

□ [En agosto de 2022](#)

- ✓ Las ventas del comercio interno registraron un ligero crecimiento de **1.0%** con respecto a agosto de 2021 y de **31.8%** con respecto a agosto de 2019 (pre-pandemia). Con este resultado acumula dieciocho meses de crecimiento continuo, ello impulsado por el crecimiento de la demanda interna (consumo privado) alrededor del 4%.
- ✓ Por rubro, el resultado positivo registrado en agosto responde, principalmente, al aumento de las ventas en **Farmacias y boticas (+23.4%)** y **Librerías (+37.9%)**. En contraste, este comportamiento fue atenuado parcialmente por la disminución de las ventas en las actividades de Supermercados e hipermercados (-0.2%), Tiendas por departamento (-7.3%), Ferreterías y acabados (-4.5%) y Equipamiento del hogar (-11.3%).
 - **Libros, periódicos y artículos de papelería (1.8% de las ventas internas)**: Esta actividad registró un **importante incremento en +37.9%**. Por décimo mes consecutivo registra un resultado positivo debido, principalmente, al incremento en la demanda de productos de papelería y artículos de oficina (+67.8%).
 - **Farmacias y boticas (18.7% de las ventas internas)**: Las ventas de esta actividad **augmentaron de manera significativa en +23.4%**, ello responde al incremento en las ventas de productos farmacéuticos y medicinales (+28.4%), y en menor medida, por las ventas de productos de cuidado personal (+3.8%).
 - **Supermercados e hipermercados (40.2% de las ventas internas)**: Las ventas de esta actividad **registraron una ligera disminución de -0.2%** en agosto de 2022, como resultado de la menor demanda de alimentos (-1.2%) y artículos de uso personal (-9.9%).
 - **Tiendas por departamento (20.2% de las ventas internas)**: Las ventas de esta actividad por cuarto mes consecutivo registró un resultado negativo (**-7.3%**) en agosto de 2022. Ello se explica por las menores ventas de muebles (-11.2%), artículos de uso doméstico (-18.7%) y prendas de vestir y calzados (-4.0%).
 - **Ferreterías y acabados (14.0% de las ventas internas)**: En este mes las ventas de esta actividad **disminuyeron en -4.5%**. A nivel de línea de producto, se aprecia una disminución, principalmente, en la venta de muebles (-15.1%), productos diversos (-7.4%) y artículos de ferretería (-1.8%). Este resultado respondería al reducido crecimiento del sector construcción.
 - **Equipamiento del hogar (5.1% de las ventas internas)**: Esta actividad **registró una disminución de las ventas en -11.3%**. A nivel de línea de producto, se aprecia menores ventas de las líneas de artículos de uso doméstico (-12.2%), muebles (-29.4%) y productos diversos (-4.0%).

- **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 CIIU (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

agosto 2022

(Variación porcentual interanual)



“Las ventas de comercio interno, en el octavo mes del año aún sigue en terreno positivo, incluso ha logrado superar los niveles de pre-pandemia. Ello debido a una recuperación gradual de la demanda interna (consumo privado), pese al alza de precios de los productos de mayor consumo de la población, que viene generando un cambio en los hábitos de consumo”.

En agosto de 2022, las actividades que incidieron de manera positiva en el ligero crecimiento del comercio interno fueron: Farmacias y boticas, y Librerías.

En contraste, atenuó parcialmente este crecimiento la caída de las ventas de las actividades, tales como: Supermercados e hipermercados (-0.2%), Tiendas por departamento (-7.3%), Ferreterías y acabados (-4.5%) y Equipamiento para el hogar (-11.3%). Este resultado se explica por una reducción en el consumo de la población y menor crecimiento del sector construcción.

En agosto 2022 las ventas de comercio interno **crecieron en 1.0%**



PERÚ

Ministerio de la Producción

En agosto de 2022, las ventas del comercio interno registraron un ligero incremento en 1.0%. Este resultado responde, principalmente, por el aumento en la facturación de farmacias y boticas (+23.4%) y librerías y artículos de papelería (+37.9%). En contraste, este comportamiento fue atenuado parcialmente por la disminución en las ventas de los Supermercados e hipermercados (-0.2%), Tiendas por departamento (-7.3%), Equipamiento del hogar (-11.3%) y Ferreterías y acabados (-4.5%).

Gráfico N° 1

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

(Millones de soles a precios corrientes)

CIU (a)	Actividad	Ago-21	Ago-22	Var % Ago (22/21)
	Total	4,235	4,279	1.0
4711	Supermercados e hipermercados	1,726	1,722	-0.2 ▼
4719	Tiendas por departamentos ^{1/}	934	865	-7.3 ▼
4752	Ferreterías y acabados	625	597	-4.5 ▼
4759	Equipamiento del hogar	248	220	-11.3 ▼
4772	Farmacias y boticas	647	799	23.4 ▲
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	55	76	37.9 ▲

Nota: (a) Grupo CIU (tres dígitos), Clase CIU (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 CIU 4730.

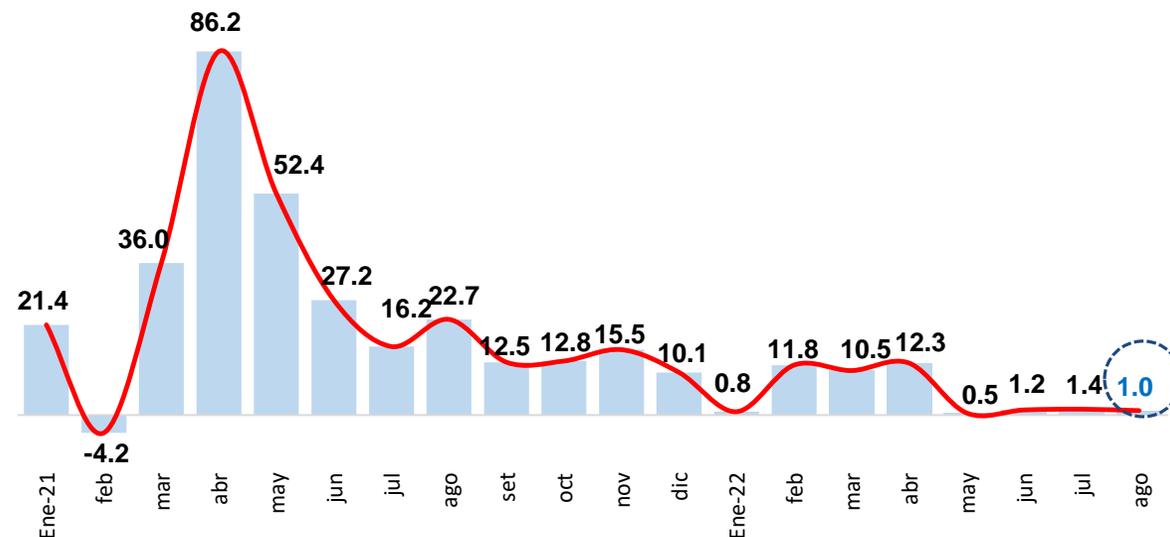
^{2/} Se refiere a tiendas de grandes dimensiones con variedad de productos.

Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico N° 2

Evolución mensual de las ventas del comercio interno

(Variación porcentual interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Ventas de supermercados e hipermercados **disminuyeron en 0.2%**

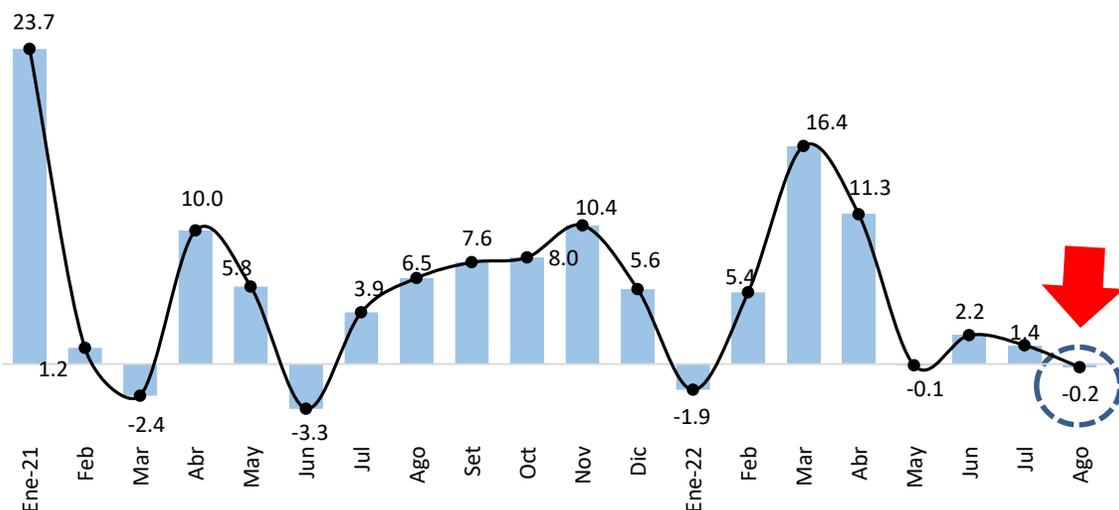
Las ventas en los **supermercados e hipermercados** registraron una ligera **disminución interanual de -0.2%** en agosto de 2022. Este resultado se explica, principalmente, por las bajas ventas de productos como alimentos (-1.2%) y artículos de uso doméstico (-9.9%).

En contraste, se aprecia un aumento en las ventas de bebidas y tabaco (+1.4%), productos diversos (+1.9%), farmacéuticos y cosméticos (+7.5%) y prendas de vestir (+7.5%).

Gráfico N° 3

Evolución de las ventas de supermercados e hipermercados

(Variación porcentual interanual)

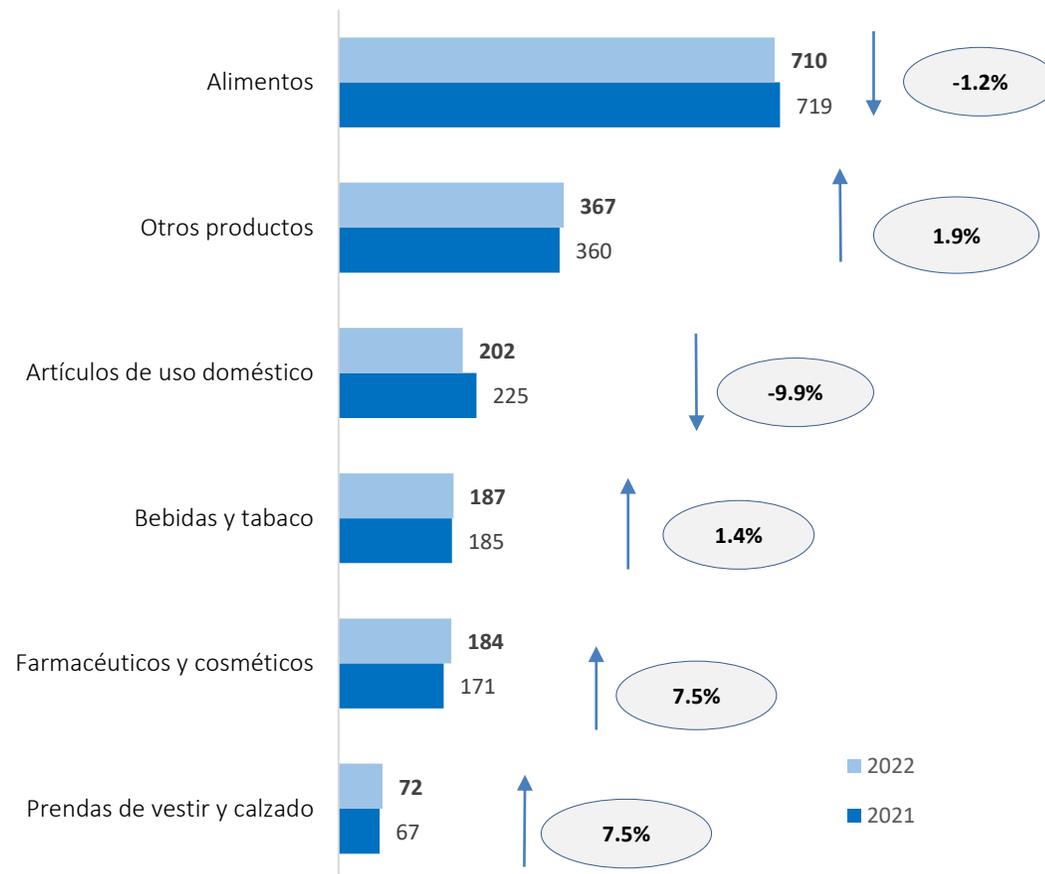


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico N° 4

Ventas por líneas de productos, agosto 2021 y agosto 2022

(Millones de soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Ventas de tiendas por departamento **disminuyeron en 7.3%**

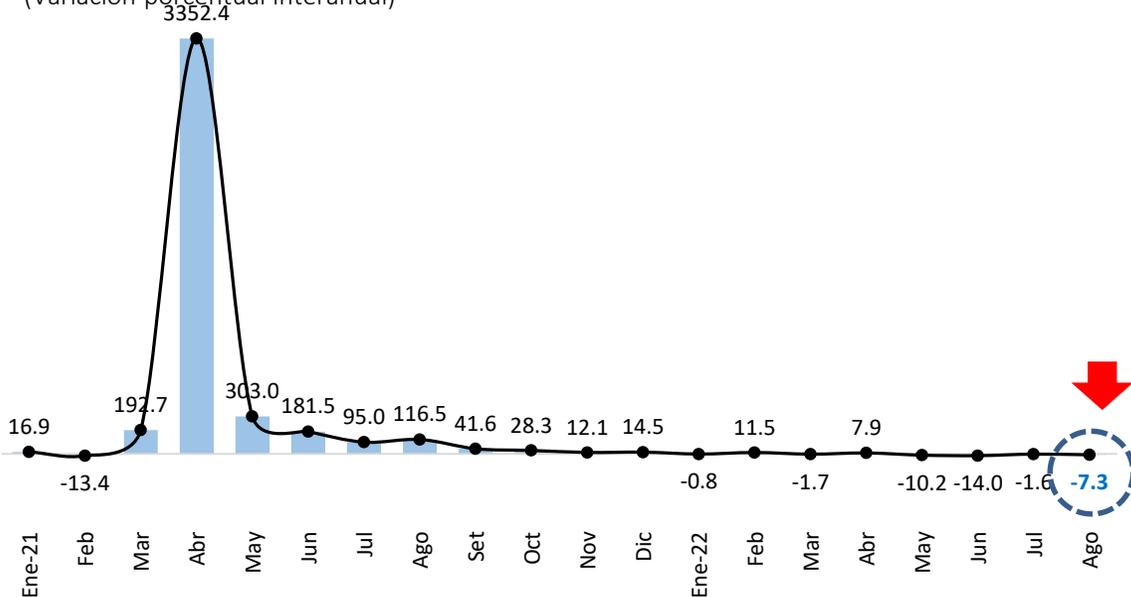
En agosto de 2022, las ventas en las **tiendas por departamento** registraron una disminución de **-7.3% interanual**, explicado por las menores ventas de muebles (-11.2%), artículos de uso doméstico (-18.7%) y prendas vestir, calzado y accesorios (-4.0%).

En contraste, este comportamiento fue atenuado por el incremento en las ventas de la línea de productos diversos (+19.6%) y productos farmacéuticos y cosméticos (+34.1%).

Gráfico Nº 3

Evolución de las ventas de tiendas por departamento

(Variación porcentual interanual)

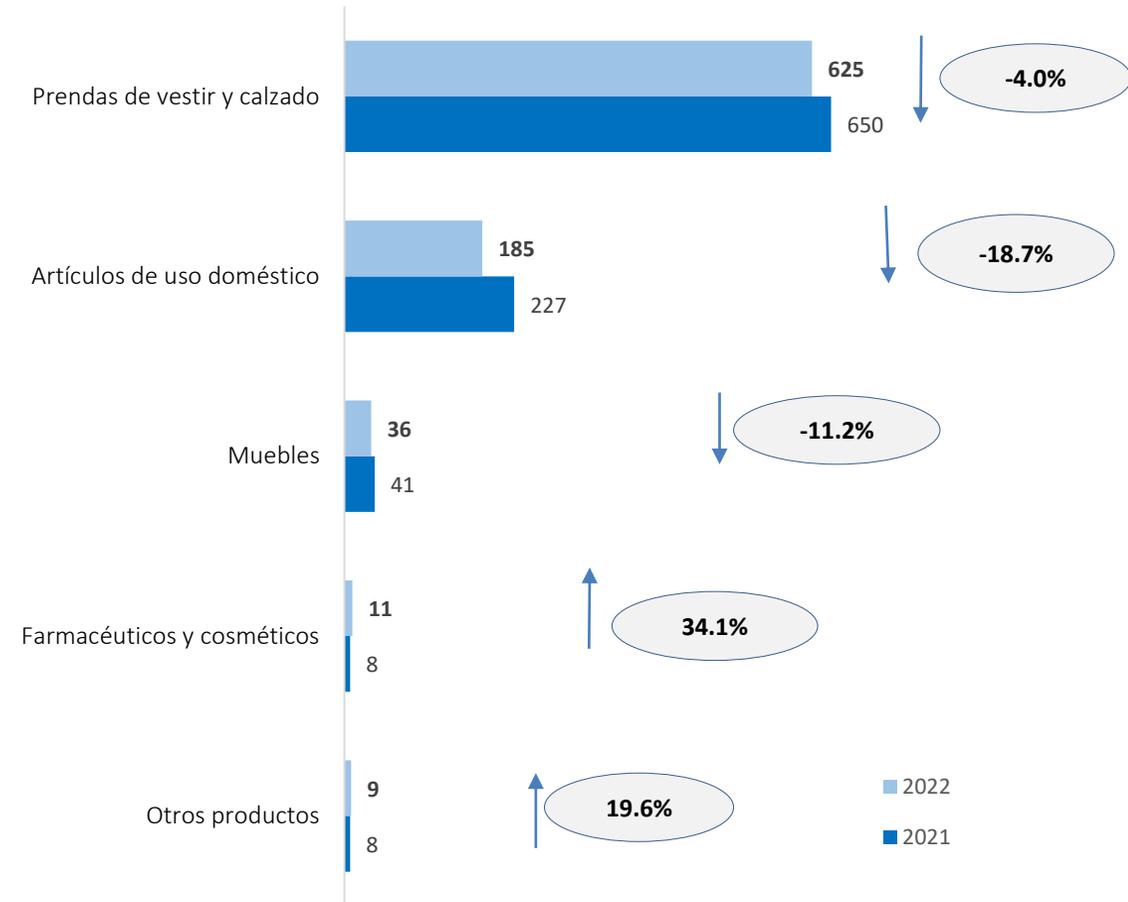


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 4

Ventas por líneas de productos, agosto 2021 y agosto 2022

(Millones de soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Ferreterías y acabados disminuyeron sus ventas en 4.5%

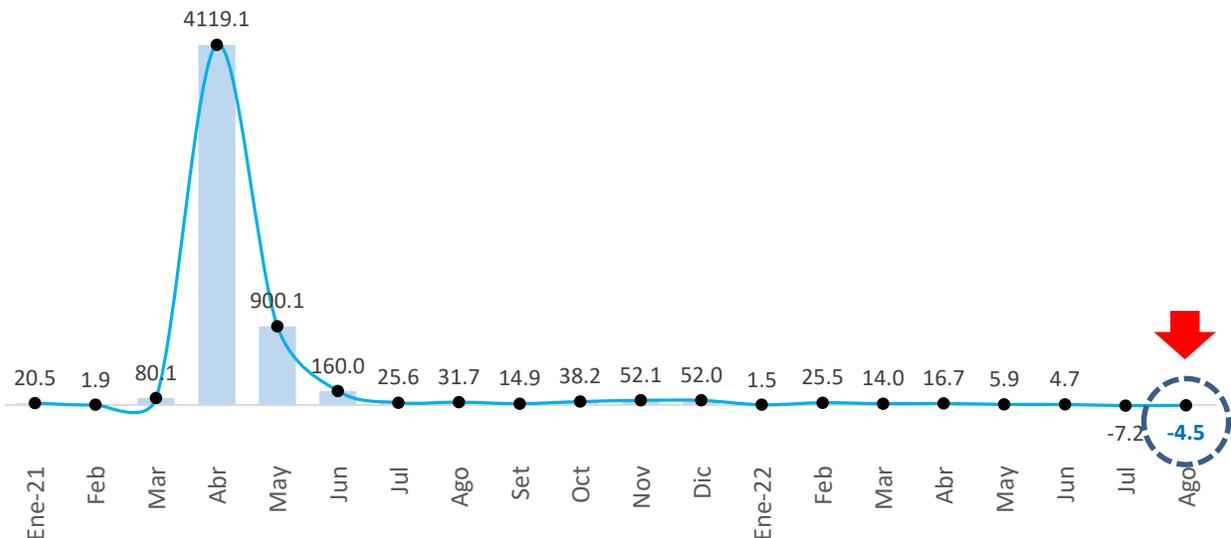
En agosto de 2022, las ventas de productos de la actividad de **ferreterías y acabados** disminuyeron en **-4.5%** con respecto a similar mes del año 2021. Este resultado responde a la disminución registrada en las líneas de artículos de ferretería (-1.8%), muebles (-15.1%) y otros productos (-7.4%); como consecuencia de menor dinamismo de las actividades del sector construcción.

En contraste, este comportamiento fue atenuado parcialmente por el moderado aumento en las ventas de la línea de artículos de uso doméstico (+6.3%).

Gráfico N° 5

Evolución de las ventas de ferreterías y acabados

(Variación porcentual interanual)

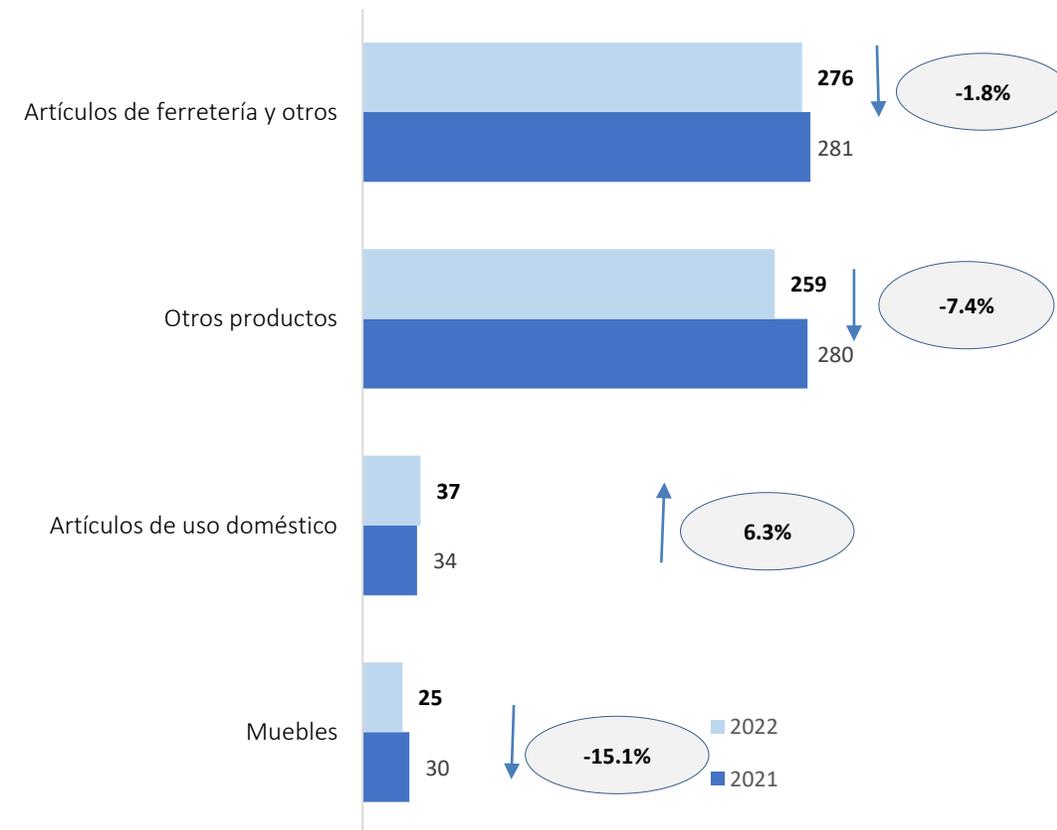


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico N° 6

Ventas por líneas de productos, agosto 2021 y agosto 2022

(Millones de Soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Equipamiento del hogar **disminuyeron sus ventas en 11.3%**

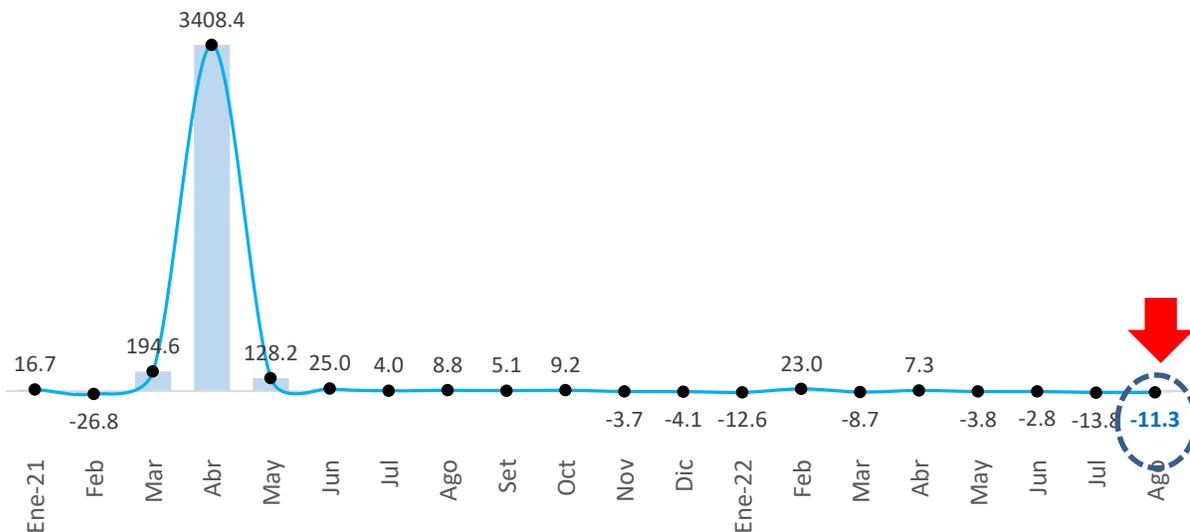


En agosto de 2022, las ventas de productos de la actividad de **equipamiento del hogar** disminuyeron en **11.3%** con respecto a similar mes del año anterior. Este resultado responde a las menores ventas registradas en las líneas de artículos domésticos (-12.2%), muebles (-29.7%) y otros productos (-4.0%); afectado por la menor demanda local, como consecuencia de la priorización de la población en la demanda de productos.

Gráfico N° 7

Evolución de las ventas de equipamiento del hogar

(Variación porcentual interanual)

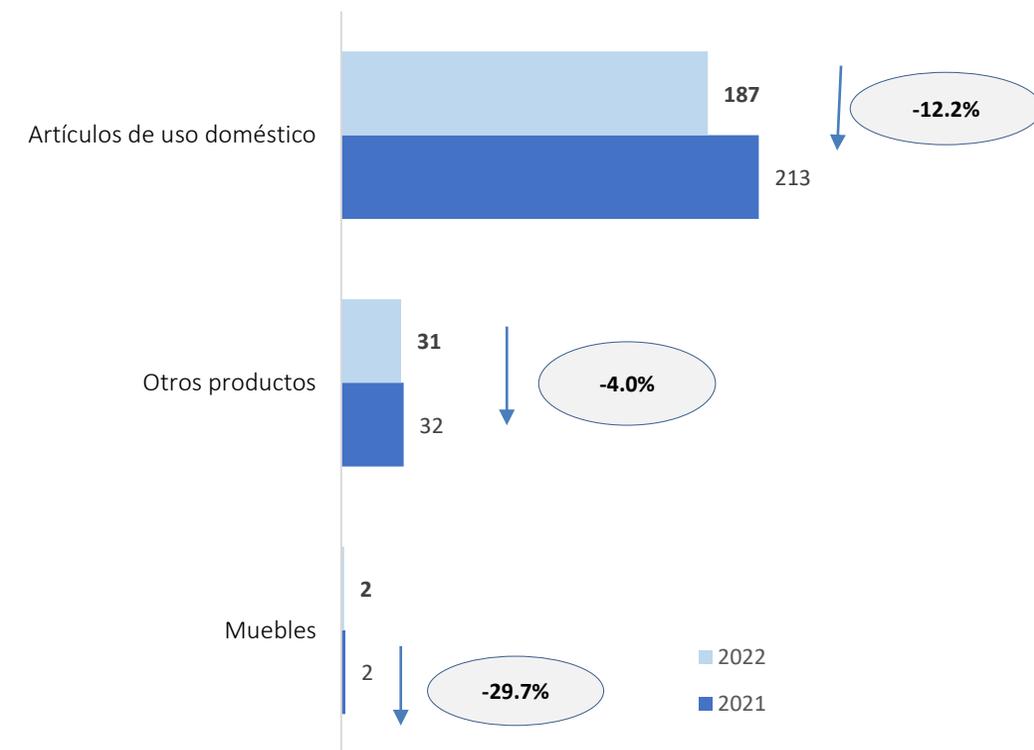


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico N° 8

Ventas por líneas de productos, agosto 2021 y agosto 2022

(Millones de Soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

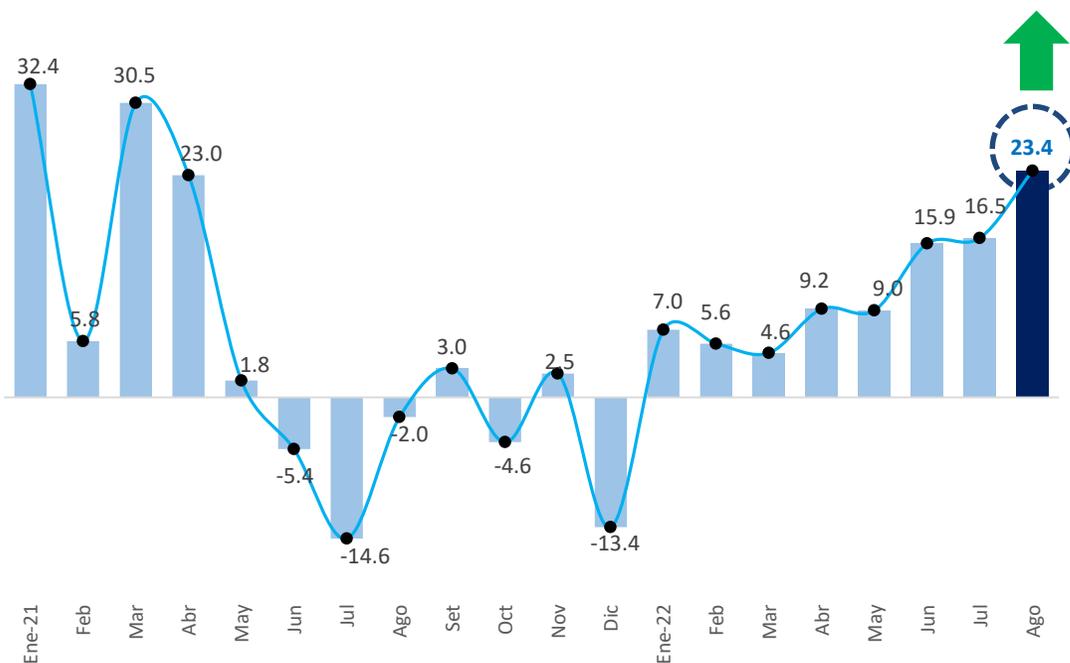
Ventas de farmacias y boticas **aumentaron en 23.4%**

En agosto de 2022, las ventas de farmacias y boticas **aumentaron en 23.4%** 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 el incremento en las ventas de productos farmacéuticos y medicinales (+28.4%), y en menor medida, de productos de cuidado personal (+3.8%).

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, agosto 2021 y agosto 2022

(Millones de Soles y Var.% interanual)

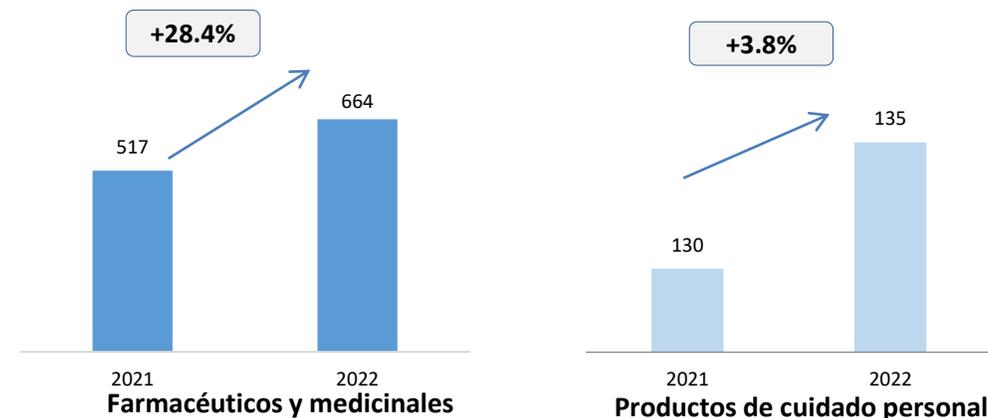
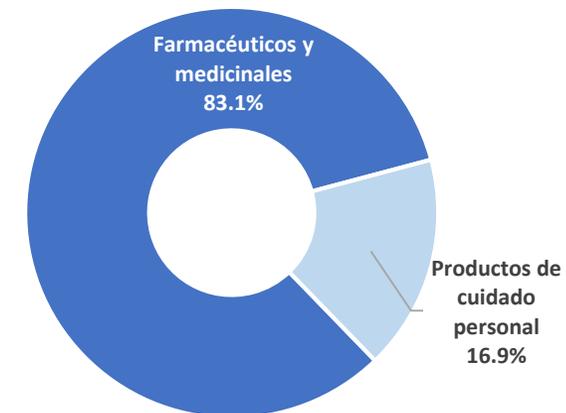


Gráfico Nº 11

Participación de las ventas por líneas de productos, agosto 2022

(Porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

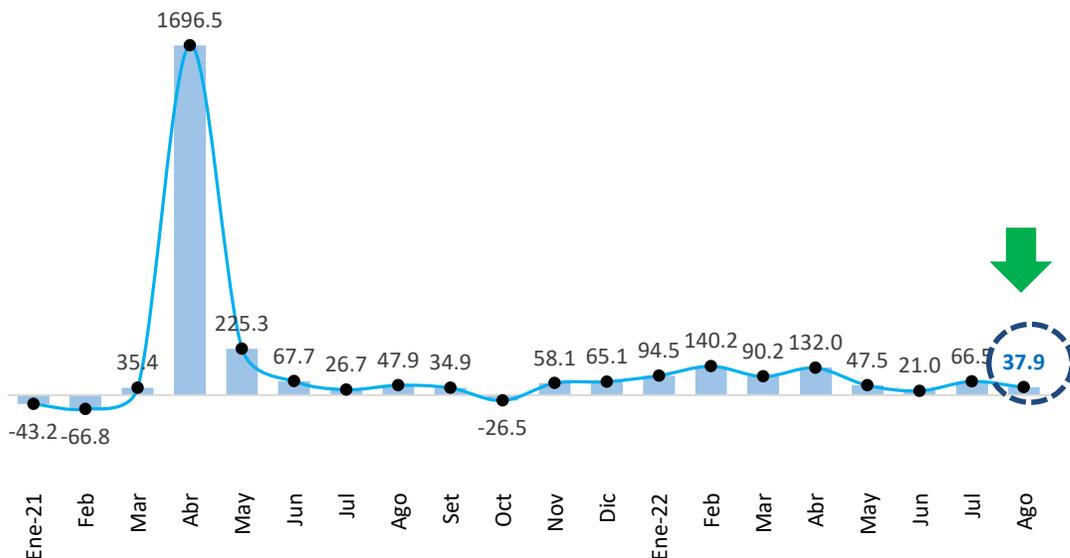
Ventas de libros, periódicos y artículos de papelería aumentaron en 37.9%

Las ventas de la actividad de **libros, periódicos y artículos de papelería**, en agosto de 2022, registró un importante aumento en **(+37.9%)**. Este resultado responde al incremento en la demanda de productos de librerías (+67.8%), impulsado por las campañas publicitarias y electorales. En contraste, este desempeño fue atenuado parcialmente por la baja ventas de productos diversos (-79.7%).

Gráfico N° 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 N° 13

Ventas por líneas de productos, agosto 2021 y agosto 2022

(Millones de Soles y Var.% interanual)

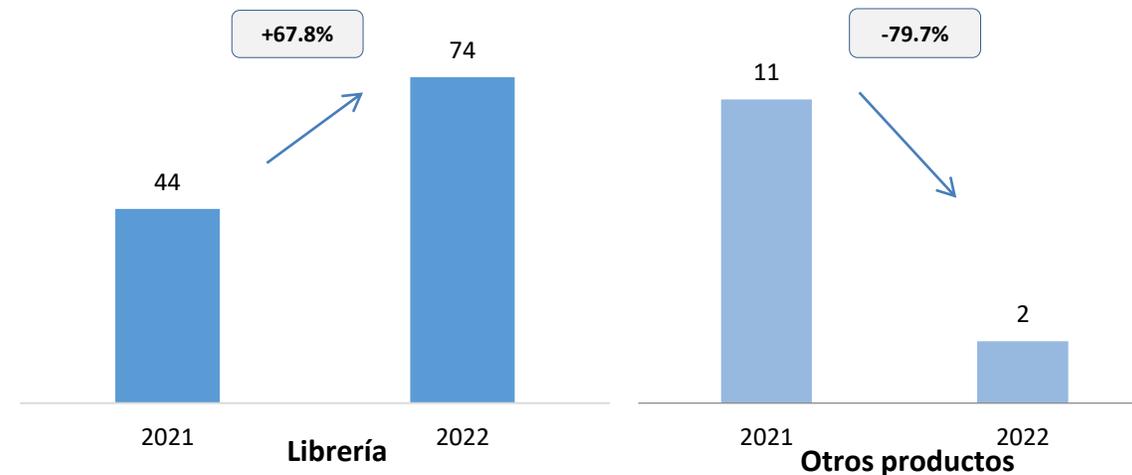
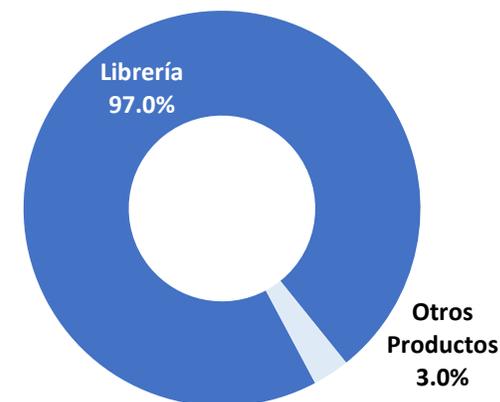


Gráfico N° 14

Participación de las ventas por líneas de producto, agosto 2022

(Porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Tiendas: Número de tiendas **disminuyó 0.5%** en agosto de 2022



Actividades

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

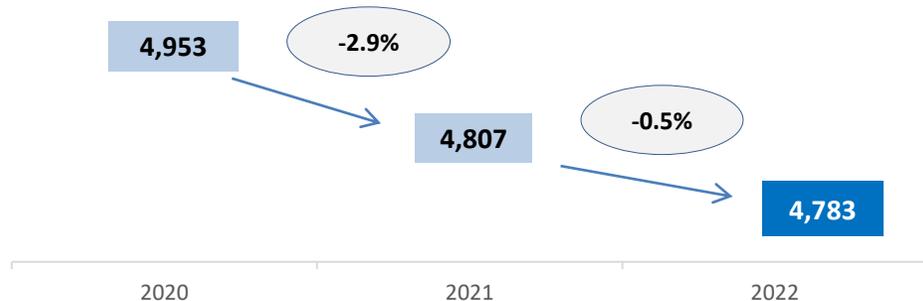
Supermercados e hipermercados	-37
Tiendas por departamento	32
Ferreterías y acabados del hogar	-9
Equipamiento del hogar	-9
Libros, periódicos y artículos de papelería	-2
Farmacias y boticas	1

1/ En relación a similar mes del año anterior

Gráfico Nº 15

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

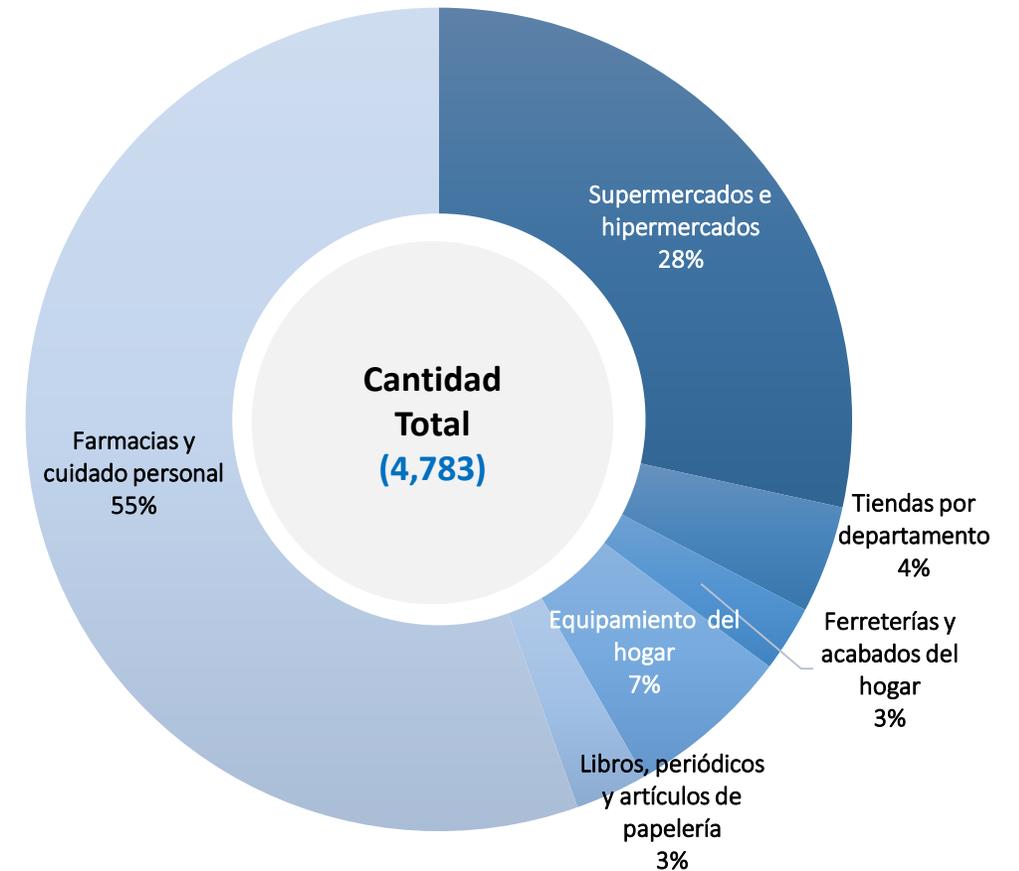
(Cantidad y Variación %)



Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 16

Participación del total de tiendas por actividad, agosto 2022 (Porcentaje)



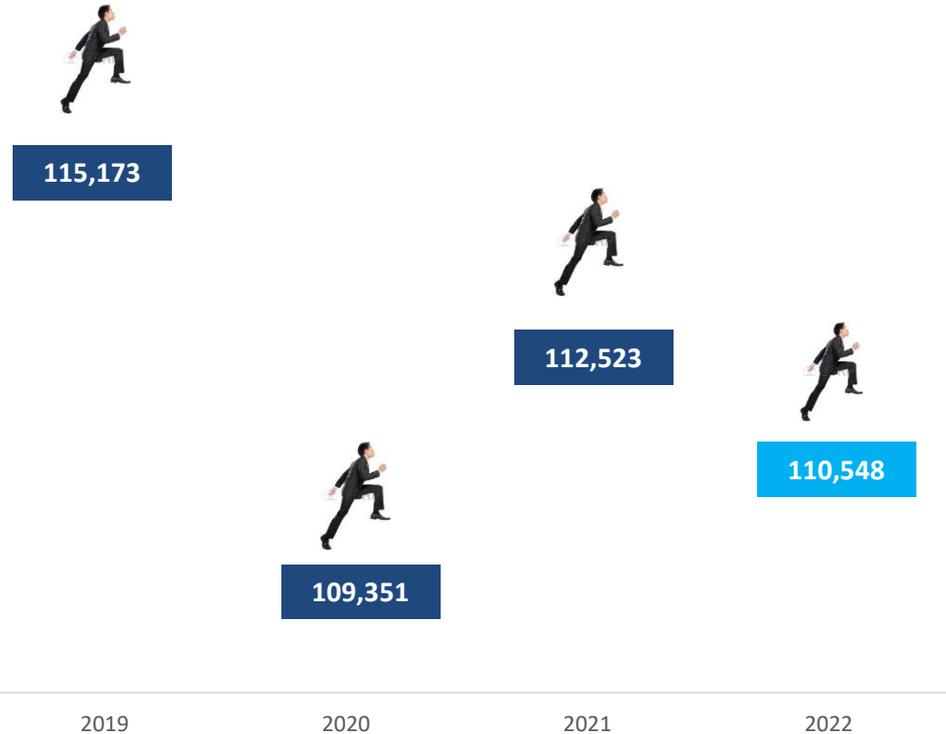
Elaboración: PRODUCE (OEE)

Nivel de empleo **disminuyó en 1.8%** y registra **110 mil 548** puestos de trabajo



Gráfico Nº 17

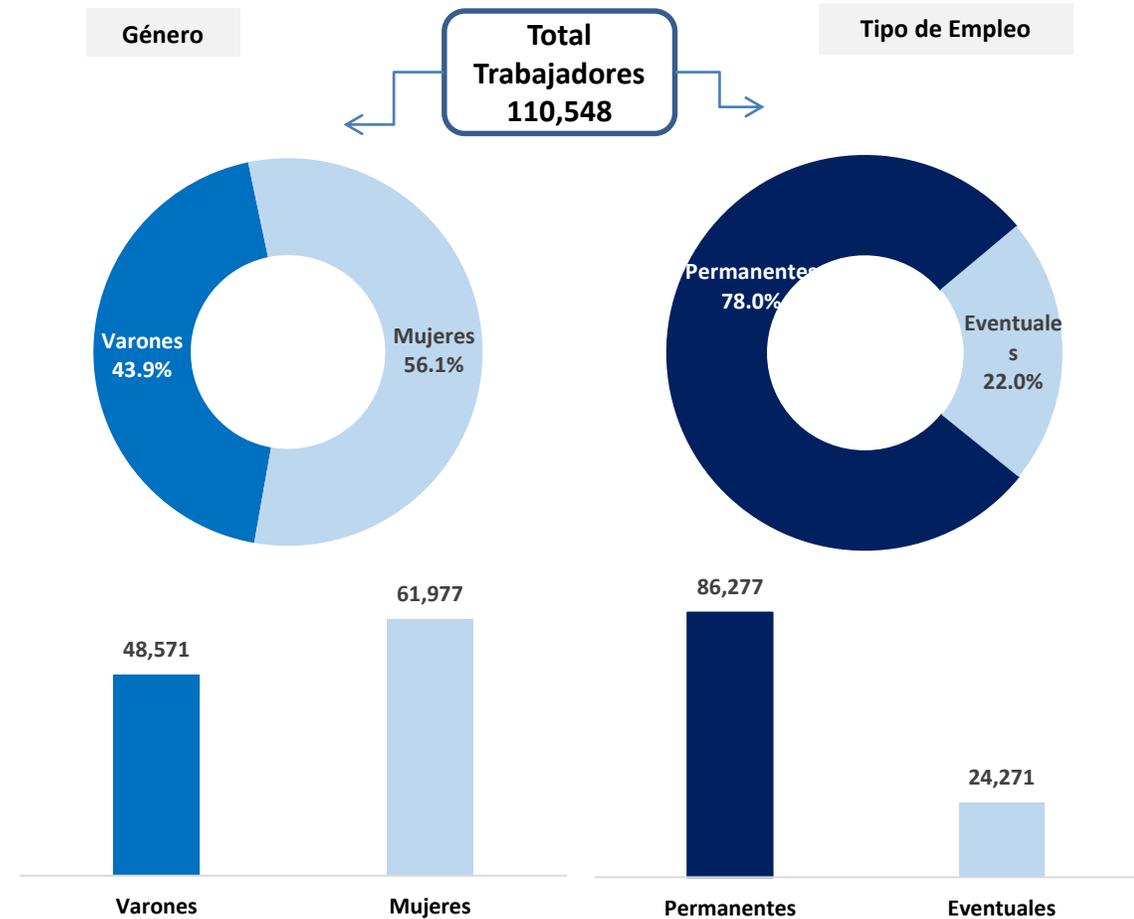
Número de trabajadores en el sector comercio interno (agosto 2019 – agosto 2022)



Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 18

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



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Tabla Nº 1

Comercio Interno por actividades, 2020-2022

(Variación porcentual interanual)

Actividad	Var. % Interanual				Var.% Acum.			
	Ago 20/19	Ago 21/20	Ago 22/19	Ago 22/21	Ene – Ago (20/19)	Ene – Ago (21/20)	Ene – Ago (22/19)	Ene – Ago (22/21)
Total Comercio Interno	6.3	22.7	31.8	1.0	-8.3	28.1	22.8	4.6
Supermercados e Hipermercados	21.5	6.5	29.1	-0.2	14.8	5.2	25.6	4.0
Tiendas por departamento	-20.2	116.5	60.0	-7.3	-40.6	119.6	26.3	-3.3
Ferreterías y acabados del hogar	1.4	31.7	27.6	-4.5	-29.9	76.0	31.0	6.1
Equipamiento del hogar	3.6	8.8	0.0	-11.3	-23.8	46.3	6.3	-4.7
Libros, periódicos y artículos de papelería	-36.2	47.9	30.2	37.9	-37.9	7.0	18.7	78.6
Farmacias y boticas	5.6	-2.0	27.7	23.4	-4.3	6.9	13.8	11.3

Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Elaboración: PRODUCE (OEE)

- ✓ En el acumulado de enero a agosto de 2022, las ventas del comercio interno registran un avance de 4.6% 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 agosto 2022 tenemos a: **Libros, periódicos y artículos de papelería** (+78.6%) y **Farmacias y boticas** (+11.3%).
- ✓ Así también en este periodo crecieron, en menor medida, las ventas de los Supermercados e hipermercados (+4.0%) y Ferreterías y acabados del hogar (+6.1%). No obstante, se aprecia una ligera disminución en la actividad de Tiendas por departamento (-3.3%).
- ✓ En cuanto a la actividad de **libros, periódicos y artículos de papelería**, el importante crecimiento que mantiene en este periodo responde al inicio de las clases semipresenciales y las campañas por elecciones municipales, 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)