



PERÚ

Ministerio
de la Producción

PRODUCE
produce.gob.pe



Reporte Coyuntural

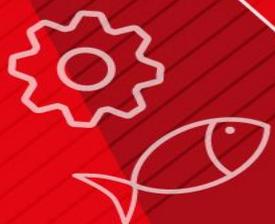
Comercio Interno

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

Mayo 2022

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

Lima, Julio 2022



PRODUCE
Ministerio de la Producción

□ [En mayo de 2022](#)

- ✓ Las ventas del comercio interno registraron un ligero crecimiento de 0.7% con respecto a mayo de 2021 y de 16.3% con respecto a mayo de 2019 (pre-pandemia). Con este resultado acumula cuatros meses de crecimiento continuo, ello impulsado por la recuperación gradual del sector construcción y el ligero incremento de la demanda interna alrededor del 2%.
- ✓ Por rubro, el resultado registrado en mayo responde al aumento de las ventas en **Ferreterías y acabados (+10.8%)**, **Farmacias y boticas (+9.1%)** y **Librerías (+72.9%)**. En contraste, este resultado positivo fue atenuado parcialmente por la caída que experimentó las actividades de Supermercados e hipermercados (-1.0%), Tiendas por departamento (-10.2%) y Equipamiento del hogar (-6.8%).
 - **Ferreterías y acabados** (14.5% de las ventas internas): En este mes las ventas de esta actividad se **incrementaron en +10.8%**. A nivel de línea de producto, se aprecia un incremento, principalmente, en los artículos de uso doméstico (+30.3%), productos diversos (+7.7%) y artículos de ferretería (+16.7%). Este resultado fue impulsado por el aumento en obras de autoconstrucción de viviendas, ampliación y remodelación de locales comerciales y obras públicas.
 - **Libros, periódicos y artículos de papelería** (1.6% de las ventas internas): Esta actividad registró un **importante incremento en +72.9%**. Por séptimo mes consecutivo experimenta un resultado positivo debido al aumento en la demanda de productos de papelería y artículos de oficina (+101.8%).
 - **Farmacias y boticas** (18.2% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad **aumentó en +9.1%**, ello responde a las mayores ventas de productos farmacéuticos y medicinales (+12.7%). En contraste, fue atenuado parcialmente por la disminución en las ventas de productos de cuidado personal (-4.5%).
 - **Supermercados e hipermercados** (41.5% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad **registraron una ligera disminución de -1.0%** en mayo de 2022, debido a la menor demanda de artículos de uso doméstico (-15.4%), prendas de vestir (-5.4%) y productos diversos (-0.8%).
 - **Tiendas por departamento** (18.2% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad **experimentaron una disminución de -10.2%** en mayo de 2022. Ello responde a una disminución en las ventas de prendas de vestir y calzados (-32.3%) y muebles (-14.8%).
 - **Equipamiento del hogar** (6.0% de las ventas internas): Esta actividad **registró una disminución de las ventas en -6.8%**. A nivel de línea de producto, se aprecia menores ventas de las líneas de artículos de uso doméstico (-7.0%), productos diversos (-5.7%) y muebles (-3.9%).

- **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

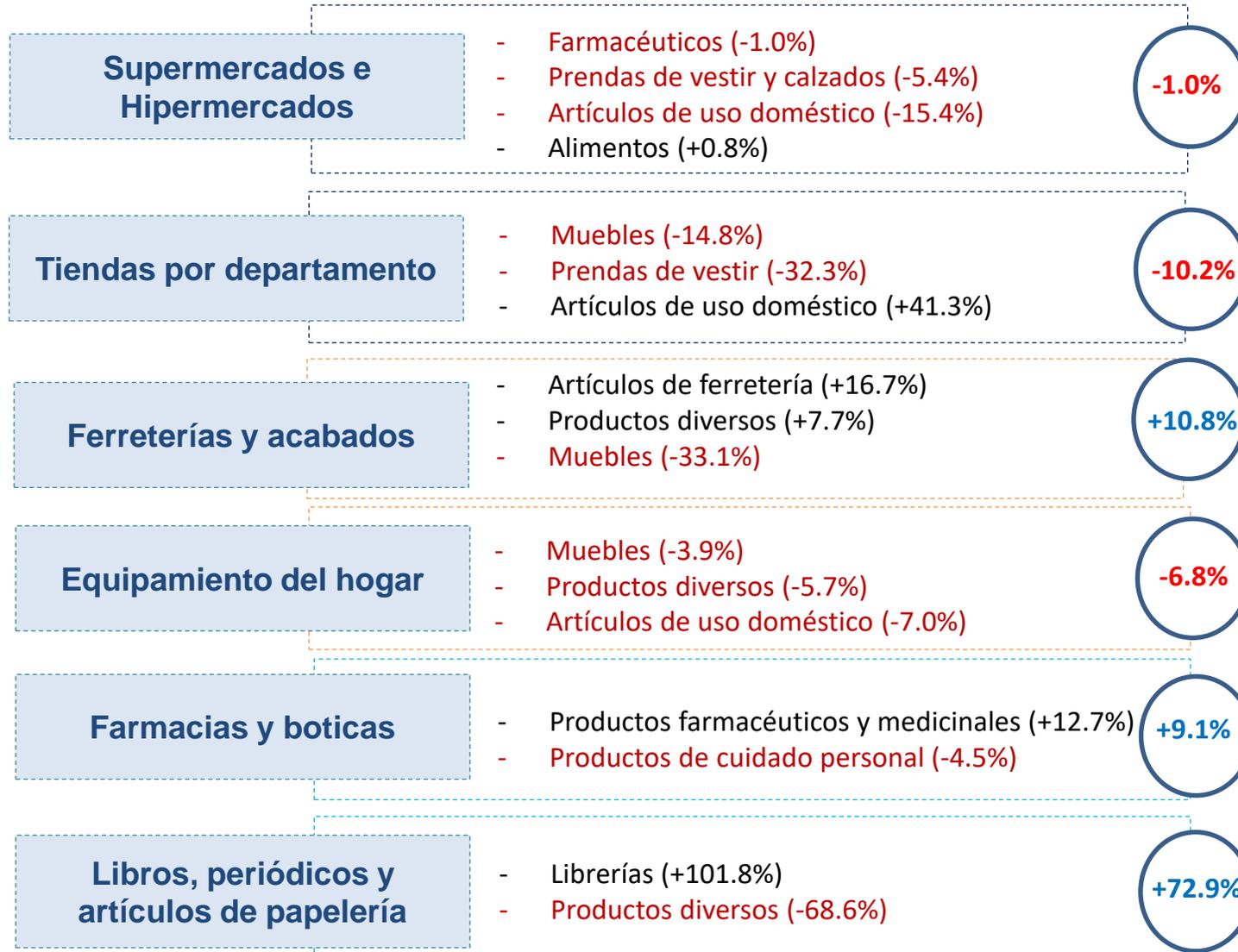


PERÚ

Ministerio de la Producción

Mayo 2022

(Variación porcentual interanual)



“Las ventas de comercio interno, por cuarto mes consecutivo experimenta un resultado positivo, debido a una recuperación gradual de la demanda interna y del sector construcción, ello a pesar del alza de los precios de los productos de mayor consumo de la población”.

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

En contraste, atenuó parcialmente este crecimiento el rubro de Supermercados e hipermercados (-1.0%), Tiendas por departamento (-10.2%) y Equipamiento para el hogar (-6.8%), debido a una reducción en la demanda de la población por el alza de los precios.

En mayo 2022 las ventas de comercio interno **aumentaron en 0.7%**



PERÚ

Ministerio de la Producción

En mayo de 2022, las ventas del comercio interno experimentaron un ligero incremento de 0.7%. Este resultado responde, principalmente, por el aumento en la facturación de farmacias y boticas (+9.1%), librerías y artículos de papelería (+72.9%) y ferreterías y acabados (+10.8%). En contraste, este comportamiento fue atenuado parcialmente por la disminución en las ventas de los Supermercados e hipermercados (-1.0%), Tiendas por departamento (-10.2%) y Equipamiento del hogar (-6.8%).

Gráfico N° 1

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

(Millones de soles a precios corrientes)

CIU (a)	Actividad	May-21	May-22	Var. % May (22/21)
	Total	3,857	3,882	0.7
4711	Supermercados e hipermercados	1,626	1,609	-1.0
4719	Tiendas por departamentos ^{1/}	788	708	-10.2
4752	Ferreterías y acabados	509	564	10.8
4759	Equipamiento del hogar	251	234	-6.8
4772	Farmacias y boticas	648	707	9.1
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	35	61	72.9

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

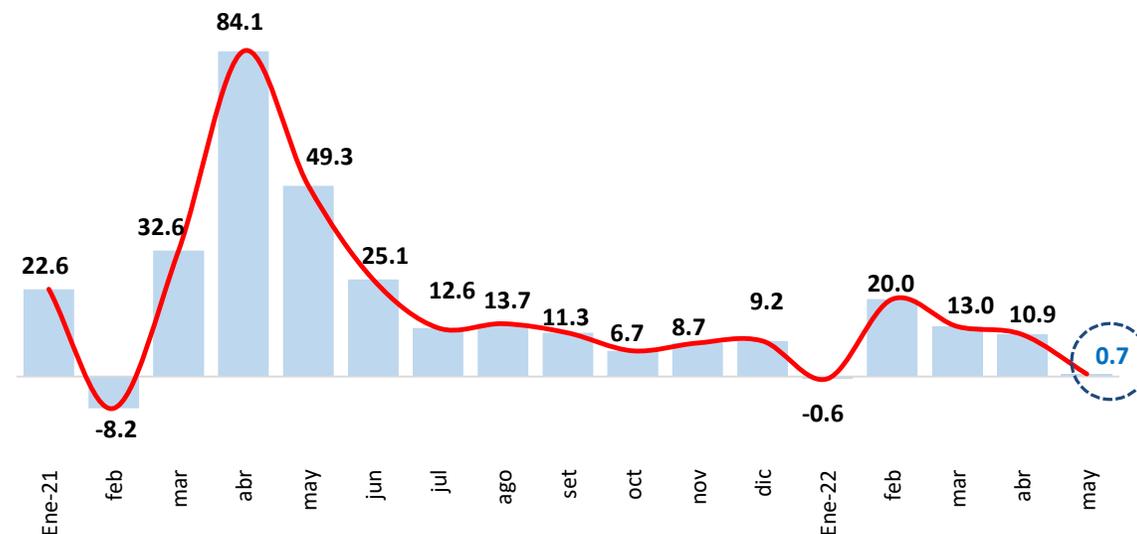
^{1/} Las ventas internas corresponden al comercio interno de (Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas) y representan aprox. el 98.5% del total; se excluye las ventas al por menor de combustibles de la actividad CIU 4730.

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

Gráfico N° 2

Evolución mensual de las ventas del comercio interno

(Variación porcentual interanual)



Ventas de supermercados e hipermercados **disminuyeron en -1.0%**



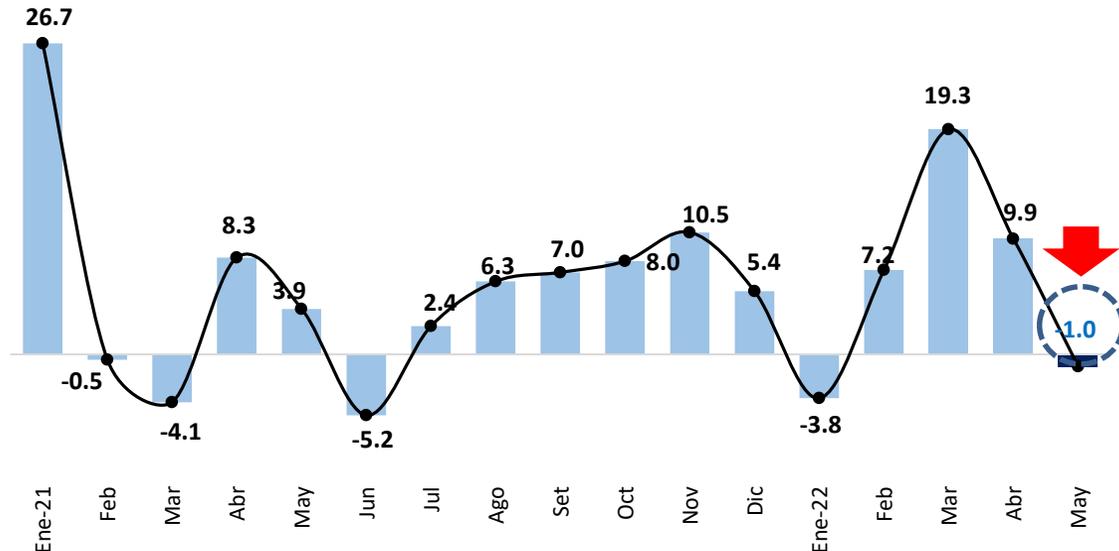
Las ventas en los **supermercados e hipermercados** registraron una ligera **disminución interanual de -1.0%** en mayo de 2022. Este resultado es explicado por la reducción en la demanda de productos como artículos de uso doméstico (-15.4%), productos diversos (-0.8%), farmacéuticos y cosméticos (-1.0%) y prendas de vestir (-5.4%).

En contraste, se aprecia un incremento en las ventas de alimentos (+0.8%) y bebidas y tabaco (+12.7%), impulsado por el Día de la Madre.

Gráfico N° 3

Evolución de las ventas de supermercados e hipermercados

(Variación porcentual interanual)

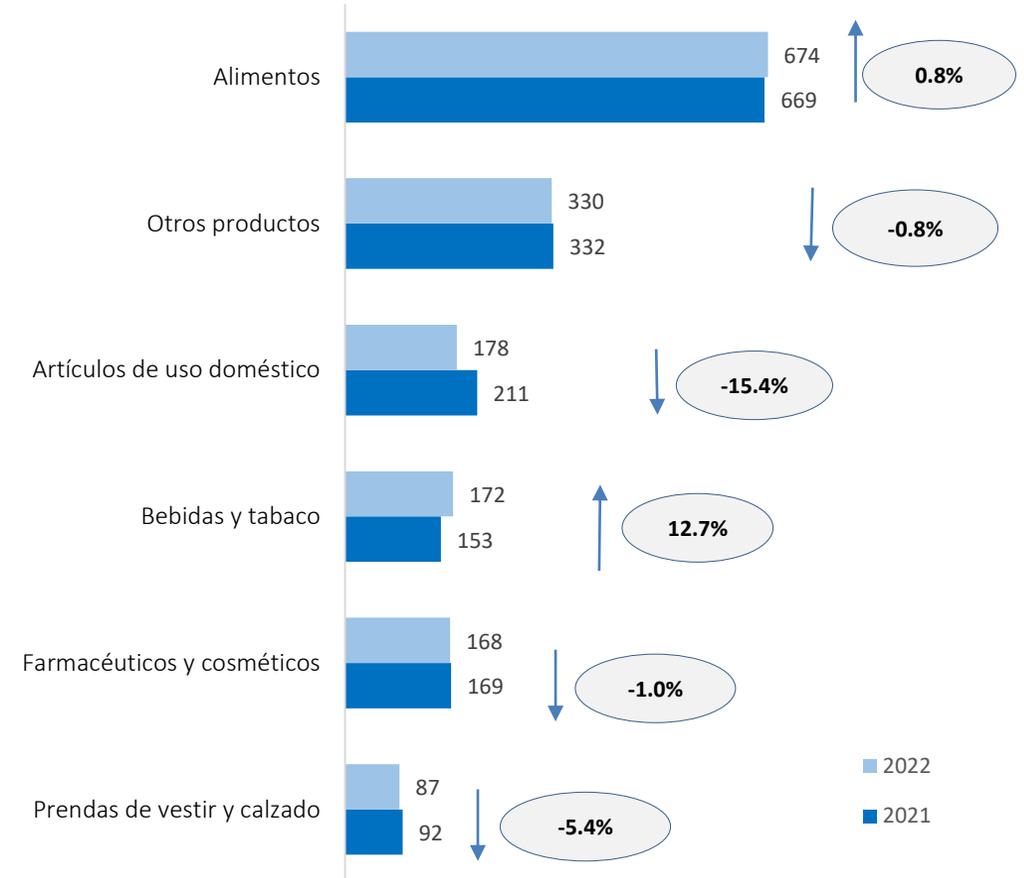


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico N° 4

Ventas por líneas de productos, mayo 2021 y mayo 2022

(Millones de soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Ventas de tiendas por departamento **disminuyeron en -10.2%**

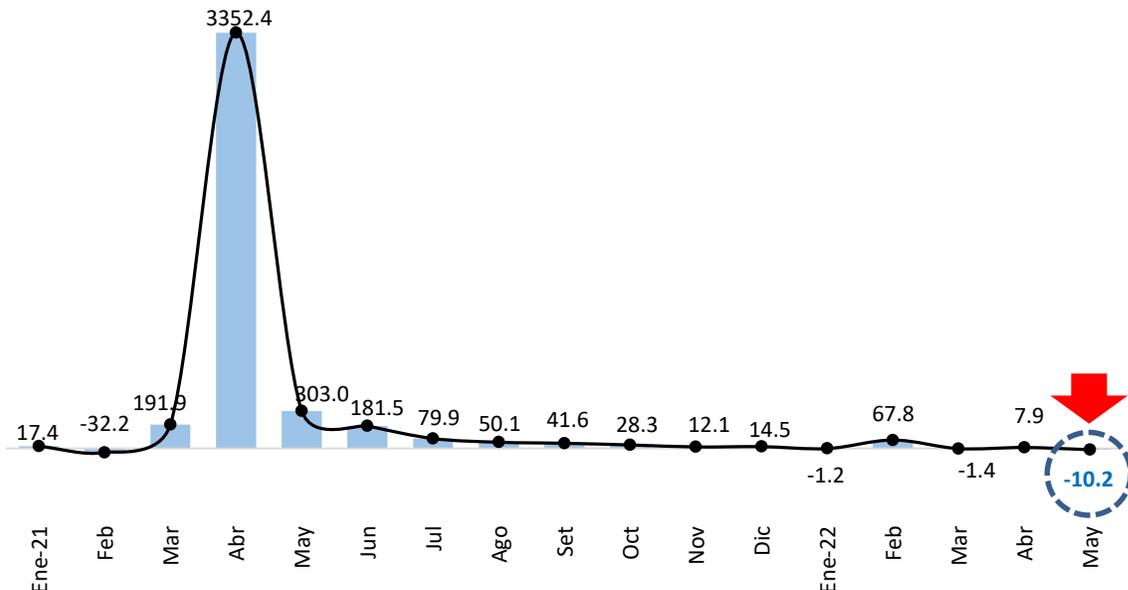
En mayo de 2022, las ventas en las **tiendas por departamento** registraron una disminución de **-10.2% interanual**, explicado por las menores ventas de artículos de prendas de vestir, calzado y accesorios (-32.3%) y muebles (-14.8%).

En contraste, atenuó este comportamiento el incremento registrado en la línea de artículos de uso doméstico (+41.3%), productos diversos (+37.6%) y productos farmacéuticos y cosméticos (+60.7%).

Gráfico N° 3

Evolución de las ventas de tiendas por departamento

(Variación porcentual interanual)

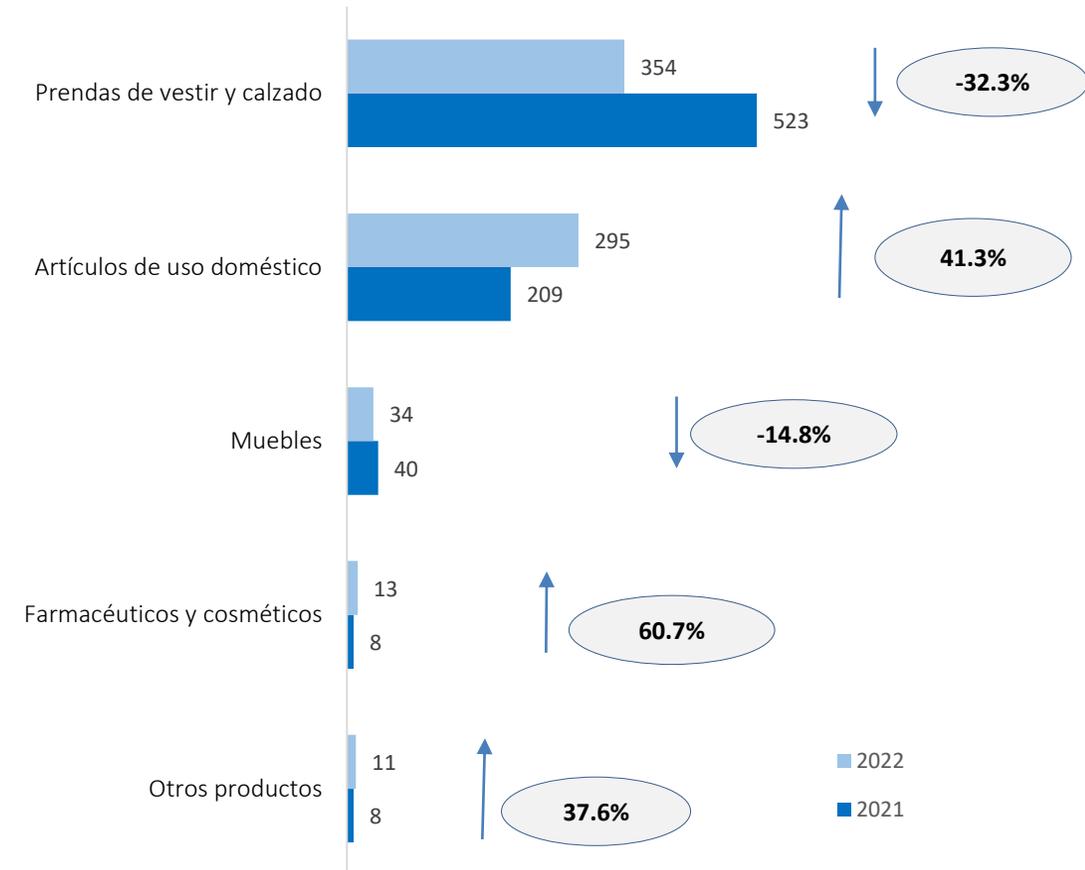


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico N° 4

Ventas por líneas de productos, mayo 2021 y mayo 2022

(Millones de soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

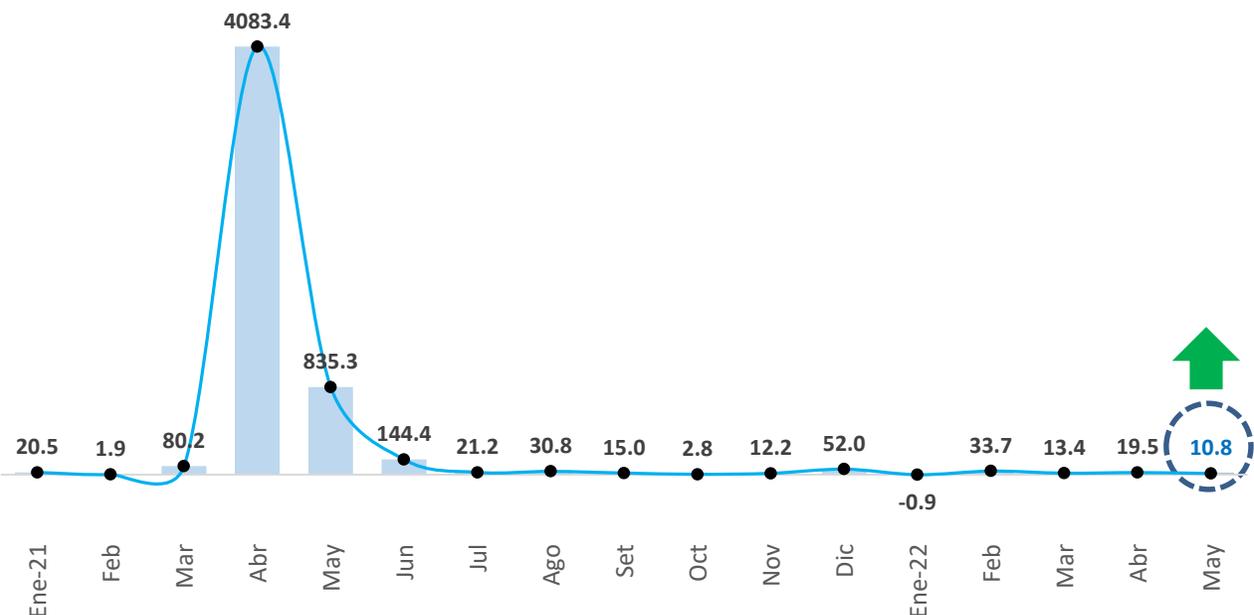
Ferreterías y acabados **aumentaron sus ventas en 10.8%**

En mayo de 2022, las ventas de productos de la actividad de **ferreterías y acabados** aumentaron en **+10.8%** con respecto a similar mes del año 2021. Este resultado responde al aumento registrado en los rubros de artículos de ferretería (+16.7%), productos diversos (+7.7%) y artículos de uso doméstico (+30.3%), ello favorecido por el aumento en la demanda de las actividades del sector construcción.

Gráfico N° 5

Evolución de las ventas de ferreterías y acabados

(Variación porcentual interanual)

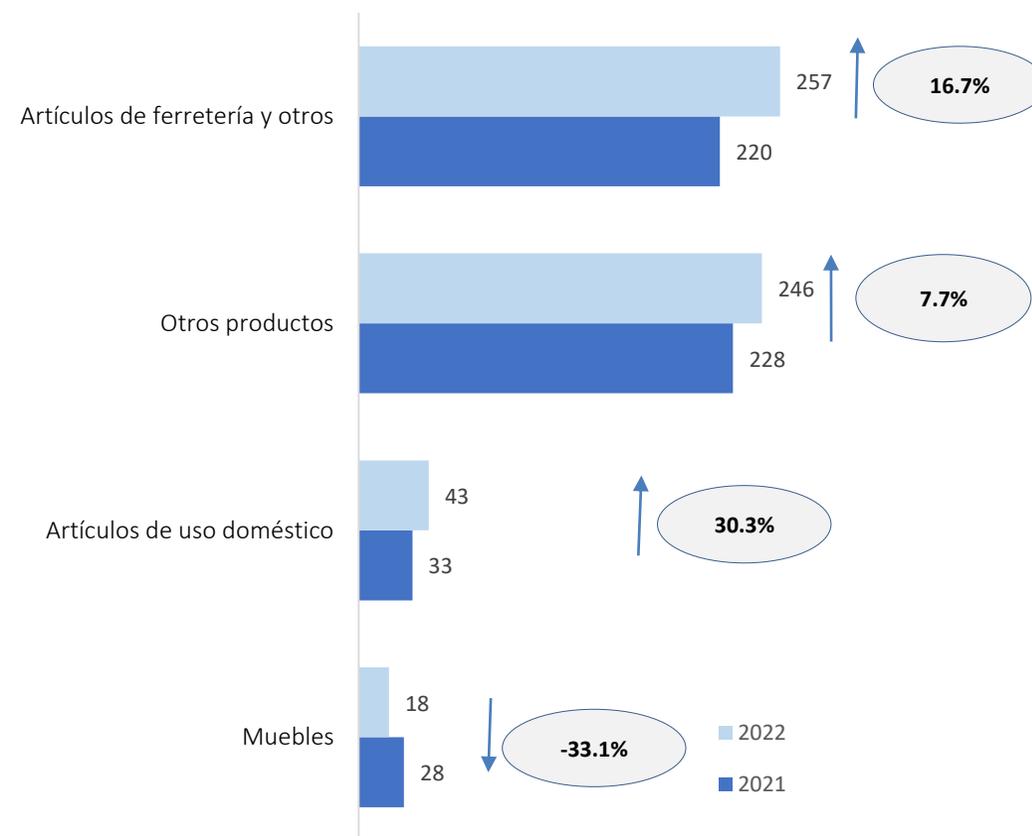


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico N° 6

Ventas por líneas de productos, mayo 2021 y mayo 2022

(Millones de Soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

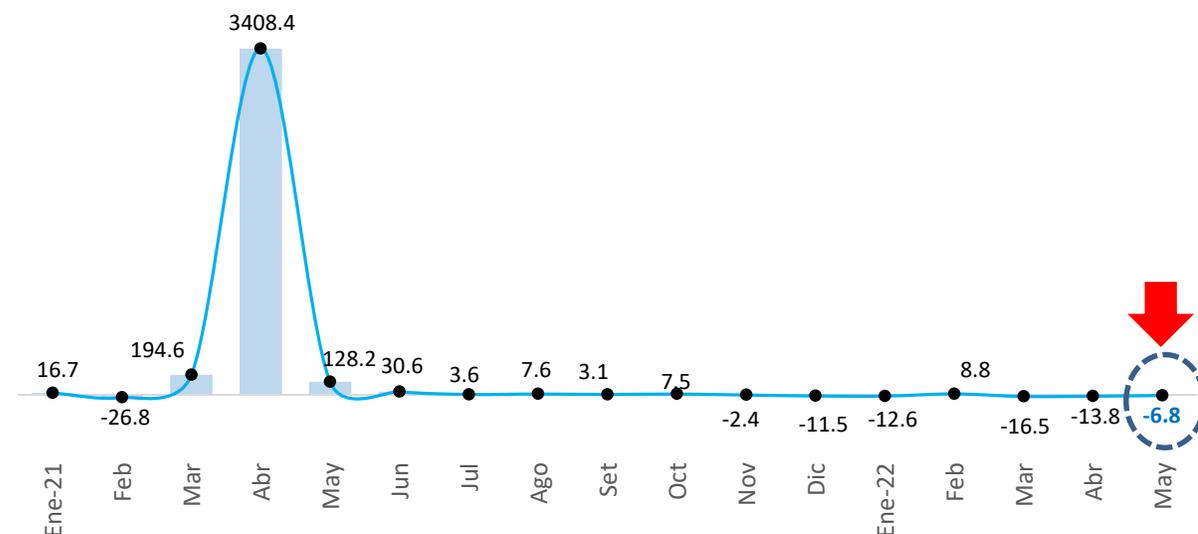
Equipamiento del hogar **disminuyeron sus ventas en 6.8%**

En mayo de 2022, las ventas de productos de la actividad de **equipamiento del hogar** disminuyeron en **6.8%** con respecto a similar mes del año anterior. Este resultado se debe por las menores ventas en todas las líneas que componen esta actividad, tales como: artículos domésticos (-7.0%), productos diversos (-5.7%) y muebles (-3.9%), afectados por la menor demanda local.

Gráfico N° 7

Evolución de las ventas de equipamiento del hogar

(Variación porcentual interanual)

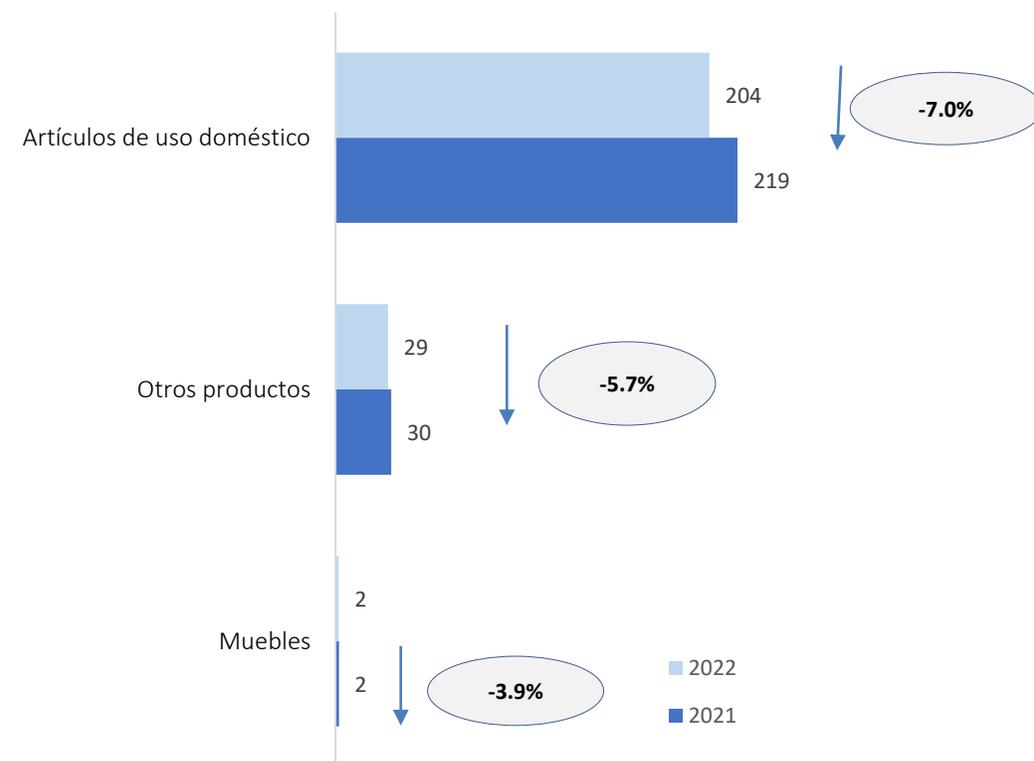


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico N° 8

Ventas por líneas de productos, mayo 2021 y mayo 2022

(Millones de Soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

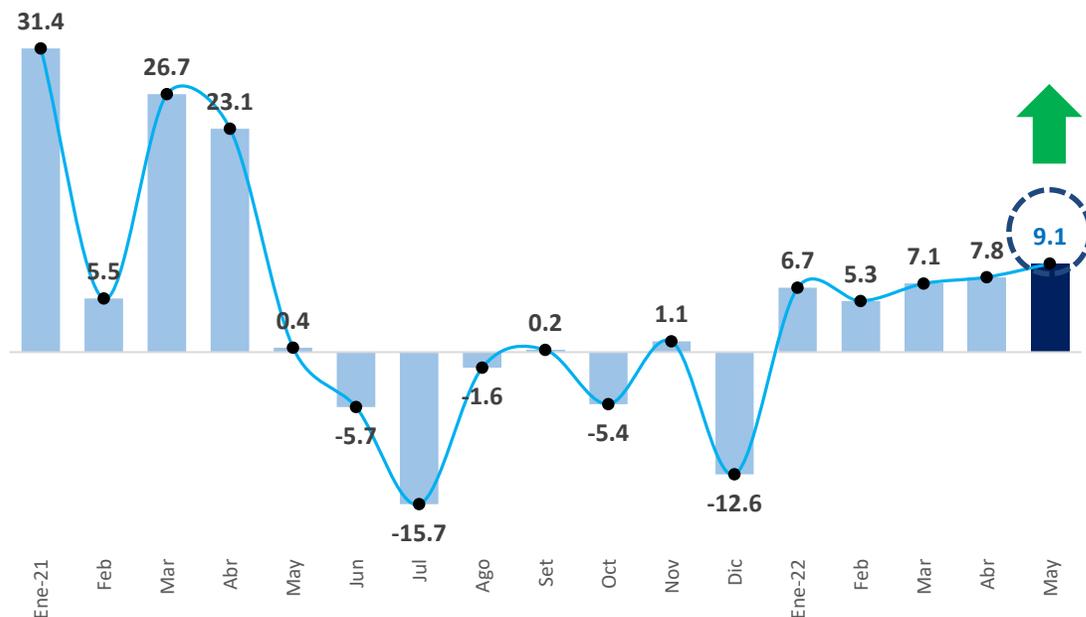
Ventas de farmacias y boticas **aumentaron en 9.1%**

En mayo de 2022, las ventas de farmacias y boticas **aumentaron en 9.1%** 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 (+12.7%). En contraste, se aprecia una reducción en las ventas de productos de cuidado personal (-4.5%).

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, mayo 2021 y mayo 2022

(Millones de Soles y Var.% interanual)

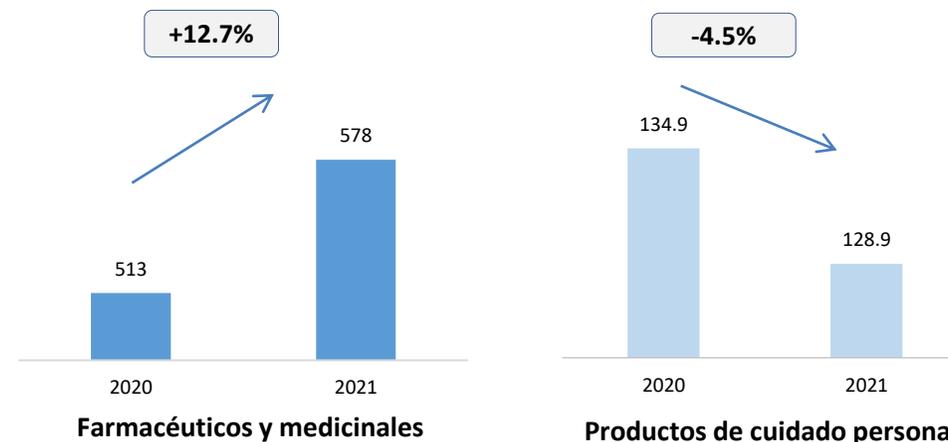
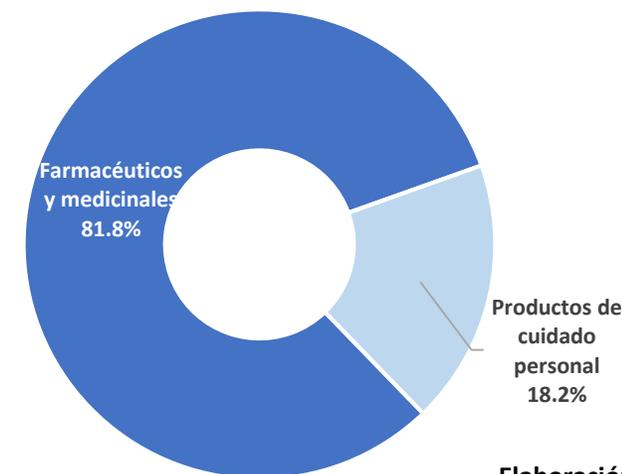


Gráfico Nº 11

Participación de las ventas por líneas de productos, mayo 2022

(Porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

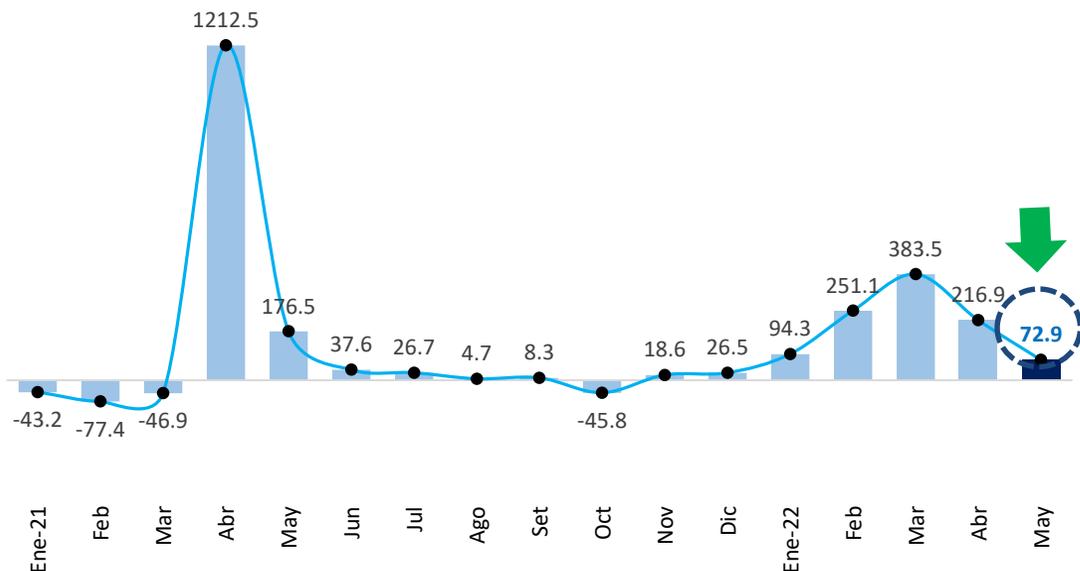
Ventas de libros, periódicos y artículos de papelería aumentaron en 72.9%

Las ventas de la actividad de **libros, periódicos y artículos de papelería**, en mayo de 2022 experimentó un importante incremento **(+72.9%)**. Este resultado se explica por el aumento en la demanda de productos de librerías (libros, cuadernos, papelería, entre otros productos), favorecido por el Día de la Madre.

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, mayo 2021 y mayo 2022

(Millones de Soles y Var.% interanual)

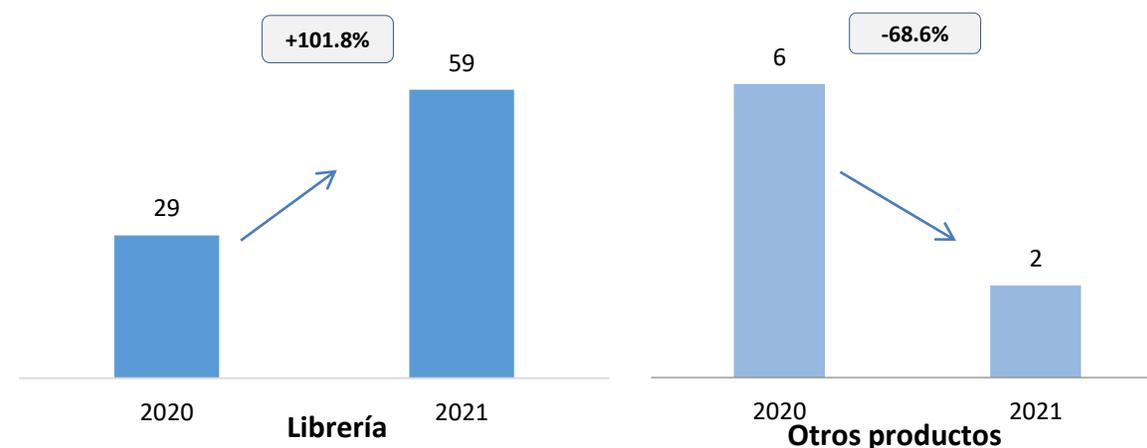
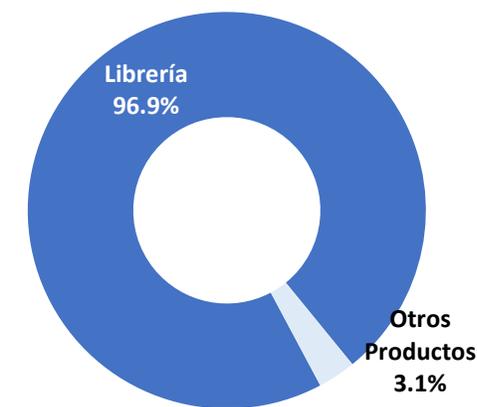


Gráfico N° 14

Participación de las ventas por líneas de producto, mayo 2022

(Porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Tiendas: Número de tiendas **disminuyó 4.0%** en mayo de 2022



PERÚ

Ministerio de la Producción

Actividades

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

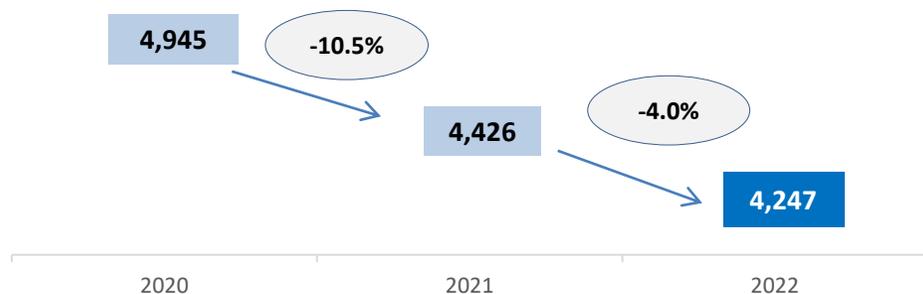
Supermercados e hipermercados	-86
Tiendas por departamento	-35
Ferreterías y acabados del hogar	0
Equipamiento del hogar	-23
Libros, periódicos y artículos de papelería	-30
Farmacias y boticas	-5

1/ En relación a similar mes del año anterior

Gráfico Nº 15

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

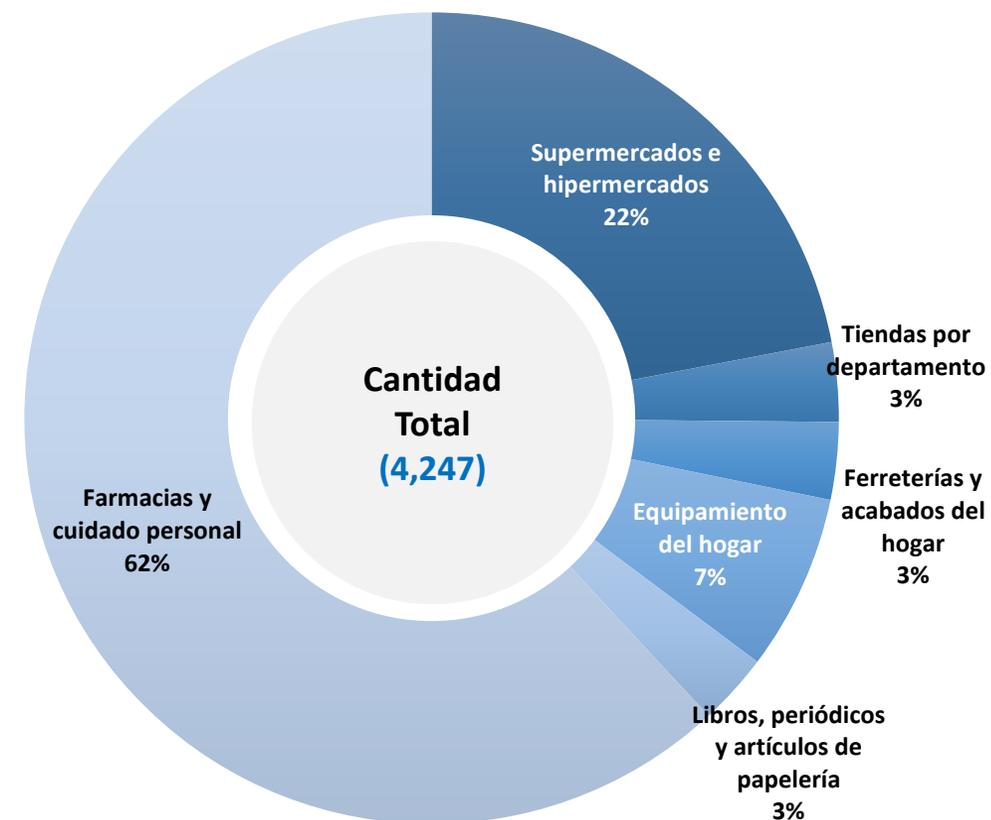
(Cantidad y Variación %)



Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 16

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



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Nivel de empleo aumentó en +2.7% y asciende a 109 mil 168 puestos de trabajo

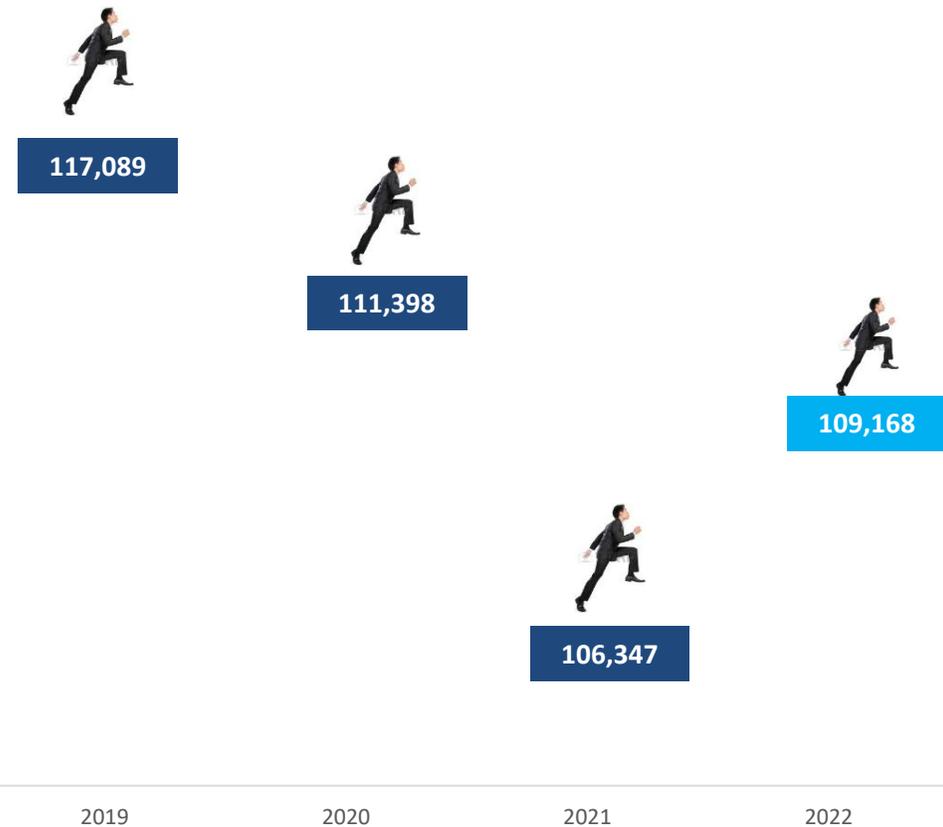


PERÚ

Ministerio de la Producción

Gráfico N° 17

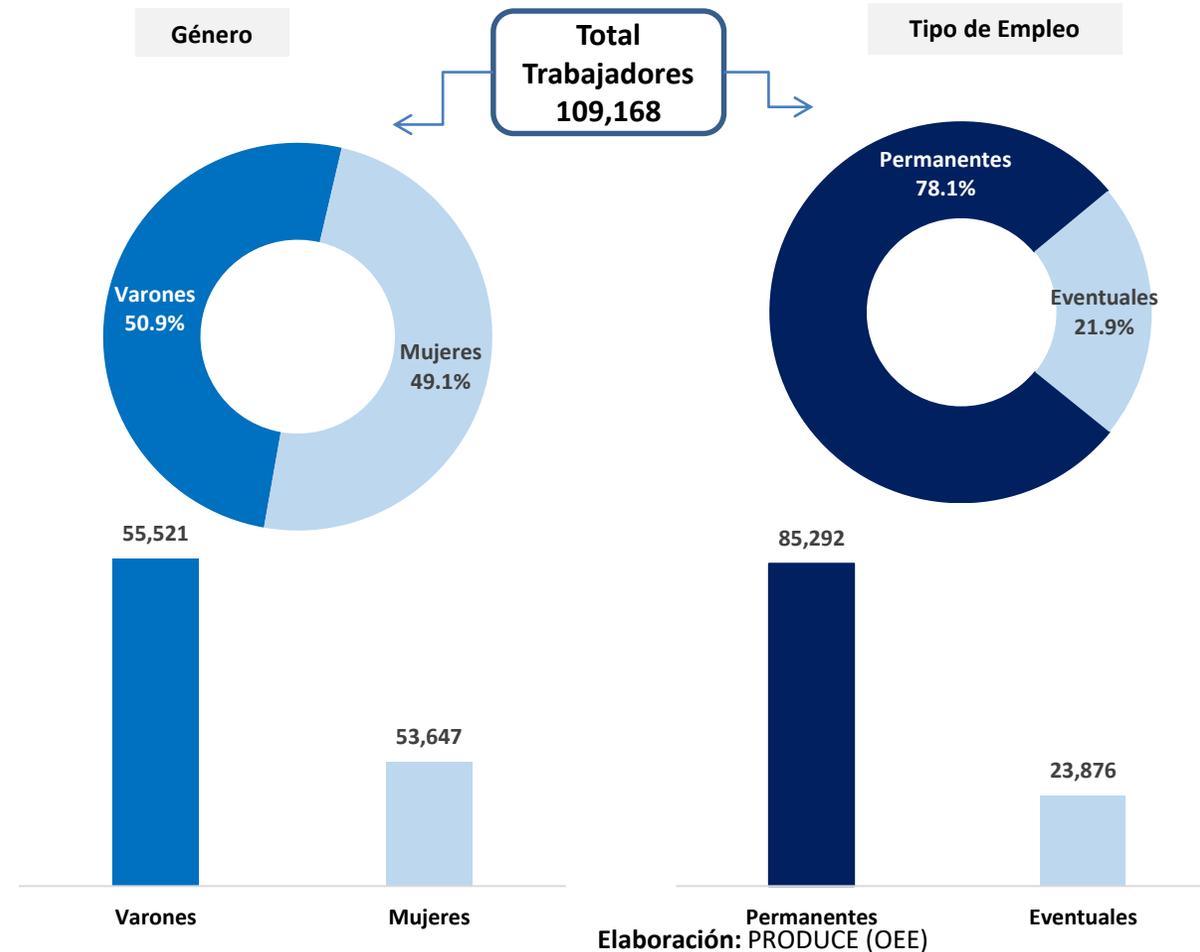
Número de trabajadores en el sector comercio interno (mayo 2019 – mayo 2022)



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, mayo 2022 (Número y porcentaje)



Acumulado Enero-mayo 2022: Ventas del Comercio Interno registra un avance de 8.2%

Tabla N° 1

Comercio Interno por actividades, 2020-2022

(Variación porcentual interanual)

Actividad	Var. % Interanual				Var.% Acum.			
	May 20/19	May 21/20	May 22/19	May 22/21	Ene – May (20/19)	Ene – May (21/20)	Ene – May (22/19)	Ene – May (22/21)
Total Comercio Interno	-22.6	49.3	16.3	0.7	-15.7	30.7	19.1	8.2
Supermercados e Hipermercados	17.1	3.9	20.4	-1.0	9.3	6.4	23.2	5.9
Tiendas por departamento	-69.7	303.0	9.8	-10.2	-46.9	111.3	19.0	6.0
Ferreterías y acabados del hogar	-87.7	835.3	27.1	10.8	-40.7	94.8	32.1	14.4
Equipamiento del hogar	-51.2	128.2	3.7	-6.8	-39.0	83.3	0.9	-9.8
Libros, periódicos y artículos de papelería	-74.0	176.5	24.5	72.9	-37.3	-36.5	16.1	191.7
Farmacias y boticas	1.1	0.4	10.8	9.1	-13.5	16.5	8.1	7.2

Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Elaboración: PRODUCE (OEE)

- ✓ En el acumulado de enero a mayo de 2022, las ventas del comercio interno registran un avance de 8.2% 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 mayo 2022 tenemos a: **Libros, periódicos y artículos de papelería (+191.7%)** y **Ferreterías y acabados del hogar (+14.4%)**.
- ✓ Así también en este periodo crecieron, en menor medida, las ventas de los Supermercados e hipermercados (+5.9%), Tiendas por departamento (+6.0%) y Farmacias y boticas (+7.2%).
- ✓ 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 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)