



PERÚ

Ministerio
de la Producción

Oficina de Estudios Económicos

Setiembre 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, Setiembre 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

Setiembre 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 – Setiembre de 2020

Introducción

En setiembre de 2020, las ventas del comercio interno¹ aumentaron en 7.4% interanual, debido al avance positivo de las principales actividades que componen este sector, tales como las tiendas por departamento y supermercados (10.8%), ferreterías y equipamiento del hogar (1.6%) y boticas y farmacias (7.6%). Ello a pesar de haber sido atenuado por el descenso de las ventas de la actividad de libros, periódicos y artículos de papelería (-30.0%).

En este mes, se observa que las actividades de tiendas por departamento y supermercados, las ferreterías y equipamiento del hogar, y las boticas y farmacias, tuvieron una buena performance, debido a una mayor apertura de

tiendas y centros comerciales y por el fortalecimiento de los negocios e-commerce. Sin embargo, la actividad de libros, periódicos y artículos de papelería, tuvo un desenvolvimiento negativo, debido al desarrollo de las actividades escolares no presenciales y por la todavía permanencia del trabajo remoto.

La evolución de las ventas del comercio interno, en los últimos tres meses, viene mostrando una paulatina recuperación, debido a un aumento en las ventas tanto en tiendas físicas como canales online (ecommerce), ante la recuperación gradual de la demanda interna. Así también estaría asociado a la mejora en los ingresos de las familias por las gratificaciones, bonos otorgados por el Gobierno y por la disposición de AFP.



Ventas internas

Según grupo y clase CIU, ^{2/} Setiembre 2019 - Setiembre 2020

(Millones de soles a precios corrientes)

CIU ^(a)	Actividad	Set-19 ^(b)	Set-20 ^(b)	Var. (%) Set 20/19
	Total	2,986.5	3,208.2	7.4
471	Tiendas por departamento ^{1/} y supermercados	1,692.5	1,875.1	10.8
475	Ferreterías y equipamiento del hogar	640.3	650.5	1.6
4772	Boticas y Farmacias	598.9	644.1	7.6
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	54.9	38.4	-30.0

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 aproximadamente el 98,5% del total; sin incluir las ventas al por menor de combustibles de la actividad CIU 4730.

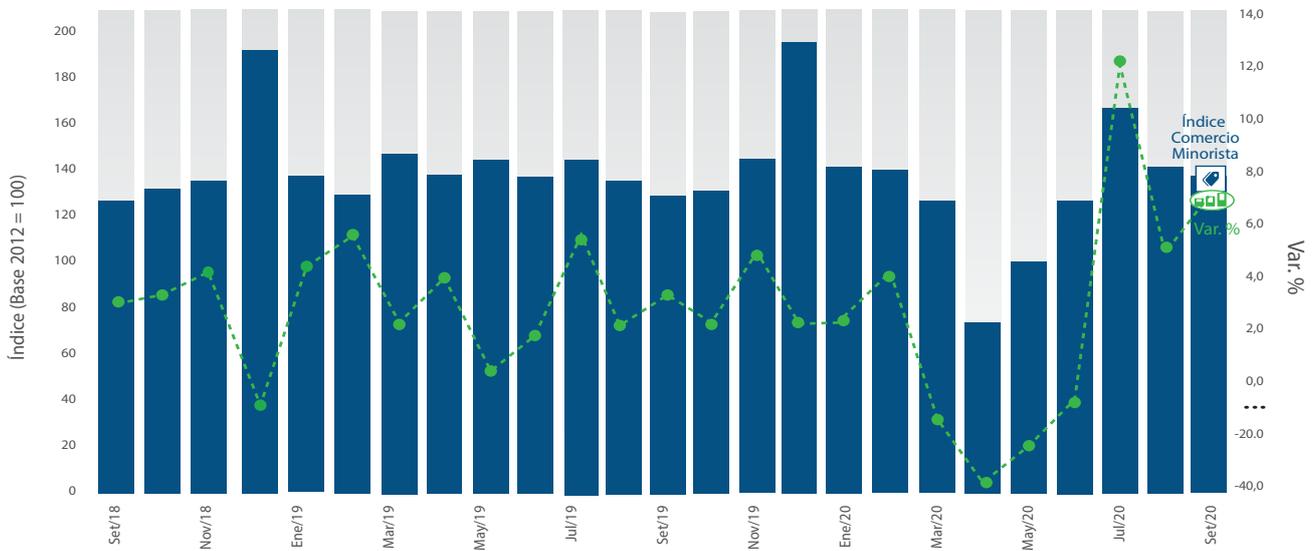
Fuente: Estadística mensual de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Elaboración: PRODUCE-Oficina de 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 (Setiembre 2018 - Setiembre 2020)



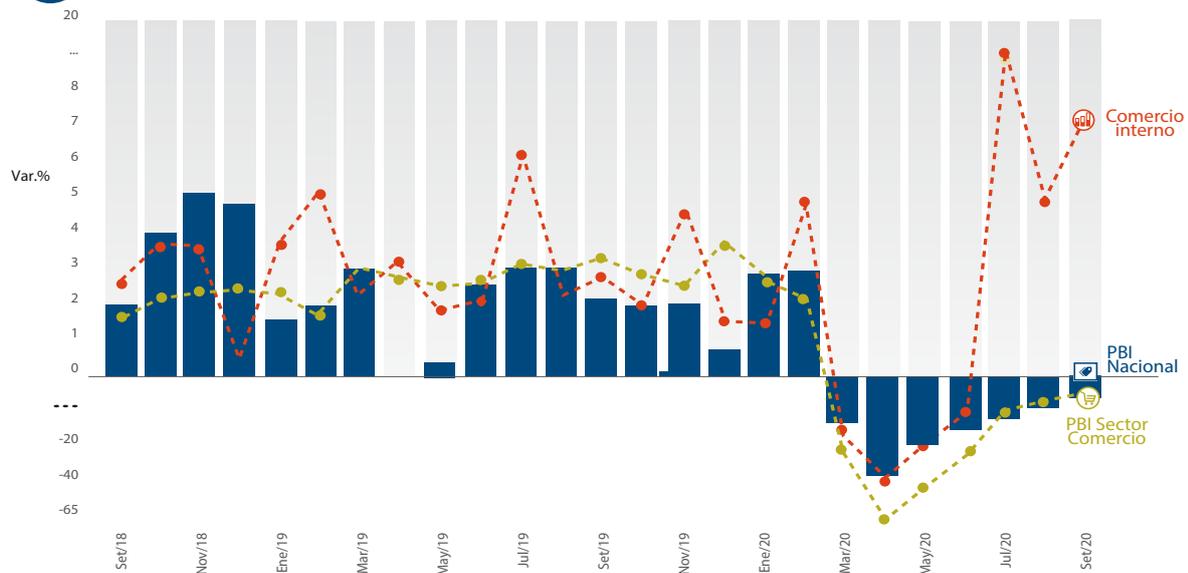
Fuente: INEI, BCRP y Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE).

Producción total nacional versus sector comercio

En setiembre de 2020, el PBI nacional viene recuperándose, aunque aún sigue en negativo (-7.0%). Asimismo, el sector comercio disminuyó en 6.1%, el mismo que obedeció principalmente al bajo desempeño del comercio mayorista (-6.7%) y comercio de vehículos automotores (-5.5%).



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

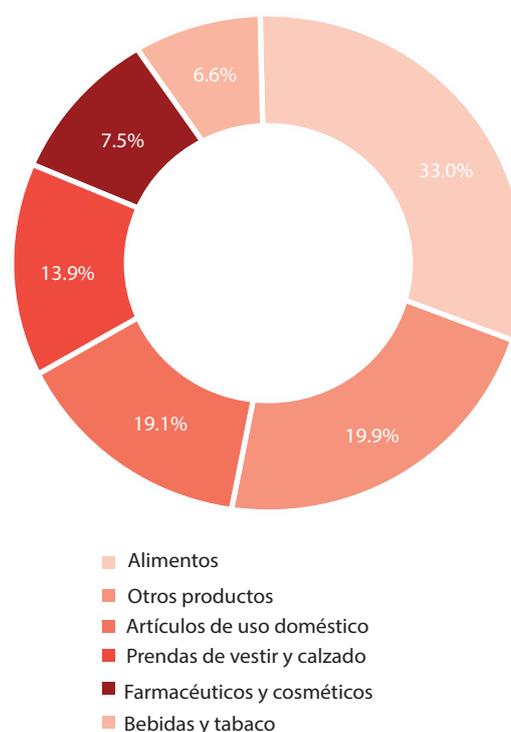
En setiembre de 2020, las ventas de la actividad de tiendas por departamento y supermercados aumentaron en 10.8% interanual, como resultado de una mejora en las ventas de la línea de artículos de uso doméstico, de alimentos, productos diversos, y productos farmacéuticos y medicinales. En contraste, se observa una disminución de las líneas de prendas de vestir y calzados, y de bebidas y tabaco.

Cabe indicar que, en este mes, las líneas de alimentos, artículos de uso doméstico, prendas de vestir y calzados y otros productos, concentraron en su conjunto el 85.9% del valor de ventas de la actividad de tiendas por departamento y supermercados. Por su parte, el restante 14.1%, correspondió a productos como bebidas y tabaco, y de productos farmacéuticos y cosméticos.

Entre las principales empresas que destacan en esta actividad según sus niveles de ventas destacan: Supermercados Peruanos, Cencosud Retail Perú, Hipermercados Tottus, Saga Falabella, Tiendas Ripley y Makro Supermayorista.

Luego del desempeño negativo mostrado por la actividad de tiendas por departamento y supermercados a inicios de la pandemia (marzo 2020), en los últimos 4 meses, desde junio, se puede observar una recuperación de esta actividad, ante la recuperación del mayor consumo de la población de productos básicos.

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



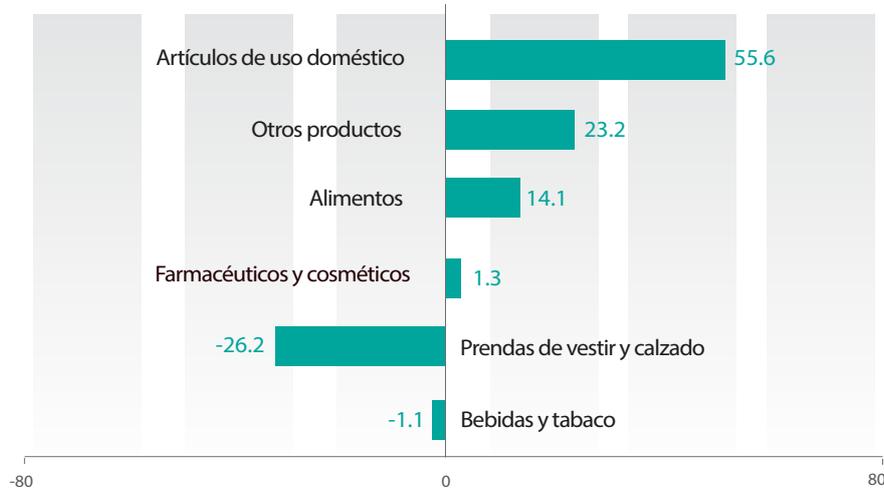
Nota: 1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos.

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, Setiembre 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)

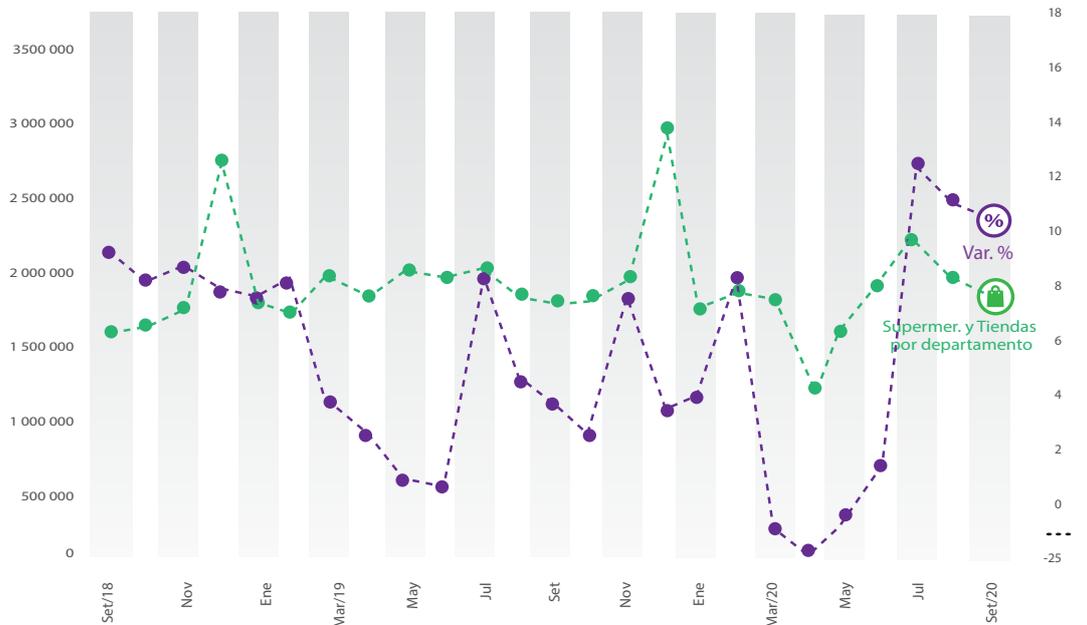


Evolución y variación porcentual

Ventas internas de tiendas por departamento¹ y supermercados (Setiembre 2018 - Setiembre 2020)

Miles de Soles

Var. %



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

En setiembre de 2020, la actividad de ferreterías y equipamiento del hogar, registró un aumento en sus ventas en 1.6% interanual. Ello responde a un aumento en las compra de muebles y otros artículos del hogar por las familias ante la mejora de los ingresos de la población.

En el mes de estudio, la línea de muebles y artículos de uso doméstico fueron las que tuvieron una mayor participación en las ventas de la actividad (67.5%); mientras que en menor medida, se identifica a los artículos de ferreterías y otros, que aportan el 32.5%.

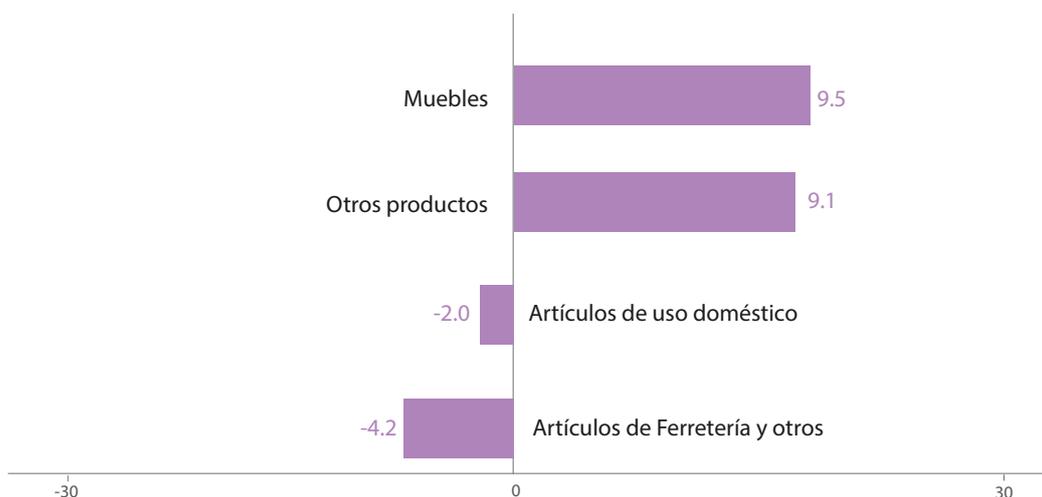
Entre las principales empresas que destacan en esta actividad son: Maestro Homecenter, Promart Homecenter, Conecta Retail (Efe/Curacao), Importaciones Hiraoka, Elektra del Perú y Cemento y Acero.

Durante el presente año, en particular en los meses decretados por el Gobierno como emergencia del COVID-19, tuvieron resultados muy negativos para la actividad en referencia; no obstante, en julio y setiembre experimentó un desempeño positivo.



Venta por líneas de productos

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

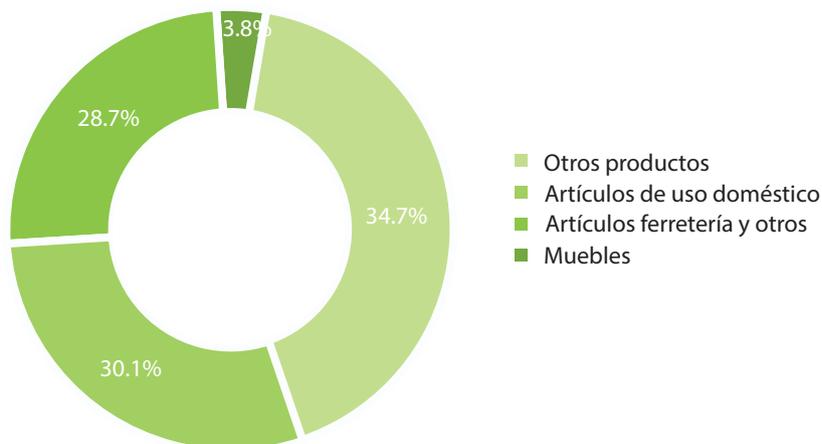


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Participación %

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



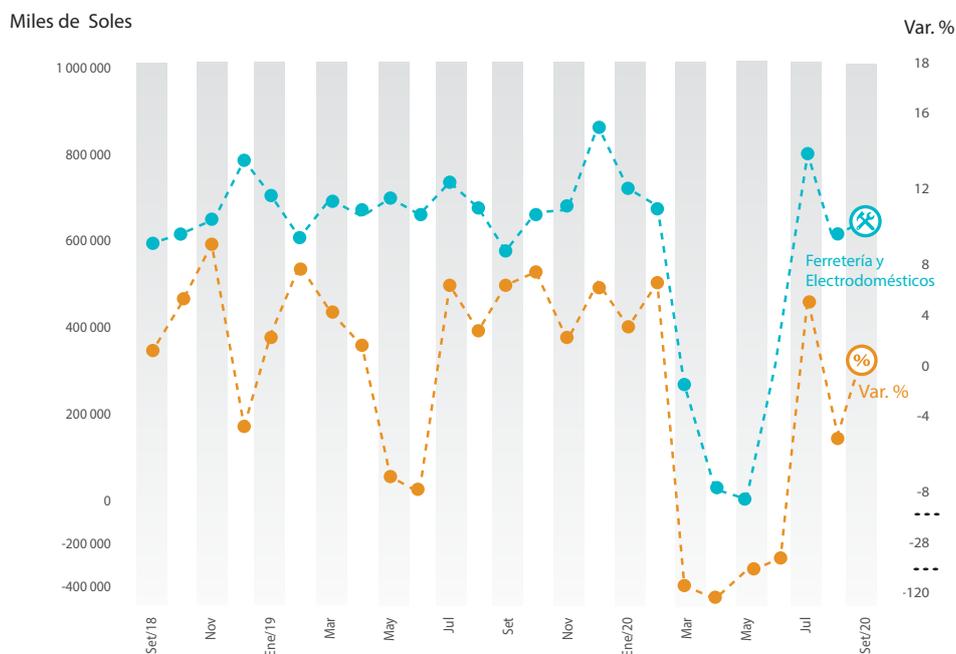
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE-Oficina de Estudios Económicos (OEE)

En los últimos meses, se ha identificado una recuperación gradual de las obras tanto en centros comerciales, clínicas, 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.



Evolución y variación porcentual

Ventas internas de ferreterías y equipamiento del hogar (Set 2018 - Set 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 registraron un incremento de 7.6% interanual en setiembre de 2020, como resultado de un mejor desempeño en las ventas de las líneas de productos farmacéuticos y medicinales. No obstante, dicho avance en la actividad fue atenuado por las menores ventas en la línea del cuidado personal.

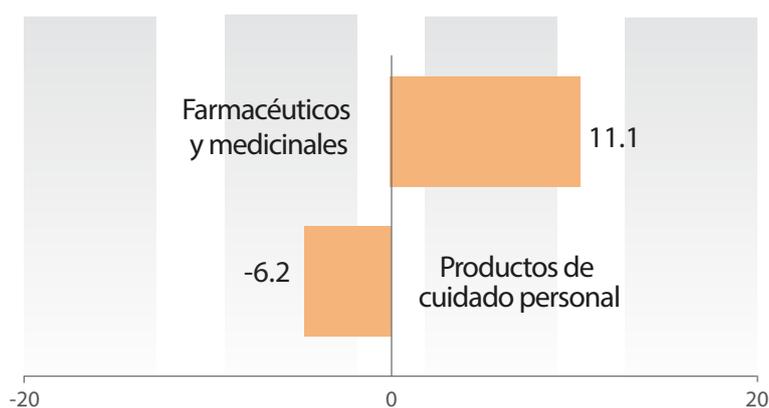
Entre las principales farmacias que destacan con mayores niveles de ventas en este mes son: MiFarma, Ekerd Perú, CETCO, ALBIS y Productos Avon.

En cuanto a la participación de las líneas de productos de esta actividad, se observa que la línea de productos farmacéuticos y medicinales tuvo una participación de 82.0% en las ventas totales, la misma que estuvo favorecida por el impulso de la venta online y de nuevos canales de distribución. En tanto, el restante (18.0%) correspondió a la línea de productos de cuidado personal.



Ventas por líneas de productos

Farmacéuticos y de cuidado personal, Setiembre 2020 (Var.%)



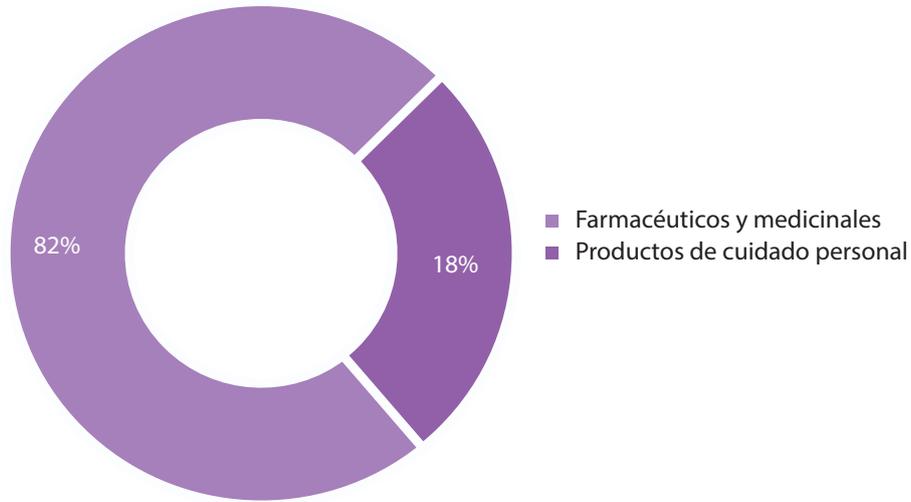
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)

Entre enero y setiembre del 2020, el nivel de ventas de la actividad de productos farmacéuticos y cuidado personal muestra 2 tendencias distintas en dichos meses. Así, entre enero y abril de dicho año, las ventas mostraron caídas continuas; sin embargo, en los siguientes meses, de mayo a setiembre, dicha tendencia se revierte, registrando resultados positivos, debido al mayor cuidado de la salud, con la finalidad de prevenir el COVID-19.



Participación %

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

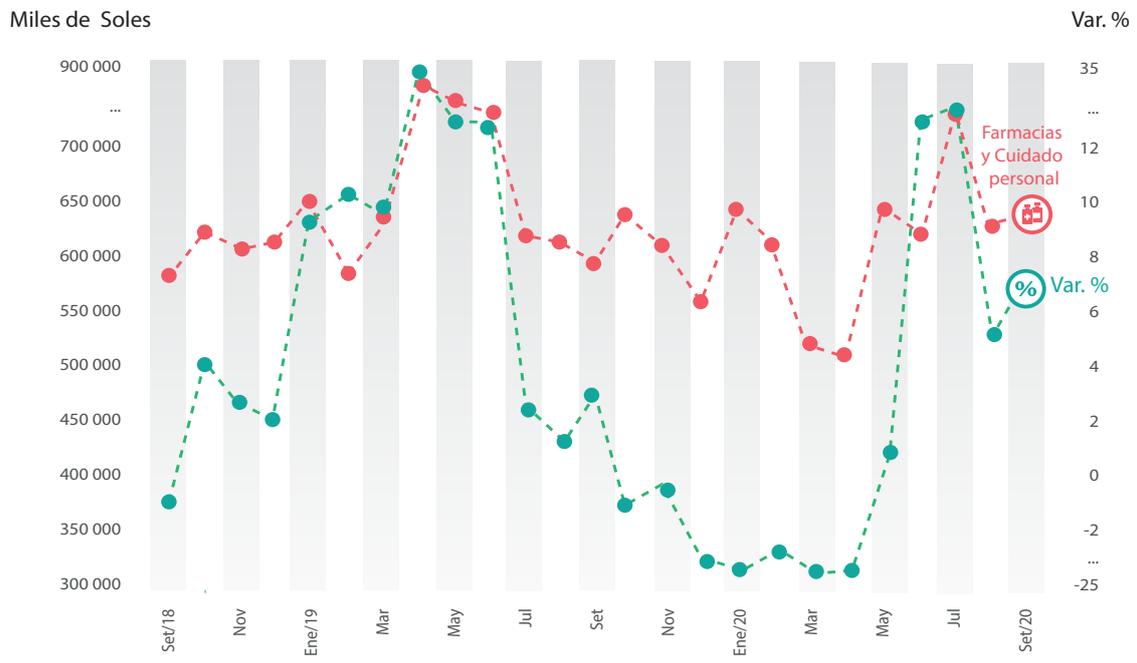


Fuente: Estadísticas de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Evolución y variación porcentual

Ventas internas de boticas, farmacias y cuidado personal (Set 2018 - Set 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 setiembre de 2020, la venta de libros, periódicos y artículos de papelería continúa disminuyendo, pues registrará una caída en 30.0% interanual, como resultado de las menores ventas de útiles de escritorio y accesorios de papelería, entre otros productos. Dicha situación se produce por efecto del COVID-19, que aún viene afectando esta actividad, puesto que las clases escolares no son presenciales y las oficinas que demanda útiles de oficina vienen realizando trabajo remoto.

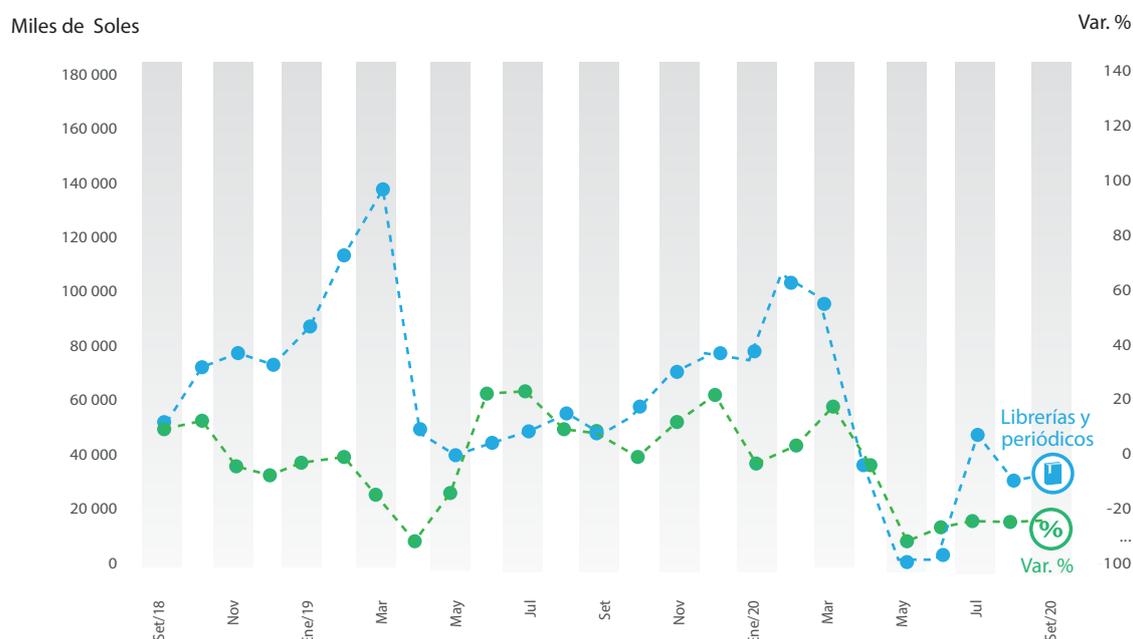
Entre las principales empresas que destacan en las ventas de esta actividad fueron: Distribuidora Navarrete, Ibero Librerías, Librerías Crisol y Tai Loy.



Evolución y variación porcentual

Ventas internas de libros, periódicos y artículos de papelería

(Setiembre 2018 - Setiembre 2020)



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

Incidencia del comercio ambulatorio en el comercio minorista

El sector comercio es uno de los sectores más importantes del Perú. A saber, en el año 2019, tuvo una participación del 11.5% en el Valor Agregado Bruto (VAB) y generó el 19.1% del empleo. Este sector está constituido por i) la venta, mantenimiento y reparación de vehículos automotores, ii) la venta al por mayor (comercio mayorista) y iii) la venta al por menor (comercio minorista - retail), siendo este último uno de los subsectores más dinámicos y esenciales en la economía.

De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), durante el periodo 2015-2019, el comercio minorista – retail tuvo una participación promedio del 5.3% en el Producto Bruto Interno (PBI) nacional¹ (Ver Gráfico N° 1). Asimismo, en el año 2019, generó 2.5 Millones de puestos de trabajo, lo que representó el 14.8% de la Población Económicamente Activa Ocupada (PEAO) a nivel nacional.

No obstante, como consecuencia de las medidas de cuarenta, aislamiento social, y paralización de actividades económicas decretadas desde mediados de marzo del 2020 para hacer frente a la propagación de coronavirus (COVID-19)², la actividad comercial minorista - retail se vio significativamente afectada durante el primer semestre del 2020. Como se observa en el Gráfico N° 1, durante el periodo enero-junio del 2020 la participación del comercio minorista sobre la producción nacional fue de 4.4%, 0.9 puntos porcentuales menor a lo registrado el mismo periodo del año anterior.

Asimismo, en el Gráfico N° 2, se evidencia que las ventas del comercio minorista – retail tuvieron un desempeño positivo durante todo el año 2019. Incluso, en enero (+2.5%) y febrero (2.2%) del 2020 las tasas de crecimiento fueron provechosas; sin embargo, en marzo (-17.1%) y abril (-66.4%), dada las medidas de inmovilización, se registró una caída importante de las ventas al por menor. No obstante, para mayo (-49.9%) y junio (-31.8%) se registra caídas atenuadas por la progresiva reanudación de actividades económicas.



Nota: La participación del PBI en soles corrientes
Fuente: INEI
Elaboración: PRODUCE - OEE



La variación corresponde a la venta al por menor
Fuente: INEI
Elaboración: PRODUCE - OEE

¹ Participación de las ventas del comercio interno (CIU 471, 475, 4761 y 4772 rev.4) sobre el PBI. 2

² Medidas que iniciaron el 15 de marzo del 2020.

Dentro del comercio minorista es importante destacar al comercio ambulatorio, el cual es definido como aquel que está constantemente en desplazamiento pues no tiene una ubicación estable y se encuentra sesgado hacia el segmento informal de la economía. A saber, gran parte de los emprendimientos comerciales que emergen por necesidad están fuertemente orientados al comercio ambulatorio.

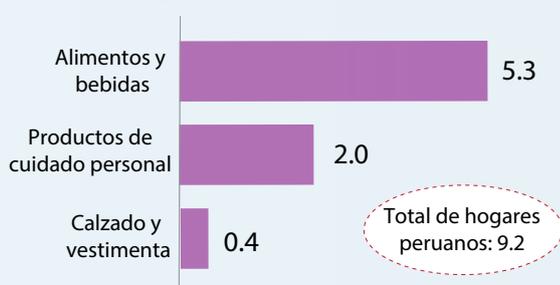
Según los resultados de la Encuesta Nacional de Hogares (ENAH) 2019, de los 9.2 millones de hogares que existen en el Perú, se estima que el 57.3% realizó compras de alimentos y bebidas en canales ambulatorios, en tanto el 21.8% hizo compras de productos de cuidado personal y solo el 4.8% de calzado y vestimenta (Ver Gráfico N° 3). Además, se ha podido identificar también que son los niveles socioeconómicos “D”, “E” y “Rural” los que realizan un mayor nivel de compras en el canal ambulatorio de dichos productos.

Por su parte, el monto gastado por los hogares en el canal ambulatorio, en el año 2019, fue 5,191 millones de soles y representó el 1.9% del gasto total de los hogares a nivel nacional. Los principales rubros donde más gastaron los hogares fueron alimentos y bebidas (53.6%), productos de cuidado personal (25.9%), y vestimenta y calzado (2.6%) (Ver Cuadro N° 1)

Gráfico 3:

Hogares que compran en ambulantes

según rubro (Millones de hogares)



Nota: Los valores no son sumables, puesto que los mismos hogares pueden comprar en ambulantes, tanto alimentos, calzado, vestimenta y productos de cuidado personal
Fuente: INEI - ENAHO 2019
Elaboración: PRODUCE - OEE

Cuadro N° 1

Gasto de hogares en ambulantes según rubro

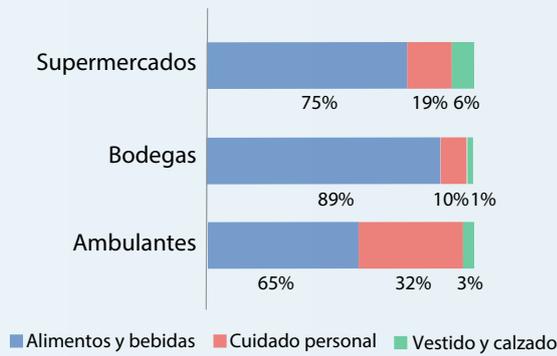
Gasto en ambulantes en 2019	Millones de S/	Participación %
Alimentos, calzado y vestimenta, cuidado personal Pesca	4,266	82.2%
- Alimentos y bebidas	2,785	53.6%
- Vestimenta y calzado	135	2.6%
- Bienes y servicios de cuidado personal	1,346	25.9%
Otros	925	17.8%
Total	5,191	100%

Fuente: INEI - ENAHO 2019
Elaboración: PRODUCE - OEE

Ahora bien, en el Gráfico N° 4, se realiza la comparación del gasto realizado en canales ambulantes con otros establecimientos. Se evidencia que los hogares peruanos suelen comprar sus alimentos, bebidas, artículos de cuidado personal, vestido y calzado principalmente en las bodegas (S/ 15,689 millones), seguido de supermercados (S/ 5,192 millones) y luego canales ambulantes (S/ 4,266 millones).

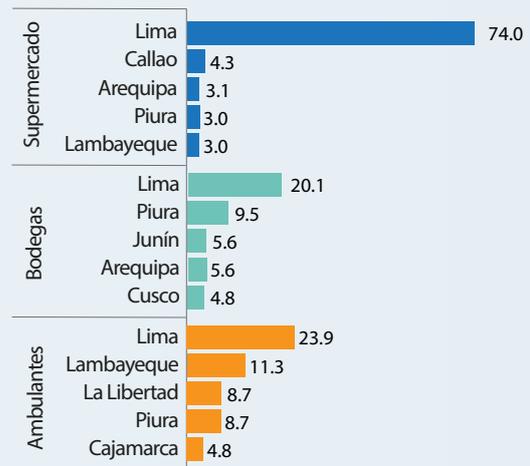
El gasto en alimentos y bebidas destaca en todos aquellos establecimientos. Al analizar el gasto de estos productos realizado por región, se observa que, la concentración de compras de alimentos y bebidas se encuentra en Lima, ello como consecuencia de la mayor densidad poblacional que presenta la capital. No obstante, la compra en supermercados predomina para Lima (74.0%) y Callao (4.3%), lo que pone en evidencia la importancia de estos establecimientos para estas regiones. Asimismo, se observa que el gasto de alimentos y bebidas en canales ambulatorios también resalta en las regiones de la costa norte: Lambayeque (11.3%) y La Libertad (8.7%) (Ver Gráfico N° 5).

Gráfico N° 4 - Gasto realizado en alimentos, bebidas, cuidado personal, vestido y calzado según canales de venta (Distribución porcentual)



Fuente: INEI - ENAHO 2019
Elaboración: PRODUCE - OEE

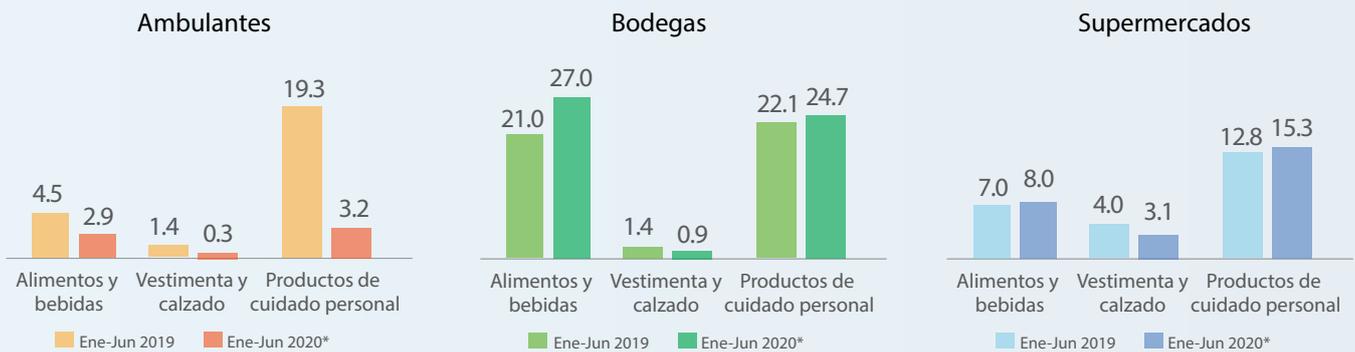
Gráfico N° 5 - Gasto en alimentos y bebidas según canales de venta y región (Distribución porcentual)



Fuente: INEI - ENAHO 2019
Elaboración: PRODUCE - OEE

En el Gráfico N° 6, se presenta la participación del gasto realizado por los hogares peruanos en alimentos, bebidas, cuidado personal, vestido y calzado respecto al total gastado en los canales venta supermercados, bodegas y ambulantes. Se puede apreciar que, durante el primer semestre del 2020, la participación del gasto en dichos productos tuvo una marcada reducción en el canal ambulatorio; sin embargo, la intensidad de gasto en estos productos aumento tanto para bodegas como para supermercados. Las medidas de cuarentena y paralización de actividades económicas en el contexto del COVID-19 habría restringido los canales ambulatorios y habría contraído también la demanda por estos productos ofrecidos mediante dicho medio. Adicionalmente, la intensificación del uso del servicio de delivery y el comercio electrónico habría hecho menos atractivo realizar las compras en medio ambulatorios.

Gráfico 6: Gasto en alimentos, bebidas, cuidado personal, vestido y calzado según canales de venta, 2019-2020 (Participación del gasto de productos respecto del total realizado en cada canal de venta)*



* Los porcentajes de participación por rubro no suman 100%, debido a que sólo están considerando 3 canales de ventas, de los 11 canales que reporta la ENAHO.
Fuente: INEI - ENAHO 2019
Elaboración: PRODUCE - OEE

Otras variables del sector

Personal Ocupado

En setiembre 2020, el personal ocupado del subsector de comercio interno disminuyó en 5.4% interanual, debido a la menor contratación en las actividades de tiendas por departamento y supermercados (-0.3%), de ferreterías y equipamiento del hogar (-22.7%), y de boticas y farmacias (-0.8%). Sin embargo, se observa un aumento de personal en la actividad de libros, periódicos y artículos de papelería (13.8%).

Por tipo de empleo, en la actividad de comercio interno se registró una ligera disminución en las contrataciones del personal permanente (-5.3%), asociado a la menor contratación de personal en las actividades de ferreterías y electrodomésticos

(-22.6%), de libros y periódicos (-16.2%). En tanto, el caso del personal eventual registró una disminución de 5.7%, debido a menores contrataciones en la actividad de tiendas por departamento (-7.6%), de ferreterías y electrodomésticos (-22.5%) y de ferreterías y electrodomésticos (-14.2%).

Por tipo de género, la actividad de comercio interno registró una disminución en la contratación de personal femenino (-8.4%) y del personal masculino (-2.6%).



Personal ocupado

Número de personas según grupo y clase CIU (Setiembre 2020)

Actividad	Permanentes	Eventuales	Varones	Mujeres	Total	Var.% ^{1/}
Var. (%) Set 20/ Set 19	-5.3	-5.7	-8.4	-2.6		
CIU ^{a/} Total Julio 2020	78,705	23,311	47,949	54,067	102,016	-5.4
471 Tiendas por departamento ^{2/} y supermercados	47,582	10,977	30,978	27,581	58,559	-0.3
475 Ferreterías y equipamiento del hogar	18,624	714	11,670	7,668	19,338	-22.7
4761 Libros, periódicos y artículos de papelería	908	881	1,035	754	1,789	13.8
4772 Boticas y Farmacia	11,591	10,739	4,266	18,064	22,330	-0.8

Notas:

(a) Grupo CIU (tres dígitos), Clase CIU (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 setiembre de 2020, el número de locales del subsector comercio interno ascendió a un total de 4,128 tiendas, mayor en 359 locales en comparación al total registrado en setiembre de 2019, como resultado del aumento en la cantidad de tiendas en las actividades de farmacias y de cuidado personal (369 locales más), en tiendas por departamento y supermercados (73 locales más). Sin embargo, dicho resultado fue atenuado por la disminución de locales en ferreterías y equipamiento del hogar (76 locales menos) y en la actividad de libros, periódicos y artículos de papelería (7 locales menos).



Número de tiendas

Según grupo y clase CIIU (Setiembre 2020)

CIIU a/	Actividad	Set-19	Set-20	Var. (%) Set 20/19
471	Tiendas por departamento ^{1/} y supermercados	785	858	9.3
475	Ferreterías y electrodomésticos	556	480	-13.7
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	144	137	-4.9
4772	Boticas y Farmacias	2,284	2,653	16.2

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 setiembre de 2020, debido al Estado de Emergencia Sanitaria decretado por el Gobierno ante la pandemia del COVID-19, no se reportaron anuncios 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