



PERÚ

Ministerio
de la Producción

Oficina de Estudios Económicos

Junio 2019

**Boletín de
Comercio Interno**

Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas especializadas

BOLETÍN DE COMERCIO INTERNO

GRANDES ALMACENES, SUPERMERCADOS Y TIENDAS ESPECIALIZADAS

Editado por:

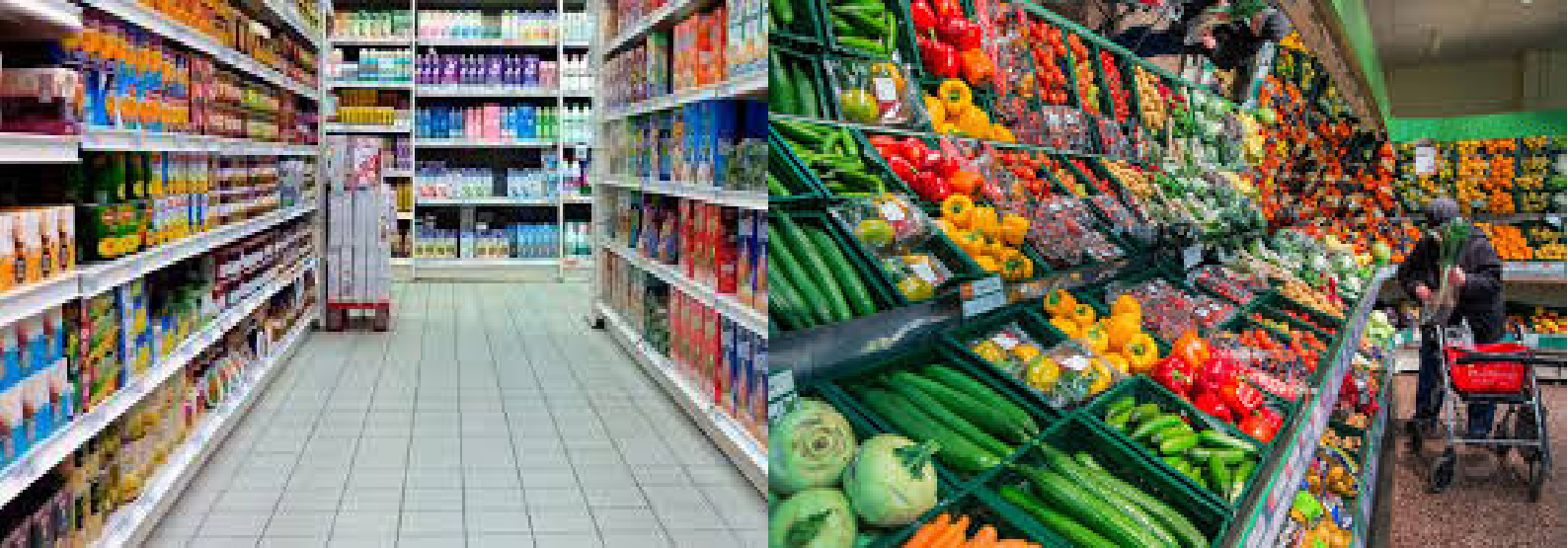
MINISTERIO DE LA PRODUCCIÓN

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

www.produce.gob.pe

1era Edición, Junio 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

Junio 2019

Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas especializadas

Introducción	3
Producción total versus sector comercio	4
Desempeño según actividades	5
Otras variables del sector	14
Número de tiendas	15
Proyectos de inversión	15

Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas especializadas

Boletín Estadístico – Junio de 2019

Introducción

En junio 2019, las ventas del comercio interno¹ aumentaron en 3.1% interanual. Dicho avance fue resultado del dinamismo positivo de las actividades de boticas y farmacias (25.0%), libros, periódicos y artículos de papelería (23.8%), y en menor medida, por las Tiendas por departamento y supermercados (0.2%). Ello a pesar de la disminución registrada en las ventas de productos de ferreterías y equipamiento del hogar que disminuyó en 8.8%.

En este mes, el desempeño positivo registrado por el comercio interno fue debido al mayor dinamismo de las

ventas de las principales actividades de este sector (boticas y farmacias, libros y artículos de papelería, y tiendas por departamento y supermercados), a pesar de tener una base alta de comparación con relación a igual mes del año anterior, donde se incrementaron la venta de productos de consumo y artículos para el hogar relacionados al mundial de fútbol Rusia 2018. Cabe destacar que, el incremento en las ventas en boticas y farmacias, responde al continuo dinamismo de la demanda de productos medicinales y de cuidado personal debido a la mayor preferencia de la población por productos de calidad y seguridad.



Ventas internas

Según grupo y clase CIIU,^{2/} Jun 2018 - Jun 2019

(Miles de soles a precios corrientes)

CIIU ^(a)	Actividad	Jun-18 ^(b)	Jun-19 ^(b)	Var. (%) Jun 19/18
	Total	3,162,607	3,261,731	3.1
471	Tiendas por departamento ^{1/} y supermercados	1,879,603	1,882,928	0.2
475	Ferreterías y equipamiento del hogar	665,423	607,031	-8.8
4772	Boticas y Farmacias	577,639	722,308	25.0
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	39,942	49,464	23.8

Notas:

(a) Grupo CIIU (tres dígitos), Clase CIIU (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 CIIU 4730.

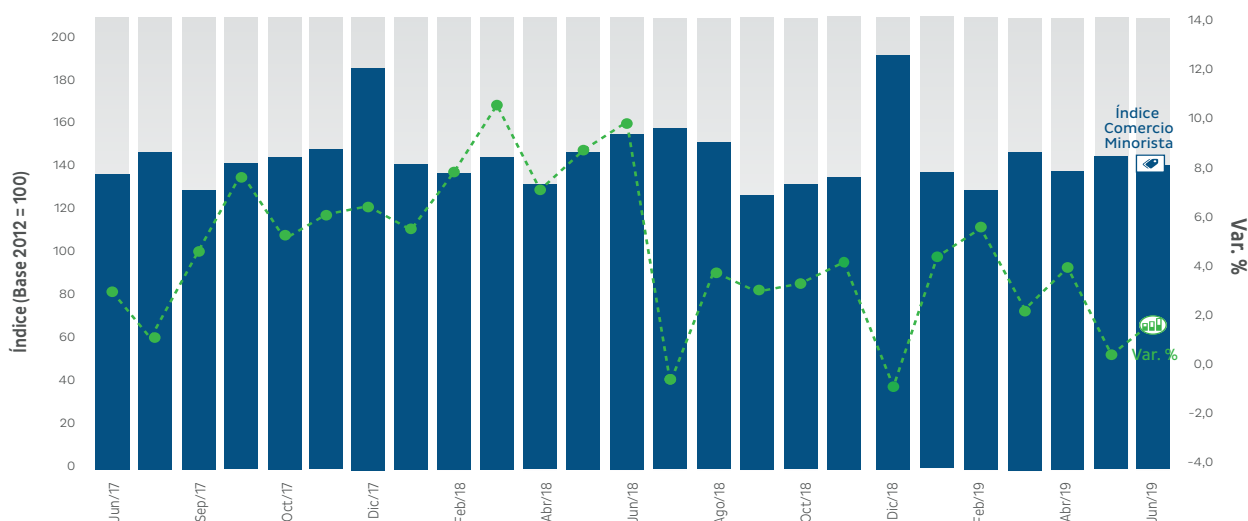
Fuente: Estadística mensual de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

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

¹ 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 CIIU 471 y 475, y de las clases CIIU 4772 y 4761 de revisión 4.

Durante el primer semestre 2019, las ventas del comercio interno registraron un comportamiento positivo debido a las campañas de precios bajos y apertura de nuevos locales de venta, tanto en Lima como al interior del país, en las actividades de supermercados y tiendas por departamento, y en boticas y farmacias.

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

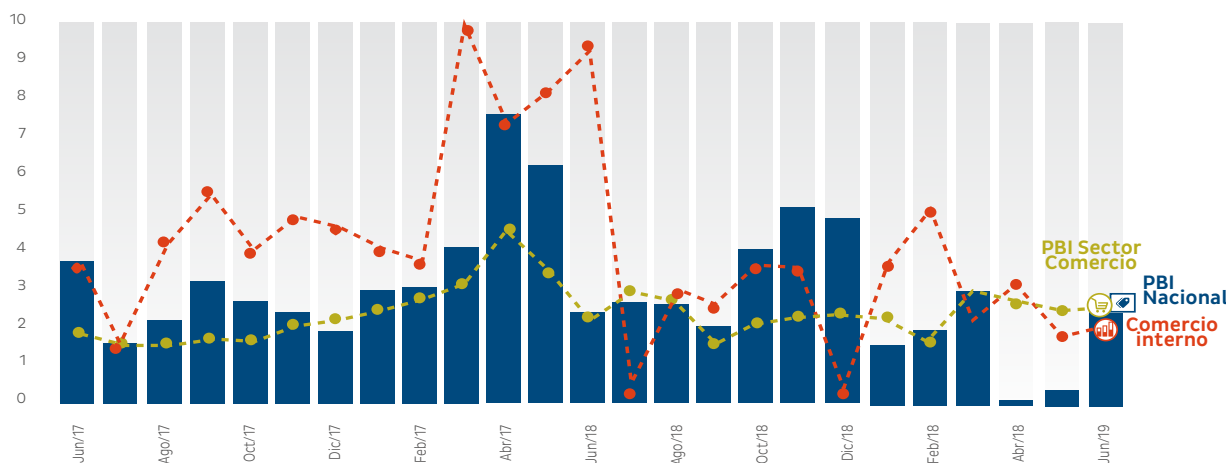


Fuente: INEI, BCRP y Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE).

Producción total nacional versus sector comercio

En junio del 2019, el PBI nacional creció ligeramente en 2.6%, registrando 119 meses de crecimiento continuo. En tanto, el sector comercio registró un avance de 2.7%, el mismo que obedeció al buen desempeño de los subsectores de comercio mayorista y minorista. En el caso del subsector minorista, el avance se sustenta por el incremento de las ventas de las actividades de supermercados y tiendas especializadas, boticas y farmacias, y librerías.

Variación porcentual² del PBI nacional, PBI sector comercio e índice de comercio interno¹ (Jun 2017- Jun 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

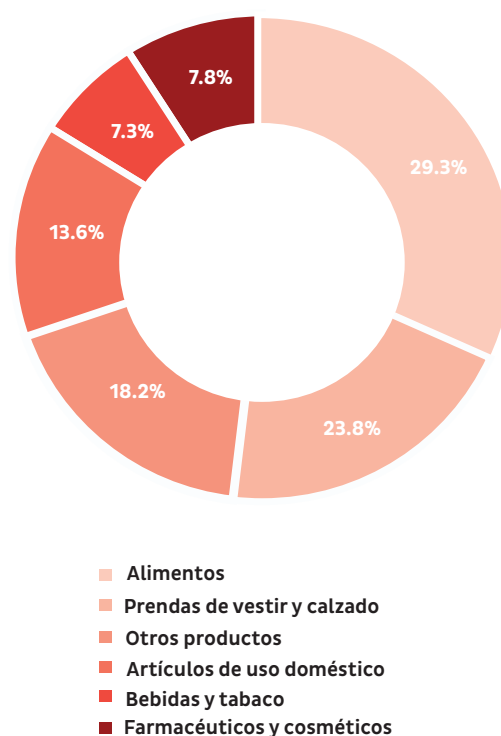
En junio del 2019, las ventas de la actividad de tiendas por departamento y supermercados se incrementaron en 0.2% interanual. Este resultado responde a las mayores ventas de bebidas y tabaco, productos farmacéuticos y cosméticos, alimentos y otros productos. No obstante, este comportamiento fue atenuado parcialmente por las menores ventas de la línea de prendas de vestir y calzado, así como los artículos de uso doméstico.

Cabe indicar que, en este mes las líneas de alimentos, prendas de vestir y calzado, y otros productos, concentraron en conjunto el 71.3% del valor de ventas de la actividad de tiendas por departamento y supermercados. Mientras que, el restante 28.7% correspondió a productos como artículos de uso doméstico, bebidas y tabaco, y de productos farmacéuticos y cosméticos.

Entre las principales empresas que destacan en esta actividad según sus niveles de ventas son: Supermercados Peruanos, Cencosud Retail Perú, Hipermercados Tottus, Saga Falabella, Tiendas Ripley y Makro Supermayorista, las cuales representaron en conjunto el 93.5% del valor total facturado.

Como se puede observar en la gráfica de la evolución de las ventas, el desempeño positivo mostrado por la actividad de tiendas por departamento y supermercados es menor y responde, principalmente, a la recuperación gradual del consumo de las familias, así como también, por la recuperación de la inversión privada en la primera mitad del año, lo cual permitió mejorar el nivel de empleo e ingresos de los hogares y como resultado de ello acceder a un mayor consumo.

 **Participación %**
Líneas de productos en tiendas por departamentos^{1/} y supermercados
(Jun 2019)



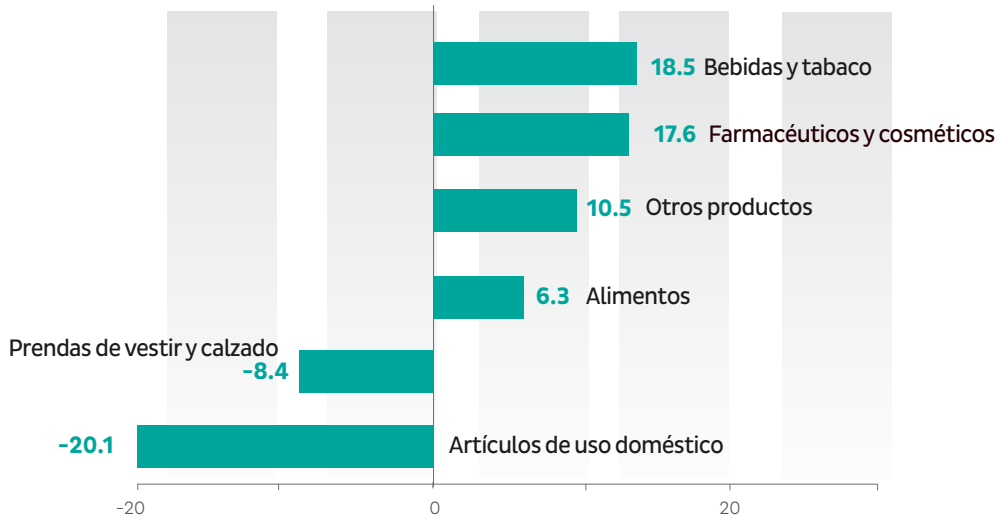
Nota: 1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos.

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



Ventas por líneas de productos

Tiendas por departamento^{1/} y supermercados, Junio 2019 (Var.%)

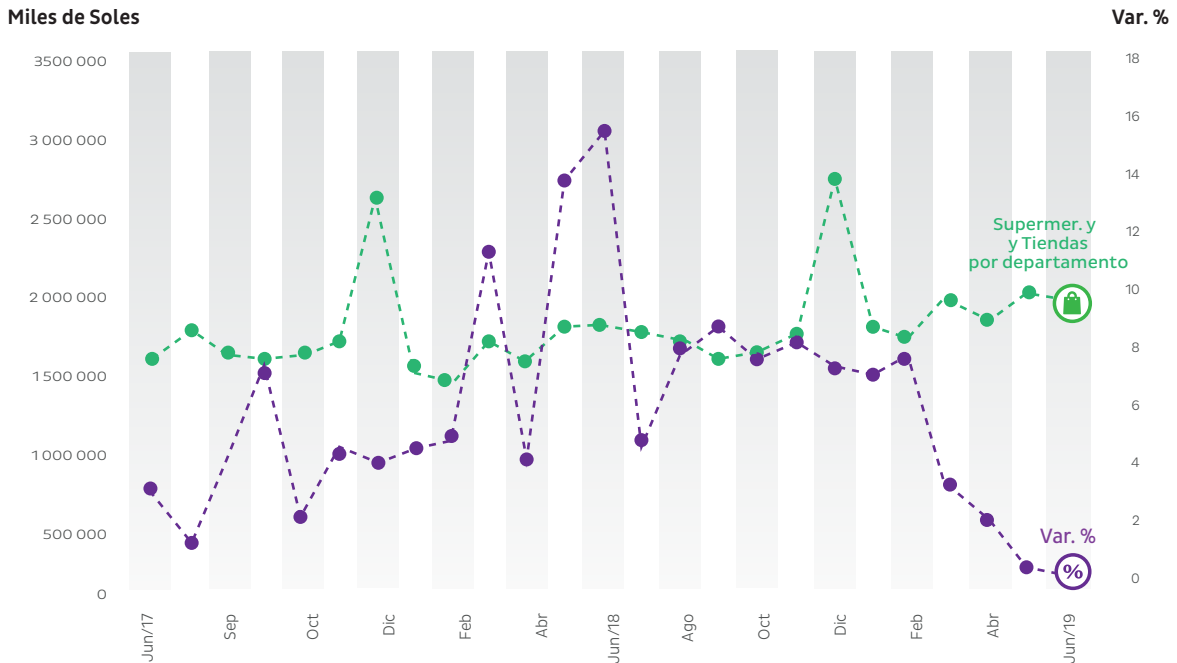


Nota: 1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos.
 Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
 Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Evolución y variación porcentual

Ventas internas de tiendas por departamento^{1/} y supermercados (Jun 2017 - Jun 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 junio del 2019, la actividad de ferreterías y equipamiento del hogar registró una disminución de sus ventas en 8.8% interanual, resultado que estuvo asociado principalmente a las menores ventas de artículos de uso doméstico, muebles y artículos de ferretería. Asimismo, el menor dinamismo de esta actividad estuvo relacionado por la baja demanda de productos vinculados al sector construcción.

En el mes de estudio, la línea de otros productos fue la que tuvo una mayor participación en las ventas de la actividad de ferreterías y electrodomésticos, con el 37.0%, seguido

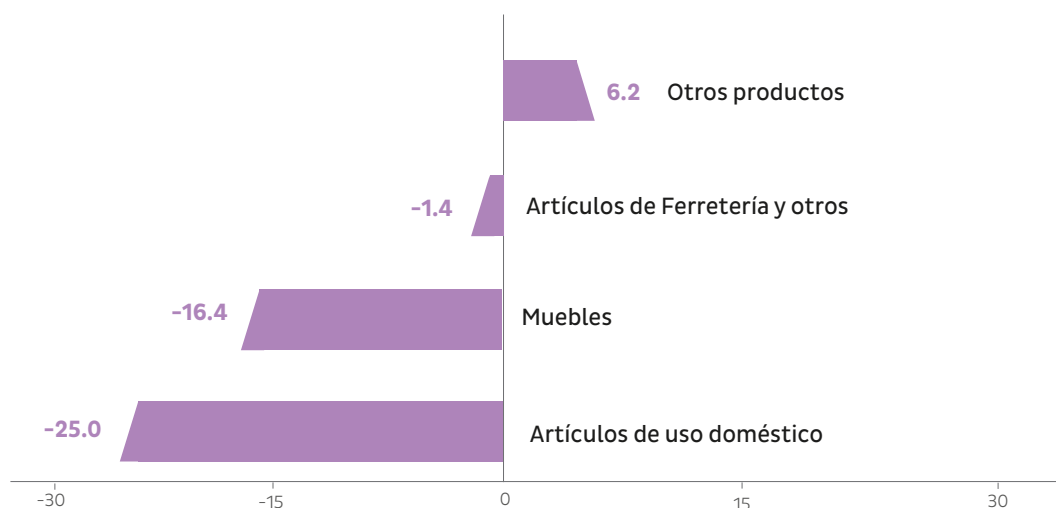
de la línea de artículos de uso doméstico (32.5%), artículos de ferreterías y otros (27.8%), los cuales en su conjunto representan el 97.3%.

Entre las principales 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 79.3% en las ventas totales.



Venta por líneas de productos

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

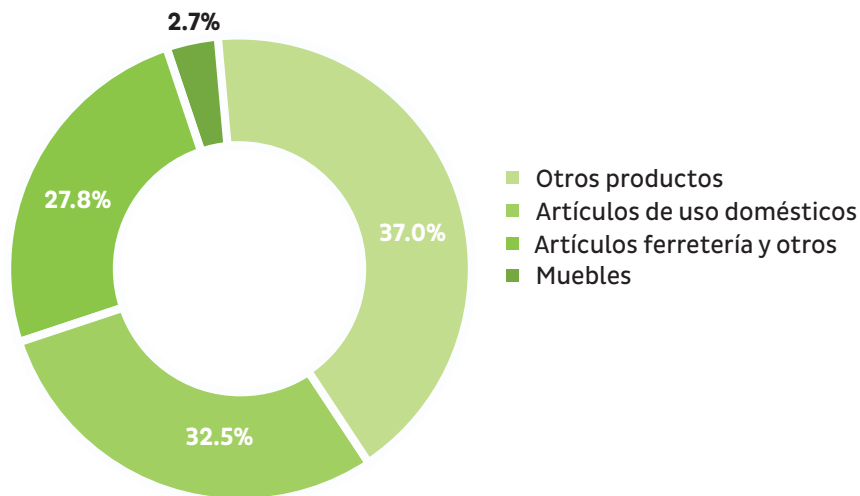


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Participación %

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



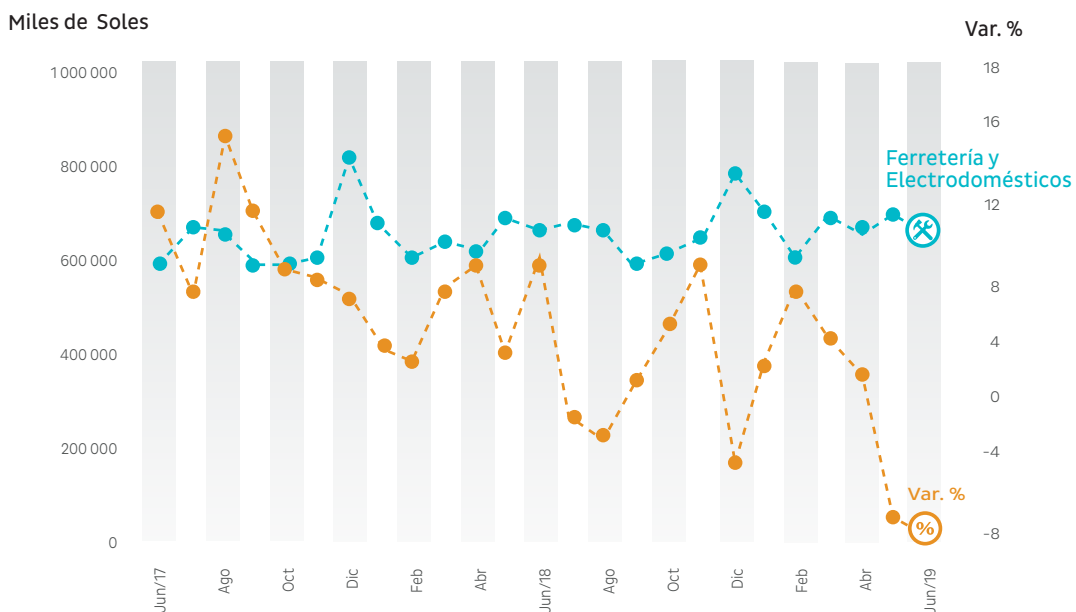
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE-Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos -OEE

De acuerdo a la evolución de las ventas durante el periodo de enero 2017 y junio 2019, se puede apreciar que desde julio del 2018 se habría desacelerado dicha actividad como consecuencia del menor 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 vienen ejecutando en Lima y al interior del país.



Evolución y variación porcentual

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

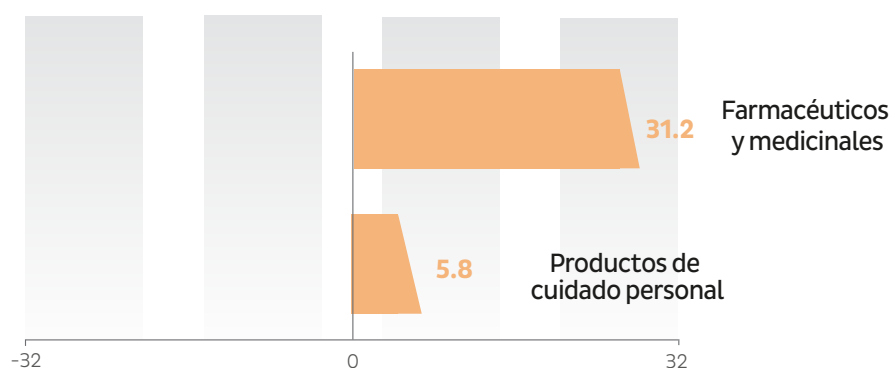


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)

Ventas de productos farmacéuticos y cosméticos

En junio del 2019, las ventas de productos farmacéuticos y de cuidado personal crecieron en 25.0% interanual. Como resultado del avance en la línea de farmacéuticos y medicinales (31.2%), así como también de la línea de productos de cuidado personal (5.8%).

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



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

Entre las principales farmacias que destacan con mayores niveles de ventas en este mes son: MiFarma, Ekerd Perú, CETCO, ALBIS y Productos Avon, las cuales concentraron el 88.4% del total facturado.

En cuanto a la participación de las líneas de productos de esta actividad, se observa que en junio del 2019 la línea de productos farmacéuticos y medicinales tuvo una participación de 79.4% en las ventas totales de esta actividad, y el restante (20.6%) corresponde a la línea de productos de cuidado personal. La alta participación que mantiene la línea de farmacéuticos y medicinales es debida a la demanda y prioridad que le dan los consumidores en

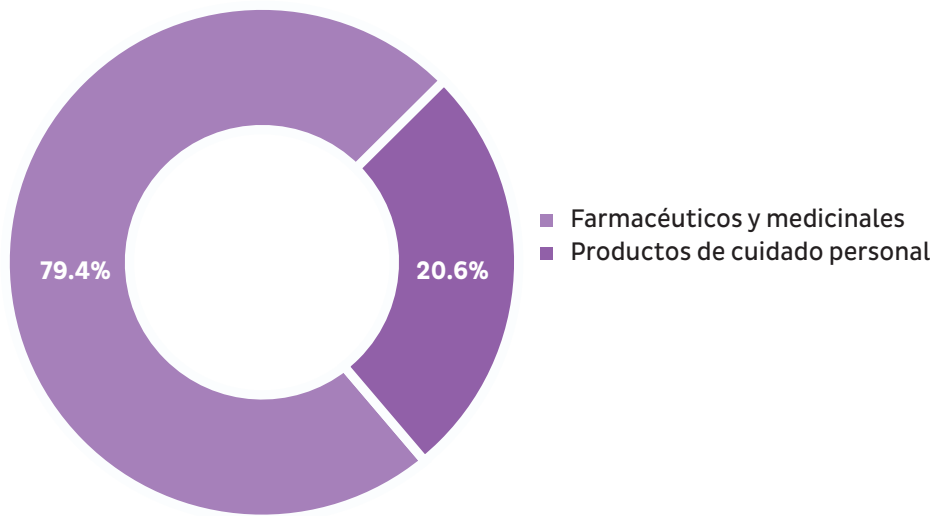
el cuidado de la salud. Es así que, en los últimos meses se observa un incremento en la participación de los productos de cuidado personal.

Entre enero del 2017 y junio del 2019, el nivel de ventas de la actividad de productos farmacéuticos y cuidado personal ha continuado en ascenso. Este resultado se debe por las intensivas campañas de precios bajos ofrecidas por las cadenas de farmacias (con la finalidad de tener más llegada a los consumidores), así como también por la mayor adquisición de productos de cuidado personal, tanto en mujeres como en varones.



Participación %

Líneas de productos farmacéuticos y de cuidado personal (Jun 2019)



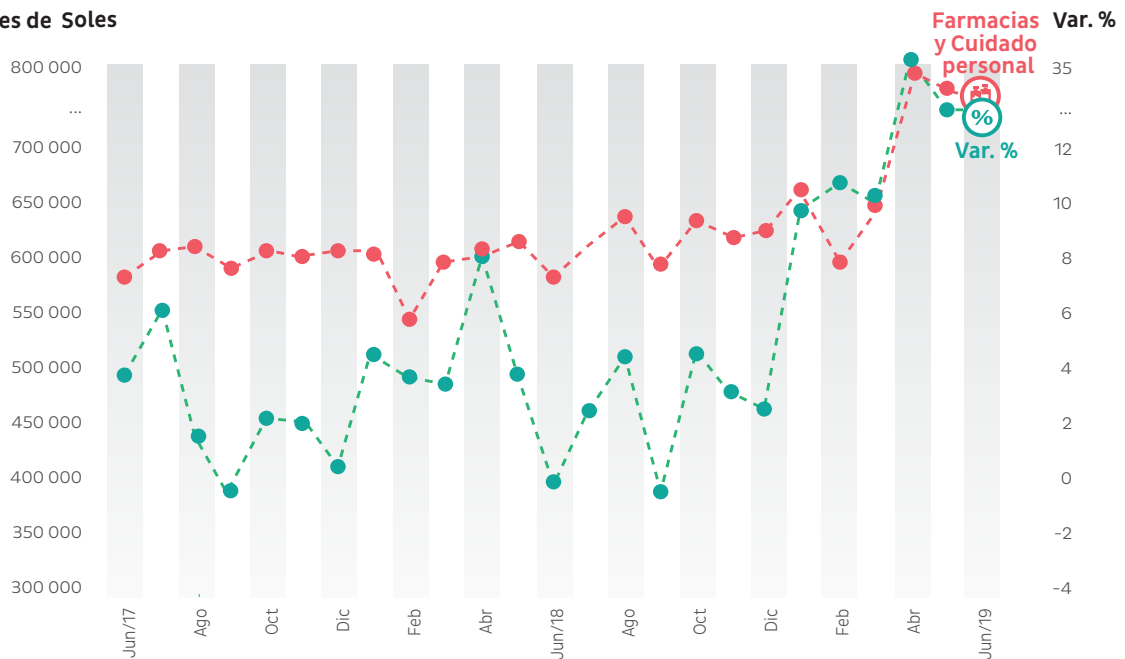
Fuente: Estadísticas de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Evolución y variación porcentual

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

Miles de Soles



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 junio del 2019, la venta de libros, periódicos y artículos de papelería crecieron en 23.8% interanual, debido a una recuperación en la demanda interna de productos de útiles de escritorio y de librería.

Librerías, Librerías Crisol y Tai Loy. En su conjunto estas empresas concentraron el 95.0% de la facturación total de la actividad.

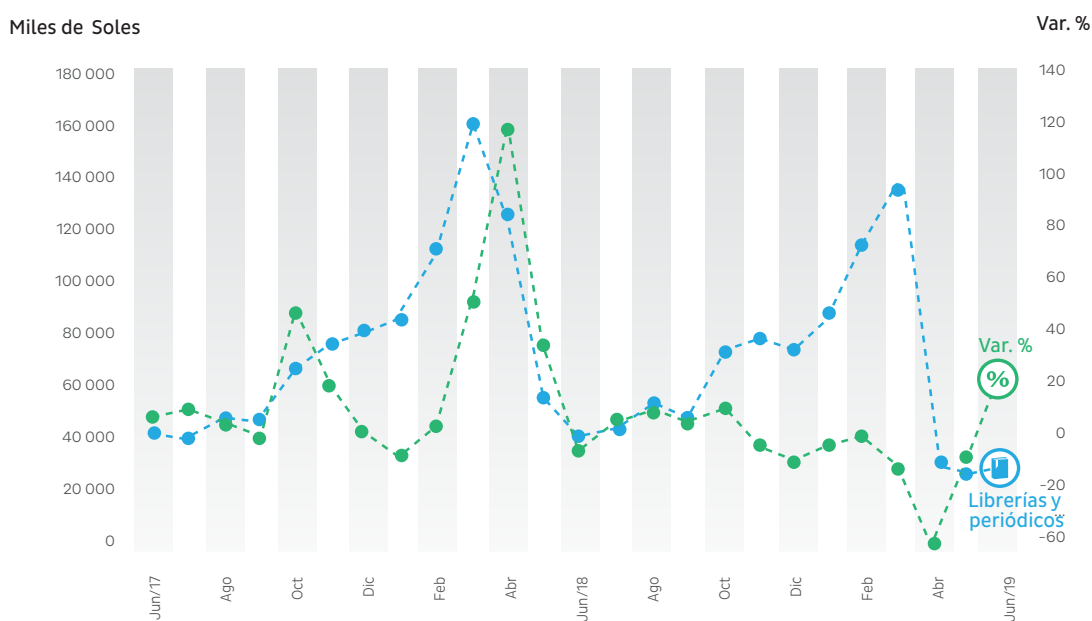
Entre las principales empresas que destacan en las ventas de esta actividad fueron: Distribuidora Navarrete, Ibero



Evolución y variación porcentual

Ventas internas de libros, periódicos y artículos de papelería

(Jun 2017 - Jun 2019)



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

Dinamismo del gasto en equipamiento de los hogares en el Perú

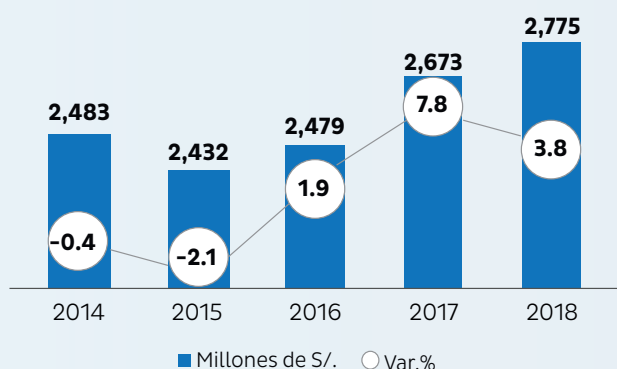
El comercio minorista (retail) representa a uno de los subsectores más dinámicos en la economía peruana, así como esencial en el desarrollo productivo de cualquier economía desarrollada. Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), entre los años 2014 y 2018 el aporte de este subsector fue de 5.4% en el PBI Nacional, en promedio. En cuanto a la fuerza laboral, esta actividad genera más de 2.6 millones de puestos de trabajo, representando ello el 14.9% de la PEA ocupada a nivel nacional, según la Encuesta Nacional de Hogares (ENAHO, 2018).

Dentro de este subsector, la actividad de ventas de equipamiento del hogar¹ que provee de diversos equipos y electrodomésticos, y facilitan las tareas en el hogar de las familias han jugado un rol muy importante en la dinamización de la actividad del comercio retail. En los últimos 5 años, las ventas de dicha actividad han mantenido un continuo dinamismo, tuvo un avance de 2.2% en promedio anual, pasando de S/. 2,483 millones en 2014 a S/. 2,775 millones en 2018.

El principal factor que han impulsado las ventas de electrodomésticos para el hogar se debe a la mejora del poder adquisitivo de la población, registrando en el 2018 un crecimiento de 1.7%, según cifras de ENAHO².

Gráfico 1

Perú: Evolución de las ventas de empresas en equipamiento del hogar 2014-2018 (Millones de S/. y Var.%)



Fuente: Estadística mensual de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: Produce-OEE

Entre los principales bienes que más compraron (en unidades) los hogares durante el 2018 destacan: televisor a color (14.8% de participación en la cantidad total de productos de equipamiento), cocina a gas (13%), licuadora (10%), radio (9%), entre otros. Mientras que, en relación al gasto promedio en soles, este fue mayor en los bienes como autos y camionetas (46.8% del gasto total en productos de equipamiento del hogar), luego le siguen televisores (14%), motocicletas (7.5%), computadoras/laptops (6.2%), productos de línea blanca (10.3%), entre otras. En el caso de la línea blanca, el gasto realizado en este rubro responde a la mayor demanda del sector inmobiliario, ello debido a que en el último año, la venta de viviendas en Lima Metropolitana registraron un importante crecimiento de 12.6%, según Apoyo & Consultoría.

El gasto del equipamiento para el hogar medido por nivel de estrato socioeconómico, se observa que los hogares de los segmentos C y D son los que realizan un mayor gasto en bienes de equipamiento del hogar, que en promedio representan el 11.8% del gasto total de bienes duraderos³ que realizan los hogares en el Perú.

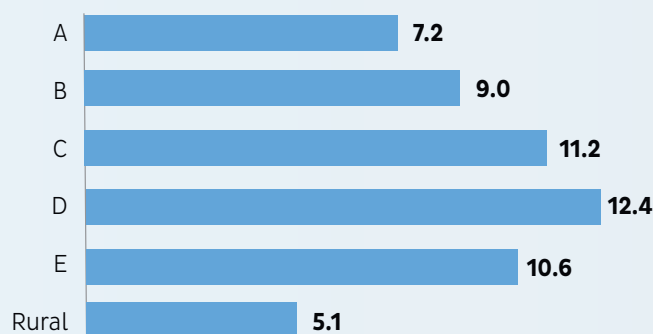
¹ Entre los bienes que comprenden el rubro de equipamiento del hogar figuran: equipos de audio y video, computadoras, laptops, productos de línea blanca (lavadora, refrigeradora, licuadora, cocina), automóviles, motocicletas, bicicletas, entre otros.

² Cifra calculada correspondiente al ingreso laboral mensual promedio de la PEA ocupada utilizando la ENAHO.

³ Se considera al rubro de bienes de consumo duradero a los grupos 21 (vestido y calzado) y 41 (muebles, enseres y mantenimiento de la vivienda) de sumarias de ENAHO-2018.

Gráfico 2

Gasto en equipamiento del hogar según estrato socioeconómico*, 2018 (%)



* Porcentajes respecto al gasto total en bienes de consumo duradero que realizan los hogares en cada uno de sus estratos socioeconómicos. Se considera al rubro de bienes de consumo duradero a los grupos 21 (vestido y calzado) y 41 (muebles, enseres y mantenimiento de la vivienda) de sumarias de ENAHO-2018.

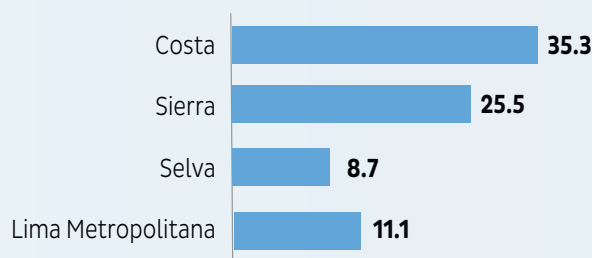
Fuente: ENAHO-2018

Elaboración: Produce-OEE

Por otro lado, según dominio geográfico, los hogares de la Costa destinan en mayor proporción el gasto en equipamiento para el hogar, en comparación a la Sierra y la Selva.

Gráfico 3

Gasto en equipamiento del hogar según dominio geográfico*, 2018 (%)



* Porcentajes respecto al gasto total en bienes de consumo duradero que realizan los hogares en cada dominio geográfico. Se considera al rubro de bienes de consumo duradero a los grupos 21 (vestido y calzado) y 41 (muebles, enseres y mantenimiento de la vivienda) de sumarias de ENAHO-2018.

Fuente: ENAHO-2018

Elaboración: Produce-OEE

Según las cifras estimadas por la Oficina de Estudios Económicos de PRODUCE, se espera que al cierre del presente año, las ventas de bienes de equipamiento para el hogar se incrementen alrededor de 5.2% con relación al año 2018, impulsado por el aumento registrado en las ventas de mayo y junio por las festividades del día de la madre y del padre, sumado a ello la realización de los juegos panamericanos de Lima entre julio y agosto. Así también, esta actividad se verá favorecida por las intensivas campañas de fin de año, factores que impulsarían las ventas de electrodomésticos, en particular, los de la línea blanca y marrón (televisores de pantallas planas y televisores Smart y dispositivos móviles).

En cuanto al avance que se prevé en la venta de productos de línea blanca, esto se sustentaría por la renovación constante de la tecnología, pues ahora está presente en controles digitales para productos como lavadoras, refrigeradoras y hornos. Así también, se incrementarían las ventas de equipos de comunicación, ello debido a la creciente demanda de dispositivos móviles. De acuerdo con cifras de Osiptel, entre 2014 y 2018 el número de líneas móviles se han incrementado a un ritmo de 7.1%, en promedio anual.

Otras variables del sector

Personal Ocupado

En junio 2019, el personal ocupado del subsector de comercio interno avanzó en 3.1% interanual. Dicho avance positivo fue resultado del aumento de contrataciones en la actividad de ferreterías y equipamiento del hogar (7.0%) y de las tiendas por departamento y supermercados (4.7%), a pesar de haber sido atenuado por menor contratación de personal en las actividades de libros, periódicos y artículos de papelería (-29.9%) y de boticas y farmacias (-1.6%).

Por tipo de empleo, en la actividad de comercio interno se registró un ligero incremento en las contrataciones del

personal permanente (2.6%), por la mayor contratación de personal en las actividades de tiendas por departamento y supermercados (9.2%) y ferretería y equipamiento del hogar (7.0%). Así también, aumento la cantidad de personal eventual (4.9%), debido al aumento en las contrataciones de la actividad de ferretería y equipamiento del hogar (7.6%).

Por tipo de género, la actividad de comercio interno registró un ligero incremento en la contratación de personal, tanto de varones (2.4%) como de mujeres (3.8%).



Personal ocupado

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

Actividad	Permanentes	Eventuales	Varones	Mujeres		
Var. (%) Jun 19/Jun 18	3.1	2.6	4.9	2.4	3.8	
CIIU ^{a/} Total Jun 2019	110,535	Var.% ^{1/}	86,127	24,408	52,649	57,886
471 Tiendas por departamento ^{2/} y supermercados	61,637	4.7	49,953	11,684	31,924	29,713
475 Ferreterías y electrodomésticos	24,561	7.0	23,587	974	14,894	9,667
4761 Libros, periódicos y artículos de papelería	1,591	-29.9	1,100	491	926	665
4772 Boticas y Farmacia	22,746	-1.6	11,487	11,259	4,905	17,841

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 junio del 2019, el número de locales de tiendas por departamento y de supermercados ascendió a un total de 3 755 tiendas, menor en 1 093 locales en comparación al total registrado en junio del 2018. Ello debido a que en dicho mes disminuyó la cantidad de tiendas en las actividades de farmacias y de cuidado personal (1 281 locales menos) y Libros, periódicos y artículos de papelería (8 locales menos). Sin embargo, cabe destacar un aumento de locales en la actividad de ferreterías y electrodomésticos (8 locales más) y en tiendas por departamento y supermercados (188 locales más).



Número de tiendas Según grupo y clase CIIU (Junio 2019)

CIIU ^{a/}	Actividad	Jun-18	Jun-19	Var. (%) Jun 19/18
471	Tiendas por departamento ^{1/} y supermercados	596	784	31.5
475	Ferreterías y electrodomésticos	542	550	1.5
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	153	145	-5.2
4772	Boticas y Farmacias	3,557	2,276	-36.0

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

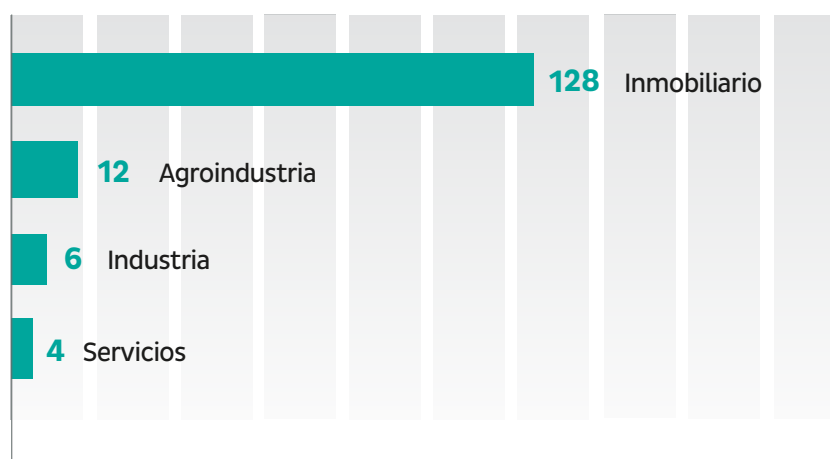
En junio del 2019, el monto total por anuncios de inversión de algunos rubros del mercado ascendió a US\$ 150.0 millones, en la cual el sector inmobiliario alcanzó el mayor monto, con US\$ 128 millones. Cabe resaltar que, en este mes no se registró inversiones para el comercio minorista o retail.



Anuncios de inversiones

Junio 2019

(Millones de dólares)



Fuente: Apoyo Consultoría

Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



MINISTERIO DE LA PRODUCCIÓN


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


Central Telefónica: 616 2222


www.produce.gob.pe

<http://ogeiee.produce.gob.pe>

 /minproduccion

 @minproduccion

 producegob

 minproduccion