



PERÚ

Ministerio  
de la Producción

PRODUCE  
produce.gob.pe



# Reporte Coyuntural

## Comercio Interno

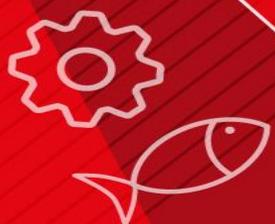
### Resultados de las Ventas de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

**Noviembre 2023**

---

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

Lima, Enero 2024



**PRODUCE**  
Ministerio de la Producción

## □ [En Noviembre de 2023](#)

- ✓ Las ventas del comercio interno experimentaron una ligera disminución de 2.3% en comparación con noviembre de 2022. Este resultado se explica por la reducción en las ventas de las tiendas por departamento, ferreterías y acabados, equipamiento del hogar y, farmacias y boticas; influenciados por la menor demanda interna alrededor de -2% y los factores climáticos adversos.
- ✓ Al analizar los rubros, se aprecia una marcada disminución en las ventas de **tiendas por departamento (-7.3%)**. De manera similar, la actividad de **ferreterías y acabados** disminuyeron fuertemente en **(-15.9%)**, **equipamiento del hogar (-9.1%)** y **farmacias y boticas (-6.0%)**. En contraste, dicho comportamiento fue atenuado parcialmente por el incremento en las ventas de los **supermercados e hipermercados (+5.7%)** y la actividad de **libros, periódicos y artículos de papelería (+15.2%)**, que mantienen resultados positivos consecutivos.
- ✓ A continuación, se presentan a detalle el desempeño de cada rubro:
  - **Tiendas por departamento** (15.6% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad **disminuyeron en 7.3%** debido principalmente a baja demanda de muebles (-12.0%) y prendas de vestir y calzado (-13.8%).
  - **Ferreterías y acabados** (12.5% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad experimentaron una fuerte **disminución en 15.9%**. En este resultado incidió la baja ventas de artículos de ferretería (-11.6%), productos diversos (-19.4%), muebles (-26.1%) y artículos domésticos (-18.6%). Ello estaría asociado por la menor ejecución de obras privadas y públicas, así como, las obras de autoconstrucción.
  - **Equipamiento del hogar** (4.6% de las ventas internas): Esta actividad **registró una reducción del 9.1% en las ventas**. A nivel de líneas de productos, se observaron menores ventas de artículos de uso doméstico (-8.4%) y productos diversos (-15.3%).
  - **Farmacias y boticas** (18.7% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad **disminuyeron en 6.0%** por la menor demanda de productos de farmacéuticos y medicinales (-5.3%) y productos de cuidado personal (-8.9%).
  - **Supermercados e hipermercados** (45.6% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad anotaron un **aumento del 5.7%**. Este crecimiento se atribuye al incremento en la demanda de alimentos (+4.6%), productos farmacéuticos y cosméticos (+56.8%) y bebidas y tabaco (+14.0%).
  - **Libros, periódicos y artículos de papelería** (3.1% de las ventas internas): Esta actividad sigue en terreno positivo y registró un **aumento de 15.2%**, ello debido al aumento en la demanda de productos de papelería y artículos de oficina (+0.8%) y productos diversos (+67.7%).

- **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 CIU (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

## Noviembre 2023

(Variación porcentual interanual)



En noviembre de 2023, por segundo mes consecutivo se evidenció **una reducción en las ventas del comercio interno, explicada por una disminución en la facturación de productos relacionados con el hogar y la actividad de construcción.**

Las actividades que presentaron desempeño negativo en el comercio interno durante noviembre de 2023 fueron: **Tiendas por departamento (-7.3%), Equipamiento del hogar (-9.1%), Ferreterías y acabados (-15.9%)** así como, **Farmacias y boticas (-6.0%)**. Este comportamiento estarían asociados con una menor demanda de productos de acabados del hogar y las menores inversiones privadas en el sector de la construcción. Así como, por los factores climáticos adversos generados por El Niño Costero.

En contraste, este resultado fue atenuado por el aumento registrado de **las ventas en Supermercados e hipermercados (+5.7%), y Libros, periódicos y artículos de papelería (+15.2%)**.

# Las ventas de comercio interno disminuyeron en 2.3%



En noviembre de 2023, las ventas del comercio interno experimentaron una leve disminución de 2.3%, debido a las menores ventas registradas en las Tiendas por departamento (-7.3%), Ferreterías y acabados (-15.9%), Equipamiento del hogar (-9.1%) y Farmacias y boticas (-6.0%). En contraste, esta resultado fue atenuado por el incremento en las ventas de Supermercados (+5.7%) y Libros, periódicos y artículos de papelería (+15.2%).

## Gráfico Nº 1

### Desempeño de las ventas internas según Grupo y Clase CIU<sup>1/</sup>, noviembre 2023

(Millones de soles a precios corrientes)

CIU <sup>(a)</sup>	Actividad	Nov-22	Nov-23	Var % Nov (23/22)
	<b>Total</b>	<b>4,036</b>	<b>3,942</b>	<b>-2.3</b>
4711	Supermercados e hipermercados	1,701,6	1,798,1	5.7 ▲
4719	Tiendas por departamentos <sup>1/</sup>	662,9	614,1	-7.3 ▼
4752	Ferreterías y acabados	585,7	492,8	-15.9 ▼
4759	Equipamiento del hogar	198,3	180,2	-9.1 ▼
4772	Farmacias y boticas	783,2	736,1	-6.0 ▼
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	104,6	120,5	15.2 ▲

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

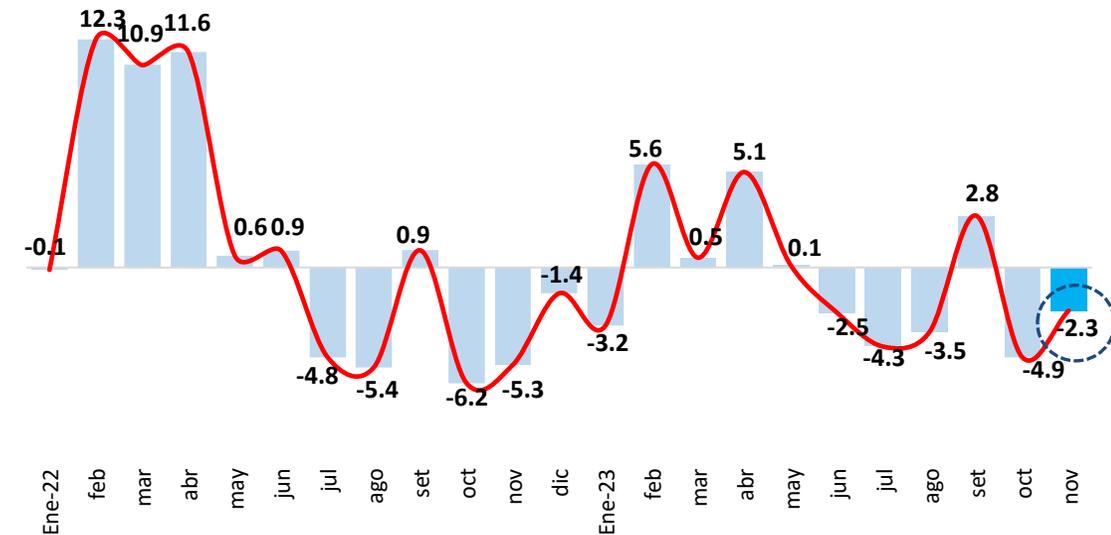
<sup>1/</sup> Las ventas internas corresponden al comercio interno de (Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas) y representan aprox. el 98.5% del total; se excluye las ventas al por menor de combustibles de la actividad CIU 4730.

<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)



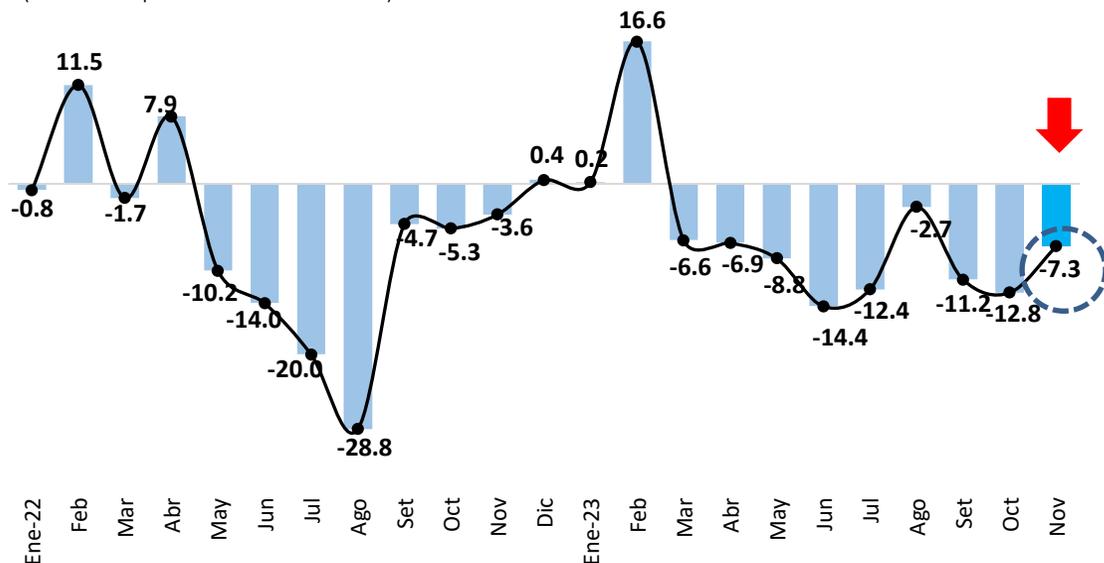
# Ventas de tiendas por departamento disminuyeron en 7.3%

- En noviembre de 2023, las ventas en las **tiendas por departamento** disminuyeron en **7.3% interanual**. Este resultado es explicado por las menores ventas de muebles (-12.0%), prendas de vestir y calzado (-13.8%) y productos farmacéuticos y cosméticos (-24.3%); influenciados por la reducción de la demanda interna.
- No obstante, este desempeño negativo fue atenuado por el incremento en las ventas de artículos de uso doméstico (+9.0%) y productos diversos (+6.4%).

## Gráfico Nº 3

### Evolución de las ventas de tiendas por departamento

(Variación porcentual interanual)

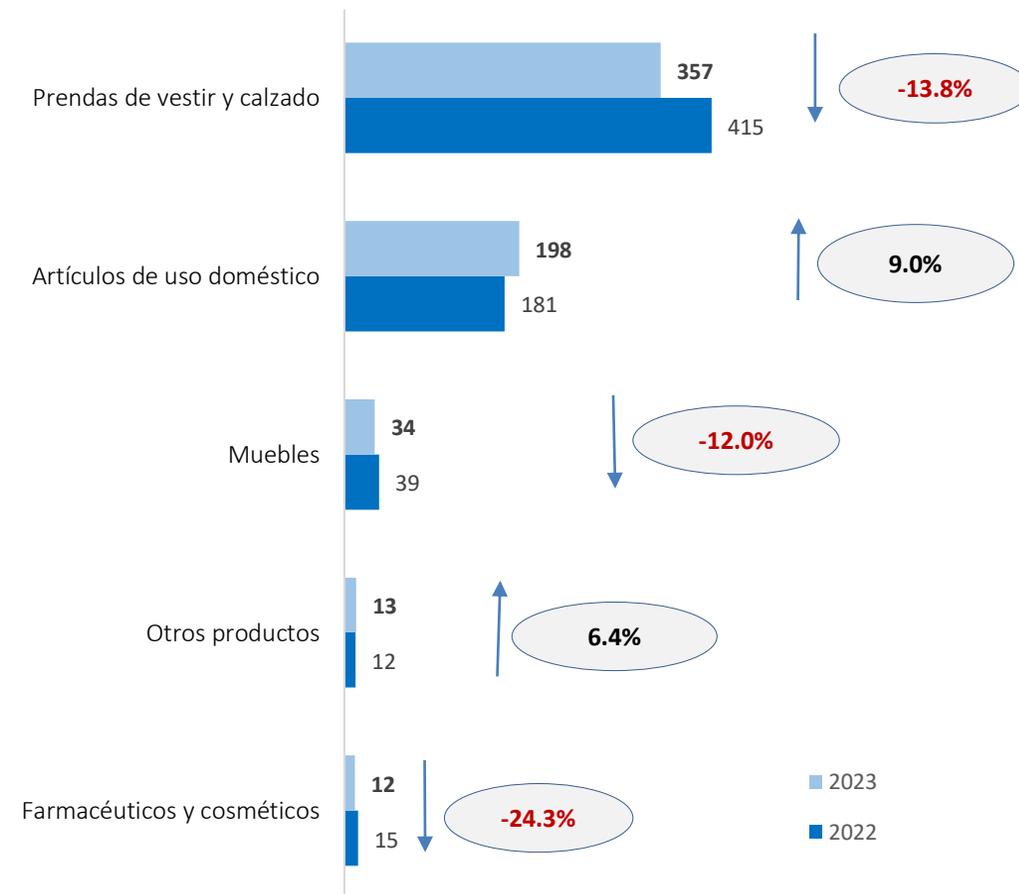


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

## Gráfico Nº 4

### Ventas por líneas de productos, noviembre 2022 y noviembre 2023

(Millones de soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

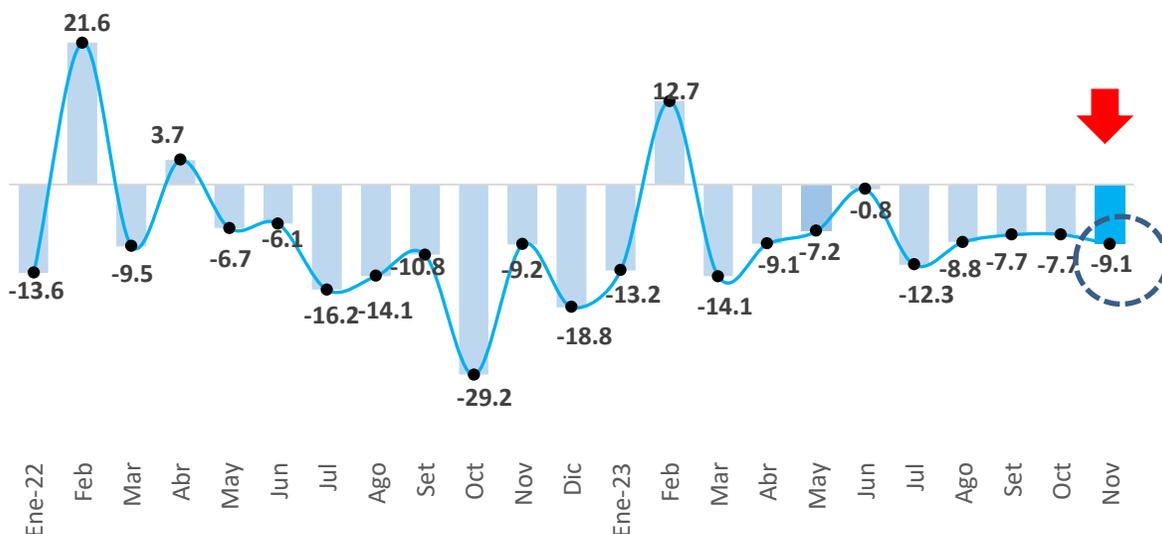
# Equipamiento del hogar disminuyeron sus ventas en 9.1%

- En noviembre 2023, se registró una **disminución interanual de 9.1%** en las ventas de productos relacionados con el **equipamiento del hogar**. Ello estaría asociado a la priorización de los hogares por los productos de la canasta básica.
- En ese contexto, se anotaron menores ventas de productos diversos (-1.3%) y artículos de uso doméstico (-8.4%). Este resultado fue compensado parcialmente por el incremento de las ventas de muebles (+50.1%).

## Gráfico Nº 5

### Evolución de las ventas de equipamiento del hogar

(Variación porcentual interanual)

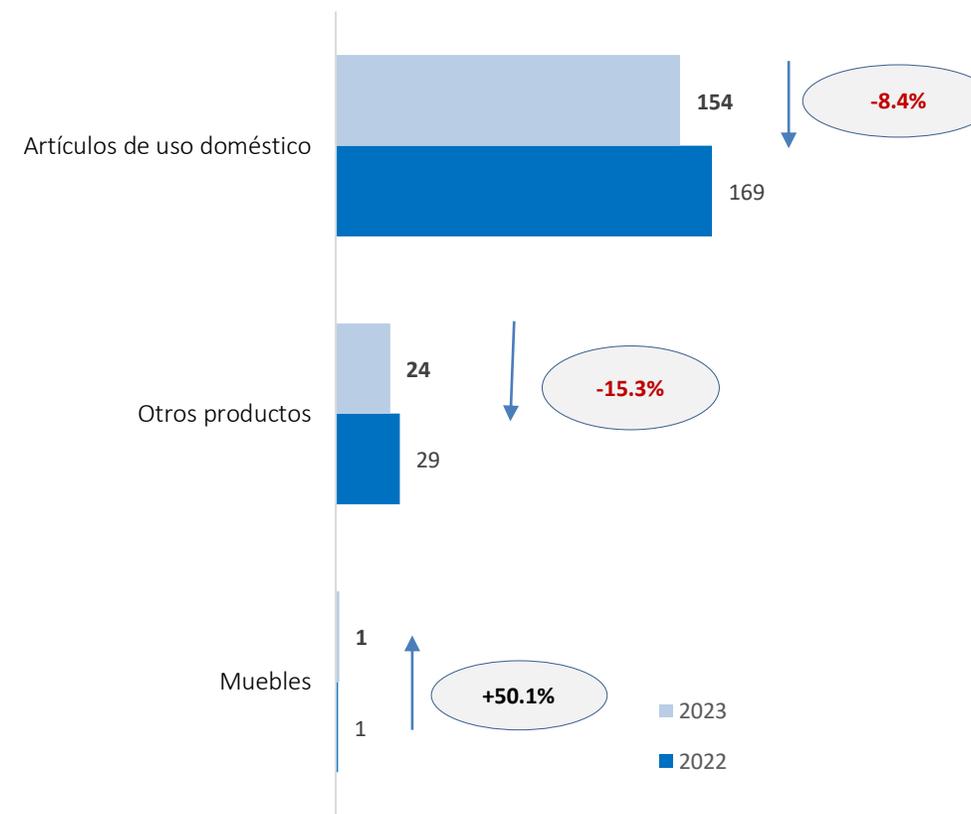


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

## Gráfico Nº 6

### Ventas por líneas de productos, noviembre 2022 y noviembre 2023

(Millones de Soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

# Ferreterías y acabados **disminuyeron sus ventas en 15.9%**

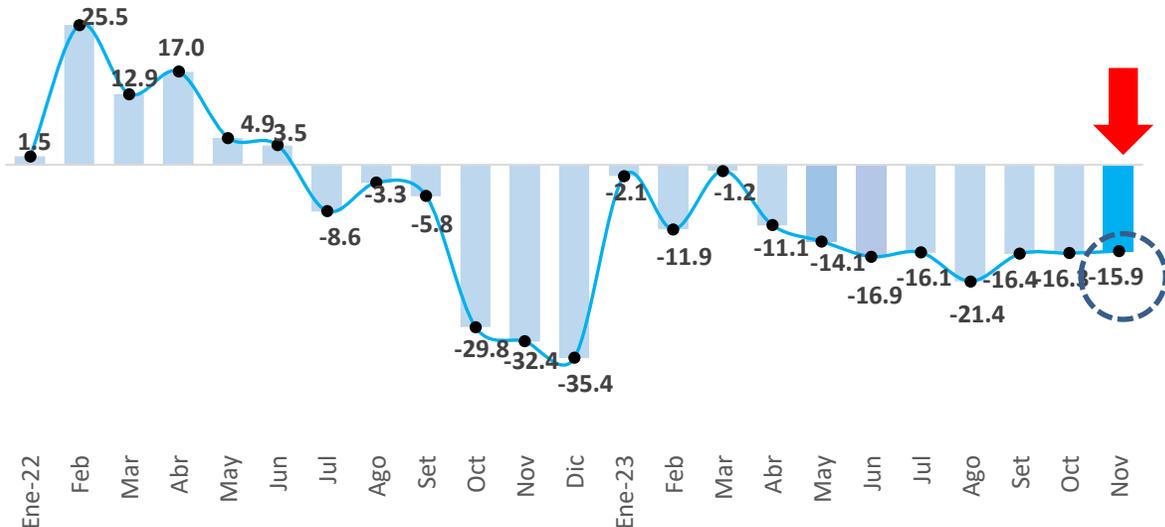


- Las ventas de productos relacionados con la actividad de **ferreterías y acabados** continúan en terreno negativo y este mes registra una **disminución interanual de 15.9%**, ante la reducción de los proyectos privados, obras públicas y obras de autoconstrucción.
- En este contexto incidió de manera negativa las menores ventas de artículos de uso doméstico (-18.6%), productos diversos (-19.4%), muebles (-26.1%) y artículos de ferretería (-11.6%).

**Gráfico N° 7**

## Evolución de las ventas de ferreterías y acabados

(Variación porcentual interanual)

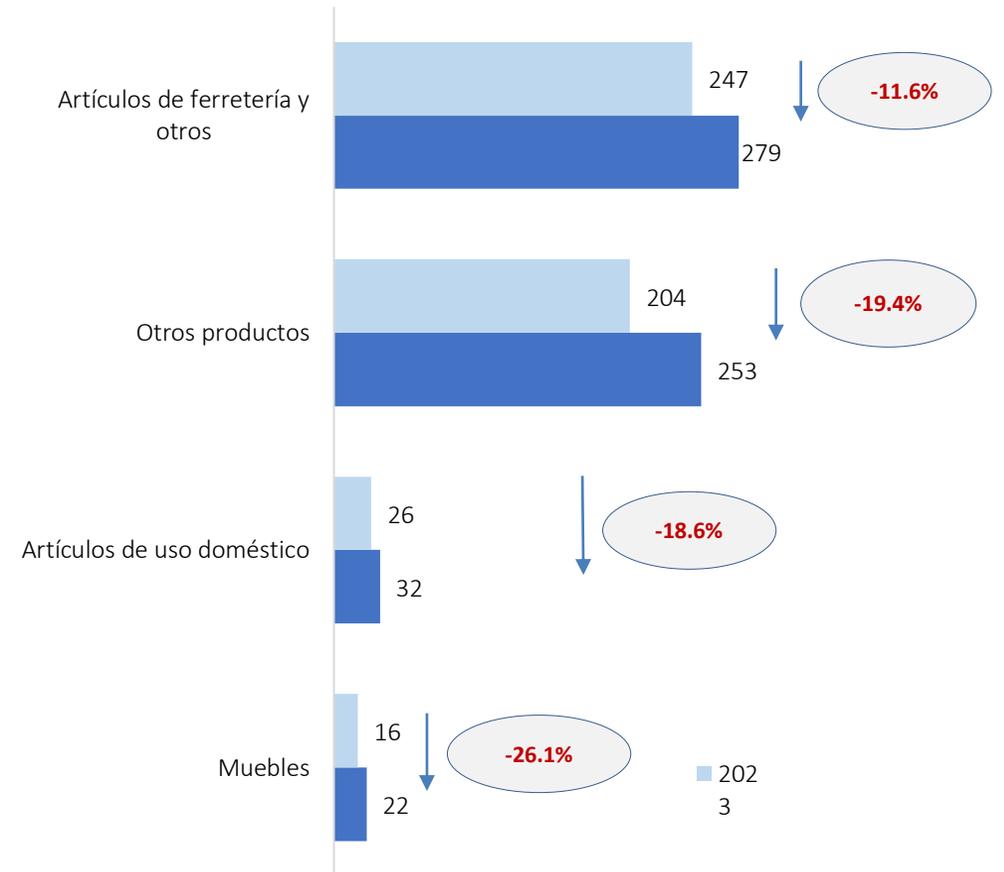


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

**Gráfico N° 8**

## Ventas por líneas de productos, noviembre 2022 y noviembre 2023

(Millones de Soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

# Ventas de farmacias y boticas disminuyeron en 6.0%



PERÚ

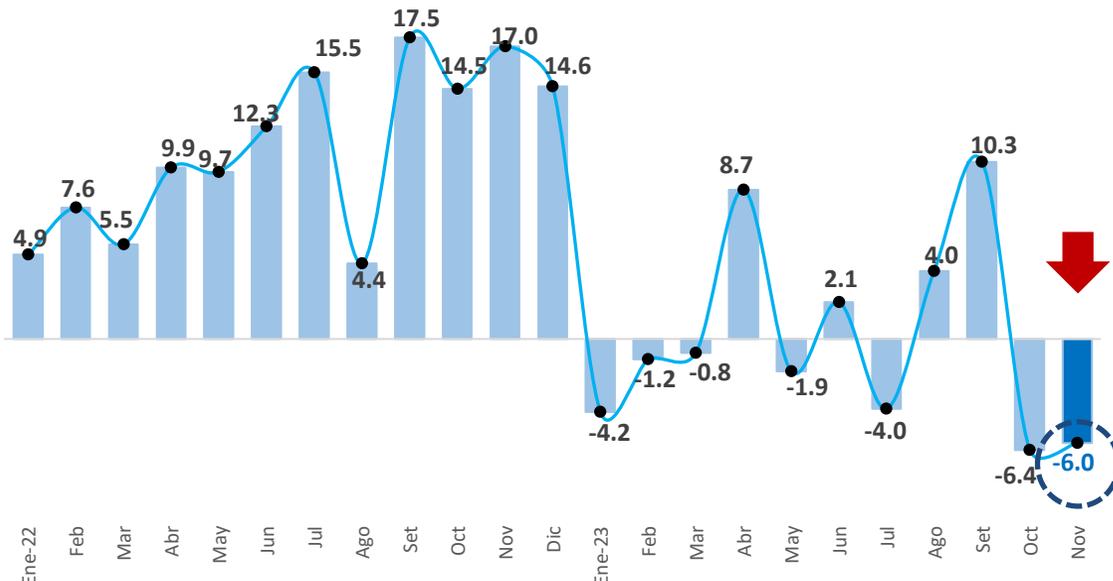
Ministerio de la Producción

- En noviembre 2023, se registró una **disminución de 6.0%** en las ventas de **farmacias y boticas** en comparación con el mismo mes del año anterior.
- Este resultado se debe a las bajas ventas registradas en productos farmacéuticos y medicinales (-5.3%) y productos de cuidado personal (-8.9%).

## Gráfico N° 9

### Evolución de las ventas de farmacias y boticas

(Variación porcentual interanual)

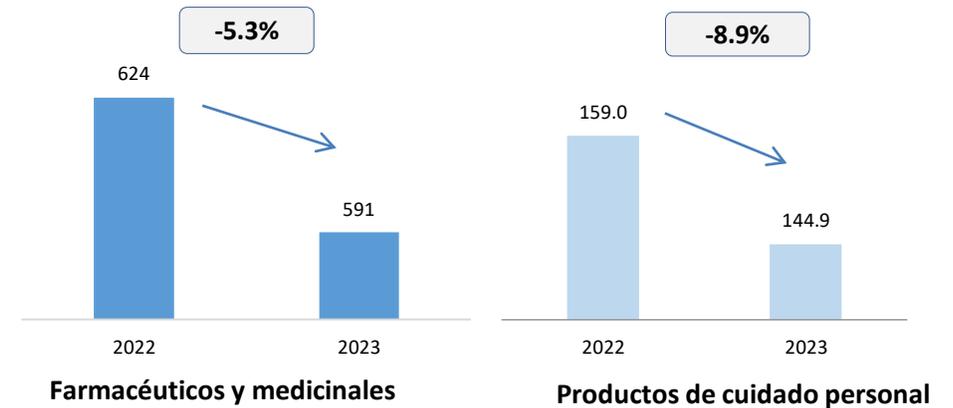


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

## Gráfico N° 10

### Ventas por líneas de productos, noviembre 2022 y noviembre 2023

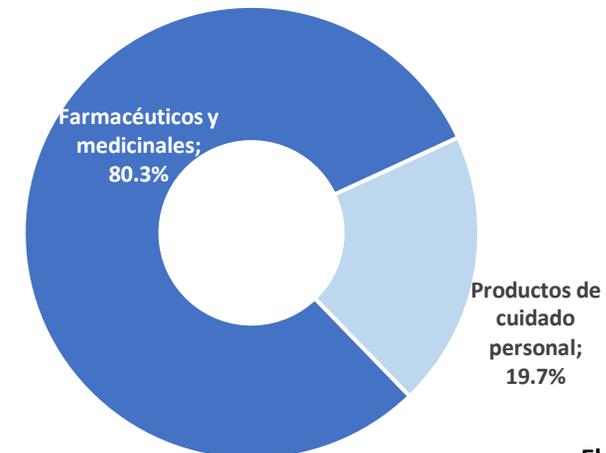
(Millones de Soles y Var.% interanual)



## Gráfico N° 11

### Participación de las ventas por líneas de productos, noviembre 2023

(Porcentaje)



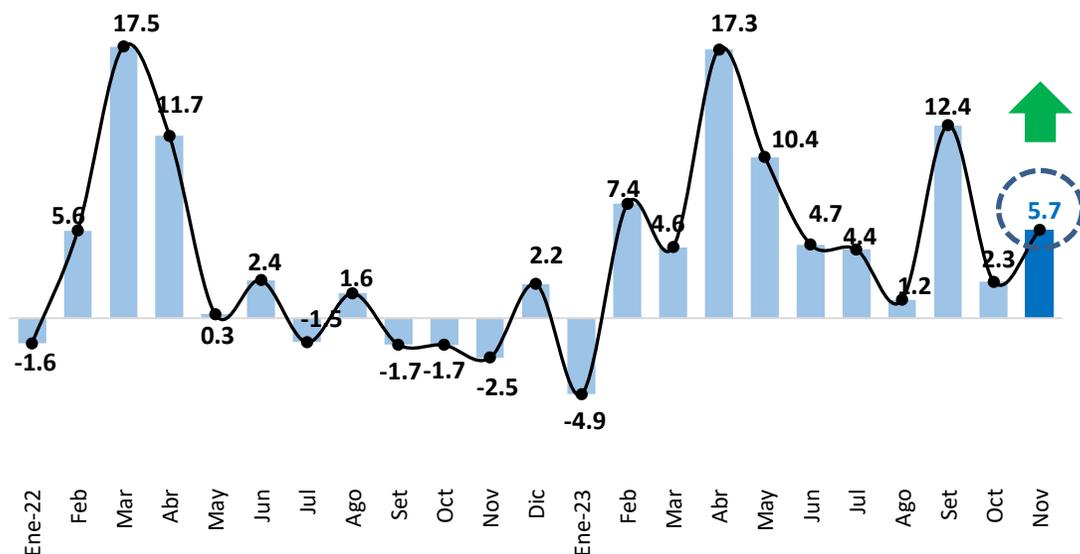
Elaboración: PRODUCE (OEE)

# Ventas de supermercados e hipermercados **incrementaron en 5.7%**

- Las ventas en los **supermercados e hipermercados** registraron un **crecimiento interanual de 5.7%** en noviembre 2023. Este resultado se debe a las mayores ventas de productos relacionados con la canasta básica familiar, como son las categorías de: alimentos (+4.6%), bebidas y tabaco (+14.0%) y farmacéuticos y cosméticos (+56.8%).
- En contraste, se observó una disminución en las ventas de prendas de vestir y calzado (-9.8%) y artículos de uso doméstico (-9.2%).

**Gráfico N° 12**

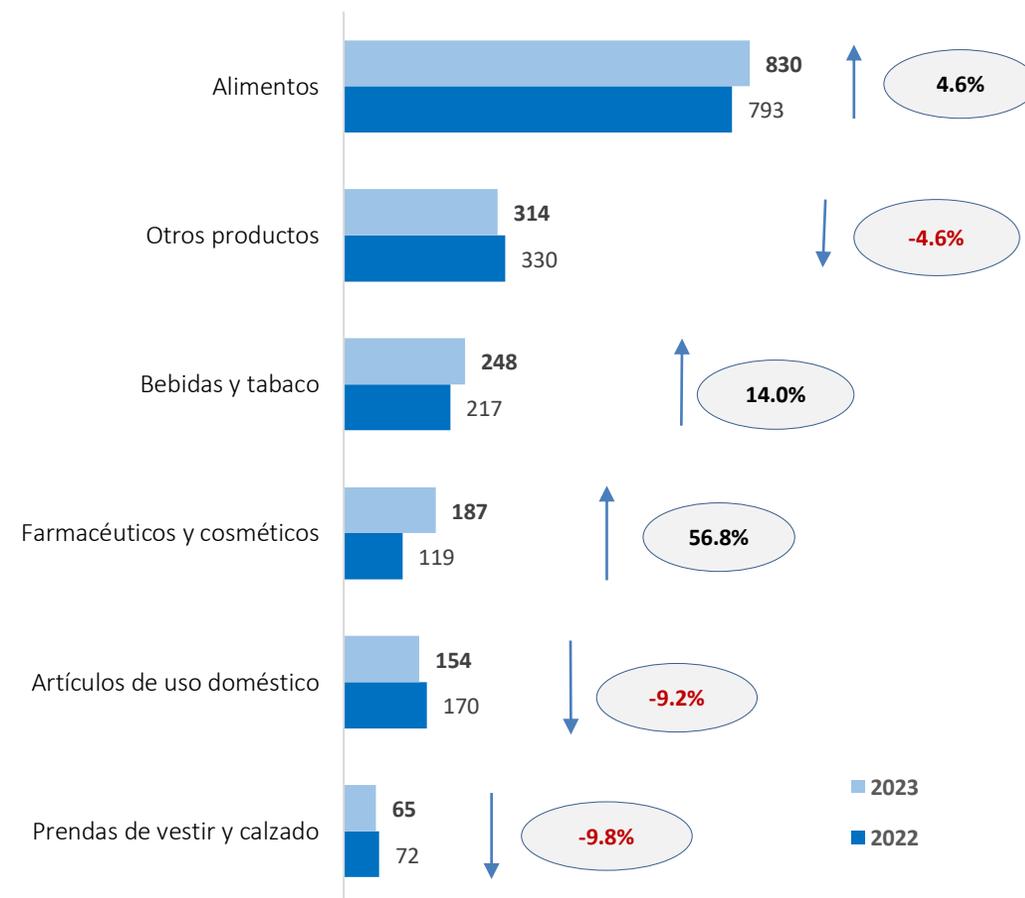
## Evolución de las ventas de supermercados e hipermercados



**Gráfico N° 13**

## Ventas por líneas de productos, noviembre 2022 y noviembre 2023

(Millones de soles y Var. % interanual)

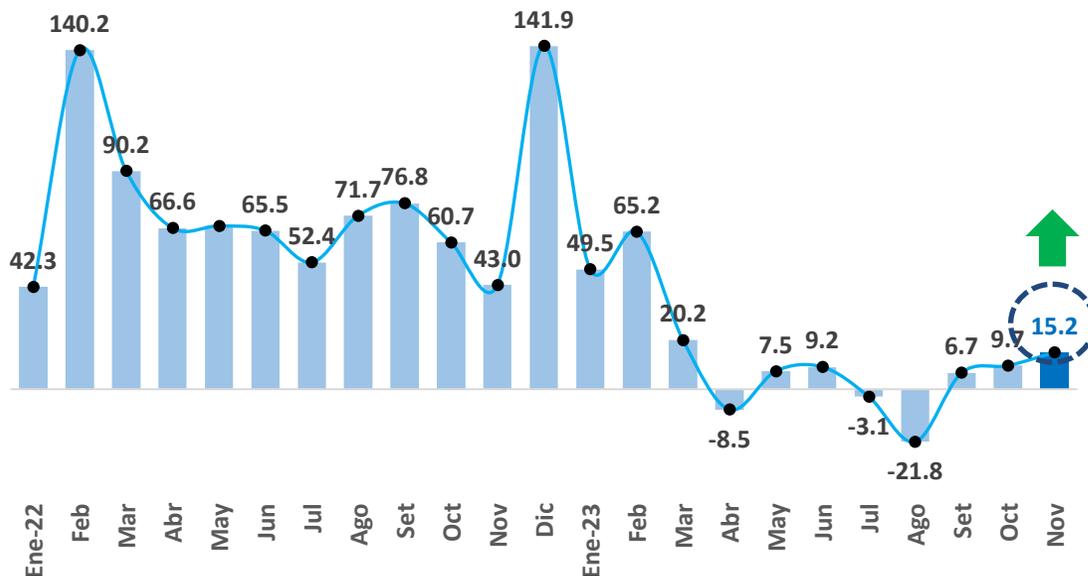


# Ventas de libros, periódicos y artículos de papelería **aumentaron en 15.2%**

- Las ventas en la actividad de **libros, periódicos y artículos** de papelería registraron un **aumento de 15.2%** en noviembre 2023. Ello debido principalmente al incremento en las ventas de libros, cuadernos, papelería y otros (+22.3%). En contraste fue atenuado por una disminución en las ventas de productos diversos (-34.0%); como equipos informáticos, juguetería y otros accesorios.

**Gráfico N° 14**

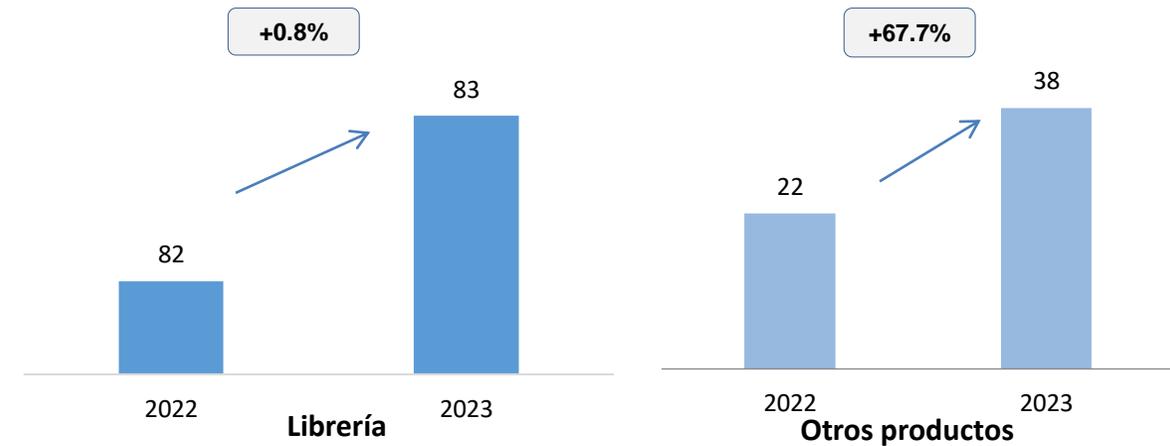
**Evolución de las ventas de libros, periódicos y artículos de papelería**  
(Variación porcentual interanual)



Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

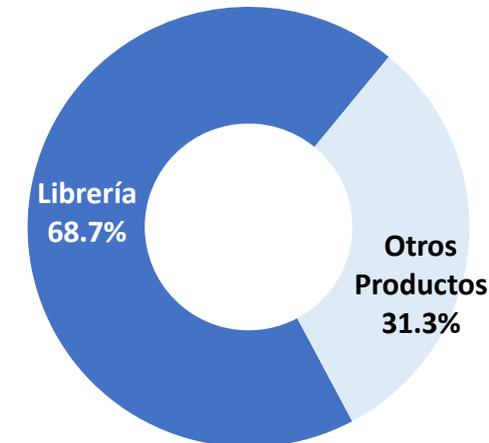
**Gráfico N° 15**

**Ventas por líneas de productos, noviembre 2022 y noviembre 2023**  
(Millones de Soles y Var.% interanual)



**Gráfico N° 16**

**Participación de las ventas por líneas de producto, noviembre 2023**  
(Porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

# Tiendas: Número de tiendas **aumentó en 7.1%**



PERÚ

Ministerio de la Producción

## Actividades

Número de aperturas (+) y cierres (-) de tiendas en noviembre 2023<sup>1/</sup>

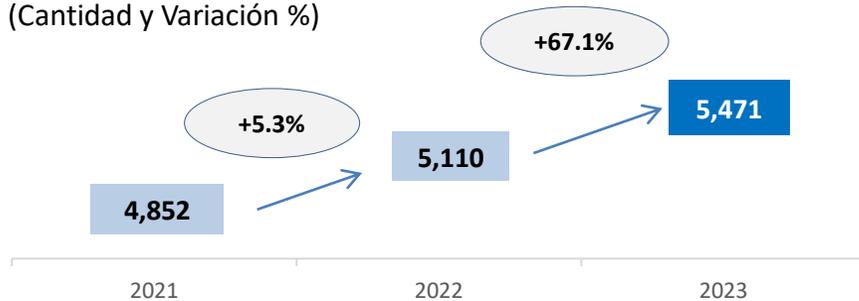
Supermercados e hipermercados	+285
Tiendas por departamento	+11
Ferreterías y acabados del hogar	+2
Equipamiento del hogar	+8
Libros, periódicos y artículos de papelería	+5
Farmacias y boticas	+50

1/ En relación a similar mes del año anterior

## Gráfico Nº 17

### Evolución del número de tiendas del comercio interno: noviembre 2021 – noviembre 2023

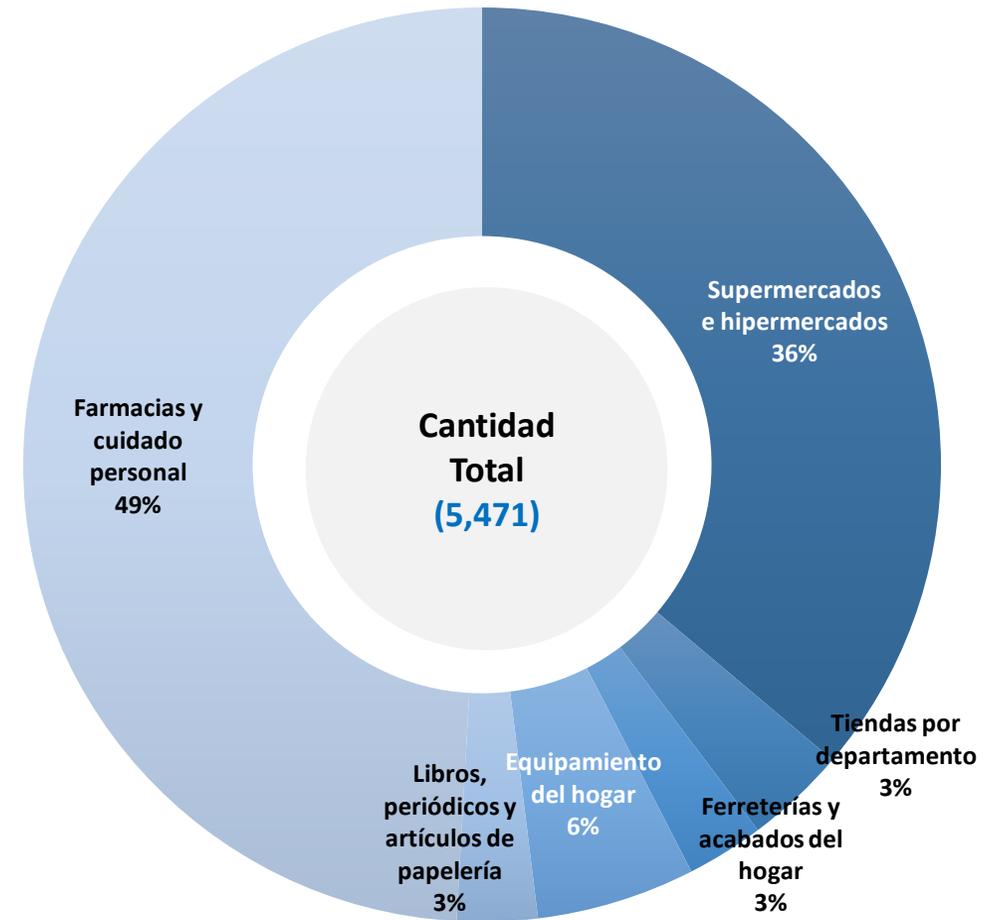
(Cantidad y Variación %)



Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

## Gráfico Nº 18

Participación del total de tiendas por actividad, noviembre 2023 (Porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Gráfico Nº 19

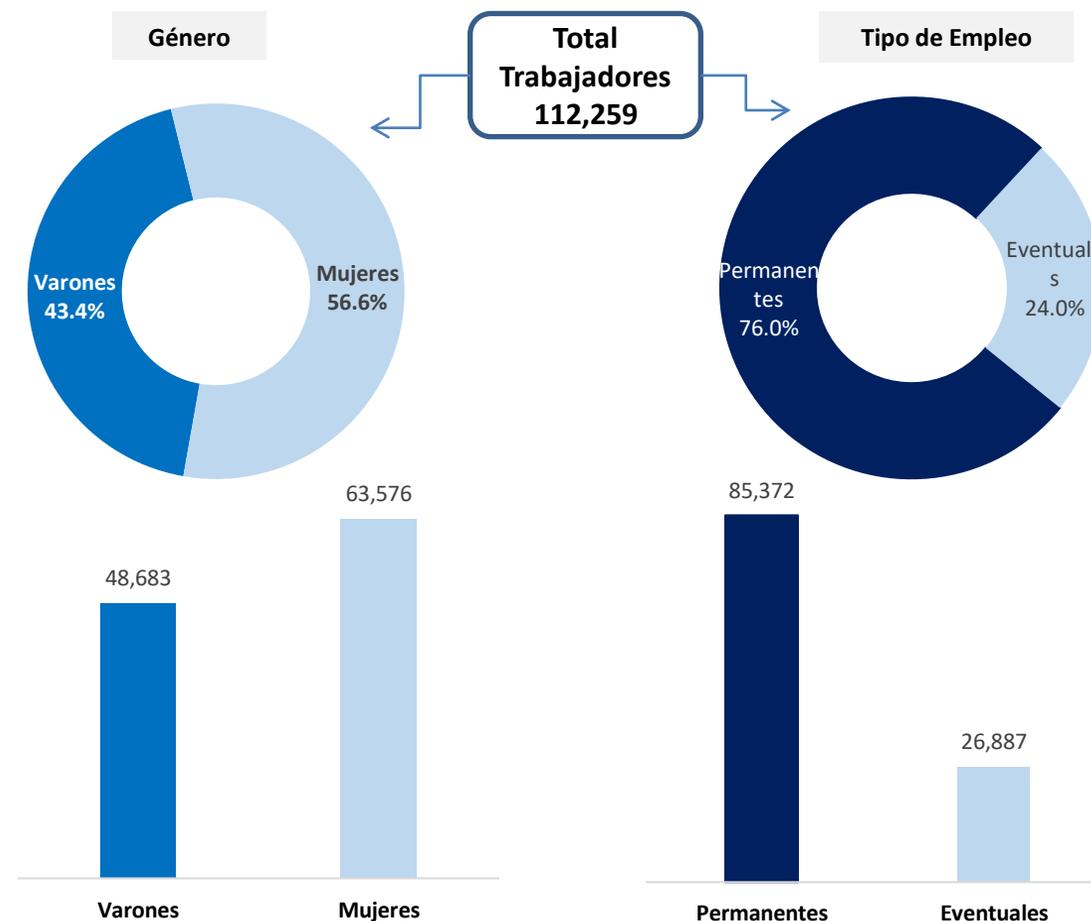
## Número de trabajadores en el sector comercio interno (noviembre 2020 – noviembre 2023)



Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 20

## Empleo ocupado en el sector comercio minorista por género y tipo de empleo, noviembre 2023 (Número y porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Tabla Nº 1

## Comercio Interno por actividades, 2021-2023

(Variación porcentual interanual)

Actividad	Var. % Interanual				Var.% Acum.			
	Nov 21/20	Nov 22/21	Nov 23/19	Nov 23/22	Ene – Nov (21/20)	Ene – Nov (22/21)	Ene – Nov (23/19)	Ene – Nov (23/22)
<b>Total Comercio Interno</b>	<b>15.6</b>	<b>-5.3</b>	<b>17.5</b>	<b>-2.3</b>	<b>23.7</b>	<b>0.8</b>	<b>20.7</b>	<b>-0.7</b>
Supermercados e Hipermercados	10.4	-2.5	31.0	5.7	6.2	2.4	33.5	5.8
Tiendas por departamento	12.1	-3.6	2.5	-7.3	84.5	-8.6	11.1	-6.9
Ferreterías y acabados del hogar	52.1	-32.4	5.2	-15.9	59.9	-4.5	13.3	-12.9
Equipamiento del hogar	-2.1	-9.2	-18.8	-9.1	33.0	-9.9	-5.7	-7.5
Libros, periódicos y artículos de papelería	58.1	43.0	49.5	15.2	8.3	69.6	40.2	14.0
Farmacias y boticas	2.5	17.0	20.1	-6.0	4.9	10.8	14.1	0.0

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

**Elaboración:** PRODUCE (OEE)

- ✓ En el acumulado de enero a noviembre de 2023, las ventas del comercio interno experimentaron una leve caída de -0.7% en comparación con el mismo periodo del año anterior. Este resultado negativo se atribuye a una caída en las ventas de productos de consumo masivo y la contracción de la demanda interna alrededor del -1.6%.
- ✓ Dentro de las actividades más influyentes en este desempeño negativo del sector tenemos: Tiendas por departamento (-6.9%), Equipamiento del hogar (-7.5%) y Ferreterías y acabados del hogar (-12.9%); estas dos últimas actividades fueron influenciadas por la reducción en la demanda del sector Construcción.
- ✓ En contraste, el resultado negativo del sector fue atenuado parcialmente por el crecimiento en las ventas de los Supermercados e hipermercados (+5.8%), Libros, periódicos y artículos de papelería (+14.0%), y sin variación las ventas de Farmacias y boticas (+0.6%).