



PERÚ

Ministerio
de la Producción

PRODUCE
produce.gob.pe



Reporte Coyuntural

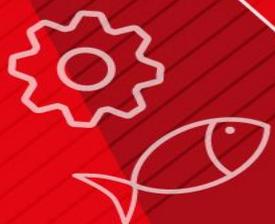
Comercio Interno

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

Junio 2022

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

Lima, Agosto 2022



PRODUCE
Ministerio de la Producción

□ En junio de 2022

- ✓ Las ventas del comercio interno registraron un ligero crecimiento de **1.2%** con respecto a junio de 2021 y de **19.7%** con respecto a junio de 2019 (pre-pandemia). Con este resultado acumula dieciséis 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 junio responde al aumento de las ventas en **Supermercados e hipermercados (+2.2%)**, **Ferreterías y acabados (+4.7%)**, **Farmacias y boticas (+15.9%)** y **Librerías (+21.0%)**. En contraste, este resultado positivo fue atenuado parcialmente por la caída que experimentó las actividades de Tiendas por departamento (-14.0%) y Equipamiento del hogar (-2.8%).
 - **Supermercados e hipermercados** (42.8% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad **registraron un ligero incremento de +2.2%** en junio de 2022, debido a la mayor demanda de alimentos (+2.7%), bebidas y tabaco (+15.6%) y productos diversos (+3.8%).
 - **Ferreterías y acabados** (14.4% de las ventas internas): En este mes las ventas de esta actividad se **incrementaron en +4.7%**. A nivel de línea de producto, se aprecia un incremento, principalmente, en los artículos de uso doméstico (+6.2%) y artículos de ferretería (+11.2%). 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** (1.3% de las ventas internas): Esta actividad registró un **importante incremento en +21.0%**. Por octavo 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** (18.0% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad **augmentó en +15.9%**, ello responde a las mayores ventas de productos farmacéuticos y medicinales (+17.7%) y en menor medida por el aumento en las ventas de productos de cuidado personal (+8.6%).
 - **Tiendas por departamento** (17.9% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad **experimentaron una disminución de -14,0%** en junio de 2022. Ello responde a una disminución en las ventas de prendas de vestir y calzados (-16.4%), artículos de uso doméstico (-12.1%) y muebles (-9.1%).
 - **Equipamiento del hogar** (5.5% de las ventas internas): Esta actividad **registró una disminución de las ventas en -2.8%**. A nivel de línea de producto, se aprecia menores ventas de las líneas de artículos de uso doméstico (-52.4%), productos diversos (-53.7%) y muebles (-87.4%).

- **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

Junio 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 junio 2022, las actividades que incidieron de manera positiva en el ligero crecimiento del comercio interno fueron, las de Supermercados e hipermercados, Ferreterías y acabados, Farmacias y boticas, y Librerías.

En contraste, atenuó parcialmente este crecimiento el rubro de Tiendas por departamento (-14.0%) y Equipamiento para el hogar (-2.8%), debido a una reducción en la demanda de la población por el alza de los precios.

En junio 2022 las ventas de comercio interno **aumentaron en 1.2%**



PERÚ

Ministerio
de la Producción

En junio de 2022, las ventas del comercio interno experimentaron un ligero incremento de 1.2%. Este resultado responde, principalmente, por el aumento en la facturación de los Supermercados e hipermercados (+2.2%), farmacias y boticas (+15.9%), librerías y artículos de papelería (+21.0%) y ferreterías y acabados (+4.7%). En contraste, este comportamiento fue atenuado parcialmente por la disminución en las ventas de las Tiendas por departamento (-14.0%) y Equipamiento del hogar (-2.8%).

Gráfico N° 1

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

(Millones de soles a precios corrientes)

CIU (a)	Actividad	Jun-21	Jun-22	Var % Jun (22/21)
	Total	3,814	3,860	1.2
4711	Supermercados e hipermercados	1,618	1,653	2.2 ▲
4719	Tiendas por departamentos ^{1/}	803	691	-14.0 ▼
4752	Ferreterías y acabados	532	557	4.7 ▲
4759	Equipamiento del hogar	218	212	-2.8 ▼
4772	Farmacias y boticas	601	697	15.9 ▲
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	42	51	21.0 ▲

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

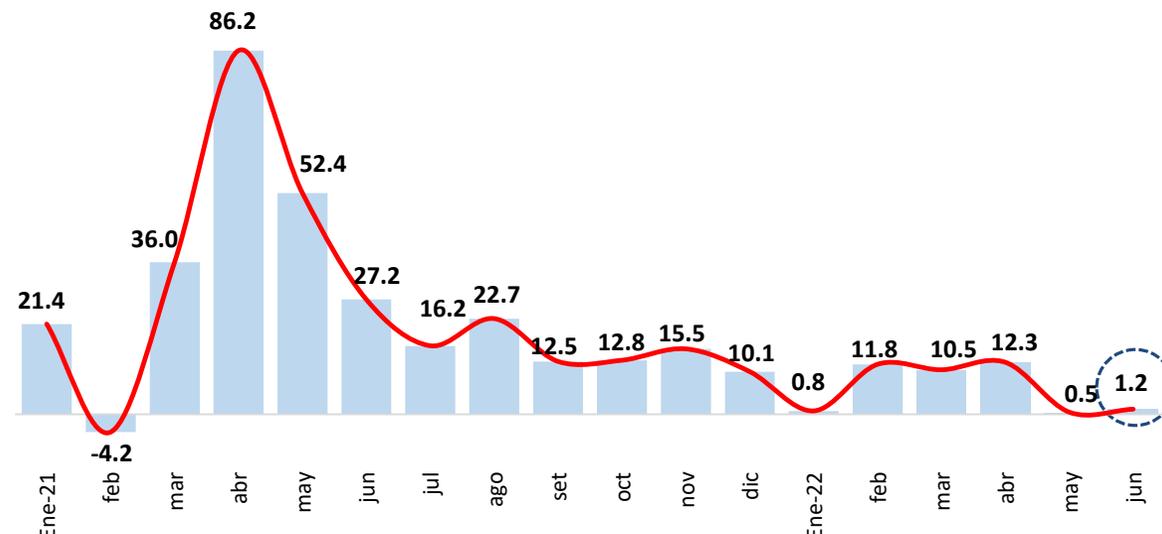
^{1/} Las ventas internas corresponden al comercio interno de (Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas) y representan aprox. el 98.5% del total; se excluye las ventas al por menor de combustibles de la actividad CIU 4730.

^{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 **aumentaron en +2.2%**



PERÚ

Ministerio de la Producción

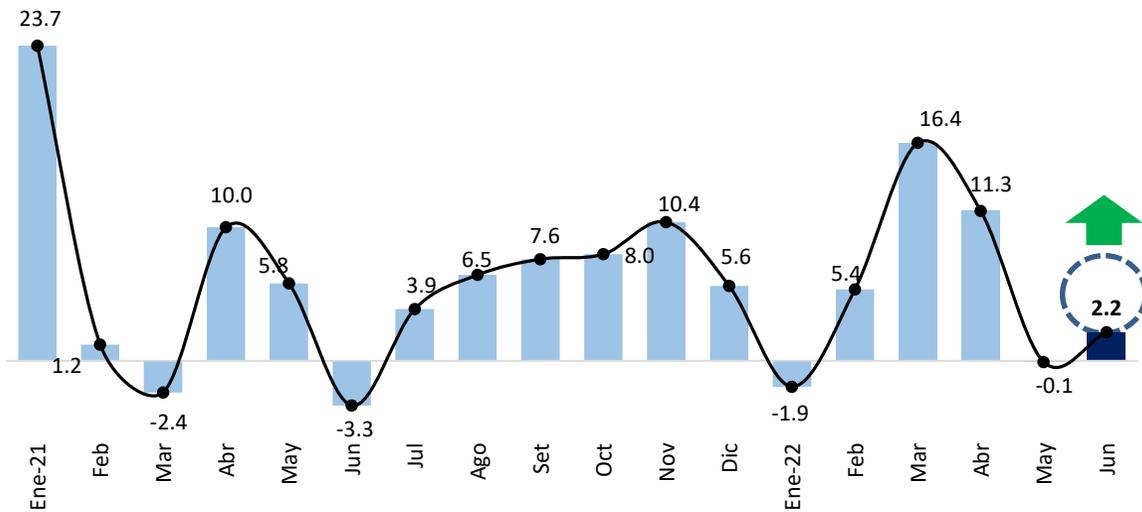
Las ventas en los **supermercados e hipermercados** registraron un ligero **aumento interanual de +2.2%** en junio de 2022. Este resultado se explica por el aumento en la demanda de productos como alimentos (+2.7%), bebidas y tabaco (+15.6%), productos diversos (+3.8%), farmacéuticos y cosméticos (+3.4%) y prendas de vestir (+0.2%).

En contraste, se aprecia una disminución en las ventas de artículos de uso doméstico (-14.4%).

Gráfico N° 3

Evolución de las ventas de supermercados e hipermercados

(Variación porcentual interanual)

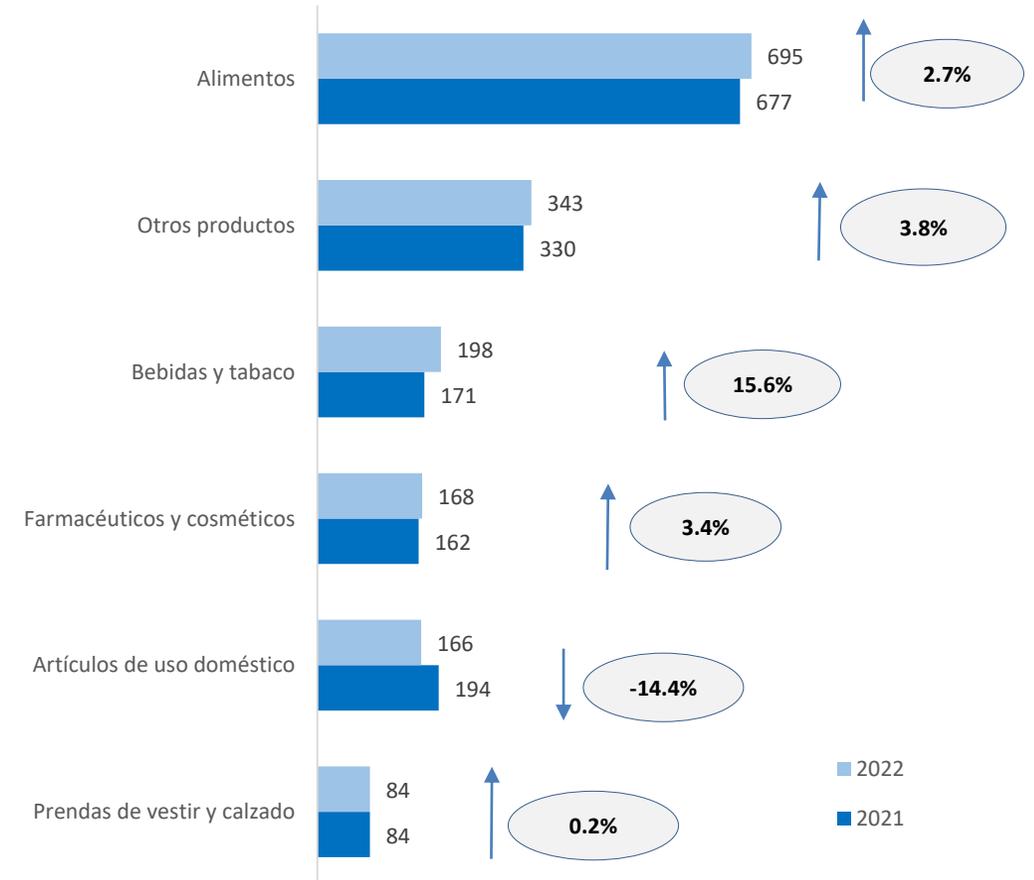


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico N° 4

Ventas por líneas de productos, junio 2021 y junio 2022

(Millones de soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Ventas de tiendas por departamento **disminuyeron en -14.0%**

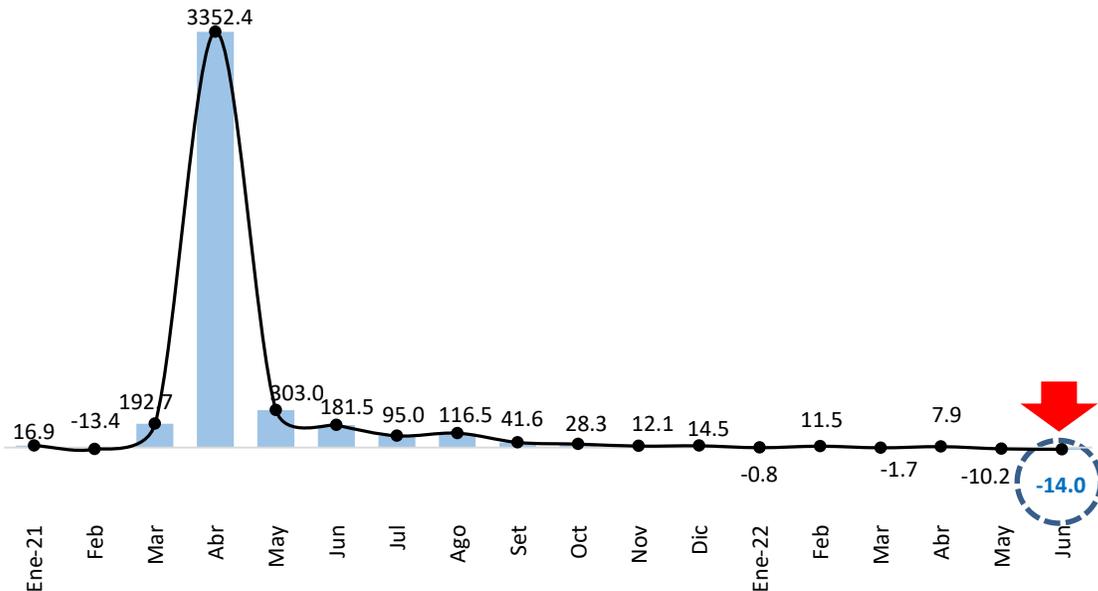
En junio de 2022, las ventas en las **tiendas por departamento** registraron una disminución de **-14.0% interanual**, explicado por las menores ventas de artículos de uso doméstico (-12.1%), prendas vestir, calzado y accesorios (-16.4%) y muebles (-9.1%).

En contraste, atenuó este comportamiento el incremento registrado en la línea de productos diversos (+14.6%) y productos farmacéuticos y cosméticos (+58.7%).

Gráfico N° 3

Evolución de las ventas de tiendas por departamento

(Variación porcentual interanual)

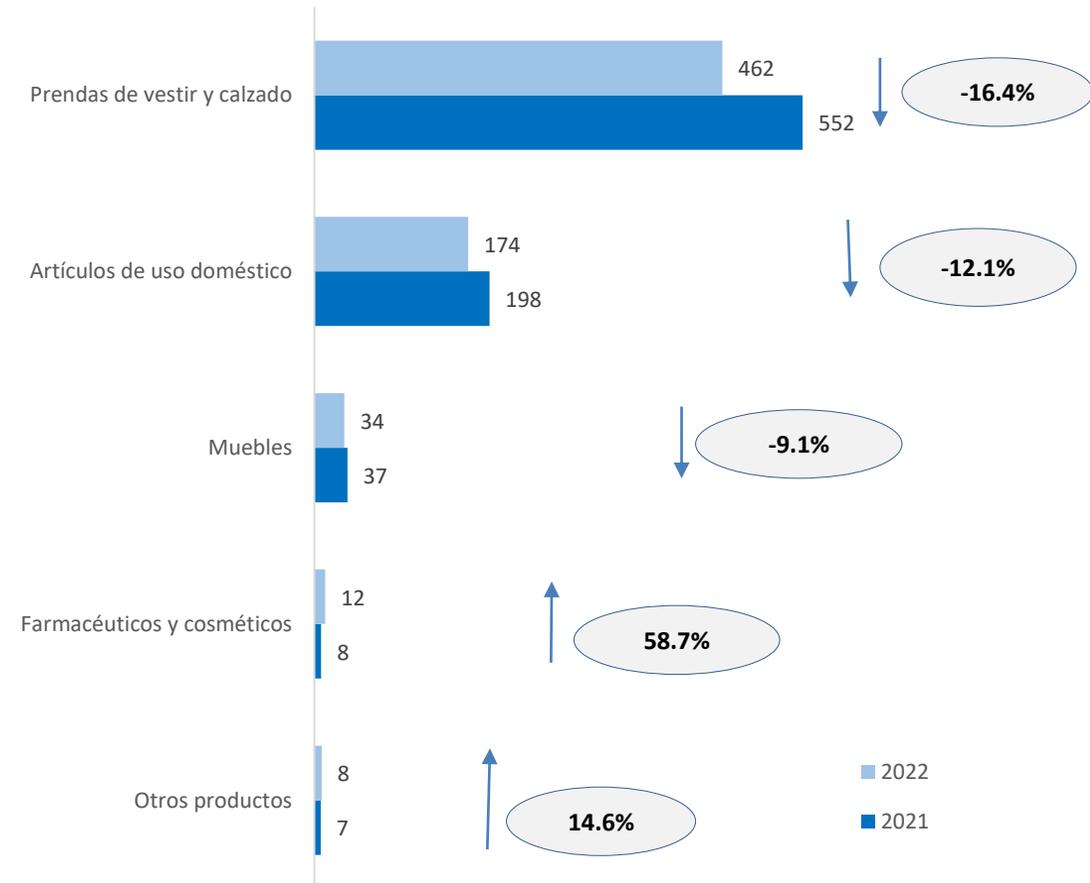


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico N° 4

Ventas por líneas de productos, junio 2021 y junio 2022

(Millones de soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Ferreterías y acabados **aumentaron sus ventas en 4.7%**

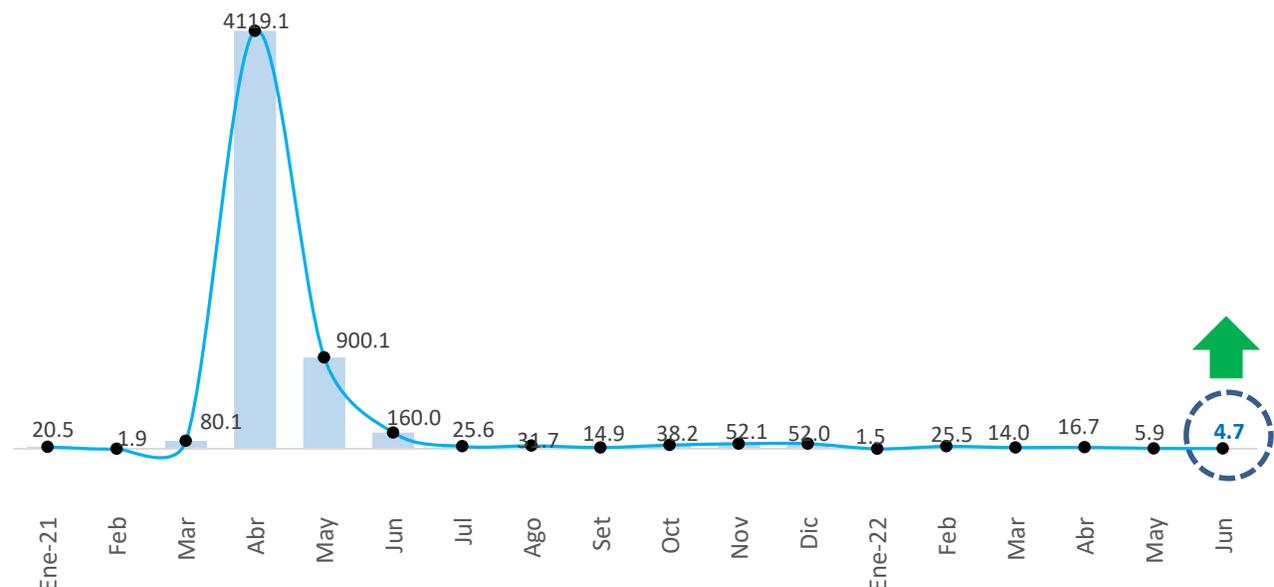
En junio de 2022, las ventas de productos de la actividad de **ferreterías y acabados** aumentaron en **+4.7%** con respecto a similar mes del año 2021. Este resultado responde al aumento registrado en los rubros de artículos de ferretería (+11.2%) y artículos de uso doméstico (+6.2%); ello favorecido por el aumento en la demanda de las actividades del sector construcción por proyectos públicos y privados.

En contraste, disminuyeron las líneas de productos diversos (-0.6%) y muebles (-11.8%).

Gráfico N° 5

Evolución de las ventas de ferreterías y acabados

(Variación porcentual interanual)

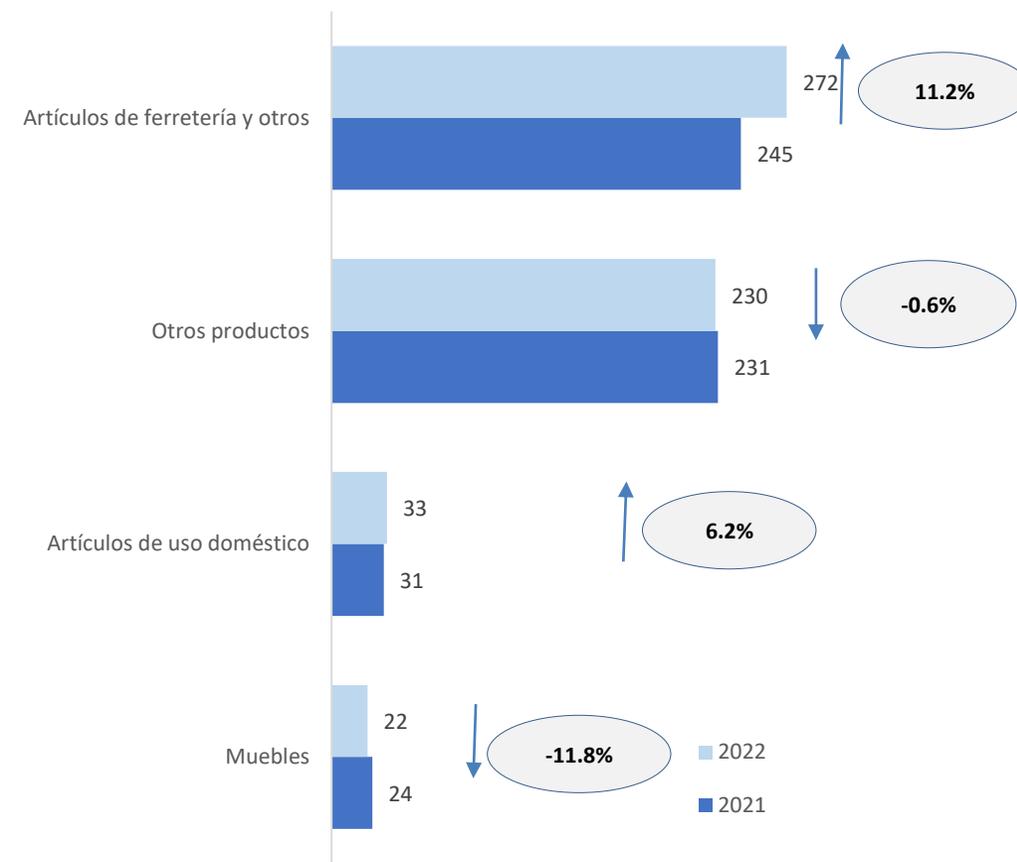


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico N° 6

Ventas por líneas de productos, junio 2021 y junio 2022

(Millones de Soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Equipamiento del hogar **disminuyeron sus ventas en 2.8%**



PERÚ

Ministerio de la Producción

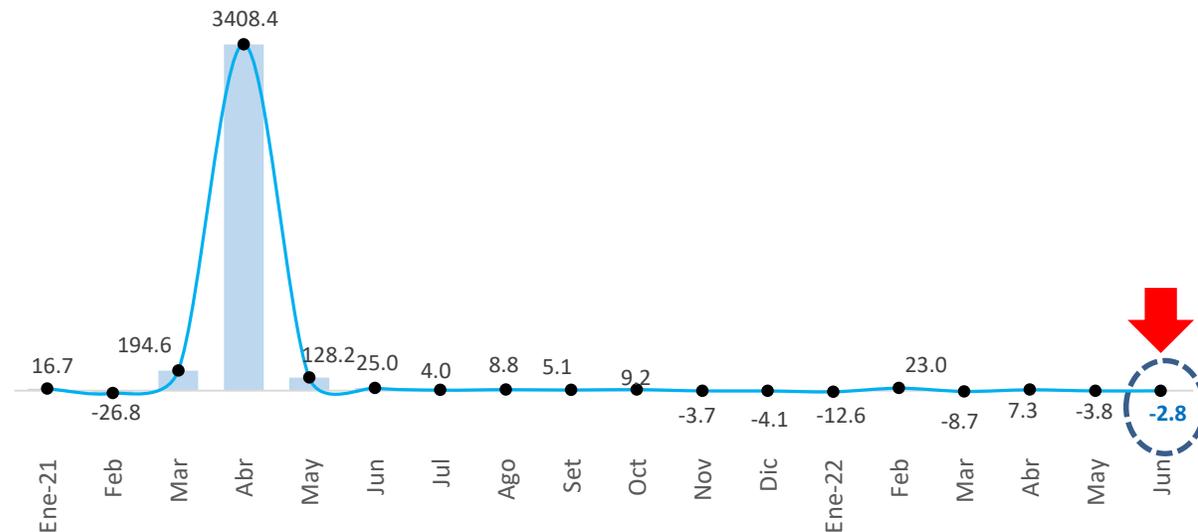
En junio de 2022, las ventas de productos de la actividad de **equipamiento del hogar disminuyeron en 2.8%** con respecto a similar mes del año anterior. Este resultado responde a las menores ventas en las líneas de artículos domésticos (-6.8%) y muebles (-12.6%), afectado por la menor demanda local.

En contraste, dicho comportamiento fue atenuado parcialmente por un incremento de la línea de otros productos (+27.6%).

Gráfico Nº 7

Evolución de las ventas de equipamiento del hogar

(Variación porcentual interanual)

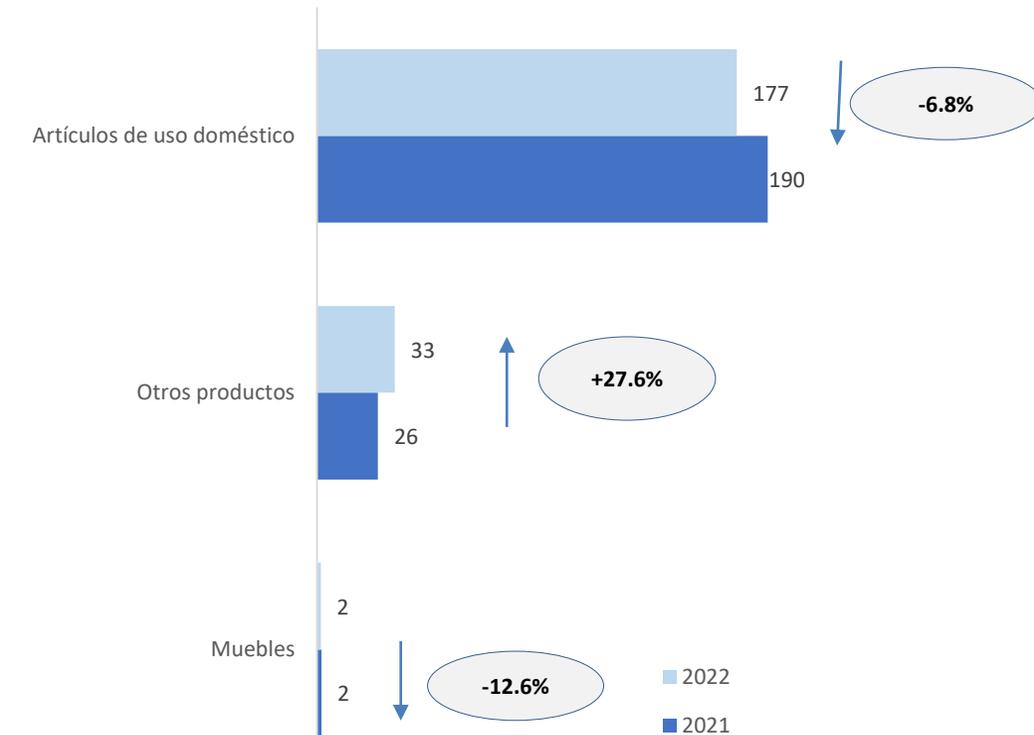


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 8

Ventas por líneas de productos, junio 2021 y junio 2022

(Millones de Soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

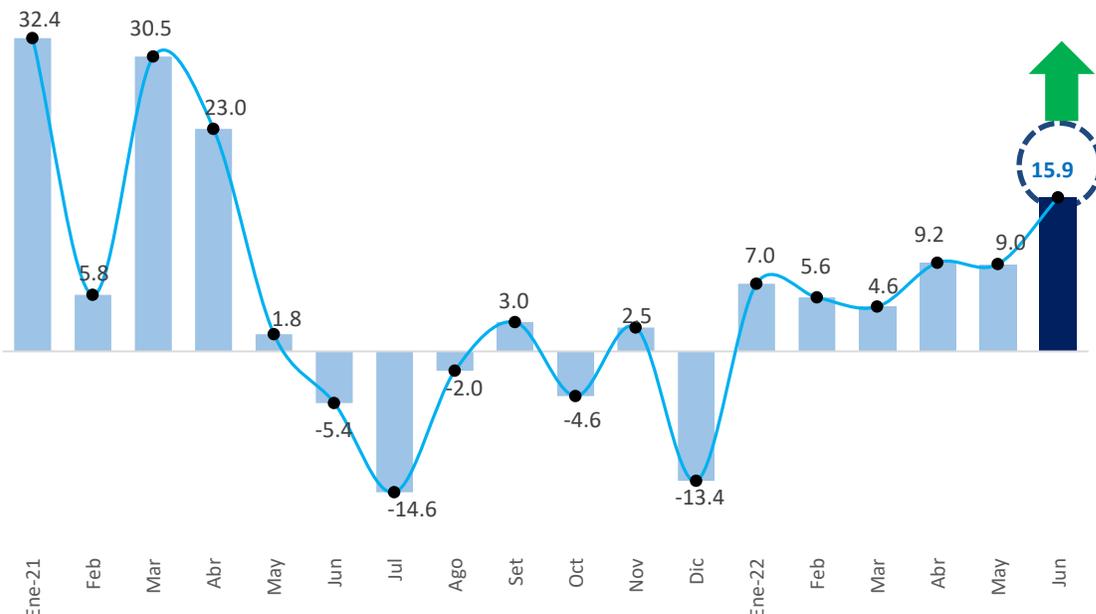
Ventas de farmacias y boticas **aumentaron en 15.9%**

En junio de 2022, las ventas de farmacias y boticas **aumentaron en 15.9%** 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 (+17.7%), así como de productos de cuidado personal (+8.6%).

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, junio 2021 y junio 2022

(Millones de Soles y Var.% interanual)

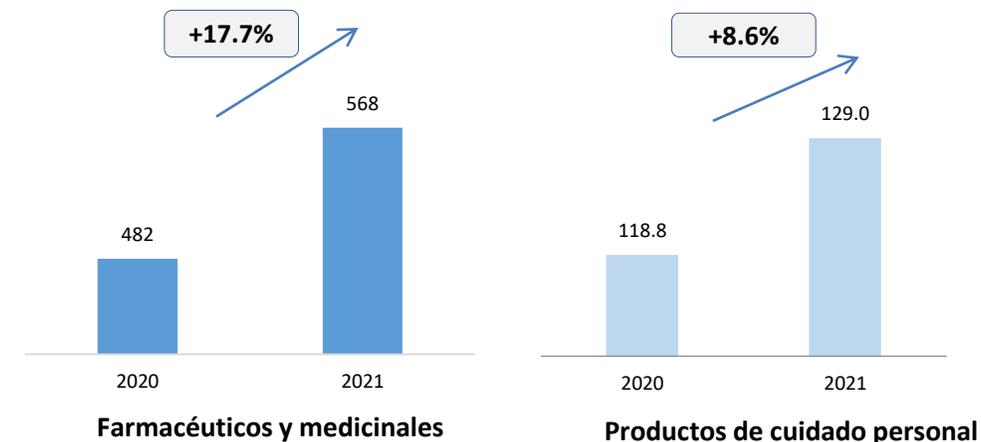
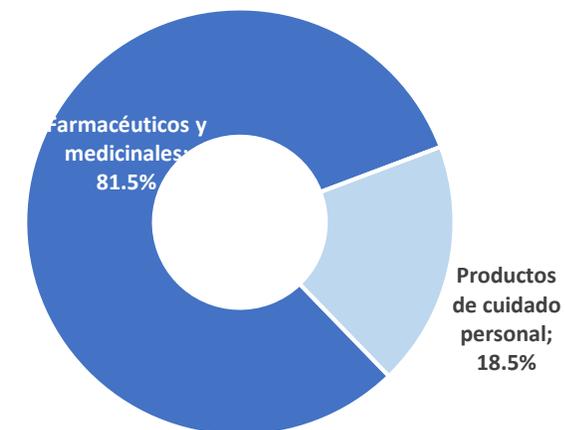


Gráfico Nº 11

Participación de las ventas por líneas de productos, junio 2022

(Porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Ventas de libros, periódicos y artículos de papelería aumentaron en 21.0%



PERÚ

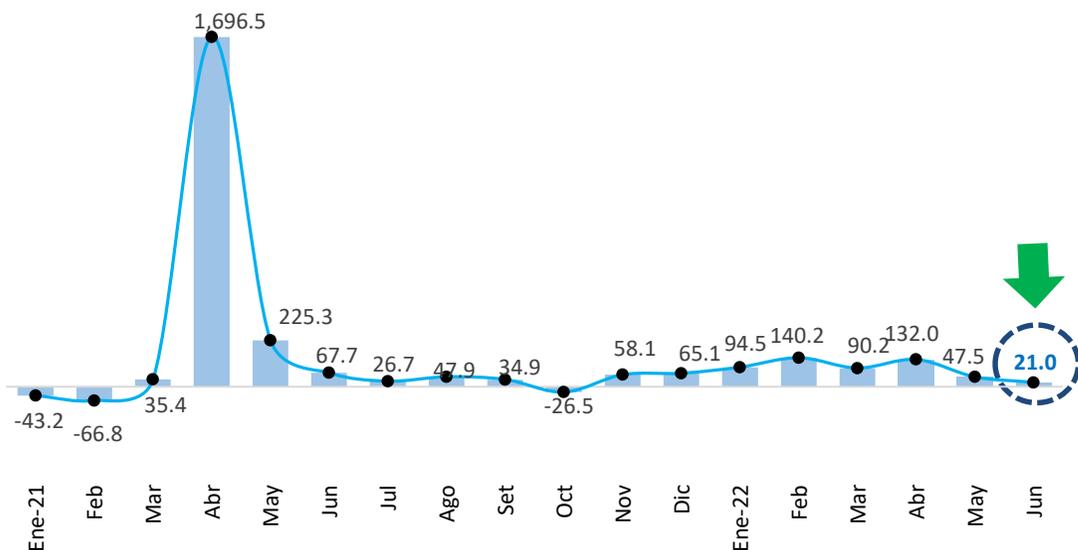
Ministerio de la Producción

Las ventas de la actividad de **libros, periódicos y artículos de papelería**, en junio de 2022 experimentó un incremento (+21.0%). Este resultado se explica por el aumento en la demanda de productos de librerías (libros, cuadernos, papelería, entre otros productos). En contraste, fue atenuado por la disminución de productos diversos (-55.6%).

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, junio 2021 y junio 2022

(Millones de Soles y Var.% interanual)

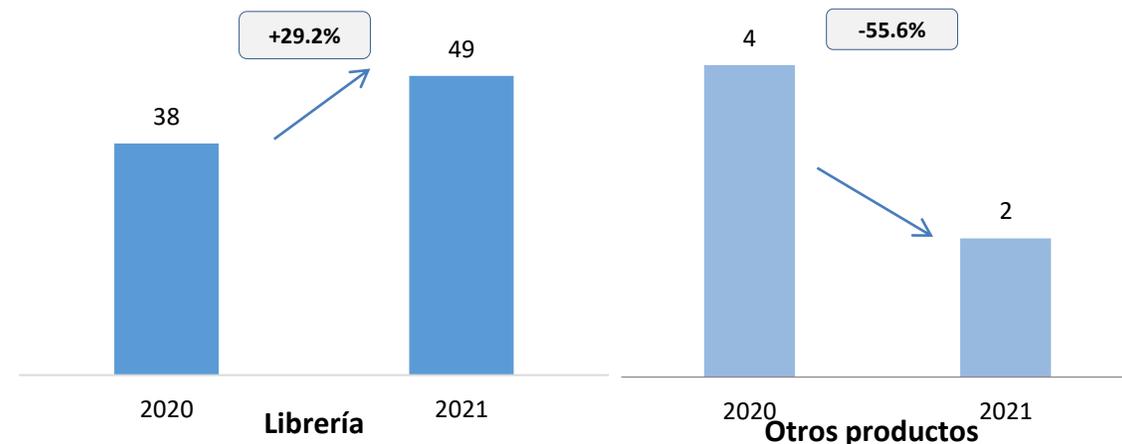
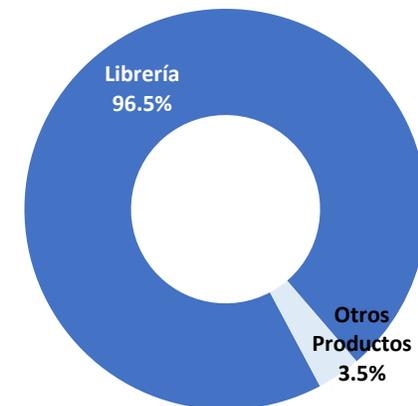


Gráfico N° 14

Participación de las ventas por líneas de producto, junio 2022

(Porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Tiendas: Número de tiendas **aumentó 4.1%** en junio de 2022



PERÚ

Ministerio de la Producción

Actividades

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

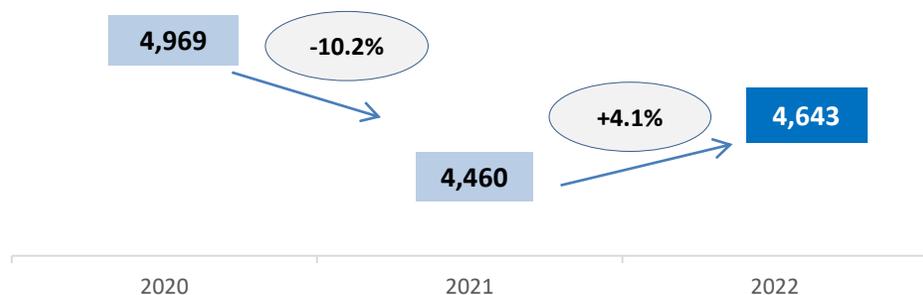
Supermercados e hipermercados	+338
Tiendas por departamento	-30
Ferreterías y acabados del hogar	12
Equipamiento del hogar	-10
Libros, periódicos y artículos de papelería	-18
Farmacias y boticas	-109

1/ En relación a similar mes del año anterior

Gráfico Nº 15

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

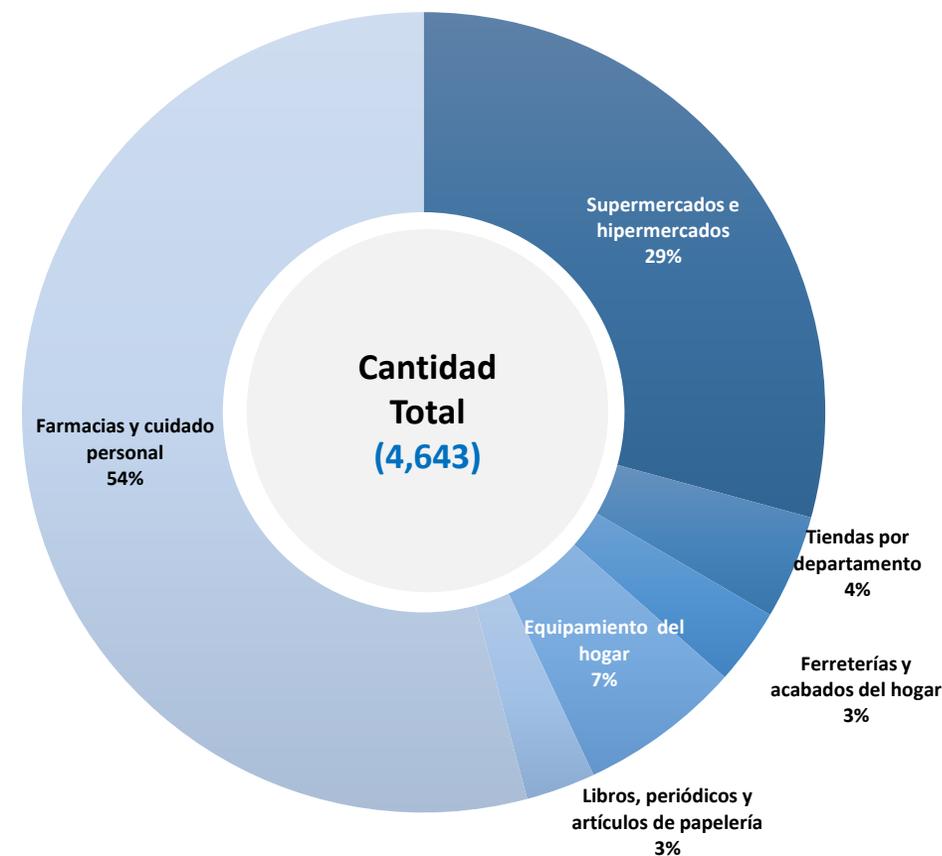
(Cantidad y Variación %)



Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 16

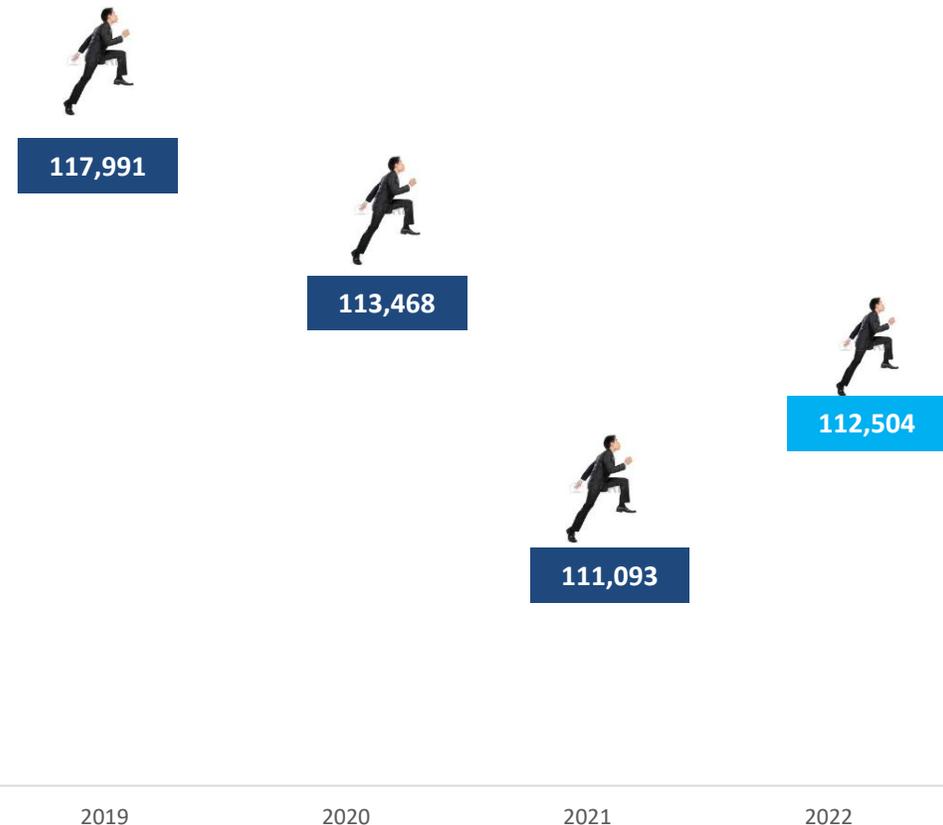
Participación del total de tiendas por actividad, junio 2022 (Porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Gráfico N° 17

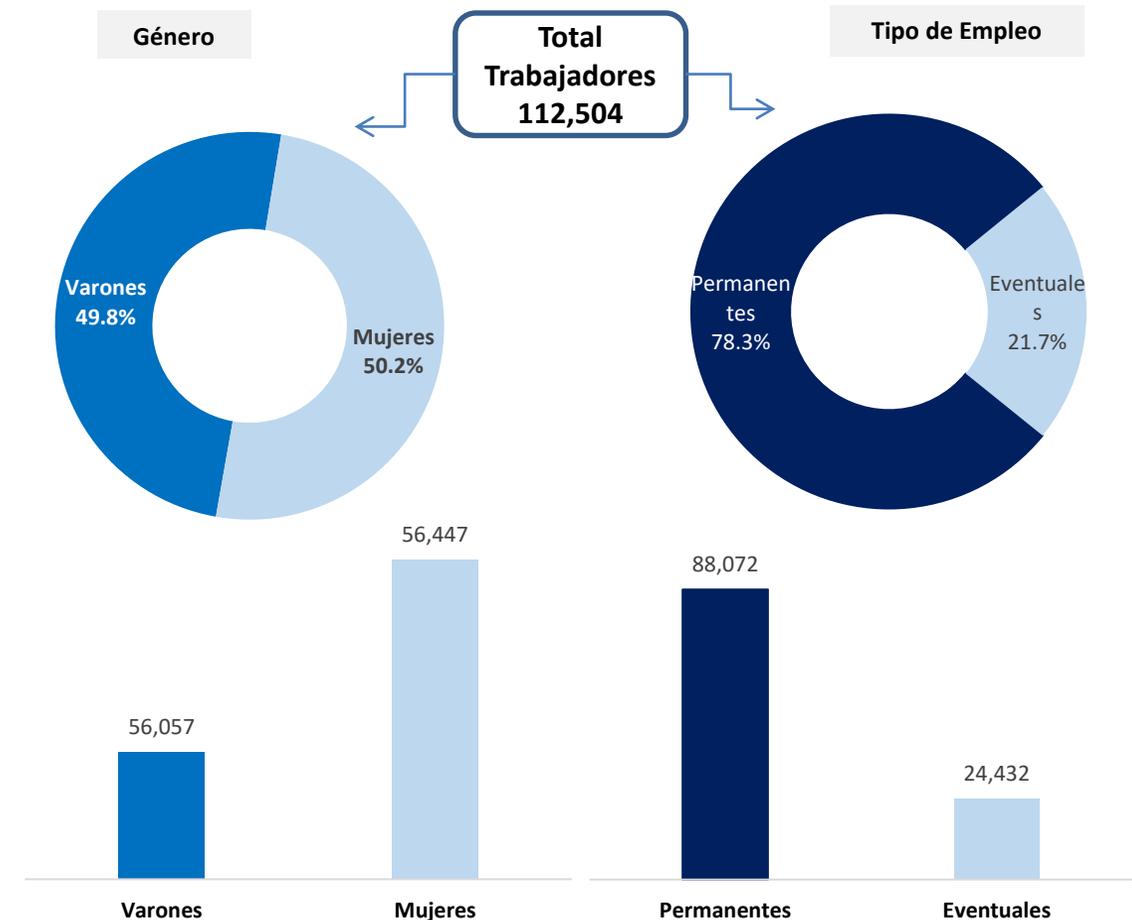
Número de trabajadores en el sector comercio interno
(junio 2019 – junio 2022)



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, junio 2022 (Número y porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)



Acumulado Enero-Junio 2022: Ventas del Comercio Interno registra un avance de 5.9%

Tabla Nº 1

Comercio Interno por actividades, 2020-2022

(Variación porcentual interanual)

Actividad	Var. % Interanual				Var.% Acum.			
	Jun 20/19	Jun 21/20	Jun 22/19	Jun 22/21	Ene – Jun (20/19)	Ene – Jun (21/20)	Ene – Jun (22/19)	Ene – Jun (22/21)
Total Comercio Interno	-7.0	27.2	19.7	1.2	-14.3	31.9	19.7	5.9
Supermercados e Hipermercados	25.1	-3.3	23.6	2.2	11.9	5.3	24.1	5.3
Tiendas por departamento	-55.0	181.5	9.1	-14.0	-48.4	128.4	14.5	-2.8
Ferreterías y acabados del hogar	-48.5	160.0	40.3	4.7	-41.9	105.8	32.6	10.9
Equipamiento del hogar	-17.2	25.0	0.5	-2.8	-35.4	70.9	8.7	-1.6
Libros, periódicos y artículos de papelería	-49.2	67.7	3.0	21.0	-38.5	-0.5	15.0	88.0
Farmacias y boticas	6.2	-5.4	16.6	15.9	-10.4	13.5	10.2	8.4

Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Elaboración: PRODUCE (OEE)

- ✓ En el acumulado de enero a junio de 2022, las ventas del comercio interno registran un avance de 5.9% 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 junio 2022 tenemos a: **Libros, periódicos y artículos de papelería** (+88.0%) y **Ferreterías y acabados del hogar** (+10.9%).
- ✓ Así también en este periodo crecieron, en menor medida, las ventas de los Supermercados e hipermercados (+5.3%) y Farmacias y boticas (+8.4%). No obstante, se aprecia una ligera disminución en la actividad de Tiendas por departamento (-2.8%).
- ✓ 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)