



PERÚ

Ministerio
de la Producción



Reporte Coyuntural

Comercio Interno

Resultados de las Ventas de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Abril 2022

Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos
Oficina de Estudios Económicos

Lima, Junio 2022



PRODUCE
Ministerio de la Producción

□ [En abril de 2022](#)

- ✓ **Las ventas del comercio interno registraron un crecimiento de 10.9% con respecto a abril de 2021.** Este resultado se debe a un efecto estadístico, ya que mediante D.S N° 058-2021-PCM a fines de marzo de 2021 se prorrogó el estado de emergencia por un plazo de 30 días calendarios estableciendo nuevas medidas y restricciones de aforo y movilización de las personas, principalmente, en 23 regiones con niveles de alerta muy alto.
- ✓ Por rubro, el resultado registrado en abril responde al aumento de las ventas en **Supermercados e hipermercados (+9.9)**, **tiendas por departamento (7.9%)**, **Ferreterías y acabados (+19.5%)**, **Farmacias y boticas (+7.8%)** y **Librerías (+216.9%)**.
 - **Supermercados e hipermercados (40.4% de las ventas internas)**: Las ventas de esta actividad **registraron un incremento de +9.9%** en abril de 2022 debido, principalmente, por la mayor demanda de alimentos (+9.7%), prendas de vestir (+10.4%) y productos diversos (+6.1%).
 - **Tiendas por departamento (18.3% de las ventas internas)**: Las ventas de esta actividad **experimentaron un aumento de +7.9%** en abril de 2022. Ello responde a un aumento en las ventas de artículos de uso doméstico (+5.9%), prendas de vestir y calzados (+7.6%) y muebles (+8.0%).
 - **Ferreterías y acabados (14.9% de las ventas internas)**: En este mes las ventas de esta actividad se **incrementaron en +19.5%**. A nivel de línea de producto, se aprecia un incremento, principalmente, en los artículos de uso doméstico (+16.1%), productos diversos (+17.7%) y artículos de ferretería (+24.1%). Ello impulsado por las obras de autoconstrucción de viviendas, ampliación y remodelación de locales comerciales y obras públicas.
 - **Equipamiento del hogar (5.1% de las ventas internas)**: Esta actividad **registró una disminución de las ventas en -13.8%**. A nivel de línea de producto, se aprecia menores ventas de la línea de artículos de uso doméstico (-12.6%) y productos diversos (-25.0%).
 - **Libros, periódicos y artículos de papelería (2.8% de las ventas internas)**: Las ventas de esta actividad **aumentaron en 216.9%**. Por sexto mes consecutivo experimenta un resultado positivo debido al aumento en la demanda de productos de papelería y artículos de oficina.
 - **Farmacias y boticas (18.6% de las ventas internas)**: Las ventas de esta actividad **aumentó en +7.8%**, ello responde a las mayores ventas de productos farmacéuticos y medicinales (+12.5%). En contraste, fue atenuado parcialmente por la disminución de productos de cuidado personal (-11.0%).

- **Indicador de ventas del comercio interno**

La “Estadística Mensual de Comercio Interno” tiene como objetivo recopilar información básica mensual sobre la evolución de las ventas, el empleo y los inventarios de los Grandes almacenes, supermercados y tiendas especializadas a nivel nacional, cuya finalidad es reflejar la evolución del sector comercio interno del país, así como de las diferentes variables que la componen para apoyar la toma de decisiones.

- **Cobertura geográfica**

Nacional

- **Unidad de observación**

Establecimiento comercial

- **Tamaño de muestra**

Para 6 Clases CIU (Clasificador Industrial Internacional Uniforme) en revisión 4 de código (4711, 4719, 4752, 4759, 4761, 4772) sobre las que se difunden los resultados coyunturales. La muestra efectiva del año Base 2012 es de 202 establecimientos comerciales y 16 Centros comerciales

- **Tipo de muestreo**

Muestreo No Probabilístico, por criterio. En cada actividad se seleccionó a cada establecimiento comercial con ventas anuales mayores o iguales a 3 millones de soles y que cuente con 50 trabajadores a más, de cualquier condición laboral.

- **Frecuencia**

La ejecución de la “Encuesta de Grandes Almacenes e Supermercados y Tiendas Especializadas” es realizada con periodicidad mensual y de carácter permanente.

Panorama de las ventas del comercio interno

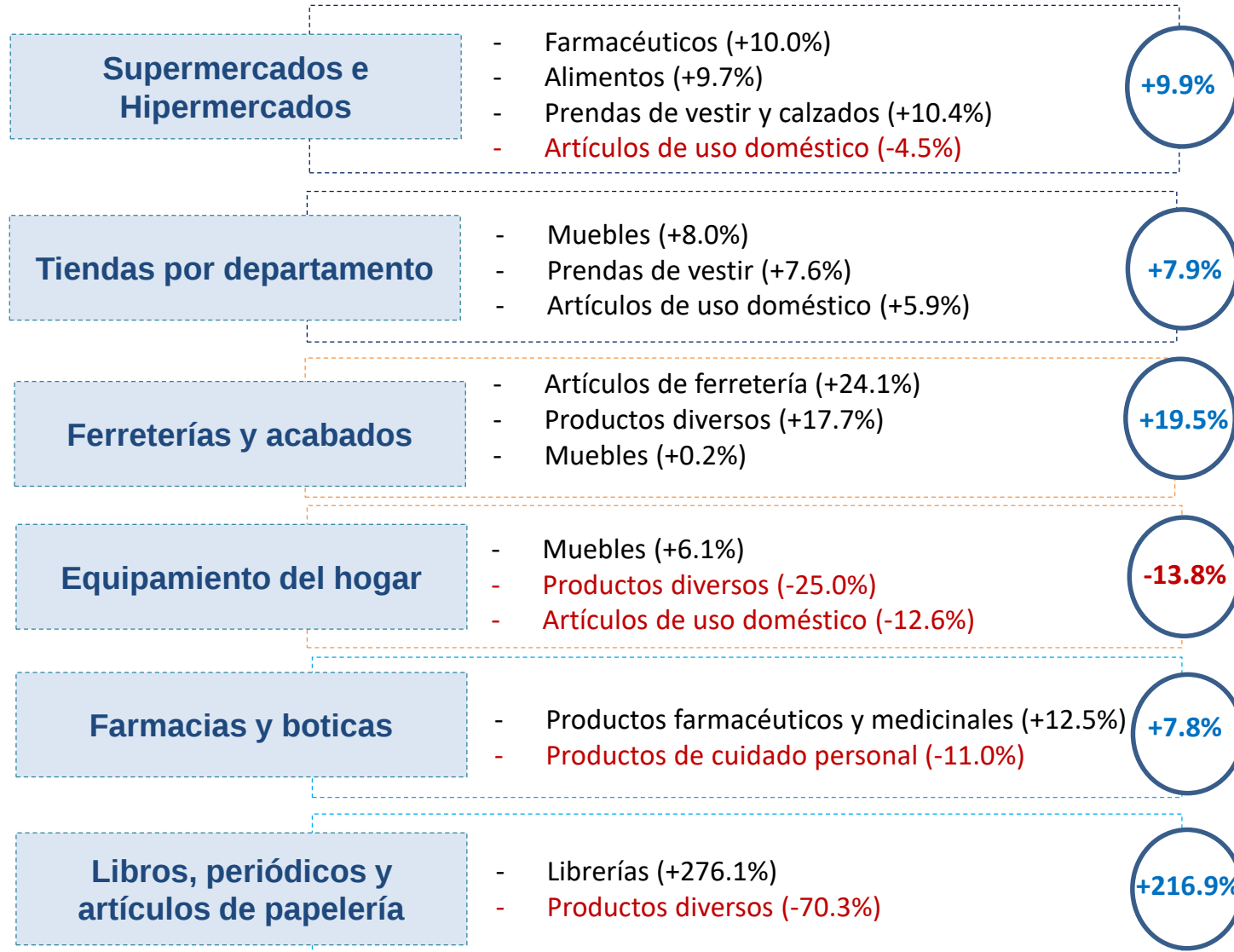


PERÚ

Ministerio
de la Producción

Abril 2022

(Variación porcentual interanual)



“Las ventas de comercio interno, por tercer mes consecutivo experimenta un importante crecimiento, ello debido a un efecto estadístico, ya que a fines de marzo de 2021 se prorrogó el estado de emergencia por 30 días ante los altos niveles de contagio, declarando a 23 regiones con niveles de alerta muy alto”

En abril 2022, las actividades que incidieron de manera positiva en el crecimiento del comercio interno fueron, los Supermercados e hipermercados, Tiendas por departamento, Ferreterías y acabados, Librerías y Farmacias y boticas .

En contraste, atenuó parcialmente este crecimiento el rubro de Equipamiento para el hogar (-13.8%), debido a la priorización de la población en los productos de primera necesidad y mejoramiento del hogar.

En abril 2022 las ventas de comercio interno **aumentaron en 10.9%**

En abril de 2022, las ventas del comercio interno registraron un crecimiento de 10.9%. Este resultado responde, principalmente, por el aumento en la facturación de los supermercados e hipermercados (+9.9%), tiendas por departamento (+7.9%), farmacias y boticas (+7.8%), librerías y artículos de papelería (+216.9%) y ferreterías y acabados (+19.5%). En contraste, este comportamiento fue atenuado parcialmente por la disminución en las ventas de equipamiento del hogar (-13.8%).

Gráfico Nº 1

Desempeño de las ventas internas según Grupo y Clase CIIU^{1/}, abril 2022

(Millones de soles a precios corrientes)

CIIU ^(a)	Actividad	Abr-21	Abr-22	Var % Abr (22/21)
	Total	3,452	3,828	10.9
4711	Supermercados e hipermercados	1,408	1,547	9.9 ▲
4719	Tiendas por departamentos ^{1/}	650	701	7.9 ▲
4752	Ferreterías y acabados	477	570	19.5 ▲
4759	Equipamiento del hogar	225	194	-13.8 ▼
4772	Farmacias y boticas	660	711	7.8 ▲
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	33	106	216.9 ▲

Nota: (a) Grupo CIIU (tres dígitos), Clase CIIU (Cuatro dígitos)

^{1/} Las ventas internas corresponden al comercio interno de (Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas) y representan aprox. el 98.5% del total; se excluye las ventas al por menor de combustibles de la actividad CIIU 4730.

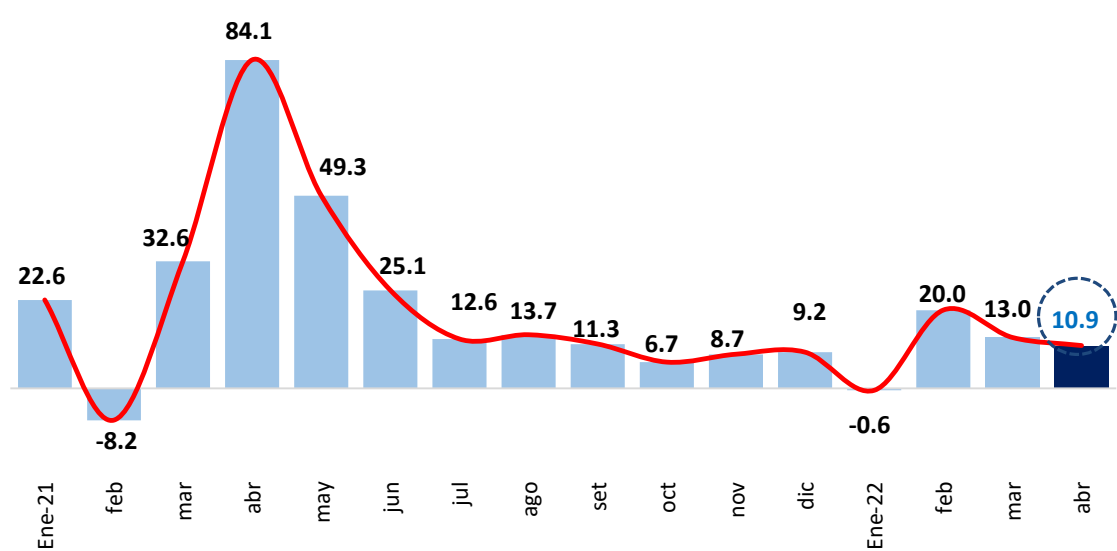
^{2/} Se refiere a tiendas de grandes dimensiones con variedad de productos.

Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 2

Evolución mensual de las ventas del comercio interno

(Variación porcentual interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

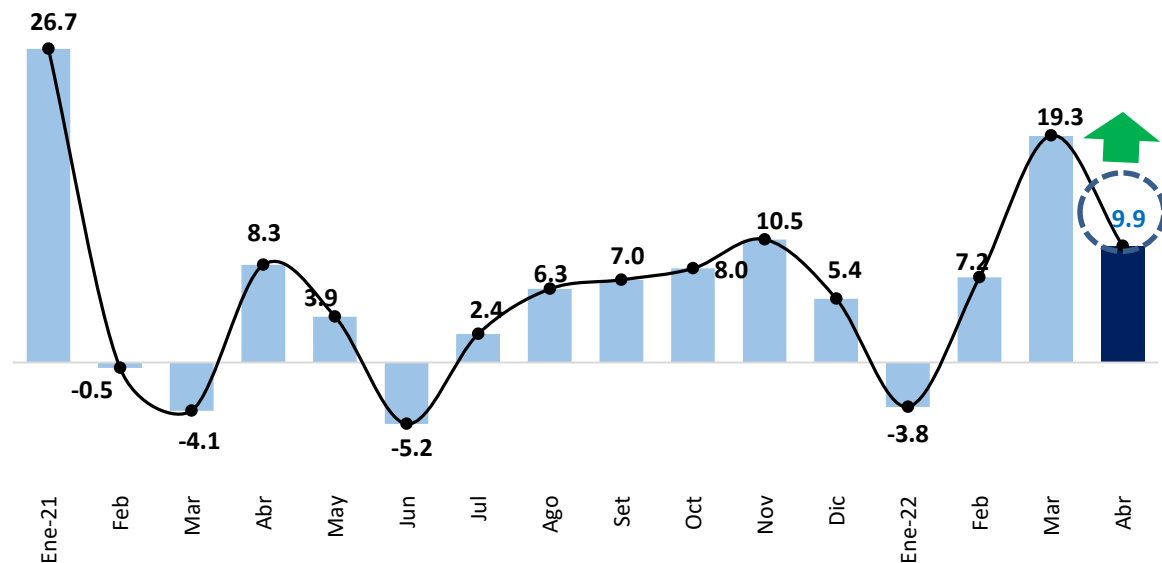
Ventas de supermercados e hipermercados aumentaron en 9.9%

Las ventas en los **supermercados e hipermercados** registraron un **incremento interanual de +9.9%** en abril de 2022. Este resultado es explicado por el aumento en la demanda de productos básicos tales como; alimentos (+9.7%), productos diversos (+6.1%), bebidas y tabaco (+39.7%), farmacéuticos y cosméticos (+10.0%) y prendas de vestir (+10.4%).

En contraste, se aprecia una disminución en las ventas de artículos de uso doméstico (-4.5%).

Gráfico Nº 3

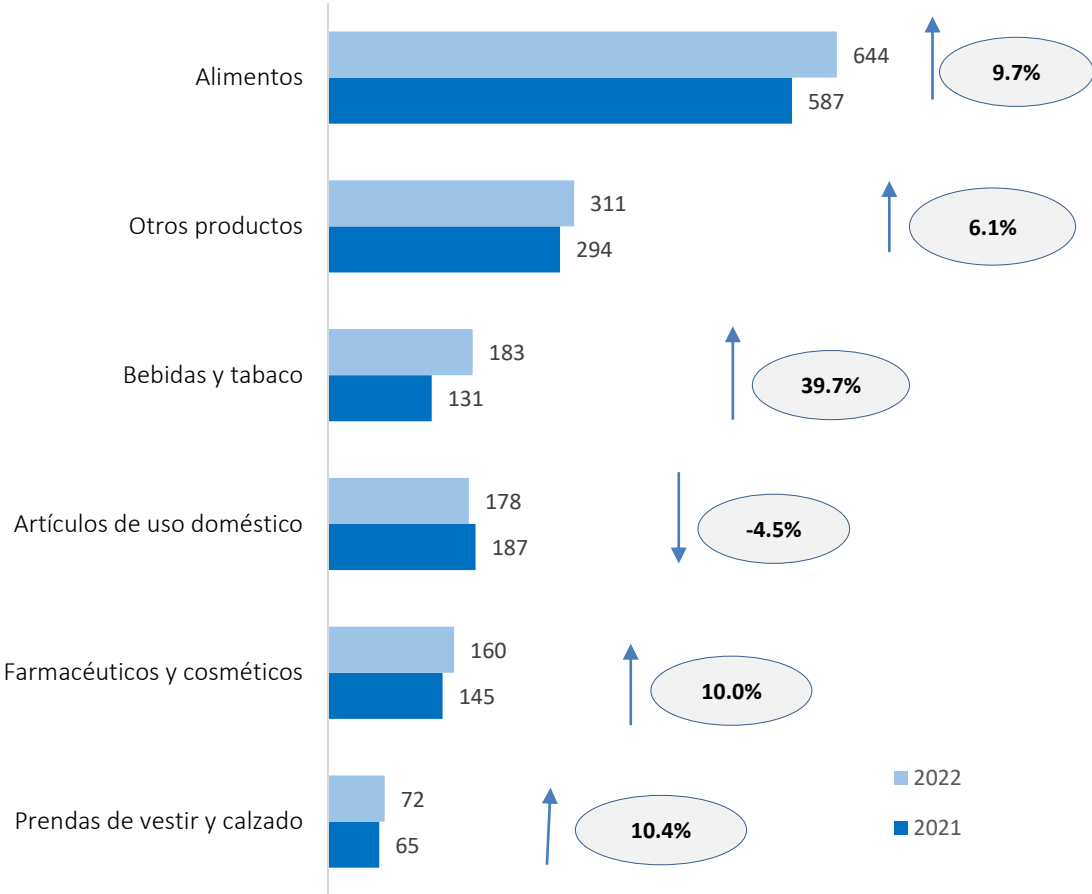
Evolución de las ventas de supermercados e hipermercados
(Variación porcentual interanual)



Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 4

Ventas por líneas de productos, abril 2021 y abril 2022
(Millones de soles y Var.% interanual)



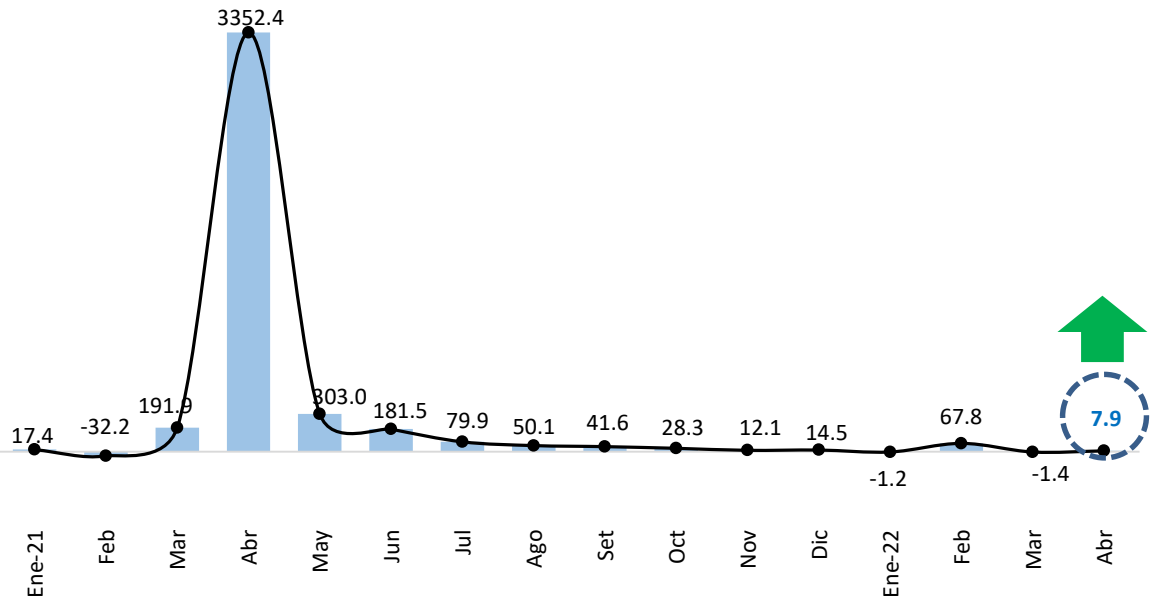
Elaboración: PRODUCE (OEE)

Ventas de tiendas por departamento **aumentaron en 7.9%**

En abril de 2022, las ventas en las **tiendas por departamento** registraron un incremento de **7.9% interanual**. Este resultado es explicado por la mayor demanda de artículos de uso doméstico (líneas blancas, marrones y electrónicos), así como por el mayor consumo de prendas de vestir, calzado y accesorios (+7.6%), muebles (+8.0%) y productos farmacéuticos y cosméticos (+76.8%).

Gráfico Nº 3

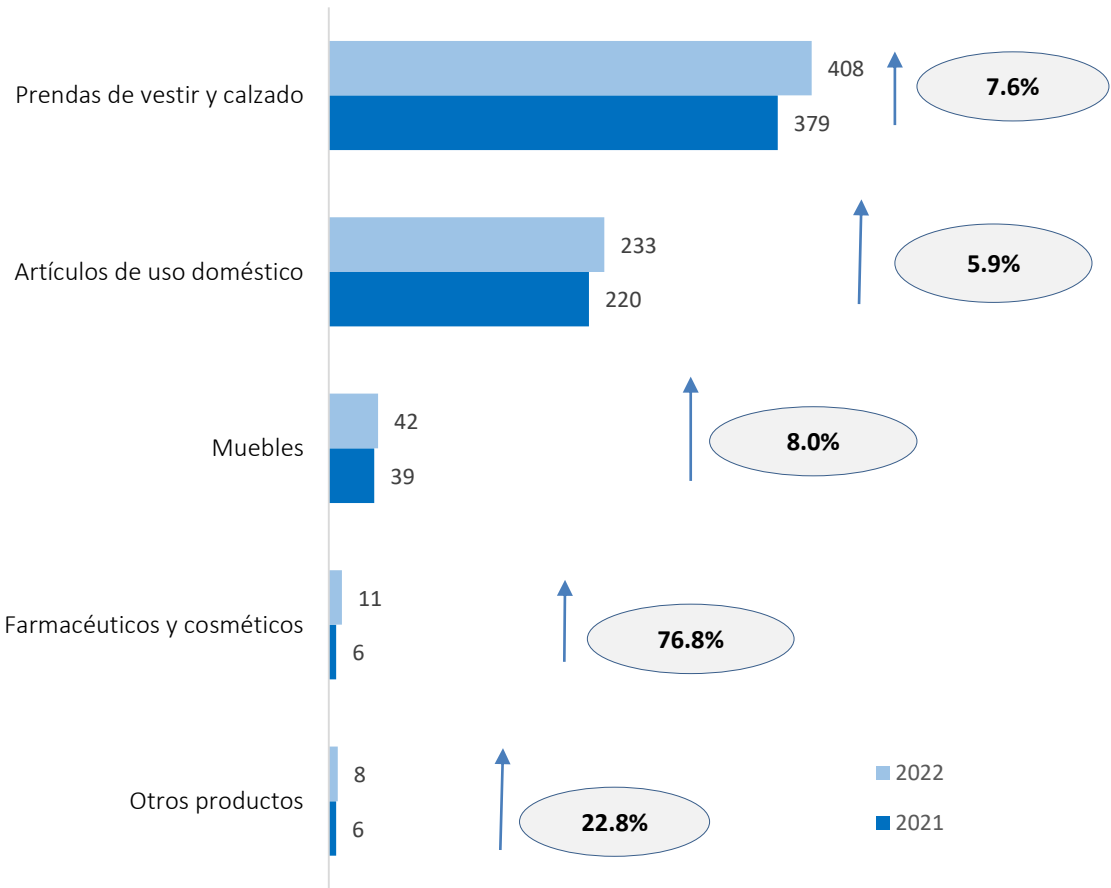
Evolución de las ventas de tiendas por departamento
(Variación porcentual interanual)



Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 4

Ventas por líneas de productos, abril 2021 y abril 2022
(Millones de soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

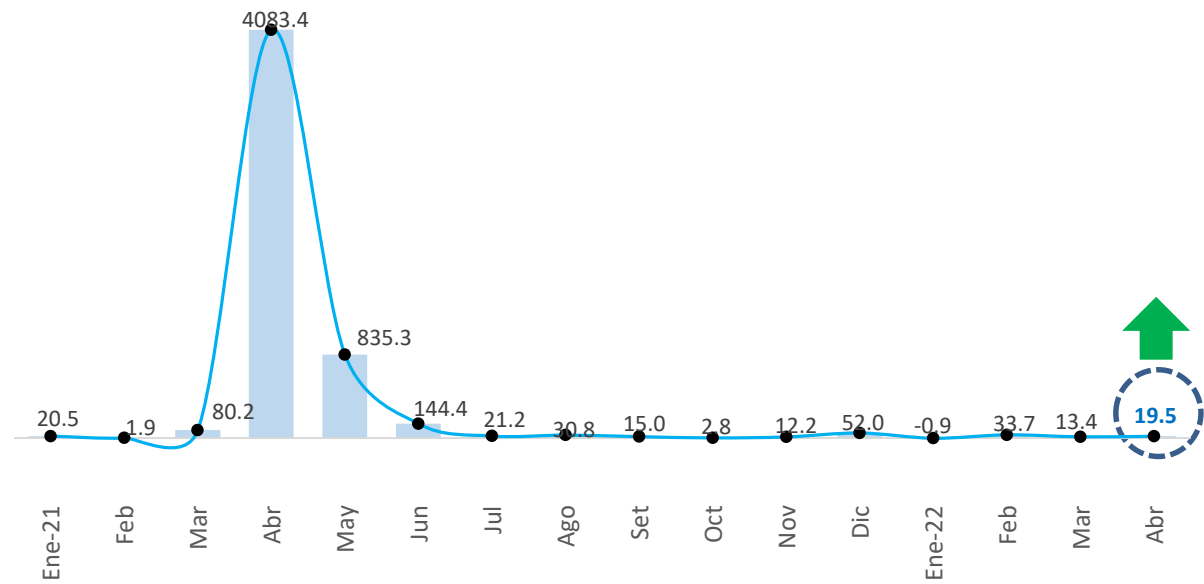
Ferreterías y acabados **aumentaron sus ventas en 19.5%**

En abril de 2022, las ventas de productos de la actividad de **ferreterías y acabados** aumentaron en **+19.5%** con respecto a similar mes del año 2021. Este resultado responde al aumento registrado en los rubros de artículos de ferretería (+24.1%), productos diversos (+17.7%) y artículos de uso doméstico (+16.1%); ello debido a un aumento en la demanda de las actividades del sector construcción.

Gráfico N° 5

Evolución de las ventas de ferreterías y acabados

(Variación porcentual interanual)

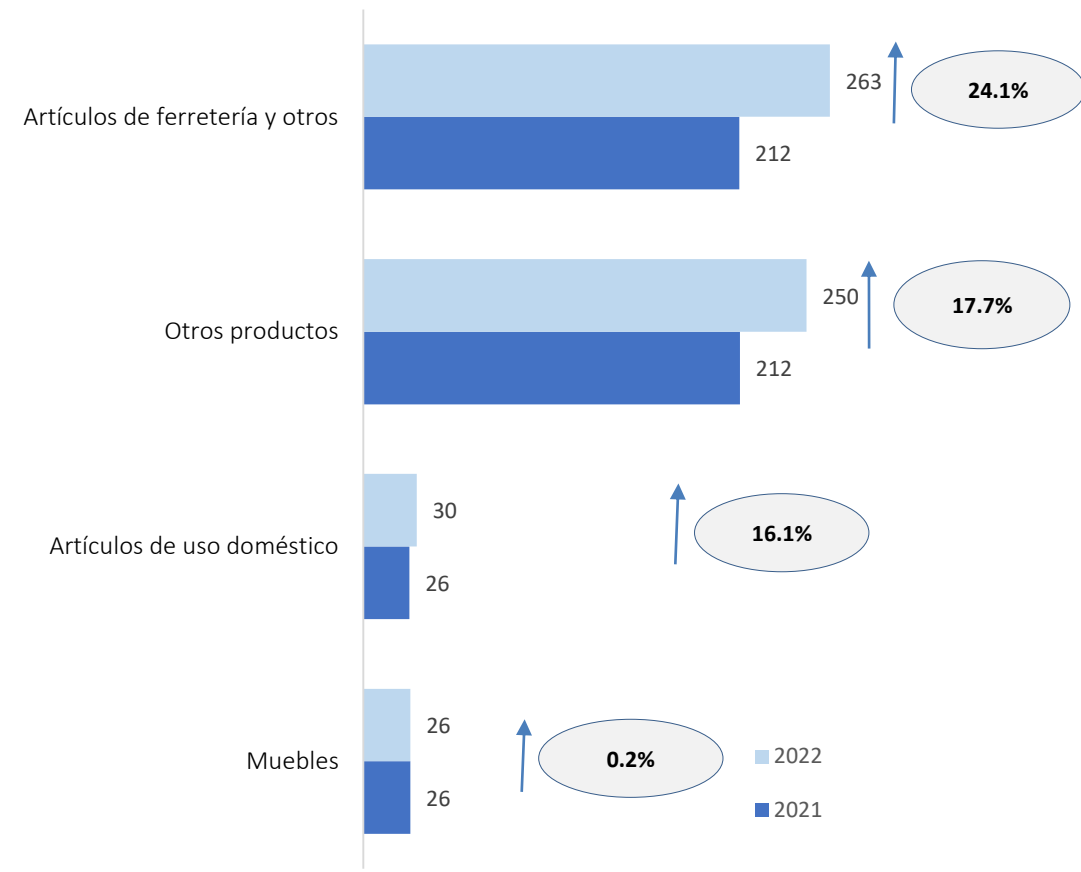


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico N° 6

Ventas por líneas de productos, abril 2021 y abril 2022

(Millones de Soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

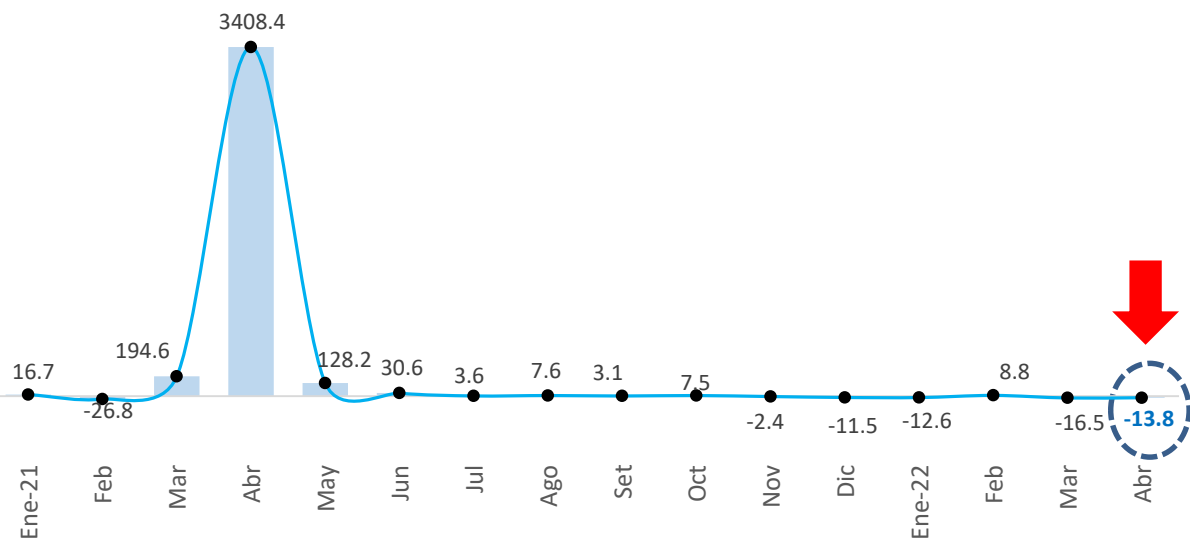
Equipamiento del hogar **disminuyeron sus ventas en 13.8%**

En abril de 2022, las ventas de productos de la actividad de **equipamiento del hogar** disminuyeron en **13.8%** con respecto a similar mes del año anterior. Este resultado se debe a una reducción en las ventas de artículos domésticos (productos tecnológicos) en (-12.6%) y productos diversos (-25.0%).

En contraste, dicha caída fue atenuada parcialmente por el aumento en la línea de muebles (+6.1%) favorecido por la mayor demanda local.

Gráfico N° 7

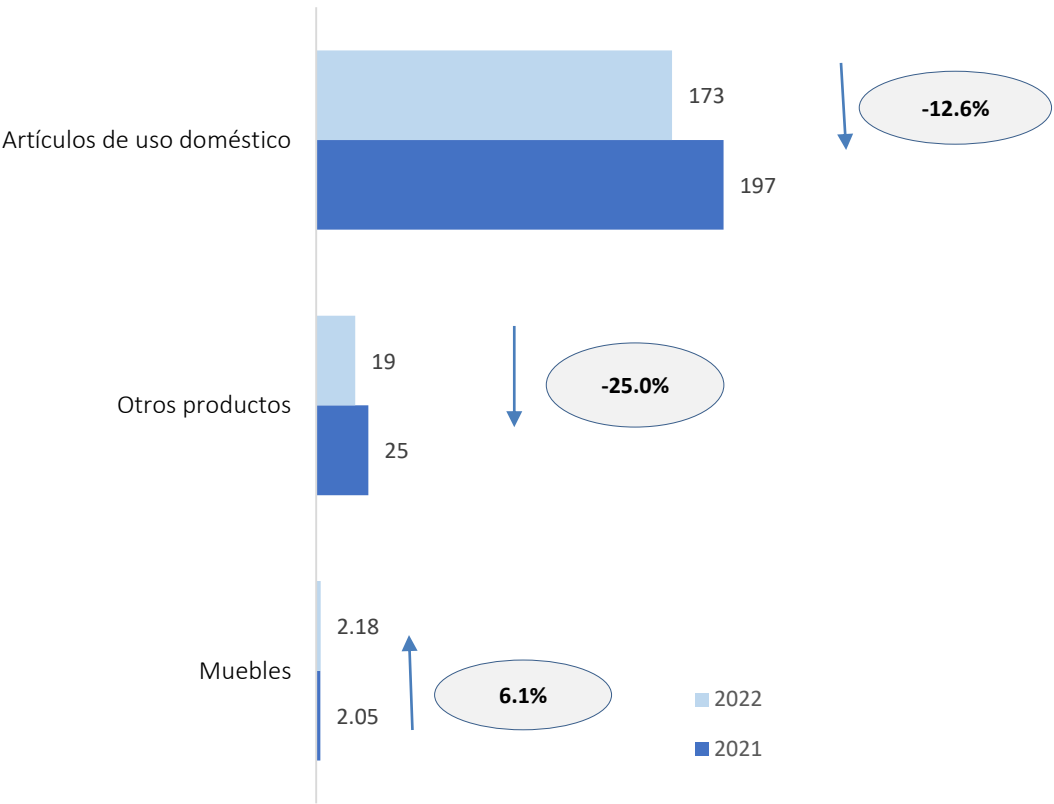
Evolución de las ventas de equipamiento del hogar
(Variación porcentual interanual)



Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico N° 8

Ventas por líneas de productos, abril 2021 y abril 2022
(Millones de Soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

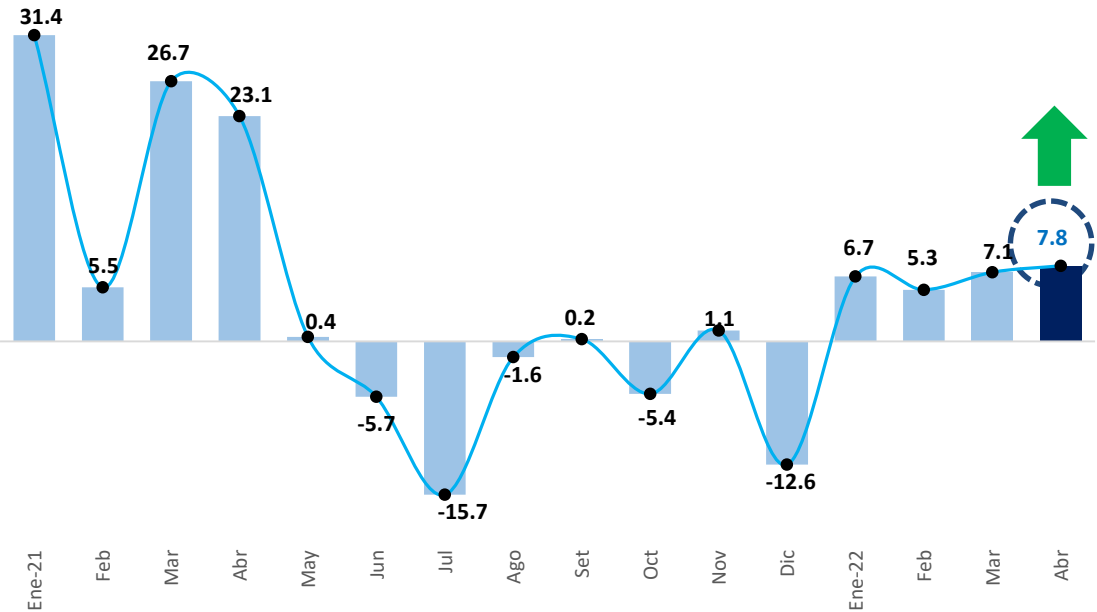
Ventas de farmacias y boticas **aumentaron en 7.8%**

En abril de 2022, las ventas de farmacias y boticas **aumentaron en 7.8%** con respecto a igual mes del año previo. Este resultado se explica por un aumento en la demanda de productos para el cuidado de la salud, donde se observa la mayor venta de productos farmacéuticos y medicinales (+12.5%). En contraste, se aprecia una reducción en las ventas de productos de cuidado personal (-10.9%).

Gráfico Nº 9

Evolución de las ventas de farmacias y boticas

(Variación porcentual interanual)



Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 10

Ventas por líneas de productos, abril 2021 y abril 2022

(Millones de Soles y Var.% interanual)

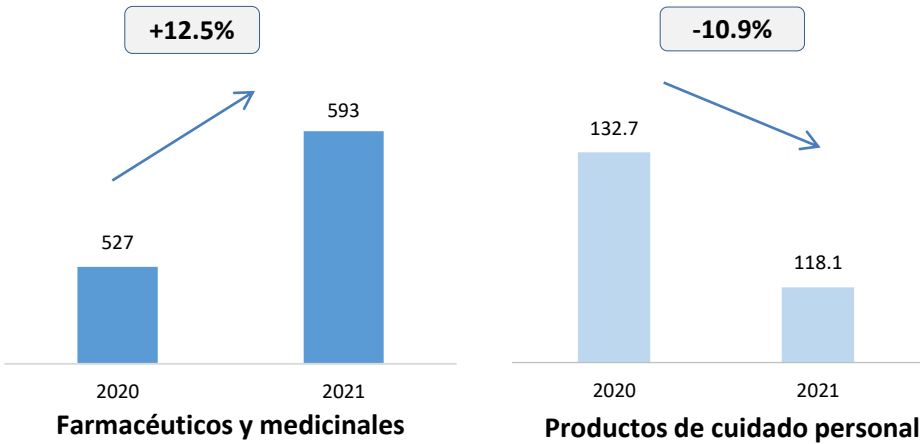
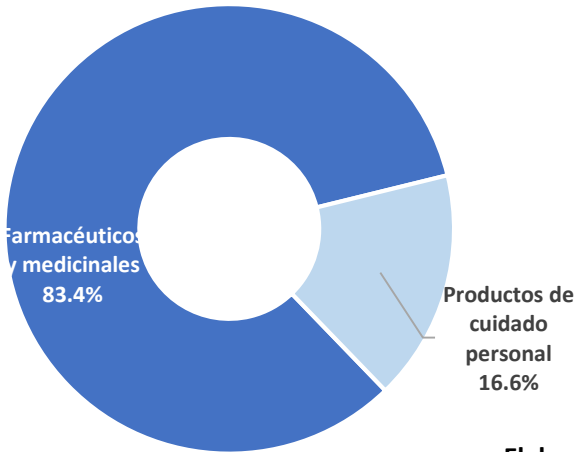


Gráfico Nº 11

Participación de las ventas por líneas de productos, abril 2022

(Porcentaje)



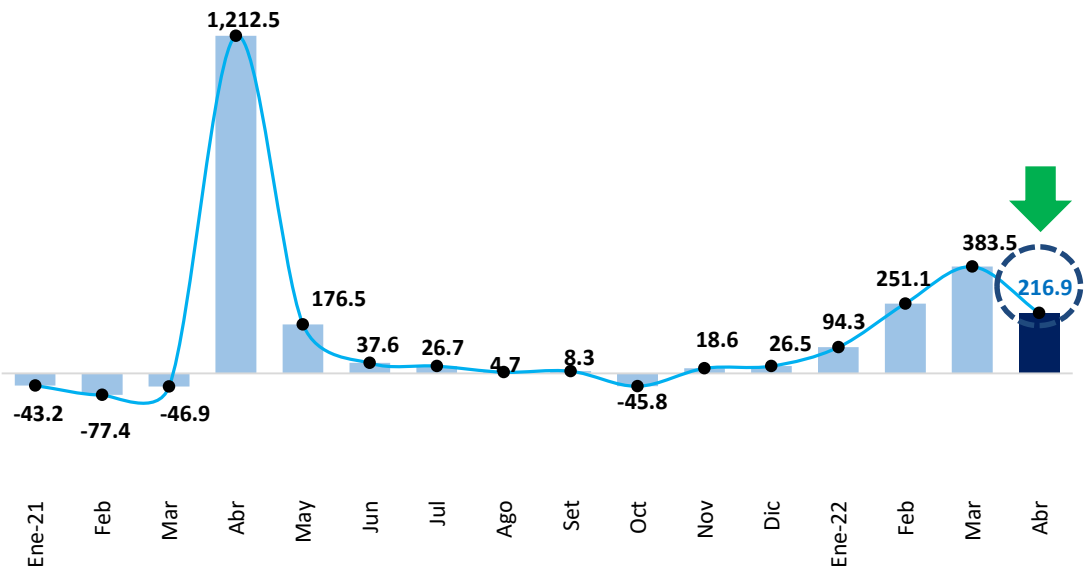
Elaboración: PRODUCE (OEE)

Ventas de libros, periódicos y artículos de papelería **aumentaron en 216.9%**

Las ventas de la actividad de **libros, periódicos y artículos de papelería**, en abril de 2022 experimentó un significativo incremento **(+216.9%)**. Este resultado se explica por el aumento en la demanda de productos de librerías (libros, cuadernos y papelería) ante el reinicio de las clases de manera semipresencial.

Gráfico Nº 12

Evolución de las ventas de libros, periódicos y artículos de papelería
(Variación porcentual interanual)



Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 13

Ventas por líneas de productos, abril 2021 y abril 2022
(Millones de Soles y Var.% interanual)

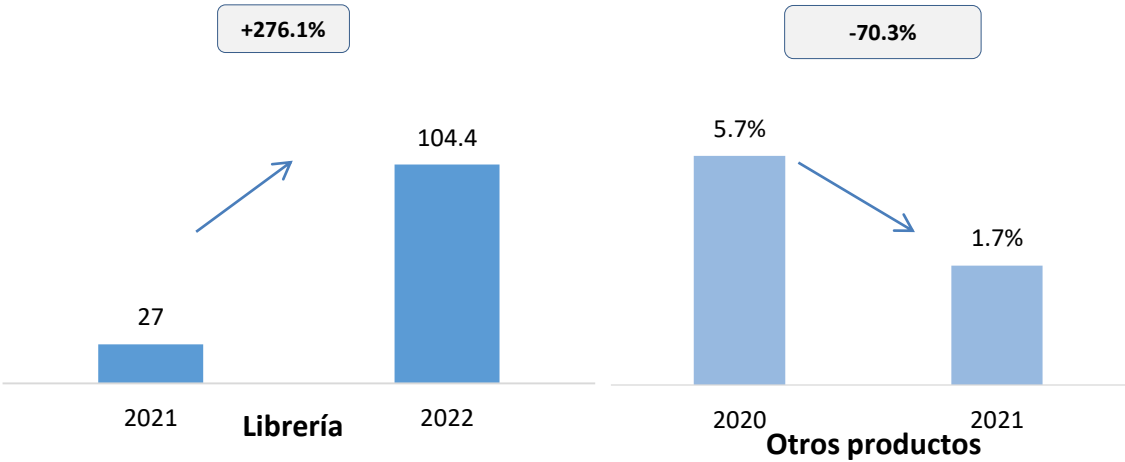
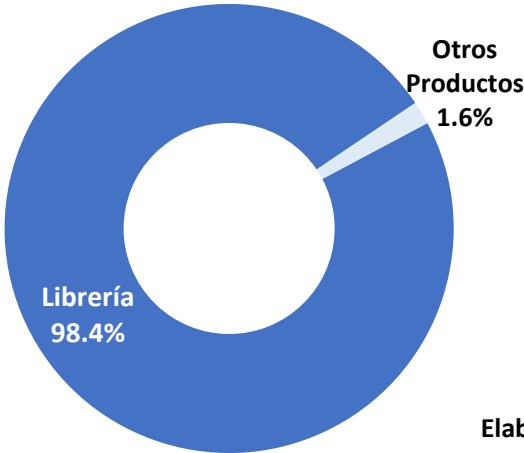


Gráfico Nº 14

Participación de las ventas por líneas de producto, abril 2022
(Porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Tiendas: Número de tiendas **aumentó 10.8%** en abril de 2022



Ministerio
de la Producción

Actividades

Número de aperturas (+) y cierres (-)
de tiendas en abril 2022^{1/}

Supermercados e hipermercados

+370

Tiendas por departamento

+35

Ferreterías y acabados del hogar

-5

Equipamiento del hogar

-21

Libros, periódicos y artículos de papelería

-7

Farmacias y boticas

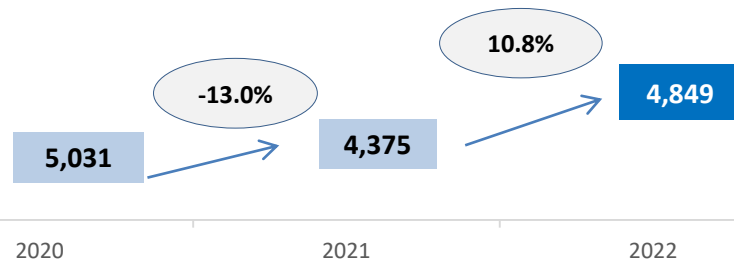
+102

1/ En relación a similar mes del año anterior

Gráfico Nº 15

Evolución del número de tiendas del comercio interno: abr 2020 – abr 2022

(Cantidad y Variación %)

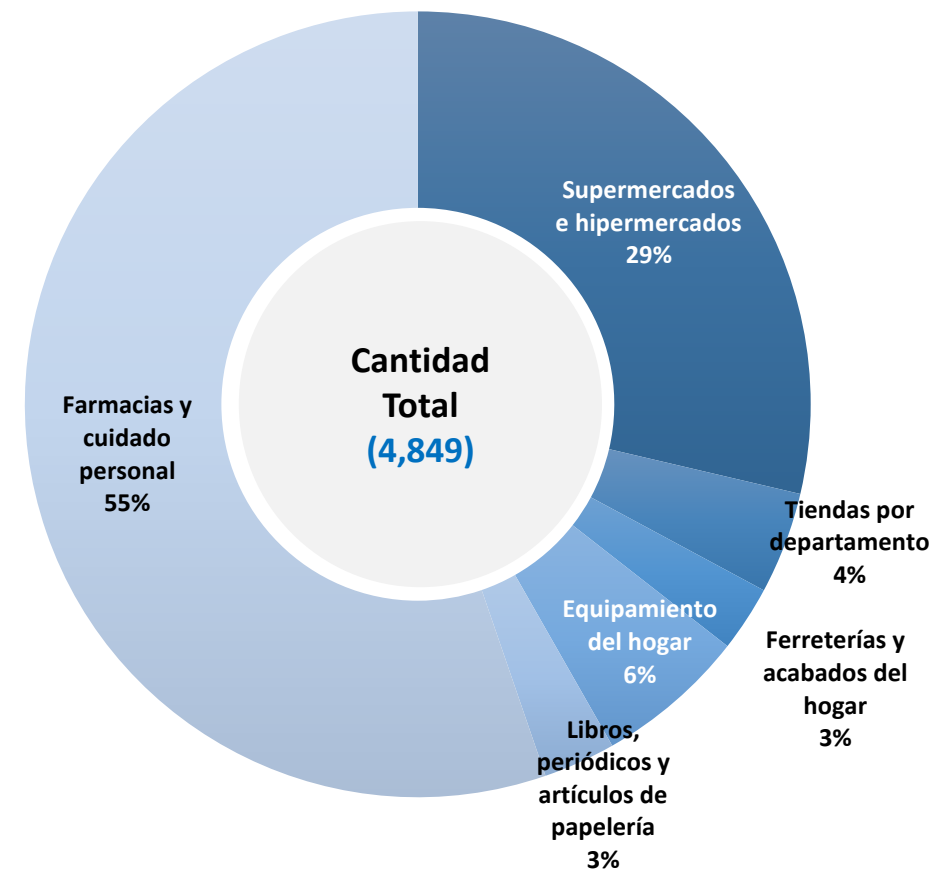


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 16

Participación del total de tiendas por actividad, abril 2022

(Porcentaje)



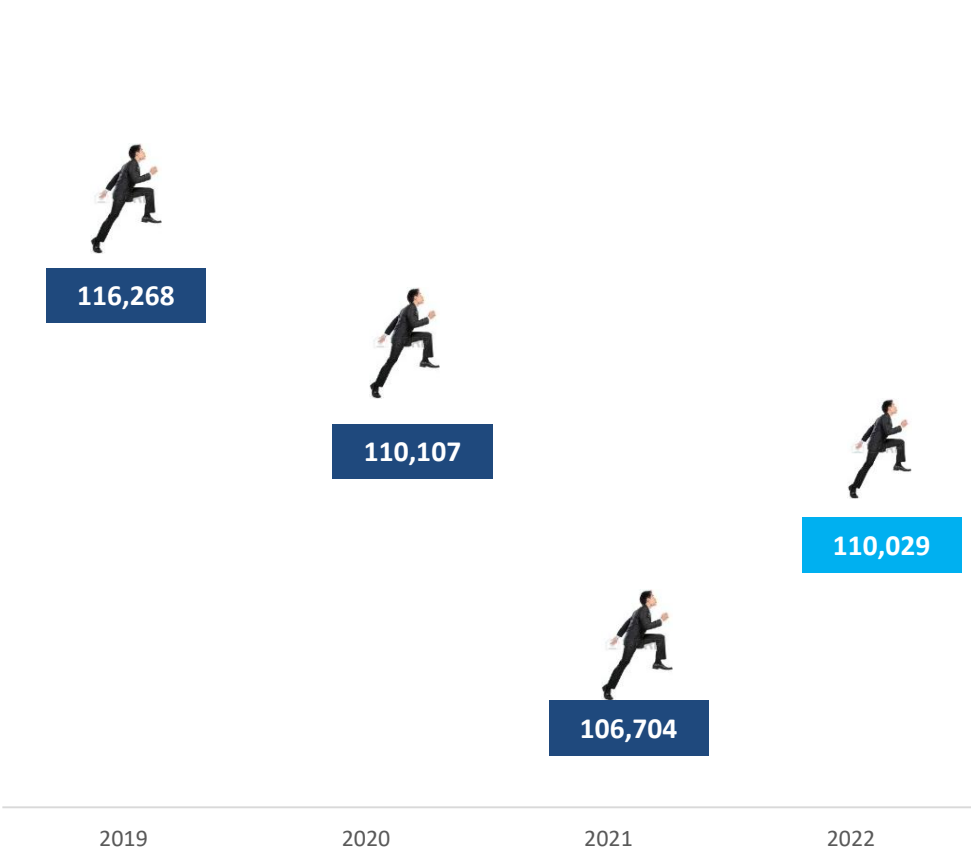
Elaboración: PRODUCE (OEE)

Nivel de empleo **aumenta en +3.1%** y asciende a **110 mil 29 puestos de trabajo**



Gráfico N° 17

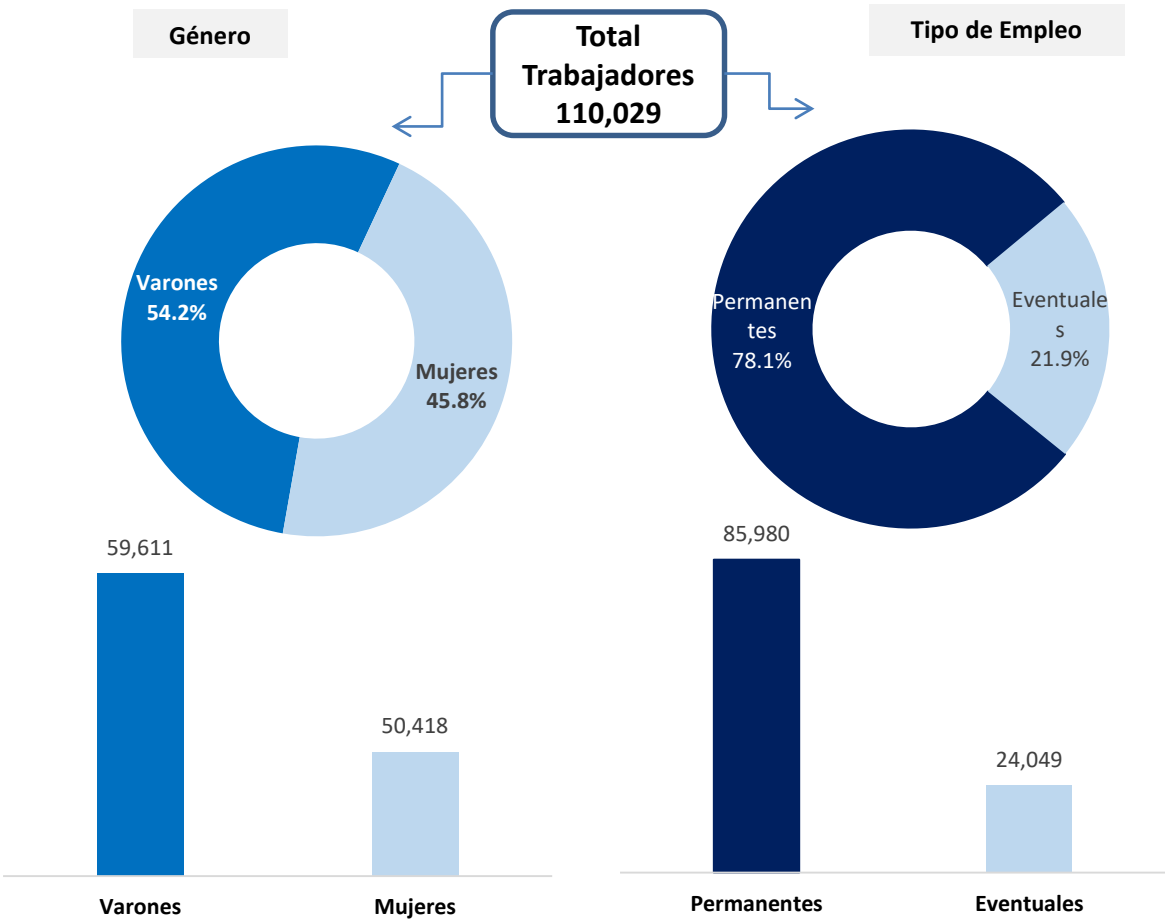
Número de trabajadores en el sector comercio interno
(abril 2019 – abril 2022)



Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico N° 18

Empleo ocupado en el sector comercio minorista por género y tipo de empleo, abril 2022 (Número y porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Tabla Nº 1

Comercio Interno por actividades, 2020-2022

(Variación porcentual interanual)

Actividad	Var. % Interanual				Var.% Acum.			
	Abr 20/19	Abr 21/20	Abr 22/19	Abr 22/21	Ene – Abr (20/19)	Ene – Abr (21/20)	Ene – Abr (22/19)	Ene – Abr (22/21)
Total Comercio Interno	-41.2	84.1	20.1	10.9	-14.0	26.4	19.9	10.2
Supermercados e Hipermercados	0.9	8.3	20.1	9.9	7.4	7.0	23.9	7.8
Tiendas por departamento	-96.4	3,352.4	32.5	7.9	-39.7	80.9	21.9	11.8
Ferreterías y acabados del hogar	-97.4	4,083.4	30.4	19.5	-29.4	63.9	33.3	15.3
Equipamiento del hogar	-97.0	3,408.4	-9.4	-13.8	-35.6	74.0	0.1	-10.7
Libros, periódicos y artículos de papelería	-95.1	1,212.5	103.5	216.9	-32.7	-46.9	15.0	221.8
Farmacias y boticas	-19.8	23.1	6.3	7.8	-170	21.3	7.4	6.7

Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Elaboración: PRODUCE (OEE)

- ✓ En el acumulado de enero a abril de 2022, las ventas del comercio interno registran un avance de 10.2% con relación al mismo periodo del 2021. Este resultado positivo se debe a un efecto estadístico, dado que desde enero 2021*, se prorrogó el estado de emergencia estableciendo nuevas medidas y restricciones de aforo y movilización de las personas.
- ✓ Entre las actividades que más crecieron y se recuperaron entre enero y abril 2022 tenemos a: **Tiendas por departamento** (+11.8%), **libros, periódicos y artículos de papelería** (+221.8%) y **ferreterías y acabados del hogar** (+15.3%).
- ✓ Así también en este periodo crecieron, en menor medida, las ventas de los Supermercados e hipermercados (+7.8%) y farmacias y boticas (+6.7%).
- ✓ En cuanto a la actividad de **libros, periódicos y artículos de papelería**, el importante crecimiento que mantiene este año responde al anuncio del inicio de las clases semipresenciales conllevando ello a un aumento en la demanda de útiles escolares y artículos de oficina y tecnológicos.

(*) D.S N° 201-2020-PCM, D.S N° 008-2021-PCM (Extensión en abril)