



PERÚ

Ministerio  
de la Producción

Oficina de Estudios Económicos

Noviembre 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](http://www.produce.gob.pe)

1era Edición, Noviembre 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

Noviembre 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 – Noviembre de 2020

## Introducción

En noviembre de 2020, las ventas del comercio interno<sup>1</sup> aumentaron en 10.9% interanual. Dicho comportamiento fue resultado del dinamismo positivo de las principales actividades que componen este sector, como tiendas por departamento y supermercados (12.2%), ferreterías y equipamiento del hogar 13.6%, y boticas y farmacias 5.8%; sin embargo, fue atenuado por el descenso en las ventas de libros, periódicos y artículos de papelería (-26.0%).

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 cuatro meses, viene mostrando una 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, <sup>2/</sup> Noviembre 2019 - Noviembre 2020

(Millones de soles a precios corrientes)

CIU <sup>(a)</sup>	Actividad	Nov-19 <sup>(b)</sup>	Nov-20 <sup>(b)</sup>	Var. (%) Nov 20/19
	<b>Total</b>	<b>3,257.6</b>	<b>3,594.6</b>	<b>10.3</b>
471	Tiendas por departamento <sup>1/</sup> y supermercados	1,878.2	2,106.9	12.2
475	Ferreterías y equipamiento del hogar	690.4	784.5	13.6
4772	Boticas y Farmacias	608.4	643.5	5.8
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	80.6	59.7	-26.0

Notas:

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

(b) Cifras sujetas a reajuste.

<sup>1/</sup> Se refiere a tiendas de grandes dimensiones con variedad de productos.

<sup>2/</sup> 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.

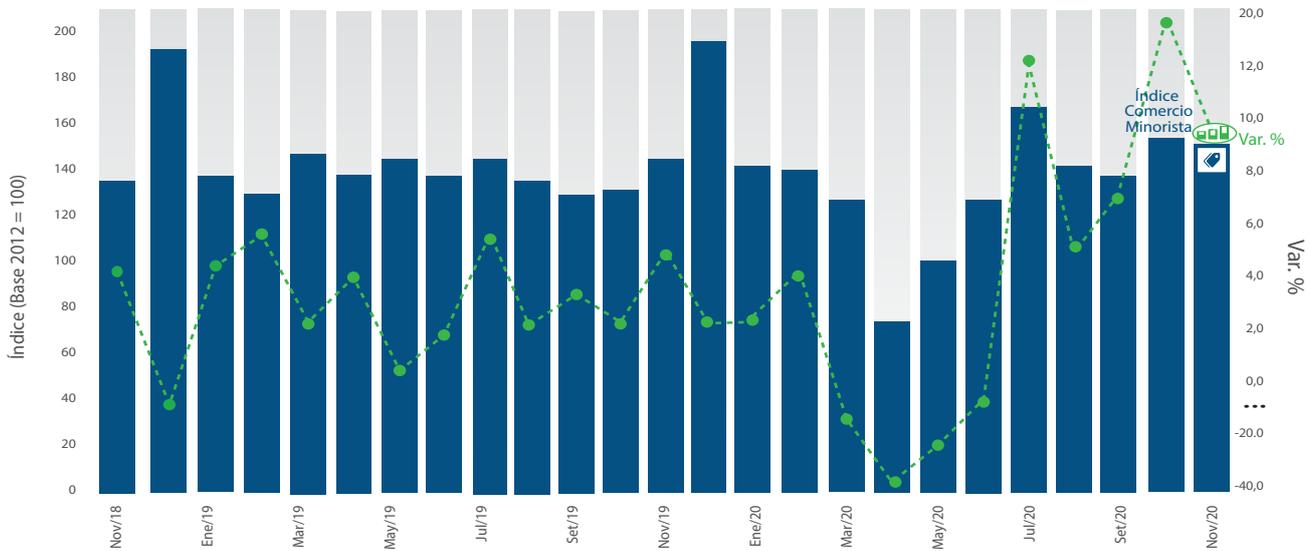
Fuente: Estadística mensual de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Elaboración: PRODUCE-Oficina de Estudios Económicos (OEE)

<sup>1</sup> 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 (Noviembre 2018 - Noviembre 2020)



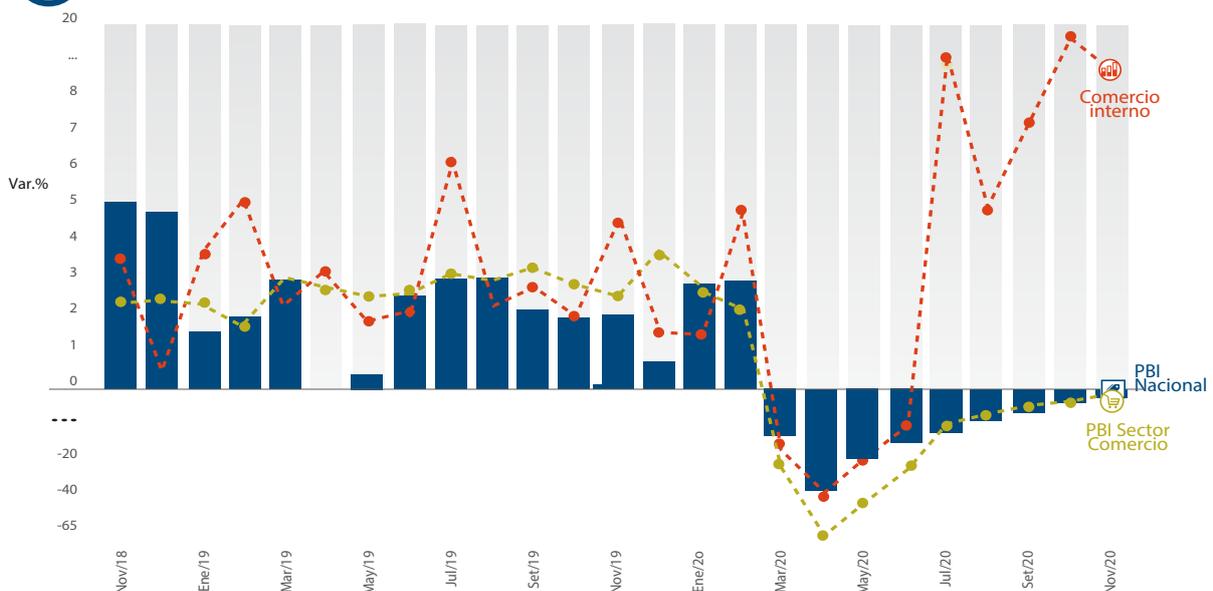
Fuente: INEI, BCRP y Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas  
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE).

## Producción total nacional versus sector comercio

En noviembre de 2020, el PBI nacional por noveno mes consecutivo registró una caída (-2.8%); pero esta vez menor en comparación a los meses previos. En tanto, el sector comercio registró una disminución de 2.5%, como resultado del bajo desempeño de los subsectores de comercio mayorista y minorista. En efecto, en este mes dichos subsectores registraron una caída de 3.3% y 2.1% interanual, respectivamente.



## Variación porcentual<sup>2</sup> del PBI nacional, PBI sector comercio e índice de comercio interno<sup>1</sup> (Noviembre 2018 - Noviembre 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 noviembre de 2020, las ventas de la actividad de tiendas por departamento y supermercados aumentaron en 12.2% interanual, como resultado de las campañas realizadas para incrementar las ventas en la mayoría de las líneas de este grupo, como artículos de uso doméstico, de alimentos, productos diversos, productos farmacéuticos y medicinales, así como, de productos farmacéuticos y cosméticos, y bebidas y tabaco.

Cabe indicar que, en este mes las líneas de alimentos, artículos de uso doméstico, prendas de vestir y calzados, otros productos y artículos de uso doméstico, concentraron en conjunto el 85.7% del valor de ventas de la actividad de tiendas por departamento y supermercados; mientras que, el restante 14.3% correspondió a productos como, bebidas y tabaco, y de productos farmacéuticos y cosméticos.

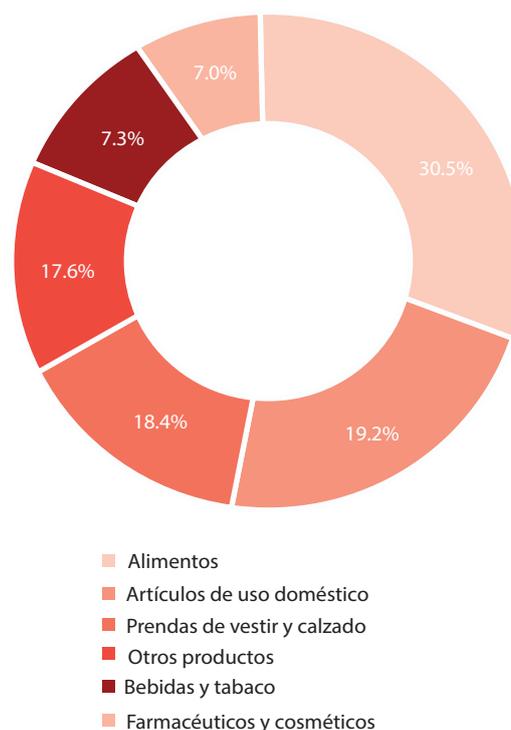
Entre las principales empresas que destacan en esta actividad según sus niveles de ventas son: Supermercados Peruanos, Cencosud Retail Perú, Hipermercados Tottus, Saga Falabella, Tiendas Ripley y Makro Supermayorista.

Los últimos meses (desde julio de 2020) la actividad de tiendas por departamento y supermercados, viene mostrando una recuperación en las ventas, por el mayor consumo de la población de productos básicos.



### Participación %

Líneas de productos en tiendas por departamentos <sup>1/</sup>y supermercados (Noviembre 2020)



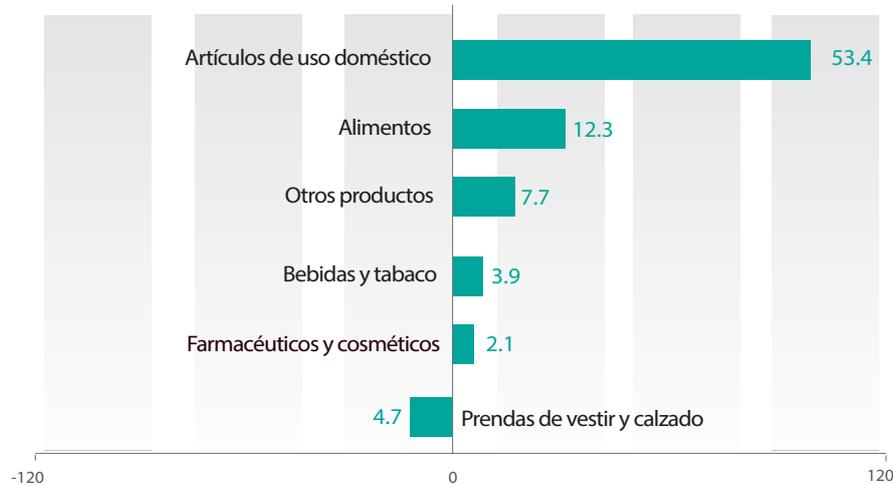
Nota: 1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos.

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



# Ventas por líneas de productos

Tiendas por departamento<sup>1/</sup> y supermercados, Noviembre 2020 (Var.%)



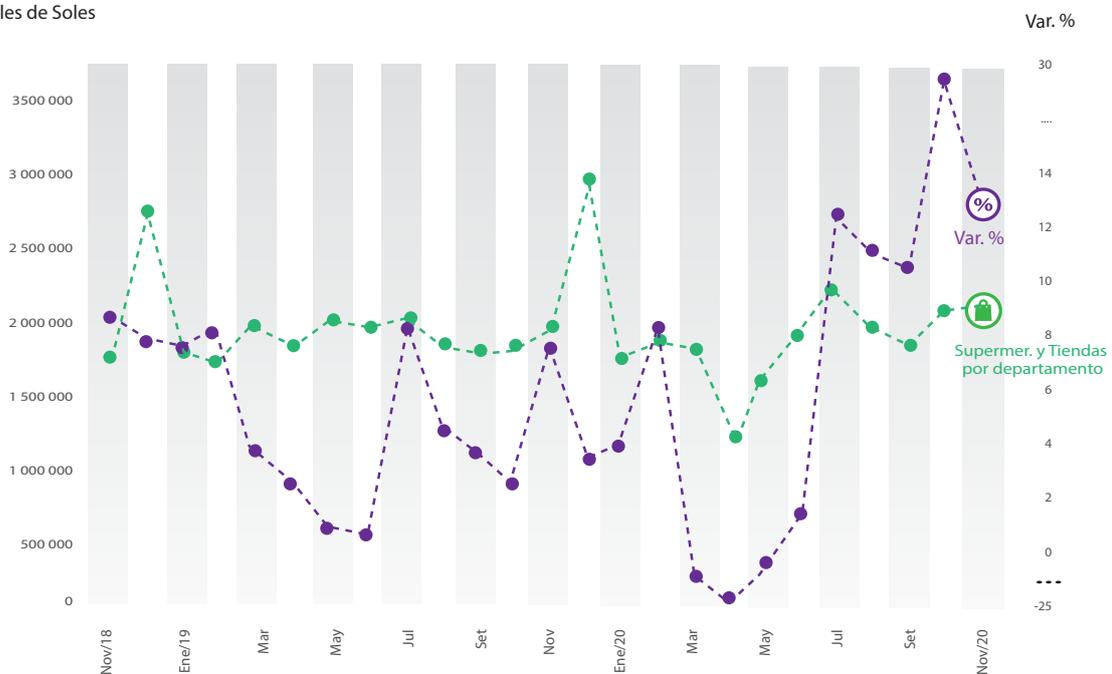
Nota: 1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos  
 Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas  
 Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



# Evolución y variación porcentual

Ventas internas de tiendas por departamento<sup>1/</sup> y supermercados (Noviembre 2018 - Noviembre 2020)

Miles de Soles



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

## Ventas de productos de ferreterías y equipamiento del hogar

La actividad de ferreterías y equipamiento del hogar, en noviembre del 2020, registró un aumento en sus ventas en 13.6% interanual, asociado a la reactivación del sector construcción, ante las mayores ventas en las líneas de artículos de uso doméstico y artículos de ferretería, las cuales comprende a los artículos de hogar, televisores, refrigeradoras, equipos de sonido, entre otros.

En el mes de estudio, la línea de productos diversos, artículos de uso doméstico y artículos de ferreterías fueron las que tuvieron una mayor participación en las ventas de la actividad, pues concentraron el 97.2% de las ventas; mientras que en menor medida, correspondió al de otros productos con un aporte de 2.8%.

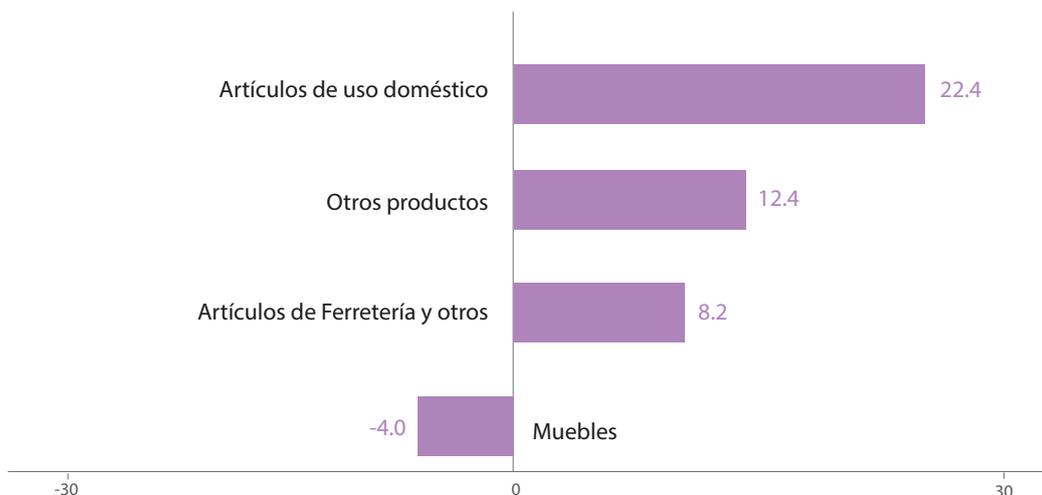
Entre las principales empresas que destacan en esta actividad figuran: Maestro Homecenter, Promart Homecenter, Conecta Retail (Efe/Curacao), Importaciones Hiraoka, Elektra del Perú y Cemento y Acero.

Durante el periodo de noviembre 2018 a noviembre 2020, se observa que después de los meses decretados como emergencia del COVID-19 de resultados muy negativos (marzo a junio), se observó una recuperación en el dinamismo.



### Venta por líneas de productos

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

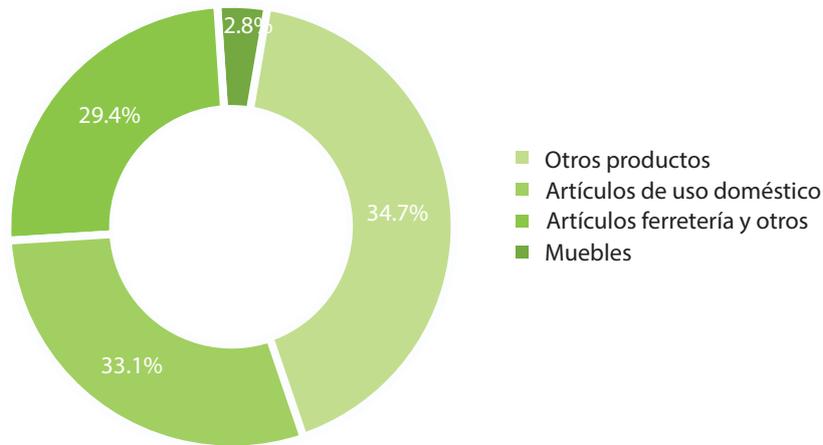


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas  
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



# Participación %

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



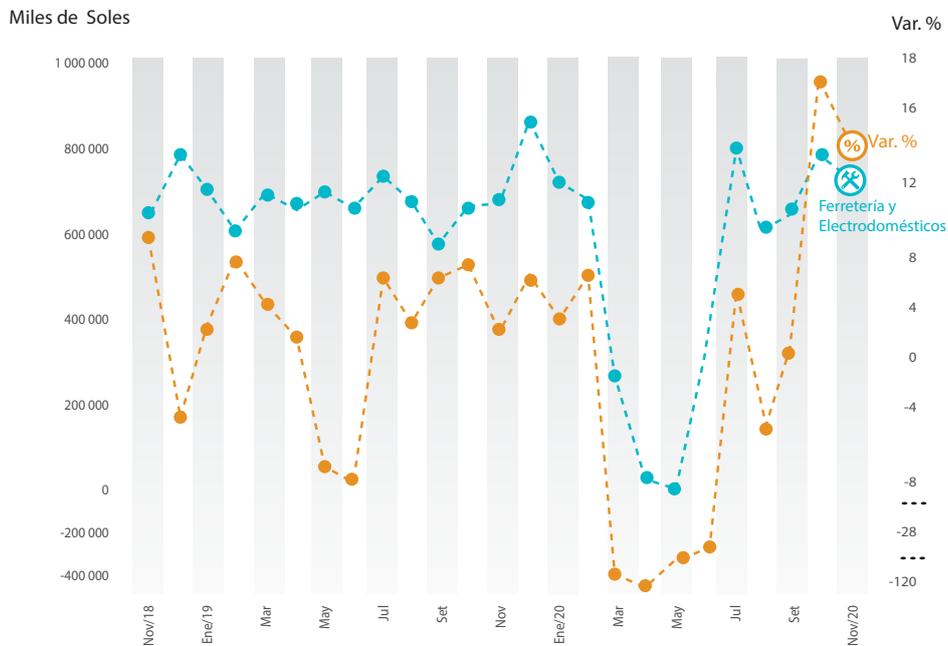
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas  
Elaboración: PRODUCE-Oficina de Estudios Económicos (OEE)

La reactivación de las actividades económicas impulsada por el Gobierno, ha venido generando una paulatina recuperación de obras como de 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.



# Evolución y variación porcentual

Ventas internas de ferreterías y equipamiento del hogar (Nov 2018 - Nov 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 incremento de 5.8% en noviembre de 2020, el cual estuvo asociado a un mejoramiento en el desempeño de las ventas en las líneas de productos farmacéuticos y medicinales; pero atenuado por la disminución en las ventas de la línea del cuidado personal por productos como maquillaje, perfumería, joyería, etc.

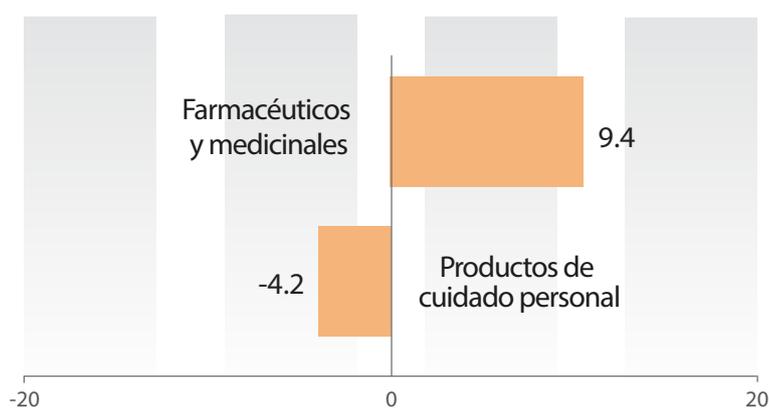
Entre las principales farmacias que destacan con mayores niveles de ventas en este mes figuran: MiFarma, Ekerd Perú, CETCO, ALBIS y Productos Avon.

En cuanto a la participación de las líneas de productos de esta actividad, se observa que en noviembre, la línea de productos farmacéuticos y medicinales tuvo una participación de 75.6% en las ventas totales de esta actividad, la misma que fue impulsada por ventas online y nuevos canales de distribución y el restante (24.4%) corresponde a la línea de productos de cuidado personal.



### Ventas por líneas de productos

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



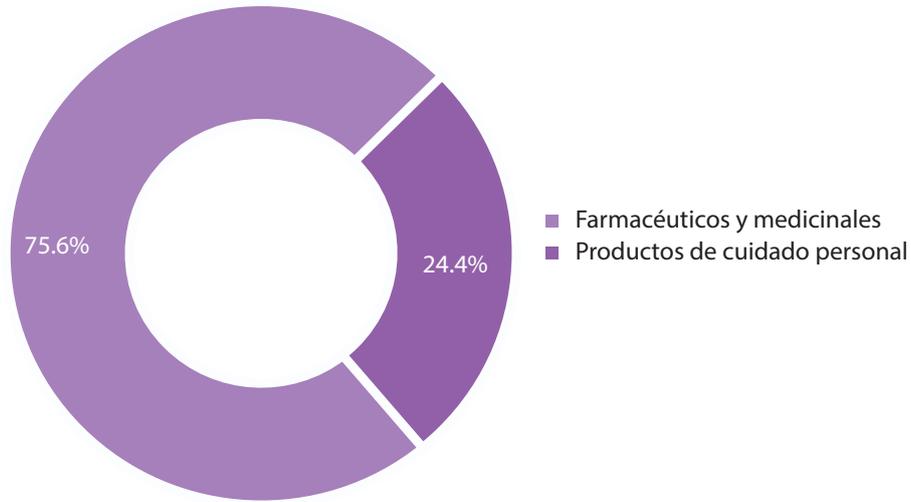
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas  
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)

Entre noviembre de 2018 y noviembre de 2020, el nivel de ventas de la actividad de productos farmacéuticos y cuidado personal mostró una tendencia variable. Así, entre noviembre de 2018 y junio de 2019, las ventas de esta actividad mostraron una tendencia creciente; sin embargo, de junio de 2019 comenzaron a decrecer hasta mayo de 2020, para luego retomar su dinamismo debido al mayor cuidado de la salud por productos para la prevención del COVID-19.



# Participación %

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

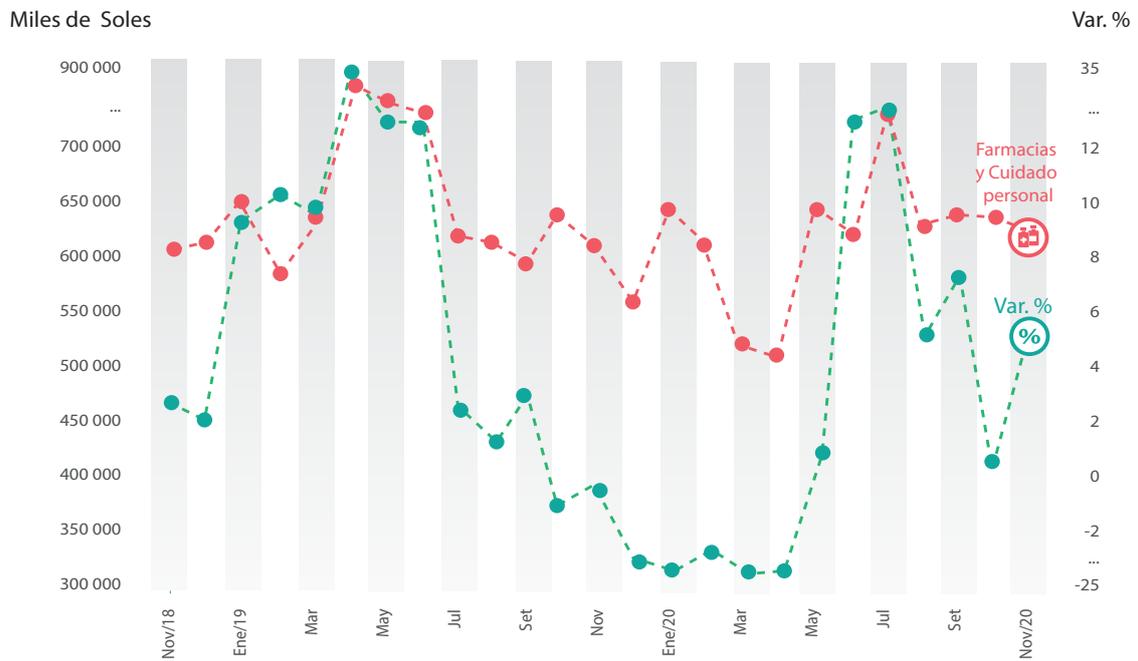


Fuente: Estadísticas de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas  
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



# Evolución y variación porcentual

Ventas internas de boticas, farmacias y cuidado personal (Nov 2018 - Nov 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 noviembre de 2020, la venta de libros, periódicos y artículos de papelería continuó disminuyendo, registrando esta vez una caída de 26.0% interanual, como resultado de las menores ventas de útiles de escritorio y accesorios de papelería, entre otros productos. Este hecho se explica también por los efectos del COVID-19, que aun viene afectando las ventas de esta actividad, y un contexto en el cual todavía no hay luz verde para el inicio de clases presenciales y las oficinas que demanda útiles, vienen realizando trabajo remoto.

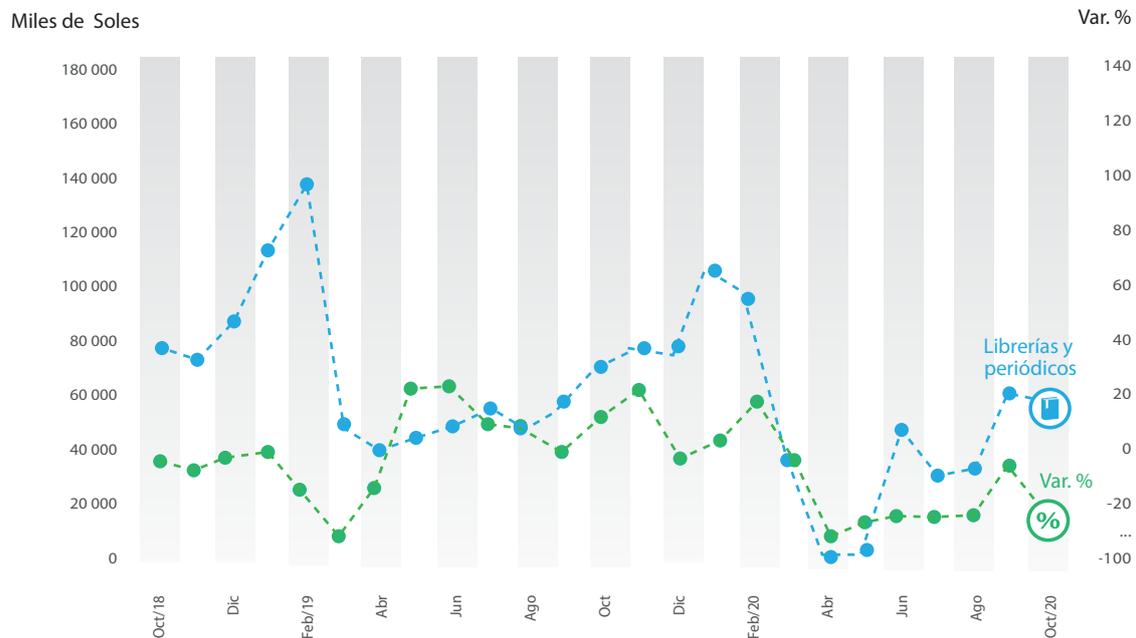
Entre las principales empresas que destacan en ventas figuran: Distribuidora Navarrete, Ibero Librerías, Librerías Crisol y Tai Loy.



### Evolución y variación porcentual

Ventas internas de libros, periódicos y artículos de papelería

(Noviembre 2018 - Noviembre 2020)



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

## Desempeño de los supermercados en el contexto de la pandemia 2020

El sector comercio cumple un rol fundamental como intermediario entre el sector productivo y el consumidor final (hogar, empresa, gobierno). Asimismo, es uno de los sectores que permite fomentar la competitividad como parte de las políticas de crecimiento, en la mejora del acceso a productos y servicios de calidad para los consumidores (CEPAL, 2013).

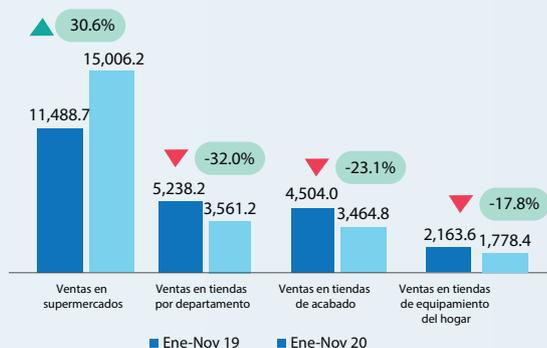
A nivel empresarial, en el Perú la estructura formal de las firmas está conformado en un 99.5% por micro, pequeña y medianas empresas (Mipyme<sup>1</sup>). Este segmento está conformado por agentes económicos que dinamizan y contribuyen al desarrollo económico nacional, el cual es un generador empleo. Según el INEI, de dicho estrato empresarial, el 46.2% de empresas pertenecen al sector comercio, el cual ha venido creciendo a un ritmo promedio anual de 5.4% entre 2015 y 2019. Sin embargo, la pandemia del Covid-19 surgida en marzo de 2020, afectó notablemente el desenvolvimiento económico, en particular al sector comercio.

A pesar del contexto desfavorable del sector comercio, una de las actividades que mantuvo su dinamismo correspondió a los supermercados, cuyos indicadores se muestran a continuación:

- Las ventas de los supermercados aportan o representan el 1.4% del PBI nacional y el 16.8% del PBI del sector comercio.
- Generan 45,894 empleos, lo que representa en promedio el 0.3% de la PEA ocupada y representa el 40% de las ventas Retail.
- El gasto promedio de los hogares que realizan en supermercados se estima asciende a S/. 16,018.8 millones.

Según información disponible, en lo que va del periodo de enero a noviembre de 2020, se reportó un mayor avance solo en la actividad de ventas en supermercados, en comparación con otras actividades del sector Retail. Así, dicha actividad registró un crecimiento de 18.3%, respecto a enero-noviembre de 2019, debido al mayor consumo de los hogares por productos de primera necesidad (alimentos, frutas y verduras, prendas de vestir y calzado, productos farmacéuticos y medicinales, entre otros), por el contexto de la pandemia del Covid-19. Sin embargo, en los rubros de ventas de las tiendas por departamento, tiendas de acabado y equipamiento del hogar, todas registran fuertes caídas, con tasas de -32.0%, -23.1% y -17.8%, respectivamente.

Gráfico 1  
Ventas según principales actividades del comercio Retail, Ene-Nov (2019-2020)  
(Millones de S/.)

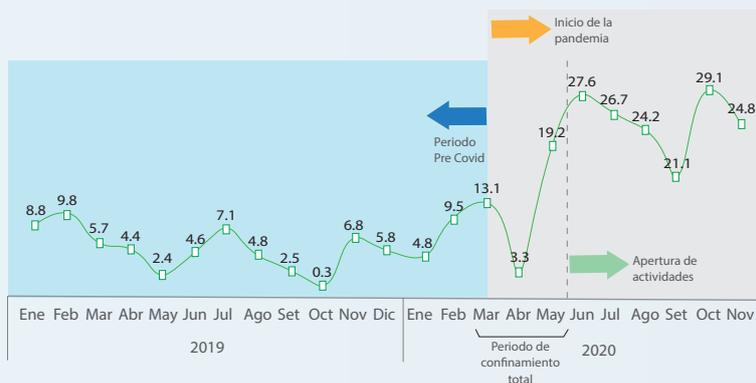


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas  
Elaboración: PRODUCE-Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

La buena performance de los supermercados ha sido como resultado del buen dinamismo presentado por sus líneas que la conforman, así como de la mayor demanda por parte de las familias. En efecto, en el siguiente gráfico se puede observar que, antes de la pandemia el crecimiento de las ventas no sobrepasaba la tasa del 10%; sin embargo, con el inicio de la pandemia, que inició en marzo y que aún se mantiene en noviembre, se registró un tendencia creciente pero atenuada entre los meses de marzo a mayo, periodo en el cual correspondió a la medida de confinamiento total decretada por el Gobierno, es decir que sólo se permitieron continuar con las actividades básicas de producción, por lo cual las ventas de los supermercados no repuntaron aún más, tal como sí sucedió en los siguientes meses, debido a que el Gobierno decidió establecer 4 fases de reactivación económica para la reactivación de las actividades económicas, que se inició en junio, y que hasta noviembre han alcanzado tasas de entre 20% y 30%, las mismas que se han mantenido bajo dicho periodo.

<sup>1</sup> Se denomina Mipyme a aquellas empresas con ventas anuales menores o iguales a 2 300 UITs, según Ley N° 30056.

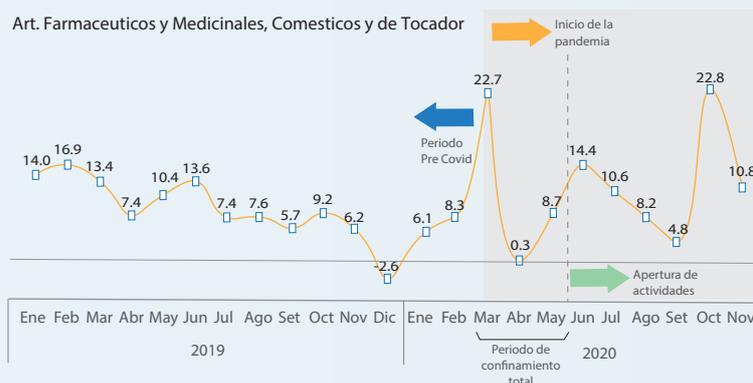
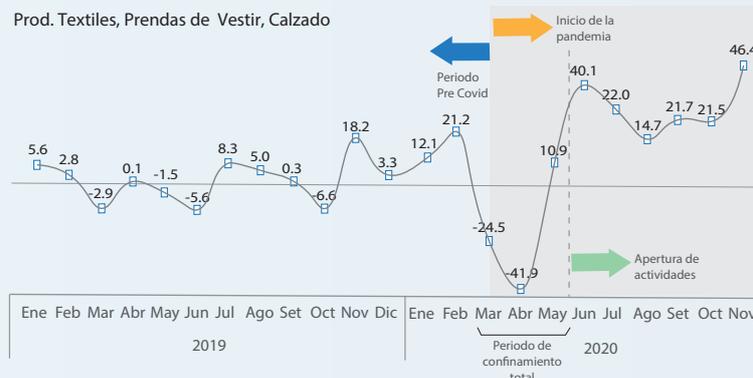
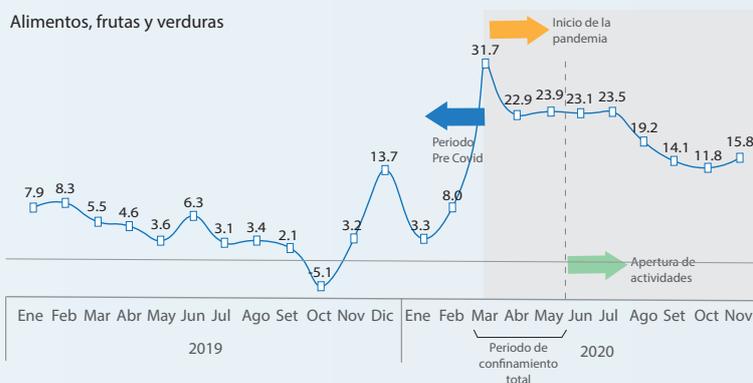
Gráfico 2: Evolución mensual de las ventas de supermercados, (Ene-19 - Nov-20) (Var. %)



Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas  
Elaboración: PRODUCE-Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

El alto dinamismo de las ventas de los supermercados obedece a la mayor demanda de los hogares por productos de primera necesidad, como alimentos y bebidas, prendas de vestir y sobre todo productos farmacéuticos, principalmente para el cuidado de la salud, tratando de prevenir los efectos de los contagios por el Covid-19.

Gráfico 3: Evolución mensual de las ventas de supermercados según principales líneas de productos, (Ene-19 - Nov-20) (Var. %)



Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas  
Elaboración: PRODUCE-Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

## Otras variables del sector

### Personal Ocupado

En noviembre de 2020, el personal ocupado del subsector comercio interno disminuyó en 6.1% interanual. Dicho resultado obedeció a la menor contratación en las actividades de tiendas por departamento y supermercados (-0.6%), ferreterías y equipamiento del hogar (-18.5%), y de boticas y farmacias en (-9.5%). No obstante, se observa un aumento en la actividad de libros, periódicos y artículos de papelería (13.5%).

Por tipo de empleo, el comercio interno registró una ligera disminución en las contrataciones del personal permanente (-5.3%), debido a la menor contratación de personal en las actividades de ferreterías y electrodomésticos (-19.2%) y de

libros y periódicos (-13.6%). En esta misma línea, el personal eventual registró una disminución de 8.5%, debido a menores contrataciones del personal de la actividad tiendas por departamento (-7.3%), boticas y farmacias (-14.4%) y de ferreterías y electrodomésticos (-0.2%).

Por tipo de género, la actividad de comercio interno registró una disminución en la contratación de personal femenino (-6.4%) y del personal masculino (-5.7%).



## Personal ocupado

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

Actividad	Permanentes	Eventuales	Varones	Mujeres	Total	Var.% <sup>1/</sup>
Var. (%) Nov 20/ Nov 19	-5.3	-8.5	-5.7	-6.4		
CIIU <sup>a/</sup> Total Noviembre 2020	84,622	24,866	52,673	52,673	109,488	-6.1
471 Tiendas por departamento <sup>2/</sup> y supermercados	53,182	13,190	34,790	34,790	66,372	-0.6
475 Ferreterías y equipamiento del hogar	20,046	1,013	12,886	12,886	21,059	-18.5
4761 Libros, periódicos y artículos de papelería	942	871	1,036	1,036	1,813	13.5
4772 Boticas y Farmacia	10,452	9,792	3,961	3,961	20,244	-9.5

#### 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 noviembre de 2020, el número de locales del subsector comercio interno registró un total de 4,111 tiendas, mayor en 339 locales en comparación a noviembre del 2019. Ello, debido al aumento de tiendas en las actividades de farmacias y de cuidado personal (331 locales más) y de tiendas por departamento y supermercados (84 locales más). Sin embargo, se reportó una disminución de locales en las actividades de ferreterías y equipamiento del hogar (70 locales menos), así como de libros, periódicos y artículos de papelería (4 locales menos).



## Número de tiendas

Según grupo y clase CIU (Noviembre 2020)

CIU a/	Actividad	Nov-19	Nov-20	Var. (%) Nov 20/19
471	Tiendas por departamento <sup>1/</sup> y supermercados	784	880	12.2
475	Ferreterías y electrodomésticos	560	476	-15.0
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	145	141	-2.8
4772	Boticas y Farmacias	2,283	2,614	14.5

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 noviembre 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://www.produce.gob.pe)**

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

 /minproduccion

 @minproduccion

 producegob

 minproduccion