



PERÚ

Ministerio
de la Producción

PRODUCE
produce.gob.pe



Reporte Coyuntural Comercio Interno

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

Febrero 2024

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

Lima, Abril 2024



PRODUCE
Ministerio de la Producción

Resumen Ejecutivo



PERÚ

Ministerio
de la Producción

❑ En febrero de 2024

- ✓ Las ventas del comercio interno experimentaron un importante crecimiento de 7.9% con relación a febrero de 2023. Este resultado positivo, por tercer mes consecutivo, fue debido principalmente al incremento en las ventas de los Supermercados e hipermercados, Librerías y Equipamiento del hogar, impulsado por la recuperación gradual de la demanda interna (+2.5%).
- ✓ Al analizar los rubros, se destacan los siguientes puntos: se observó un aumento en las ventas de los **supermercados e hipermercados (+18.5%)**, así como de la actividad de **libros, periódicos y artículos de papelería (+23.7%)** y **equipamiento del hogar (+6.4%)**. En contraste, dicho comportamiento fue atenuado por la reducción en las ventas de las **tiendas por departamento (-2.7%)**, **farmacias y boticas (-0.3%)** y **ferreterías y acabados (-7.6%)**.
- ✓ A continuación, se presentan a detalle el desempeño de cada rubro:
 - ❑ **Supermercados e hipermercados** (48.2% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad anotaron un **aumento del 18.5%**. Este resultado se atribuye al incremento en la demanda de alimentos (+16.6%), productos farmacéuticos y cosméticos (+77.7%) y bebidas y tabaco (+21.4%).
 - ❑ **Equipamiento del hogar** (5.6% de las ventas internas): Esta actividad **registró un aumento del 6.4% en las ventas**. A nivel de líneas de productos, se observaron mayores ventas de artículos de uso doméstico (+16.0%). En contraste, fue atenuado por las bajas ventas de muebles (-4.9%) y productos diversos (-55.9%).
 - ❑ **Libros, periódicos y artículos de papelería** (4.7% de las ventas internas): Esta actividad creció en **23.7%**, debido al aumento en la demanda de productos de papelería y útiles escolares (+35.3%), a pesar de que fue atenuado por una disminución en la venta de productos diversos (-85.6%).
 - ❑ **Tiendas por departamento** (13.6% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad **disminuyeron ligeramente en 2.7%** debido a la baja demanda de muebles (-2.3%), artículos de uso doméstico (-4.4%) y prendas de vestir y calzado (-2.8%).
 - ❑ **Ferreterías y acabados** (12.3% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad **disminuyeron en 7.6%**, explicado por la reducción en las ventas de artículos de productos diversos (-19.5%) y muebles (-6.5%). Ello estaría asociado a la menor ejecución de obras privadas y públicas.
 - ❑ **Farmacias y boticas** (15.7% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad **disminuyeron levemente en 0.3%**, debido a las menores ventas de productos de farmacéuticos y medicinales (-4.2%). En contraste, este resultado fue atenuado parcialmente por el incremento de productos de cuidado personal (+17.3%).

- **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



En febrero de 2024, se evidenció **un incremento en las ventas del comercio interno**, debido al aumento en la facturación de productos relacionados con alimentos, librerías y equipamiento para el hogar.

Las actividades que presentaron desempeño positivo en el comercio interno durante febrero de 2024 fueron: Supermercados e hipermercados (+18.5%), Equipamiento del hogar (+6.4%) y Libros, periódicos y artículos de papelería (+23.7%). Estos aumentos estarían relacionadas con una mayor demanda de productos alimenticios, de libros y útiles escolares (por campaña escolar).







En contraste, este resultado positivo fue atenuado por la disminución de las ventas registradas por las actividades de **Tiendas por departamento (-2.7%), Farmacias y boticas (-0.3%) Ferreterías y acabados (-7.6%)**.

Las ventas de comercio interno **aumentaron en 7.9%**

En febrero de 2024, **las ventas del comercio interno experimentaron un incremento de 7.9%**, debido a las mayores ventas registradas en los Supermercados (+18.5%), Equipamiento del hogar (+6.4%) y Libros, periódicos y artículos de papelería (+23.7%). Sin embargo, este comportamiento fue atenuado por la caída en las ventas de Tiendas por departamento (-2.7%), Farmacias y boticas (-0.3%) Ferreterías y acabados (-7.6%).

Gráfico Nº 1

Desempeño de las ventas internas según Grupo y Clase CIIU^{1/}, febrero 2024
(Millones de soles a precios corrientes)

CIIU ^(a)	Actividad	Feb-23	Feb-24	Var % Feb (24/23)
	Total	3,709	4,003	7.9
4711	Supermercados e hipermercados	1,629.2	1,931.0	18.5 
4719	Tiendas por departamentos ^{1/}	557.7	542.5	-2.7 
4752	Ferreterías y acabados	531.1	490.7	-7.6 
4759	Equipamiento del hogar	208.9	222.2	6.4 
4772	Farmacias y boticas	630.2	628.4	-0.3 
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	151.9	188.0	23.7 

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

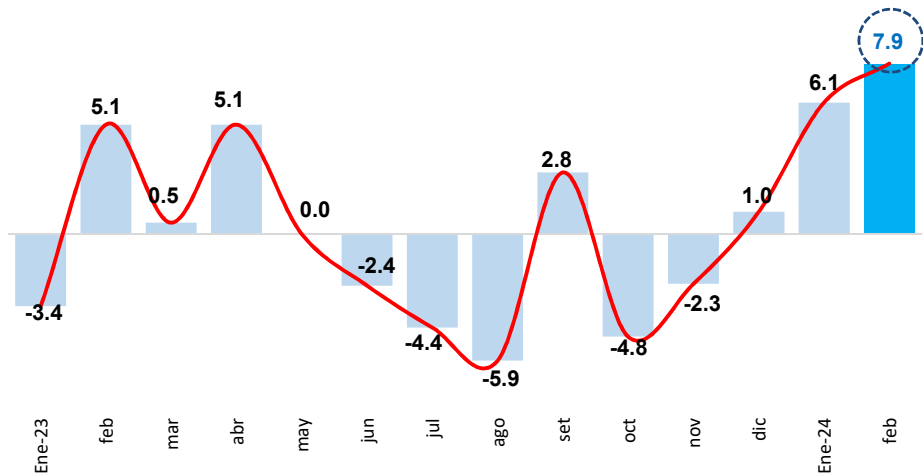
^{1/} Las ventas internas corresponden al comercio interno de (Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas) y representan aprox. el 98.5% del total; se excluye las ventas al por menor de combustibles de la actividad CIIU 4730.

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

Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 2

Evolución mensual de las ventas del comercio interno
(Variación porcentual interanual)



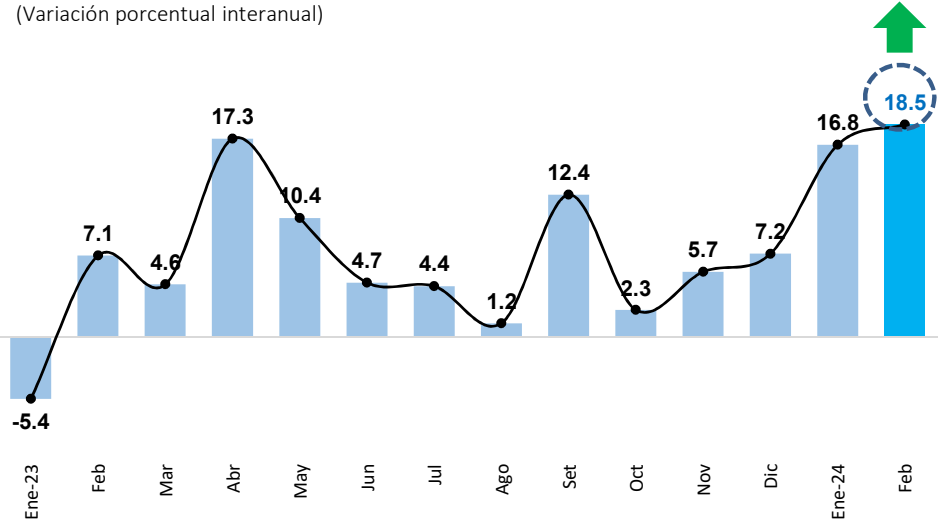
Elaboración: PRODUCE (OEE)

Ventas de supermercados e hipermercados **incrementaron en 18.5%**

- Las ventas en los **supermercados e hipermercados** registraron un **importante crecimiento interanual de 18.5%** en febrero de 2024. Este resultado se debe a las mayores ventas de productos relacionados con la canasta básica familiar, como son las categorías de: alimentos (+16.6%), bebidas y tabaco (+21.4%), farmacéuticos y cosméticos (+77.7%) y artículos de uso doméstico (+7.8%).
- En contraste, se observó una ligera disminución en las ventas de prendas de vestir y calzado (-1.4%).

Gráfico Nº 3

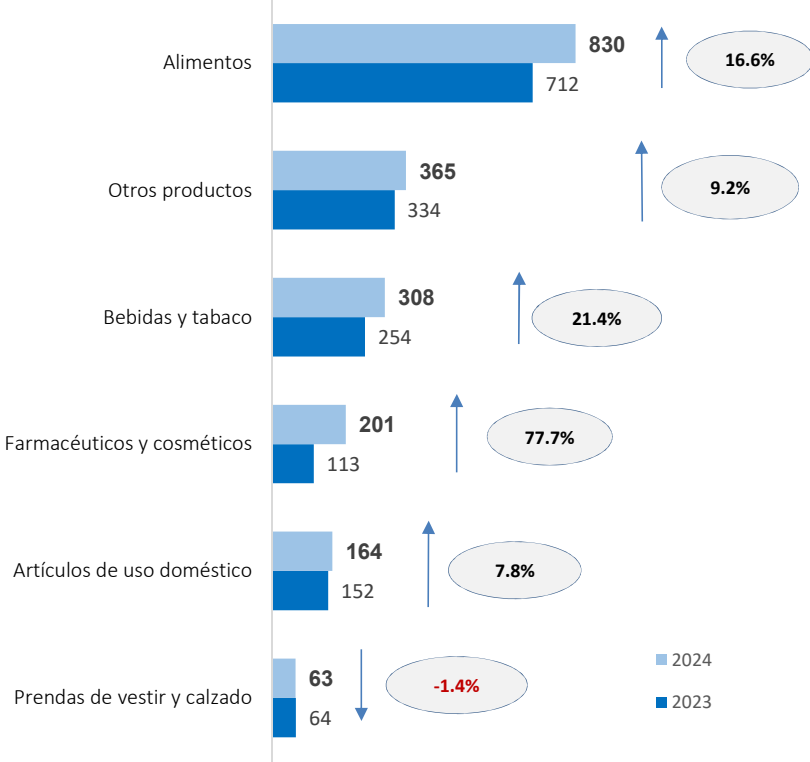
Evolución de las ventas de supermercados e hipermercados
(Variación porcentual interanual)



Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 4

Ventas por líneas de productos, febrero 2023 y febrero 2024
(Millones de soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

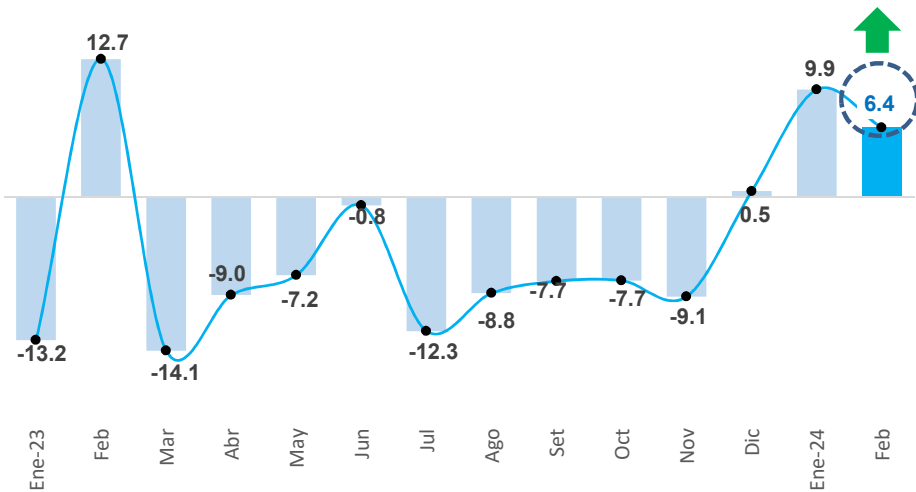
Equipamiento del hogar **aumentaron sus ventas en 6.4%**

- En febrero 2024, se registró un **incremento interanual moderado de 6.4%** en las ventas de productos relacionados con el **equipamiento del hogar**. Ello estaría asociado a un aumento en la demanda de productos de la línea blanca, ventiladores y aire acondicionado para atenuar el calor intenso por efecto del fenómeno de El Niño.
- En ese contexto, se anotaron mayores ventas de artículos de uso doméstico (+16.0%). En contraste, este resultado fue atenuado parcialmente por la disminución de las ventas de productos diversos (-55.9%) y muebles (-4.9%).

Gráfico Nº 5

Evolución de las ventas de equipamiento del hogar

(Variación porcentual interanual)

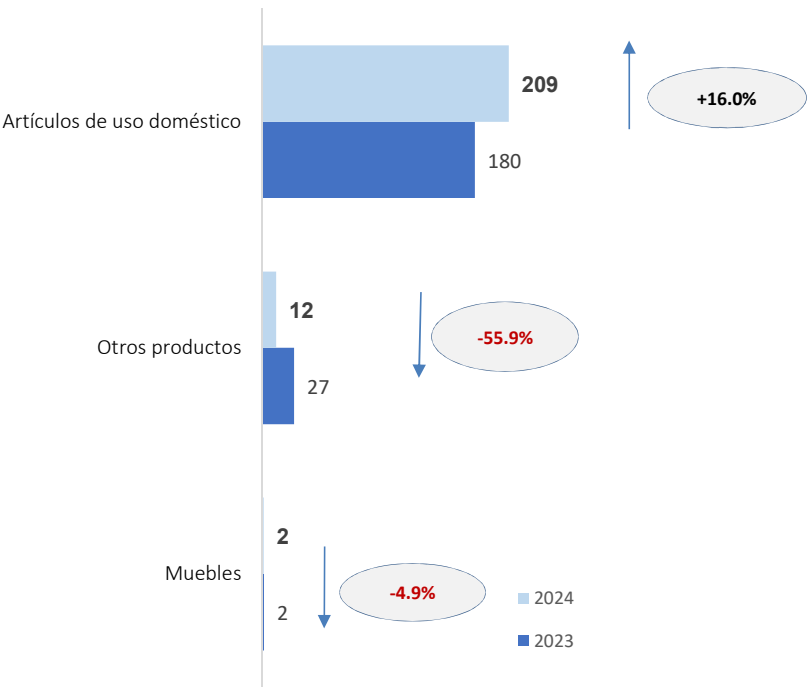


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 6

Ventas por líneas de productos, febrero 2023 y febrero 2024

(Millones de Soles y Var.% interanual)



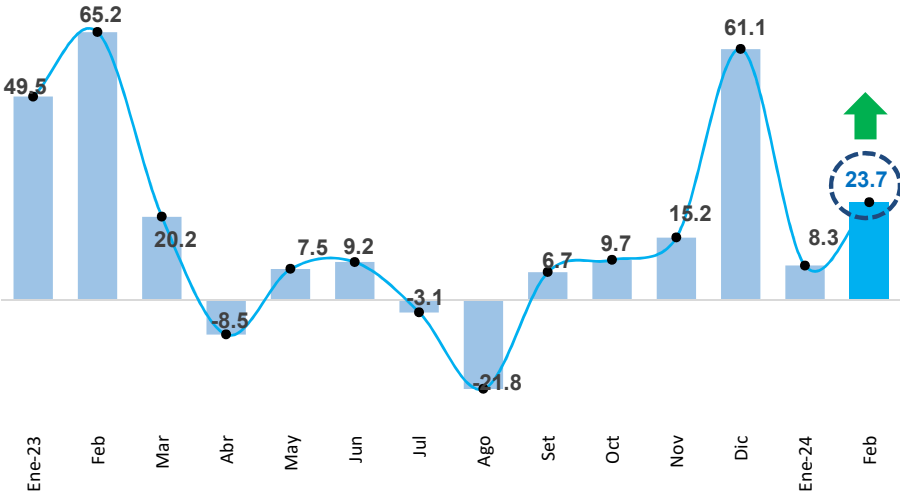
Elaboración: PRODUCE (OEE)

Ventas de libros, periódicos y artículos de papelería **aumentaron en 23.7%**

- Las ventas en la actividad de **libros, periódicos y artículos** de papelería registraron **un importante aumento de 23.7%** en febrero de 2024. Ello debido principalmente al incremento en las ventas de libros, cuadernos, papelería y útiles escolares (+8.6%), asociado a la continua demanda por inicio de la campaña escolar.
- En contraste, este resultado fue atenuado por a la menor venta de productos diversos (-85.6%), tales como equipos informáticos, juguetería y otros accesorios.

Gráfico N° 7

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° 8

Ventas por líneas de productos, febrero 2023 y febrero 2024
(Millones de Soles y Var.% interanual)

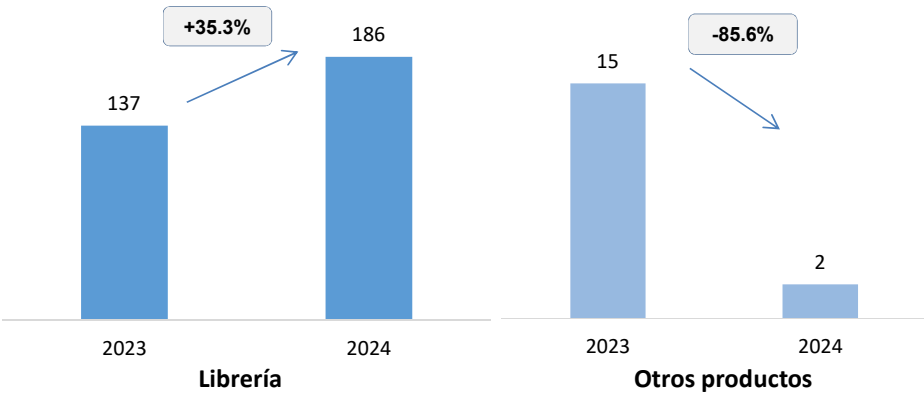
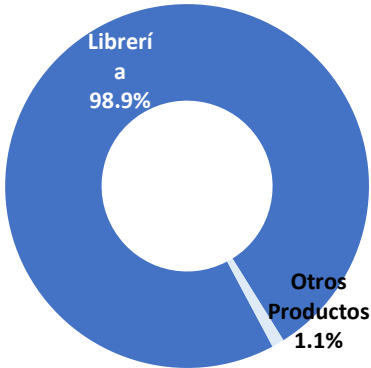


Gráfico N° 9

Participación de las ventas por líneas de producto, febrero 2024
(Porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

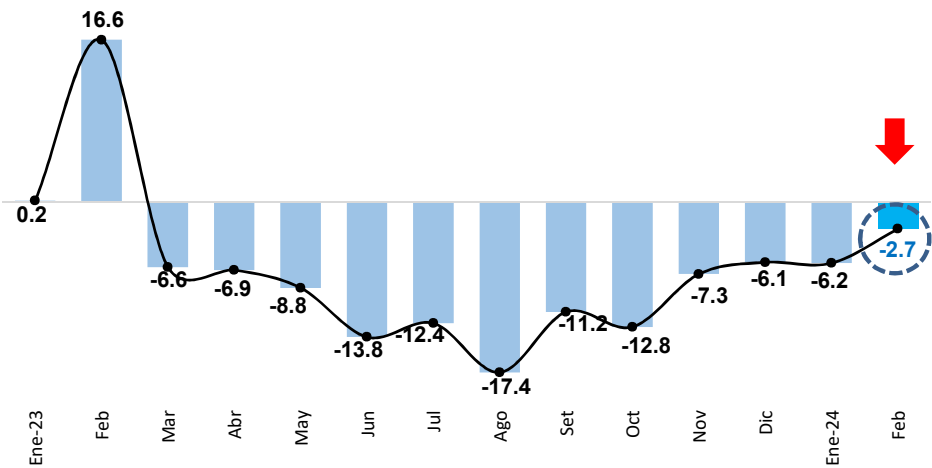
Ventas de tiendas por departamento disminuyeron en 2.7%

- En febrero de 2024, las ventas en las **tiendas por departamento** disminuyeron ligeramente en **2.7% interanual**. En este resultado incidió las menores ventas de muebles (-2.3%), prendas de vestir y calzado (-2.8%) y artículos de uso doméstico (-4.4%), influenciados por la reducción de la demanda local.
- En contraste, este desempeño negativo fue atenuado por el incremento en las ventas de productos farmacéuticos y cosméticos (+2.2%) y productos diversos (+18.6%).

Gráfico Nº 10

Evolución de las ventas de tiendas por departamento

(Variación porcentual interanual)

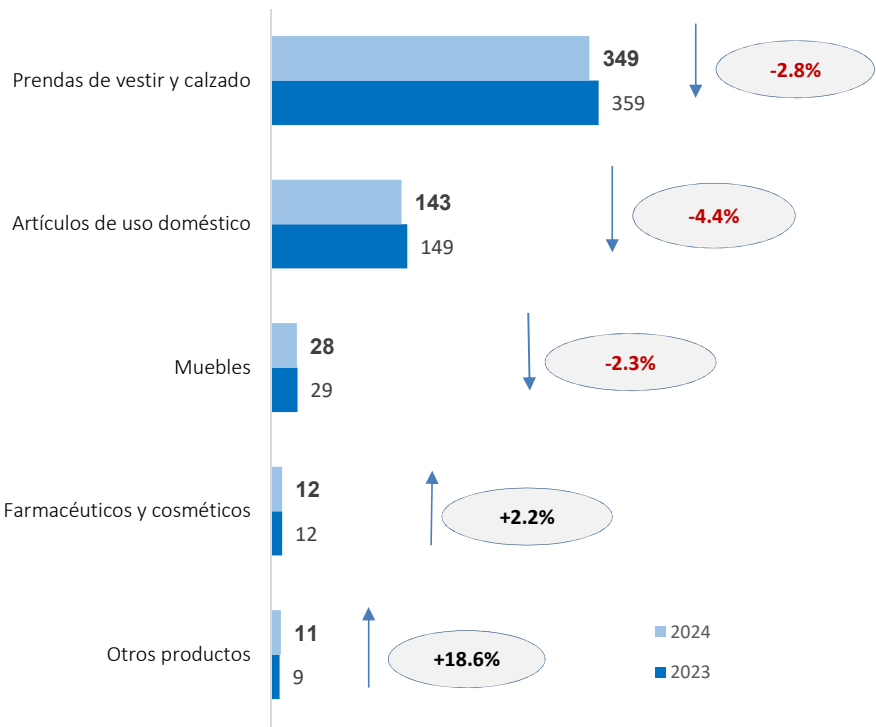


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 11

Ventas por líneas de productos, febrero 2023 y febrero 2024

(Millones de soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

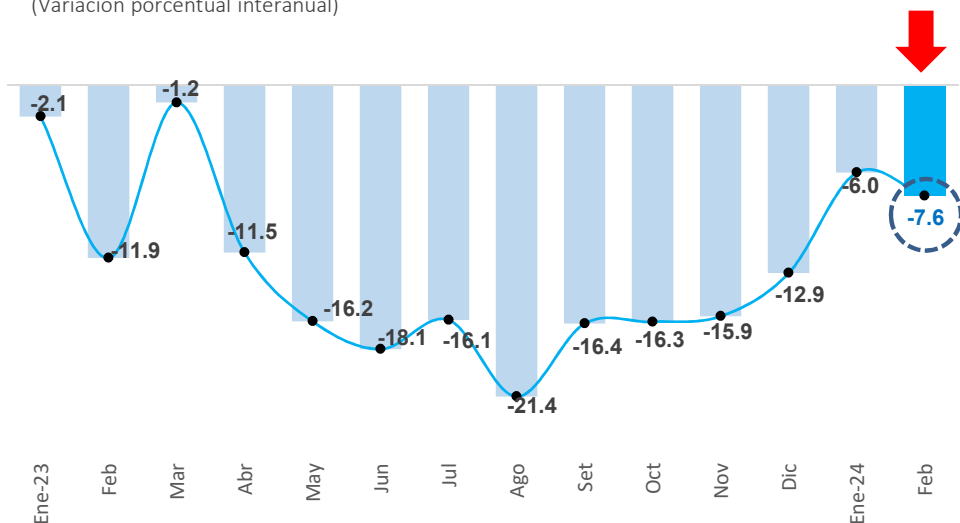
Ferreterías y acabados disminuyeron sus ventas en 7.6%

- Las ventas de productos relacionados con la actividad de **ferreterías y acabados** experimentaron una **disminución interanual de 7.6%** en febrero de 2024, el cual estaría asociado al menor dinamismo de los proyectos privados, obras públicas y de autoconstrucción.
- Este contexto incidió de manera negativa en las ventas de productos diversos (-19.5%) y muebles (-6.5%).

Gráfico Nº 12

Evolución de las ventas de ferreterías y acabados

(Variación porcentual interanual)

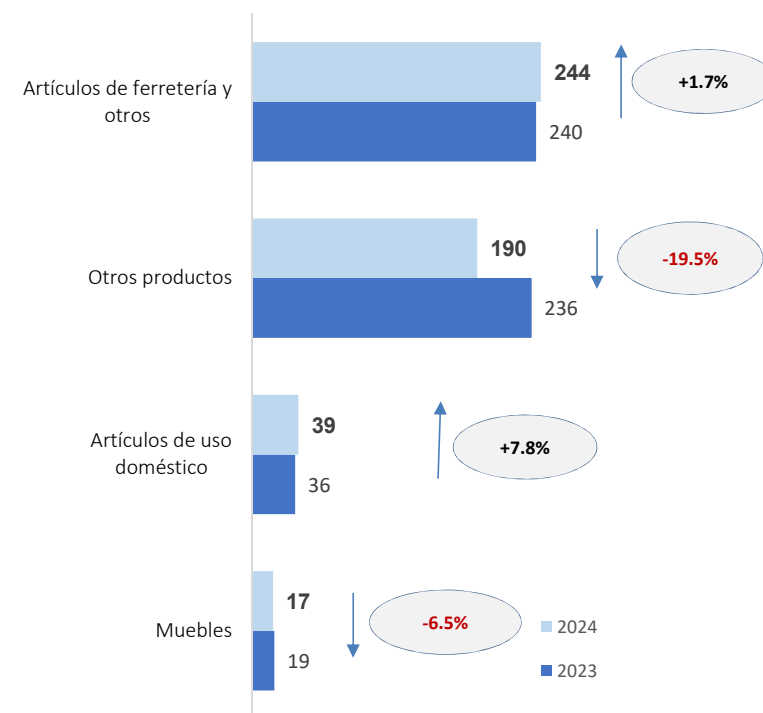


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 13

Ventas por líneas de productos, febrero 2023 y febrero 2024

(Millones de Soles y Var.% interanual)



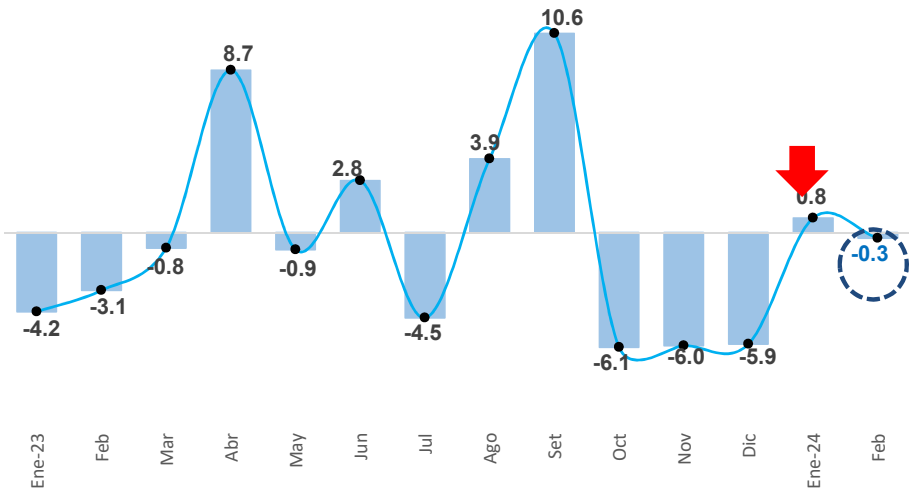
Elaboración: PRODUCE (OEE)

Ventas de farmacias y boticas disminuyeron en 0.3%

- En febrero 2024, se registró una leve caída de 0.3% en las ventas de farmacias y boticas en comparación con el mismo mes del año anterior.
- Este resultado se debe a las menores ventas registradas en productos farmacéuticos y medicinales (-4.2%); atenuando esta caída, el aumento en la venta de productos de cuidado personal (+17.3%).

Gráfico N° 14

Evolución de las ventas de farmacias y boticas
(Variación porcentual interanual)



Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico N° 15

Ventas por líneas de productos, febrero 2023 y febrero 2024
(Millones de Soles y Var.% interanual)

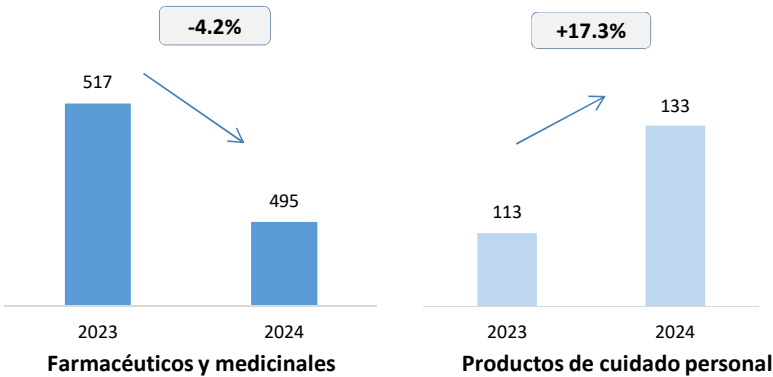
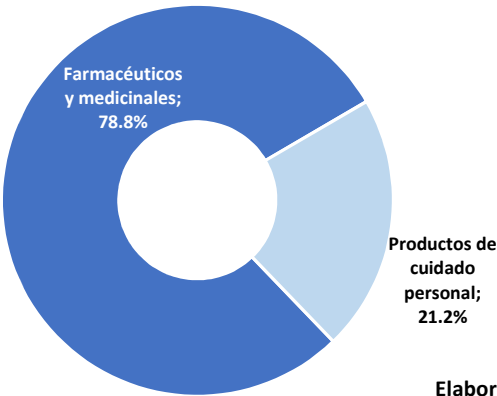


Gráfico N° 16

Participación de las ventas por líneas de productos, febrero 2024
(Porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Tiendas: Número de tiendas **aumentó en 8.7%**

Actividades

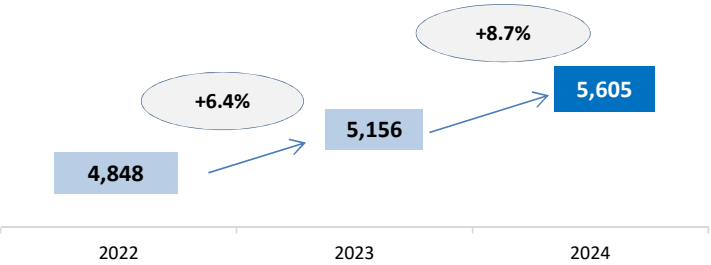
Número de aperturas (+) y cierres (-)
de tiendas en febrero 2024^{1/}

Supermercados e hipermercados	+358
Tiendas por departamento	+15
Ferreterías y acabados del hogar	+3
Equipamiento del hogar	-
Libros, periódicos y artículos de papelería	+1
Farmacias y boticas	+72

1/ En relación a similar mes del año anterior

Gráfico Nº 17

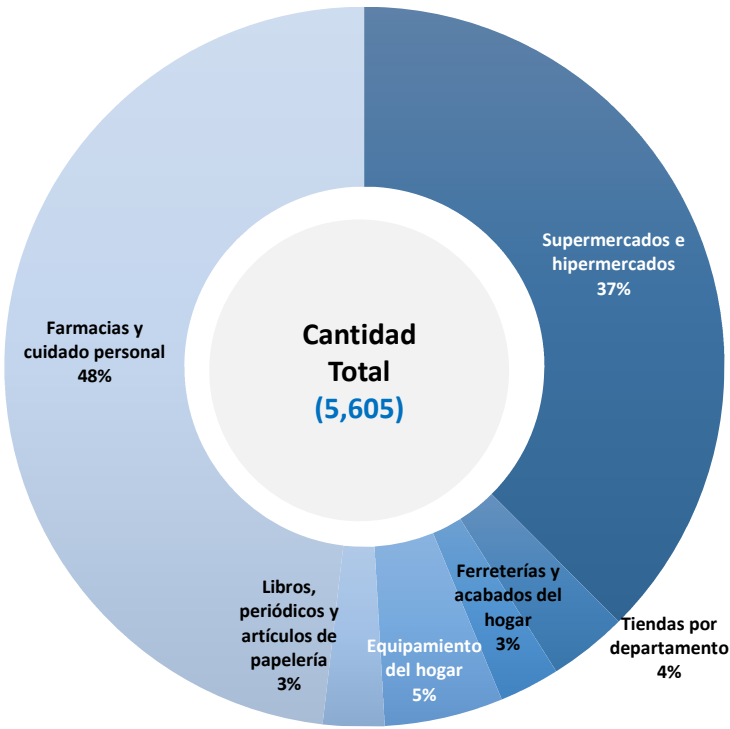
Evolución del número de tiendas del comercio interno: febrero 2022 – febrero 2024
(Cantidad y Variación %)



Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 18

Participación del total de tiendas por actividad, febrero 2024
(Porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Nivel de empleo **disminuyó en 9.7%** y registró **105 mil 662** puestos de trabajo

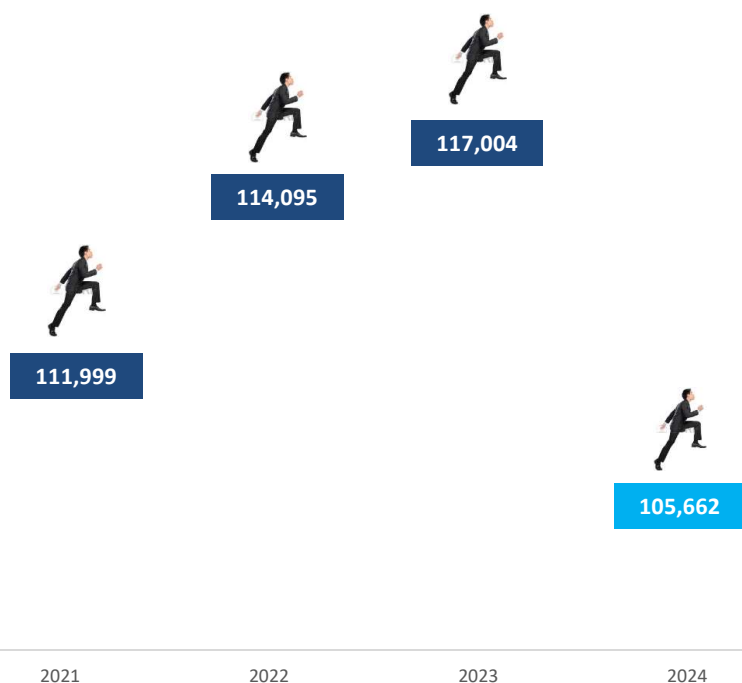


PERÚ

Ministerio
de la Producción

Gráfico N° 19

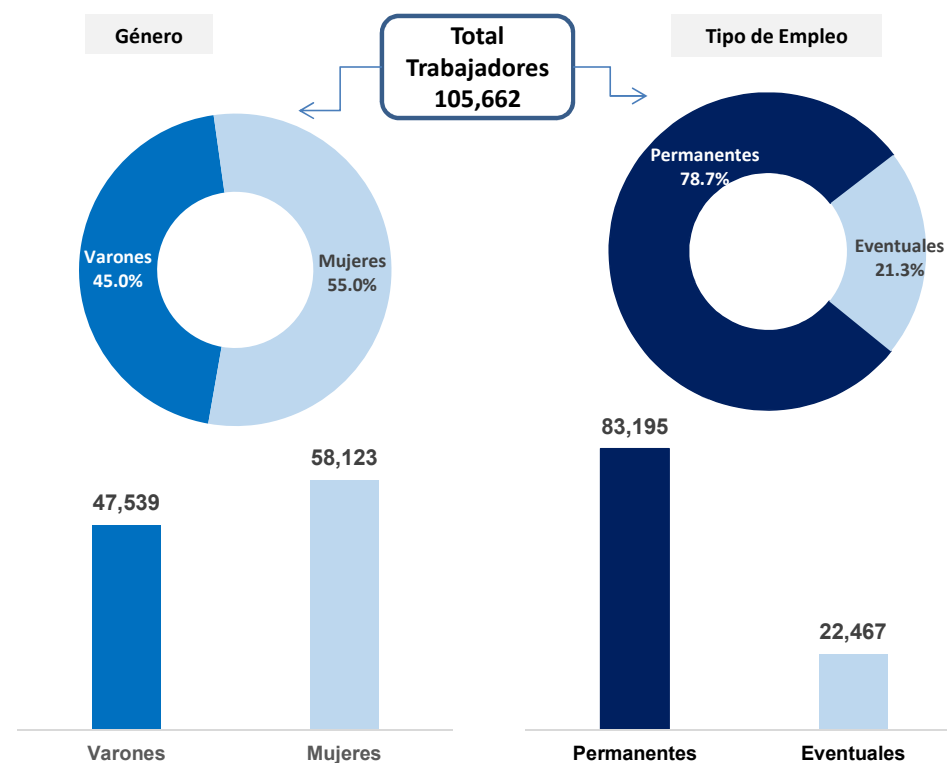
Número de trabajadores en el sector comercio interno
(febrero 2021 – febrero 2024)



Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico N° 20

Empleo ocupado en el sector comercio minorista por género y tipo de empleo,
febrero 2024 (Número y porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Acumulado Enero-Febrero 2024: Ventas del Comercio Interno registra un avance de +7.0%



Tabla Nº 1

Comercio Interno por actividades, 2022-2024
(Variación porcentual interanual)

Actividad	Var. % Interanual				Var.% Acum.			
	Feb 22/21	Feb 23/22	Feb 24/19	Feb 24/23	Ene – Dic (22/21)	Ene – Dic (23/22)	Ene – Dic (24/19)	Ene – Feb (24/23)
Total Comercio Interno	12.3	5.1	28.3	7.9	5.4	0.7	25.0	7.0
Supermercados e Hipermercados	5.6	7.1	49.8	18.5	1.7	0.5	45.6	17.7
Tiendas por departamento	11.5	16.6	13.8	-2.7	4.5	7.7	102	-4.5
Ferreterías y acabados del hogar	25.5	-11.9	8.7	-7.6	12.1	-7.0	12.1	-6.7
Equipamiento del hogar	21.6	12.7	17.5	6.4	-0.6	-1.5	10.3	8.1
Libros, periódicos y artículos de papelería	140.2	65.2	66.5	23.7	86.8	58.7	49.6	17.7
Farmacias y boticas	7.6	-3.1	4.9	-0.3	6.2	-3.7	4.3	0.3

Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Elaboración: PRODUCE (OEE)

- ✓ En el acumulado de enero a febrero de 2024, las ventas del comercio interno reportó un avance de 7.0% con relación al mismo periodo del 2023. Este resultado positivo se debe a una recuperación de la demanda interna (+2.1%).
- ✓ Entre las actividades que más crecieron y se recuperaron entre enero y febrero 2024 tenemos a: Libros, periódicos y artículos de papelería (+17.7%), Farmacias y boticas (+0.3%), Supermercados e hipermercados (+17.7%)y Equipamiento del hogar (+8.1%).
- ✓ Por otro lado, en este periodo se contrajo las ventas de Tiendas por departamento (-4.5%) y Ferreterías y acabados del hogar (-6.7%).
- ✓ La actividad de libros, periódicos y artículos de papelería en lo que va del periodo 2024 registra resultados positivos a raíz del impulso de la campaña escolar en venta de útiles escolares.