



PERÚ

Ministerio
de la Producción

Oficina de Estudios Económicos

Diciembre 2018

**Boletín de
Comercio Interno**

Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas

BOLETÍN DE COMERCIO INTERNO

GRANDES ALMACENES e HIPERMERCADOS MINORISTAS

Editado por:

MINISTERIO DE LA PRODUCCIÓN

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

www.produce.gob.pe

1era Edición, Diciembre 2018

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

Diciembre 2018

Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas

Introducción	3
Producción total versus sector comercio	5
Desempeño según actividades	6
Otras variables del sector	16
Número de tiendas	17
Proyectos de inversión	17

Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas

Boletín Estadístico – Diciembre de 2018

Introducción

En diciembre 2018, las ventas del comercio minorista registraron un crecimiento de 3.6% interanual, como resultado de la buena performance de las actividades de tiendas por departamento y supermercados (6.3%), y de boticas y farmacias (2.4%); no obstante, este avance fue atenuado por la caída en las ventas de las actividades de ferreterías y equipamiento del hogar (3.7%) y de la actividad de libros, periódicos y artículos de papelería (7.3%).

El buen desempeño mostrado por el comercio minorista estuvo alentado por el continuo dinamismo de la actividad de supermercados y tiendas por departamento, debido

a la apertura de nuevas tiendas y la implementación de campañas estratégicas con la finalidad de poder captar más clientes. Así también, por las campañas promocionales y mayores ventas a través del canal de comercio electrónico, permitiendo mejorar la oferta. Así también, otra de las actividades que favoreció al crecimiento del comercio minorista fue la de boticas y farmacias, la cual tuvo una mayor demanda de la población por productos farmacéuticos y medicinales, y de cuidado personal, ante el mayor cuidado de la salud que han adoptado las familias.



Ventas internas

Según grupo y clase CIU, ^{2/} Diciembre 2017 - Diciembre 2018

(Miles de soles a precios corrientes)

CIU ^(a)	Actividad	Dic-17 ^(b)	Dic-18 ^(b)	Var. (%) Dic 18/17
	Total	4,266,349	4,419,822	3.6
471	Tiendas por departamento ^{1/} y Supermercados	2,772,079	2,946,012	6.3
475	Ferreterías y electrodomésticos	810,555	780,892	-3.7
4772	Boticas y Farmacias	606,369	621,225	2.4
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	77,346	71,693	-7.3

Notas:

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

(b) Cifras sujetas a reajuste.

^{1/} Se refiere a tiendas de grandes dimensiones con variedad de productos.

^{2/} 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.

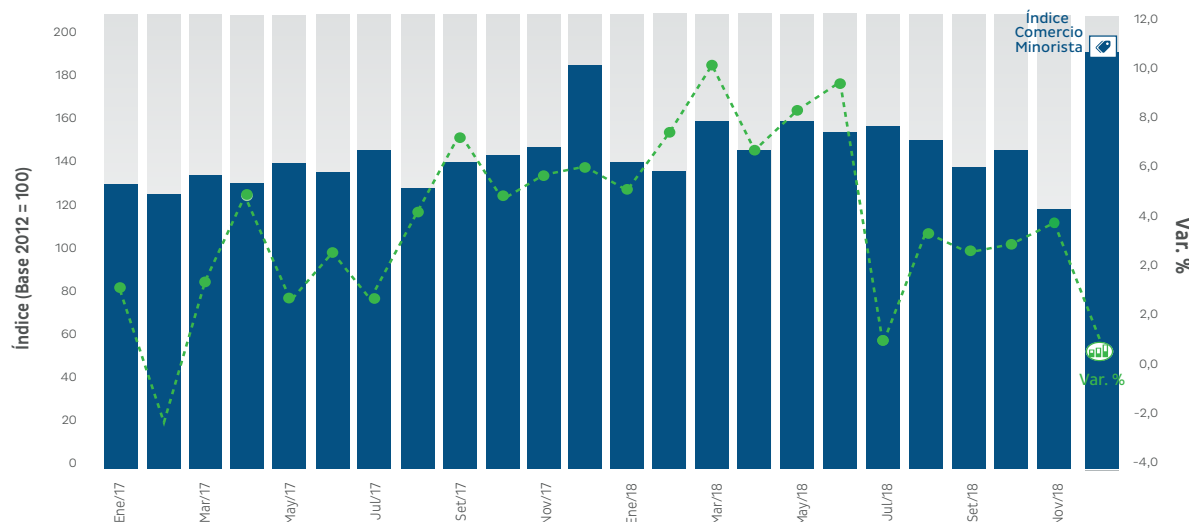
Fuente: Estadística mensual de Grandes Almacenes, Hipermercados Minoristas, Supermercados y Tiendas Especializadas

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

¹ En el presente boletín, el comercio interno está referida al comercio minorista, la cual se mide aproximándolo como las ventas internas de grandes almacenes e hipermercados minoristas, agregando las actividades del grupo CIU 471 y 475, y de las clases CIU 4772 y 4761 de revisión 4.

En el segundo semestre de 2018, se observa una recuperación del comercio minorista, debido a la mejora en el optimismo de los consumidores y a la reactivación de la demanda interna.

Índice y variación porcentual de comercio minorista (Enero 2017 - Diciembre 2018)



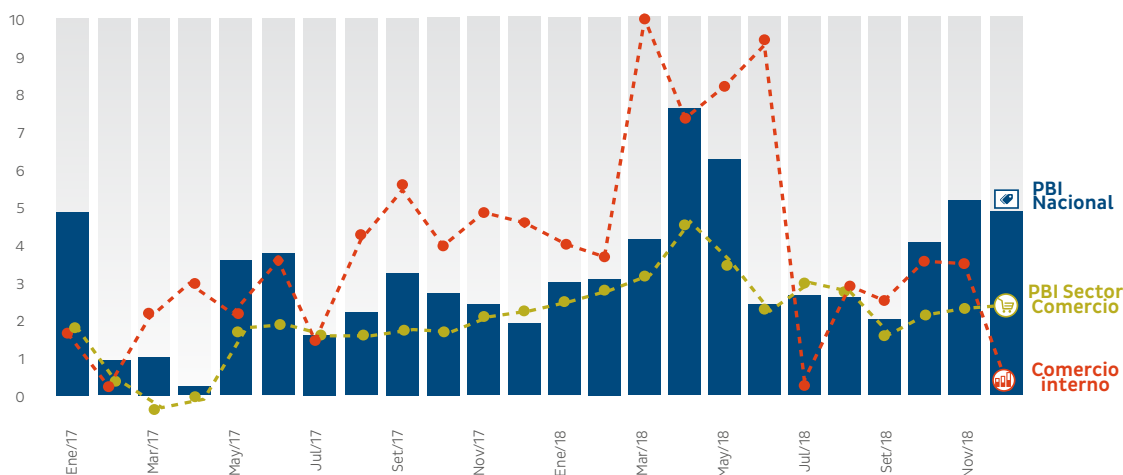
Fuente: INEI, BCRP y Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE).

Producción total versus sector comercio

En diciembre de 2018 el PBI nacional creció en 4.7%, respecto a similar periodo del año anterior. En tanto, el sector comercio registró un avance de 2.5%, alentado por el dinamismo del comercio minorista, subsector que registró un crecimiento 3.6% en sus ventas, principalmente

por el buen desempeño mostrado por las actividades de supermercados y tiendas por departamento, y de boticas y farmacias.

Variación porcentual² del PBI nacional, PBI sector comercio e índice de comercio interno¹ (Ene 2017- Dic 2018)



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


En diciembre de 2018 las ventas de la actividad de tiendas por departamento y supermercados avanzó en 6.3% interanual. Dicho avance fue resultado de la apertura de nuevas tiendas y la implementación de campañas estratégicas con la finalidad de poder captar más clientes.

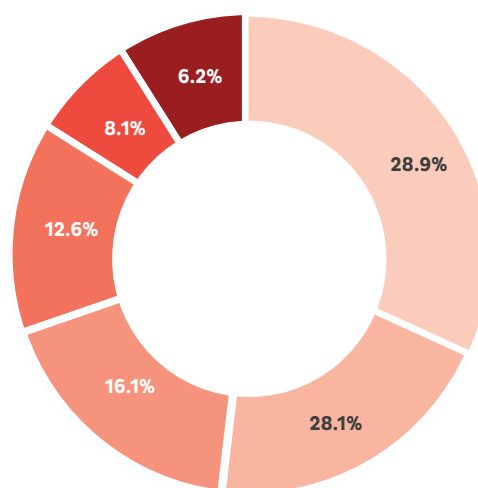
Entre las líneas que presentaron un mayor dinamismo en diciembre 2018 destacan, farmacéuticos y cosméticos (12.2%), bebidas y tabaco (11.6%), alimentos (7.5%), entre otros.

En diciembre de 2018 las líneas de alimentos, prendas de vestir y calzado, y otros productos, concentraron el 73.1% de las ventas de la actividad de tiendas por departamento y supermercados. En tanto, el restante 26.9% correspondió a productos como artículos de uso doméstico, bebidas y tabaco y productos farmacéuticos y cosméticos.

Entre las principales empresas que tuvieron un buen desempeño en la actividad destacan: Supermercados Peruanos, Hipermercados Tottus, Cencosud Retail Perú, Saga Falabella y Tiendas Ripley, las cuales representaron en conjunto el 82.0% del total facturado.

En 2018, el buen desempeño 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 las 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.

 **Participación %**
Líneas de productos en tiendas por departamentos^{1/} y supermercados
(Diciembre 2018)



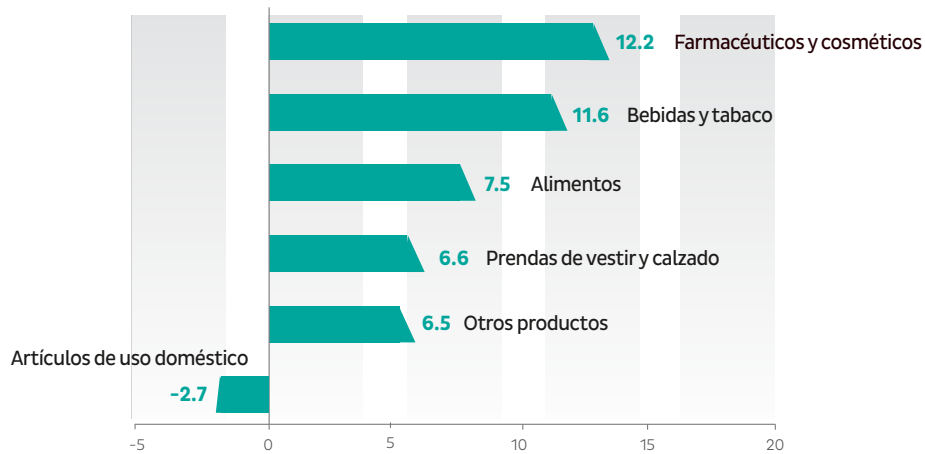
- Prendas de vestir y calzado
- Alimentos
- Otros productos
- Artículos de uso doméstico
- Bebidas y tabaco
- Farmacéuticos y cosméticos

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^{1/} y supermercados, Diciembre 2018 (Var.%)



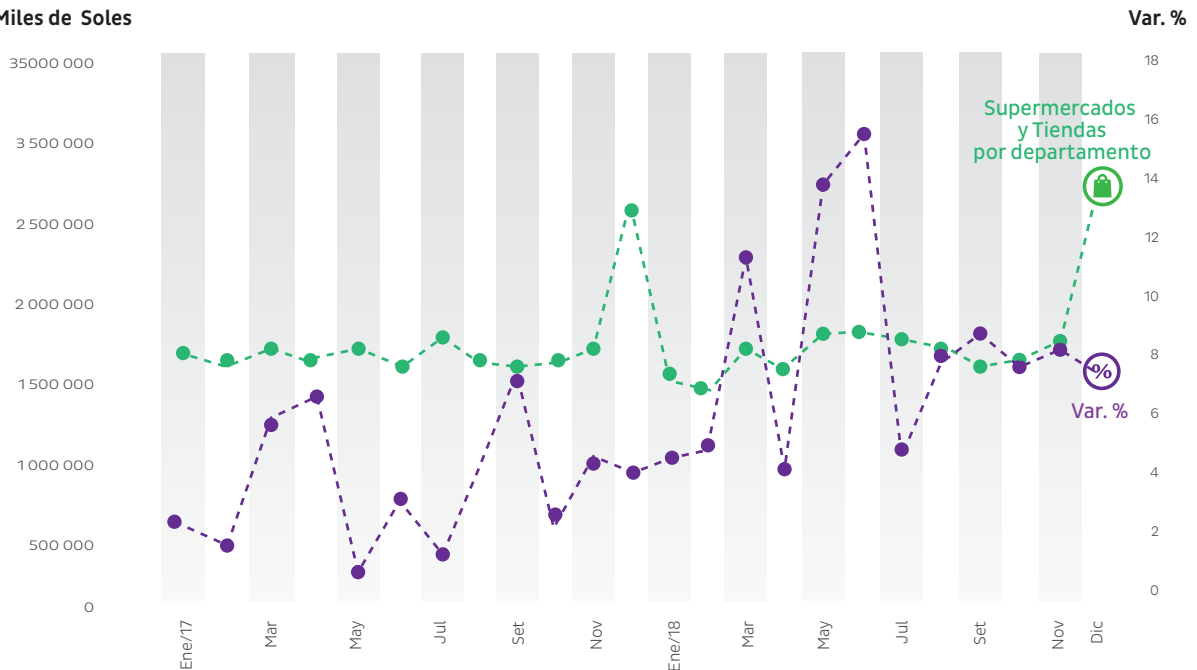
Nota: 1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos.
 Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
 Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Evolución y variación porcentual

Ventas internas de tiendas por departamento^{1/} y supermercados (Enero 2017 - Diciembre 2018)

Miles de Soles



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 electrodomésticos

La actividad de ferreterías y electrodomésticos decreció en 3.7% en diciembre 2018. Este resultado estuvo asociado a las menores compras de muebles (-6.7%) y de artículos de uso doméstico (-16.1%); pero atenuado por la buena performance de las líneas de artículos de ferreterías (11.6%) y otros productos (1.9%).

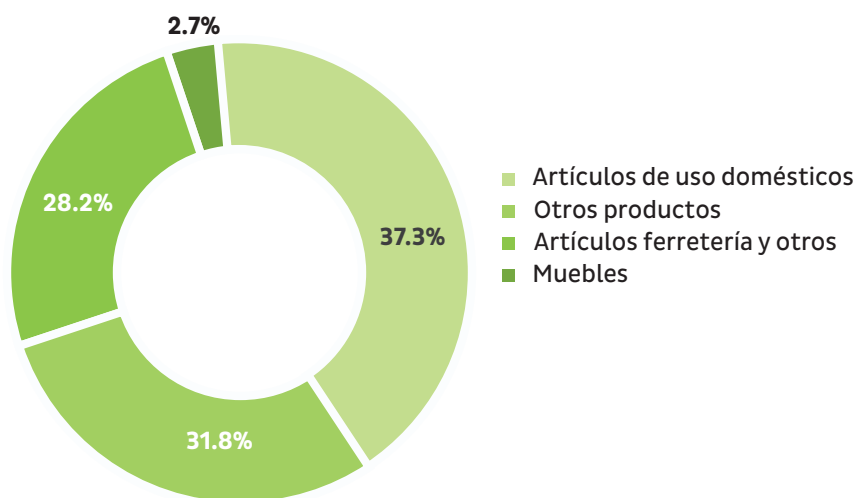
En el mes en referencia, la línea de artículos de uso doméstico fue la que tuvo la mayor participación en las ventas de la actividad de ferreterías y equipamiento del hogar, con un 37.3%, seguido de la línea de otros productos (31.8%), artículos de ferreterías (28.2%), y que en conjunto sumaron el 97.3%.

Las empresas que concentraron las mayores ventas fueron

Maestro Perú, Promart Homecenter, Conecta Retail (Efe/Curacao), Importaciones Hiraoka, Elektra del Perú, Rash Perú y DH Empresas Perú, con una participación conjunta de 83.9% en las ventas totales.

En 2018 el nivel de ventas de la actividad de ferreterías y equipamiento del hogar mantuvo una tendencia creciente apoyado en la recuperación del sector construcción en el avance de las obras públicas y privadas (edificios, condominios, viviendas multifamiliares), los cuales demandan muchos de los productos asociados a la actividad.

Participación % **Líneas de productos de ferreterías y equipamiento del hogar** (Diciembre 2018)

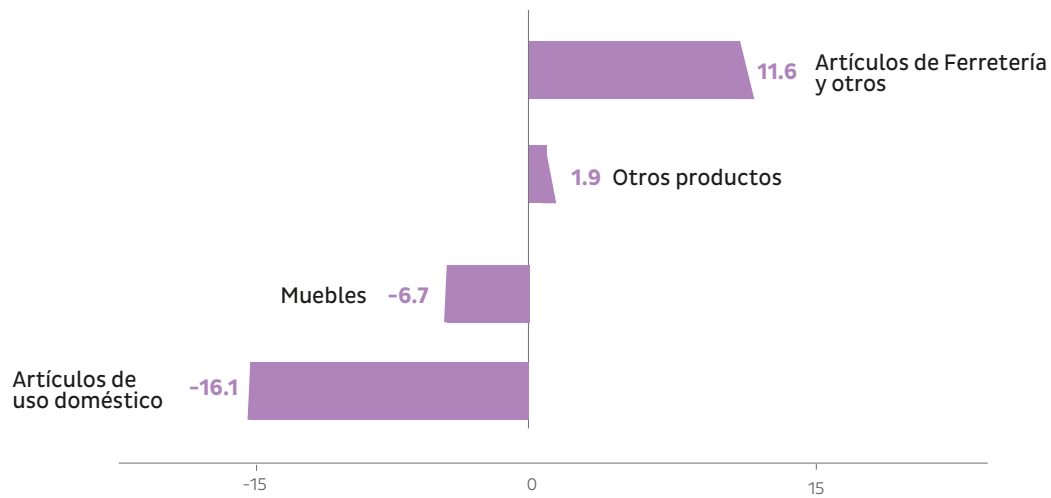


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE-Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos -OEE



Venta por líneas de productos

Ferreterías y equipamiento del hogar, Diciembre 2018 (Var.%)

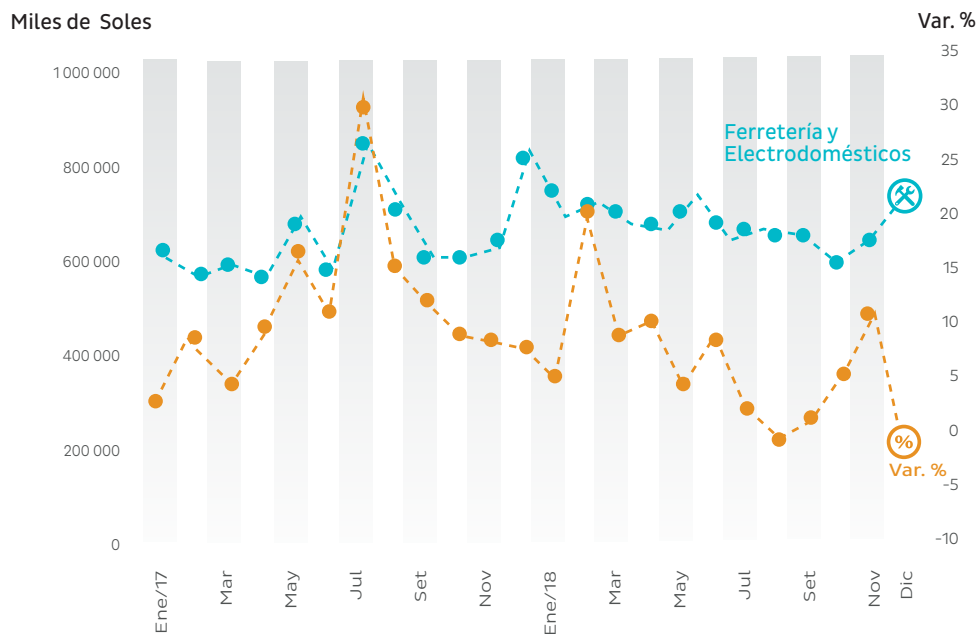


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Evolución y variación porcentual

Ventas internas de ferreterías y equipamiento del hogar (Ene 2017 - Dic 2018)



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

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

En diciembre la venta de libros, periódicos y artículos de papelería perdió dinamismo, registrando así una caída interanual de 7.3%, debido a que en este mes la mayor parte del gasto de las familias se concentran en comprar más de otros tipos de productos alusivos a la festividad navideña.

en las ventas de la actividad fueron Tai Loy, Distribuidora Navarrete y Librerías Crisol. En conjunto concentraron el 91.0% de las ventas de la actividad.

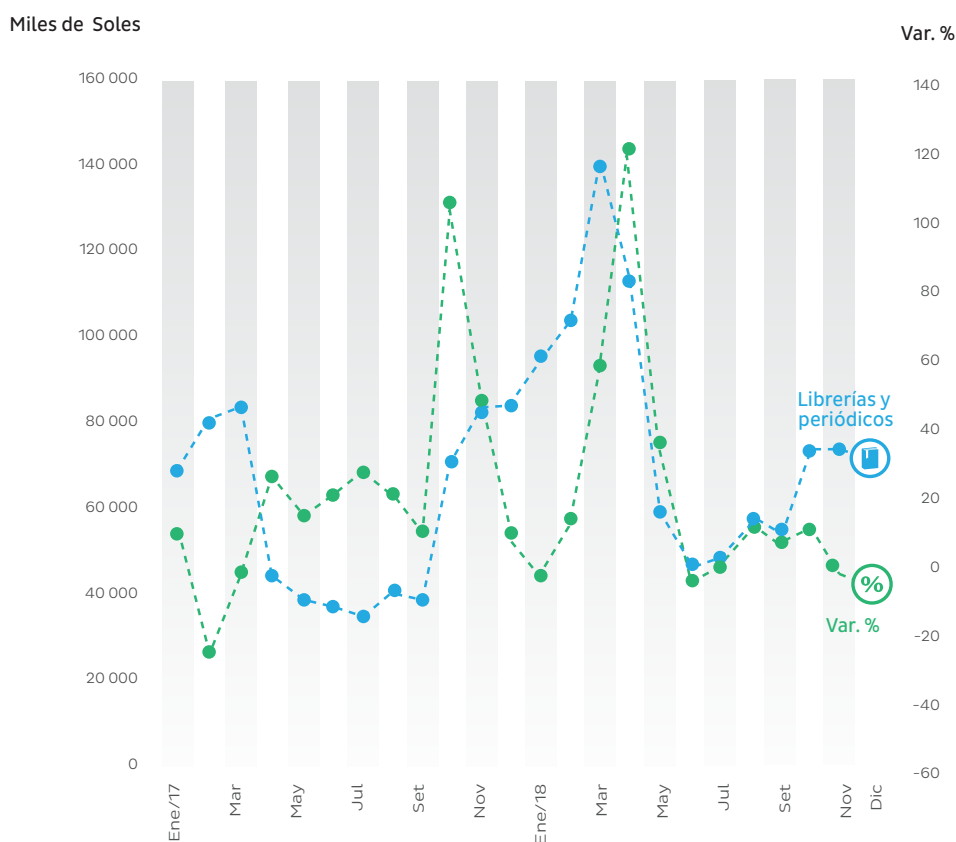
Entre las empresas que tuvieron una mayor participación



Evolución y variación porcentual

Ventas internas de libros, periódicos y artículos de papelería

(Enero 2017 - Diciembre 2018)



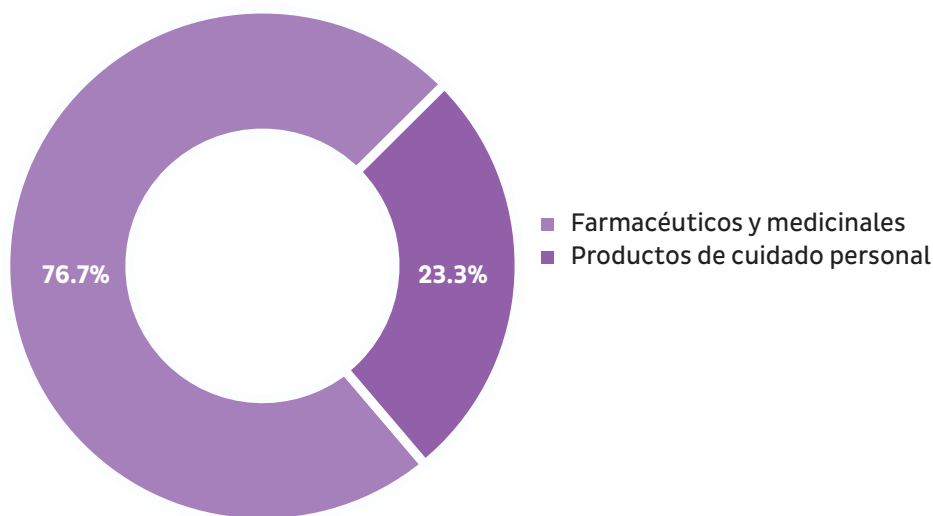
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)

Ventas de productos farmacéuticos y cosméticos

En diciembre de 2018, la actividad de ventas de productos farmacéuticos y de cuidado personal crecieron en 2.4% interanual. Este crecimiento se debió a la mayor demanda de la población, por productos de las líneas de

farmacéuticos y medicinales (2.9%), y de cuidado personal (1.0%).

Participación % **Líneas de productos farmacéuticos y de cuidado personal** (Diciembre 2018)



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

Entre las principales farmacias que registraron un mayor nivel de ventas en este mes destacan Ekerd Perú, MiFarma, CETCO, ALBIS, las cuales concentraron el 81.4% del total facturado.

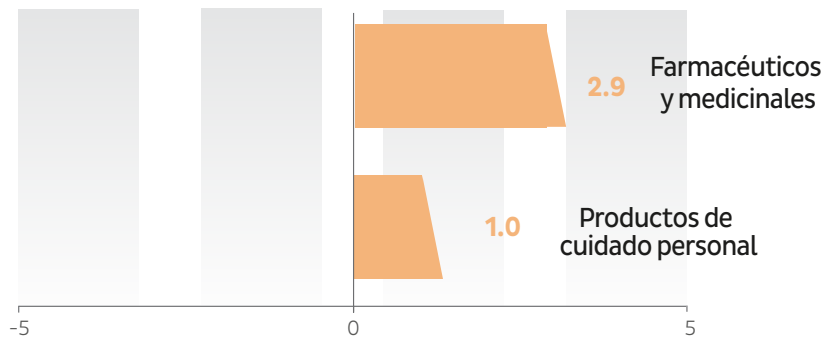
En diciembre la línea de productos farmacéuticos y medicinales alcanzaron una participación de 76.7% en las ventas totales de esta actividad, y el restante 23.3%, correspondió a la línea de productos de cuidado personal. La alta participación que mantiene la línea de farmacéuticos y medicinales es debida a su importancia y prioridad que le dan los consumidores en el cuidado de la salud.

Entre enero y diciembre de 2018 el nivel de ventas de la actividad de productos farmacéuticos y cuidado personal ha mostrado un continuo dinamismo con excepción de los meses de junio y setiembre. A lo largo de 2018, la tendencia positiva en las ventas fue resultado de la buena acogida que ha tenido en la población las campañas de precios bajos ofrecidas por las cadenas de farmacias.



Ventas por líneas de productos

Farmacéuticos y de cuidado personal, Diciembre 2018 (Var.%)

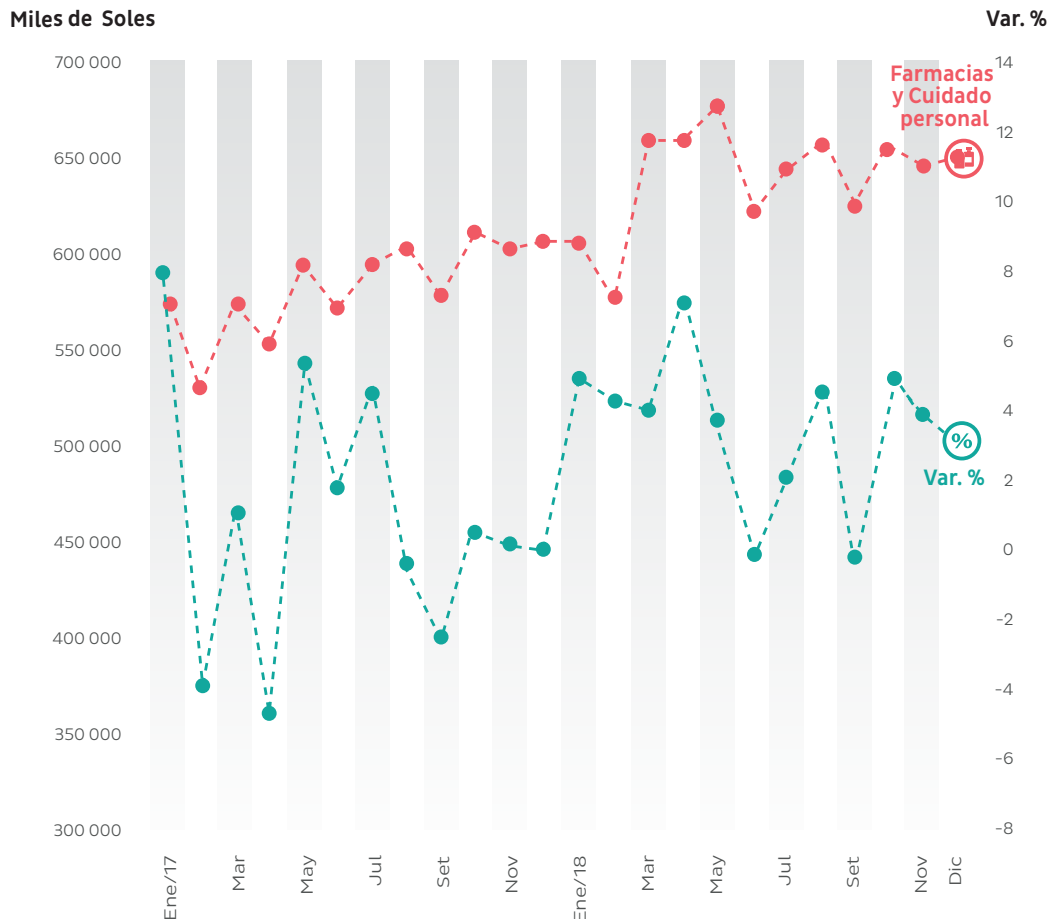


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Evolución y variación porcentual

Ventas internas de boticas, farmacias y cuidado personal (Ene 2017 - Dic 2018)



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

Financiamiento de las Mipyme en el sector comercio

El rol fundamental del sistema financiero en una economía consiste en convertir los ahorros en inversión. Al respecto, Bagehot (1873)² consideraba que las finanzas hacen que el capital se enfoque en aquellas transacciones más rentables. En tanto, para Schumpeter (1912)³ el sistema financiero constituye un componente fundamental que facilita el crecimiento de las economías a través de la dotación de recursos a los proyectos más innovadores. Esta asignación de recursos tendría como objetivo promover la producción de nuevos bienes y aplicar nuevas formas de producción y comercialización.

Los canales de atención y productos financieros se expanden también para atender a sectores con potencial crecimiento, nacientes o incipientes. En este caso, dicha expansión cumple las funciones de transferir recursos de los sectores sin crecimiento, a los sectores con potencial crecimiento, lo cual promueve el emprendimiento en estos últimos.

En este contexto, un segmento en particular que recibe dicho financiamiento son las Mipyme, la cual está conformada por las micro, pequeñas y medianas empresas. Este segmento reúne agentes económicos que dinamizan y contribuyen al desarrollo económico del país. Una parte significativa de la población y de la economía dependen del desempeño de este segmento empresarial debido a su reconocida capacidad para generar empleo y su participación en la producción. En efecto, a partir de los datos de Sunat⁴, las Mipyme en el Perú representan el 99.5% del tejido empresarial. Asimismo, las Mipyme aportaron el 31% del valor agregado nacional y generaron el 89% del empleo en el sector privado en 2017⁵.

A nivel sectorial, las Mipyme juegan un rol importante en la economía, en particular, dentro del sector comercio el 99.6% de las empresas formales en este sector. Cabe resaltar que, según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), entre 2013 y 2017, el sector comercio ha mantenido un buen dinamismo, lo cual ha influido positivamente en el crecimiento del Producto Bruto Interno (PBI). En dicho periodo, el PBI del sector comercio creció a un ritmo promedio anual de 2.9%; mientras que en el caso del PBI nacional fue de 3.6%.

Por tanto, el empuje y dinamismo que generan las Mipyme dentro del sector comercio se vuelve relevante dentro de la economía. A su vez, esto no sería posible sin el crédito que se destinan a las Mipyme, principal fuente de financiamiento para el buen desempeño de las mismas. Así, de acuerdo con (Salloum & Vigier, 1997), a nivel de empresas, el financiamiento eficiente y efectivo ha sido reconocido como factor clave para asegurar que aquellas firmas con potencial genuino de crecimiento puedan expandirse y ser más competitivas.

A diciembre de 2018, el saldo de créditos del sistema financiero dirigidas a las empresas⁶ alcanzó un monto de S/. 145 mil millones. En dicho año el sector comercio fue el segundo sector después de servicios que concentró el mayor porcentaje de los créditos asignados por el sistema financiero (26.0%).

² Bagehot, W. (1873). Lombard Street: A description of the money market. Scribner, Armstrong & Company.

³ Schumpeter, J. A. (1961). The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle (1912/1934).

⁴ Superintendencia Nacional de Administración Tributaria.

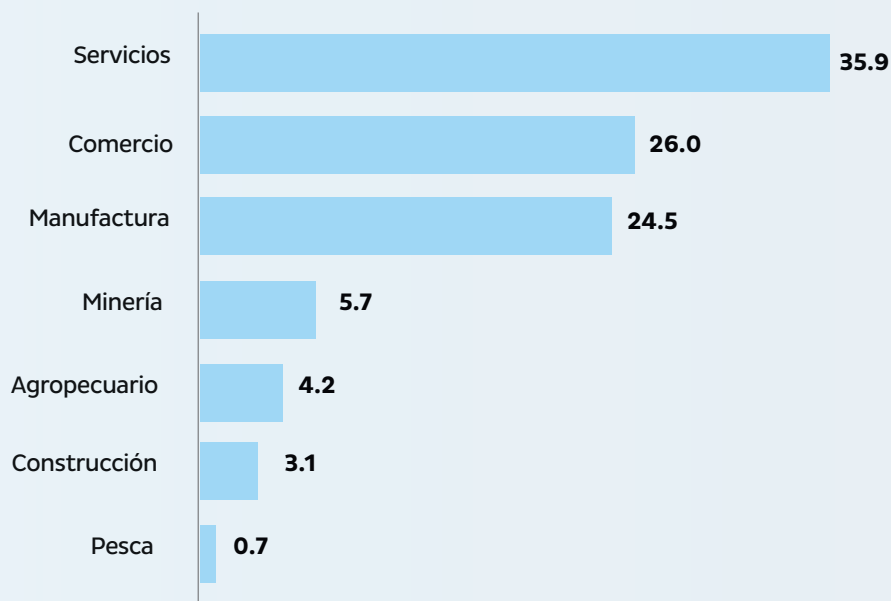
⁵ Información disponible al 2017 según la información proporcionada por Sunat.

⁶ Los créditos o colocaciones corresponden únicamente a empresas naturales o jurídicas que cuenten con RUC.

Gráfico 1

Perú: Colocaciones del sistema financiero según sector económico, 2018*

(en porcentajes)



* Cifras preliminares

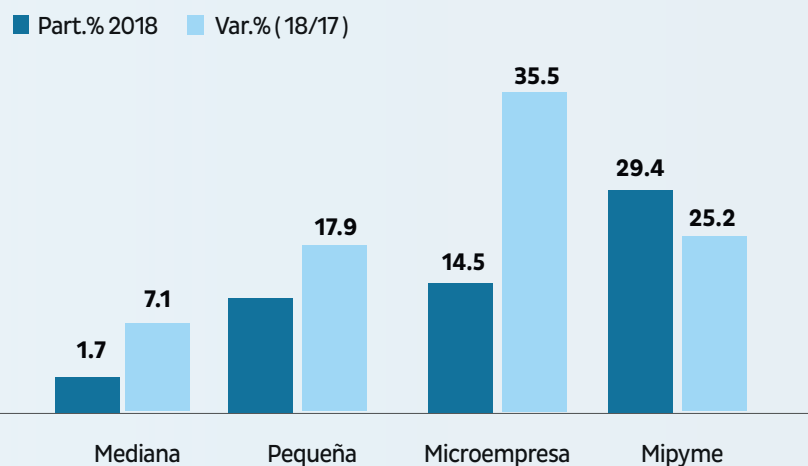
Fuente: SBS-Sunat

Elaboración: Produce-Oficina de Estudios Económicos

En el sector comercio, las Mipyme participaron con el 29.4% de las colocaciones totales del sistema financiero a diciembre de 2018. Cabe resaltar que, al interior de las Mipyme, las microempresas son las que registran un mayor volumen de créditos y son los que tuvieron un mayor dinamismo en 2018. En contraste, el estrato de mediana empresa, obtuvo la menor participación en las colocaciones del sistema financiero en el sector comercio y a su vez registró un menor crecimiento en el periodo en referencia, en comparación con los otros estratos empresariales.

Gráfico 2

Dinamismo de las colocaciones en el sector comercio según tamaño empresarial



Fuente: SBS-Sunat

Elaboración: Produce-Oficina de Estudios Económicos

A nivel departamental los mayores créditos otorgados a empresarios se enfocaron en Lima, alcanzando una participación de 56.8% en las colocaciones totales otorgados al sector privado y que a su vez obtuvo un crecimiento de 23.6% en 2018.

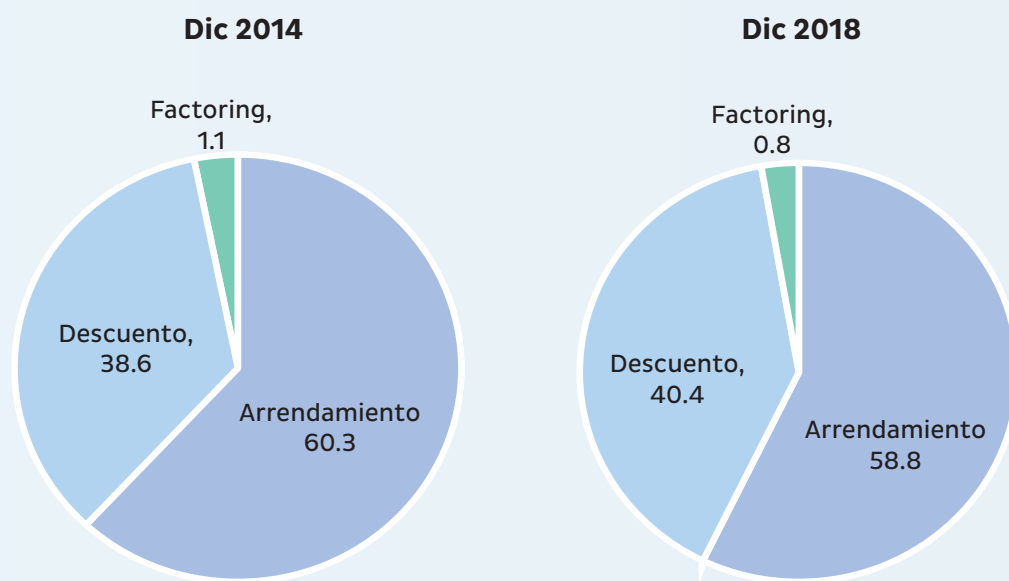
Otras formas de créditos a la Mipyme lo constituyen las operaciones de arrendamiento, descuento y factoring. Al respecto, en las operaciones de arrendamiento, la entidad financiera (arrendadora) se compromete a otorgar el uso o goce temporal de un bien al cliente (arrendatario), obligándolo a este último a pagar una renta periódica que cubra el valor original del bien, un cargo por concepto por interés, más los gastos adicionales que incluía el contrato. Por su parte, el descuento y el factoring pueden ser consideradas como operaciones de adelanto de liquidez. En estos contratos, la entidad financiera recibe del cliente títulos valores (letras o facturas negociables), por los cuales le otorga una proporción del monto facturado en el título valor.

En el caso de las Mipyme del sector comercio, el tipo de instrumento financiero que más utiliza corresponde al arrendamiento seguido del descuento. En contraste, el instrumento que menos utilizan corresponde al factoring, situación que se ha mantenido en los últimos 5 años tal como se muestra en el siguiente gráfico.

Gráfico 3

Créditos al segmento Mipyme del sector comercio según instrumento financiero

(en porcentajes)



Fuente: SBS-Sunat
Elaboración: Produce-Oficina de Estudios Económicos

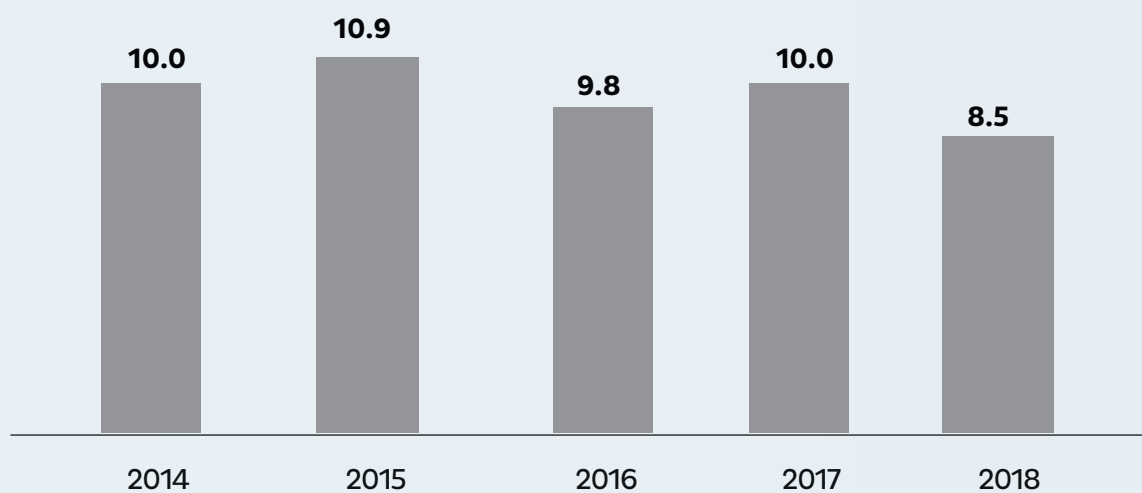
Finalmente, la morosidad⁷ en el segmento Mipyme dentro de la actividad comercial, ha venido disminuyendo en los últimos años. Así, se aprecia que en 2014 la tasa de morosidad de las empresas Mipyme del sector comercio fue de 10% llegando a descender a 8.5% en 2018.

⁷ La morosidad se estima como el cociente entre, la suma de saldos vencidos + cobranza judicial, sobre saldo total.

Gráfico 4

Evolución del ratio de morosidad de las Mipyme en el sector comercio

(en porcentajes)



Fuente: SBS-Sunat

Elaboración: Produce-Oficina de Estudios Económicos

Otras variables del sector

Personal Ocupado

El personal ocupado del subsector avanzó en 2.8% en diciembre 2018, respecto a similar mes del año anterior. Dicho incremento estuvo asociado principalmente a las mayores contrataciones de personal en la actividad de tiendas por departamento y supermercados (5.6% interanual), ferreterías y equipamiento del hogar (1.5%), libros, periódicos y artículos de papelería (3.8%). Sin embargo, se redujo el personal en la actividad de boticas y farmacias (5.0%).

Por tipo de empleo, se registró un aumento en el personal permanente (2.6%), como resultado de mayores

contrataciones de personal de la actividad de tiendas por departamento y supermercados (5.1%). Asimismo, el personal eventual también registró un incremento de 4.6%, el cual estuvo asociado a las mayores contrataciones en las actividades de supermercados y tiendas por departamento (9.3%) y de libros, periódicos y artículos de papelería (32.4%).

En esa misma línea, por tipo de género se registró un incremento de personal, tanto de varones como de mujeres, en 1.5% y 3.7%, respectivamente.



Personal ocupado

Número de personas según grupo y clase CIU (Diciembre 2018)

Actividad	Total	Permanentes	Eventuales	Varones	Mujeres	
Var. (%) Dic 18/ Dic 17	2.8	2.6	4.6	1.5	3.7	
CIU ^{a/} Total Diciembre 2018	102,889	Var.% ^{1/} 92,565	10,324	45,843	46,722	
471 Tiendas por departamento ^{1/} y supermercados	61,628	5.6	54,884	6,744	28,486	26,398
475 Ferreterías y electrodomésticos	22,673	1.5	21,953	720	13,556	8,397
4761 Libros, periódicos y artículos de papelería	2,124	3.8	1,089	1,035	639	450
4772 Boticas y Farmacia	16,464	-5.0	14,639	1,825	3,162	11,477

Notas:

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

Número de tiendas

En diciembre 2018 el número total de tiendas que conforman el comercio minorista registró un total de 3,364 locales, cantidad menor en 194 locales a lo reportado en diciembre del año anterior. En el caso de las tiendas por departamento y supermercados, éstas llegaron a reportar 627 locales, lo cual representó 117 locales más que en diciembre de 2017, así como, la actividad ferreterías y equipamiento del hogar que registró 4 locales más. En contraste, las actividades de Libros, periódicos y artículos de papelería, y de farmacias y cuidado personal reportaron 5 y 310 locales menos, respectivamente.



Número de tiendas Según grupo y clase CIU (Diciembre 2018)

CIU ^{a/}	Actividad	Dic-17	Dic-18	Var. (%) Dic 18/17
471	Tiendas por departamento ^{1/} y supermercados	510	627	22.9
475	Ferreterías y electrodomésticos	537	541	0.7
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	158	153	-3.2
4772	Boticas y Farmacias	2,353	2,043	-13.2

Notas:

Cifras sujetas a reajuste.

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

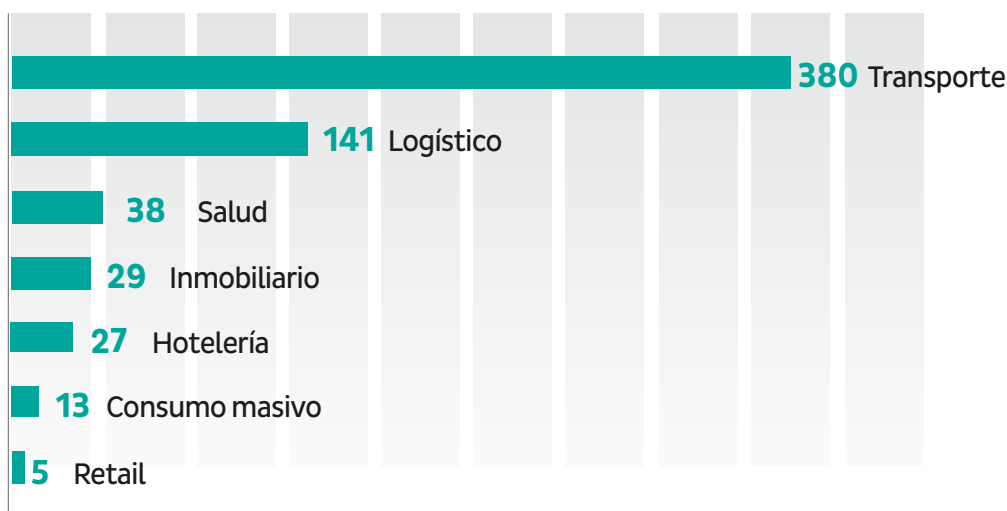
Proyectos de inversión

En diciembre de 2018, el monto total por anuncios de inversión sumó US\$ 633 millones. De dicho monto el sector retail realizaría una inversión de US\$ 5 millones.



Anuncios de inversiones Diciembre 2018

(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

 /minproduccion

 @minproduccion

 producegob

 minproduccion