



PERÚ

Ministerio
de la Producción

PRODUCE
produce.gob.pe



Reporte Coyuntural

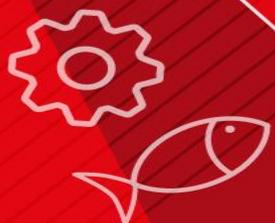
Comercio Interno

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

Octubre 2022

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

Lima, Diciembre 2022



PRODUCE
Ministerio de la Producción

□ [En Octubre de 2022](#)

- ✓ Las ventas del comercio interno experimentaron una ligera disminución en 2.8% con respecto a octubre de 2021, tras 19 meses de crecimiento continuo. Este resultado responde al débil crecimiento de la demanda interna (+1.7%) ante la desaceleración del consumo e inversión privada, además, por el menor dinamismo del sector construcción. Aún así, el desempeño del sector supera en 34% los niveles de ventas registradas en pre-pandemia (octubre de 2019).
- ✓ Por rubros, el resultado negativo registrado en octubre responde a la disminución de las ventas en **Equipamiento del hogar (-28.2%)**, **Ferreterías y acabados (-5.5%)** y **Tiendas por departamentos (-5.3%)**. En contraste, este comportamiento fue atenuado parcialmente por el incremento en las ventas de las actividades de Libros, periódicos y artículos de papelería (+21.8%), Farmacias y boticas (+4.0%) y Supermercados e hipermercados (+0.4%).
 - **Tiendas por departamento** (16.5% de las ventas internas): Con la disminución de **-5.3% en octubre de 2022**, esta actividad anotó 6 meses consecutivos de tasas negativas. Lo anterior, por la menor demanda por los productos de muebles (-20.1%), artículos de uso doméstico (-15.2%) y productos diversos (-10.1%).
 - **Ferreterías y acabados** (18.5% de las ventas internas): La **caída de -5.5% en esta actividad** se debió a una reducción en la comercialización de muebles (-15.6%), productos diversos (-6.9%) y artículos de ferretería (-4.6%), ante una menor demanda en ejecuciones de obras públicas y privadas. Dicha caída fue compensada parcialmente con el incremento de artículos domésticos (+1.1%).
 - **Equipamiento del hogar** (5.1% de las ventas internas): Esta actividad **registró una disminución de las ventas en -28.2%**. A nivel de línea de producto, se aprecia menores ventas de las líneas de muebles (-96.1%), artículos de uso doméstico (-12.3%) y productos diversos (-35.7%).
 - **Libros, periódicos y artículos de papelería** (1.7% de las ventas internas): Con la expansión de +21.8% en octubre, esta rubro contabilizó 12 meses continuos de crecimiento, principalmente, por el incremento en las ventas de productos de papelería y artículos de oficina (+46.7%).
 - **Farmacias y boticas** (16.2% de las ventas internas): Esta actividad registró un moderado **incremento en +4.0%**, ello responde al aumento de las ventas de productos farmacéuticos y medicinales (+4.3%) y productos de cuidado personal (+3.1%).
 - **Supermercados e hipermercados** (**42.0% de las ventas internas**): Las ventas de esta actividad **registraron un ligero incremento de +0.4%** en octubre de 2022, debido al aumento en las ventas de alimentos (+13.1%) y bebidas y tabaco (+11.7%).

- **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

Octubre 2022

(Variación porcentual interanual)



“Las ventas de comercio interno en el decimo mes del periodo 2022 experimentó una ligera disminución de 2.8%, ello respondería a la desaceleración del consumo privado como consecuencia del alza de precios de los productos de mayor consumo de la población”.

Para octubre de 2022, las actividades que incidieron de manera negativa en el desempeño del comercio interno fueron: Equipamiento del hogar, Ferreterías y acabados y Tiendas por departamento.

En contraste, dicho desempeño se atenuó parcialmente con el incremento en las ventas de las actividades, tales como: Libros, periódicos y artículos de papelería (+21.8%), Farmacias y boticas (+4.0%), y Supermercados e hipermercados (+0.4%).

En Octubre 2022 las ventas de comercio interno **disminuyeron en 2.8%**



PERÚ

Ministerio de la Producción

En octubre, las ventas del comercio interno experimentaron una disminución de 2.8%. Este resultado responde, principalmente, por la reducción en la facturación de las actividades de Equipamiento del hogar (-28.2%), Ferreterías y acabados (-5.5%) y Tiendas por departamento(-5.3%). En contraste, dicha baja fue atenuada parcialmente por el incremento en las ventas de Libros, periódicos y artículos de papelería (+21.8%), Farmacias y boticas (+4.0%) y Supermercados e hipermercados (+0.4%).

Gráfico Nº 1

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

(Millones de soles a precios corrientes)

CIIU (a)	Actividad	Oct-21	Oct-22	Var % Oct (22/21)
	Total	4,309	4,189	-2.8
4711	Supermercados e hipermercados	1,749.9	1,757.3	0.4 ▲
4719	Tiendas por departamentos ^{1/}	731.7	693.2	-5.3 ▼
4752	Ferreterías y acabados	817.5	772.9	-5.5 ▼
4759	Equipamiento del hogar	298.3	214.1	-28.2 ▼
4772	Farmacias y boticas	652.2	678.5	4.0 ▲
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	59.7	72.8	21.8 ▲

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

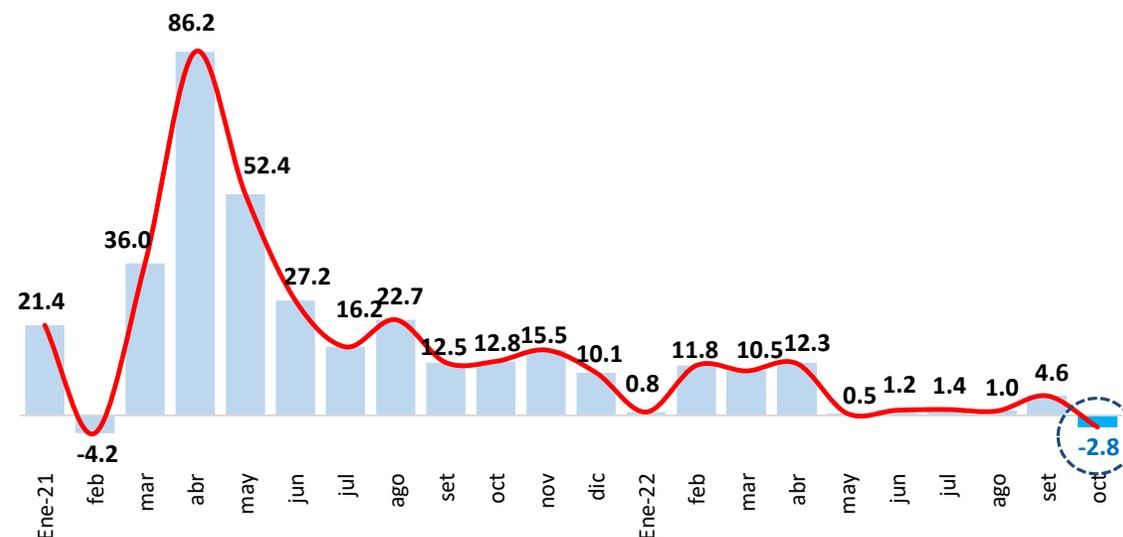
^{1/} Las ventas internas corresponden al comercio interno de (Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas) y representan aprox. el 98.5% del total; se excluye las ventas al por menor de combustibles de la actividad CIIU 4730.

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

Gráfico Nº 2

Evolución mensual de las ventas del comercio interno

(Variación porcentual interanual)



Ventas de supermercados e hipermercados **aumentaron en 0.4%**

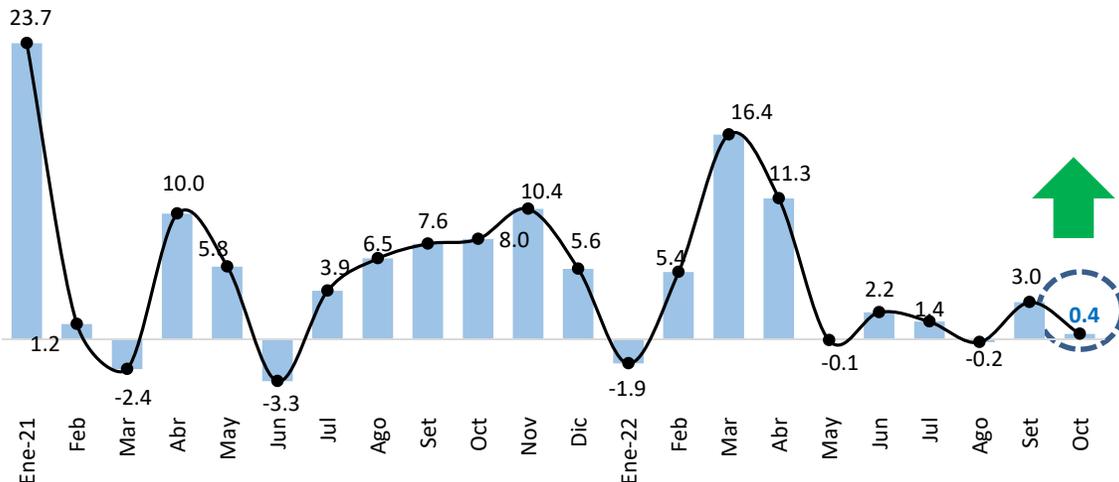
Las ventas en los **supermercados e hipermercados** se expandieron a un ritmo interanual de **+0.4%** en octubre de 2022. Este resultado responde al aumento en las ventas de productos como alimentos (+13.1%) y bebidas y tabaco (+11.7%).

En contraste, se observa una disminución en la comercialización de productos farmacéuticos y cosméticos (-23.1%), prendas de vestir (-18.0%), artículos de uso doméstico (-14.9%) y productos diversos (-7.9%).

Gráfico N° 3

Evolución de las ventas de supermercados e hipermercados

(Variación porcentual interanual)

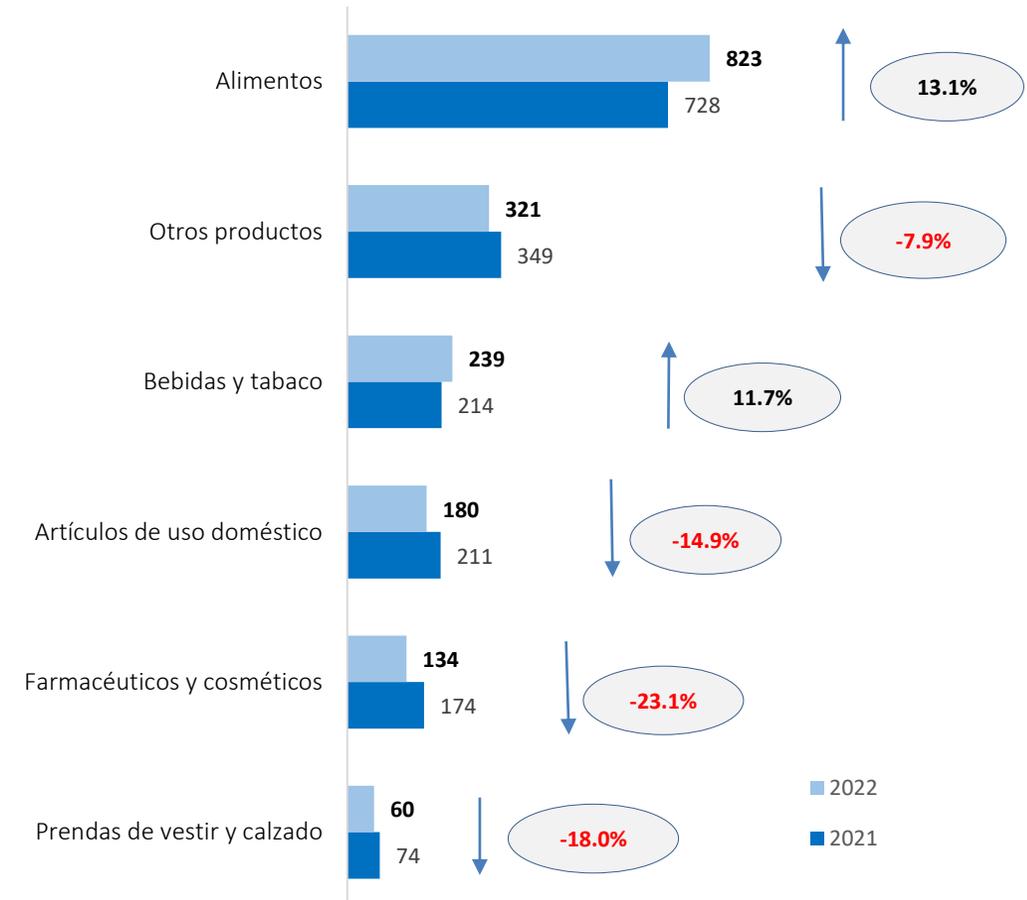


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico N° 4

Ventas por líneas de productos, Octubre 2021 y Octubre 2022

(Millones de soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Ventas de tiendas por departamento **disminuyeron en 5.3%**

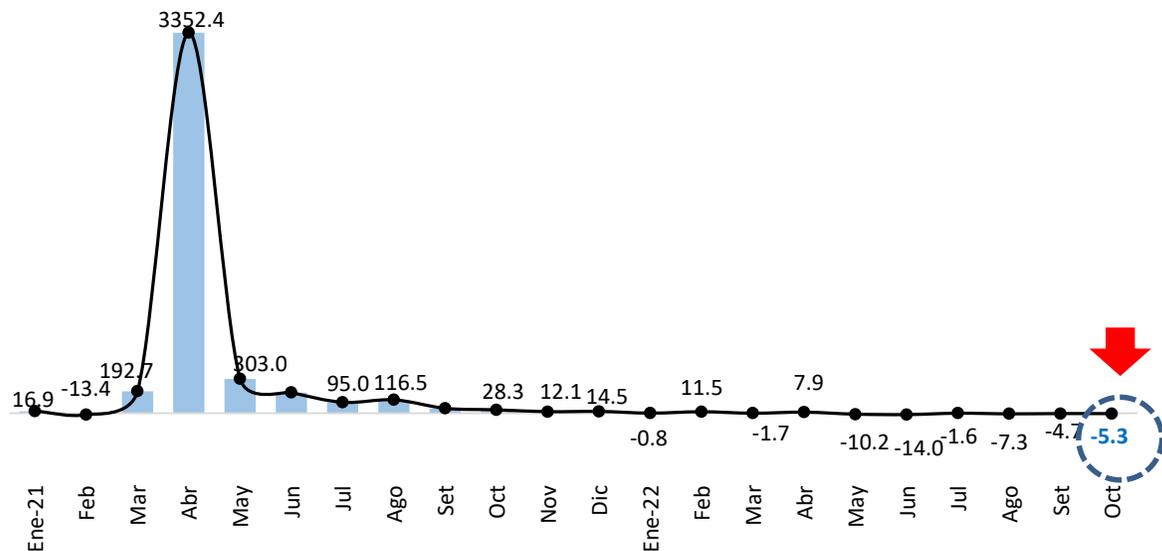
En octubre, las ventas en las **tiendas por departamento** aún no dan señales de recuperación y reportaron una caída de **5.3% interanual**, producto de la menor demanda de muebles (-20.1%) y artículos de uso doméstico (-15.2%).

En contraste, este comportamiento fue compensado parcialmente por el aumento en las ventas de productos Farmacéuticos y cosméticos (+37,0%), prendas de vestir y calzado (+2.1%) y productos diversos (2.1%).

Gráfico Nº 3

Evolución de las ventas de tiendas por departamento

(Variación porcentual interanual)

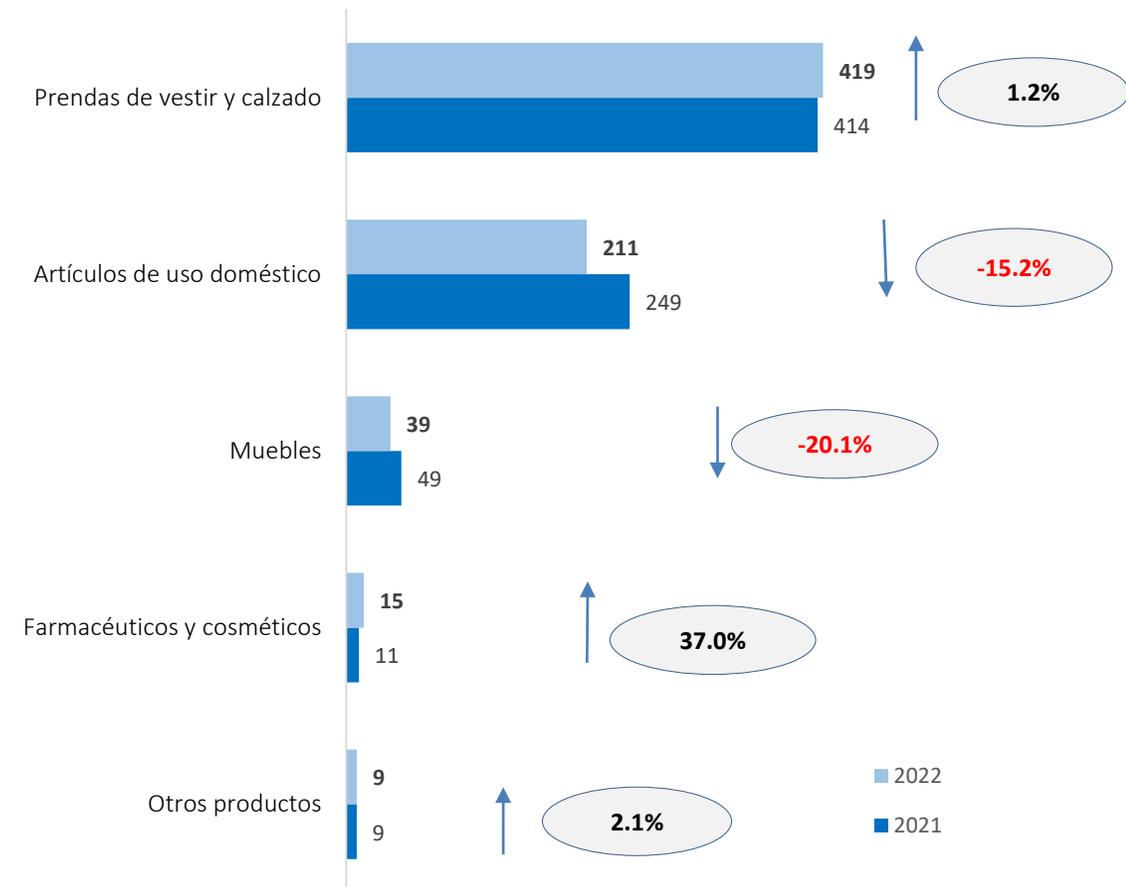


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 4

Ventas por líneas de productos, Octubre 2021 y Octubre 2022

(Millones de soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Ferreterías y acabados **disminuyeron sus ventas en 5.5%**

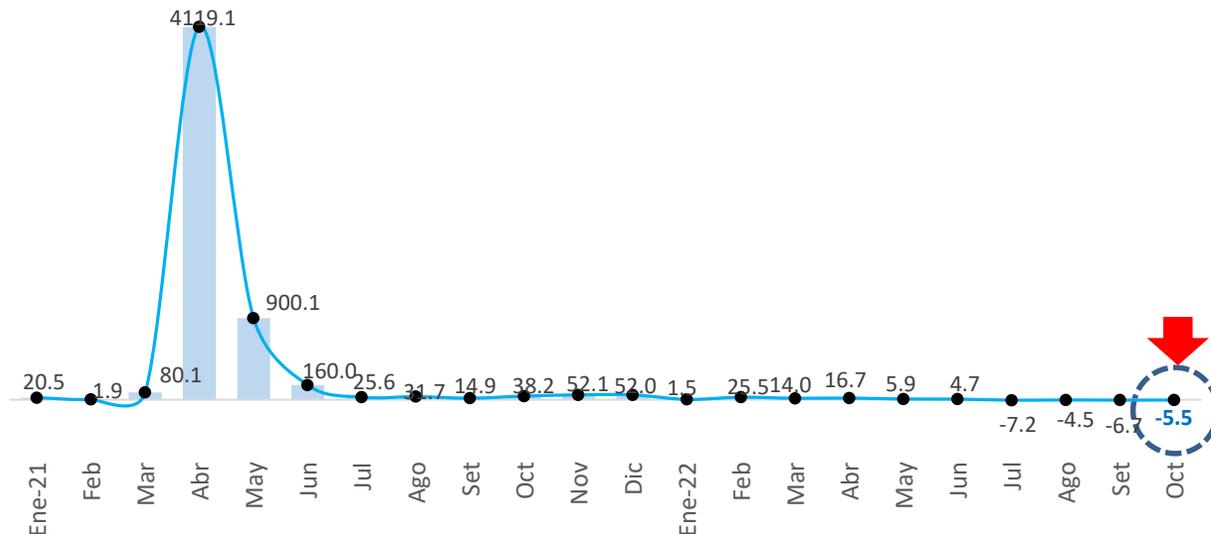
En octubre de 2022, las ventas en el rubro de **ferreterías y acabados** disminuyeron en **-5.5%** con relación al mismo mes del año 2021. Este resultado responde a la bajas ventas de las líneas de muebles (-15.6%), artículos de ferretería (-4.6%) y otros productos (-6.9%), ante una menor demanda en ejecuciones de obras públicas y privadas.

En contraste, dicho comportamiento fue atenuado ligeramente por el incremento en las ventas de la línea de artículos de uso doméstico (+1.1%).

Gráfico Nº 5

Evolución de las ventas de ferreterías y acabados

(Variación porcentual interanual)

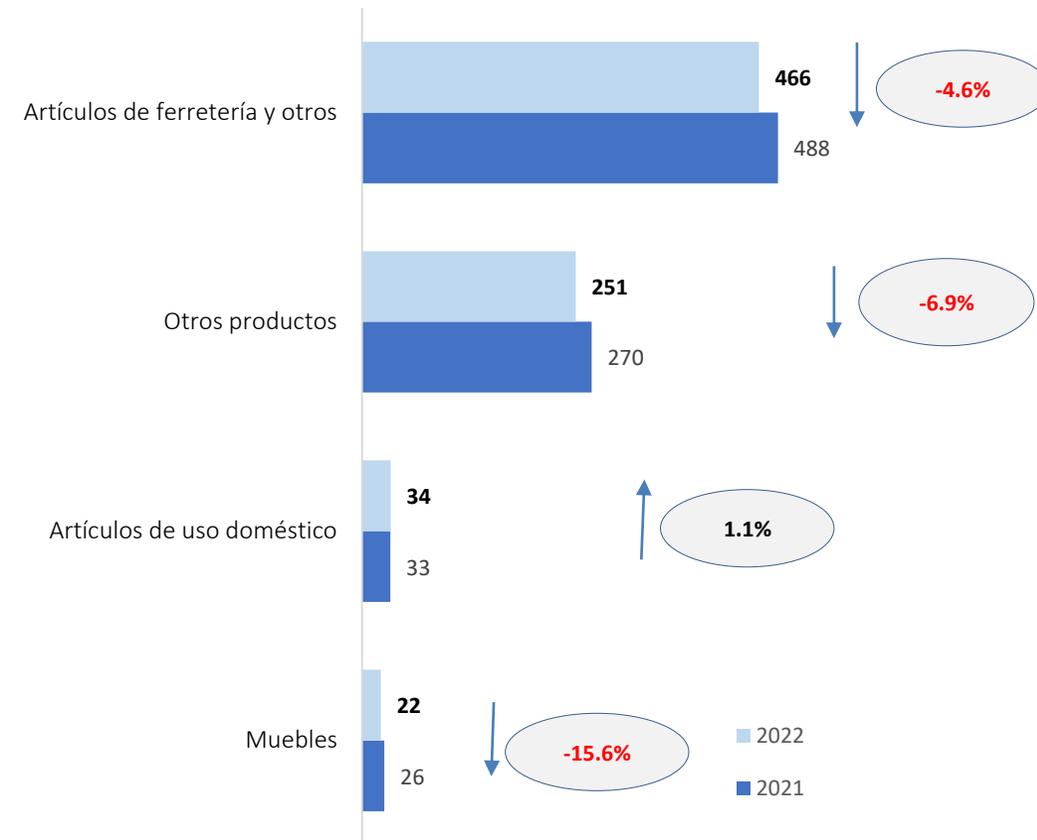


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 6

Ventas por líneas de productos, Octubre 2021 y Octubre 2022

(Millones de Soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

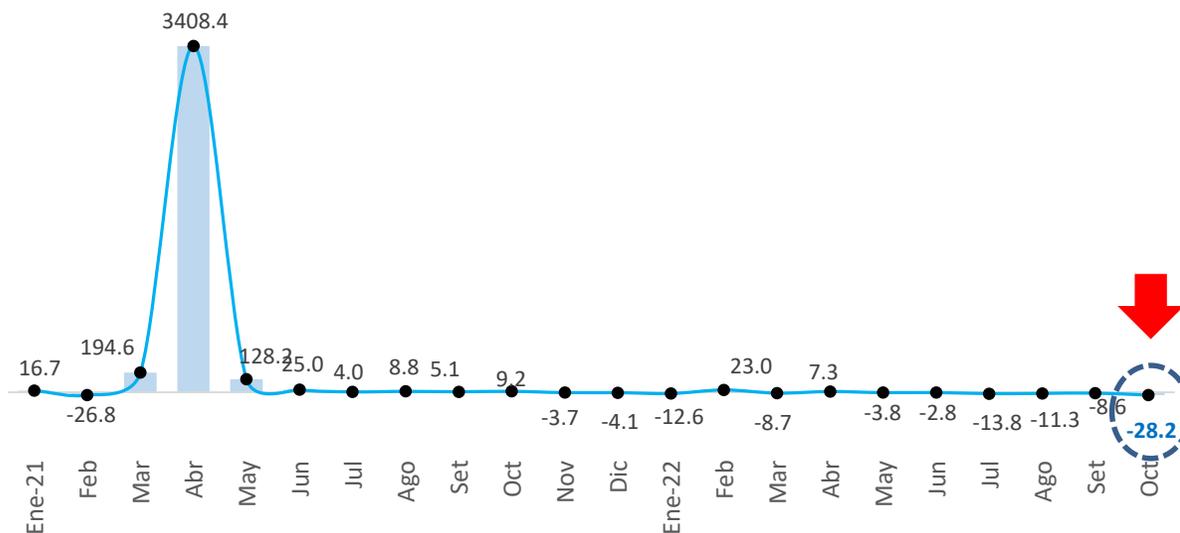
Equipamiento del hogar **disminuyeron sus ventas en 28.2%**

En octubre de 2022, la actividad de **equipamiento del hogar** disminuyó sus ventas en **-28.2%** en términos interanuales. Este resultado se explica por la menor comercialización registrada en la líneas de **muebles (-96.1%)**, **artículos de uso doméstico (-12.3%)** y **otros productos (-35.7%)**; ello como consecuencia en la desaceleración de las obras de autoconstrucción.

Gráfico Nº 7

Evolución de las ventas de equipamiento del hogar

(Variación porcentual interanual)

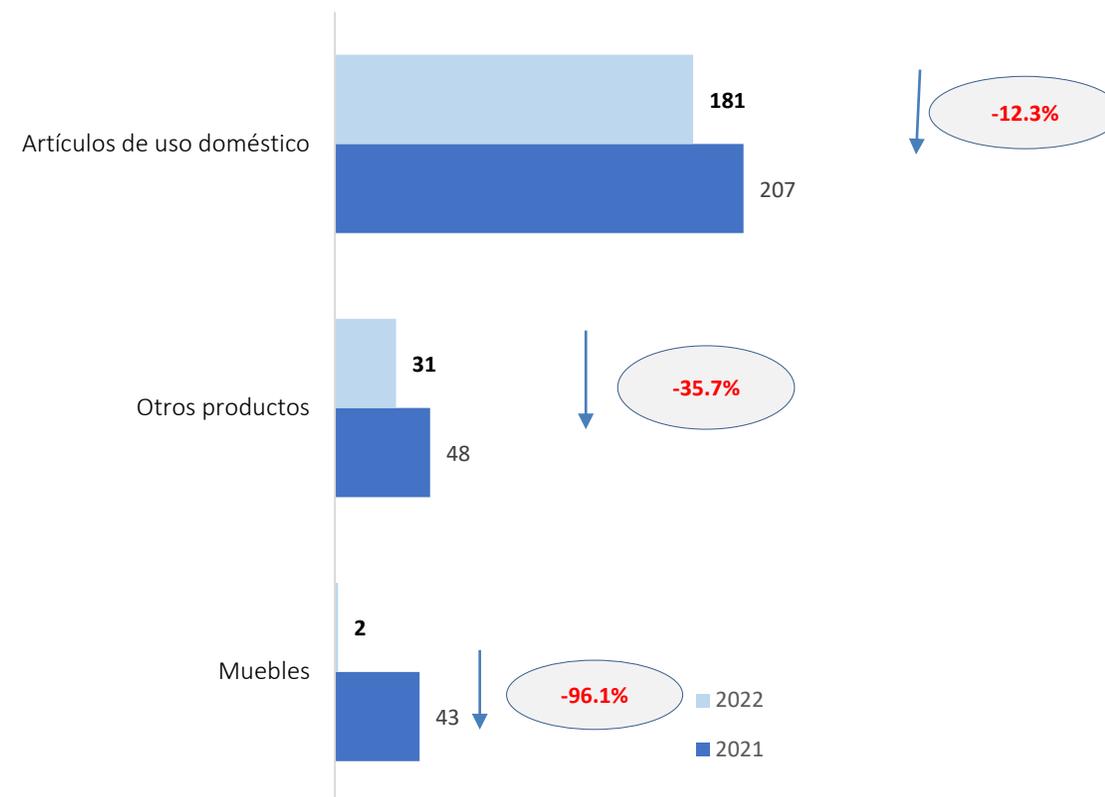


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 8

Ventas por líneas de productos, Octubre 2021 y Octubre 2022

(Millones de Soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Ventas de farmacias y boticas **aumentaron en 4.0%**

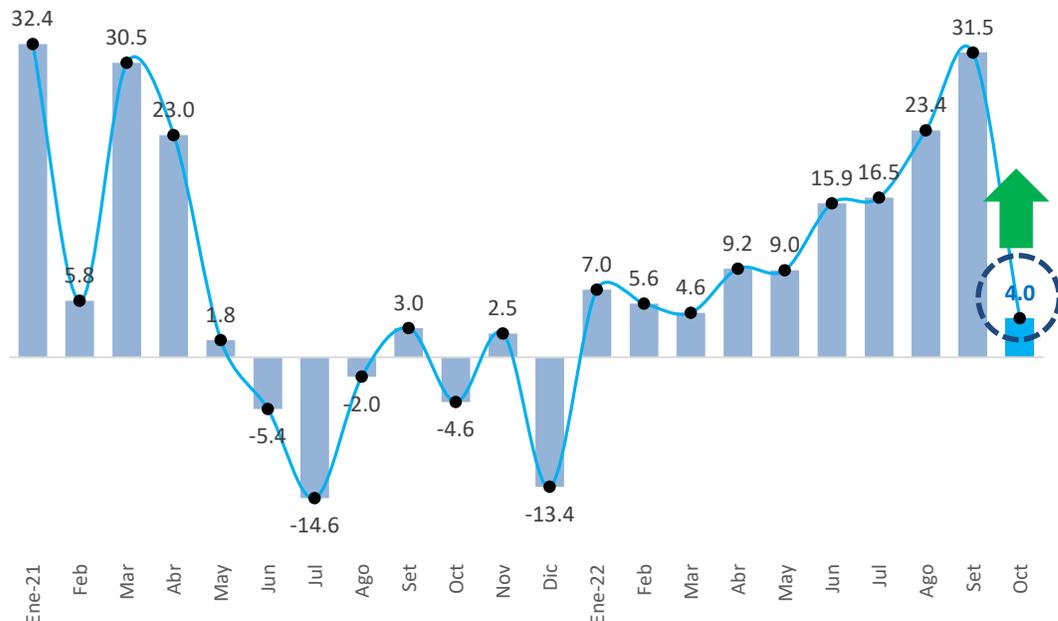


En octubre de 2022, las ventas de farmacias y boticas **registraron un moderado crecimiento en 4.0%** con respecto a igual mes del año previo. Este resultado se explica por un incremento en la demanda de productos para el cuidado de la salud; donde se observa las mayores ventas de productos farmacéuticos y medicinales (+4.3%) y de productos de cuidado personal (+3.1%).

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, Octubre 2021 y Octubre 2022

(Millones de Soles y Var.% interanual)

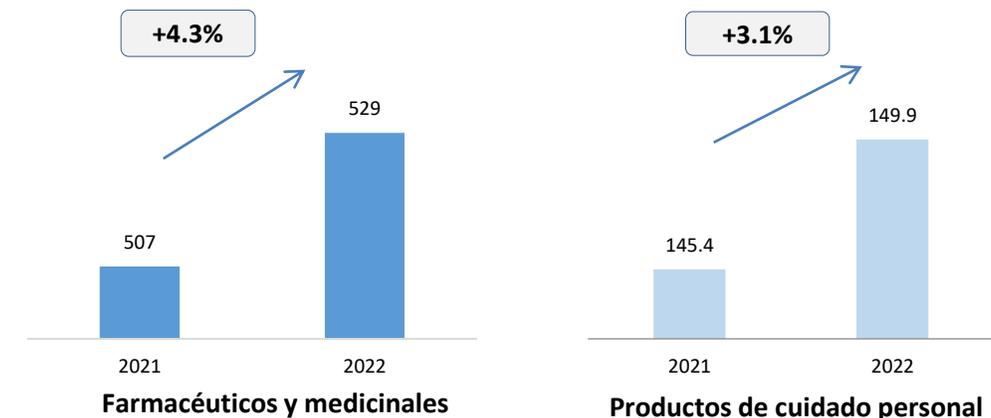
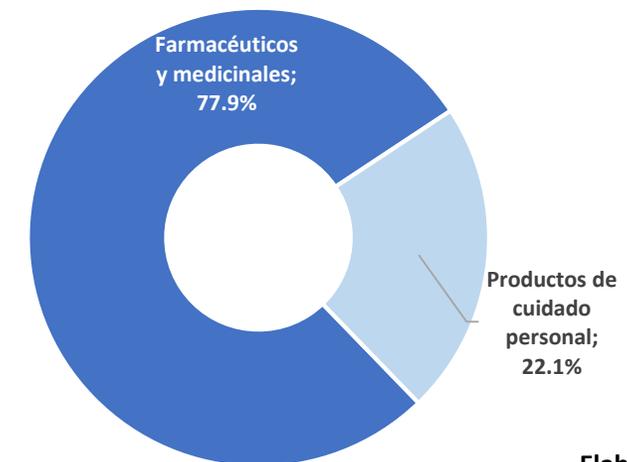


Gráfico N° 11

Participación de las ventas por líneas de productos, Octubre 2022

(Porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

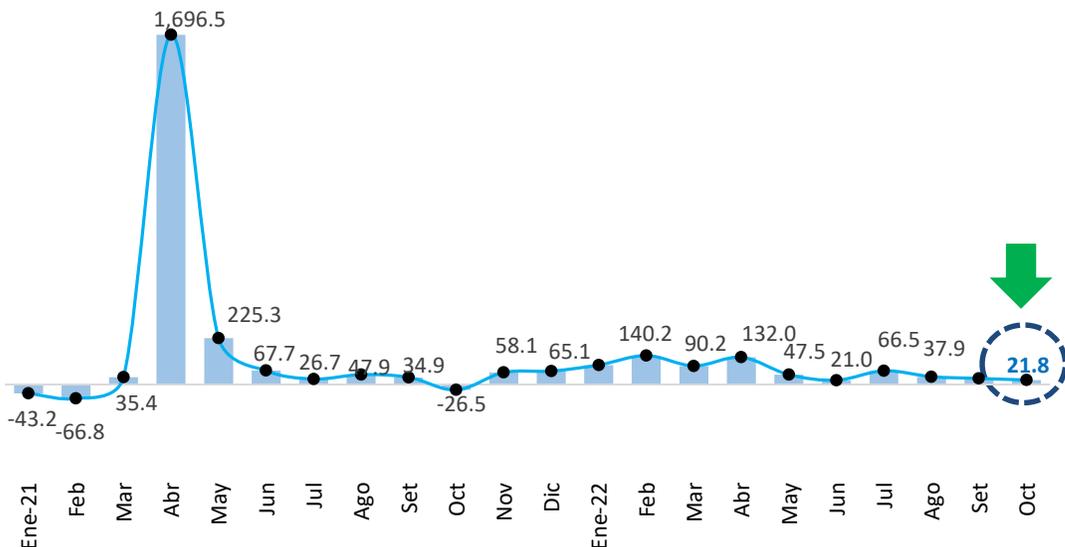
Ventas de libros, periódicos y artículos de papelería **aumentaron en 21.8%**

En octubre, las ventas de la actividad de **libros, periódicos y artículos de papelería**, se expandieron en **+21.8%**. Este resultado se explica por el mayor consumo de productos de librerías (libros, cuadernos, papelería, entre otros productos) impulsado por el inicio de las campañas navideñas (+46.7%). En contraste, se observa una disminución en la línea de otros productos (-87.9%) debido a la menor demanda de productos tecnológicos (laptops, tablet entre accesorios).

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, Octubre 2021 y Octubre 2022

(Millones de Soles y Var.% interanual)

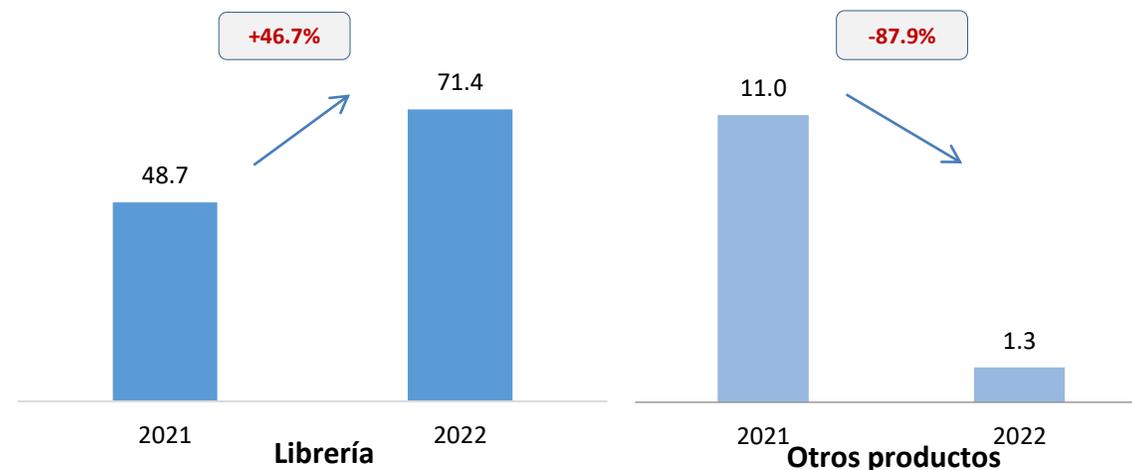
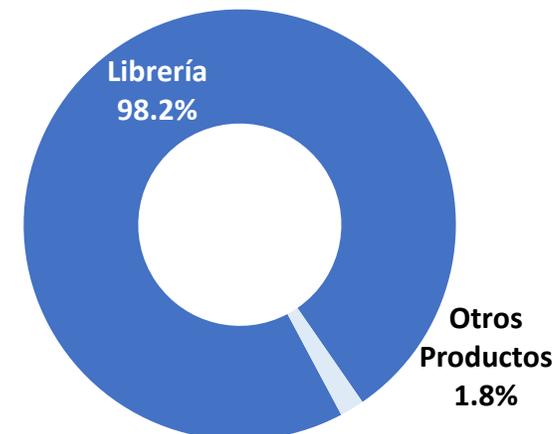


Gráfico Nº 14

Participación de las ventas por líneas de producto, Octubre 2022

(Porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Tiendas: Número de tiendas **aumentó en 21.7%**



PERÚ

Ministerio de la Producción

Actividades

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

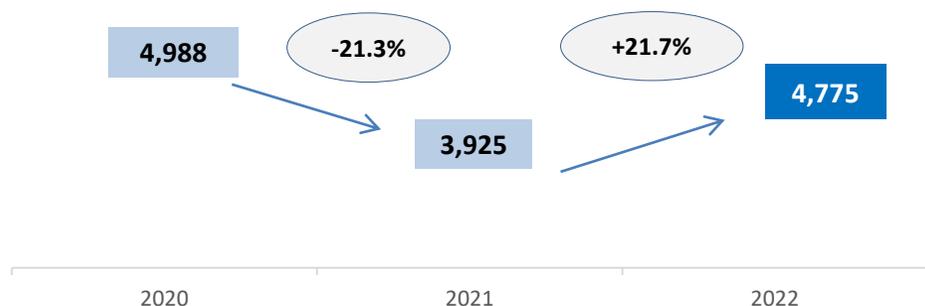
Supermercados e hipermercados	-89
Tiendas por departamento	31
Ferreterías y acabados del hogar	23
Equipamiento del hogar	-7
Libros, periódicos y artículos de papelería	-7
Farmacias y boticas	889

1/ En relación a similar mes del año anterior

Gráfico Nº 15

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

(Cantidad y Variación %)

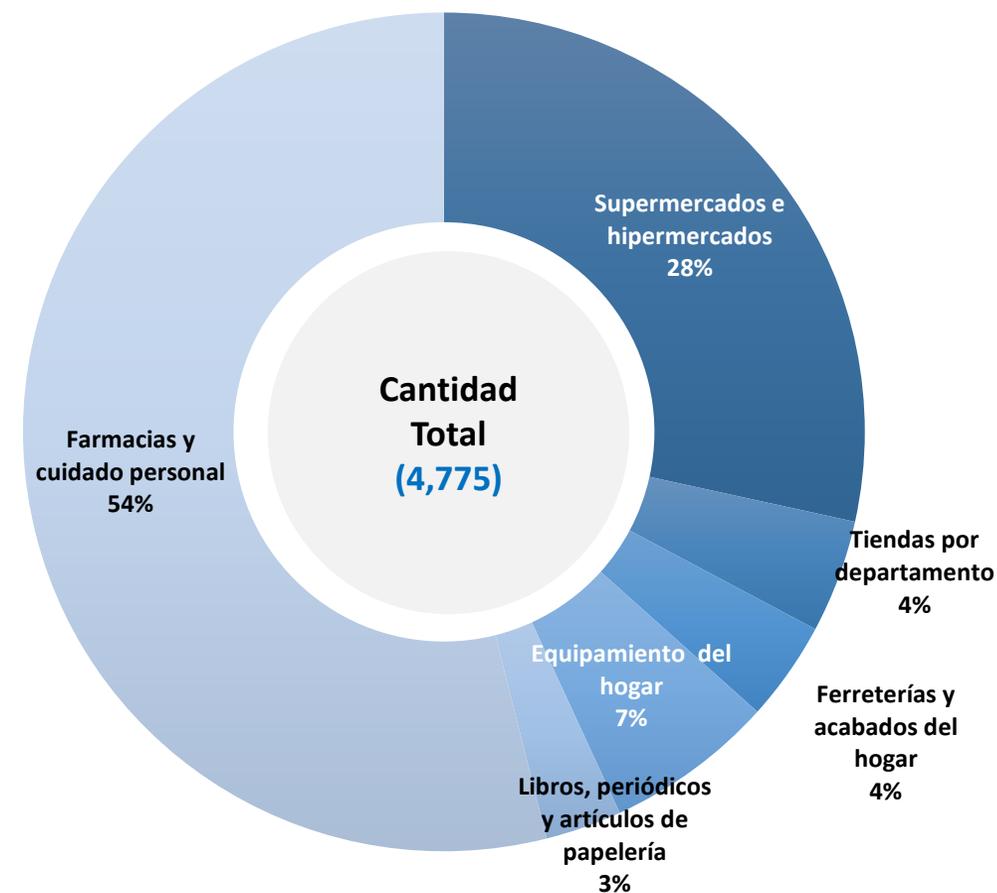


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 16

Participación del total de tiendas por actividad, Octubre 2022

(Porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Nivel de empleo **disminuyó en -3.7%** y registra **110 mil 250** puestos de trabajo



PERÚ

Ministerio de la Producción

Gráfico N° 17

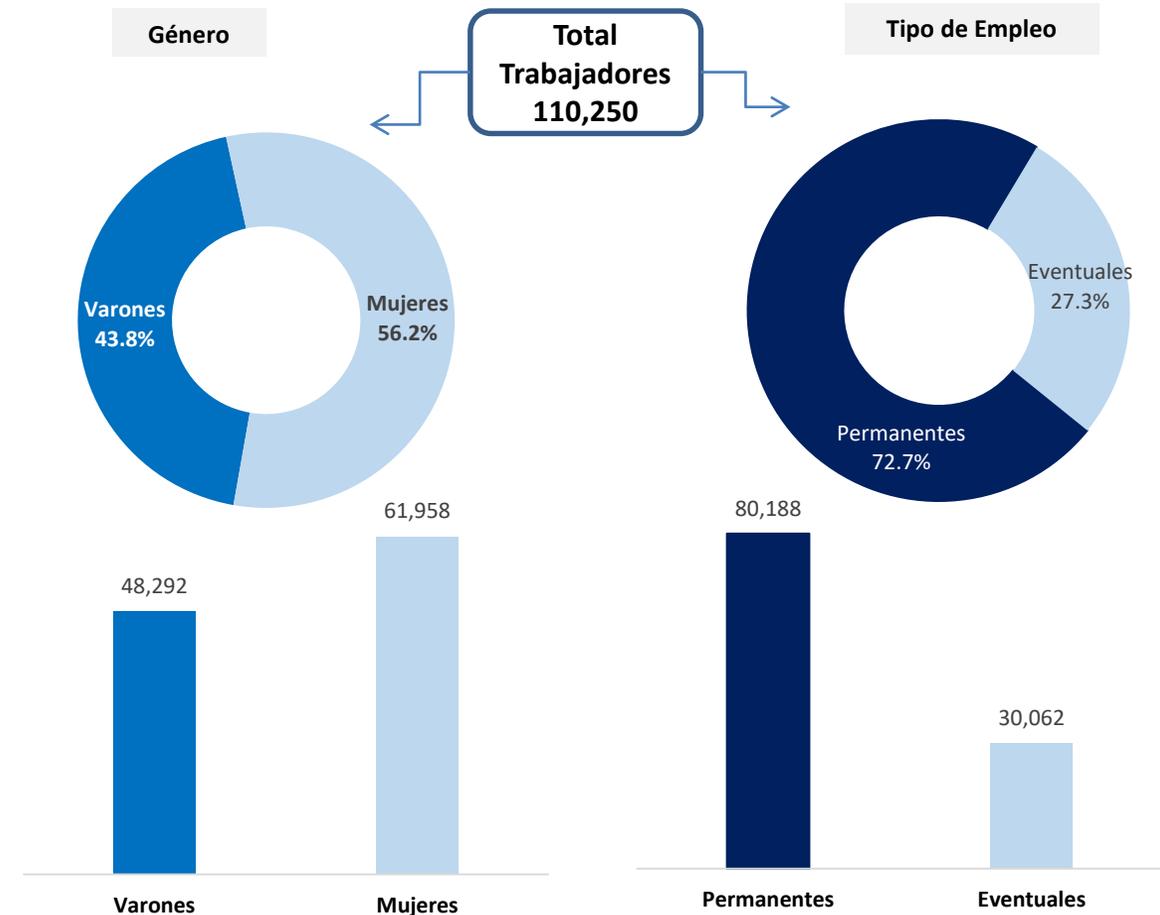
Número de trabajadores en el sector comercio interno
(Octubre 2019 – Octubre 2022)



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,
Octubre 2022 (Número y porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Tabla N° 1

Comercio Interno por actividades, 2020-2022

(Variación porcentual interanual)

Actividad	Var. % Interanual				Var.% Acum.			
	Oct 20/19	Oct 21/20	Oct 22/19	Oct 22/21	Ene – Oct 20/19	Ene – Oct 21/20	Ene – Oct 22/19	Ene – Oct 22/21
Total Comercio Interno	22.2	12.8	34.0	-2.8	-3.8	24.5	24.3	3.8
Supermercados e Hipermercados	24.1	8.0	34.6	0.4	16.1	5.7	27.1	3.5
Tiendas por departamento	28.0	28.3	55.6	-5.3	-32.7	96.4	27.5	-3.6
Ferreterías y acabados del hogar	31.9	38.2	72.3	-5.5	-18.7	61.1	35.2	3.2
Equipamiento del hogar	24.7	9.2	-2.3	-28.2	-16.5	35.8	4.4	-7.9
Libros, periódicos y artículos de papelería	15.8	-26.5	3.8	21.8	-32.0	3.6	17.6	66.9
Farmacias y boticas	7.1	-4.6	6.3	4.0	-2.7	5.2	15.3	12.5

Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Elaboración: PRODUCE (OEE)

- ✓ En el acumulado de enero - octubre de 2022, las ventas del comercio interno reportaron un avance de 3.8% con relación al mismo periodo del 2021. Este resultado positivo se debe en parte a un efecto estadístico, dado que en algunos meses del primer semestre*, 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 octubre 2022, tenemos a: **Libros, periódicos y artículos de papelería (+66.9%)**, **Farmacias y boticas (+12.5%)**.
- ✓ Así también en este periodo crecieron, en menor medida, **Supermercados e hipermercados (+3.5%)** y **Ferreterías y acabados del hogar (+3.2%)**. No obstante, se aprecia una disminución en la actividad de Equipamiento del hogar (-7.9%) y Tiendas por departamento (-3.6%).
- ✓ En cuanto a la actividad de **libros, periódicos y artículos de papelería**, el importante crecimiento que mantiene en este periodo se explica por el retorno de clases en diversas modalidades presenciales. Asimismo, también fue favorecida por la feria del libro y el inicio de las campañas navideñas.

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