63 puntos porcentuales (p.p.) al crecimiento total de sector comercio. A esto se suma la mayor comercialización de vehículos (10,4%) y que agregó 0,75 p.p. al crecimiento del sector.

En lo que respecta al comercio al por menor (1,8%) la recuperación paulatina del empleo formal, así como medidas como la disponibilidad de la CTS y la campaña por el Día de la Madre llevaron a un aporte de 0,44 p.p. al crecimiento del sector destacando las ventas de prendas de vestir y calzado, cosméticos y artículos de tocador, libros, periódicos y artículos de papelería, productos farmacéuticos y medicinales y venta de productos en tiendas por departamento.

Empleo formal

Según planilla electrónica, en abril de 2022, el número de trabajadores formales del sector privado que laboran en el sector comercio ascendió a 631.000 trabajadores, un crecimiento de 8,2% respecto a abril de 2021; En Lima Metropolitana, el número de trabajadores formales en el sector comercio se ubica en alrededor de 388.000.

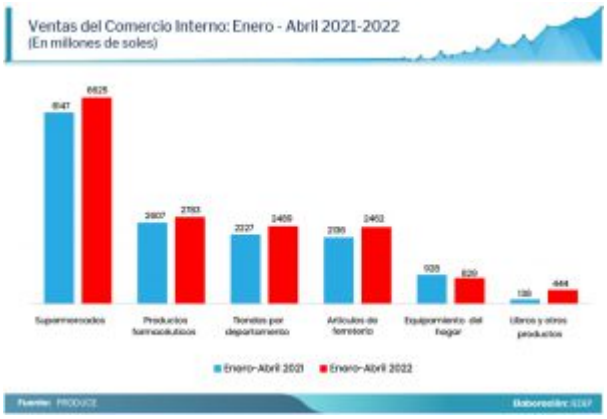
Según el perfil de los trabajadores del sector, 53% son hombres, 40% mujeres y 7% no precisa. A ello, se suma una distribución algo homogénea entre los distintos tamaños de

empresas: el 37% de los trabajadores del sector laboran en empresas de 1 a 10 trabajadores, 39% en empresas de 11 a 100 trabajadores y 25% en aquellas de más de 100 trabajadores.

Por grupo etario, el 40,2% en encuentra entre los 30 y 45 años y un 30,4% entre los 15 y 29 años. Asimismo, el 77% se encuentra en el régimen privado general, el 36,8% a plazo indeterminado y el 42,2% a plazo determinado temporal.

Ventas del sector comercio

Según cifras del Ministerio de la Producción (Produce), el mayor crecimiento del sector comercio impacta positivamente en los objetivos de ventas. Tal es así que el comercio interno de grandes almacenes movió en los primeros cuatro meses del año ventas por S/ 15.634 millones, avanzando 10,2% respecto a similar periodo del 2021.



Destacan las ventas de supermercados, las que acumularon S/ 6.625 millones con una participación del 42,4% del total y un incremento de 7,8% respecto al 2021. Los Productos farmacéuticos, medicinales y cosméticos con ventas de S/ 2.783

millones y una participación del 17,8% del total. Las tiendas por departamentos y los artículos de ferretería con ventas muy similares cada uno con una participación del 15,9%.

En cuanto a desempeño, el rubro de libros, periódicos y otros productos tuvo una recuperación en ventas de 221,8% en lo que va del año, registrando ventas de S/ 44,2 millones similares a los niveles de prepandemia. En el caso del rubro de aparatos, muebles y equipos de equipamiento del hogar las ventas han caído en 10,7% pero se espera para los próximos meses, dado que las cifras presentadas son al mes de abril.

Un factor adicional que ha contribuido a las mayores ventas en grandes almacenes son los créditos de consumo, los que, a mayo, alcanzaron S/ 83.271 millones, lo que significó una expansión de 20,7% respecto a mayo de 2021. Ello, acompañado con la recuperación en el dinamismo de las tarjetas de crédito (24,4%), alcanzando un valor de S/ 17.629 millones.

Además, la cartera atrasada de este tipo de créditos llega a 3,7% manteniéndose estable en los últimos tres años y por debajo de las registradas por créditos a micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes).

Inversiones

Los retailers han retomado sus proyectos de expansión. Así, la Cartera de Proyectos 2023 del IEDEP reúne cuatro anuncios de inversión para el próximo año, tres en la ciudad capital y uno

en la región Loreto. La inversión en estos centros comerciales alcanzaría los US$ 568 millones.

Entre los principales anuncios destaca el Megaproyecto a cargo de Intercorp denominado Plaza Center Rex, un proyecto de infraestructura comercial y residencial con una inversión de US$ 400 millones para la construcción de más de 4.500 nuevos departamentos, que se unirán al centro comercial, bancos, colegio y centro médico, entre otros.

Por su parte, Ripley ha retomado dos de sus tres proyectos anteriormente anunciados. Se trata del Mall Aventura Iquitos y Mall Aventura SJL, invirtiendo por ambos US$ 153 millones. También se encuentra el proyecto Centro Comercial Gastronómico Plaza Los Reyes, con una inversión de US$ 15 millones a desarrollarse en el Centro de Lima.

En tanto, desarrolladores con presencia en Lima incursionan por primera vez en provincias como el caso del Grupo Eco Plaza que para el 2023 planea abrir su primer local en Piura, en tanto se expandirá en Cusco, Ayacucho y Pucallpa con galerías y mercados.