



PERÚ

Ministerio
de la Producción

PRODUCE
produce.gob.pe



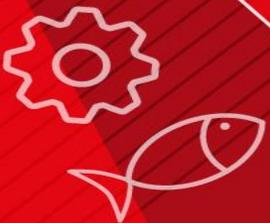
Reporte Coyuntural Comercio Interno

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

Setiembre 2022

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

Lima, Noviembre 2022



PRODUCE
Ministerio de la Producción

□ En Setiembre de 2022

- ✓ Las ventas del comercio interno registraron un moderado crecimiento de 4.6% con respecto a setiembre de 2021, y supera en 27.2% las ventas de setiembre de 2019 (pre-pandemia). Con este resultado acumula diecinueve meses de crecimiento continuo, impulsado por el incremento de la demanda interna (+2.5%), principalmente, por el consumo privado.
- ✓ Por rubro, el resultado positivo registrado en setiembre responde al aumento de las ventas en **Supermercados e hipermercados (+3.0%)**, **Farmacias y boticas (+31.5%)** y **Librerías (+29.3%)**. En contraste, este comportamiento fue atenuado parcialmente por las menores ventas en las actividades de Tiendas por departamento (-4.7%), Ferreterías y acabados (-6.7%) y Equipamiento del hogar (-8.6%).
 - **Supermercados e hipermercados** (42.5% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad **registraron un incremento de +3.0%** en setiembre de 2022, debido al aumento en las ventas de alimentos (+8.7%) y bebidas y tabaco (+39.4%).
 - **Farmacias y boticas** (21.2% de las ventas internas): Esta actividad registró un **importante incremento en +31.5%**, ello responde al aumento en la demanda de productos farmacéuticos y medicinales (+23.2%), así como de productos de cuidado personal (+59.1%).
 - **Libros, periódicos y artículos de papelería** (1.7% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad **aumentaron en +29.3%**. Por undécimo mes consecutivo registra un resultado positivo debido, principalmente, por el aumento en la demanda de productos de papelería y artículos de oficina (+58.1%).
 - **Tiendas por departamento** (14.9% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad por quinto mes consecutivo no da señales de recuperación y registró un resultado negativo **-4.7%** en setiembre de 2022. Ello se explica por las menores ventas de muebles (-13.7%), artículos de uso doméstico (-22.8%) y productos diversos (-10.1%).
 - **Ferreterías y acabados** (14.3% de las ventas internas): En este mes las ventas de esta actividad **disminuyeron en -6.7%**. A nivel de línea de producto, se aprecia una disminución, principalmente, en la ventas de muebles (-17.4%), productos diversos (-10.1%) y artículos de ferretería (-3.3%). 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 -8.6%**. A nivel de línea de producto, se aprecia menores ventas de las líneas de artículos de uso doméstico (-6.1%), muebles (-20.3%) y productos diversos (-19.7%).

- **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

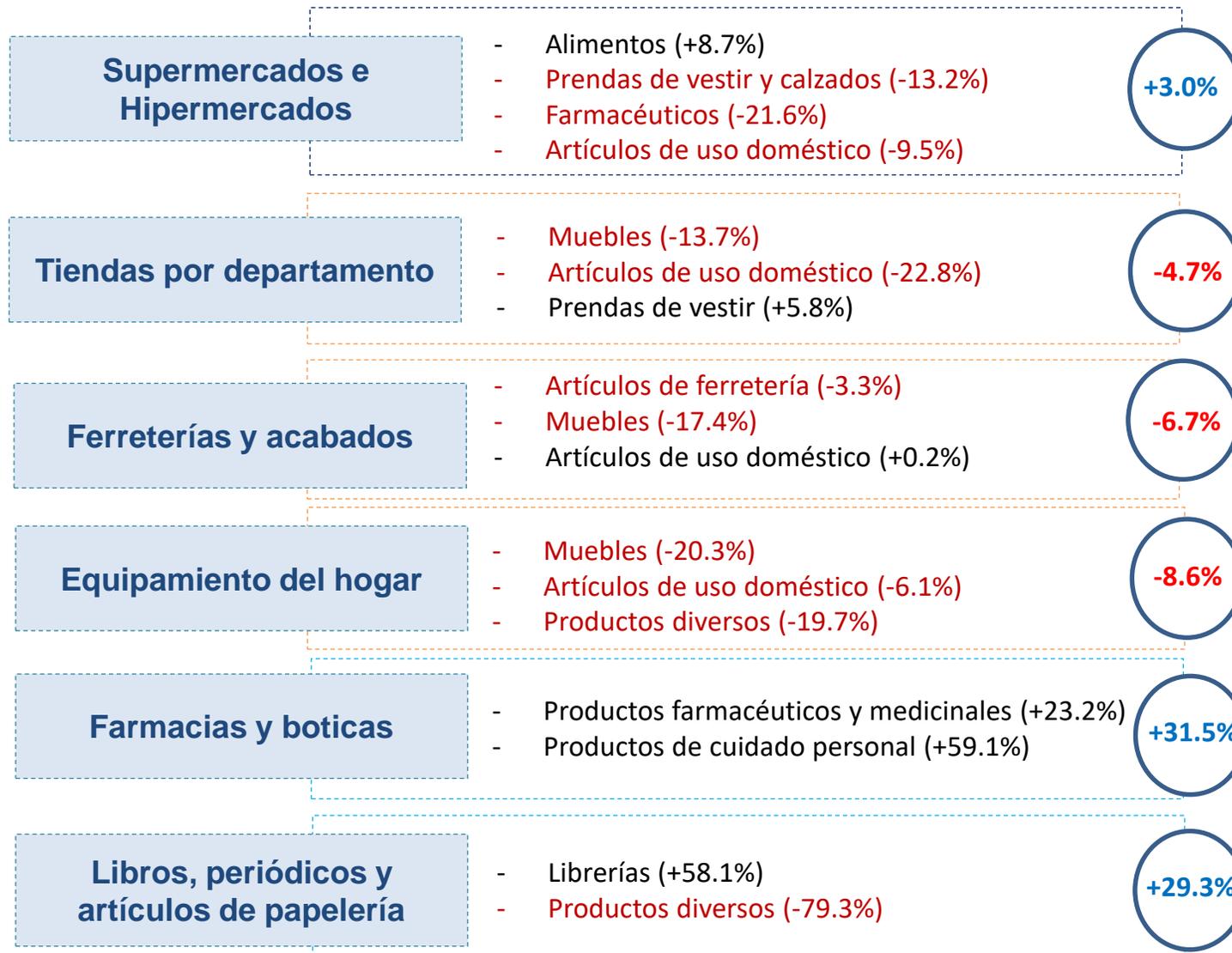


PERÚ

Ministerio de la Producción

Setiembre 2022

(Variación porcentual interanual)



“Las ventas de comercio interno, en el noveno 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 (consumo privado), pese al alza de precios de los productos de mayor consumo de la población”.

En setiembre de 2022, las actividades que incidieron de manera positiva en el 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** (-4.7%), **Ferreterías y acabados** (-6.7%) y **Equipamiento para el hogar** (-8.6%), ello debido a una desaceleración en el crecimiento del sector construcción.

En setiembre 2022 las ventas de comercio interno **aumentaron en 4.6%**



PERÚ

Ministerio de la Producción

En setiembre de 2022, las ventas del comercio interno registraron un moderado incremento de 4.6%. Este resultado responde, principalmente, por el aumento en la facturación de los Supermercados e hipermercados (+3.0%), Farmacias y boticas (+31.5%) y Librerías y artículos de papelería (+29.3%). En contraste, este comportamiento fue atenuado parcialmente por las menores ventas de las Tiendas por departamento (-4.7%), Equipamiento del hogar (-8.6%) y ferreterías y acabados (-6.7%).

Gráfico Nº 1

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

(Millones de soles a precios corrientes)

CIU (a)	Actividad	Set-21	Set-22	Var % Set (22/21)
	Total	3,737	3,909	4.6
4711	Supermercados e hipermercados	1,615	1,663	3.0 ▲
4719	Tiendas por departamentos ^{1/}	612	583	-4.7 ▼
4752	Ferreterías y acabados	601	561	-6.7 ▼
4759	Equipamiento del hogar	227	208	-8.6 ▼
4772	Farmacias y boticas	629	827	31.5 ▲
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	52	67	29.3 ▲

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

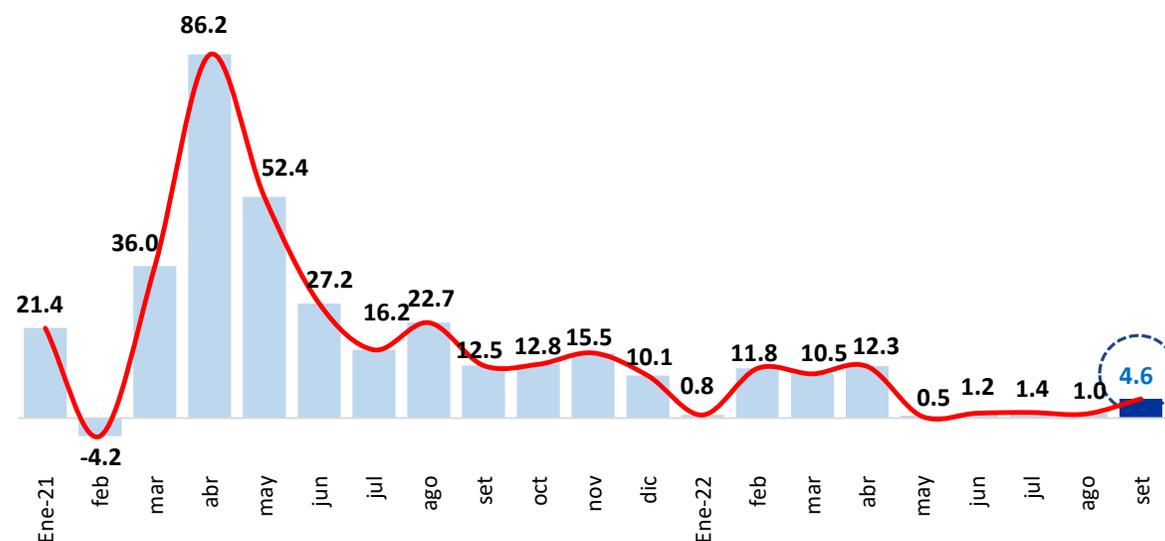
^{1/} Las ventas internas corresponden al comercio interno de (Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas) y representan aprox. el 98.5% del total; se excluye las ventas al por menor de combustibles de la actividad CIU 4730.

^{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 **aumentaron en 3.0%**

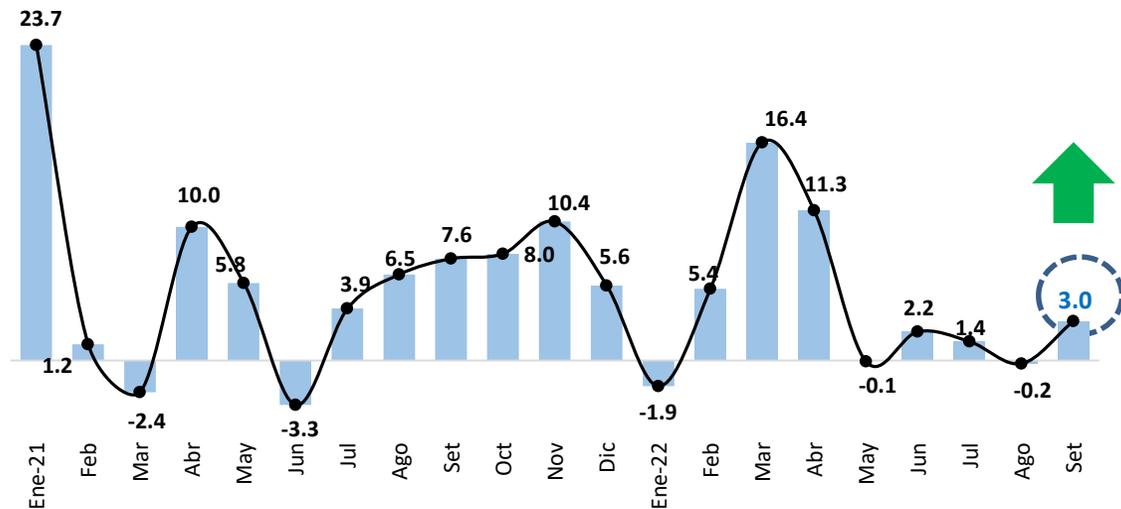
Las ventas en los **supermercados e hipermercados** experimentaron un **crecimiento interanual de +3.0%** en setiembre de 2022. Este resultado se explica, principalmente, por el aumento en las ventas de productos como alimentos (+8.7%) y bebidas y tabaco (+39.4%).

En contraste, se aprecia una disminución en las ventas de artículos de uso doméstico (-9.5%), productos diversos (-5.2%), farmacéuticos y cosméticos (-21.6%) y prendas de vestir (-13.2%).

Gráfico N° 3

Evolución de las ventas de supermercados e hipermercados

(Variación porcentual interanual)

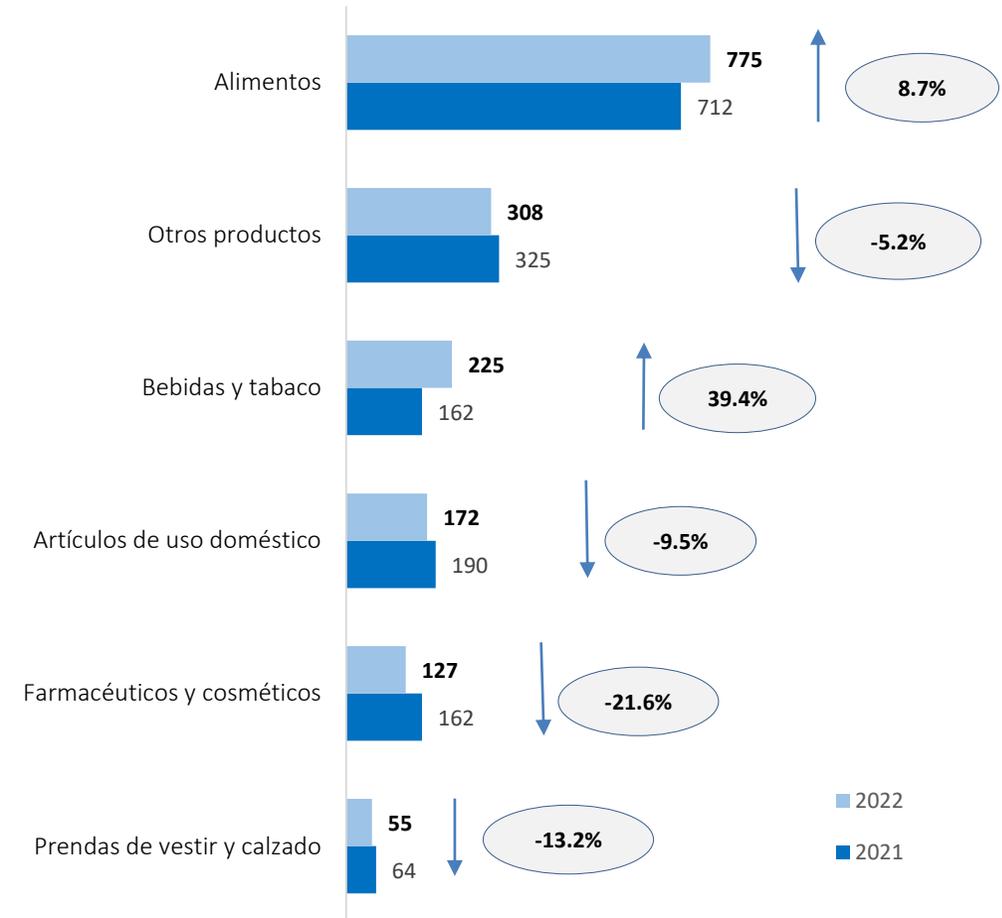


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico N° 4

Ventas por líneas de productos, setiembre 2021 y setiembre 2022

(Millones de soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Ventas de tiendas por departamento **disminuyeron en 4.7%**

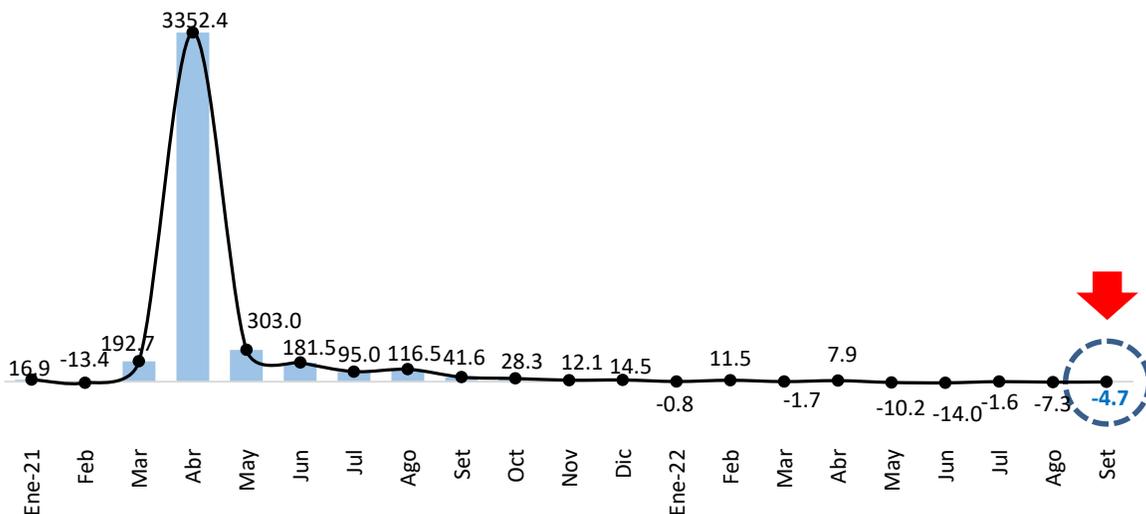
En setiembre de 2022, las ventas en las **tiendas por departamento** aún no da señales de recuperación y registró una disminución de **-4.7% interanual**. Este resultado está asociado por las bajas ventas de muebles (-13.7%), artículos de uso doméstico (-22.8%) y productos diversos (-10.1%); ello debido a que los consumidores vienen priorizando la compra de productos básicos alimentos y medicinas.

En contraste, este comportamiento fue atenuado por el incremento en las ventas de la línea de productos farmacéuticos y cosméticos (+39.9%), y en menor medida, prendas vestir, calzado y accesorios (+5.8%) .

Gráfico Nº 3

Evolución de las ventas de tiendas por departamento

(Variación porcentual interanual)

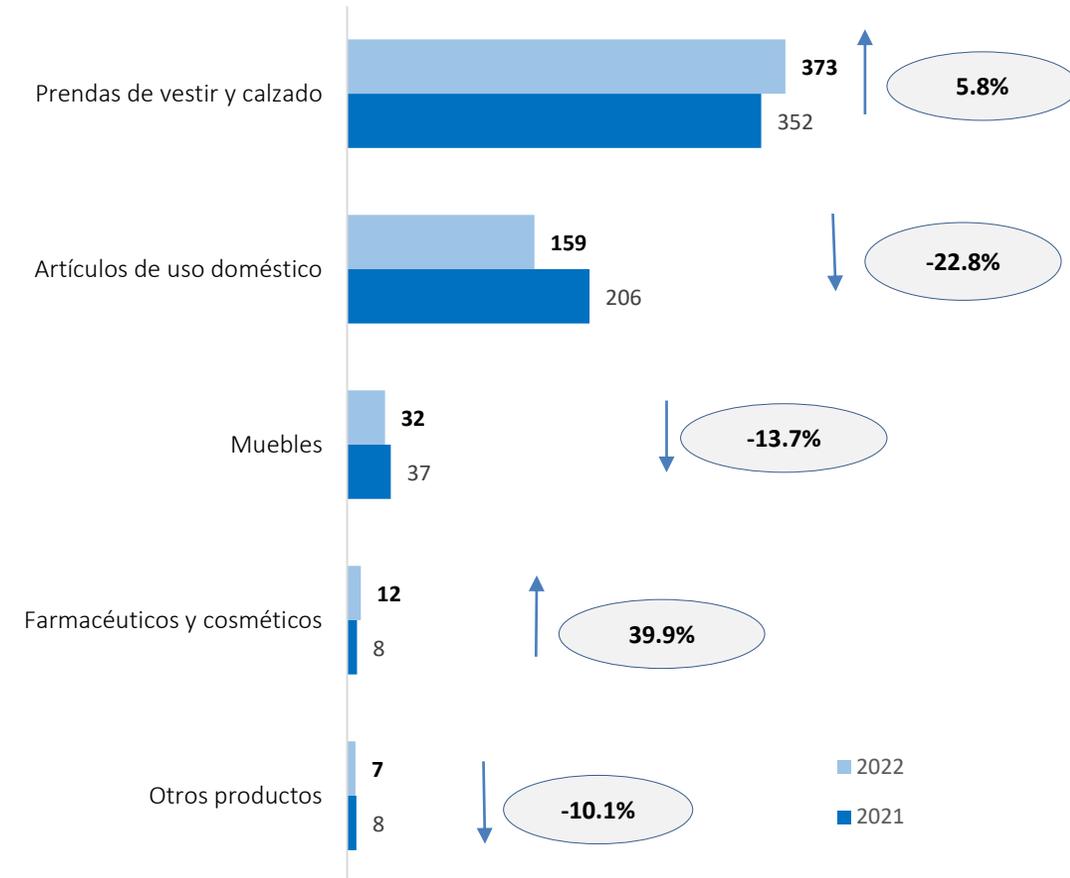


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 4

Ventas por líneas de productos, setiembre 2021 y setiembre 2022

(Millones de soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Ferreterías y acabados **disminuyeron sus ventas en 6.7%**

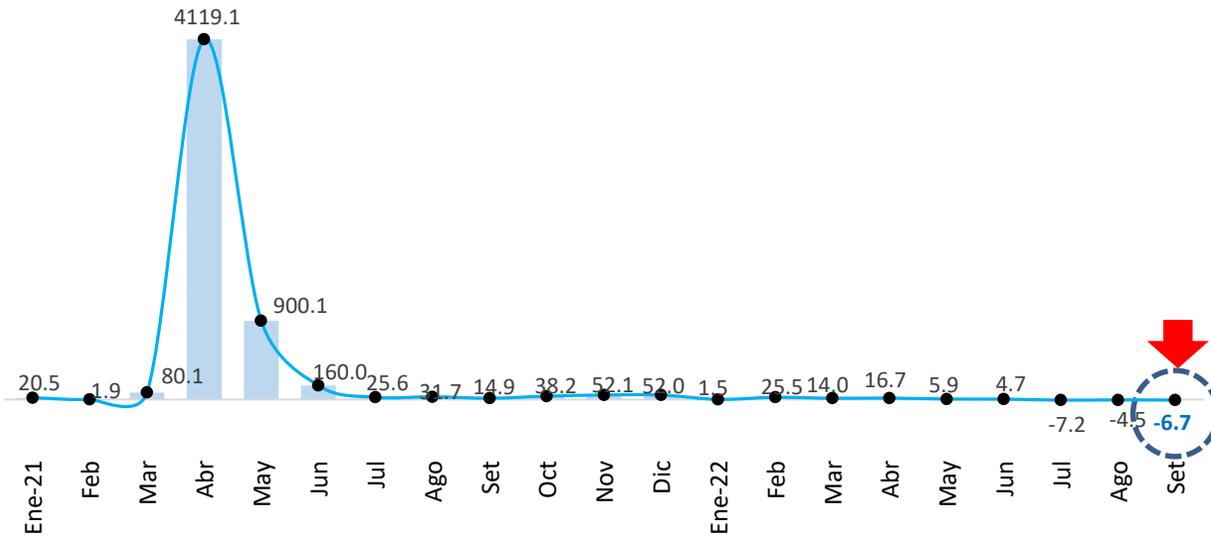
En setiembre de 2022, las ventas de productos de la actividad de **ferreterías y acabados** disminuyeron en **-6.7%** con respecto a similar mes del año 2021. Este resultado se explica por la menor demanda de las líneas de artículos de ferretería (-3.3%), muebles (-17.4%) y otros productos (-10.1%); a consecuencia de la desaceleración del crecimiento 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 (+0.2%).

Gráfico Nº 5

Evolución de las ventas de ferreterías y acabados

(Variación porcentual interanual)

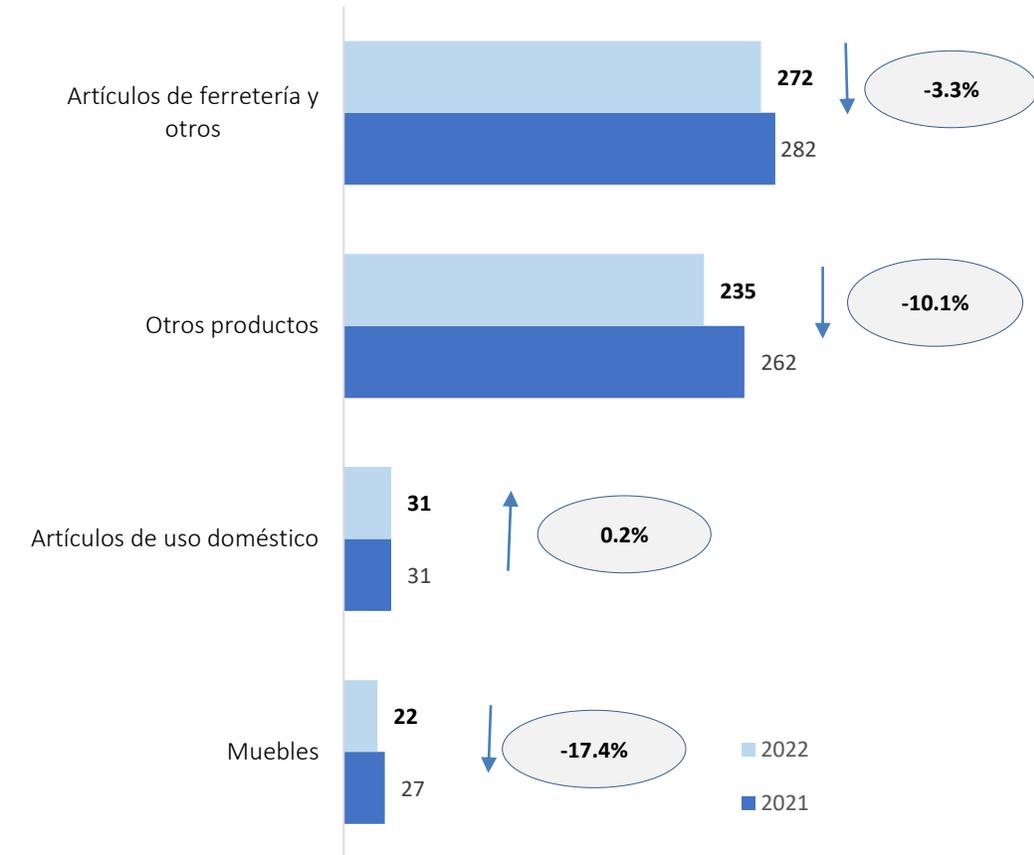


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 6

Ventas por líneas de productos, setiembre 2021 y setiembre 2022

(Millones de Soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Equipamiento del hogar **disminuyeron sus ventas en 8.6%**



PERÚ

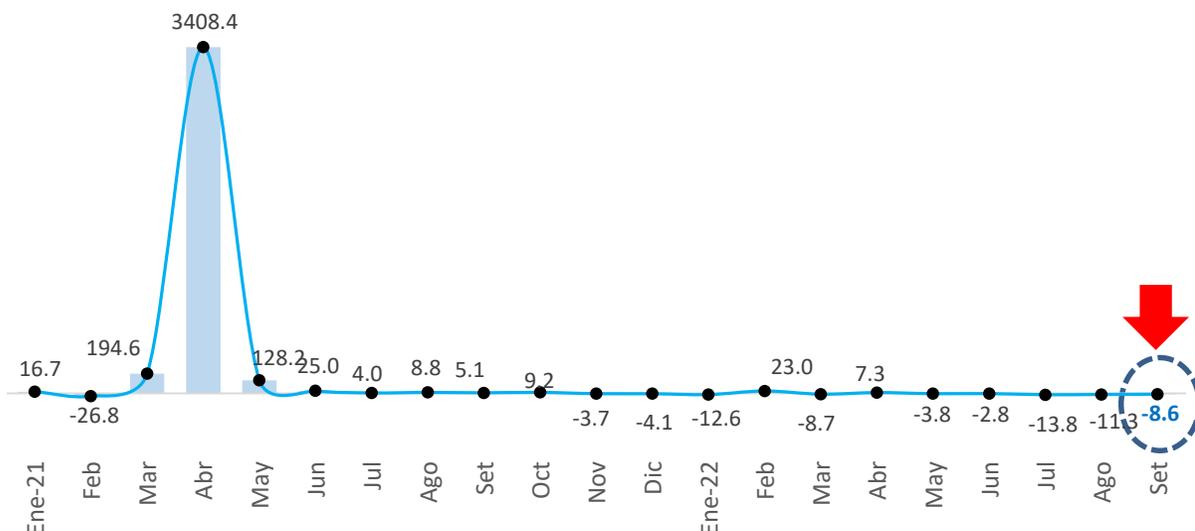
Ministerio de la Producción

En setiembre de 2022, las ventas de productos de la actividad de **equipamiento del hogar** disminuyeron en **8.6%** con respecto a similar mes del año anterior. Este resultado responde a las menores ventas registradas en las líneas de **artículos domésticos** (-6.1%), **otros productos** (-19.7%) y **muebles** (-20.3%); afectado por la menor demanda local.

Gráfico N° 7

Evolución de las ventas de equipamiento del hogar

(Variación porcentual interanual)

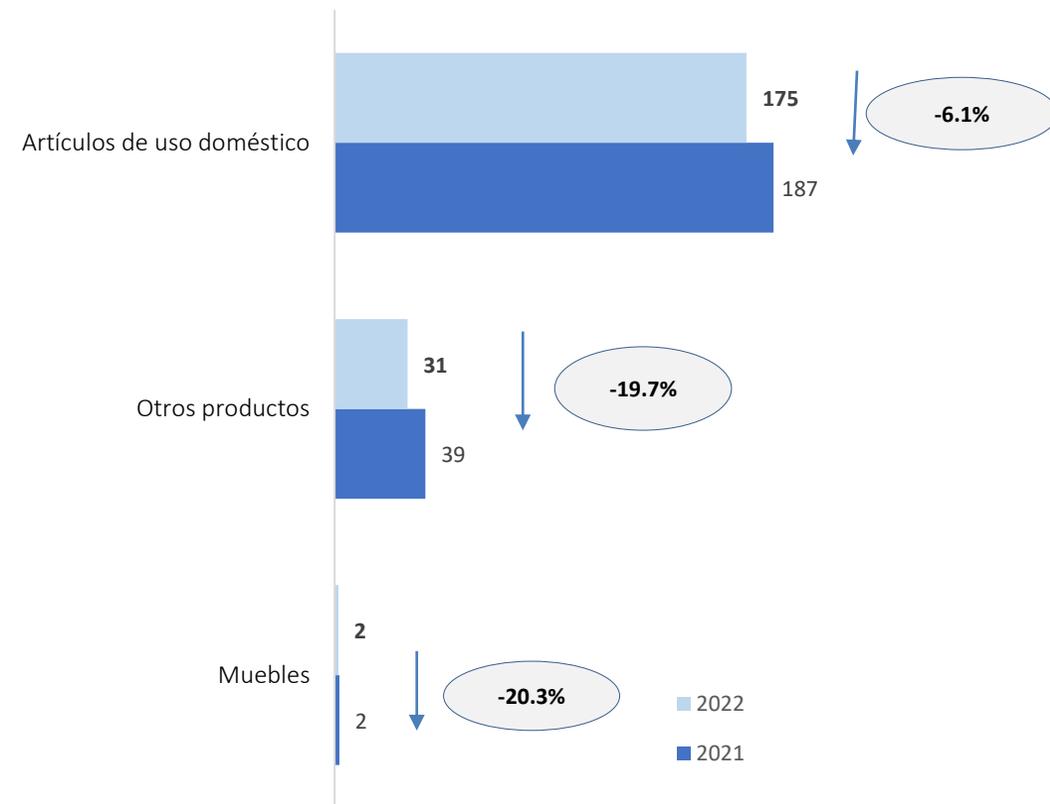


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico N° 8

Ventas por líneas de productos, setiembre 2021 y setiembre 2022

(Millones de Soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Ventas de farmacias y boticas **aumentaron en 31.5%**



PERÚ

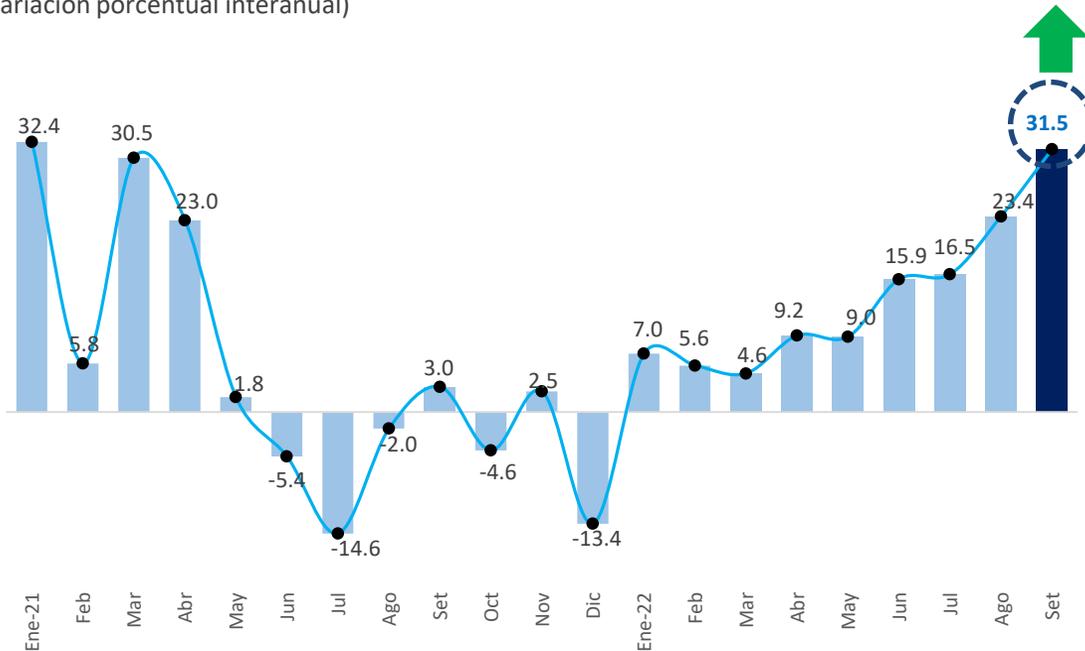
Ministerio de la Producción

En setiembre de 2022, las ventas de farmacias y boticas **registraron un importante aumento en 31.5%** 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 (+23.2%) y de productos de cuidado personal (+59.1%).

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, setiembre 2021 y setiembre 2022

(Millones de Soles y Var.% interanual)

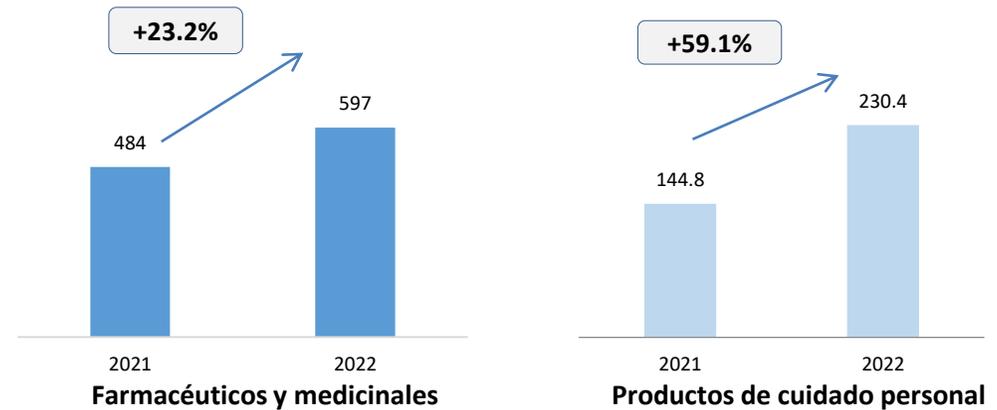
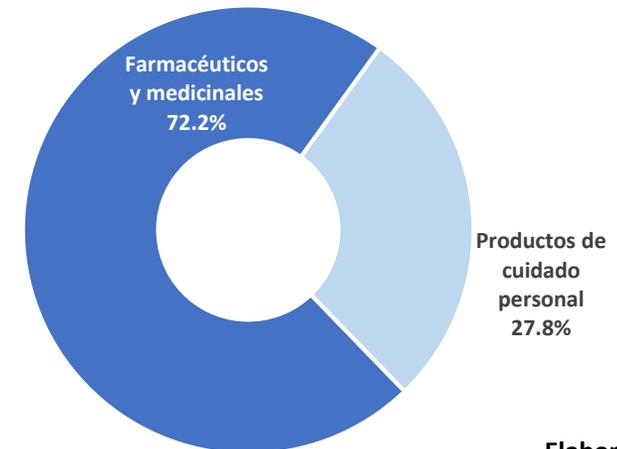


Gráfico N° 11

Participación de las ventas por líneas de productos, setiembre 2022

(Porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

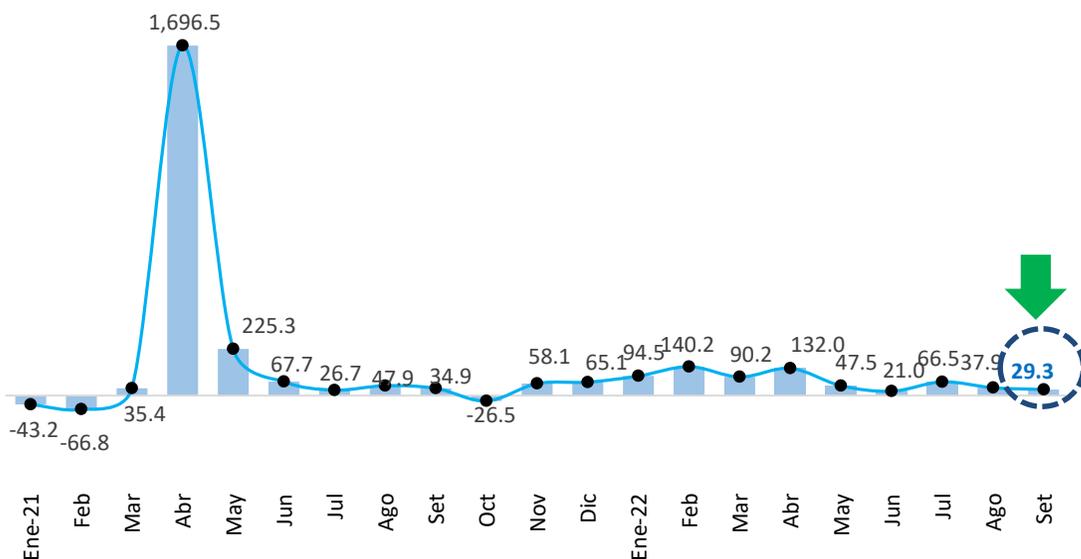
Ventas de libros, periódicos y artículos de papelería aumentaron en 29.3%

Las ventas de la actividad de **libros, periódicos y artículos de papelería**, en setiembre de 2022, registró un importante aumento en **(+29.3%)**. 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 (+58.1%). En contraste, este desempeño fue atenuado por la disminución de productos diversos (-79.3%).

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, setiembre 2021 y setiembre 2022

(Millones de Soles y Var.% interanual)

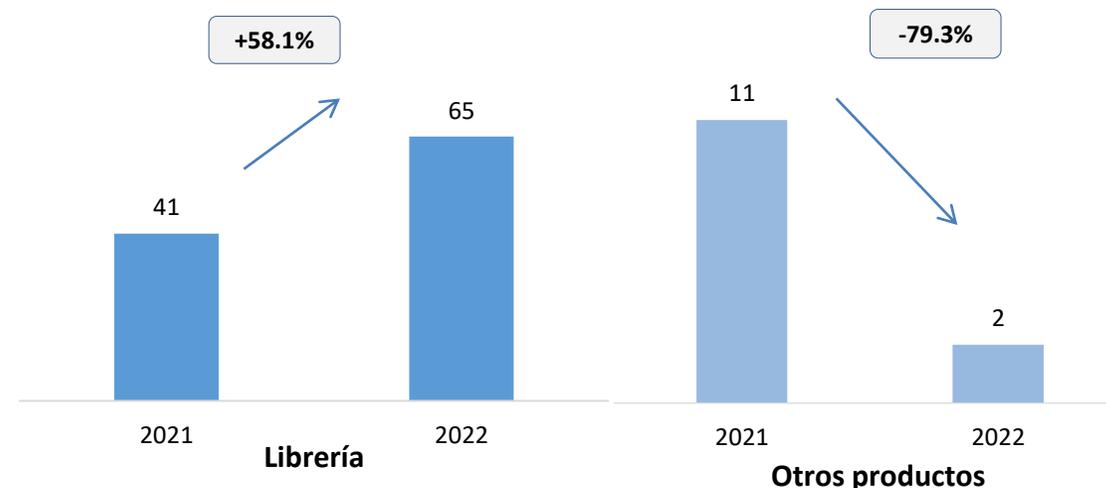
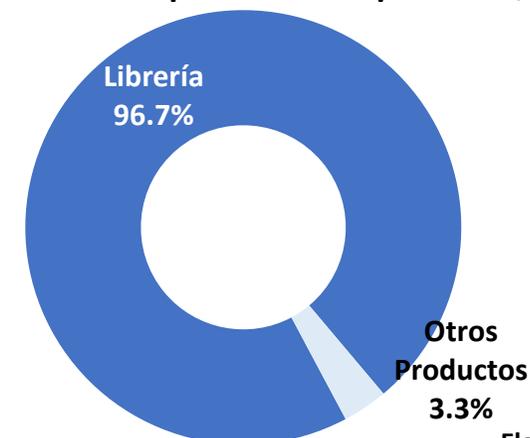


Gráfico N° 14

Participación de las ventas por líneas de producto, setiembre 2022

(Porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Tiendas: Número de tiendas **aumentó 5.5%** en setiembre de 2022



PERÚ

Ministerio de la Producción

Actividades

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

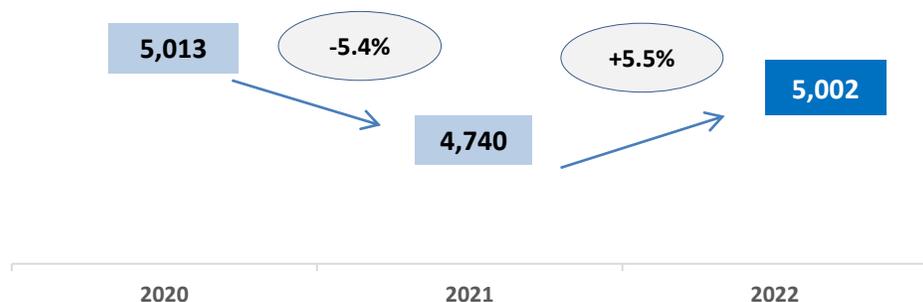
Supermercados e hipermercados	-41
Tiendas por departamento	32
Ferreterías y acabados del hogar	50
Equipamiento del hogar	-12
Libros, periódicos y artículos de papelería	1
Farmacias y boticas	232

1/ En relación a similar mes del año anterior

Gráfico Nº 15

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

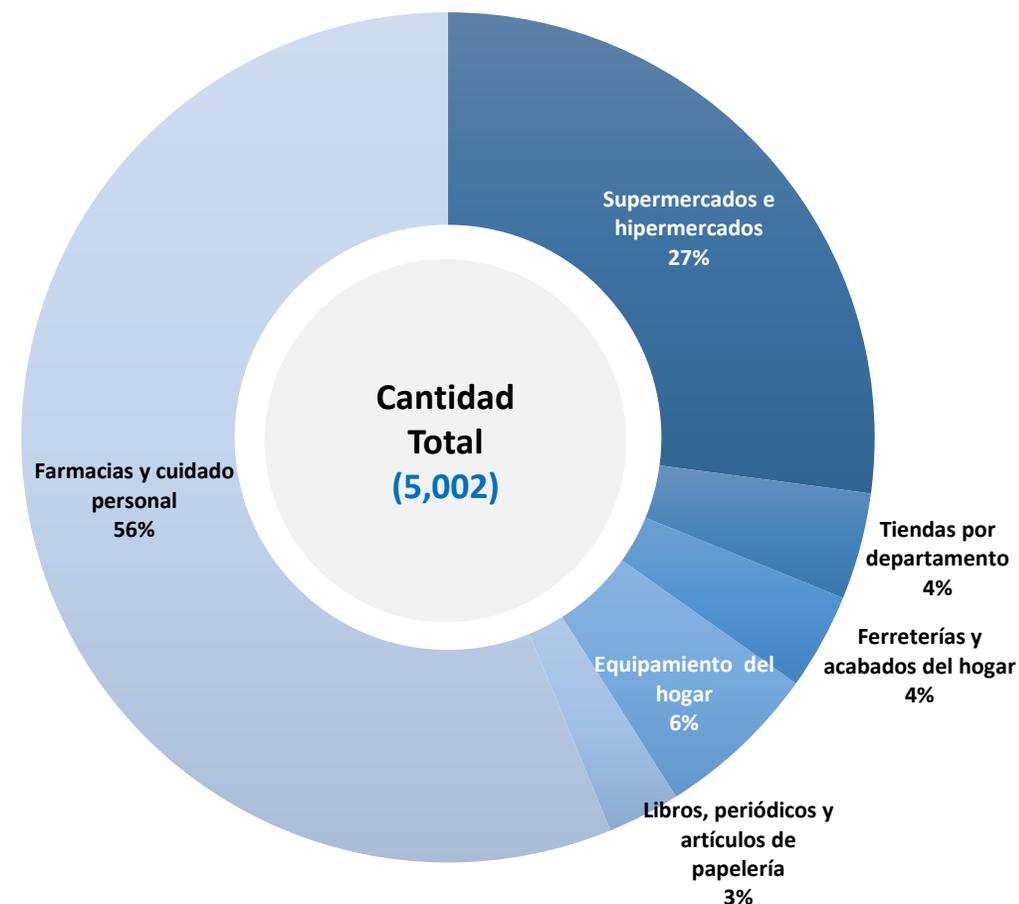
(Cantidad y Variación %)



Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 16

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



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Nivel de empleo **disminuyó en -3.3%** y asciende a **110 mil 262** puestos de trabajo



PERÚ

Ministerio de la Producción

Gráfico Nº 17

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

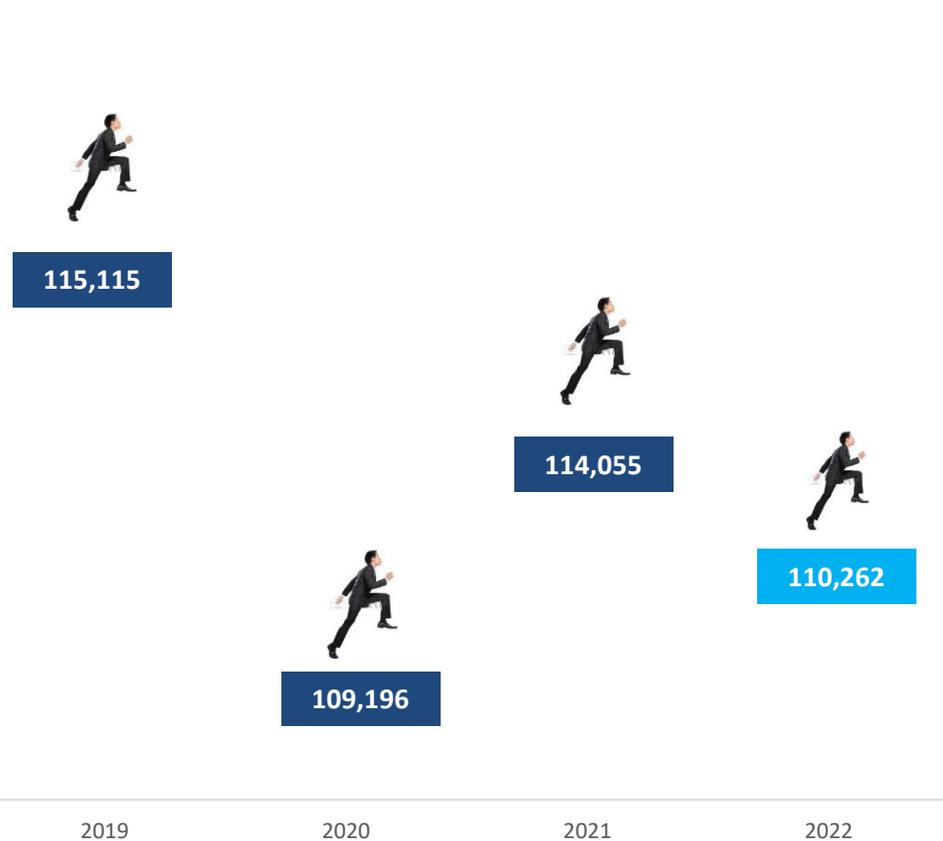
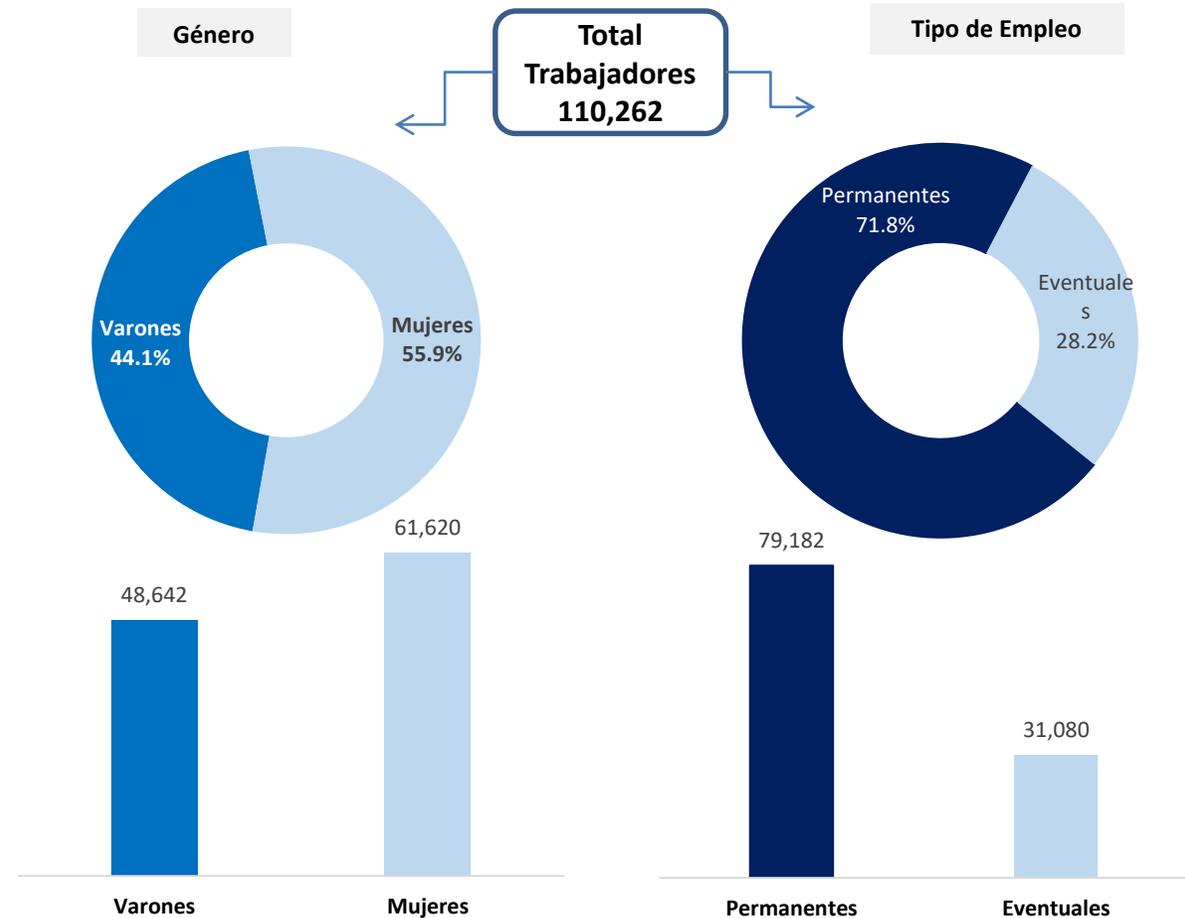


Gráfico Nº 18

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



Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Elaboración: PRODUCE (OEE)

Tabla Nº 1

Comercio Interno por actividades, 2020-2022

(Variación porcentual interanual)

Actividad	Var. % Interanual				Var.% Acum.			
	Set 20/19	Set 21/20	Set 22/19	Set 22/21	Ene – Set (20/19)	Ene – Set (21/20)	Ene – Set (22/19)	Ene – Set (22/21)
Total Comercio Interno	8.0	12.5	27.2	4.6	-6.6	26.2	23.2	4.6
Supermercados e Hipermercados	18.8	7.6	31.6	3.0	15.2	5.5	26.3	3.9
Tiendas por departamento	-15.6	41.6	13.8	-4.7	-38.0	108.9	25.0	-3.4
Ferreterías y acabados del hogar	23.1	14.9	32.0	-6.7	-24.3	65.6	31.1	4.6
Equipamiento del hogar	0.3	5.1	-3.6	-8.6	-21.1	40.5	5.2	-5.1
Libros, periódicos y artículos de papelería	-29.6	34.9	22.8	29.3	-37.2	9.6	19.1	72.9
Farmacias y boticas	1.2	3.0	37.1	31.5	-3.8	6.4	16.3	13.5

Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Elaboración: PRODUCE (OEE)

- ✓ En el acumulado de enero a setiembre 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 setiembre 2022 tenemos a: **Libros, periódicos y artículos de papelería** (+72.9%) y **Farmacias y boticas** (+13.5%).
- ✓ Así también en este periodo crecieron, en menor medida, las ventas de los Supermercados e hipermercados (+3.9%) y Ferreterías y acabados del hogar (+4.6%). No obstante, se aprecia una disminución en la actividad de Tiendas por departamento (-3.4%).
- ✓ En cuanto a la actividad de **libros, periódicos y artículos de papelería**, el importante crecimiento que mantiene en este periodo responde a la normalización de las clases semipresenciales y las campañas del último proceso electoral municipal, que incidieron en el aumento de 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)