



PERÚ

Ministerio
de la Producción

Oficina de Estudios Económicos

Mayo 2020

Boletín de
Comercio Interno

Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

BOLETÍN DE COMERCIO INTERNO

GRANDES ALMACENES, SUPERMERCADOS Y TIENDAS ESPECIALIZADAS

Editado por:

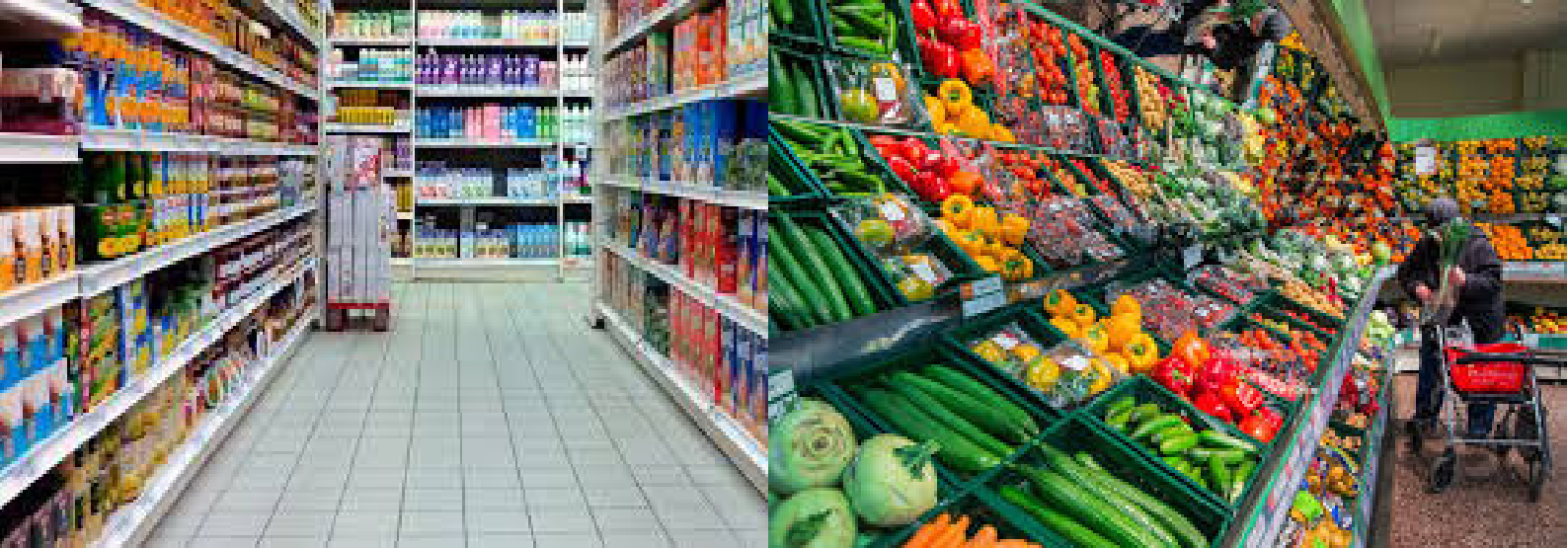
MINISTERIO DE LA PRODUCCIÓN

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

www.produce.gob.pe

1era Edición, Mayo 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

Mayo 2020

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	16

Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Boletín Estadístico – Mayo de 2020

Introducción

En mayo de 2020, las ventas del comercio interno¹ disminuyeron en 21.0% interanual, debido a la no apertura de los principales locales comerciales de la mayoría de actividades, al haberse extendido la cuarentena obligatoria por el COVID-19 hasta el 31 de julio de 2020.

Asimismo, esta caída en las ventas del subsector obedece al desempeño negativo que tuvieron las principales actividades que la conforman, como son las de tiendas por departamento y supermercados (-9.4%), ferreterías y equipamiento del hogar (-70.1%), libros, periódicos y artículos de papelería (-91.5%); pero atenuado por el ligero crecimiento de boticas y farmacias (1.5%).

En este mes, casi todas las actividades de este subsector tuvieron un comportamiento negativo, contexto en el cual, resulta difícil acceder a la información de las ventas, requeridas para la eficiente ejecución de la encuesta a los Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas.

En los 2 gráficos siguientes que muestran el desempeño del subsector comercio interno, se puede apreciar que por tercer mes consecutivo, las ventas volvieron a disminuir, debido a la Emergencia Sanitaria que vienen atravesando el país, por la pandemia del COVID-19.



Ventas internas

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

CIU ^(a)	Actividad	May-19 ^(b)	May-20 ^(b)	Var. (%) May 20/19
	Total	3,243	2,561	-21.0
471	Tiendas por departamento ^{1/} y supermercados	1,891	1,713	-9.4
475	Ferreterías y equipamiento del hogar	669	200	-70.1
4772	Boticas y Farmacias	634	643	1.5
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	49	4	-91.5

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.

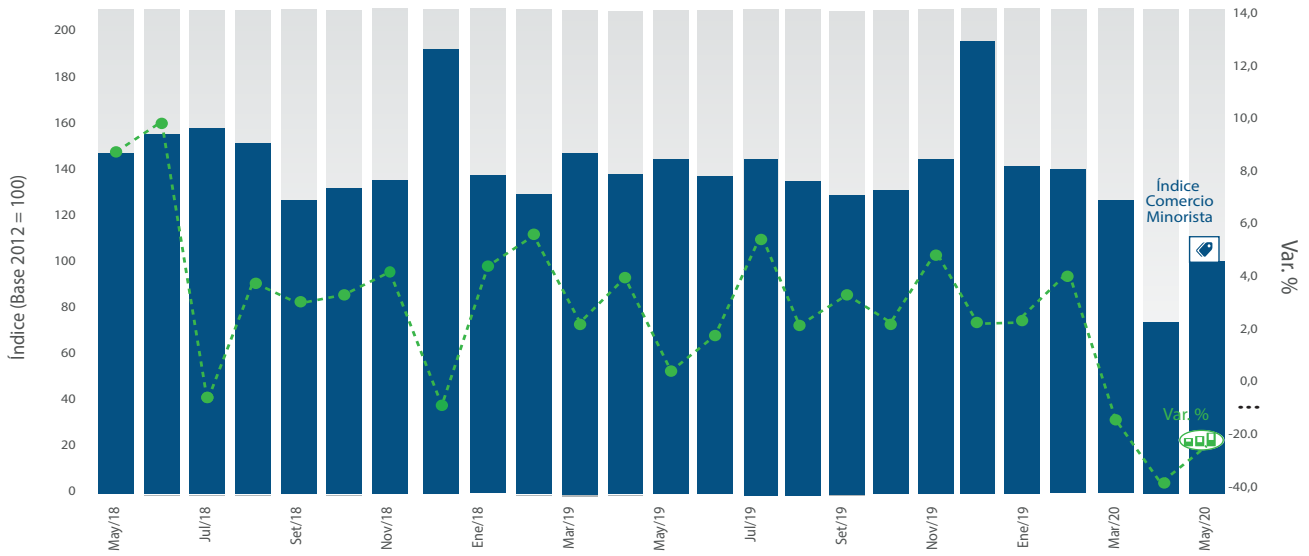
Fuente: Estadística mensual de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Elaboración: 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 (Mayo 2018 - Mayo 2020)



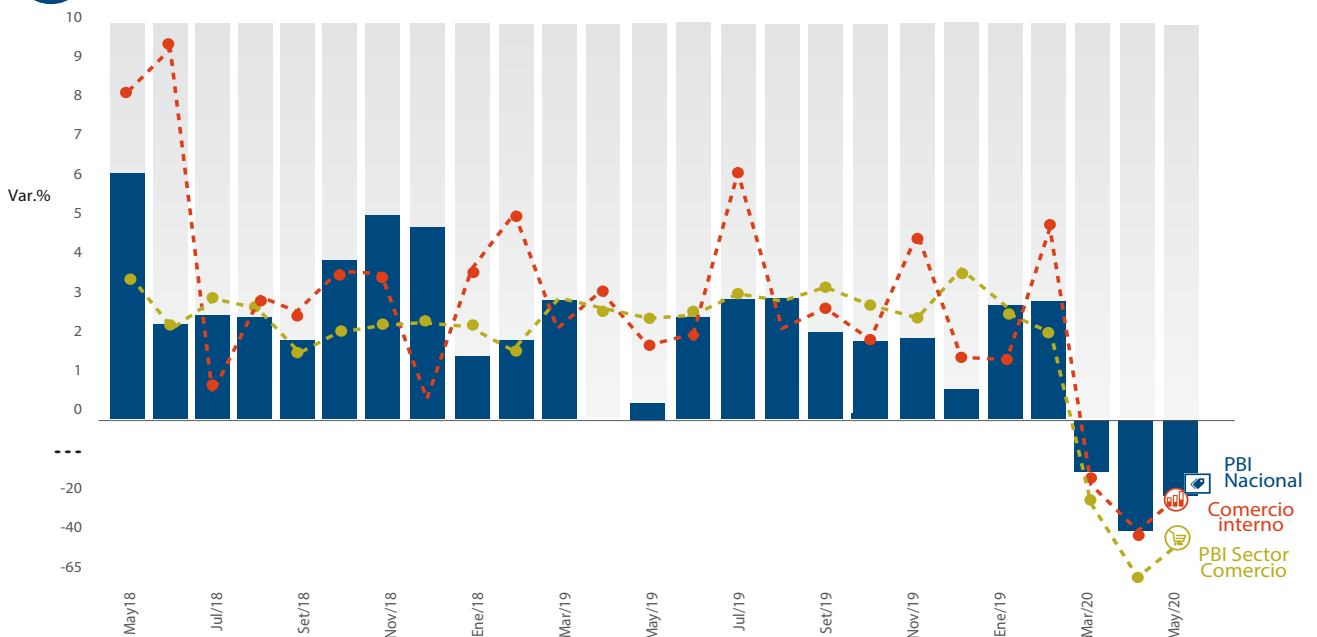
Fuente: INEI, BCRP y Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE).

Producción total nacional versus sector comercio

En mayo de 2020, el PBI nacional por tercer mes consecutivo decreció, registrando una caída de 32.8%. En tanto, el sector comercio registró una disminución de 49.6%, 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 45.2% y 49.9% interanual, respectivamente.



Variación porcentual² del PBI nacional, PBI sector comercio e índice de comercio interno¹ (Mayo 2018 - Mayo 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

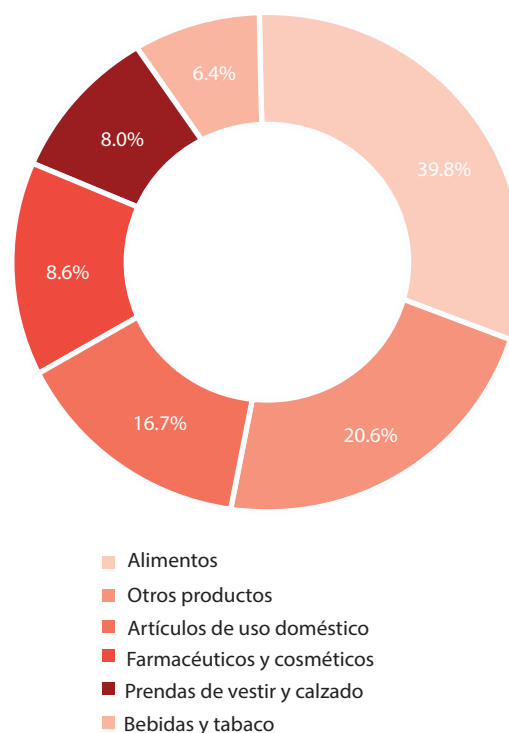
En mayo de 2020, las ventas de la actividad de tiendas por departamento y supermercados disminuyeron en 9.4% interanual, como resultado de una caída en las ventas de prendas de vestir y calzados, y bebidas y tabaco. Dicha disminución se explica por la cuarentena declarada por el Gobierno, que obligó al cierre de tiendas; con excepción de tiendas de la línea de alimentos (supermercados y tiendas de conveniencia) que mantuvieron sus ventas durante todo el mes.

En términos de participación, las líneas de alimentos, artículos de uso doméstico y otros productos, concentraron en conjunto el 60.4% del valor de ventas de la actividad de tiendas por departamento y supermercados. En tanto, el restante 39.6% correspondió a productos de las líneas de artículos de uso doméstico, productos farmacéuticos y cosméticos, prendas de vestir y calzados, bebidas y tabaco, y de.

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.

El desempeño negativo mostrado por la actividad de tiendas por departamento y supermercados, responde principalmente, al efecto de la pandemia del COVID-19, tal como se puede apreciar en la gráfica de evolución.

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



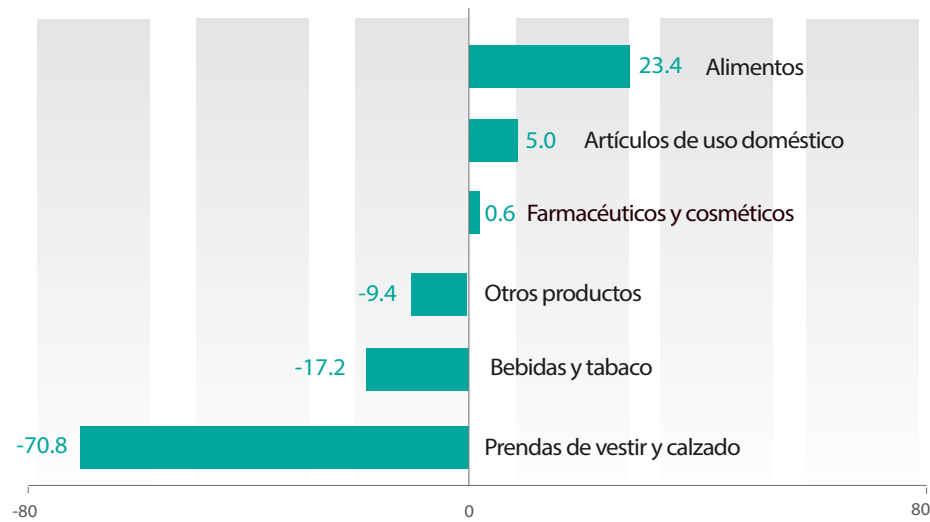
Nota: 1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos.

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, Mayo 2020 (Var.%)

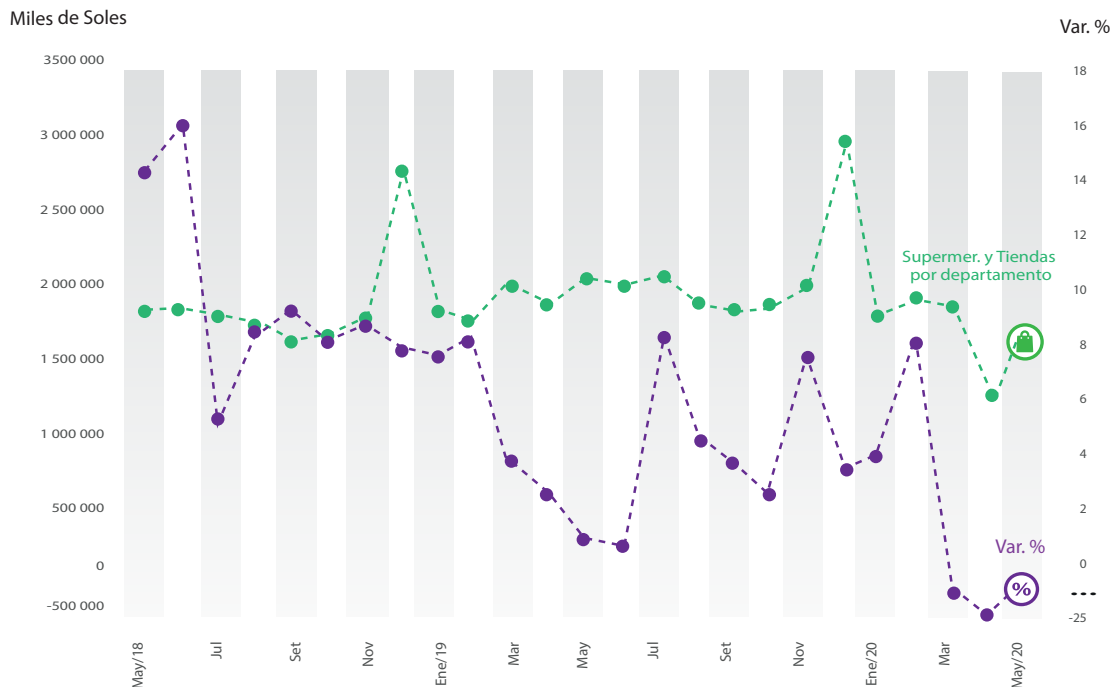


Nota: 1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos
 Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
 Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Evolución y variación porcentual

Ventas internas de tiendas por departamento¹ y supermercados (Mayo 2018 - Mayo 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 mayo de 2020, registró una disminución en sus ventas en 70.1% interanual, a consecuencia de una menor venta de todas sus líneas de productos como artículos de uso doméstico, artículos de ferretería, muebles y otros. Dicha situación fue debido al cierre de la mayoría de tiendas de este rubro, por la pandemia del COVID-19, lo que conllevó a las menores ventas.

En el mes de estudio, la línea de artículos de uso doméstico fue la que tuvo una mayor participación en las ventas de la actividad (79.4%), seguido de la línea de otros productos

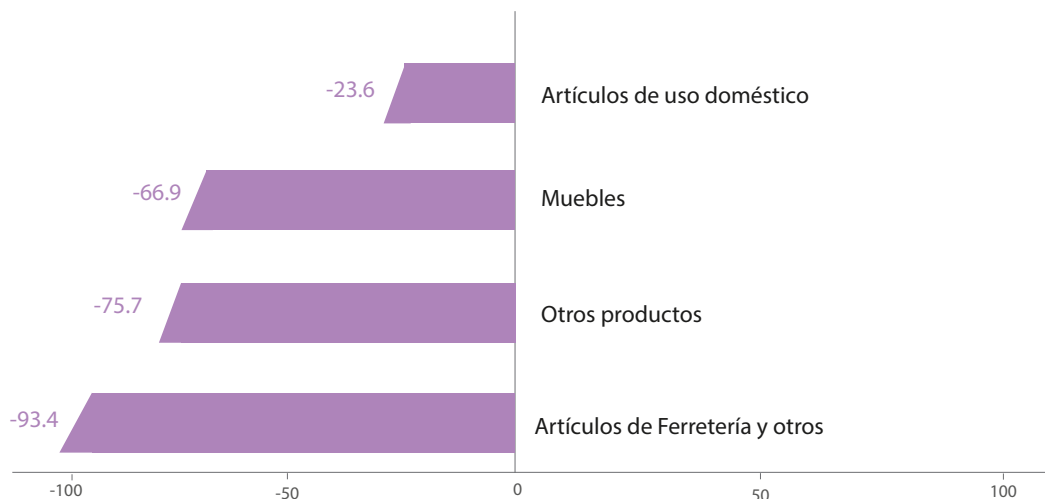
(10.4%), artículos de ferreterías y otros (6.4%), las cuales en conjunto representaron el 96.2%.

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.



Venta por líneas de productos

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

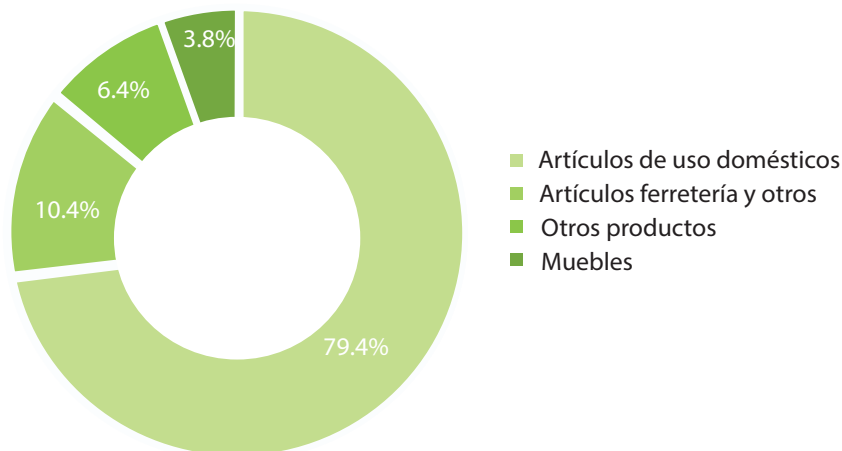


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Participación %

Líneas de productos de ferreterías y equipamiento del hogar
(Mayo 2020)



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

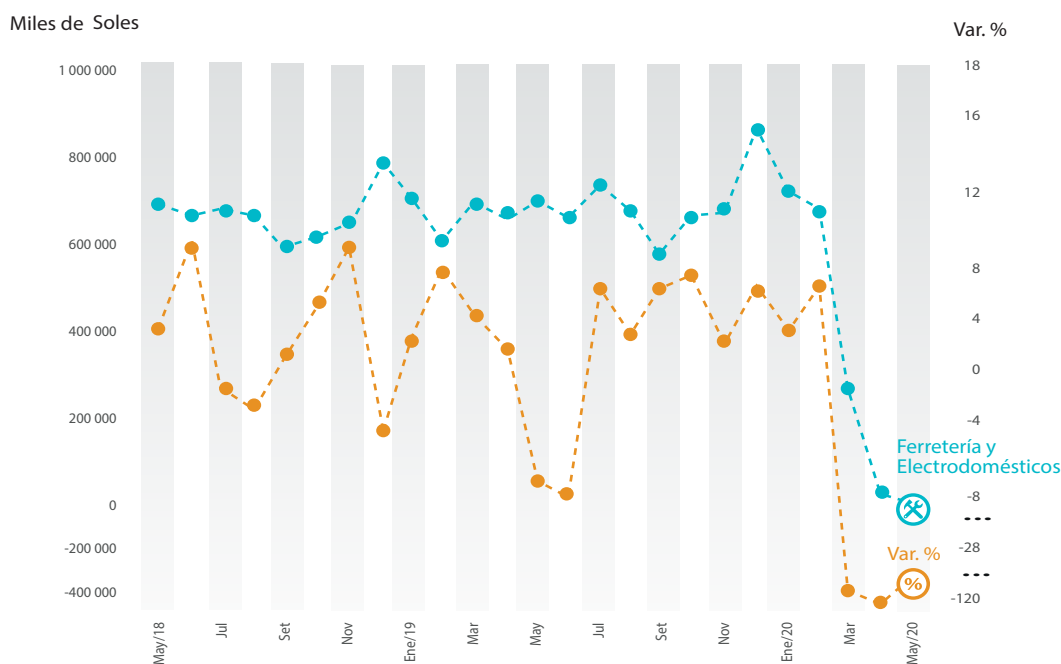
Durante el periodo de enero 2018 y mayo 2020, las ventas de esta actividad registraron algunos resultados negativos principalmente a partir del año 2019. Por su parte, en mayo del presente año, se registra una fuerte caída, debido al contexto negativo por la pandemia del Covid-19.

El estado situacional actual normado por el Gobierno generó que las 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 (Mayo 2018 - Mayo 2020)



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

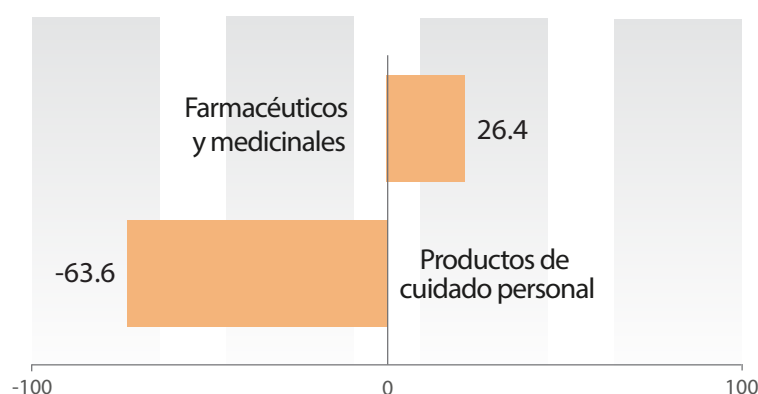
Ventas de productos farmacéuticos y cosméticos

Las ventas de productos farmacéuticos y de cuidado personal alcanzó un ligero incremento de 1.5% en mayo del 2020. Dicho avance estuvo asociado a un mejor desempeño en las ventas de las líneas de productos farmacéuticos y medicinales, a diferencia de una caída de la línea del cuidado personal.

Entre las principales farmacias que destacan con mayores niveles de ventas en este mes son: MiFarma, Ekerd Perú, CETCO, ALBIS y Productos Avon.

En cuanto a la participación de las líneas de productos de esta actividad, se observa que en mayo del 2020, la línea de productos farmacéuticos y medicinales tuvo una participación de 90.1% en las ventas totales, y el restante (9.9%) correspondió a la línea de productos de cuidado personal.

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



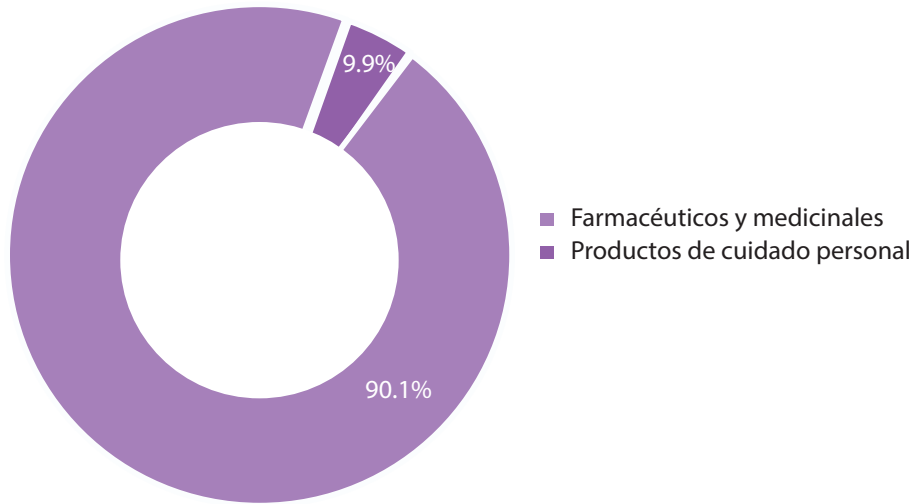
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)

Entre enero de 2018 y mayo de 2020, el nivel de ventas de la actividad de productos farmacéuticos y cuidado personal presentó una tendencia mixta. Así, entre mayo de 2018 y abril de 2019, las ventas de esta actividad muestran un crecimiento, luego de dicho periodo las ventas comenzaron a decrecer hasta abril de 2020, debido al menor dinamismo del consumo interno. Sin embargo, en mayo de 2020, se aprecia un aumento en las ventas, debido a la prioridad que tuvieron los productos de esta actividad en el contexto de la pandemia del COVID-19.



Participación %

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

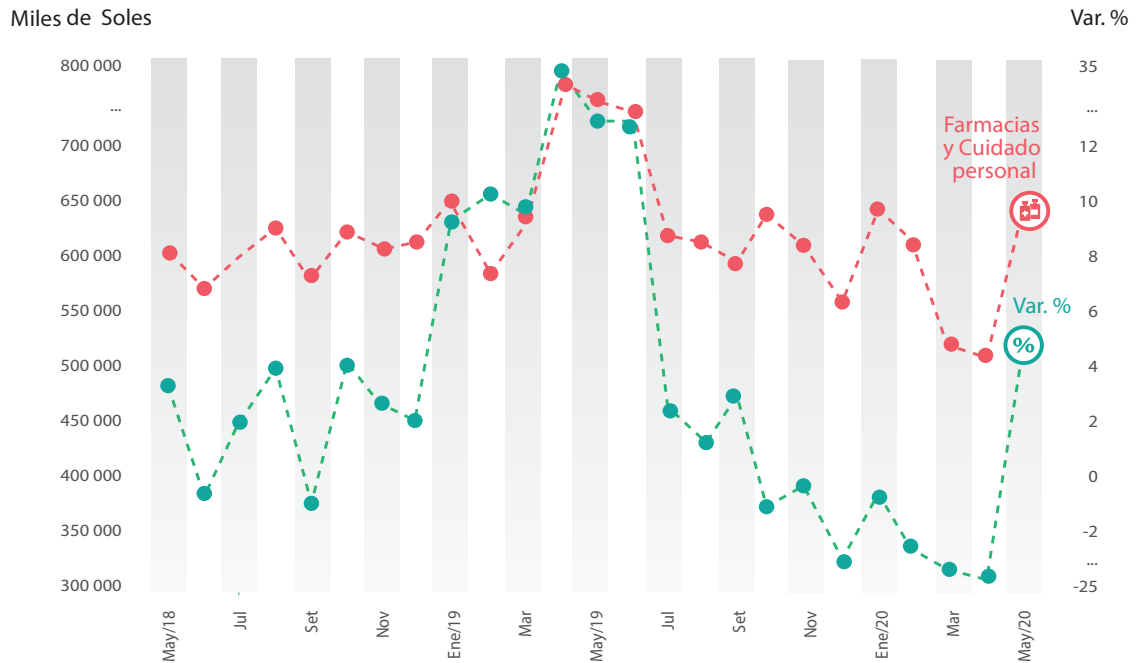


Fuente: Estadísticas de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Evolución y variación porcentual

Ventas internas de boticas, farmacias y cuidado personal (Mayo 2018 - Mayo 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 mayo de 2020, la venta de libros, periódicos y artículos de papelería tuvo una caída de 91.5% interanual, como resultado de las menores ventas de útiles de escritorio y accesorios de papelería, entre otros productos. Este resultado fue debido al cierre de los locales comerciales, en relación al mismo mes del año anterior.

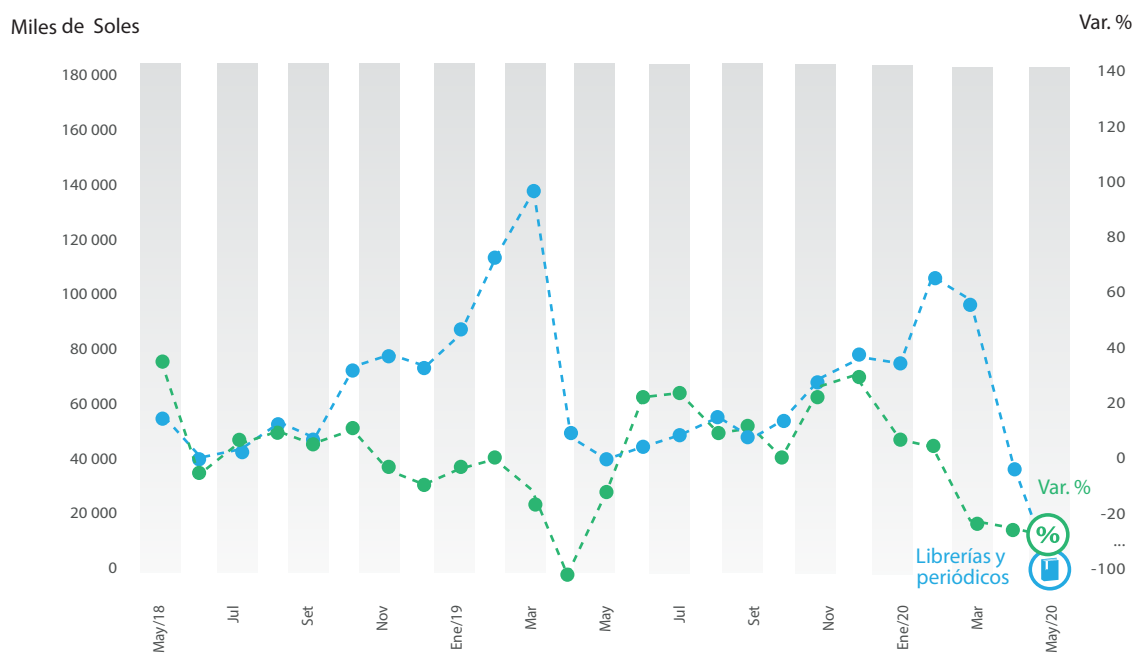
Entre las principales empresas más representativas de la actividad figuran: Distribuidora Navarrete, Ibero Librerías, Librerías Crisol y Tai Loy.



Evolución y variación porcentual

Ventas internas de libros, periódicos y artículos de papelería

(Mayo 2018 - Mayo 2020)



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

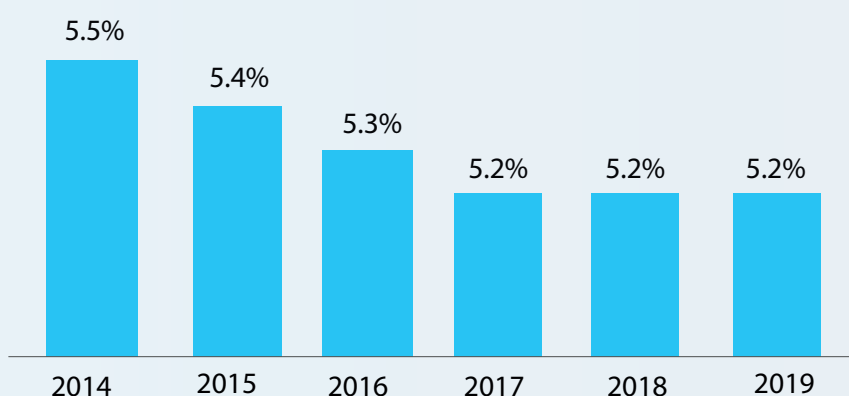
Caracterización del gasto en alimentos y bebidas de los hogares en bodegas

El sector comercio es uno de los principales sectores que aporta al crecimiento de la economía peruana, pues contribuye con el 10.5% en el Producto Bruto Interno Nacional y es el tercer sector que demanda el mayor nivel de empleo, después del sector servicios y agropecuario. La Población Económicamente Activa (PEA) ocupada en el Perú asciende a 17.1 millones de personas, del cual la actividad de comercio concentra el 19.1%, consolidándose como el tercer sector que genera mayores puestos de trabajo, según la Encuesta Nacional de Hogares (ENAH) en 2019.

Asimismo, de acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), en los últimos 5 años (2015-2019), el sector comercio ha mantenido un buen dinamismo y que ha influido positivamente en el crecimiento del Producto Bruto Interno (PBI). En dicho periodo, el PBI del sector comercio creció a un ritmo de 2.5% en promedio anual; mientras que el PBI nacional lo hizo en 3.2%. Así también, en el último año 2019 el PBI de comercio creció en 3.0% y el PBI nacional lo hizo en 2.2%, respectivamente.

El comercio interno (retail) que es parte del sector comercio, representa a uno de los subsectores más dinámicos en la economía y es esencial en el sistema productivo de cualquier economía desarrollada. De acuerdo con datos de PRODUCE, entre los años 2015-2019 este subsector tuvo una participación promedio de 5.3% en el PBI Nacional. Asimismo, se estima genera 2.5 millones de puestos de trabajo, lo que representa el 14.4% de la PEA ocupada a nivel nacional según cifras de la ENAH en 2019.

Gráfico 1
Evolución de la participación del comercio interno^{1/} en el PBI Nacional, 2014-2019 * (%)



Nota (*) Cifra estimada

1/. Ventas de comercio interno corresponde a las ventas de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas especializadas. La participación se calculó con respecto a valores a precios corrientes.

Fuente: INEI-Produce

Elaboración: Produce-OEE

Dentro del comercio minorista es importante resaltar las actividades que directa e indirectamente influyen sobre éste, siendo una de ellas el comercio de las bodegas.

Según la Asociación de Bodegueros del Perú (ABP), las bodegas son típicos negocios familiares que operan como micro y pequeñas empresas (MYPEs), las cuales son generadoras de empleo para miles de peruanos. La mayor parte de los emprendimientos que emergen por necesidad dentro de la economía están fuertemente orientados al comercio, como el negocio propio de las bodegas.

De acuerdo con la ENAHO, en los últimos cinco años (2015-2019) la participación promedio del gasto de los hogares en alimentos y bebidas que realizan en bodegas fue de 22.9%. Bajo este periodo, dicho gasto mostró un continuo dinamismo, pues registró una tasa de crecimiento promedio anual de 2.4%; con excepción del año 2017, en la cual el consumo decreció en 3.1%.

Asimismo, se estima que el tamaño de gasto de los hogares sólo en el rubro de alimentos y bebidas ascendió casi a S/. 14 mil millones en 2019, lo que representó un crecimiento de 2.5%. Dicho crecimiento estuvo asociado a la leve recuperación en la capacidad adquisitiva de las familias, como reporta el INEI. Cabe resaltar que en el primer trimestre del año, el gasto de los hogares en bodegas comenzó con un alto dinamismo, debido al Estado de Emergencia Nacional (que comprendía el aislamiento social obligatorio), decretado por el Gobierno, a fin de reducir los contagios de la población por la pandemia del COVID-19, puesto que se estableció a su vez la paralización de todas las actividades económicas a partir de la segunda quincena de marzo 2020, con excepción del funcionamiento de los establecimientos que oferten productos de primera necesidad, como supermercados, mercados de abastos y bodegas, siendo éstas últimas las que mantendrían un dinamismo importante en el segundo trimestre del año.

Gráfico 2
Evolución del gasto de los hogares en alimentos y bebidas realizados en bodegas (Millones de S/. y Var.%)

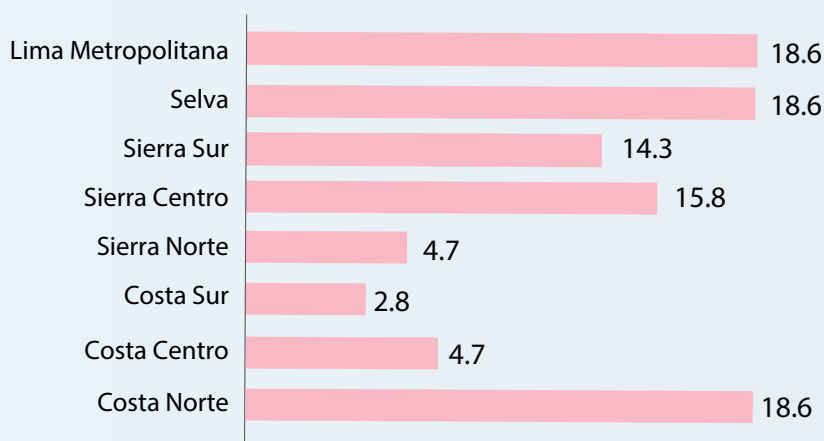


Fuente: INEI-Produce
 Elaboración: Produce-OEE

A nivel regional, se ha identificado que las principales regiones donde las familias realizan su mayor consumo de alimentos y bebidas en bodegas son Lima, con una participación de 20.1%, seguido de Piura (9.5%), Junín (5.6%), Arequipa (5.6%), Cusco (4.8%), La Libertad (4.7%), Lambayeque (4.7%), entre otros. En conjunto, estas 7 regiones representan el 55.1% del gasto de los hogares en alimentos y bebidas en bodegas. Por su parte, a nivel macrorregional se tiene que el mayor gasto de las familias en bodegas se realiza en Lima Metropolitana (el cual concentra el 18.6%), en la zona de la Selva (18.6%) y la zona de la Costa Norte (18.5%) tal como se aprecia en el siguiente gráfico.

Gráfico 3

Gasto de los hogares en alimentos y bebidas realizados en bodegas según macrorregión, 2019 (%)

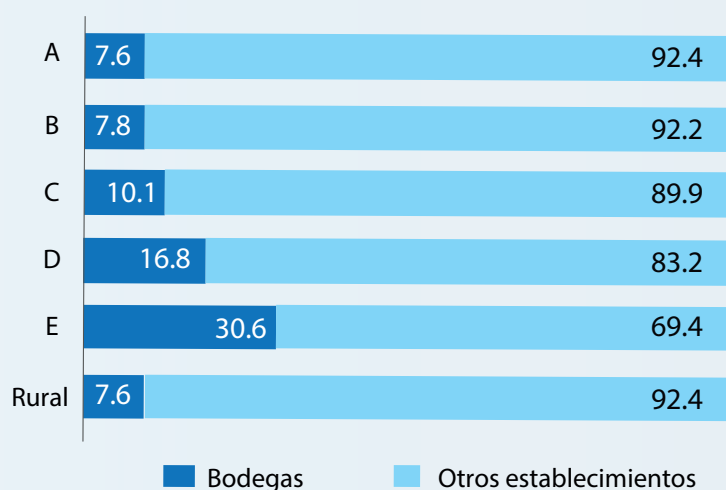


Fuente: INEI-Produce
Elaboración: Produce-OEE

A nivel nacional existen 8,1 millones de hogares que realizan su gasto de alimentos y bebidas en bodegas. De dicho total, el mayor gasto de alimentos y bebidas en bodegas se realiza en el estrato D y E (conformado por 5,3 millones de hogares), ambos concentran el 65.2% del gasto total en bodegas, siendo el estrato A y la zona rural, los niveles socioeconómicos con menor consumo en bodegas.

Gráfico 4

Participación del gasto en alimentos y bebidas según establecimiento y por NSE* 2019 (%)



*Participación respecto del gasto nacional anual en alimentos y bebidas.
NSE es la abreviación de Nivel Socioeconómico.
Fuente: INEI-Produce
Elaboración: Produce-OEE

Otras variables del sector

Personal Ocupado

En mayo, el personal ocupado del subsector de comercio interno decreció en 6.4% interanual, como resultado de las menores contrataciones en las actividades de ferreterías y equipamiento del hogar (-18.2%), de tiendas por departamento y supermercados (-1.8%), actividades de libros, periódicos y artículos de papelería (-95.2%), y de boticas y farmacias en -1.7%.

Por tipo de empleo, se registró una ligera disminución en las contrataciones del personal permanente (-5.3%), debido a la menor contratación de personal en las actividades de supermercados y tiendas por departamento (-1.4%) y de libros,

periódicos y artículos de papelería (-93.4%); mientras que, en el personal eventual se registró una contracción de 10.3%, la cual estuvo asociado a la disminución del personal de la actividad de tiendas por departamento (-3.6%), de ferreterías y equipamiento del hogar (-94.2%), de libros, periódicos y artículos de papelería (-99.2%) y de boticas y farmacias (-6.8%).

Por tipo de género, la actividad de comercio interno registró una disminución en la contratación de personal femenino (-5.7%) y en el personal masculino (-7.3%).



Personal ocupado

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

Actividad		Permanentes		Eventuales		Varones		Mujeres	
Var. (%) May 20/ May 19		Total	-6.4	-5.3	-10.3	-7.3	-5.7		
CIIU ^{a/}	Total Mayo 2020	99,383	Var.% ^{1/}	77,371	22,012	46,467	52,916		
471	Tiendas por departamento ^{2/} y supermercados	60,074	-1.8	49,005	11,069	30,993	29,081		
475	Ferreterías y equipamiento del hogar	17,219	-18.2	17,168	51	10,393	6,826		
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	76	-95.2	72	4	49	27		
4772	Boticas y Farmacia	22,014	-1.7	11,126	10,888	5,032	16,982		

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 2020, el número de tiendas (locales) ascendió a un total de 3863, mayor en 93 locales, respecto del total registrado en mayo del 2019, como resultado del aumento en la cantidad de tiendas en las actividades de farmacias y de cuidado personal (349 locales más), y en tiendas por departamento y supermercados (75 locales más). No obstante, se registró una menor cantidad en las actividades de ferreterías y equipamiento del hogar (282 locales menos) y en la actividad de Libros, periódicos y artículos de papelería (49 locales menos).



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

CIU a/	Actividad	May-19	May-20	Var. (%) May 20/19
471	Tiendas por departamento ^{1/} y supermercados	788	863	9.5
475	Ferreterías y electrodomésticos	549	267	-51.4
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	145	96	-33.8
4772	Boticas y Farmacias	2,288	2,637	15.3

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 mayo 2020, debido al Estado de Emergencia Sanitaria decretado por el Gobierno ante la pandemia del COVID-19, no se registraron proyectos de inversión.



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