



## □ [En julio de 2022](#)

- ✓ Las ventas del comercio interno registraron un ligero crecimiento de 1.4% con respecto a julio de 2021 y de 31.6% con respecto a julio de 2019 (pre-pandemia). Con este resultado acumula diecisiete meses de crecimiento continuo, ello impulsado por el crecimiento de la demanda interna cerca del 2% y la apertura de nuevos locales comerciales.
- ✓ Por rubro, el resultado positivo registrado en julio responde al aumento de las ventas en **Supermercados e hipermercados (+1.4%)**, **Farmacias y boticas (+16.5%)** y **Librerías (+66.5%)**. En contraste, este comportamiento fue atenuado parcialmente por la disminución de las ventas en las actividades de Tiendas por departamento (-1.6%), Ferreterías y acabados (-7.2%) y Equipamiento del hogar (-13.8%).
  - **Supermercados e hipermercados** (40.1% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad **registraron un ligero incremento de +1.4%** en julio de 2022, debido a la mayor demanda de alimentos (+8.0%), bebidas y tabaco (+6.6%) y prendas de vestir y calzado (+5.5%).
  - **Libros, periódicos y artículos de papelería** (1.6% de las ventas internas): Esta actividad registró un **importante incremento en +66.5%**. Por noveno mes consecutivo registra un resultado positivo debido, principalmente, por el aumento en la demanda de productos de papelería y artículos de oficina (+82.9%).
  - **Farmacias y boticas** (16.9% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad **augmentaron en +16.5%**, ello responde al incremento en las ventas de productos farmacéuticos y medicinales (+19.2%), y en menor medida, por las ventas de productos de cuidado personal (+6.3%).
  - **Tiendas por departamento** (23.2% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad por tercer mes registró un resultado negativo, pero de menor magnitud, **de -1.6%** en julio de 2022. Ello se explica por las menores ventas de muebles (-14.2%), artículos de uso doméstico (-12.3%) y productos diversos (-2.5%).
  - **Ferreterías y acabados** (12.9% de las ventas internas): En este mes las ventas de esta actividad **disminuyeron en -7.2%**. A nivel de línea de producto, se aprecia una disminución, principalmente, en la ventas de muebles (-25.4%), productos diversos (-8.7%) y artículos de ferretería (-4.7%). Este resultado respondería al ligero descenso en las obras de autoconstrucción de viviendas, ampliación y remodelación de locales comerciales y obras públicas.
  - **Equipamiento del hogar** (5.3% 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 las líneas de artículos de uso doméstico (-15.7%) y muebles (-24.4%).

- **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

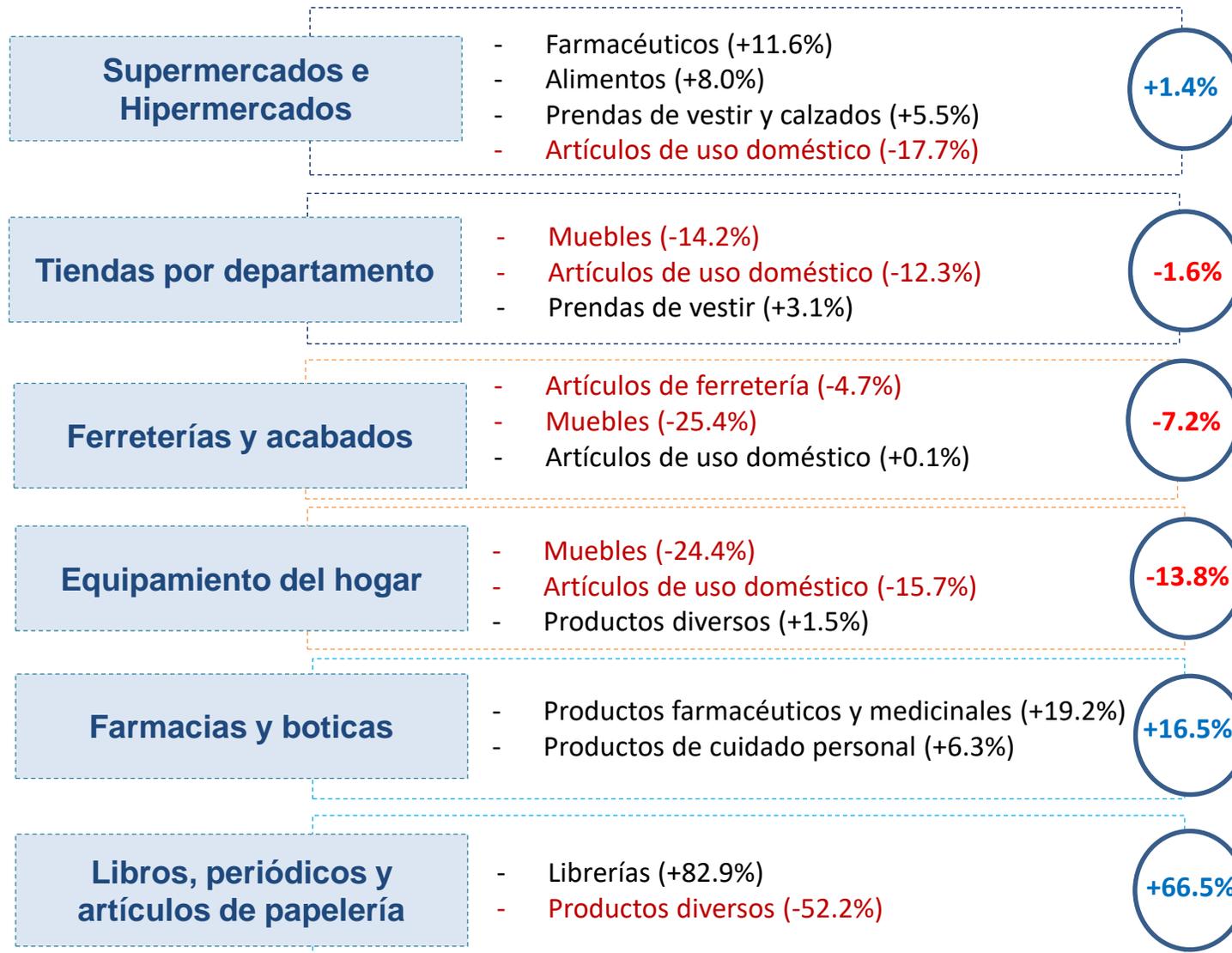


PERÚ

Ministerio  
de la Producción

julio 2022

(Variación porcentual interanual)



*“Las ventas de comercio interno, en el séptimo mes del año mantiene un resultado positivo, incluso ha logrado superar los niveles de pre-pandemia. Ello debido a una recuperación gradual de la demanda interna, 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 julio de 2022, las actividades que incidieron de manera positiva en el ligero crecimiento del comercio interno fueron: Supermercados e hipermercados, Farmacias y boticas, y Librerías.*

*En contraste, atenuó parcialmente este crecimiento la caída de las ventas de las actividades, tales como: Tiendas por departamento (-1.6%), Ferreterías y acabados (-7.2%) y Equipamiento para el hogar (-13.8%), ello debido a una reducción en el consumo de la población por el alza de los precios de los productos.*

# En julio 2022 las ventas de comercio interno **aumentaron en 1.4%**



PERÚ

Ministerio de la Producción

En julio de 2022, las ventas del comercio interno registraron un ligero incremento en 1.4%. Este resultado responde, principalmente, por el aumento en la facturación de los Supermercados e hipermercados (+1.4%), farmacias y boticas (+16.5%) y librerías y artículos de papelería (+66.5%). En contraste, este comportamiento fue atenuado parcialmente por la disminución en las ventas de las Tiendas por departamento (-1.6%), Equipamiento del hogar (-13.8%) y ferreterías y acabados (-7.2%).

## Gráfico Nº 1

### Desempeño de las ventas internas según Grupo y Clase CIU<sup>1/</sup>, Julio 2022

(Millones de soles a precios corrientes)

CIU (a)	Actividad	Jul-21	Jul-22	Var % Jul (22/21)
	<b>Total</b>	<b>4,540</b>	<b>4,603</b>	<b>1.4</b>
4711	Supermercados e hipermercados	1,822	1,848	1.4 ▲
4719	Tiendas por departamentos <sup>1/</sup>	1,085	1,067	-1.6 ▼
4752	Ferreterías y acabados	640	593	-7.2 ▼
4759	Equipamiento del hogar	283	244	-13.8 ▼
4772	Farmacias y boticas	666	776	16.5 ▲
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	45	74	66.5 ▲

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

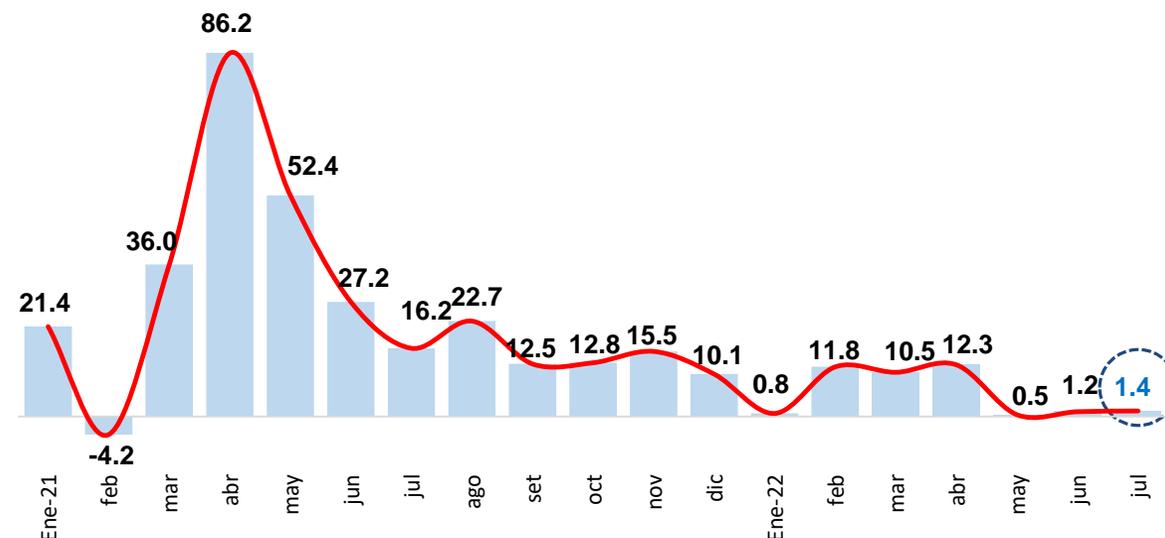
<sup>1/</sup> Las ventas internas corresponden al comercio interno de (Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas) y representan aprox. el 98.5% del total; se excluye las ventas al por menor de combustibles de la actividad CIU 4730.

<sup>2/</sup> 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 **aumentaron en 1.4%**

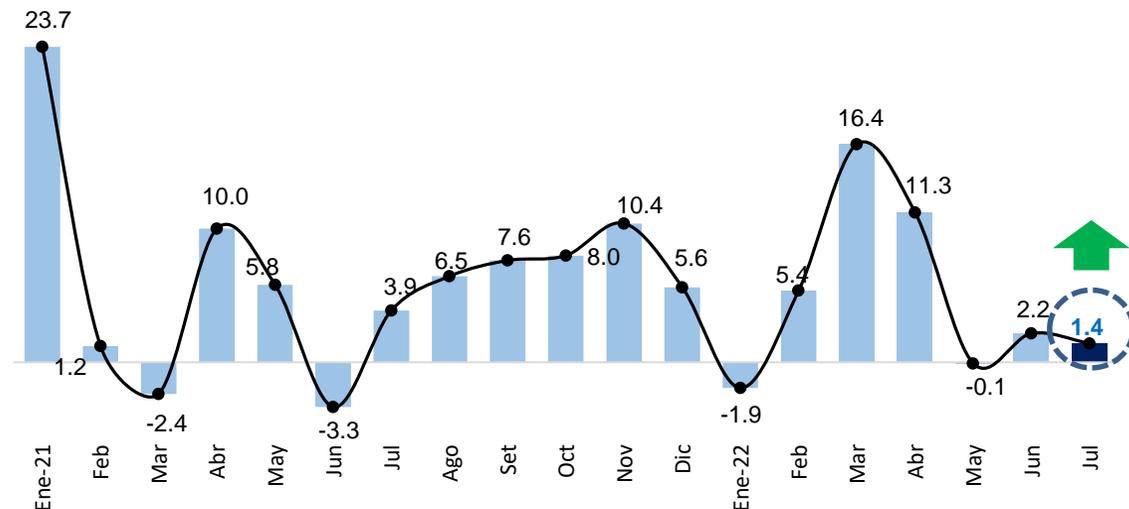
Las ventas en los **supermercados e hipermercados** registraron un ligero **aumento interanual de +1.4%** en julio de 2022. Este resultado se explica por el aumento en las ventas de productos como alimentos (+8.0%), bebidas y tabaco (+6.6%), farmacéuticos y cosméticos (+11.6%) y prendas de vestir (+5.5%).

En contraste, se aprecia una disminución en las ventas de artículos de uso doméstico (-17.7%) y productos diversos (-6.3%).

## Gráfico N° 3

### Evolución de las ventas de supermercados e hipermercados

(Variación porcentual interanual)

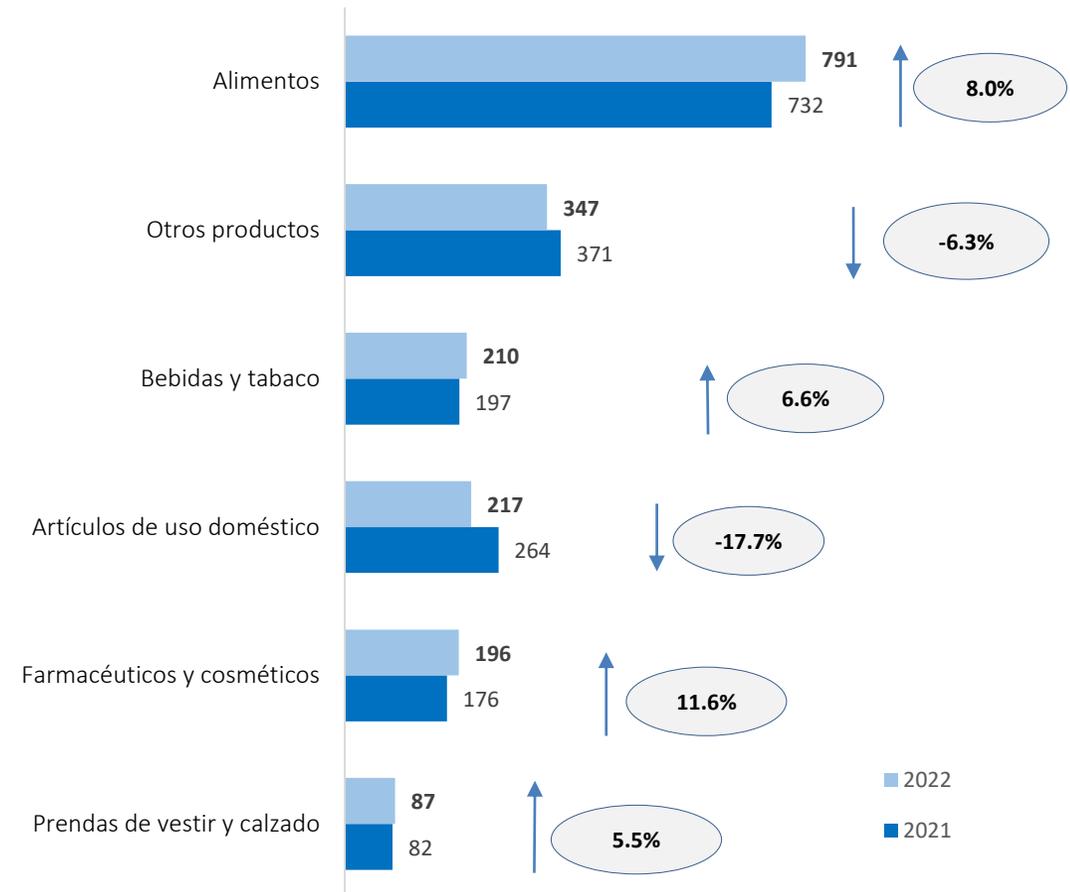


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

## Gráfico N° 4

### Ventas por líneas de productos, julio 2021 y julio 2022

(Millones de soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

# Ventas de tiendas por departamento **disminuyeron en 1.6%**

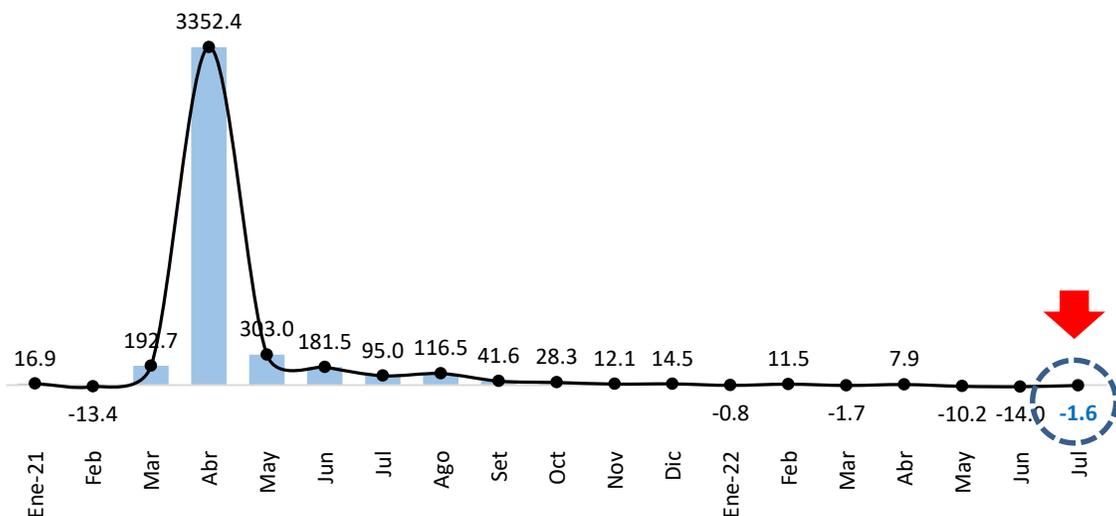
En julio de 2022, las ventas en las **tiendas por departamento** registraron una disminución de **-1.6% interanual**, explicado por las menores ventas de muebles (-14.2%), artículos de uso doméstico (-12.3%) y productos diversos (-2.5%). Ello debido a que los consumidores vienen priorizando la compra de alimentos.

En contraste, este comportamiento fue atenuado por el incremento en las ventas de la línea de prendas vestir, calzado y accesorios (+3.1%) y productos farmacéuticos y cosméticos (+42.1%).

## Gráfico Nº 3

### Evolución de las ventas de tiendas por departamento

(Variación porcentual interanual)

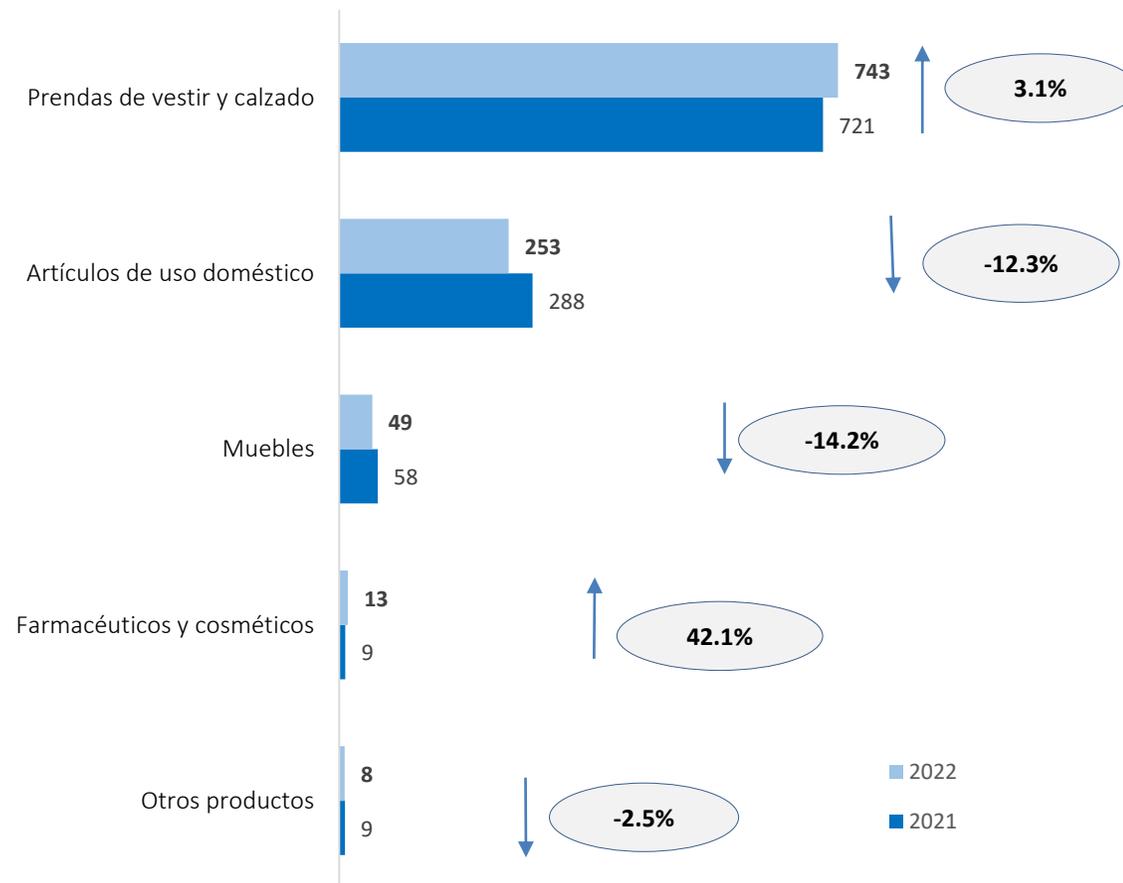


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

## Gráfico Nº 4

### Ventas por líneas de productos, julio 2021 y julio 2022

(Millones de soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

# Ferreterías y acabados disminuyeron sus ventas en 7.2%

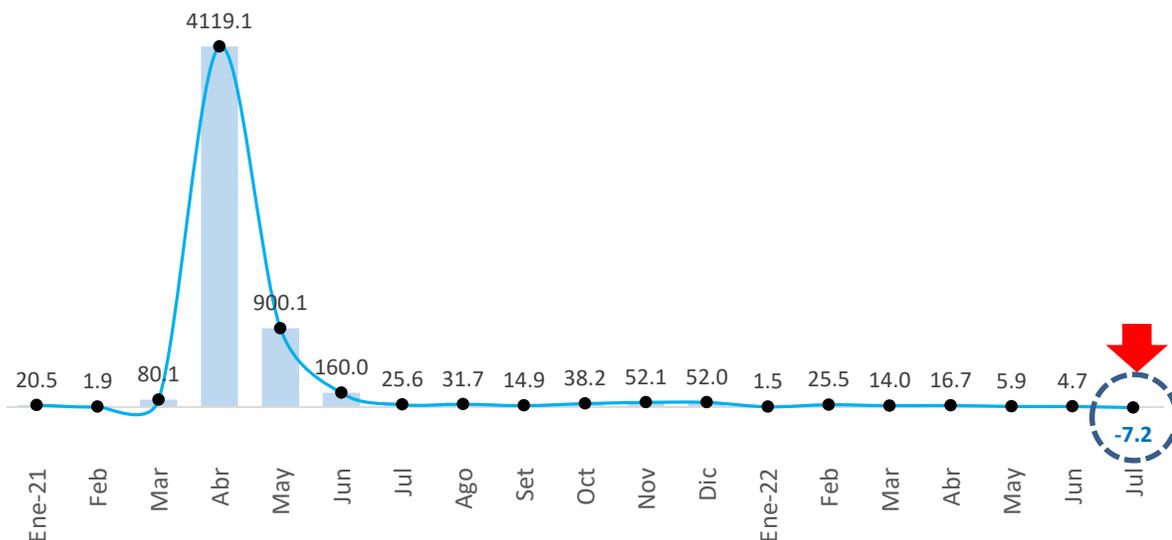
En julio de 2022, las ventas de productos de la actividad de **ferreterías y acabados** disminuyeron en **-7.2%** con respecto a similar mes del año 2021. Este resultado responde a la disminución registrada en las líneas de artículos de ferretería (-4.7%), muebles (-25.4%) y otros productos (-8.7%); ello se explicaría por la reducción en la demanda de las actividades del sector construcción.

En contraste, este comportamiento fue atenuado parcialmente por el ligero aumento en las ventas de la línea de artículos de uso doméstico (+0.1%).

## Gráfico N° 5

### Evolución de las ventas de ferreterías y acabados

(Variación porcentual interanual)

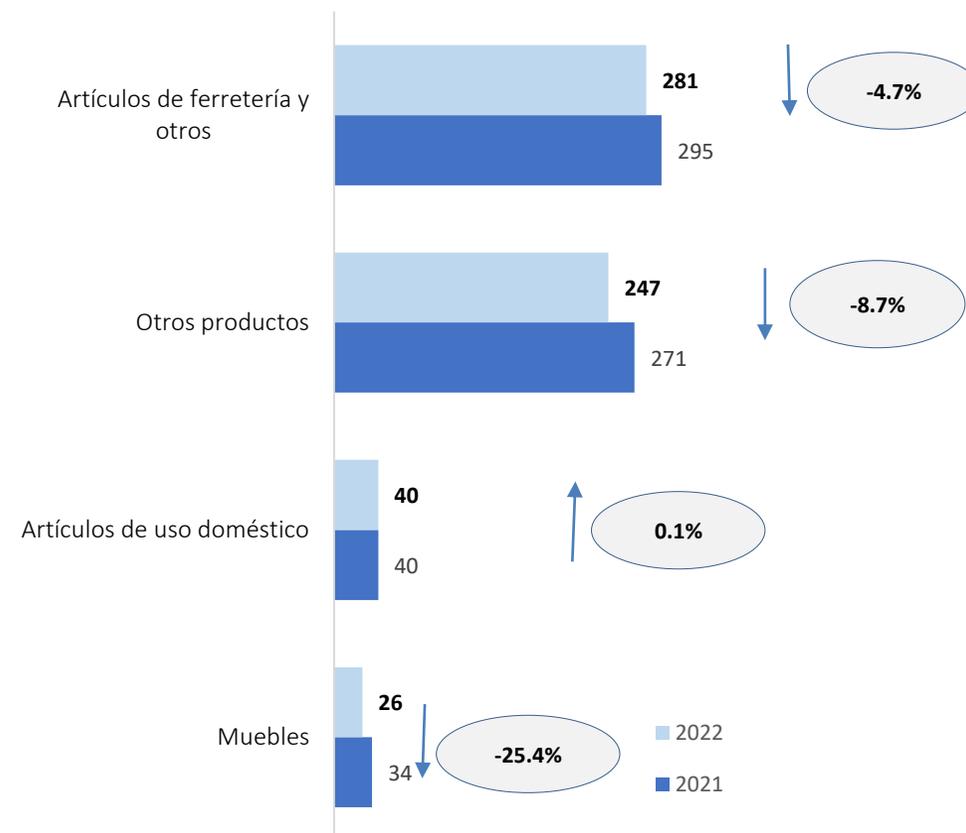


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

## Gráfico N° 6

### Ventas por líneas de productos, julio 2021 y julio 2022

(Millones de Soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

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

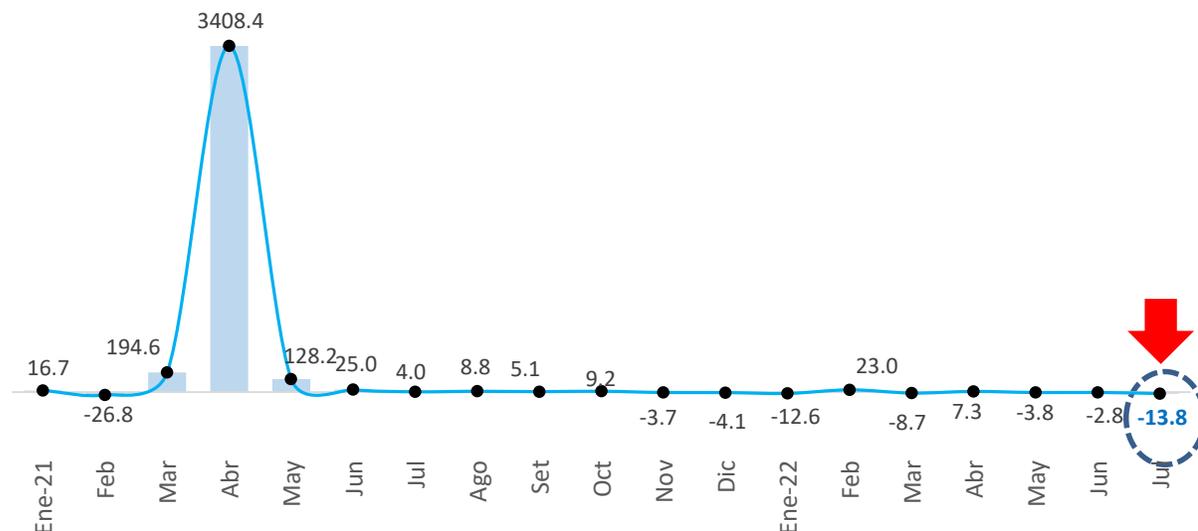
En julio de 2022, las ventas de productos de la actividad de **equipamiento del hogar disminuyeron en 13.8%** con respecto a similar mes del año anterior. Este resultado responde a las menores ventas registradas en las líneas de artículos domésticos (-15.7%) y muebles (-24.4%); afectado por la menor demanda local.

En contraste, dicho comportamiento fue atenuado parcialmente por un leve incremento en las ventas de la línea de otros productos (+1.5%).

## Gráfico Nº 7

### Evolución de las ventas de equipamiento del hogar

(Variación porcentual interanual)

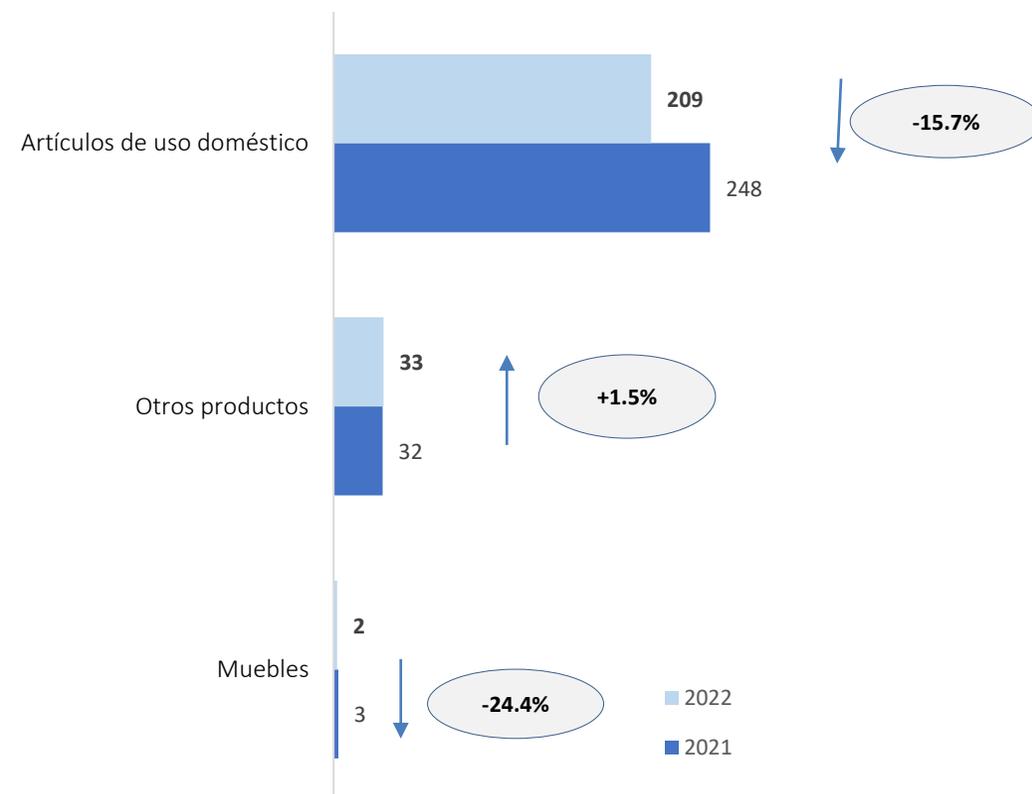


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

## Gráfico Nº 8

### Ventas por líneas de productos, julio 2021 y julio 2022

(Millones de Soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

# Ventas de farmacias y boticas **aumentaron en 16.5%**

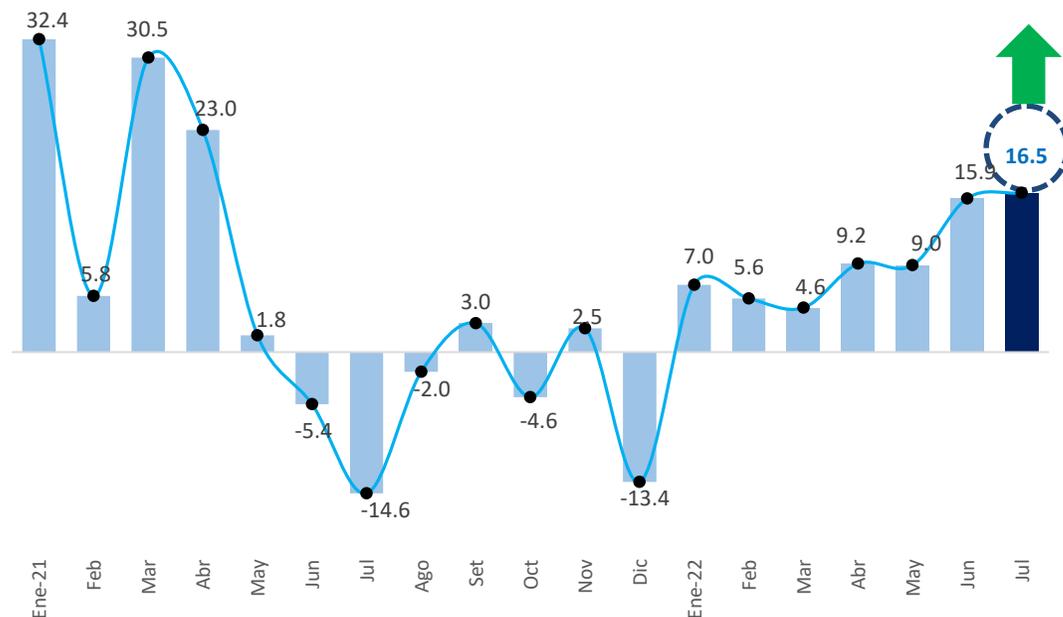


En julio de 2022, las ventas de farmacias y boticas **aumentaron en 16.5%** con respecto a igual mes del año previo. Este resultado se explica por un aumento en la demanda de productos para el cuidado de la salud; donde se observa el aumento en las ventas de productos farmacéuticos y medicinales (+19.2%), así como, de productos de cuidado personal (+6.3%).

## Gráfico N° 9

### Evolución de las ventas de farmacias y boticas

(Variación porcentual interanual)

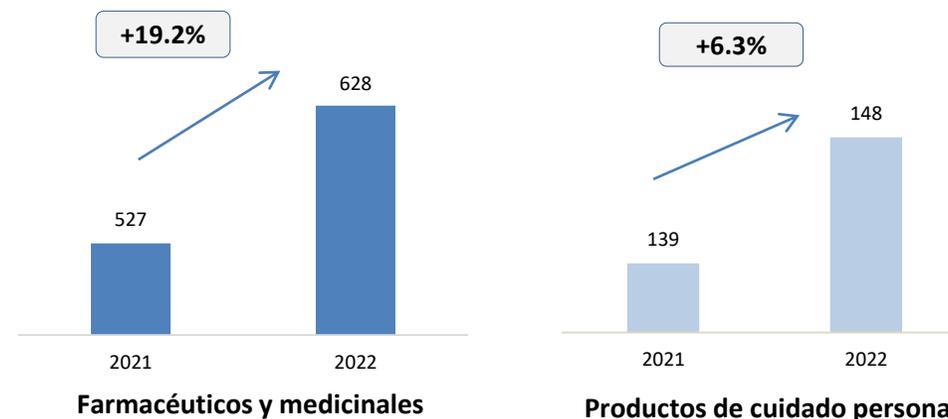


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

## Gráfico N° 10

### Ventas por líneas de productos, julio 2021 y julio 2022

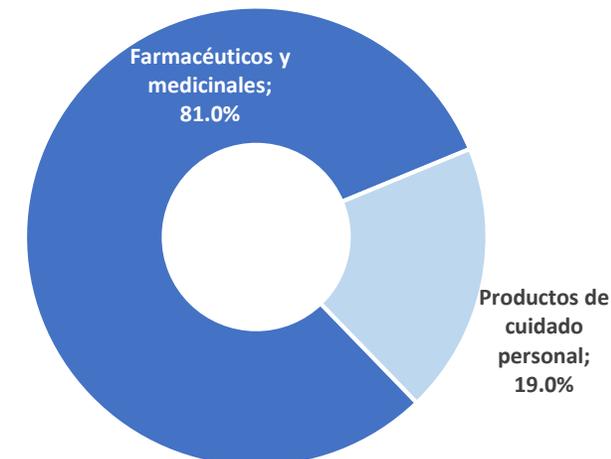
(Millones de Soles y Var.% interanual)



## Gráfico N° 11

### Participación de las ventas por líneas de productos, julio 2022

(Porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

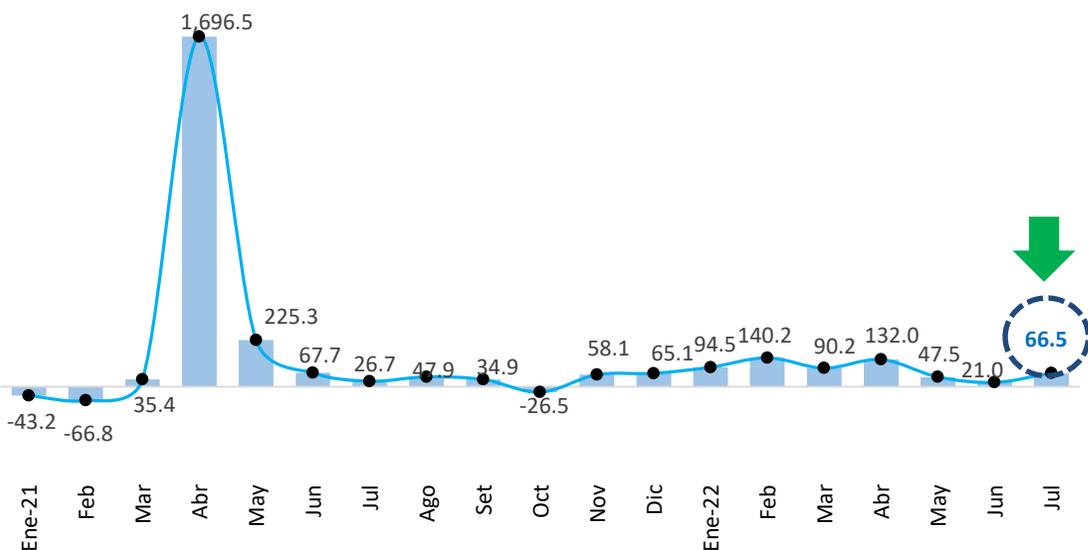
# Ventas de libros, periódicos y artículos de papelería aumentaron en 66.5%

Las ventas de la actividad de **libros, periódicos y artículos de papelería**, en julio de 2022, registró un importante aumento en (+66.5%). Este resultado responde al incremento en la demanda de productos de librerías (libros, cuadernos, papelería, entre otros productos) impulsado por las campañas publicitarias y electorales. En contraste, este desempeño fue atenuado ligeramente por la disminución de productos diversos (-52.2%).

## Gráfico N° 12

### Evolución de las ventas de libros, periódicos y artículos de papelería

(Variación porcentual interanual)

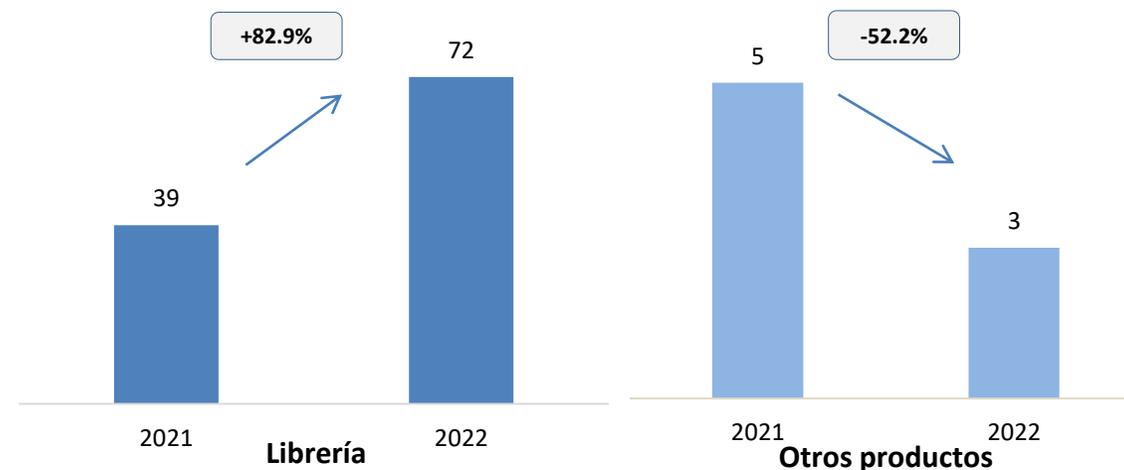


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

## Gráfico N° 13

### Ventas por líneas de productos, julio 2021 y julio 2022

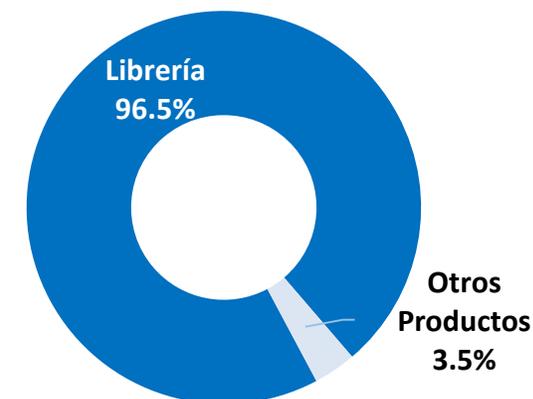
(Millones de Soles y Var.% interanual)



## Gráfico N° 14

### Participación de las ventas por líneas de producto, julio 2022

(Porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

# Tiendas: Número de tiendas **aumentó 4.2%** en julio de 2022



PERÚ

Ministerio de la Producción

## Actividades

Número de aperturas (+) y cierres (-) de tiendas en julio 2022<sup>1/</sup>

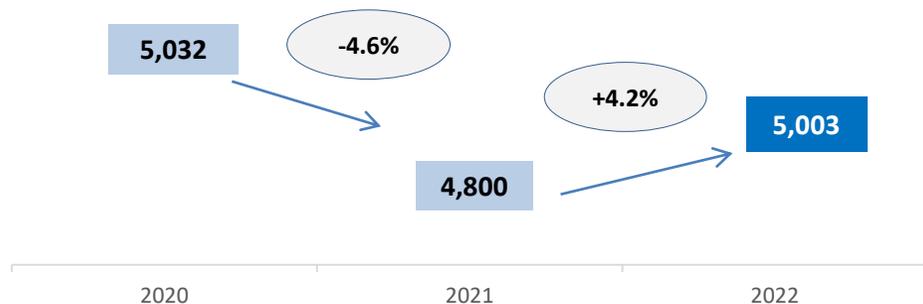
Supermercados e hipermercados	-35
Tiendas por departamento	32
Ferreterías y acabados del hogar	40
Equipamiento del hogar	-9
Libros, periódicos y artículos de papelería	-13
Farmacias y boticas	188

1/ En relación a similar mes del año anterior

## Gráfico Nº 15

### Evolución del número de tiendas del comercio interno: jul 2020 – jul 2022

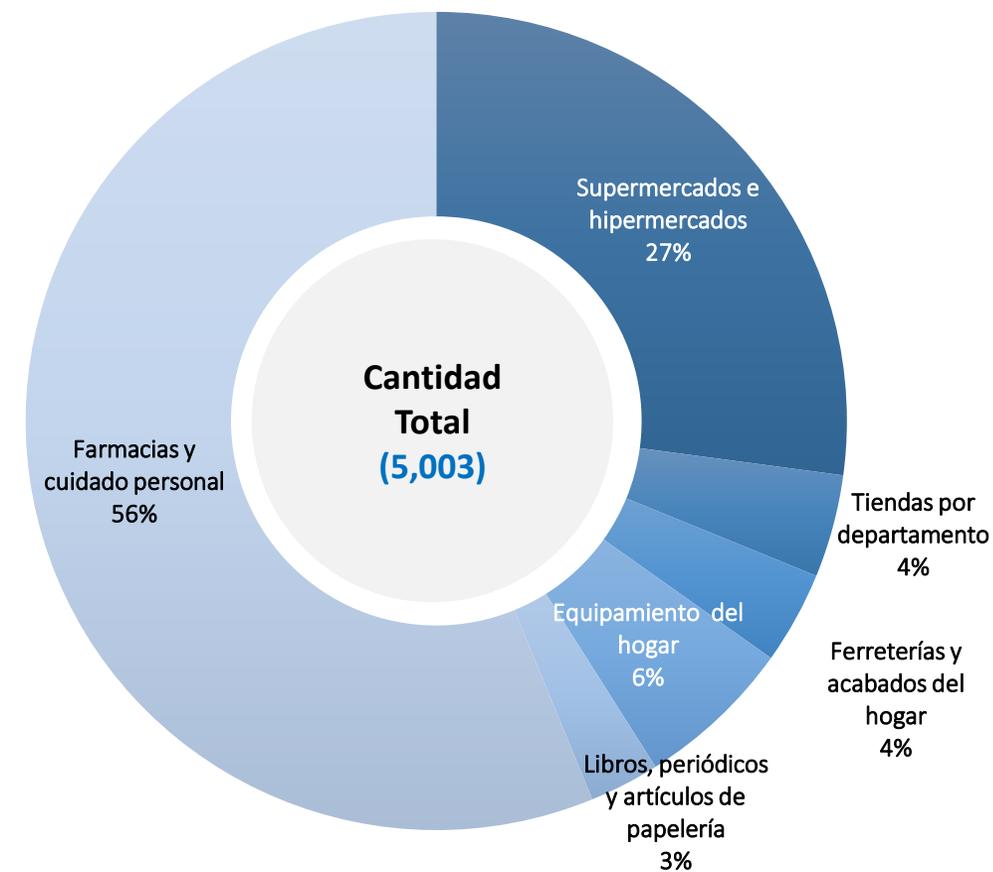
(Cantidad y Variación %)



Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

## Gráfico Nº 16

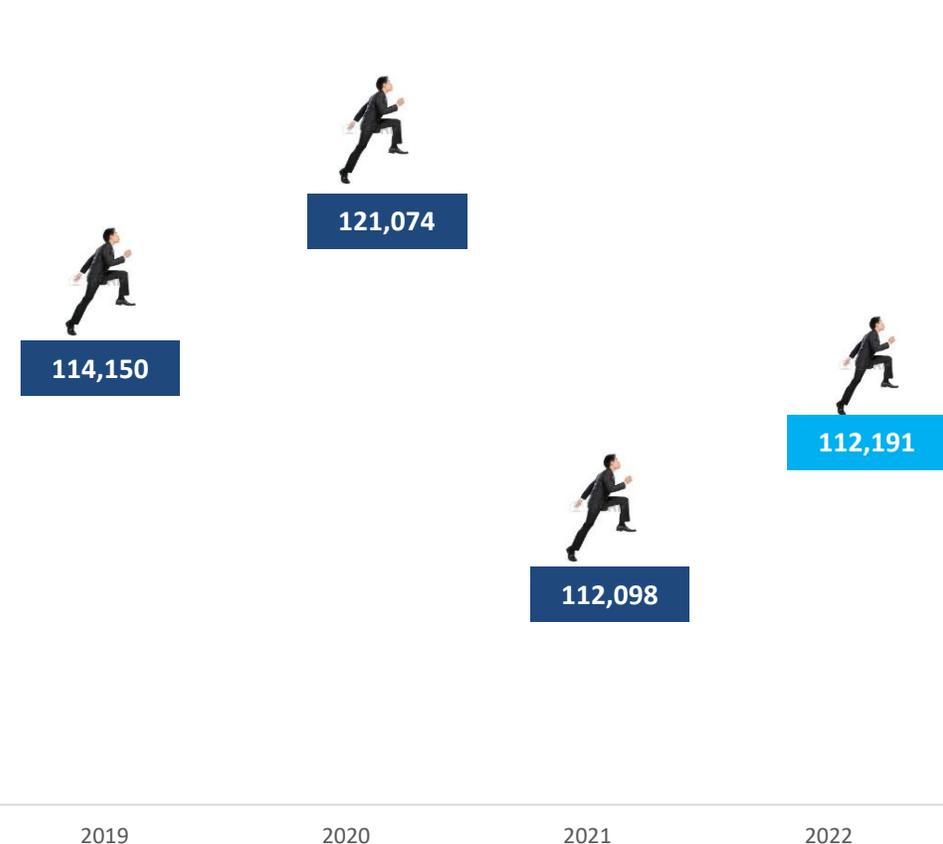
Participación del total de tiendas por actividad, julio 2022 (Porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Gráfico N° 17

## Número de trabajadores en el sector comercio interno (julio 2019 – julio 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, julio 2022 (Número y porcentaje)

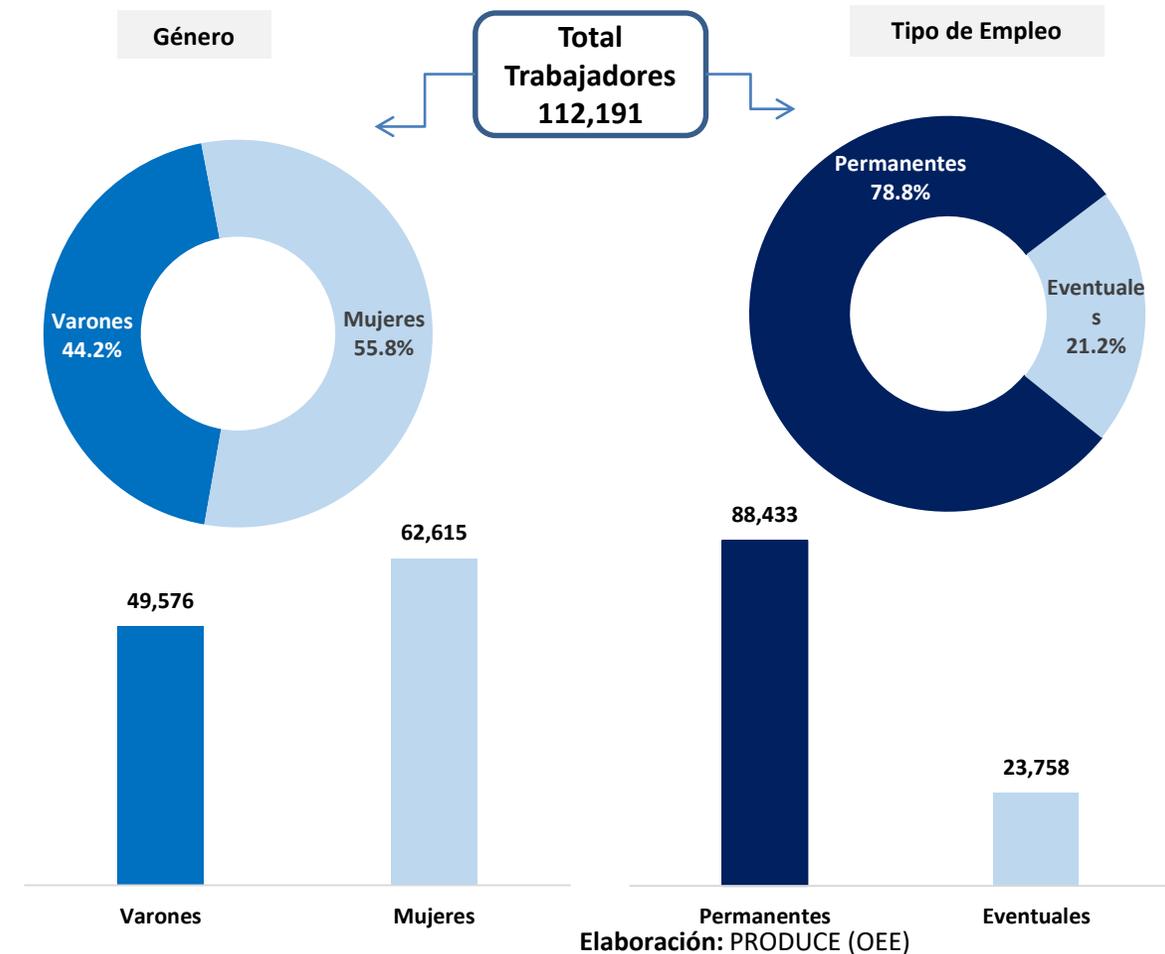


Tabla Nº 1

## Comercio Interno por actividades, 2020-2022

(Variación porcentual interanual)

Actividad	Var. % Interanual				Var.% Acum.			
	Jul 20/19	Jul 21/20	Jul 22/19	Jul 22/21	Ene – Jul (20/19)	Ene – Jul (21/20)	Ene – Jul (22/19)	Ene – Jul (22/21)
<b>Total Comercio Interno</b>	<b>11.7</b>	<b>16.2</b>	<b>31.6</b>	<b>1.4</b>	<b>-10.4</b>	<b>290</b>	<b>21.5</b>	<b>5.1</b>
Supermercados e Hipermercados	24.8	3.9	31.5	<b>1.4</b>	13.9	5.0	25.2	<b>4.7</b>
Tiendas por departamento	-18.3	95.0	56.8	<b>-1.6</b>	-43.3	1202	21.7	<b>-2.5</b>
Ferreterías y acabados del hogar	7.1	25.6	24.7	<b>-7.2</b>	-34.5	861	31.5	<b>7.9</b>
Equipamiento del hogar	11.3	4.0	-0.2	<b>-13.8</b>	-27.8	54.2	7.2	<b>-3.7</b>
Libros, periódicos y artículos de papelería	-33.4	26.7	40.5	<b>66.5</b>	-38.0	2.4	17.5	<b>85.2</b>
Farmacias y boticas	22.1	-14.6	21.5	<b>16.5</b>	-5.7	8.3	11.9	<b>9.6</b>

**Fuente:** Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

**Elaboración:** PRODUCE (OEE)

- ✓ En el acumulado de enero a julio de 2022, las ventas del comercio interno registran un avance de 5.1% 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 julio 2022 tenemos a: **Libros, periódicos y artículos de papelería** (+85.2%) y **Ferreterías y acabados del hogar** (+7.9%).
- ✓ Así también en este periodo crecieron, en menor medida, las ventas de los Supermercados e hipermercados (+4.7%) y Farmacias y boticas (+9.6%). No obstante, se aprecia una ligera disminución en la actividad de Tiendas por departamento (-2.5%).
- ✓ En cuanto a la actividad de **libros, periódicos y artículos de papelería**, el importante crecimiento que mantiene este año 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)