



PERÚ

Ministerio
de la Producción

Oficina de Estudios Económicos

Diciembre 2020

Boletín de
Comercio Interno

Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

BOLETÍN DE COMERCIO INTERNO

GRANDES ALMACENES, SUPERMERCADOS Y TIENDAS ESPECIALIZADAS

Editado por:

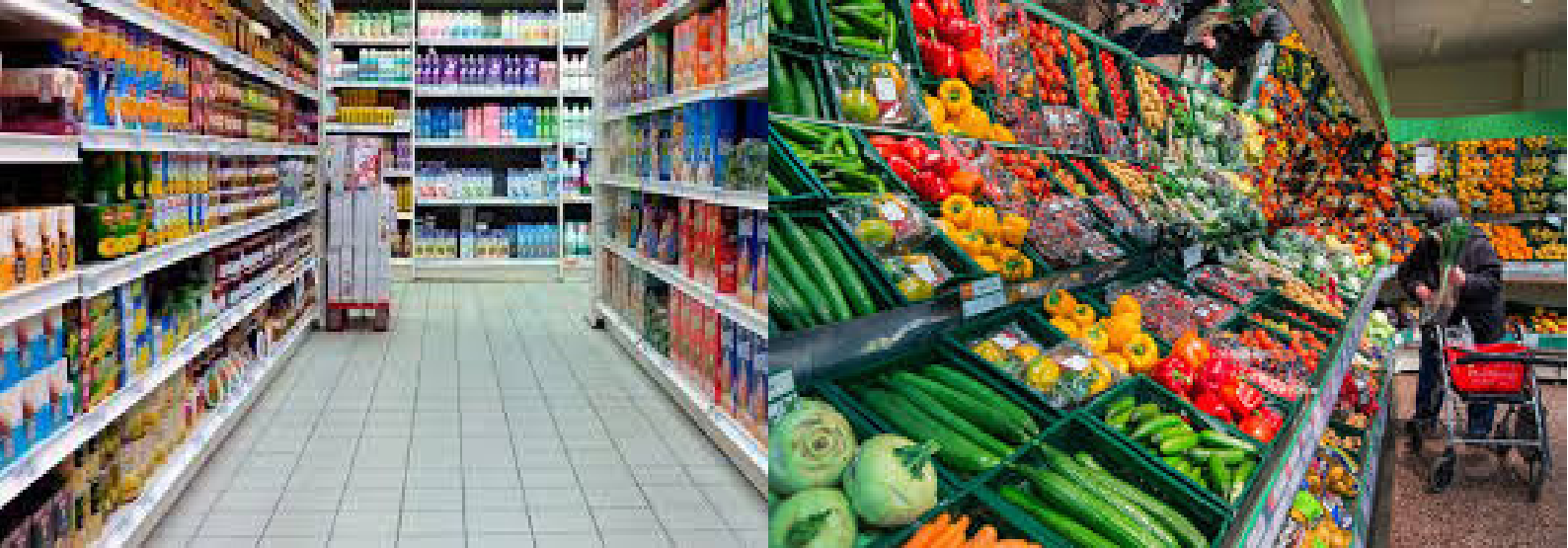
MINISTERIO DE LA PRODUCCIÓN

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

www.produce.gob.pe

1era Edición, Diciembre 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

Diciembre 2020

Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Introducción	3
Producción total versus sector comercio	4
Desempeño según actividades	5
Otras variables del sector	15
Desempeño de los supermercados en el contexto de la pandemia 2020	12
Número de tiendas	16
Proyectos de inversión	16

Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Boletín Estadístico – Diciembre de 2020

Introducción

En diciembre de 2020, las ventas del comercio interno¹ aumentaron en 7.2% interanual. Dicho incremento fue resultado del dinamismo positivo de las principales actividades que componen este sector, tales como tiendas por departamento y supermercados (5.3%), ferreterías y equipamiento del hogar (11.7%), boticas y farmacias (16.7%). En contraste, se aprecia una disminución de la actividad de venta de libros, periódicos y artículos de papelería (-26.3%).

Las ventas del comercio interno después de los resultados negativos sucedidos entre marzo y junio de 2020, debido al COVID-19 suscitado en la quincena de marzo del año previo, ya muestra mejoras, pues desde julio de 2020 (10% de crecimiento) se registraron resultados positivos.

Así, en el último mes de diciembre, las ventas de comercio crecieron en 5.6% interanual, debido al aumento en el aforo de las tiendas, las diversas estrategias comerciales, la paulatina reactivación de diversas actividades económicas en el país, así como los subsidios económicos (bonos) que el Gobierno viene brindando a la población.

Asimismo, el fortalecimiento de los negocios a través del e-commerce, la recuperación del sector construcción y las alianzas estratégicas en la distribución de productos, fueron otros de los factores que alentaron el buen desempeño del comercio interno.



Ventas internas

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

CIU ^(a)	Actividad	Dic-19 ^(b)	Dic-20 ^(b)	Var. (%) Dic 20/19
	Total	4,537.4	4,866.4	7.2
471	Tiendas por departamento ^{1/} y supermercados	3,076.4	3,240.6	5.3
475	Ferreterías y equipamiento del hogar	829.3	926.1	11.7
4772	Boticas y Farmacias	544.6	635.5	16.7
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	87.1	64.2	-26.3

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.

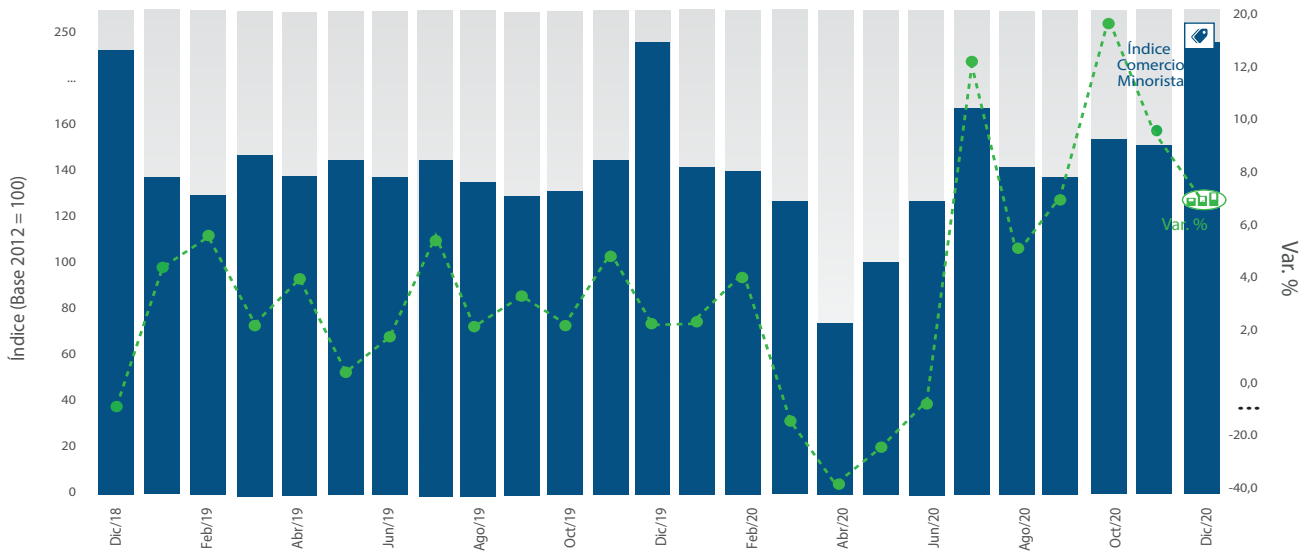
Fuente: Estadística mensual de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

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 (Diciembre 2018 - Diciembre 2020)



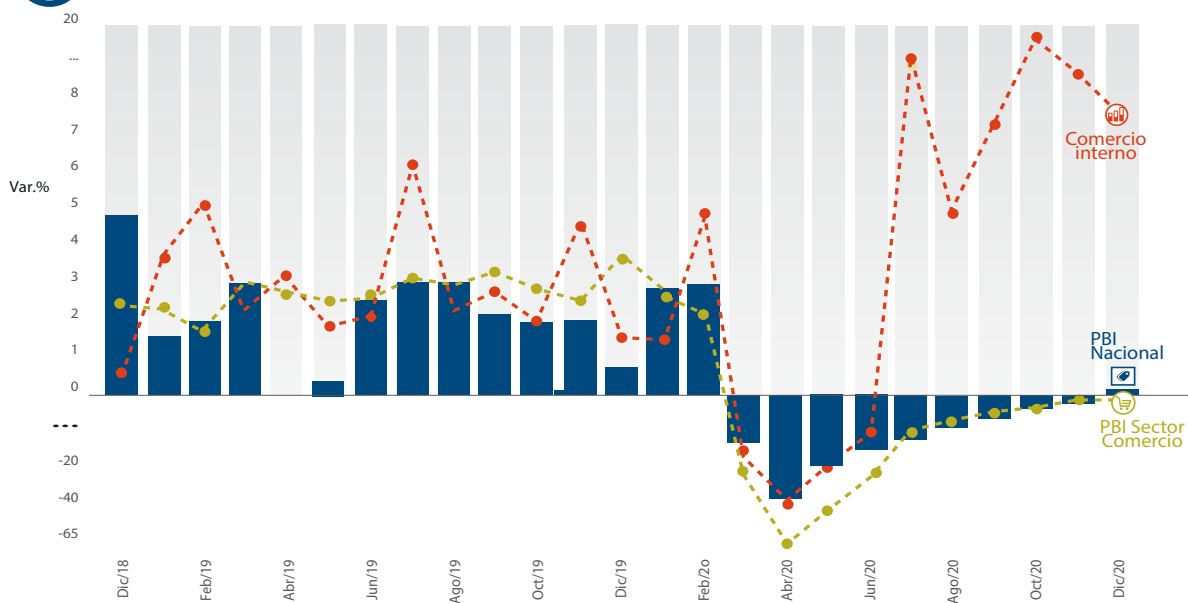
Fuente: INEI, BCRP y Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE).

Producción total nacional versus sector comercio

En diciembre del 2020, el PBI nacional después de nueve meses consecutivos de contracción, revierte estos resultados con un ligero incremento de 0.1%. Sin embargo, el sector comercio registró una disminución de 1.6%, el mismo que obedeció al bajo dinamismo de los subsectores de comercio mayorista y minorista. En efecto, en este mes dichos subsectores registraron una caída de 2.1% y 1.8% interanual, respectivamente.



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

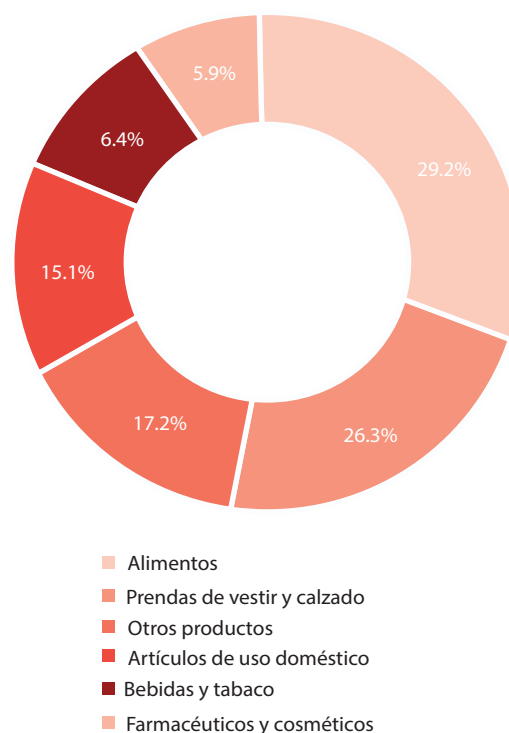
En diciembre de 2020, las ventas de la actividad de tiendas por departamento y supermercados aumentaron en 5.3% interanual, como resultado de las mejoras en las campañas realizadas e implementación del canal online, para incrementar las ventas en la mayoría de las líneas de este grupo. Entre estos tenemos a los artículos de uso doméstico, de alimentos, productos diversos, así como de prendas de vestir y de farmacéuticos y cosméticos.

Cabe indicar que, en este mes las líneas de alimentos, prendas de vestir y calzados, otros productos y artículos de uso doméstico, concentraron en conjunto el 87.8% del valor de ventas de la actividad de tiendas por departamento y supermercados; mientras que, el restante 12.2% 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 figuran: Supermercados Peruanos, Cencosud Retail Perú, Hipermercados Tottus, Saga Falabella, Tiendas Ripley y Makro Supermayorista.

Cabe resaltar que en los últimos meses del 2020 (de julio a diciembre), la actividad de tiendas por departamento y supermercados, viene alcanzando una recuperación en las ventas, por el mayor consumo de la población de productos básicos.

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



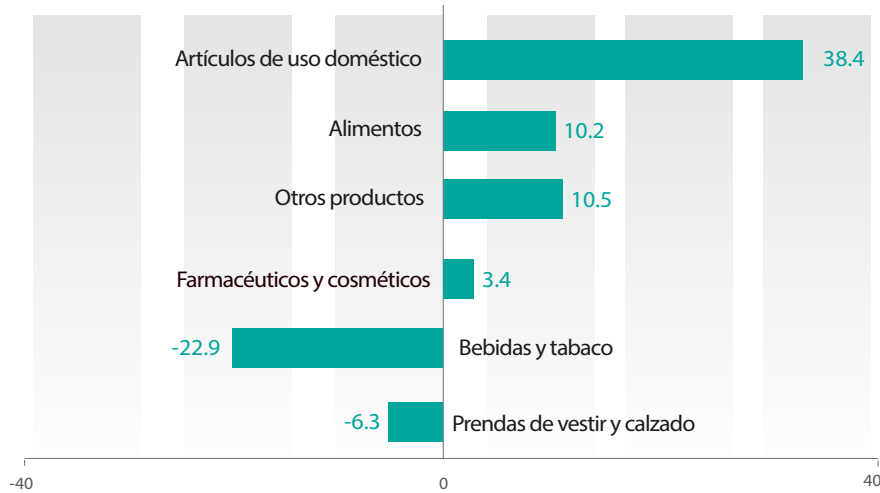
Nota: 1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos.

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, Diciembre 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)

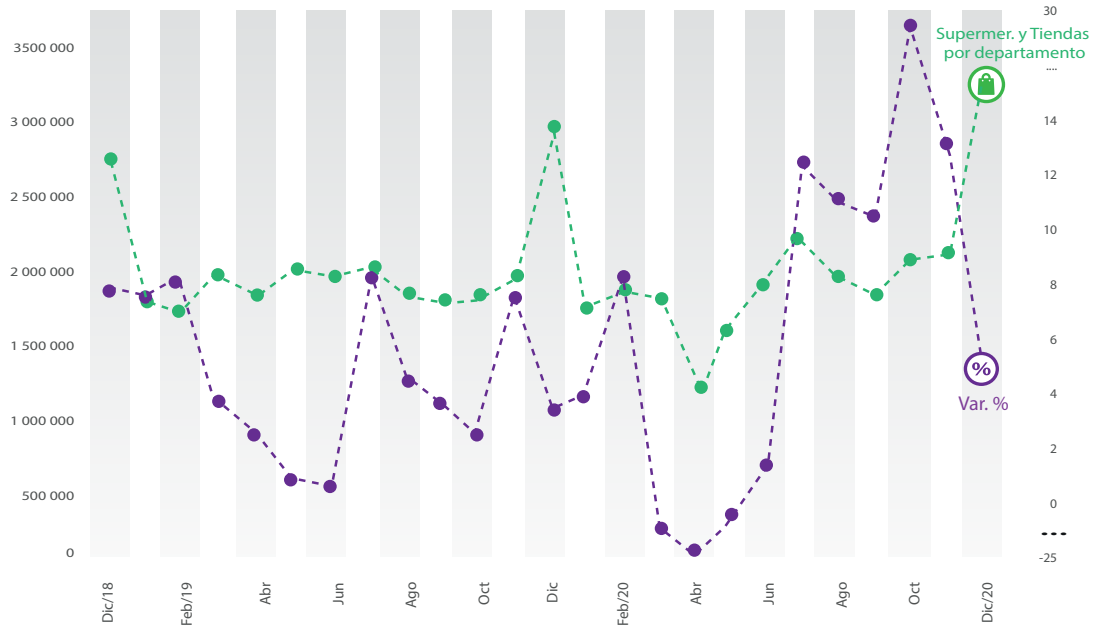


Evolución y variación porcentual

Ventas internas de tiendas por departamento¹ y supermercados (Diciembre 2018 - Diciembre 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

La actividad de ferreterías y equipamiento del hogar, en diciembre del 2020 registró un aumento en sus ventas de 11.7% interanual, asociado a la reactivación del sector construcción y acabados del hogar, impulsados por las mayores ventas en las líneas de artículos de uso doméstico, productos diversos y artículos de ferretería.

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 (97.3%), mientras que, en menor medida la línea de otros productos aportó con el 2.7%.

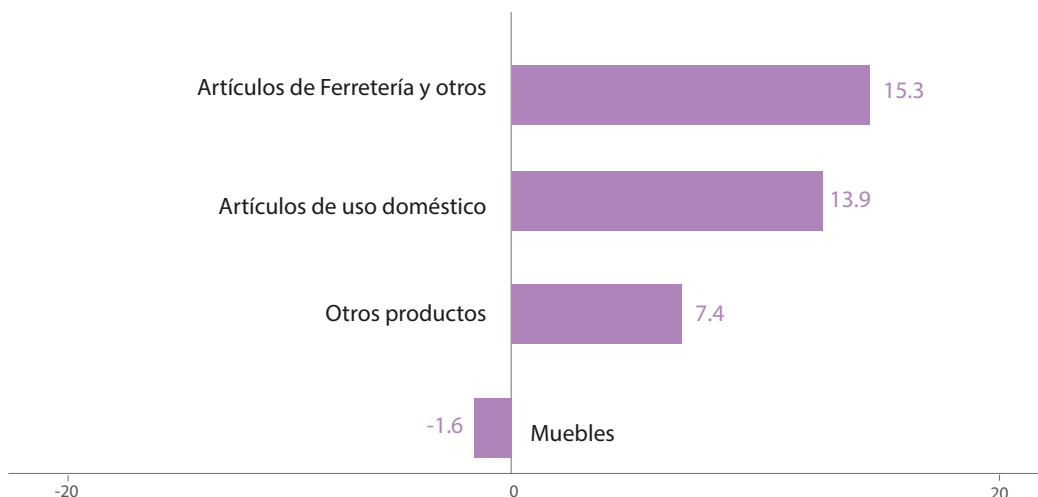
Entre las principales empresas que destacan en esta actividad destacan: Maestro Homecenter, Promart Homecenter, Conecta Retail (Efe/Curacao), Importaciones Hiraoka, Elektra del Perú y Cemento y Acero.

Durante el periodo de enero 2018 - diciembre 2020, se observa que después de los meses decretados como emergencia del COVID-19; los últimos meses (de julio a diciembre) del año se observa una recuperación.



Venta por líneas de productos

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

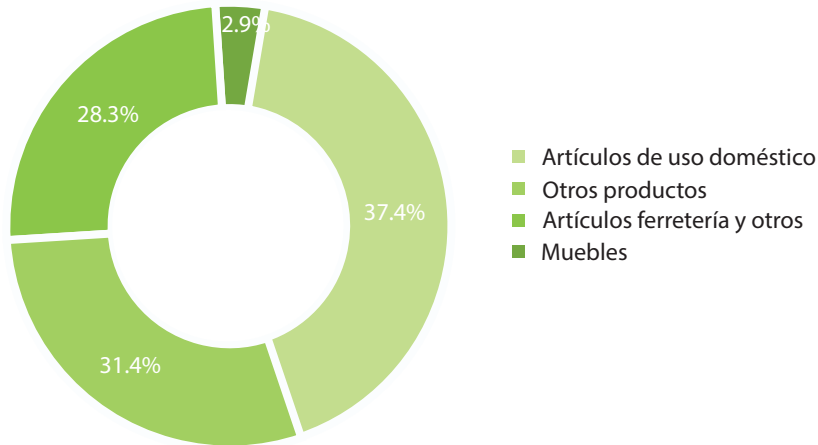


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Participación %

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



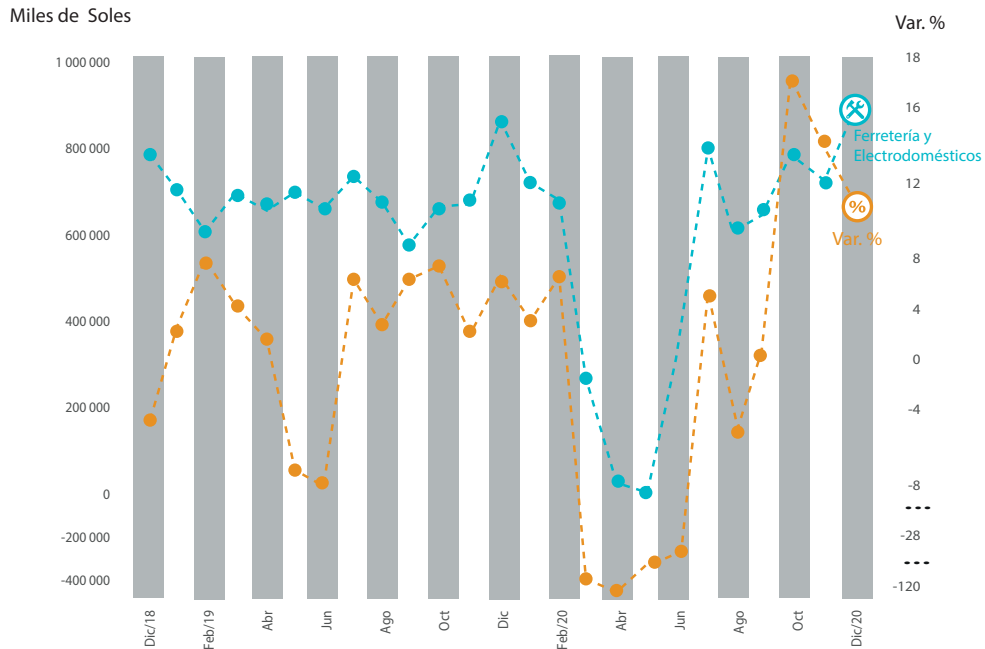
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE-Oficina de Estudios Económicos (OEE)

La reactivación de las actividades normadas por el Gobierno, ha conllevado a que paulatinamente 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 trasmisión eléctrica, así como la construcción de hidroeléctricas, se puedan ir recuperando.



Evolución y variación porcentual

Ventas internas de ferreterías y equipamiento del hogar (Dic 2018 - Dic 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 16.7% en diciembre del 2020. Dicho crecimiento estuvo asociado, principalmente al mejor desempeño en las ventas de las líneas de productos farmacéuticos y medicinales (25.3%). sin embargo, dicho avance fue atenuado por la disminución de la línea del cuidado personal (-5.9%), debido a la pandemia del Covid-19, el consumo se priorizó en productos básicos y no en productos como de maquillaje, perfumería, joyería, etc.

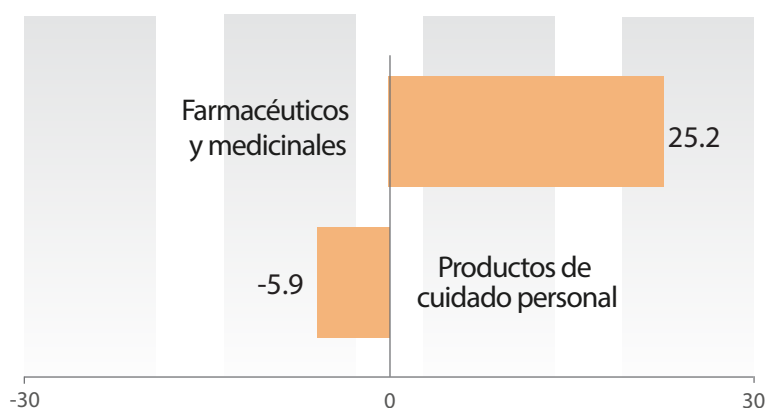
Entre las principales farmacias que destacan con mayores niveles de ventas en este mes son: MiFarma, Ekerd Perú, CETCO, ALBIS y Productos Avon.

En cuanto a la participación de las líneas de productos de esta actividad, se observa que en diciembre del 2020 la línea de productos farmacéuticos y medicinales tuvo una participación de 77.8% en las ventas totales de esta actividad, la misma que fue impulsada por las mayores ventas online y nuevos canales de distribución; mientras que, el restante (22.2%) correspondió a la línea de productos de cuidado personal.



Ventas por líneas de productos

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



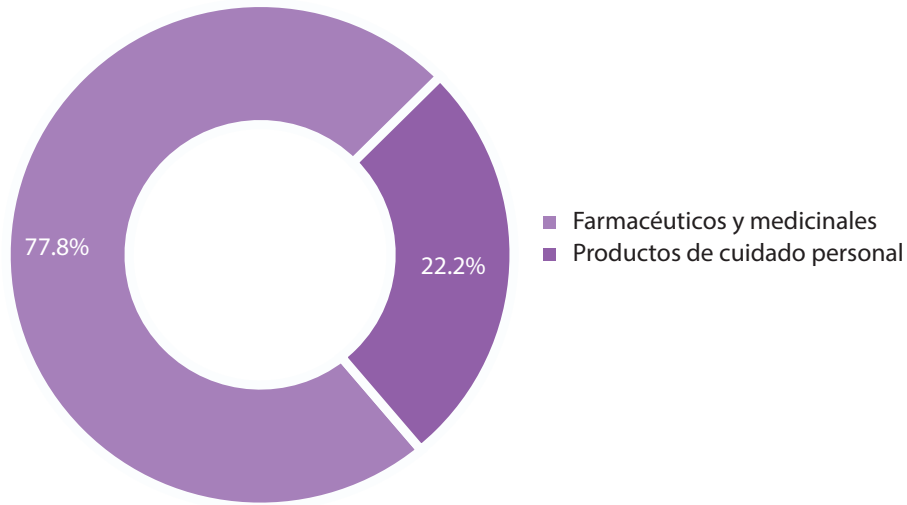
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)

Entre diciembre de 2018 y diciembre de 2020, el nivel de ventas de la actividad de productos farmacéuticos y cuidado personal mostró una tendencia variable. Así se tiene que, hasta el mes de abril del 2020 se observan resultados negativos; pero a partir del siguiente mes esta tendencia se revierte y se alcanzan resultados positivos, como resultado de las mayores compras de las familias, por productos para el mayor cuidado de la salud y prevención del COVID-19.



Participación %

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

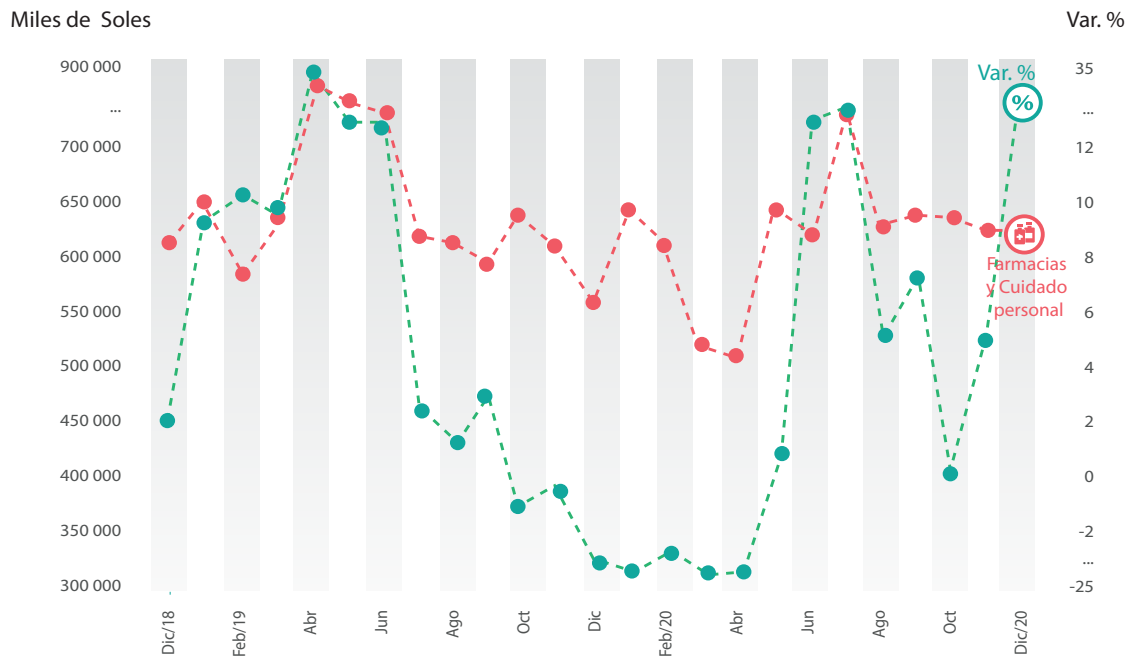


Fuente: Estadísticas de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Evolución y variación porcentual

Ventas internas de boticas, farmacias y cuidado personal (Dic 2018 - Dic 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 diciembre de 2020, la venta de libros, periódicos y artículos de papelería disminuyó en 26.3% interanual, como resultado de las menores ventas de útiles de escritorio y accesorios de papelería, entre otros productos, debido a los efectos negativos de la pandemia del COVID-19 que aún continúa afectando a esta actividad, donde el desarrollo de las clases escolares siguen siendo virtuales y las oficinas que demanda útiles de oficina, continúan realizando trabajo remoto.

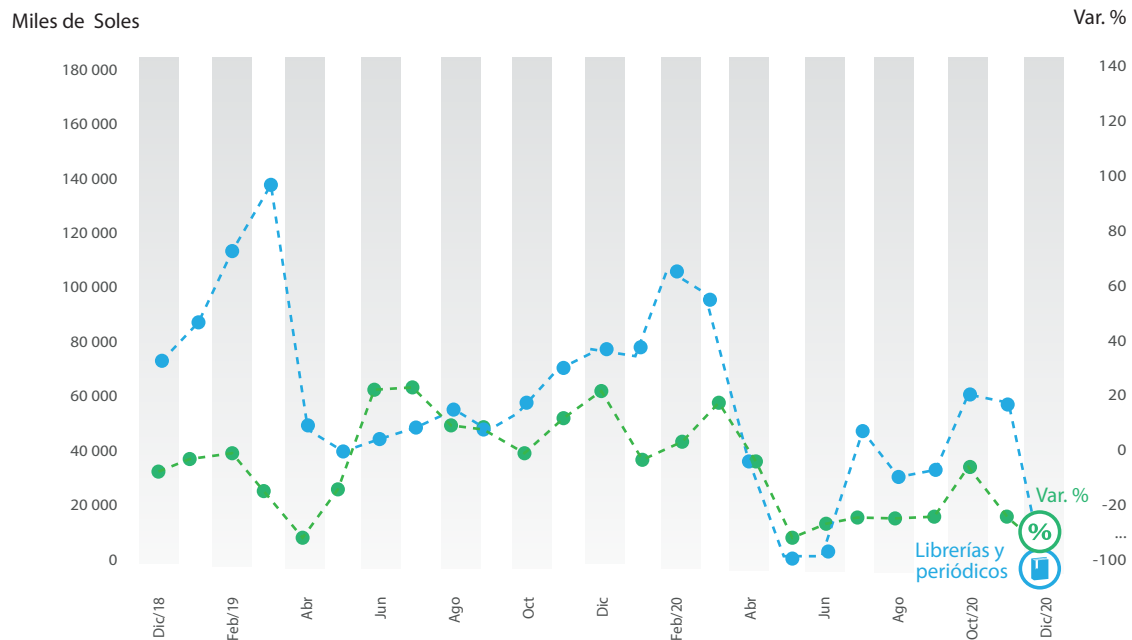
Entre las principales empresas que destacan en las ventas de esta actividad fueron: Distribuidora Navarrete, Ibero Librerías, Librerías Crisol y Tai Loy.



Evolución y variación porcentual

Ventas internas de libros, periódicos y artículos de papelería

(Diciembre 2018 - Diciembre 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

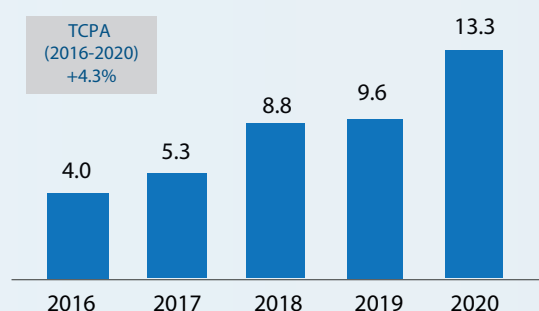
El sector comercio es uno de los más dinámicos en la economía. Sin embargo, bajo el contexto de la pandemia del Covid-19 iniciada a partir de la quincena de marzo de 2020 (y que se extiende hasta la actualidad) afectó a este sector. Así, al cierre de 2020 el PBI del sector comercio registró una caída de 16%.

No obstante, una de las actividades del sector comercio que mantuvieron su dinamismo en el año, correspondió a los supermercados. En efecto, las ventas de los supermercados contribuyen con el 1.4% del PBI nacional y el 16.8% del PBI del sector comercio. Asimismo, dicha actividad genera 45,894 empleos, lo que representa en promedio el 0.3% de la PEA ocupada y representa el 40% de las ventas Retail. Por otro lado, se estima que el gasto promedio de los hogares que realizan en supermercados asciende a S/. 16,018.8 millones.

Situación de las ventas de supermercados

En los últimos cinco años (2016-2020) las ventas de los supermercados creció a un ritmo promedio anual de 4.3%, lo cual se explica por la mayor demanda de los hogares en las líneas de alimentos frutas y verduras (9.3%), productos farmacéuticos y medicinales (9.5%), así como aparatos, artículos y equipos de uso doméstico (6.9%), ello debido a los descuentos y las nuevas estrategias que aplican este segmento en cada campaña, además, por la apertura de más locales de tiendas por conveniencia.

Gráfico 1
Ventas en supermercados, 2016-2020 (Var.%)



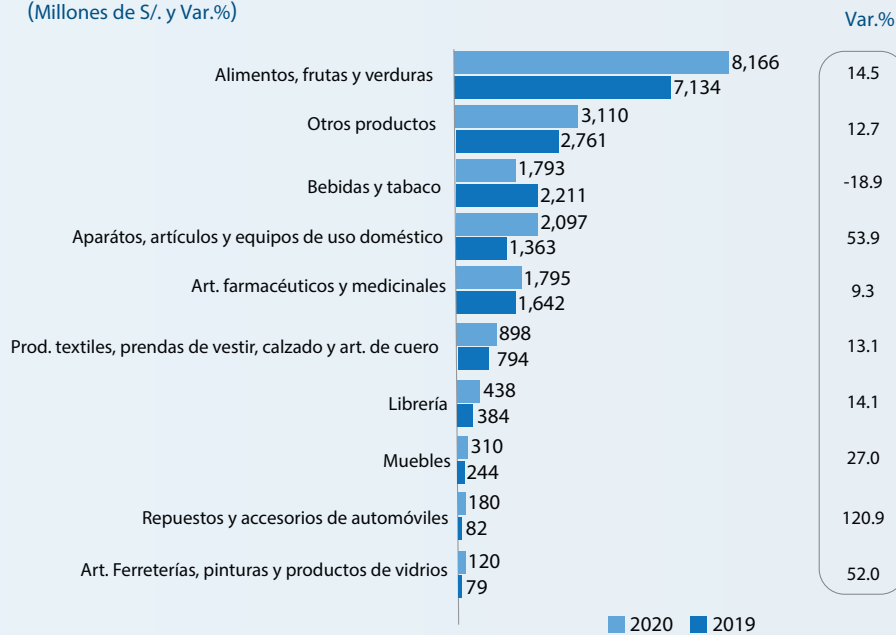
Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE-OGEIEE/OEE

En 2020, las ventas de los productos del sector supermercados creció en 13.3% con relación al año anterior, debido al aumento de la demanda de los productos de primera necesidad, la misma que fue favorecida por el contexto de la pandemia del Covid-19, en la cual el Gobierno estableció que solo se permitirán el funcionamiento de las actividades de bienes esenciales, tales como venta de productos alimenticios, farmacéuticos, entre otros. Además, de haberse restringido el acceso y aforo de las personas a los distintos centros de comercio. Esto con la finalidad de evitar la propagación del virus del Covid-19.

Bajo este contexto, los supermercados y mercados minoristas utilizaron diferentes estrategias a nivel comercial y de salubridad, con el objetivo que el cliente se sienta seguro al momento de hacer sus compras. Para ello, las empresas tuvieron que reforzar sus canales de distribución, a través de plataforma canales online.

Entre las líneas de productos con mayor demanda fueron las líneas de alimentos y verduras (43.2%), otros productos (16,5%), artículos de uso doméstico (11.1%), artículos farmacéuticos y cuidado personal (9.5%), bebidas y tabaco (9.5%), prendas de vestir y calzado (4.8%), entre otros.

Gráfico 2
Ventas por líneas de productos, enero-octubre 2019-2020
 (Millones de S/. y Var.%)



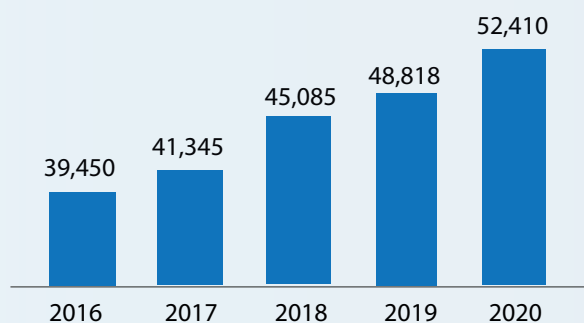
Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
 Elaboración: PRODUCE-OGEIEE/OEE

Empleo en supermercados

El nivel de empleo en los supermercados en los últimos cinco años (2016-2020), registró un crecimiento de 2.1% en promedio anual. Dicho avance se explica por la mayor contratación de personal, particularmente, en tiendas de conveniencia, así como, la alta rotación de personal de otras actividades con la finalidad de recolocarse en la actividad de supermercados.

En 2020, el personal ocupado en los supermercados registró un incremento en 7.4%, debido a la alta demanda de personal en este sector, motivado por el contexto de la pandemia, en la cual se requería de mayor personal para la atención al público. Cabe resaltar que la mayor contratación de personal correspondió a varones (52.9%) y en mujeres fue de 47.1%

Gráfico 3
Personal ocupado en supermercados, 2016-2020
 (Número de personas)



Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
 Elaboración: PRODUCE-OGEIEE/OEE

Número de supermercados

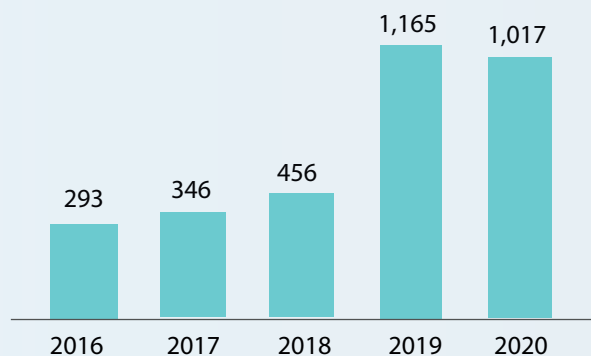
El número de locales en supermercados durante el período 2016-2020, registró una tasa de crecimiento promedio anual de 29.1%, principalmente, por las mayores aperturas de tiendas de conveniencia.

En 2020, se observa que el mayor número de supermercados existentes se concentraron en Lima con un 82.6% del total, seguido de La libertad (3.4%), Piura (3.1%), Arequipa (2.5)% y en el resto de las regiones (8.5%).

Gráfico 4

Número supermercados: 2016-2020

(Número de locales)



Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE-OGEIIE/OEE

Otras variables del sector

Personal Ocupado

En diciembre 2020, el personal ocupado del subsector de comercio interno disminuyó en 2.8% interanual. Dicho resultado fue debido a la menor contratación en la actividad del rubro de ferreterías y equipamiento del hogar (-17.2%), y de farmacias y boticas (-1.1%). En sentido contrario, se reportó un aumento en la actividad de libros, periódicos y artículos de papelería (13.4%) y de tiendas por departamento y supermercados (1.6%).

Por tipo de empleo, en la actividad de comercio interno se registró una ligera disminución en las contrataciones del personal permanente (-3.0%), debido a la menor contratación de personal en las actividades de ferreterías y electrodomésticos

(-17.2%), de libros, periódicos y artículos de papelería (-13.1%), así como en el personal eventual, el cual registró una disminución de 2.0%, por la disminución del personal de la actividad de tiendas por departamento (-1.3%), boticas y farmacias (-4.5%) y de ferreterías y electrodomésticos (-17.2%).

Por tipo de género, la actividad de comercio interno registró una disminución en la contratación de personal femenino (-1.2%) y una del personal masculino (-4.5%).



Personal ocupado

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

Actividad	Permanentes	Eventuales	Varones	Mujeres	Total	Var.% ^{1/}
Var. (%) Dic 20/ Dic 19	-3.0	-2.0	-4.5	-1.2		
CIU ^{a/} Total Noviembre 2020	90,548	27,334	54,849	63,033	117,882	-2.8
471 Tiendas por departamento ^{2/} y supermercados	57,763	14,701	36,603	35,861	72,464	1.6
475 Ferreterías y equipamiento del hogar	20,307	1,026	13,054	8,279	21,333	-17.2
4761 Libros, periódicos y artículos de papelería	951	871	1,042	780	1,822	13.4
4772 Boticas y Farmacia	11,527	10,736	4,150	18,113	22,263	-1.1

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 diciembre de 2020, el número de locales del sector comercio interno ascendió a un total de 4,700 tiendas, mayor en 312 locales en comparación al total registrado en diciembre de 2019. Ello debido a que, en dicho mes aumentó la cantidad de tiendas en las actividades de farmacias y de cuidado personal (331 locales más); en tiendas por departamento y supermercados (96 locales más). Sin embargo, se reportó una disminución de locales en ferreterías y equipamiento del hogar (84 locales menos) y en la actividad de Libros, periódicos y artículos de papelería (4 locales menos).



Número de tiendas

Según grupo y clase CIIU (Diciembre 2020)

CIIU a/	Actividad	Dic-19	Dic-20	Var. (%) Dic 20/19
471	Tiendas por departamento ^{1/} y supermercados	1,348	1,187	-11.9
475	Ferreterías y equipamiento del hogar	569	513	-9.8
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	145	141	-2.8
4772	Boticas y Farmacias	2,326	2,859	22.9

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 diciembre 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