



PERÚ

Ministerio  
de la Producción

Oficina de Estudios Económicos

Mayo 2019

**Boletín de  
Comercio Interno**

# Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas especializadas

## **BOLETÍN DE COMERCIO INTERNO**

GRANDES ALMACENES, SUPERMERCADOS Y TIENDAS ESPECIALIZADAS

Editado por:

MINISTERIO DE LA PRODUCCIÓN

Calle Uno Oeste N° 060 - Urb. Córpac - San Isidro, Lima, Perú

[www.produce.gob.pe](http://www.produce.gob.pe)

1era Edición, Mayo 2019

Esta publicación es un producto de la Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos de la Secretaría General del Ministerio de la Producción



# Índice

Mayo 2019

## Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas especializadas

Introducción	3
Producción total versus sector comercio	4
Desempeño según actividades	5
Otras variables del sector	15
Número de tiendas	16
Proyectos de inversión	17

# Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas especializadas

Boletín Estadístico – Mayo de 2019

## Introducción

En mayo 2019 las ventas del comercio interno avanzaron en 3.1% interanual. Dicho avance fue resultado del continuo dinamismo de la actividad de boticas y farmacias (25.0%), pero atenuado por la disminución en las ventas de la actividad de tiendas por departamento y supermercados (0.1%), ferreterías y equipamiento del hogar (-6.0%) y la actividad de libros, periódicos y artículos de papelería en -16.4%.

En este mes, el desempeño positivo mostrado por el comercio interno, fue debido a la buena performance que

vienen manteniendo las ventas en boticas y farmacias, ante la mayor demanda de productos medicinales y de cuidado personal (mayor preferencia de la población por productos de calidad y seguridad en desmedro de productos informales); sin embargo, se observa una ligera disminución en ventas en las actividades de tiendas por departamento y supermercados, menores ventas de productos relacionados a la actividad de ferreterías y equipamiento del hogar, y de la actividad de libros, periódicos y artículos de papelería.



## Ventas internas

Según grupo y clase CIU, <sup>2/</sup> May 2018 - May 2019

(Miles de soles a precios corrientes)

CIU <sup>(a)</sup>	Actividad	May-18 <sup>(b)</sup>	May-19 <sup>(b)</sup>	Var. (%) May 19/18
	Total	3,276,206	3,378,077	3.1
471	Tiendas por departamento <sup>1/</sup> y supermercados	1,885,877	1,884,441	-0.1
475	Ferreterías y equipamiento del hogar	711,613	669,083	-6.0
4772	Boticas y Farmacias	621,025	776,303	25.0
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	57,691	48,250	-16.4

Notas:

(a) Grupo CIU (tres dígitos), Clase CIU ( cuatro dígitos)

(b) Cifras sujetas a reajuste.

<sup>1/</sup> Se refiere a tiendas de grandes dimensiones con variedad de productos.

<sup>2/</sup> Las ventas de comercio interno corresponden a Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas y representan aprox. el 98,5% del total; sin incluir las ventas al por menor de combustibles de la actividad CIU 4730.

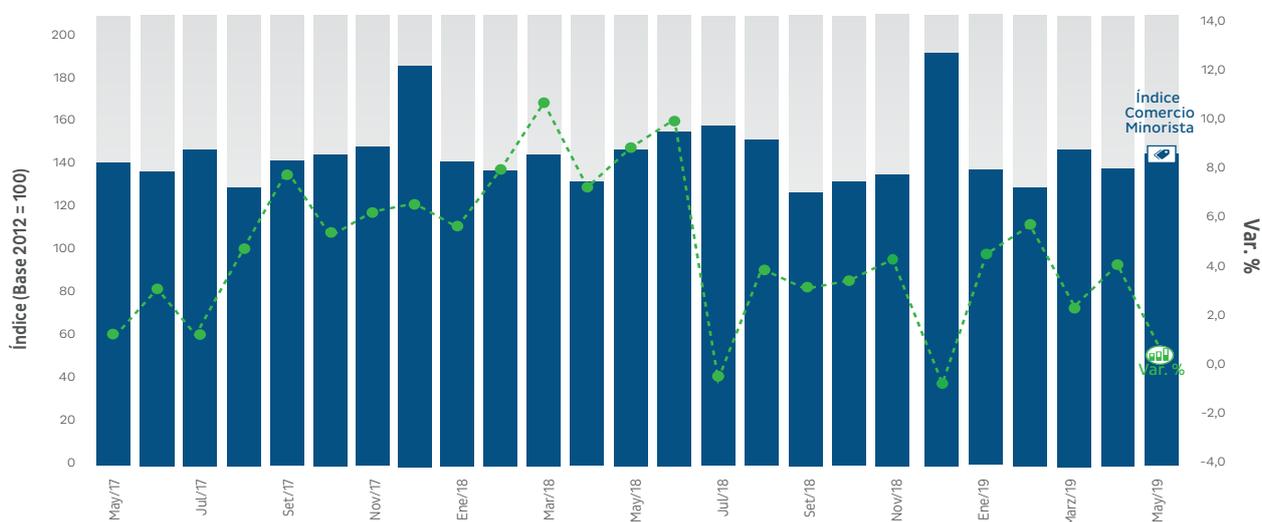
Fuente: Estadística mensual de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Elaboración: Elaboración: PRODUCE-Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

<sup>1</sup> En el presente boletín, las ventas del comercio interno se aproximan como las ventas de los grandes almacenes, supermercados y tiendas especializadas, agregando las actividades del grupo CIU 471 y 475, y de las clases CIU 4772 y 4761 de revisión 4.

Las ventas del comercio interno para el periodo de enero 2017 - mayo 2019, se ha mantenido como resultado de las campañas de precios bajos, particularmente en las actividades de supermercados y tiendas por departamento, así como en boticas y farmacias. Esta tendencia va en línea con la recuperación de la demanda interna.

## Índice y variación porcentual de comercio minorista (Mayo 2017 - Mayo 2019)

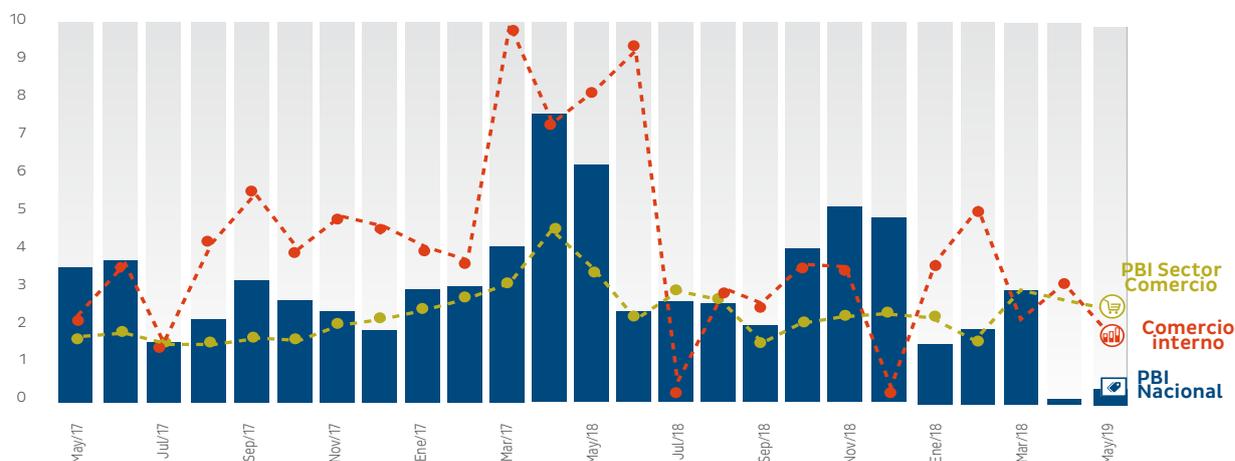


Fuente: INEI, BCRP y Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas  
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE).

## Producción total versus sector comercio

En mayo del 2019 el PBI nacional creció ligeramente 0.6%, respecto a similar periodo del año anterior. Por su parte, el sector comercio registró un incremento de 2.3%, ante el buen desempeño que viene atravesando el comercio interno, el cual creció 2.5% interanual, favorecido por el avance de la actividad de boticas y farmacias.

## Variación porcentual<sup>2</sup> del PBI nacional, PBI sector comercio e índice de comercio interno<sup>1</sup> (May 2017- May 2019)



Nota: 1/ El índice de ventas de comercio interno corresponden a las ventas de Grandes Almacenes, Supermercados y tiendas Especializadas.

2/ Las variaciones porcentuales del PBI nacional y del sector comercio a precios constantes de 2007 y del comercio interno con año base 2012.

Fuente: INEI, BCRP y Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas  
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE).

## Desempeño según actividades

### Ventas en tiendas por departamento y supermercados

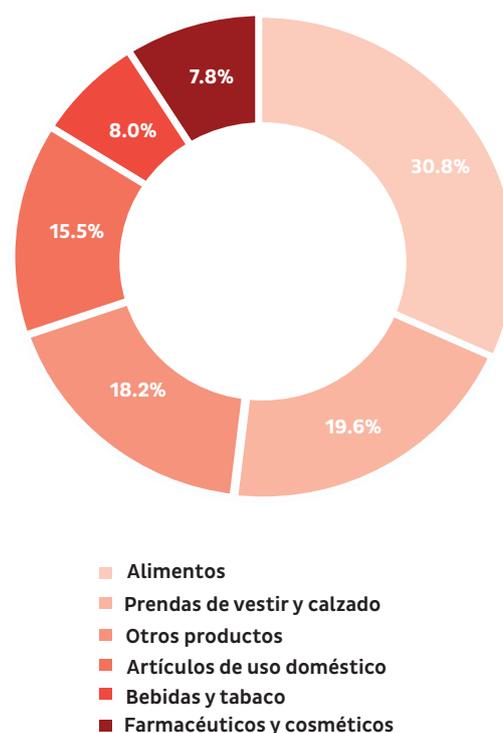
Para mayo del 2019, las ventas de la actividad de tiendas por departamento y supermercados alcanzaron una ligera disminución, registrando en este mes una tasa de -0.1% interanual. Este resultado se dio por las menores ventas de artículos de uso doméstico en comparación del mismo mes del año anterior (mes en el que se llevaba a cabo el mundial de fútbol Rusia 2018); así como las menores ventas de la línea de prendas de vestir y calzados debido a la fuerte competencia de productos con menor precio y variedad de otros canales de venta.

En mayo del 2019, las líneas de alimentos, prendas de vestir y calzado, y otros productos, concentraron el 70.9% del valor de ventas de la actividad de tiendas por departamento y supermercados. En tanto, el restante 29.1% correspondió a productos como artículos de uso doméstico, bebidas y tabaco, y de productos farmacéuticos y cosméticos.

Las principales empresas que destacan en esta actividad son: Supermercados Peruanos, Cencosud Retail Perú, Hipermercados Tottus, Saga Falabella, Tiendas Ripley y Makro Supermayorista, las cuales representaron en conjunto el 91.1% del total facturado.

El desempeño positivo mostrado por la actividad de tiendas por departamento y supermercados, fue principalmente por la recuperación del consumo de las familias, así como por la recuperación de la inversión privada en la segunda mitad del año, lo cual permitió mejorar el nivel de empleo e ingresos de los hogares, permitiéndoles acceder a un mayor consumo. Sin embargo, en los últimos 4 meses de 2019, las ventas de esta actividad vienen registrando tasas menores al del 2018.

 **Participación %**  
**Líneas de productos en tiendas por departamentos<sup>1/</sup> y supermercados**  
(May 2019)



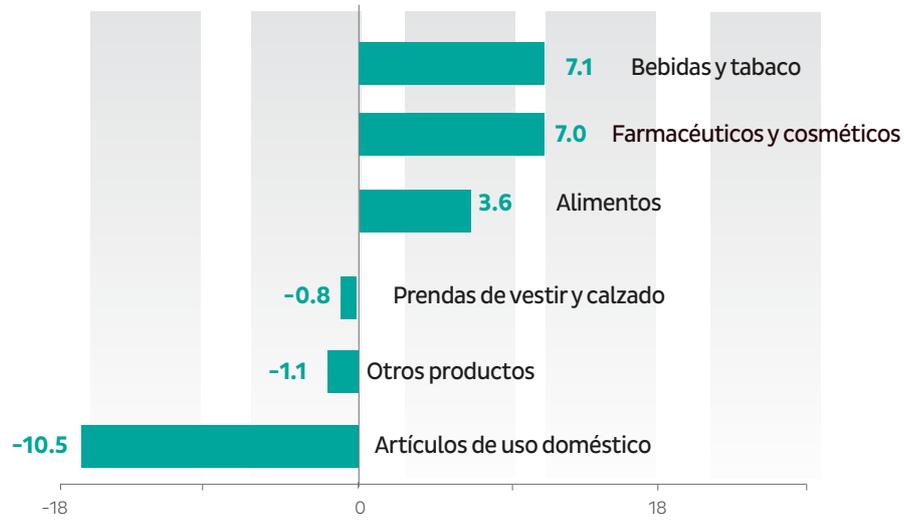
Nota: 1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos.

Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas.  
Elaboración: PRODUCE-Oficina de Estudios Económicos (OEE)



# Ventas por líneas de productos

Tiendas por departamento<sup>1/</sup> y supermercados, Mayo 2019 (Var.%)

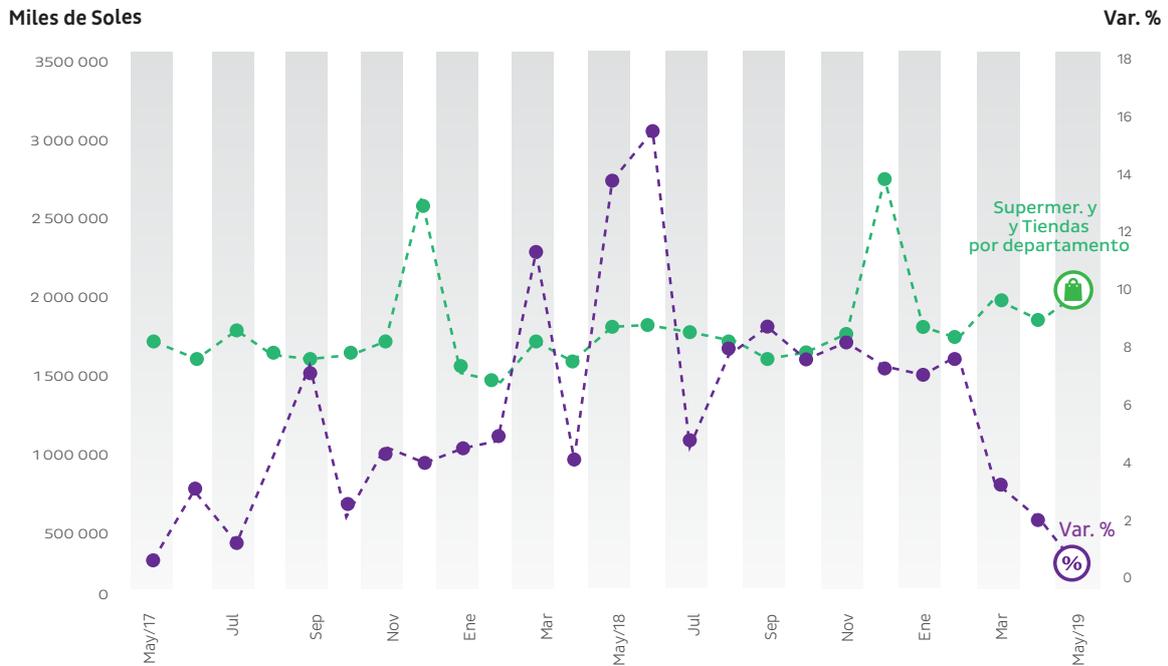


Nota: 1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos.  
 Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas  
 Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



# Evolución y variación porcentual

Ventas internas de tiendas por departamento<sup>1/</sup> y supermercados (May 2017 - May 2019)



Nota: Referente a las principales variaciones del mes.  
 1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos.  
 Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas.  
 Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)

## Ventas de productos de ferreterías y equipamiento del hogar

Para mayo 2019, la actividad de ferreterías y equipamiento del hogar registró una disminución de sus ventas en 6.0% interanual. Este resultado estuvo asociado principalmente a las menores ventas de artículos de uso doméstico, debido al efecto base, es decir, en mayo del año anterior las ventas crecieron en 19.7%, en productos como televisores y muebles, asociadas al mundial de fútbol de Rusia 2018.

Asimismo, el dinamismo de esta actividad está relacionado también a las ventas asociadas al sector construcción.

En el mes de referencia, la línea de otros productos fue la que tuvo una mayor participación en las ventas de

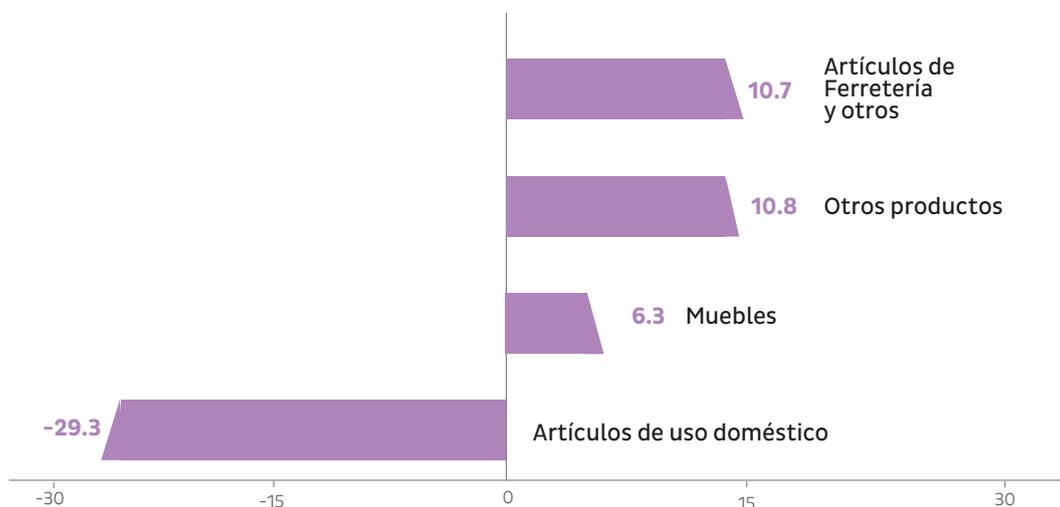
la actividad de ferreterías y electrodomésticos, con el 36.4%, seguido de la línea de artículos de uso doméstico (31.1%), artículos de ferreterías y otros (29.1%), los cuales en conjunto sumaron el 96.6%.

Entre las empresas que destacan en esta actividad son: Maestro Homecenter, Promart Homecenter, Conecta Retail (Efe/Curacao), Importaciones Hiraoka, Elektra del Perú y Cemento y Acero, con una participación conjunta de 77.3% en las ventas totales.



### Venta por líneas de productos

Ferreterías y equipamiento del hogar, Mayo 2019 (Var.%)

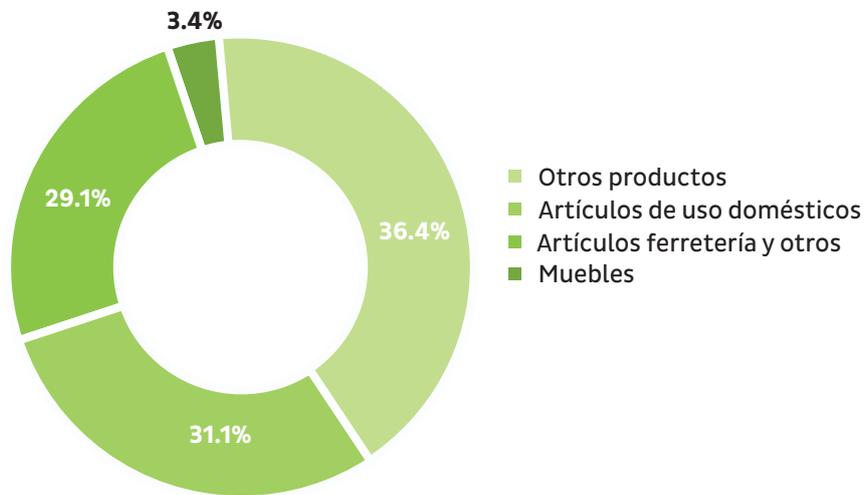


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas  
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



## Participación %

Líneas de productos de ferreterías y equipamiento del hogar  
(May 2019)



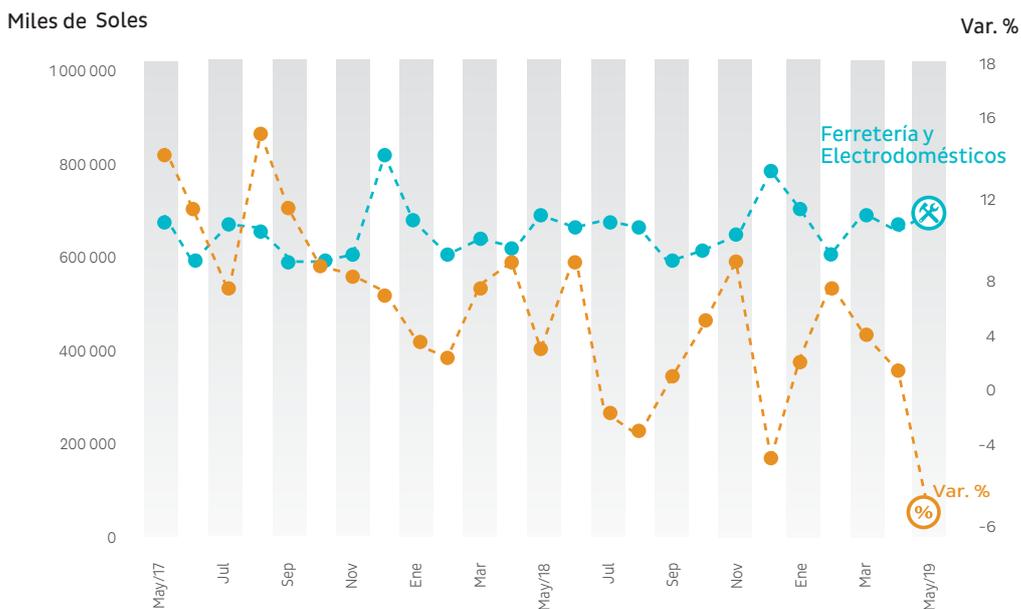
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas  
Elaboración: PRODUCE-Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos -OEE

De acuerdo a la evolución de las ventas en el periodo entre enero 2017 y mayo 2019, se puede apreciar que desde julio del 2018 mantiene una tendencia decreciente, debido a la pérdida de dinamismo del sector construcción. Sin embargo, se espera que dicha tendencia pueda revertirse a partir del segundo semestre de este año, favorecido por los diversos proyectos inmobiliarios que se vienen ejecutando en Lima y provincias.



## Evolución y variación porcentual

Ventas internas de ferreterías y equipamiento del hogar (May 2017 - May 2019)

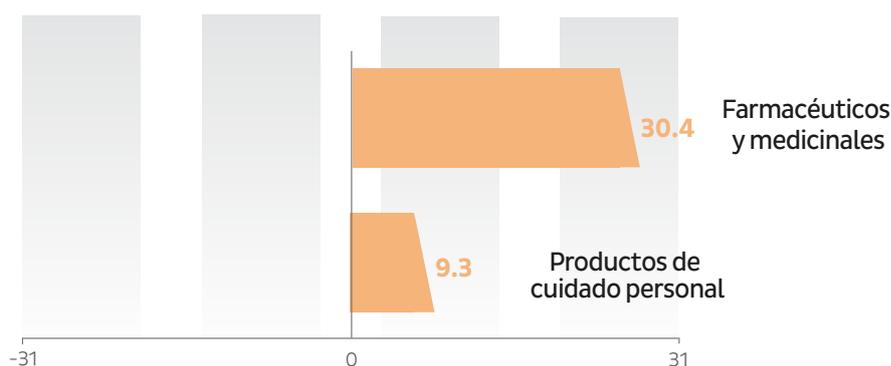


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas  
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)

## Ventas de productos farmacéuticos y cosméticos

En el mes de referencia del 2019, las ventas de la actividad de productos farmacéuticos y de cuidado personal crecieron en 25.0% interanual. Dicho crecimiento fue principalmente como resultado del avance en la línea de farmacéuticos y medicinales (30.4%) y de la línea de productos de cuidado personal (9.3%).

### **Ventas por líneas de productos** Farmacéuticos y de cuidado personal, Mayo 2019 (Var.%)



Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas  
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)

Las principales farmacias que destacan en sus ventas del mes son: MiFarma, Ekerd Perú, CETCO, ALBIS y Productos Avon, las cuales concentraron el 88.0% del total facturado.

En mayo del 2019, la línea de productos farmacéuticos y medicinales alcanzaron una participación de 77.5% en las ventas totales de esta actividad, y el restante 22.5%, correspondió a la línea de productos de cuidado personal. La alta participación que mantiene la línea de farmacéuticos y medicinales es debida a su importancia y prioridad que le dan los consumidores en el cuidado de la salud. Sin embargo, se viene observando un incremento

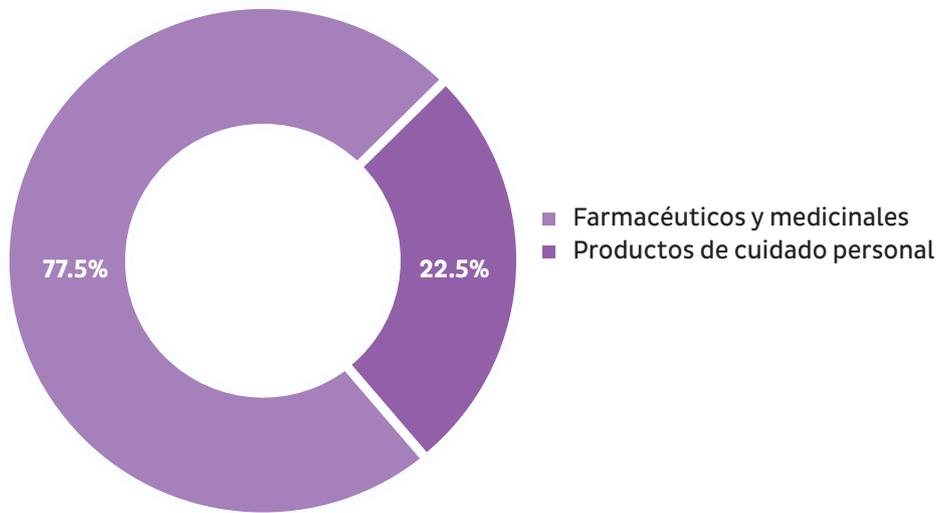
en los últimos meses en la participación de los productos de cuidado personal.

Entre enero del 2017 y abril del 2019 el nivel de ventas de la actividad de productos farmacéuticos y cuidado personal ha seguido creciendo, como resultado de las intensivas campañas de precios bajos ofrecidas por las cadenas de farmacias, con la finalidad de tener más llegada a los consumidores; así como la mayor tendencia de adquirir productos de cuidado personal tanto en mujeres como en varones.



# Participación %

## Líneas de productos farmacéuticos y de cuidado personal (May 2019)



Fuente: Estadísticas de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas  
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)

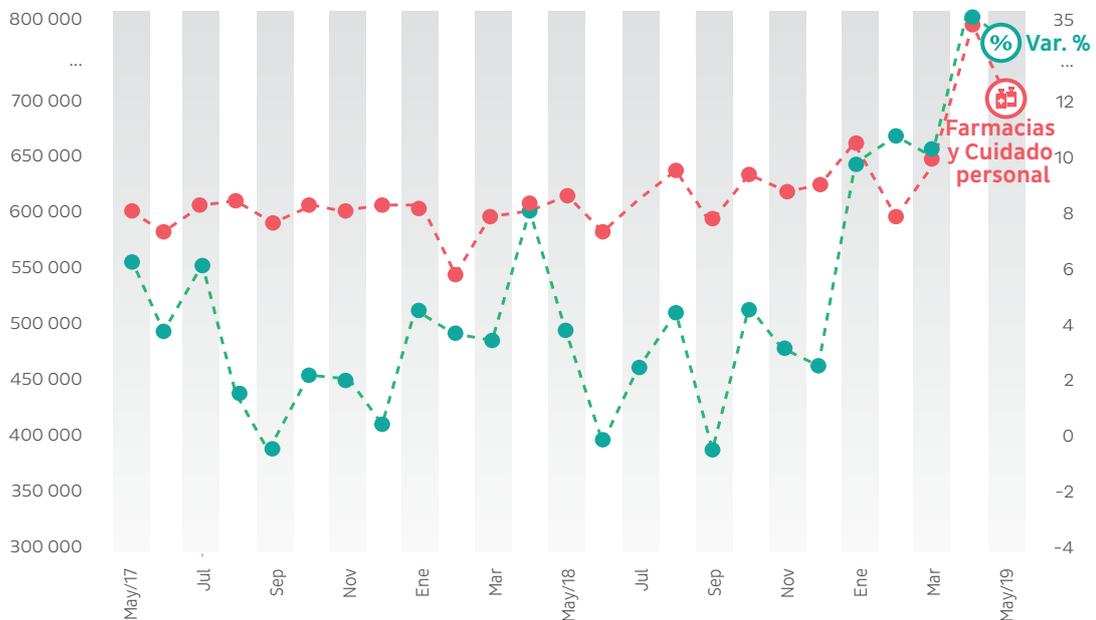


# Evolución y variación porcentual

## Ventas internas de boticas, farmacias y cuidado personal (Mayo 2017 - Mayo 2019)

Miles de Soles

Var. %



Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas  
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)

## Ventas al por menor de libros, periódicos y artículos de papelería

Para mayo la venta de libros, periódicos y artículos de papelería decreció en 16.4% interanual, debido que aún este mes fue afectado por el efecto base, la cual tuvo una alta demanda por productos alusivos al mundial de futbol, así como por otros productos (accesorios de cómputo y regalos).

Entre las empresas que destacan en las ventas de esta actividad fueron Distribuidora Navarrete, Ibero Librerías, Librerías Crisol y Tai Loy. En conjunto concentraron el 94.8% de la facturación total de la actividad.

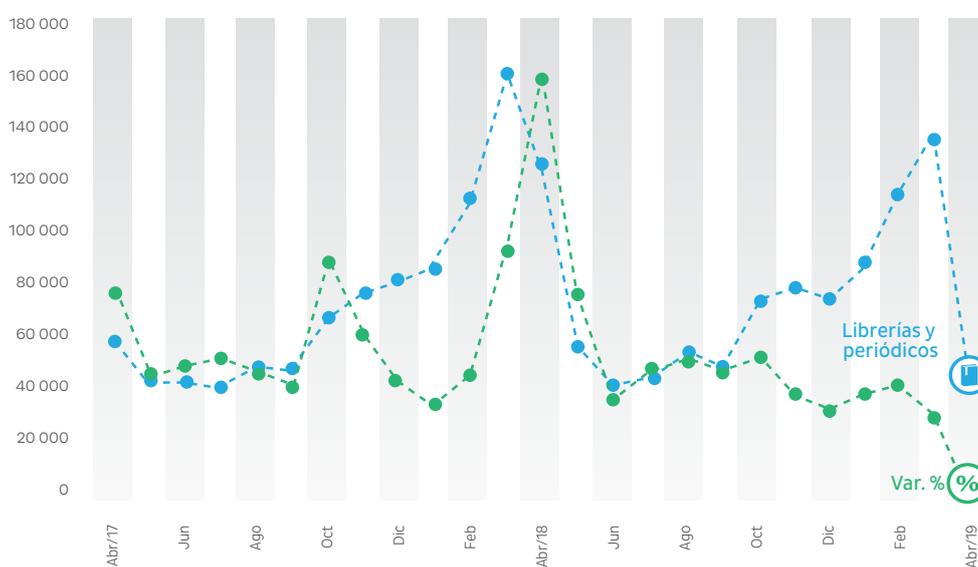


### Evolución y variación porcentual

#### Ventas internas de libros, periódicos y artículos de papelería

(May 2017 - May 2019)

Miles de Soles



Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas  
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)

## Dinamismo de los supermercados se mantienen al 2019

Una de las actividades que promueve el dinamismo del comercio retail corresponde a las ventas de los supermercados, las cuales participan con el 39.8% de las ventas retail.

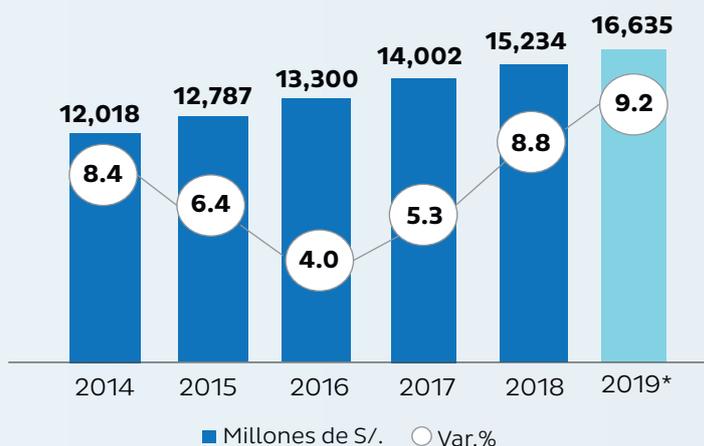
Entre 2014 y 2018, la actividad de los supermercados ha crecido a un ritmo promedio anual de 6.5%. Cabe resaltar que, si bien las ventas experimentaron una ligera desaceleración en el 2016, esto ha empezado a revertirse en los últimos dos años, como resultado de la apertura de nuevos locales de supermercados, especialmente, en las regiones, ya que las ventas siguen concentradas en Lima. Así también ha incidido en el buen desempeño de estos agentes económicos las estrategias de competencia por precios bajos que han permitido aumentar las ventas.

Se estima que las ventas de los supermercados crezcan en 5.3% en el primer semestre de 2019. En tanto, al cierre del año, se prevé que las ventas registren una expansión de 9.2%, favorecido por el aumento en la demanda local, la cual estaría asociada a los eventos deportivos realizado en el Perú (Juegos Panamericanos 2019).

Gráfico 1

### Perú: Evolución de las ventas de supermercados, 2014-2019\*

(Millones de S/.)



Nota: (\*) Cifra proyectada al cierre del año

Fuente: Estadística mensual de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Elaboración: Produce-OEE

A través de la Encuesta Nacional de Hogares (ENAH0) es posible conocer el gasto que realizan los hogares en los diversos rubros como alimentos, bebidas, enseres para el hogar y vestimentas. De esta manera, según la referida encuesta, los hogares gastan el 6.3% en la compra de productos en los supermercados y el 51.7% en mercados tradicionales (al por mayor y al por menor), para los rubros de alimentos, bebidas, calzado, vestimenta, y productos para mantenimiento del hogar.

Cabe indicar que, existe convivencia entre la oferta de supermercados y la oferta de los mercados de abastos tradicionales, por lo que el gasto en estos rubros permuta entre ambos tipos de establecimiento.

Según los resultados del año 2018, los hogares peruanos gastaron S/. 4.8 mil millones en la demanda de productos de los supermercados. Entre los principales rubros que los hogares consumen en supermercados, destacan alimentos y bebidas, mayoritariamente, con un 77.5% del total gastado al cierre del 2018, seguido de ello de productos para mantenimiento del hogar.

Gráfico 2

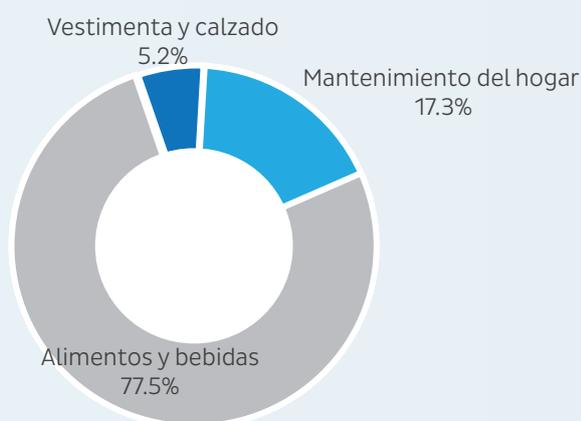
### Perú: Evolución del gasto de los hogares en supermercados, 2015-2018 (Millones de S/.)



Fuente: ENAHO-2018  
Elaboración: Produce-OEE

Gráfico 3

### Composición del gasto de los hogares en supermercados, según principales rubros, 2018 (Participación %)



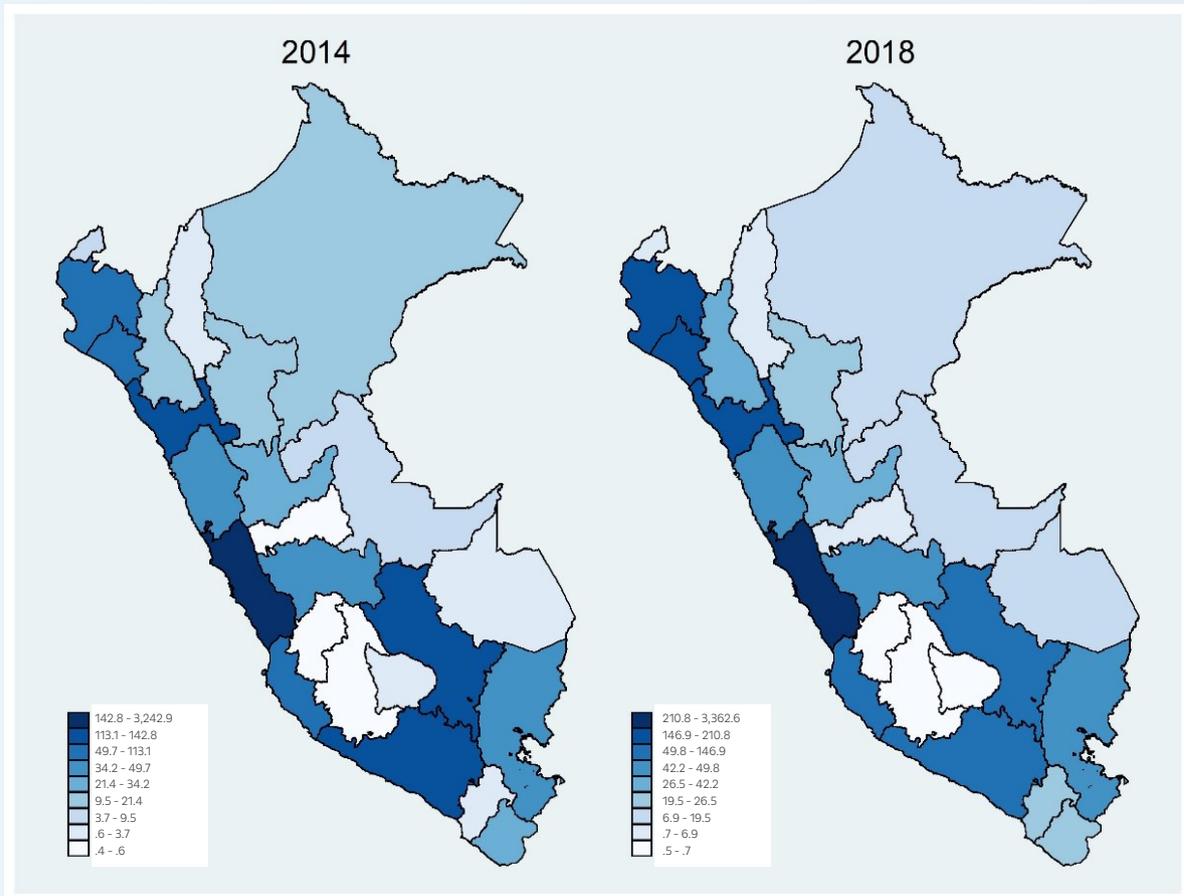
Fuente: ENAHO-2018  
Elaboración: Produce-OEE

Finalmente, puede evidenciarse que las regiones costeras (más allá de Lima) son las que principalmente realizan consumos en supermercados y aún continúan existiendo regiones con escaso consumo o con nula oferta de este tipo. Lambayeque y Piura son las regiones que lideran los gastos en supermercados a nivel nacional. Las regiones de la sierra sur, como Apurímac o Huancavelica, aún no presentan oferta de las grandes cadenas de supermercado, pero cuentan con algunos formatos locales de supermercado. Cabe notar que Lima y todos sus distritos ya cuentan con oferta de supermercados, incluso los más periféricos.

Los hogares de la costa norte poseen la particularidad de que realizan un gasto proporcionalmente menor en Alimentos y bebidas en supermercados (66.9%, versus un 80.6% de Lima Metropolitana). En contraste, en el rubro de productos para el mantenimiento del hogar, realizan un gasto proporcionalmente mayor que el de Lima Metropolitana, con un 21.9% de su gasto en supermercados, frente al 15.3% de Lima. Asimismo, sólo destinan un 11.2% de su gasto en supermercados a vestimenta y calzado.

Gráfico 4

**Gasto de los hogares en supermercados según regiones** (Millones de S/.)



Fuente: ENAHO-2018

Elaboración: Produce-OEE

## Otras variables del sector

### Personal Ocupado

En mayo 2019 el personal ocupado del subsector de comercio interno avanzó en 0.5% interanual. Dicho avance fue resultado del aumento de contrataciones en la actividad de ferreterías y equipamiento del hogar (6.2%) y en tiendas por departamento y supermercados (1.1%), pero atenuado por menor disponibilidad de personal en las actividades de libros, periódicos y artículos de papelería (-28.9%) y de boticas y farmacias (-3.8%).

Según tipo de empleo, se registró una ligera caída en el personal permanente (0.5%), debido a una menor

contratación en las actividades de boticas y farmacias (-29.5%) y libros, periódicos y artículos de papelería (-10.3%). En contraste, el personal eventual registró un incremento de 3.7%, debido a las mayores contrataciones en la actividad de boticas y farmacias (44.4%).

Por tipo de género se registró un ligero incremento en la contratación de personal de varones de 0.4%; mientras que, en el caso de las mujeres se incrementó en 0.6%.



## Personal ocupado

Número de personas según grupo y clase CIIU (Mayo 2019)

Actividad				Permanentes	Eventuales	Varones	Mujeres
Var. (%) May19/May18		0.5		-0.5	3.7	0.4	0.6
CIIU <sup>a/</sup>	Total May 2019	109,498	Var.% <sup>1/</sup>	81,653	27,845	51,897	57,601
471	Tiendas por departamento <sup>2/</sup> y supermercados	61,174	1.1	49,700	11,474	31,740	29,434
475	Ferreterías y electrodomésticos	24,370	6.2	20,168	4,202	14,303	10,067
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	1,583	-28.9	1,091	492	922	661
4772	Boticas y Farmacia	22,371	-3.8	10,694	11,677	4,932	17,439

Notas:

(a) Grupo CIIU ( tres dígitos), Clase CIIU ( cuatro dígitos).

1/ Variación porcentual respecto al mismo mes del año anterior.

2/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos.

Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)

## Número de tiendas

En mayo del 2019 el número de locales de tiendas por departamento y de supermercados sumaron un total de 3 805 tiendas, menor en 160 locales en comparación al total registrado en mayo del 2018, esto debido a que en dicho mes, se registró una disminución de personal en las actividades de farmacias y de cuidado personal (886 locales menos) y Libros, periódicos y artículos de papelería (18 locales menos); mientras que en la actividad de ferreterías y electrodomésticos tuvo 8 locales más y la de tiendas por departamento y supermercados 171 locales más.



## Número de tiendas Según grupo y clase CIIU (Abril 2019)

CIIU <sup>a/</sup>	Actividad	Abr-18	Abr-19	Var. (%) Abril 19/18
471	Tiendas por departamento <sup>1/</sup> y supermercados	617	788	27.7
475	Ferreterías y electrodomésticos	541	537	-0.7
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	160	142	-11.3
4772	Boticas y Farmacias	2,421	2,277	-5.9

Notas:

Cifras sujetas a reajuste.

(a) Grupo CIIU (tres dígitos), Clase CIIU ( cuatro dígitos).

1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos.

Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas.

Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)

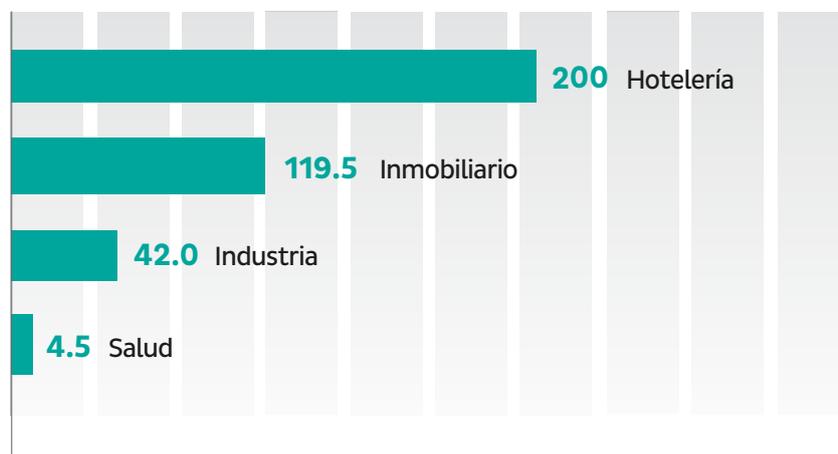
## Proyectos de inversión

En mayo del 2019, el monto total por anuncios de inversión de algunos rubros del mercado ascendió a US\$ 366.5 millones, en la cual el sector hotelería alcanzó el mayor monto, con US\$ 200 millones. Cabe resaltar que en este mes no se registró inversiones para el comercio minorista o retail.



## Anuncios de inversiones

Mayo 2019  
(Millones de dólares)



Fuente: Apoyo Consultoría

Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)

**EL PERÚ PRIMERO**

**MINISTERIO DE LA PRODUCCIÓN**

Calle Uno Oeste N° 060, Urb Córpac - San Isidro

Central Telefónica: 616 2222

[www.produce.gob.pe](http://www.produce.gob.pe)

 /minproduccion

 @minproduccion

 producegob

 minproduccion