



PERÚ

Ministerio
de la Producción

PRODUCE
produce.gob.pe



Reporte Coyuntural

Comercio Interno

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

Enero 2022

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

Lima, Marzo 2022



PRODUCE
Ministerio de la Producción

□ En enero de 2022

- ✓ **Las ventas del comercio interno experimenta una ligera disminución en -0.6% con respecto a enero de 2021.** Después de diez meses de crecimiento continuo se contrae levemente. Ello responde al menor dinamismo del sector construcción y por el inicio de la tercera ola de la pandemia del COVID-19.
- ✓ Por rubro, el resultado registrado en enero responde a la disminución de las ventas en **Tiendas por departamento (-1.2%), Supermercados e hipermercados (-3.8%), Ferreterías y acabados (-0.9%) y Equipamiento del hogar (-12.6%)**. En contraste, el resultado negativo del sector fue atenuado parcialmente por el incremento registrado en las ventas de las Farmacias y boticas (+6.7%) y Librerías (+94.1%)
 - **Supermercados e hipermercados (43.4% de las ventas internas)**: Las ventas de esta actividad **registraron una disminución de -3.8%** en enero de 2022, debido principalmente por una reducción en la demanda de productos de alimentos (-3.1%), productos diversos (-14.4%) y prendas de vestir (-22.7%).
 - **Tiendas por departamento (14.6% de las ventas internas)**: Las ventas de esta actividad **registraron una disminución de -1.2%** en enero de 2022. Ello responde a una disminución en las ventas de prendas de vestir y calzados (-1.2%) y artículos de uso doméstico (-4.2%).
 - **Ferreterías y acabados (15.4% de las ventas internas)**: En este mes se **registró una caída de las ventas en -0.9%**. A nivel de línea de producto, se aprecia una disminución, principalmente, en los artículos de uso doméstico (-32.4%), muebles (-2.2%) y artículos de ferretería (-1.9%), debido al menor impulso del sector construcción.
 - **Equipamiento del hogar (5.8% de las ventas internas)**: Esta actividad **registró una disminución de las ventas en -12.6%**. A nivel de línea de producto, se aprecia una disminución en la línea de artículos de uso doméstico (-10.3%) y productos diversos (-31.0%). Dicho resultado negativo fue atenuado por un incremento en las ventas de muebles (+16.7%).
 - **Farmacias y boticas (18.6% de las ventas internas)**: Las ventas de esta actividad **añadió en 6.7%**, ello debido a las mayores ventas de productos farmacéuticos y medicinales (+9.7%). En contraste, dicho desempeño fue atenuado por la baja ventas de productos de cuidado personal (-5.7%).
 - **Libros, periódicos y artículos de papelería (2.3% de las ventas internas)**: Las ventas de esta actividad **añadieron en 94.1%**. Por segundo mes consecutivo experimenta un resultado positivo, ello debido al aumento en la demanda de productos de papelería y artículos de oficina.

- **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

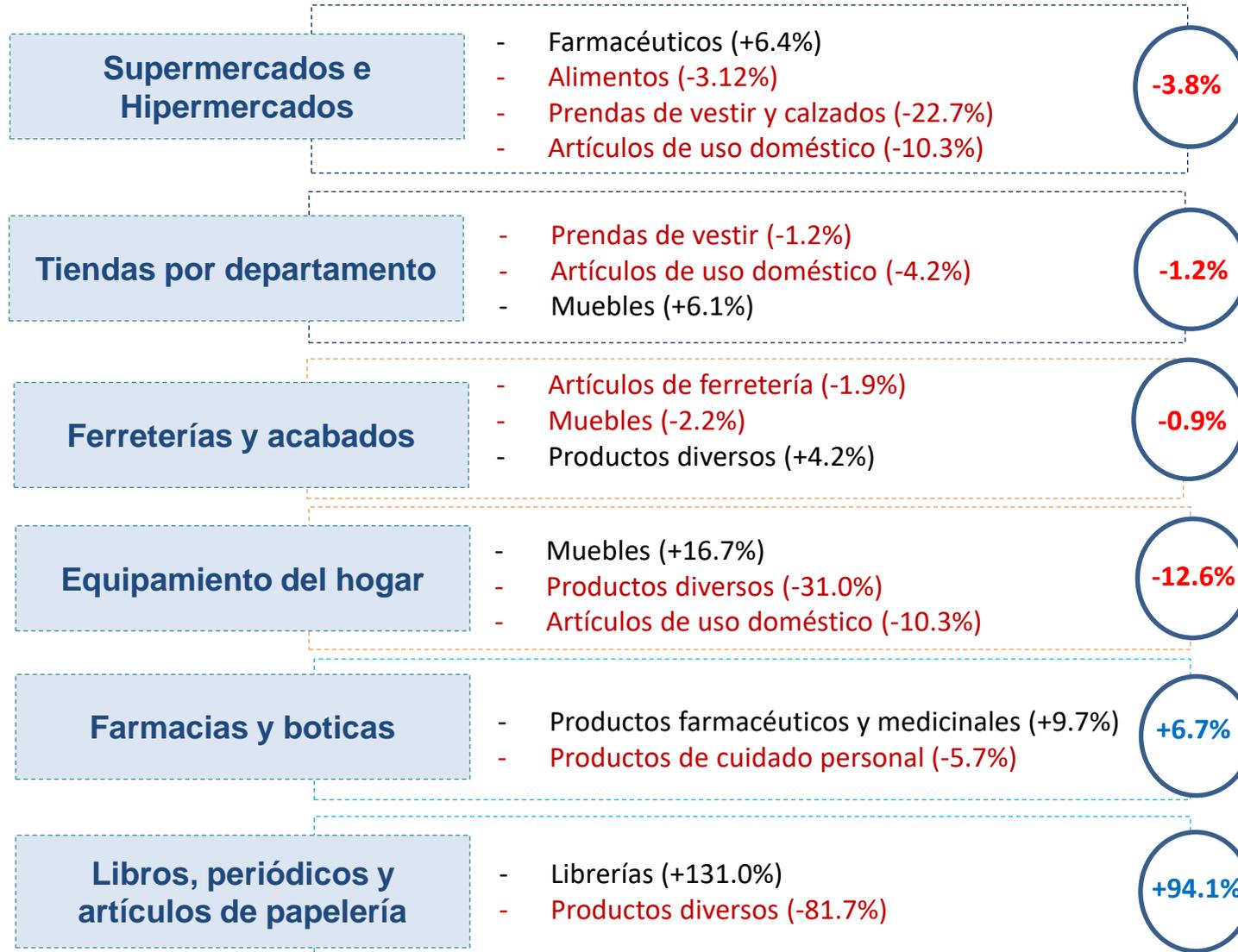


PERÚ

Ministerio
de la Producción

Enero 2022

(Variación porcentual interanual)



“Las ventas de comercio interno, después de diez meses de crecimiento continuo, en este mes registraron un resultado negativo, debido a la menor demanda de algunas actividades principales de este sector, a pesar de la reactivación de las actividades económicas”

En el presente mes, las actividades que incidieron en la disminución del comercio interno fueron: las Tiendas por departamento y Supermercados e hipermercados, así como Equipamiento del hogar y Ferreterías y acabados.

En contraste, se observa un resultado positivo del rubro de Libros, periódicos y artículos de papelería (+94.1%) y Farmacias y boticas (+6.7%) en enero de 2022, ello debido a un incremento en la demanda local.

En enero 2022 las ventas de comercio interno disminuyeron en -0.6%



En enero de 2022, las ventas del comercio interno experimentaron una caída de -0.6%. Este resultado responde, principalmente, a la disminución en la facturación de los principales rubros como Supermercados e hipermercados (-3.8%) y Tiendas por departamento (-1.2%), Equipamiento del hogar (-12.6%) y Ferreterías y acabados (-0.9%). En contraste, fue atenuado por el incremento de las ventas de farmacias y boticas (+6.7%) y libros y artículos de papelería (+94.1%).

Gráfico Nº 1

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

(Millones de soles a precios corrientes)

CIU (a)	Actividad	Ene-21	Ene-22	Var % Ene (22/21)	
	Total	3,917	3,894	-0.6	
4711	Supermercados e hipermercados	1,756	1,689	-3.8	▼
4719	Tiendas por departamentos ^{1/}	574	567	-1.2	▼
4752	Ferreterías y acabados	605	599	-0.9	▼
4759	Equipamiento del hogar	258	226	-12.6	▼
4772	Farmacias y boticas	678	723	6.7	▲
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	46	89	94.1	▲

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

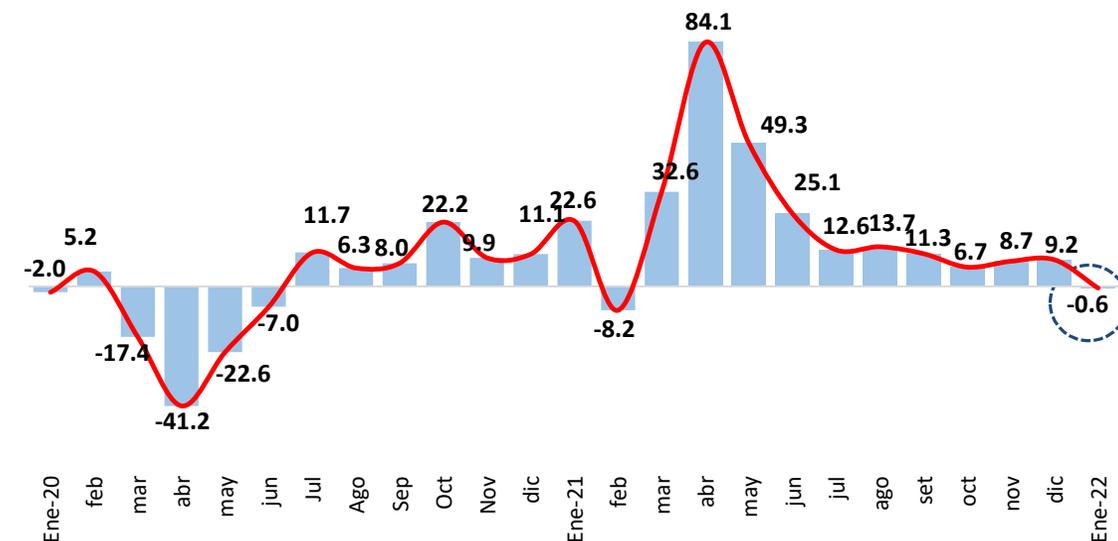
^{1/} Las ventas internas corresponden al comercio interno de (Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas) y representan aprox. el 98.5% del total; se excluye las ventas al por menor de combustibles de la actividad CIU 4730.

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

Gráfico Nº 2

Evolución mensual de las ventas del comercio interno

(Variación porcentual interanual)



Ventas de supermercados e hipermercados **disminuyeron en -3.8%**

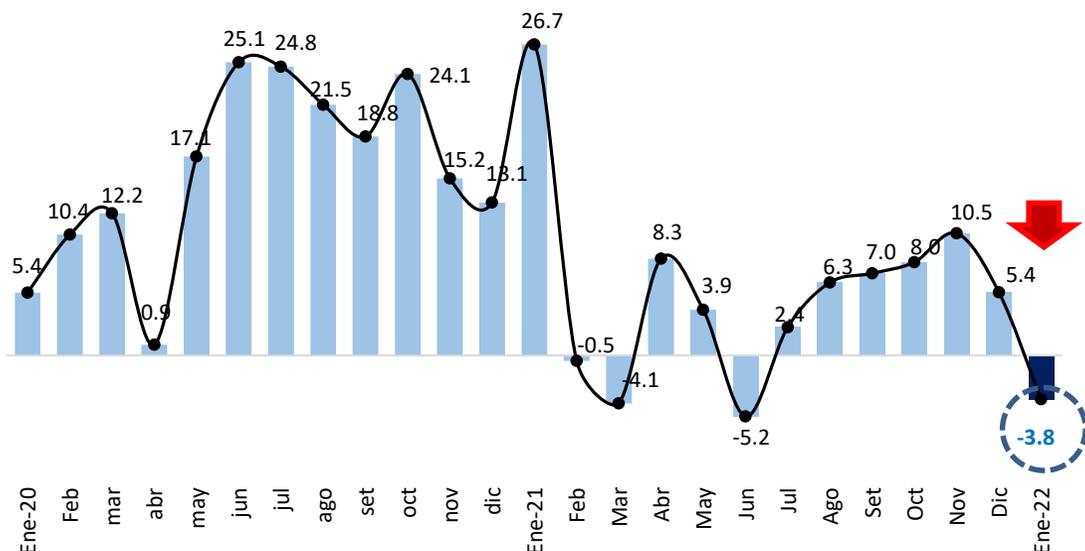
Las ventas en los **supermercados e hipermercados** registraron una **disminución interanual de -3.8%** en enero de 2022, explicado por una menor demanda de productos básicos como alimentos (-3.1%), productos diversos (-14.4%), artículos de uso doméstico (-10.3%) y prendas de vestir (-22.7%).

En contraste, se observa un aumento de las ventas de bebidas y tabaco (+24.5%) y productos farmacéuticos y cosméticos (+6.4%).

Gráfico Nº 3

Evolución de las ventas de supermercados e hipermercados

(Variación porcentual interanual)

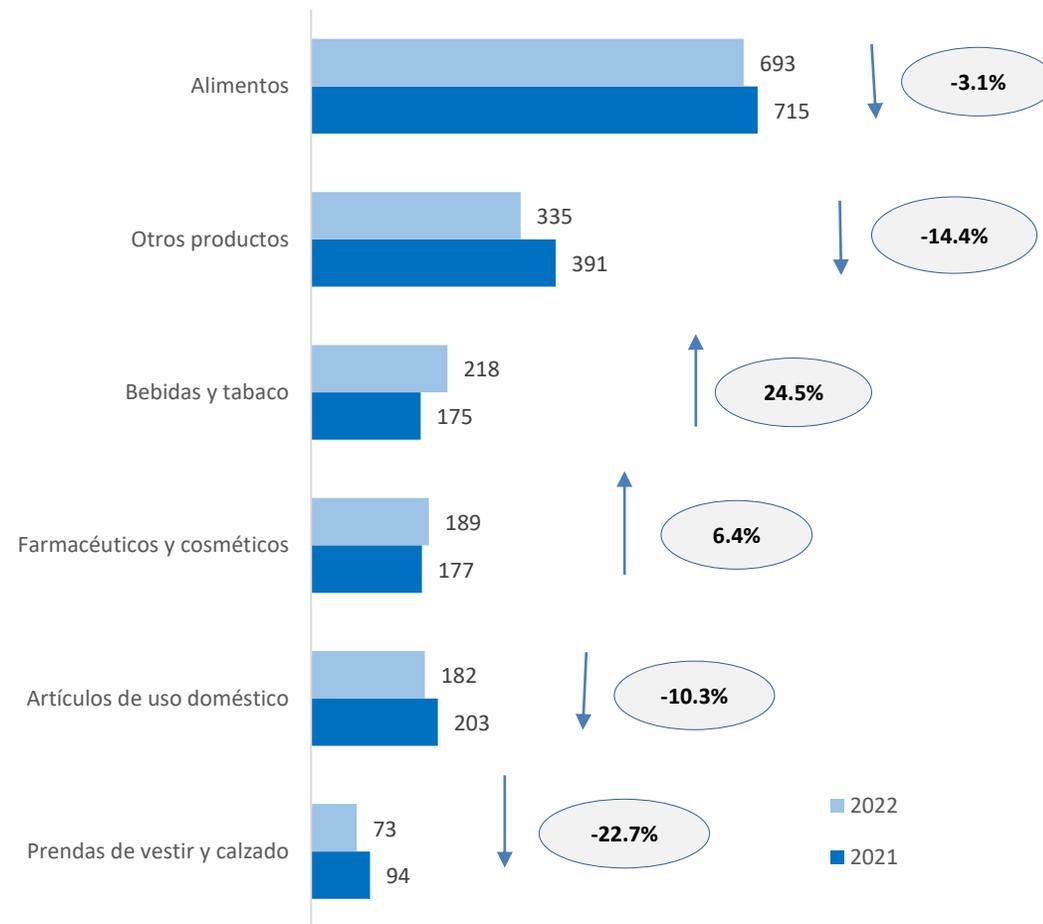


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 4

Ventas por líneas de productos, enero 2021 y enero 2022

(Millones de soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Ventas de tiendas por departamento disminuyeron en -1.2%

En enero de 2022, las ventas en las **tiendas por departamento** registraron una disminución de **-1.2% interanual**, explicado por el menor consumo de los hogares en las principales líneas de productos de esta actividad, tales como: prendas de vestir, calzado y accesorios (-1.2%) y artículos de uso doméstico (-4.2%).

Gráfico N° 3

Evolución de las ventas de tiendas por departamento

(Variación porcentual interanual)

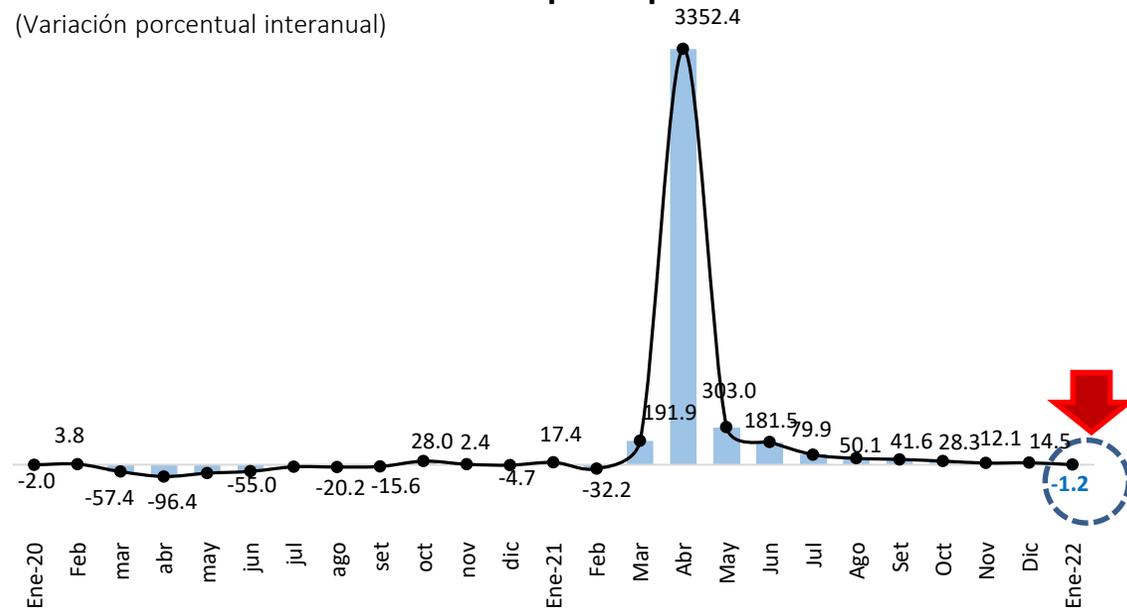
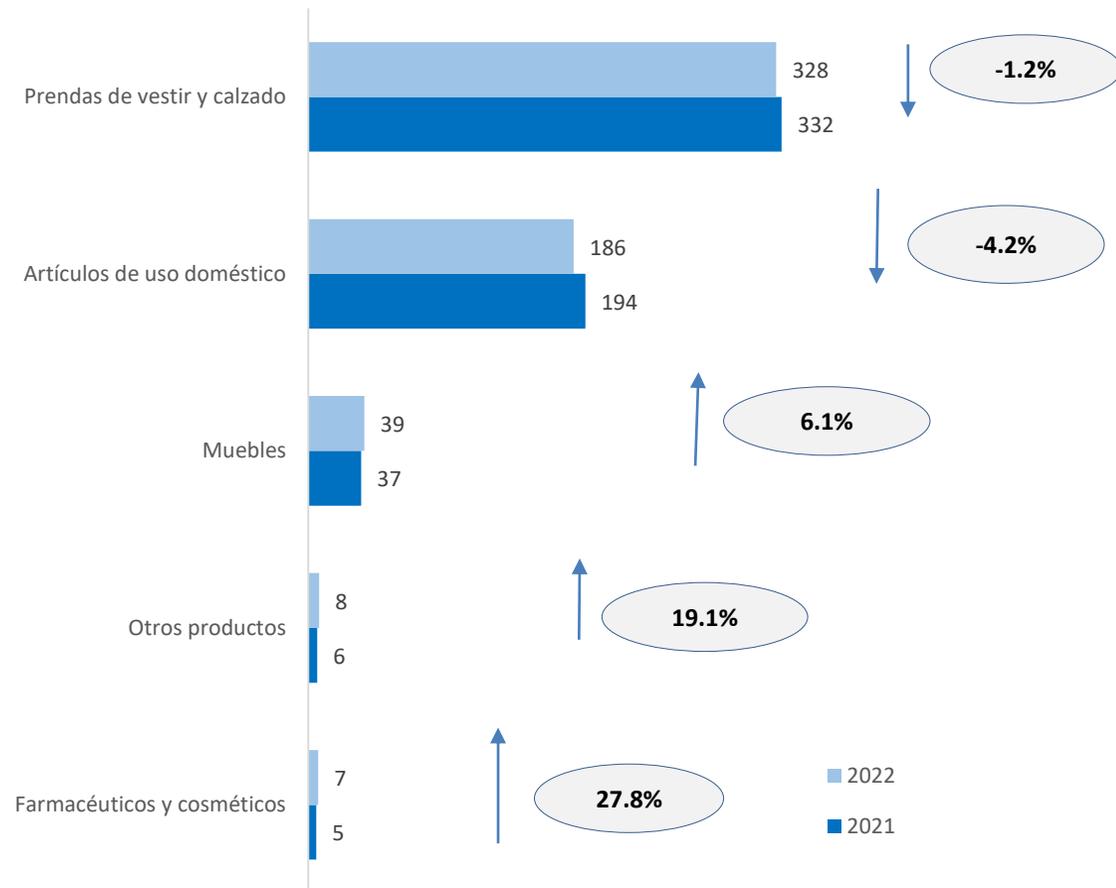


Gráfico N° 4

Ventas por líneas de productos, enero 2021 y enero 2022

(Millones de soles y Var.% interanual)



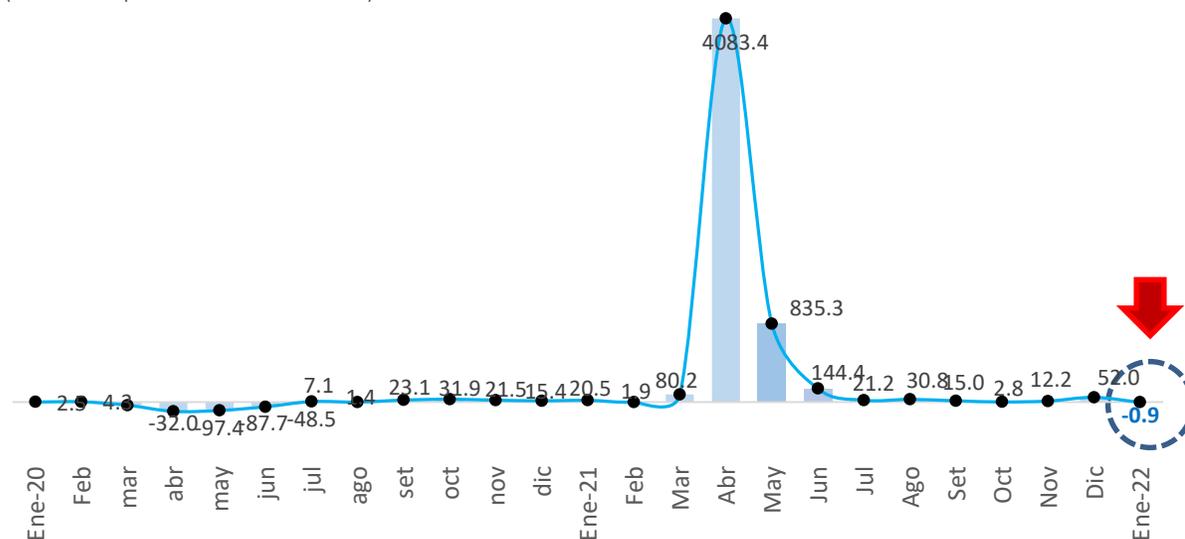
Ferreterías y acabados disminuyeron sus ventas en -0.9%

En enero de 2022, las ventas de productos de la actividad de **ferreterías y acabados** disminuyeron en **-0.9%** con respecto a similar mes del año 2021. Este resultado responde por la disminución de las ventas registrada en los rubros de artículos de ferretería (-1.9%), muebles (-2.2%) y artículos de uso doméstico (-32.4%), debido a una menor dinamismo del sector construcción.

Gráfico N° 5

Evolución de las ventas de ferreterías y acabados

(Variación porcentual interanual)

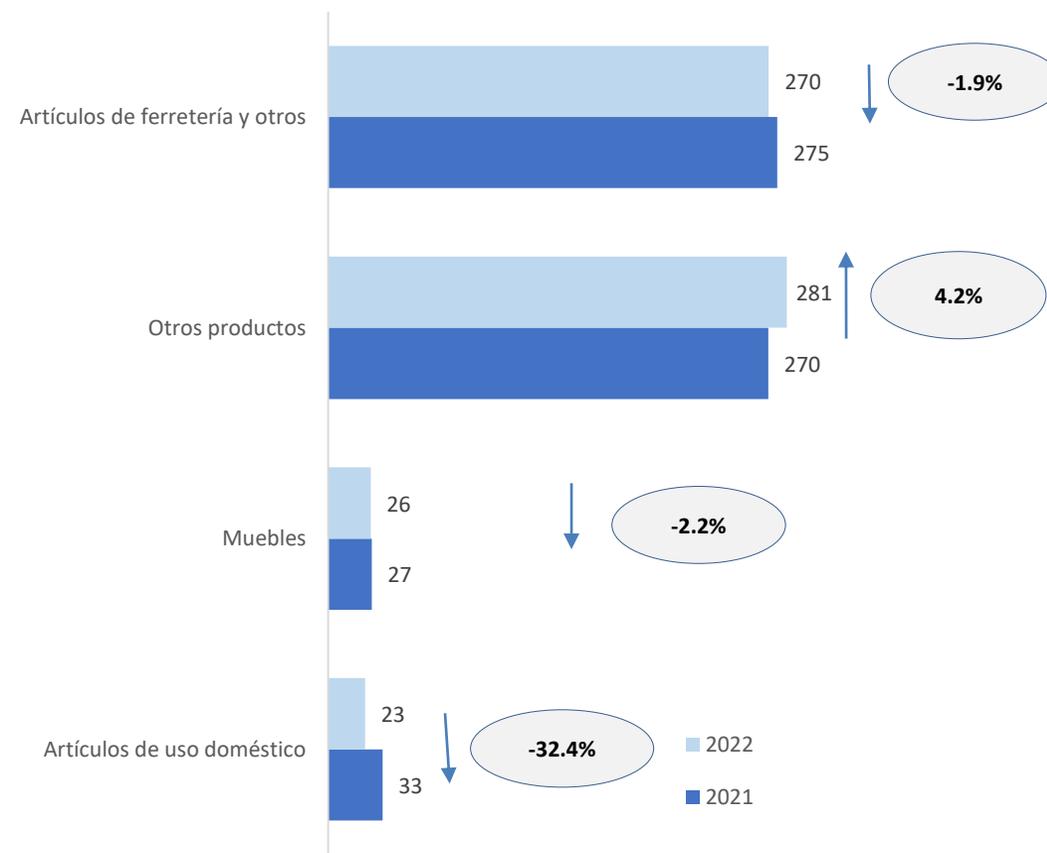


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico N° 6

Ventas por líneas de productos, enero 2021 y enero 2022

(Millones de Soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Equipamiento del hogar disminuyeron sus ventas en 12.6%

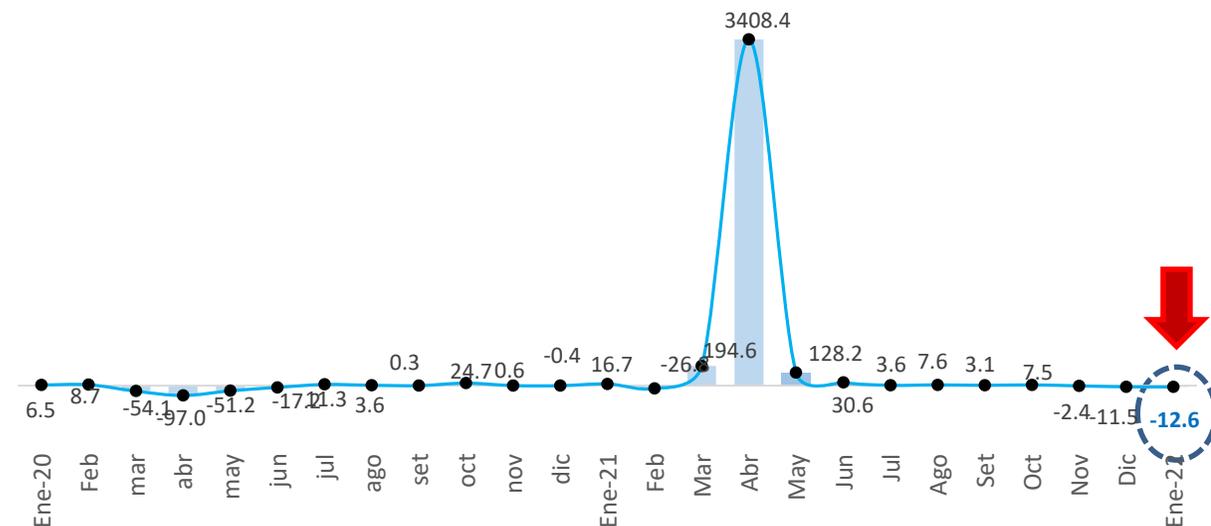
En enero de 2022, las ventas de productos de la actividad de **equipamiento del hogar** disminuyeron en **12.6%** con respecto a similar mes del año anterior. Este resultado se debe por las menores ventas de artículos domésticos, principalmente, productos tecnológicos (-10.3%), así también de productos diversos (-31.0%).

En contraste, dicho resultado fue atenuado por un aumento en la línea de muebles (+16.7%) favorecido por la mayor demanda local.

Gráfico N° 7

Evolución de las ventas de equipamiento del hogar

(Variación porcentual interanual)

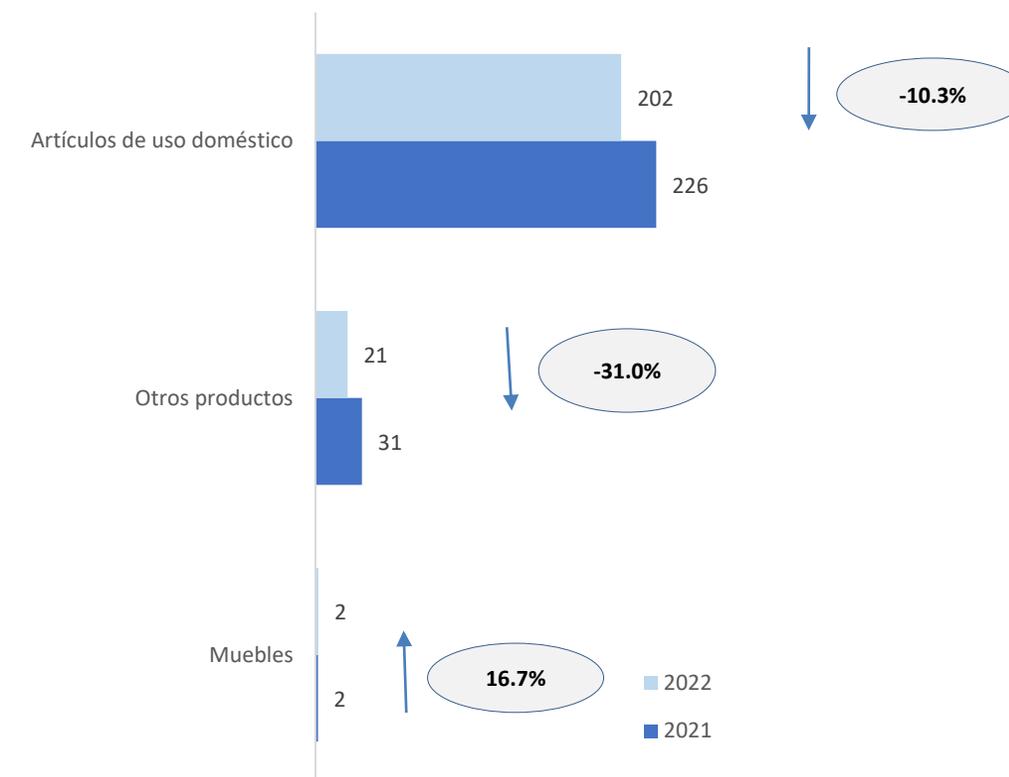


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico N° 8

Ventas por líneas de productos, enero 2021 y enero 2022

(Millones de Soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

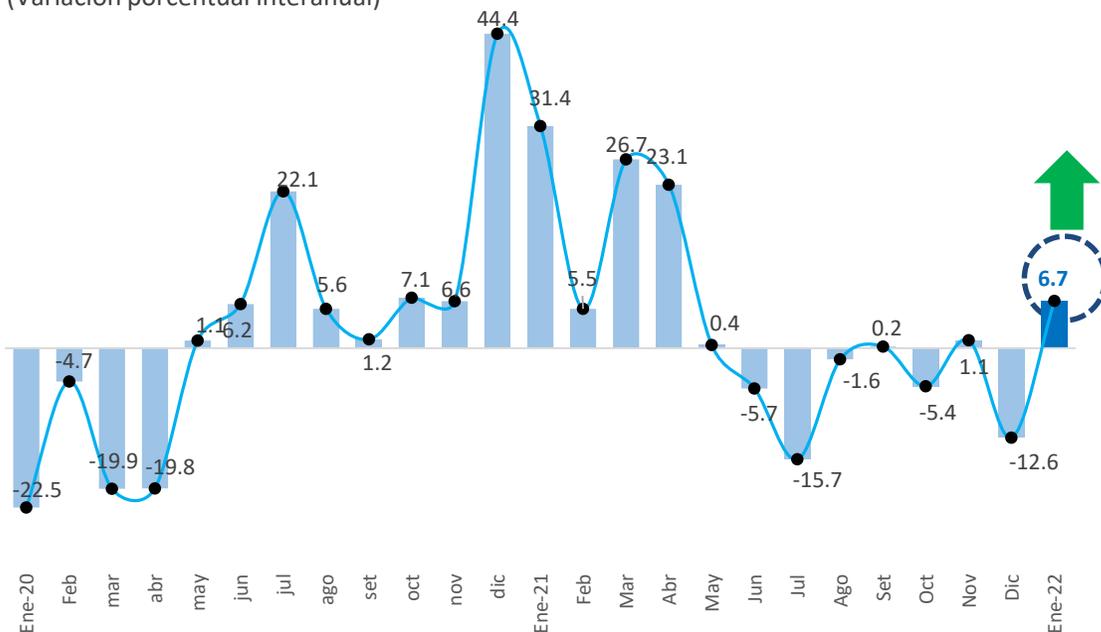
Ventas de farmacias y boticas **aumentaron en 6.7%**

En enero de 2022, las ventas de farmacias y boticas **aumentaron en 6.7%** con respecto a igual mes del año previo. Este resultado se explica por un aumento en la demanda de los hogares debido al inicio de la tercera ola de la pandemia del COVID-19; donde se observa un incremento en las ventas de productos farmacéuticos y suplementos vitamínicos (+9.7%)

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, enero 2021 y enero 2022

(Millones de Soles y Var.% interanual)

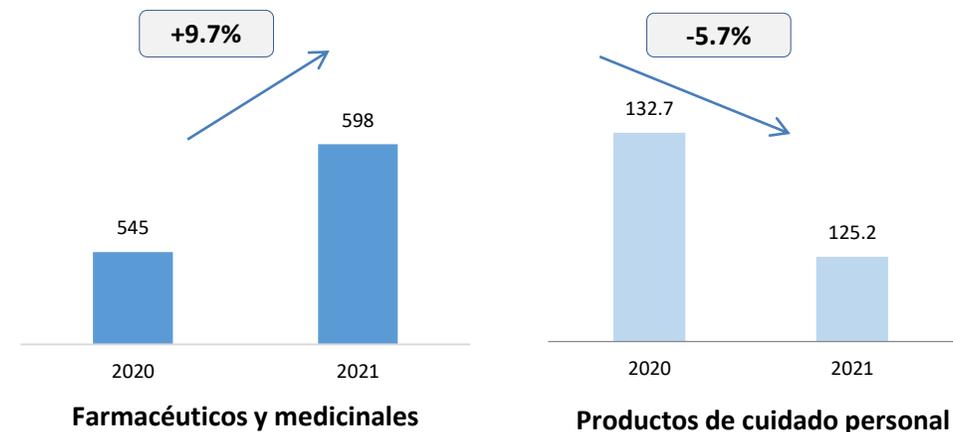
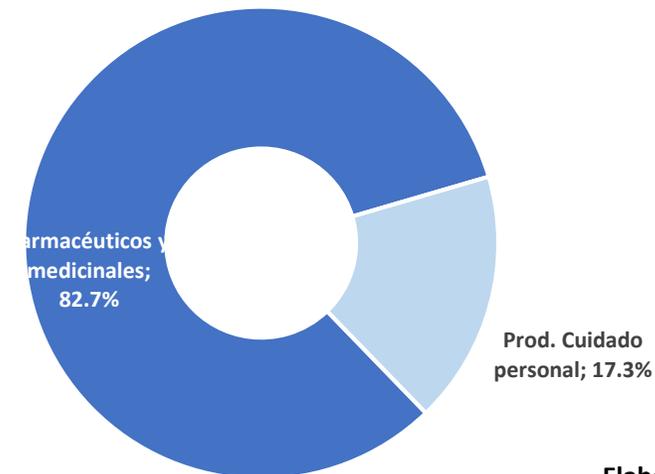


Gráfico Nº 11

Participación de las ventas por líneas de productos, enero 2022

(Porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Ventas de libros, periódicos y artículos de papelería aumentaron en 94.3%



PERÚ

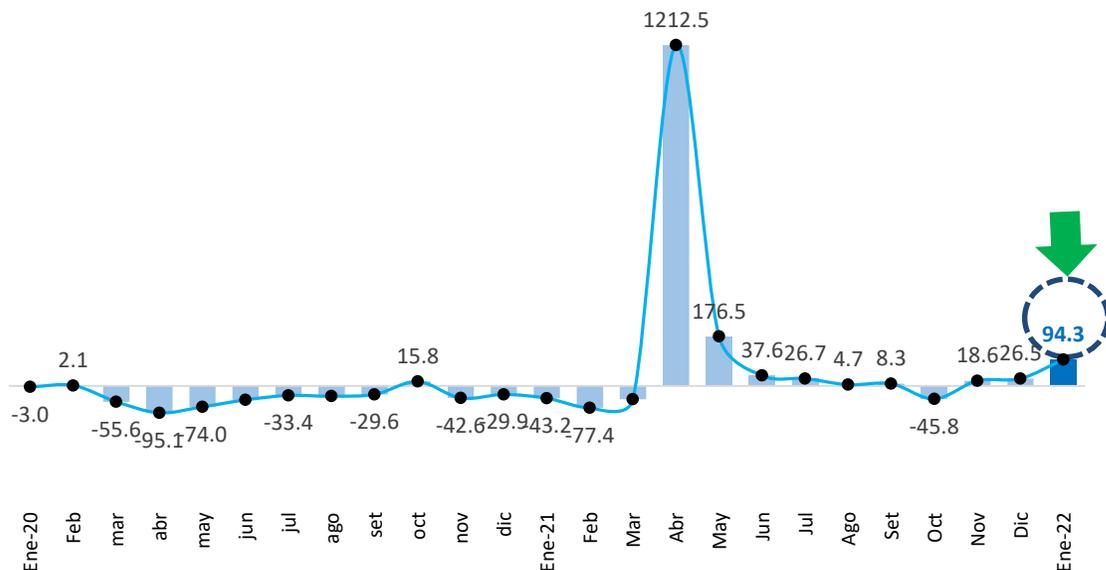
Ministerio de la Producción

Las ventas de la actividad de **libros, periódicos y artículos de papelería**, en enero de 2022 registró un desempeño positivo (+94.3%). Este resultado se explica por el aumento en la demanda productos de librerías ante el inicio programado de las clases presenciales para el periodo 2022.

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, enero 2021 y enero 2022

(Millones de Soles y Var.% interanual)

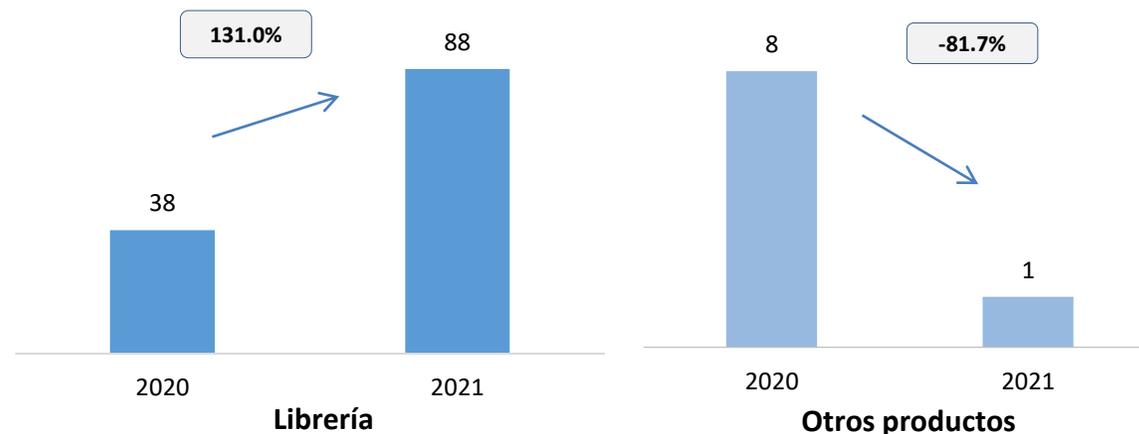
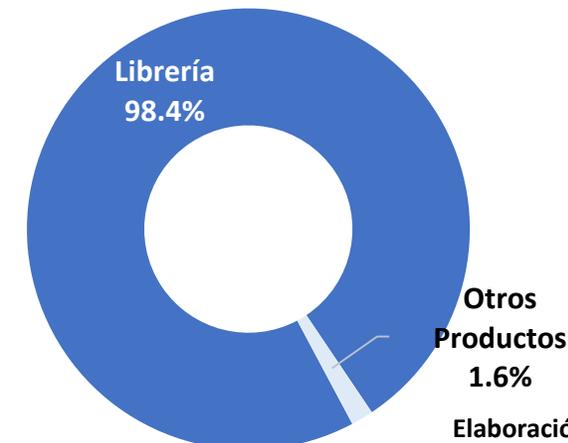


Gráfico N° 14

Participación de las ventas por líneas de producto, enero 2022

(Porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Tiendas: Número de tiendas **disminuye 6.5%** en enero de 2022



PERÚ

Ministerio de la Producción

Actividades

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

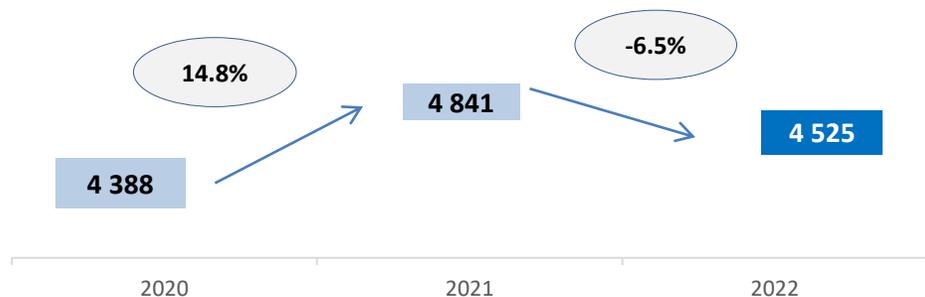
Supermercados e hipermercados	-14
Tiendas por departamento	-3
Ferreterías y acabados del hogar	-4
Equipamiento del hogar	+16
Libros, periódicos y artículos de papelería	+66
Farmacias y boticas	-377

1/ En relación a similar mes del año anterior

Gráfico Nº 15

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

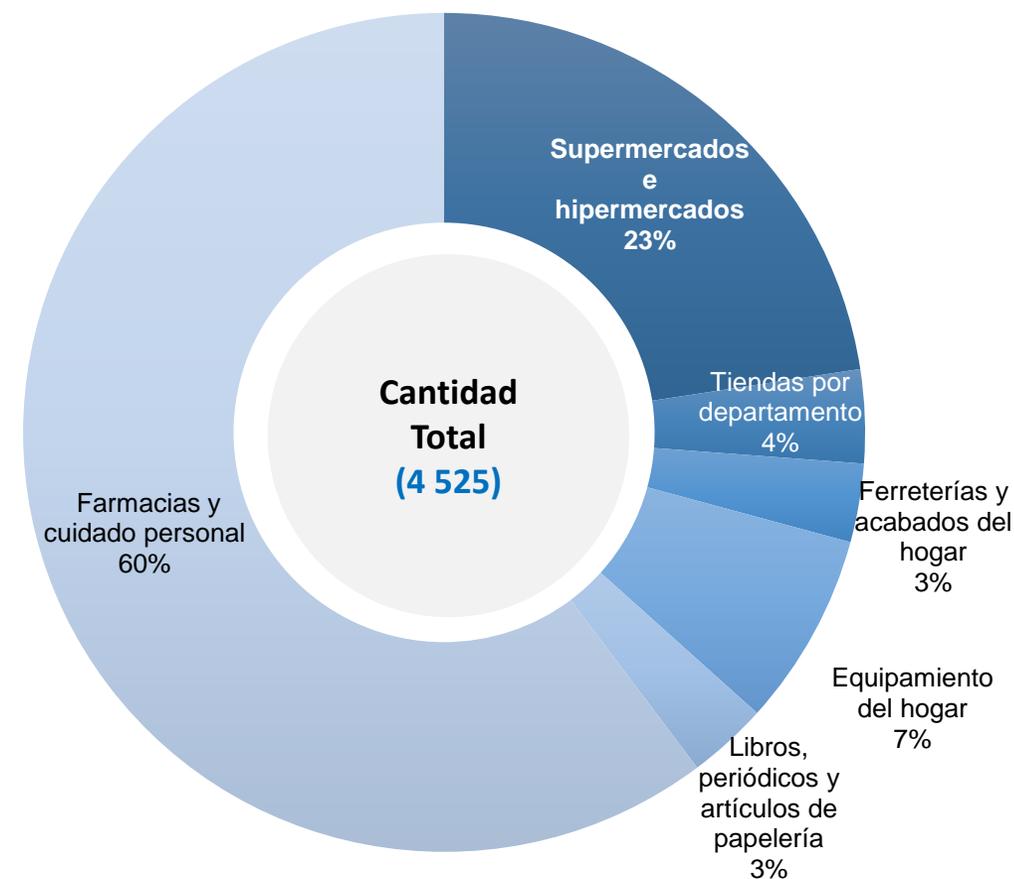
(Cantidad y Variación %)



Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 16

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



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Nivel de empleo disminuye en -1.5% y registra 114 mil 541 puestos de trabajo

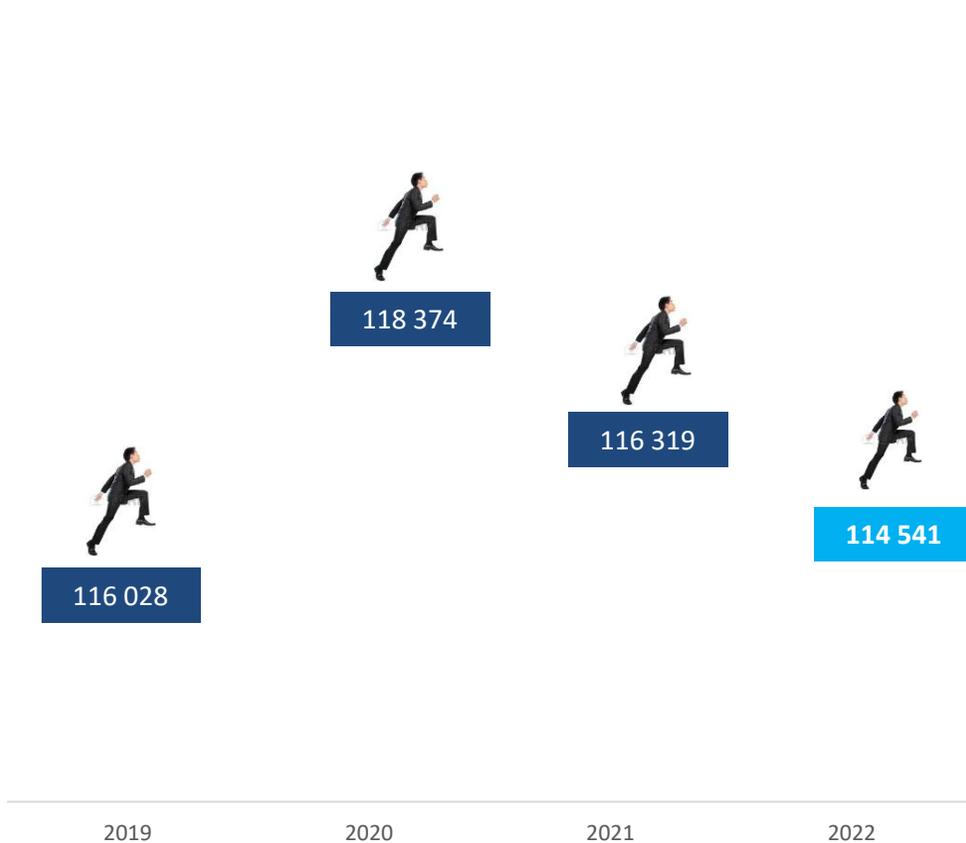


PERÚ

Ministerio de la Producción

Gráfico N° 17

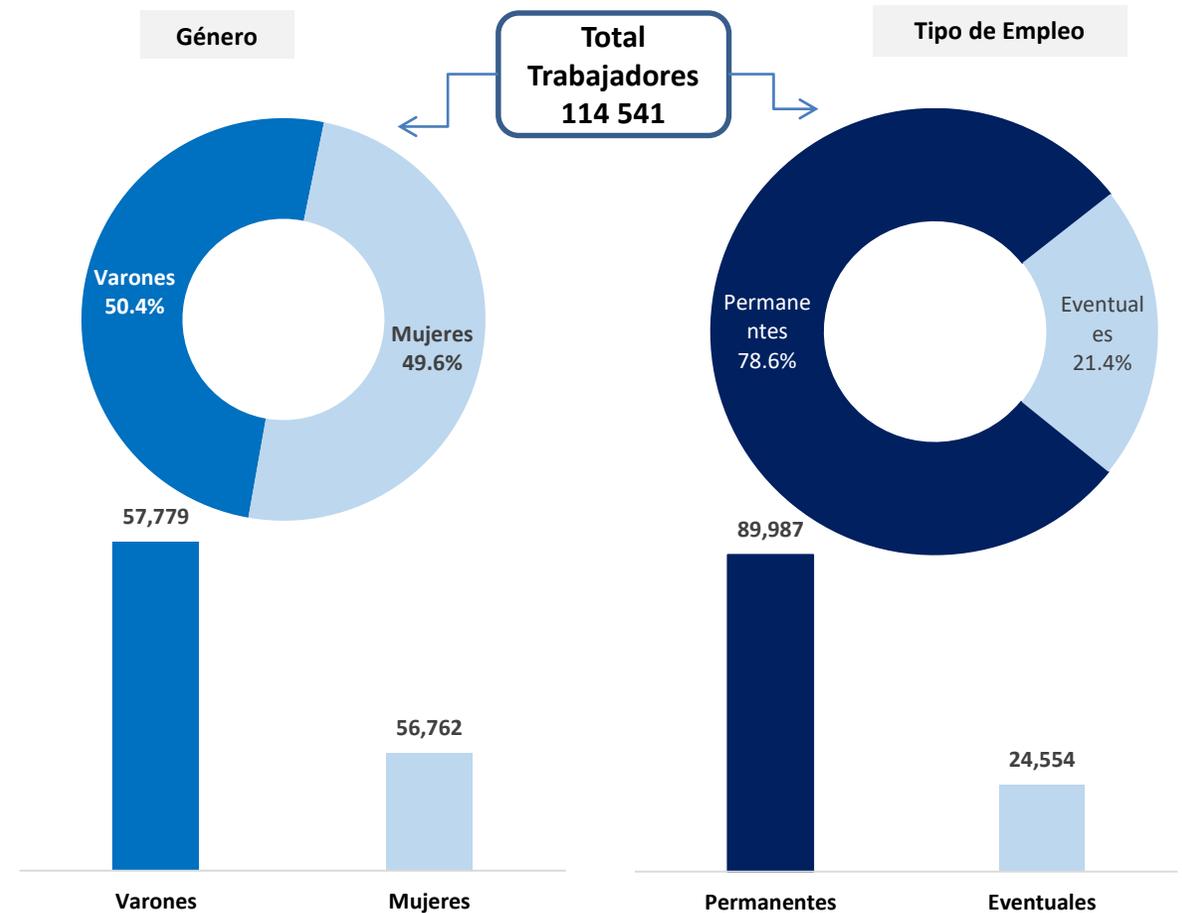
Número de trabajadores en el sector comercio interno
(enero 2019 – enero 2022)



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, enero 2022 (Número y porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)