



PERÚ

Ministerio
de la Producción

Oficina de Estudios Económicos

Marzo 2020

Boletín de
Comercio Interno

Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

BOLETÍN DE COMERCIO INTERNO

GRANDES ALMACENES, SUPERMERCADOS Y TIENDAS ESPECIALIZADAS

Editado por:

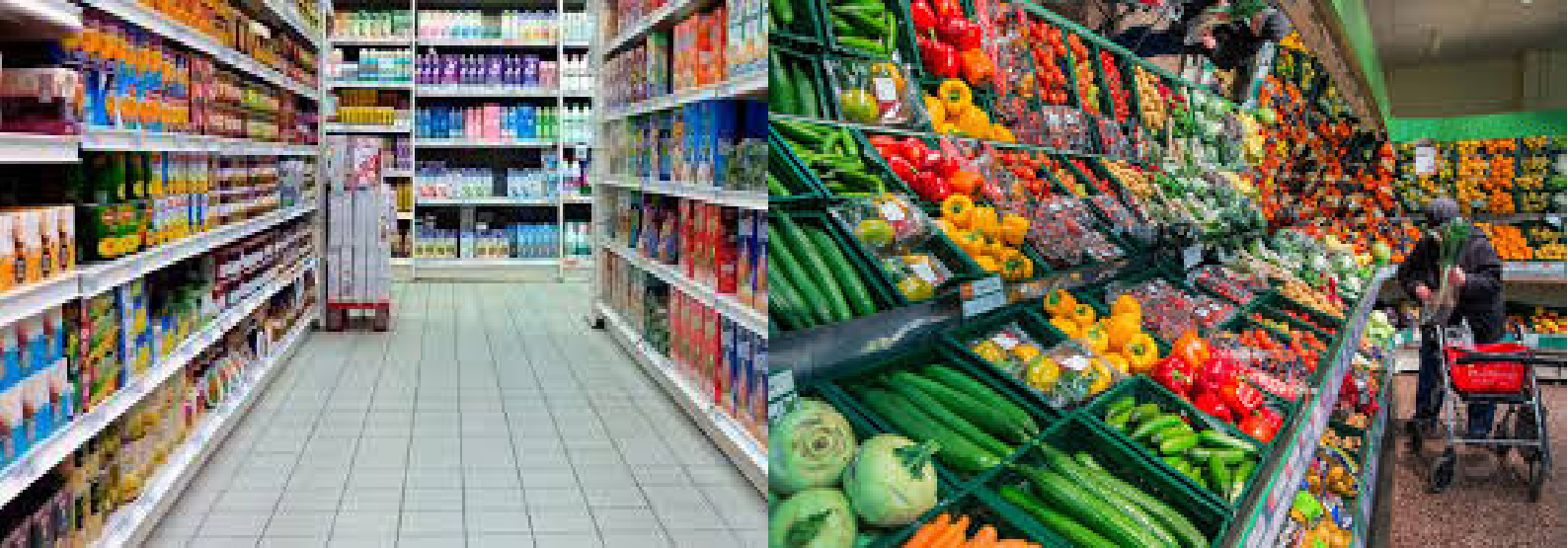
MINISTERIO DE LA PRODUCCIÓN

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

www.produce.gob.pe

1era Edición, Marzo 2020

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

Marzo 2020

Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Introducción	3
Producción total versus sector comercio	4
Desempeño según actividades	5
Otras variables del sector	16
Número de tiendas	17
Proyectos de inversión	18

Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Boletín Estadístico – Marzo de 2020

Introducción

En marzo de 2020, las ventas del comercio interno disminuyeron en -17.8% interanual. Dicha disminución fue resultado del bajo desempeño de las principales actividades que componen este sector, como son la de tiendas por departamento y supermercados (-5.5%), ferreterías y equipamiento del hogar (-48.6%), libros, periódicos y artículos de papelería (-26.2%), y boticas y farmacias (-19.8%).

En el mes en referencia, las actividades de este sector, que están vinculadas tanto al consumo de bienes personales como son alimentos y vestimenta y los de mejoramiento del hogar, así como la protección de la salud, cuidado personal, y librerías, tuvieron un comportamiento negativo, explicado por los pocos días de apertura de sus locales comerciales (funcionaron sólo

la primera quincena de marzo), al haber decretado el Gobierno el Estado de Emergencia por 15 días (empezando el 16 de marzo), debido a la pandemia generada por el COVID-19 en el país, lo cual significó el cese de la continuidad de las ventas en estas actividades por este tiempo establecido, a excepción de la comercialización de bienes de primera necesidad.

En el gráfico adjunto se puede observar que, las ventas del comercio interno después de los dos primeros meses del 2020, registraron una caída considerable, a causa de la emergencia sanitaria que vienen atravesando el país por la pandemia del COVID-19 y que ha retraído el dinamismo de las 4 actividades del comercio interno.



Ventas internas

Según grupo y clase CIU, ^{2/} Mar 2019 - Mar 2020
(Millones de soles a precios corrientes)

CIU ^(a)	Actividad	Mar-19 ^(b)	Mar-20 ^(b)	Var. (%) Mar 20/19
	Total	3,395	2,790	-17.8
471	Tiendas por departamento ^{1/} y supermercados	1,916	1,811	-5.5
475	Ferreterías y equipamiento del hogar	686	353	-48.6
4772	Boticas y Farmacias	654	525	-19.8
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	138	102	-26.2

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.

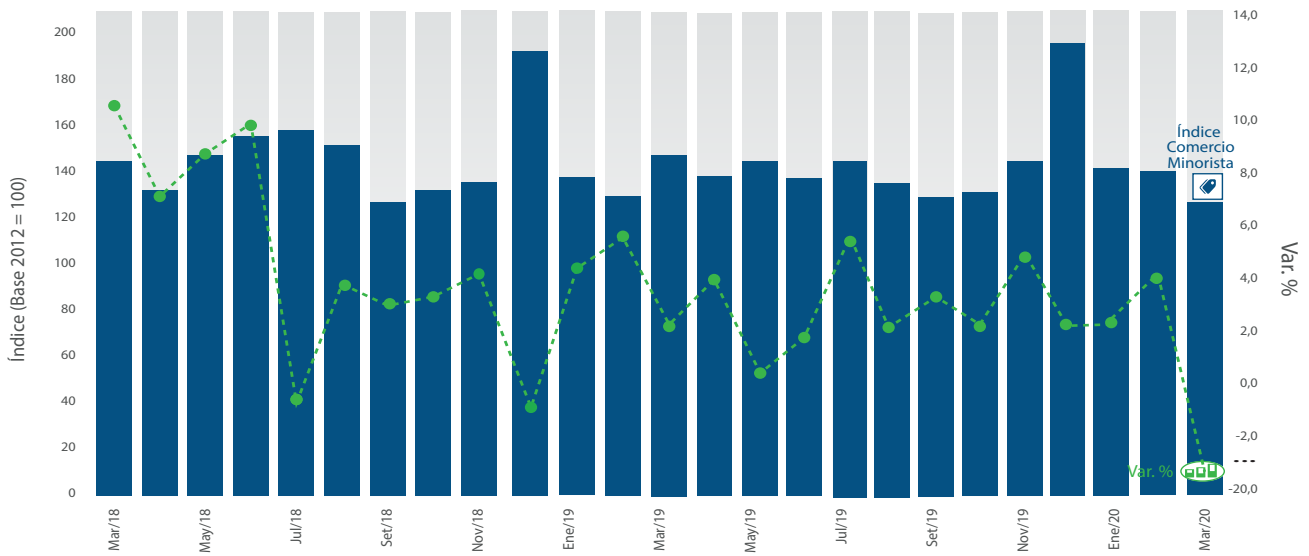
Fuente: Estadística mensual de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

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



Índice y variación porcentual de comercio minorista (Marzo 2018 - Marzo 2020)



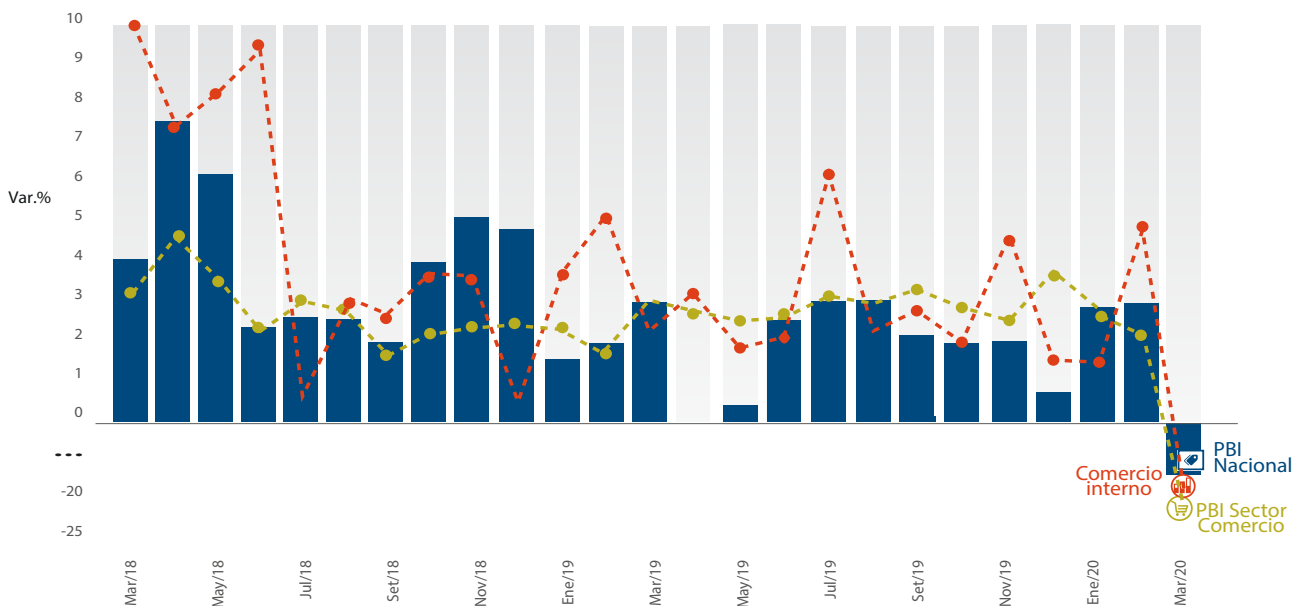
Fuente: INEI, BCRP y Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE).

Producción total nacional versus sector comercio

En marzo del 2020, el PBI nacional después de 127 meses de crecimiento continuo, disminuyó en 16.3%. En tanto, el sector comercio registró una disminución de 22.4%, el mismo que obedeció al bajo desempeño de los subsectores de comercio mayorista y minorista. En efecto, en este mes dichos subsectores registraron una caída de 23.4 y 17.1% interanual, respectivamente.



Variación porcentual² del PBI nacional, PBI sector comercio e índice de comercio interno¹ (Mar 2018 - Mar 2020)



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

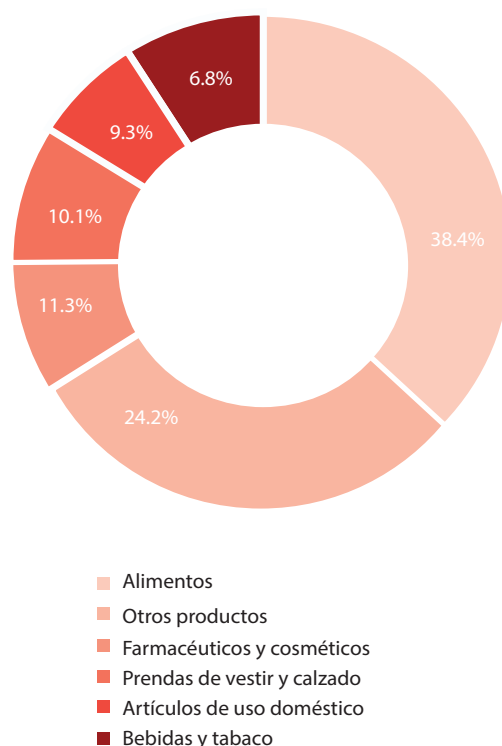
En marzo del 2020, las ventas de la actividad de tiendas por departamento y supermercados disminuyeron en 5.5% interanual, como resultado de una caída en las ventas de prendas de vestir y calzado, artículos de uso doméstico, y de bebidas y tabaco, debido al menor número de días de atención (15 días) para la venta de dichos productos. No obstante, cabe resaltar que las tiendas de alimentos (supermercados y tiendas de conveniencia) si mantuvieron sus ventas durante todo el mes.

Cabe indicar que, en este mes las líneas de alimentos, prendas de vestir, calzado, y otros productos, concentraron en conjunto el 72.7% del valor de ventas de la actividad de tiendas por departamento y supermercados; mientras que, el restante 27.3% correspondió a productos como artículos de uso doméstico, bebidas y tabaco, y de farmacéuticos y cosméticos.

Entre las principales empresas que destacan en esta actividad según sus niveles de ventas figuran: Supermercados Peruanos, Cencosud Retail Perú, Hipermercados Tottus, Saga Falabella, Tiendas Ripley y Makro Supermayorista, las cuales representaron en conjunto el 96.0% del valor total facturado.

El desempeño negativo mostrado por la actividad de tiendas por departamento y supermercados, se puede observar en la gráfica, fue como resultado del efecto de la pandemia del COVID-19 en el País.

 **Participación %**
Líneas de productos en tiendas por departamentos ^{1/}y supermercados (Mar 2020)



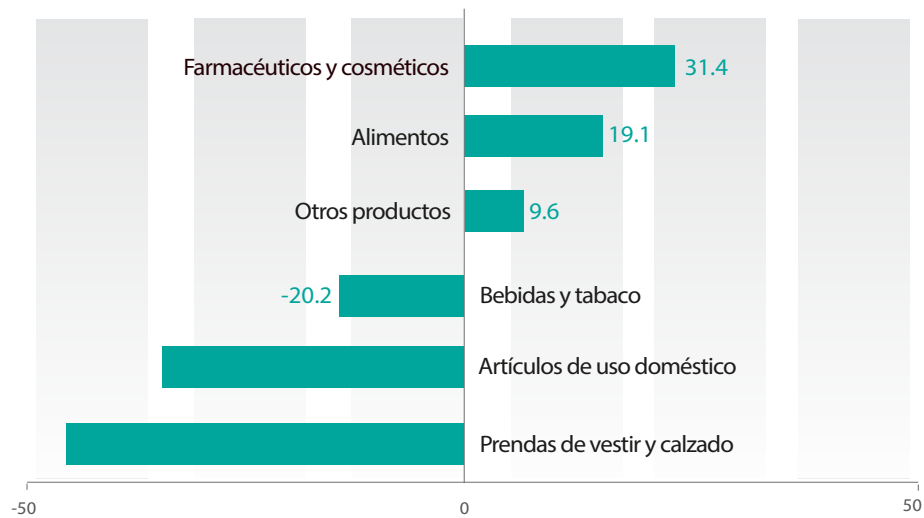
Nota: 1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos.

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, Marzo 2020 (Var.%)

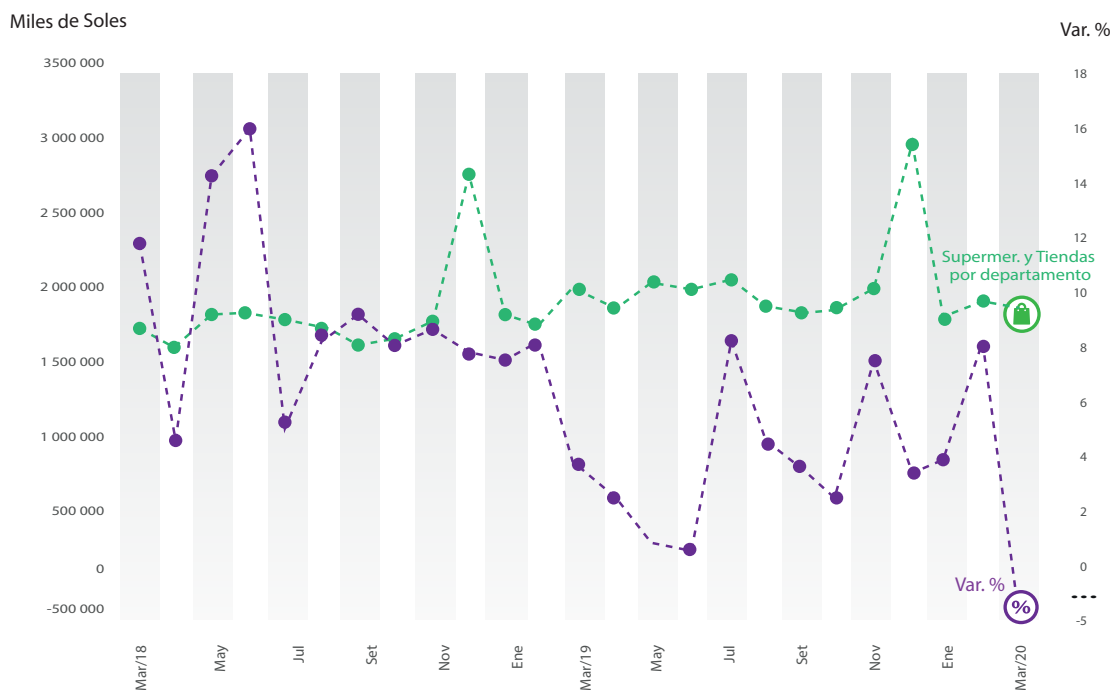


Nota: 1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos.
 Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
 Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Evolución y variación porcentual

Ventas internas de tiendas por departamento^{1/} y supermercados (Mar 2018 - Mar 2020)



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

La actividad de ferreterías y equipamiento del hogar, en marzo del 2020, registró una caída en sus ventas de 48.6% interanual, como consecuencia de una menor venta de productos de la línea de artículos de uso doméstico, artículos de ferretería y otros, debido a los menores días de apertura de las tiendas de este rubro, por el Estado de Emergencia decretado por el Gobierno con la finalidad de evitar contagios por la pandemia del COVID-19.

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

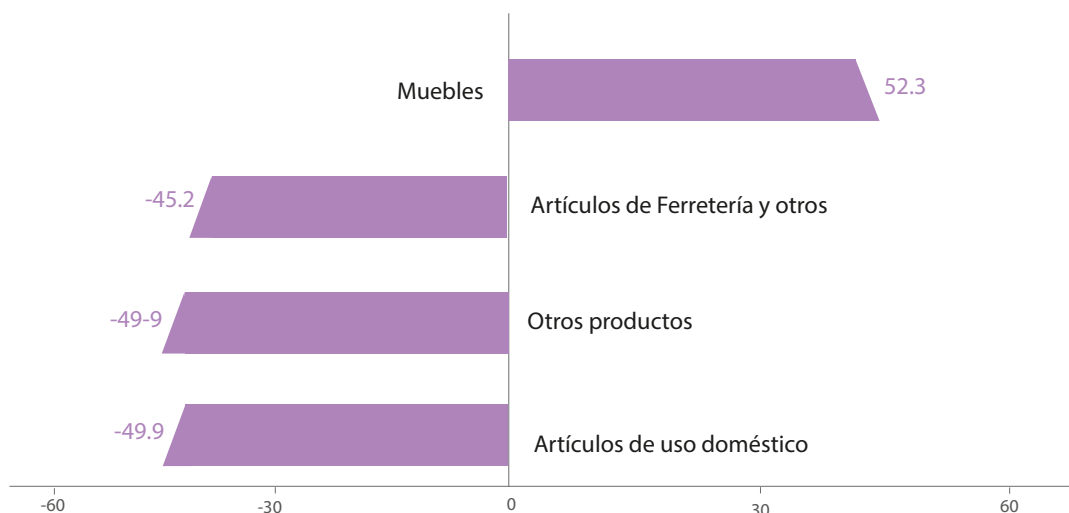
la línea de otros productos (35.8%), seguido de artículos de uso doméstico (31.5%), la de ferreterías y otros con el 28.9%, los cuales en su conjunto representan el 96.2%.

Entre las principales empresas que destacan en esta actividad aparecen: Maestro Homecenter, Promart Homecenter, Conecta Retail (Efe/Curacao), Importaciones Hiraoka, Elektra del Perú y Cemento y Acero, con una participación conjunta de 82.9% en las ventas totales.



Venta por líneas de productos

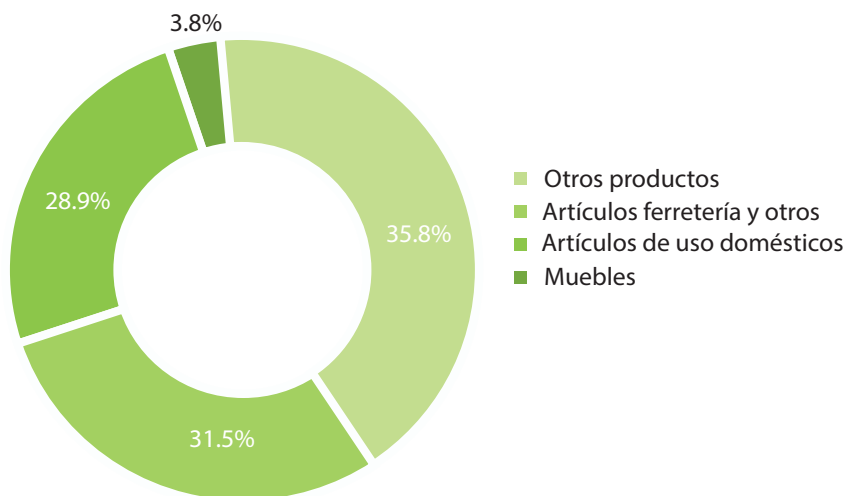
Ferreterías y equipamiento del hogar, Marzo 2020 (Var.%)



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
(Marzo 2020)



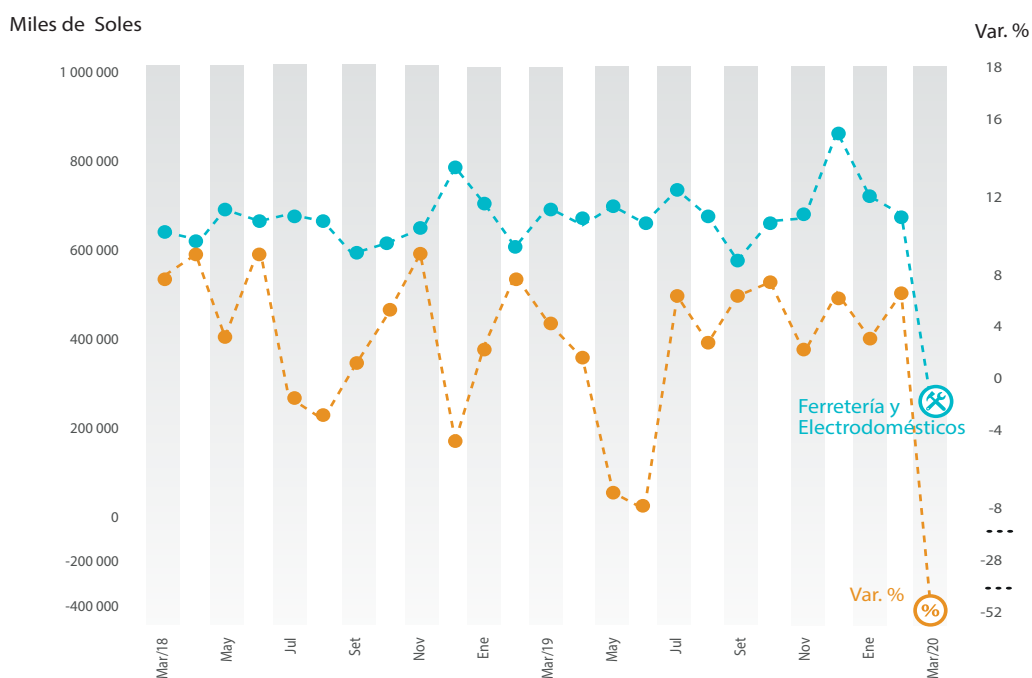
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)

Durante el periodo de enero 2018 a febrero 2020, las ventas de esta actividad registraron algunos resultados negativos, principalmente a partir del año 2019, a pesar que en algunos meses se alcanzó tasas positivas; sin embargo, en marzo último, se registró una fuerte caída debido al Estado de Emergencia, establecido por normativa del Gobierno, la cual generó que la demanda que proviene de obras tanto en centros comerciales, clínicas y colegios, y obras vinculadas a la reparación e instalación de redes subterráneas, postes, torres eléctricas, subestaciones y líneas de transmisión eléctrica, así como la construcción de hidroeléctricas, se encuentran paralizadas.



Evolución y variación porcentual

Ventas internas de ferreterías y equipamiento del hogar (Mar 2018 - Mar 2020)



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

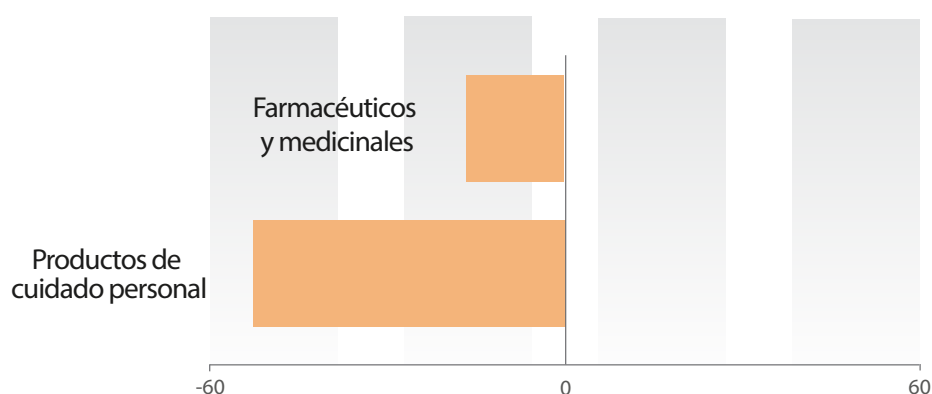
Ventas de productos farmacéuticos y cosméticos

Las ventas de productos farmacéuticos y de cuidado personal decrecieron 19.8% interanual en marzo de 2020. Asociado, principalmente, al bajo desempeño en las ventas de las líneas de productos farmacéuticos y medicinales, así como de cuidado personal.

Entre las principales farmacias que destacaron con mayores niveles de ventas figuraron: MiFarma, Ekerd Perú, CETCO, ALBIS y Productos Avon, las cuales concentraron el 87.3% del total facturado.

En cuanto a la participación de las líneas de productos de esta actividad, se observa que en marzo de 2020, la línea de productos farmacéuticos y medicinales tuvo una participación de 87.5% en las ventas totales, y el restante (12.5%) corresponde a la línea de productos de cuidado personal.

Ventas por líneas de productos Farmacéuticos y de cuidado personal, Mar 2020 (Var.%)



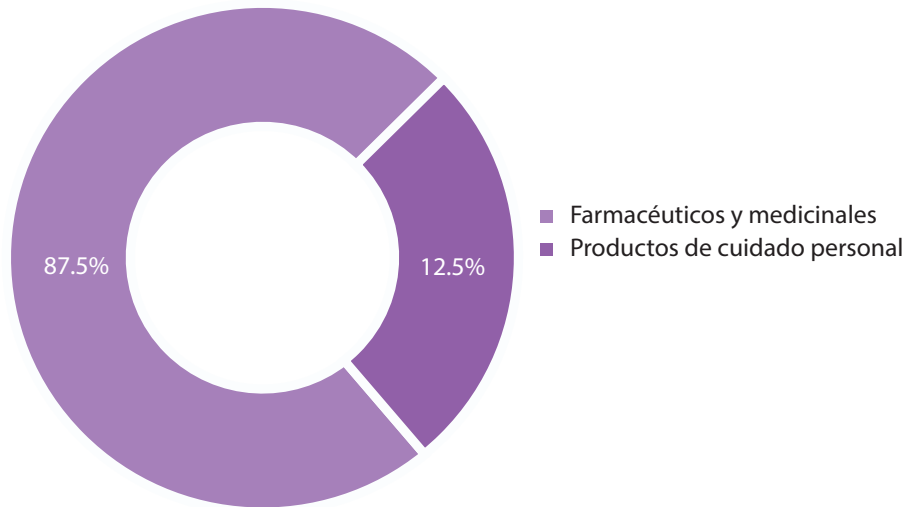
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)

Entre enero de 2018 y marzo de 2019 las ventas de la actividad mostraron una leve tendencia creciente, favorecido por el mayor consumo de los hogares; sin embargo, a partir de abril de este último año, el nivel de ventas de la actividad de productos farmacéuticos y cuidado personal, se mantienen a la baja en un contexto de menor dinamismo de la economía y las menores expectativas de gasto de las familias.



Participación %

Líneas de productos farmacéuticos y de cuidado personal
(Mar 2020)

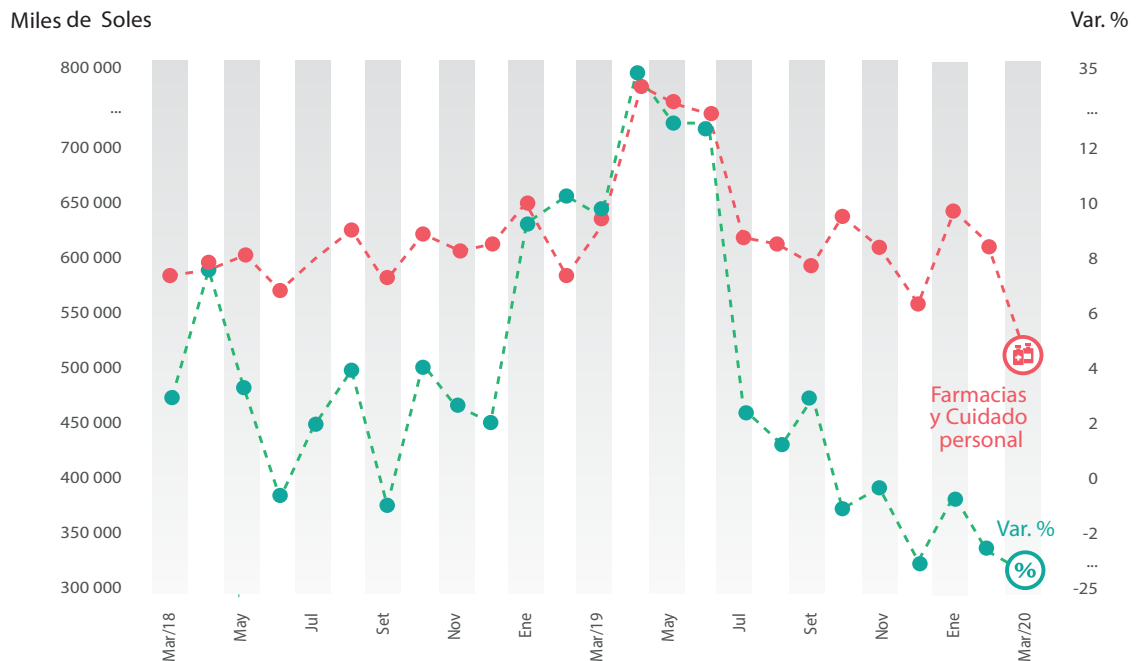


Fuente: Estadísticas de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Evolución y variación porcentual

Ventas internas de boticas, farmacias y cuidado personal (Mar 2018 - Mar 2020)



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

En marzo del 2020, la venta de libros, periódicos y artículos de papelería disminuyó en 26.2% interanual, porque hubo menores días de apertura de las tiendas en relación al mismo mes del año anterior, ante el Estado de Emergencia dispuesto por el Gobierno, por la pandemia del COVID-19. Asimismo, las menores ventas de la actividad fue como resultado de las menores ventas de útiles de escritorio y accesorios de papelería,

entre otros productos.

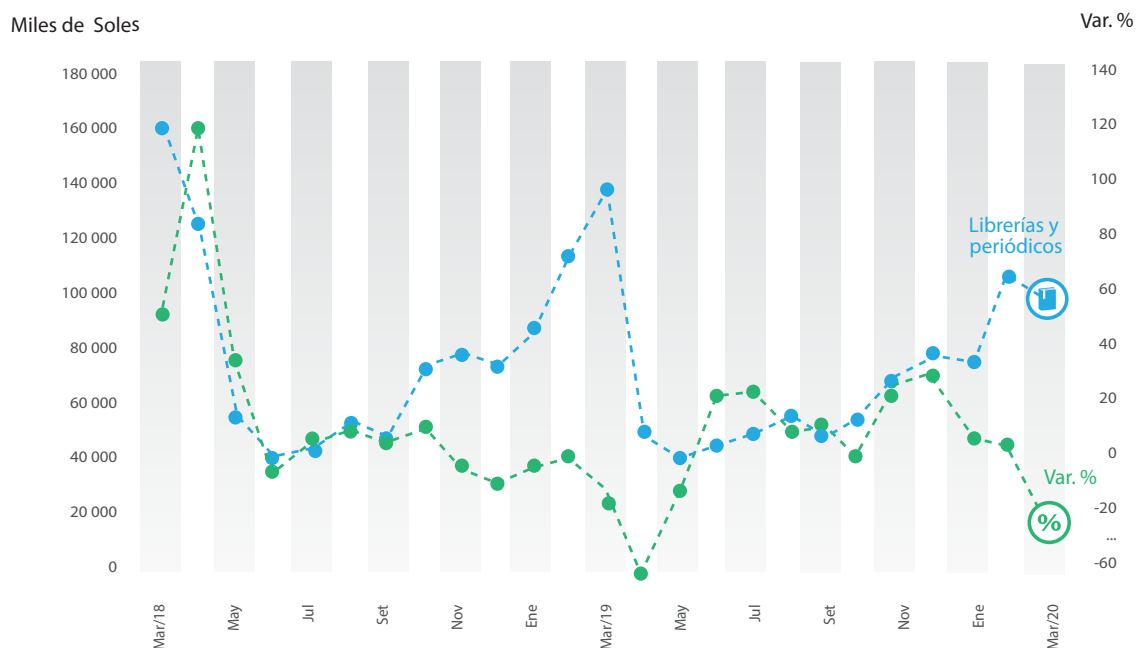
Entre las principales empresas que destacaron en las ventas de esta actividad fueron: Distribuidora Navarrete, Ibero Librerías, Librerías Crisol y Tai Loy. En su conjunto estas empresas concentraron el 98.8% de la facturación total de la actividad.



Evolución y variación porcentual

Ventas internas de libros, periódicos y artículos de papelería

(Mar 2018 - Mar 2020)



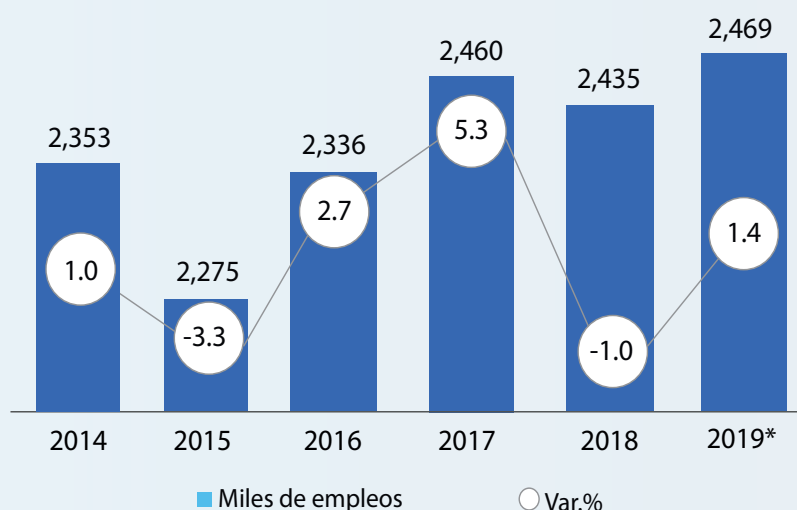
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)

Situación de las ventas de los supermercados en el Perú

En el Perú, el sector comercio es uno de los motores de la economía peruana, contribuye con el 10.4% en el Producto Bruto Interno Nacional y es el tercer sector que demanda el mayor nivel de empleo, seguido del sector servicios y agropecuario. Así, en 2018 ², la Población Económicamente Activa (PEA) ocupada en el Perú ascendió a 16.8 millones de personas, del cual la actividad de comercio concentró el 18.8%.

El comercio minorista que es parte del sector comercio, representa a uno de los subsectores más dinámicos en la economía. Así, en el último quinquenio (2014-2018) las ventas del comercio minorista crecieron a una tasa promedio anual de 6.4%, según los datos de la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (Sunat). Asimismo, este subsector generó 2.4 millones de puestos de trabajo en 2018, lo que representó el 14.5% de la PEA ocupada a nivel nacional, según la Encuesta Nacional de Hogares (ENAH). Por su parte, en el último año, 2019, se estima que el empleo del subsector alcanzó un total de 2.5 millones de trabajadores, mostrando una recuperación con un crecimiento de 1.4%, con respecto al 2018.

Gráfico 1
Perú: Evolución de la PEA ocupada del comercio minorista
(Miles de personas)



*Cifra estimada
Fuente: INEI-ENAH, 2017
Elaboración: Produce-OEE

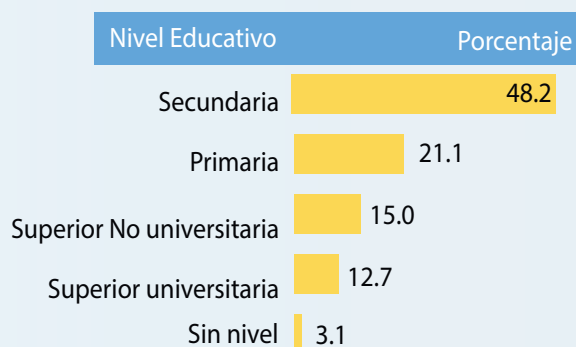
Así también, la PEA ocupada del comercio minorista representa la mayor fuerza laboral dentro de la actividad del comercio --77% de la PEA ocupada del sector comercio--, seguido por la actividad del comercio al por mayor (14.3%), y de las ventas, mantenimiento y reparación de vehículos (8.8%).

Por tipo de género, las mujeres representan el mayor porcentaje de la PEA ocupada del comercio minorista (70.2%); mientras que los hombres representan la tercera parte (29.9%). Asimismo, el 69.3% de los trabajadores que conforman la PEA del comercio minorista tienen los niveles de educación primaria y secundaria, y solo el 27.6% tienen educación superior, por lo que este sector carece de mano de obra calificada.

² Último año que registra información anual del nivel de empleo, según ENAH.

Cuadro 1

PEA ocupada del comercio minorista, según nivel educativo, 2018 (%)

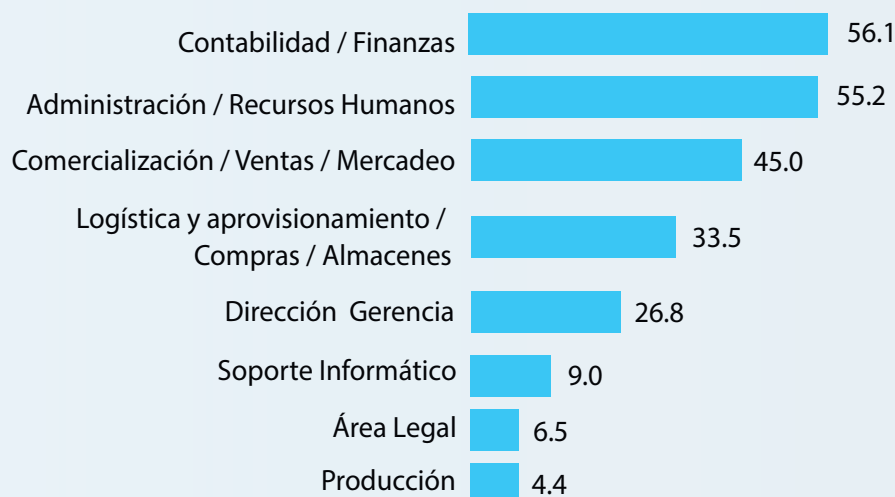


Fuente: INEI-ENAHO
Elaboración: Produce-OEE

Por otro lado, en cuanto a la demanda laboral en este subsector se observa que los puestos de trabajos más requeridos por las empresas se concentran, principalmente, en áreas administrativas como las de contabilidad, administración y de comercialización, ventas y mercadeo, según los resultados de la Encuesta Nacional de Empresas (ENE) 2018.

Gráfico 2

Principales puestos de trabajo, según área funcional de las empresas del sector comercio minorista, 2017 (%)



Fuente: ENE 2018
Elaboración: Produce-OEE

A nivel regional, la PEA ocupada reportó un mayor dinamismo en las regiones de La Libertad (2.3% de crecimiento promedio anual entre 2014-2018), Puno (1.6%) y Cusco (1.4%); sin embargo, a diferencia de dichas regiones, Lima es la principal región que concentra la mayor cantidad de empleo (34.8%), tal como se muestra en el siguiente cuadro.

Gráfico 3

Dinamismo de la PEA ocupada del comercio minorista, según principales regiones, 2018

Departamento	TCPA 2014-2018 (Var.%)	Part. % 2018
Secundaria	0.7	34.8
Primaria	2.3	6.4
Superior No universitaria	0.2	6.2
Superior universitaria	0.7	4.7
Sin nivel	1.0	4.4
Secundaria	1.6	4.4
Primaria	1.4	3.9
Superior No universitaria	-1.2	3.5
Superior universitaria	0.9	3.5
Sin nivel	-0.9	3.5
Sin nivel	1.4	24.7

Fuente: INEI-ENAHO
Elaboración: Produce-OEE

De acuerdo con Syverson (2011)³, la productividad se define como la eficiencia en el proceso productivo, es decir, cuanta producción es obtenida dado un conjunto de factores productivos, como trabajo y capital. Asimismo, las medidas de productividad referidas a un solo factor productivo reflejan la cantidad producida por cada unidad de factor utilizado, una medida de este tipo es la productividad laboral.

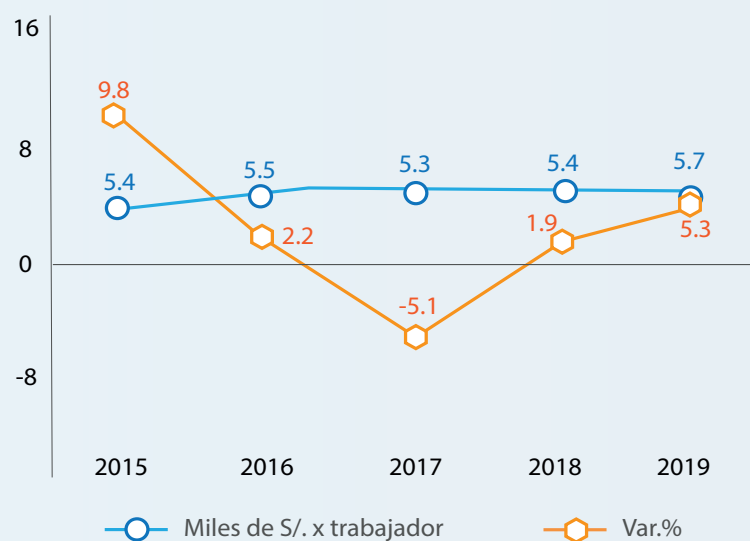
La productividad laboral⁴ del comercio minorista ha registrado una ligera tendencia creciente en los últimos cinco años (2015-2019), impulsado por el buen desempeño del sector retail que impulsaron las ventas de tiendas por departamento y supermercados ante la implementación de diversas estrategias de ofertas y promociones, a fin de captar un mayor número de clientes. Cabe mencionar que, sólo en 2017 se registró una caída de la productividad debido al efecto del fenómeno de El Niño que afectó a muchas regiones de la zona norte del país, principalmente la logística de las empresas, por lo cual no se pudo continuar con el dinamismo de las ventas, teniendo como resultado una caída en el valor agregado del comercio minorista (-0.4%).

³ Syverson, Chad (2011). What Determines Productivity? University of Chicago and National Bureau of Economic Research, Journal of Economic Literature 2011, 49:2, 326-365

⁴ La productividad laboral se calcula como el ratio de VAB y PEA ocupada.

Gráfico 4

Evolución de la productividad de la PEA del subsector comercio minorista** (Miles de S/. por trabajador*)



* Miles de S/. constantes de 2007 ** Cifra de la PEA 2019 es estimada.

Fuente: Sunat, INEI (Enaho)

Elaboración: PRODUCE-Oficina de Estudios Económicos

Otras variables del sector

Personal Ocupado

En marzo 2020, el personal ocupado del subsector de comercio interno aumentó en 9.4% interanual. Dicho resultado negativo fue por la mayor contratación de personal en la actividad de boticas y farmacias (42.2%), de tiendas por departamento y supermercados (4.8%), y actividades de libros, periódicos y artículos de papelería (1.0%).

Por tipo de empleo, en la actividad de comercio interno se registró un ligero aumento en las contrataciones del personal permanente (6.5%), debido a la mayor contratación de personal en las actividades de boticas y farmacias (51.6%) y de libros,

periódicos y artículos de papelería (5.6%); mientras que en el personal eventual se tuvo un incremento de 21.2%, debido al aumento del personal de la actividad tiendas por departamento (14.6%), de ferreterías y equipamiento del hogar (19.7%), y de boticas y farmacias (32.8%).

Por tipo de género, la actividad de comercio interno registró un incremento en la contratación de personal femenino (15.3%) y en el personal masculino (3.6%).



Personal ocupado

Número de personas según grupo y clase CIIU (Marzo 2020)

Actividad				Permanentes	Eventuales	Varones	Mujeres
Var. (%) Mar 20/ Mar 19		9.4		6.5	21.2	3.6	15.3
CIIU ^{a/}	Total Mar 2020	112,209	Var.% ^{1/}	87,259	24,950	53,262	58,947
471	Tiendas por departamento ^{2/} y supermercados	63,266	4.8	50,572	12,694	32,518	30,748
475	Ferreterías y electrodomésticos	24,484	0.0	23,437	1,047	14,883	9,601
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	1,671	1.0	1,072	599	938	733
4772	Boticas y Farmacia	22,788	42.2	12,178	10,610	4,923	17,865

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 marzo de 2020, el número de locales de tiendas por departamento y de supermercados ascendió a un total de 4 471, mayor en 713 locales en comparación al total registrado en marzo de 2019. Ello debido a que, en dicho mes aumentó la cantidad de tiendas en las actividades de farmacias y de cuidado personal (578 locales), en tiendas por departamento y supermercados (94 locales), ferreterías y electrodomésticos (26 locales), y en la actividad de libros, periódicos y artículos de papelería (15 locales más).



Número de tiendas Según grupo y clase CIU (Mar 2020)

CIU ^{a/}	Actividad	Mar-19	Mar-20	Var. (%) Mar 20/19
471	Tiendas por departamento ^{1/} y supermercados	790	884	11.9
475	Ferreterías y electrodomésticos	544	570	4.8
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	145	160	10.3
4772	Boticas y Farmacias	2,279	2,857	25.4

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

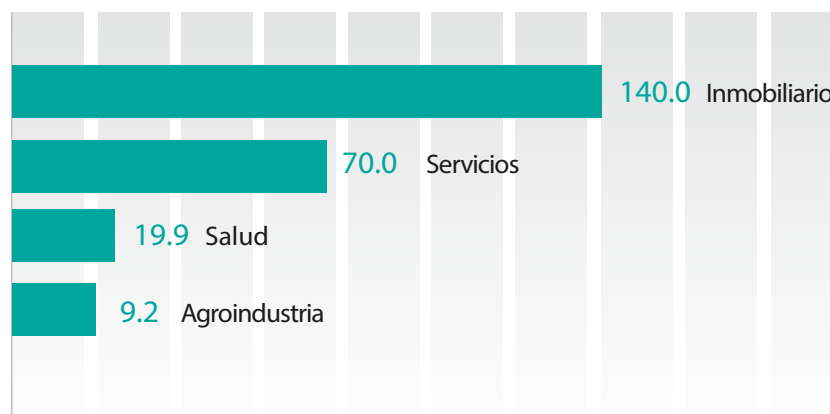
En marzo 2020, el monto total por anuncios de inversión ascendió a US\$ 238 millones, destacando el sector inmobiliario con una inversión de US\$ 140 millones.

Por otro lado, cabe resaltar que no se registró ningún anuncio de inversión de en el comercio minorista (Retail).



Anuncios de inversiones

Marzo 2020
(Millones de US\$)



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://ogelee.produce.gob.pe>

 /minproduccion

 @minproduccion

 producegob

 minproduccion