



PERÚ

Ministerio
de la Producción

PRODUCE
produce.gob.pe



Reporte Coyuntural

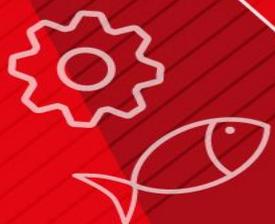
Comercio Interno

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

Abril 2023

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

Lima, Junio 2023



PRODUCE
Ministerio de la Producción

□ [En abril de 2023](#)

- ✓ Las ventas del comercio interno registraron un moderado crecimiento de 5.1% con respecto a abril de 2022. Acumula por tercer mes consecutivo un resultado positivo, impulsado por el aumento en las ventas de productos de consumo masivo y farmacéuticos. En contraste, este crecimiento se vio afectado por las menores ventas en el sector de ferreterías y equipamiento del hogar debido a la contracción del sector de la construcción (-5.1%).
- ✓ Por rubros, el resultado positivo registrado en abril de 2023 responde al importante aumento **de las ventas en Supermercados e hipermercados (+17.3%) y farmacias y boticas (+8.7%)**. En contraste, se observó una **disminución en las ventas de las Tiendas por departamento (-6.9%), Ferreterías y acabados (-11.1%), Libros, periódicos y artículos de papelería (-8.5%), así como de Equipamiento del hogar (-9.1%)**. Estas disminuciones están asociadas a la baja demanda interna y al decrecimiento del sector de la construcción en un entorno de factores climáticos adversos.
 - **Supermercados e hipermercados** (45.7% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad experimentaron un **aumento del 17.3%**. Este crecimiento se atribuye al incremento en la demanda de alimentos (+26.1%), productos farmacéuticos y cosméticos (+26.0%), y bebidas y tabaco (+28.8%).
 - **Farmacias y boticas** (19.2% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad **aumentaron en 8.7%** por el incremento en las ventas de productos farmacéuticos y medicinales (+7.0%), así como de productos de cuidado personal (+14.9%).
 - **Tiendas por departamento** (15.9% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad **disminuyeron en 6.9%** debido a la menor demanda de muebles (-14.0%), artículos de uso doméstico (-9.8%), y en menor medida, de prendas de vestir y calzado (-6.4%).
 - **Ferreterías y acabados** (12.2% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad experimentaron una **disminución en 11.1%**. En cuanto a las líneas de productos, se observó una reducción en las ventas de muebles (-17.7%), productos diversos (-14.9%) y artículos domésticos (-7.9%), las cuales se deben a la menor ejecución de obras privadas y autoconstrucción en un entorno de factores climáticos adversos.
 - **Equipamiento del hogar** (5.2% 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 en muebles (-21.2%), artículos de uso doméstico (-9.2%), y productos diversos (-7.9%).
 - **Libros, periódicos y artículos de papelería** (1.7% de las ventas internas): Esta actividad registró una **disminución en 8.5%**, ello debido a la reducción en la demanda de productos de papelería y artículos de oficina (-9.5%), así como de productos diversos (-0.7%).

- **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

Abril 2023

(Variación porcentual interanual)



En abril de 2023, se observó **un aumento en las ventas del comercio interno, impulsado por una mayor facturación en productos de consumo masivo y farmacéuticos.**

Las actividades que destacaron por su desempeño positivo en el comercio interno durante abril de 2023 fueron los supermercados e hipermercados (+17.3%) y las farmacias y boticas (+8.7%).

Sin embargo, este crecimiento positivo se vio parcialmente atenuado por la disminución en las ventas de las **Tiendas por departamento (-6.9%), Equipamiento del hogar (-9.1%), Ferreterías y acabados (-11.1%), y Libros, periódicos y artículos de papelería (-8.5%).** Estas disminuciones se atribuyen a una menor demanda de los hogares y a la continuación de menores inversiones privadas en el sector de la construcción.

Las ventas de comercio interno **aumentaron en 5.1%**



En abril de 2023, las ventas del comercio interno aumentaron en 5.1%. Dicho comportamiento se explica por el incremento de las ventas en los Supermercados (+17.3%) y Farmacias y boticas (+8.7%). En contraste, este aumento fue atenuado por la disminución en las ventas de Tiendas por departamento (-6.9%), Ferreterías y acabados (-11.1%), Equipamiento del hogar (-9.1%) y Libros, periódicos y artículos de papelería (-8.5%).

Gráfico Nº 1

Desempeño de las ventas internas según Grupo y Clase CIU^{1/}, abril 2023

(Millones de soles a precios corrientes)

CIU (a)	Actividad	Abr-22	Abr-23	Var % Abr (23/22)
	Total	3,898	4,098	5.1
4711	Supermercados e hipermercados	1,597.8	1,874.1	17.3 ▲
4719	Tiendas por departamentos ^{1/}	700.7	652.1	-6.9 ▼
4752	Ferreterías y acabados	562.5	499.9	-11.1 ▼
4759	Equipamiento del hogar	235.7	214.1	-9.1 ▼
4772	Farmacias y boticas	724.7	787.5	8.7 ▲
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	76.4	69.9	-8.5 ▼

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

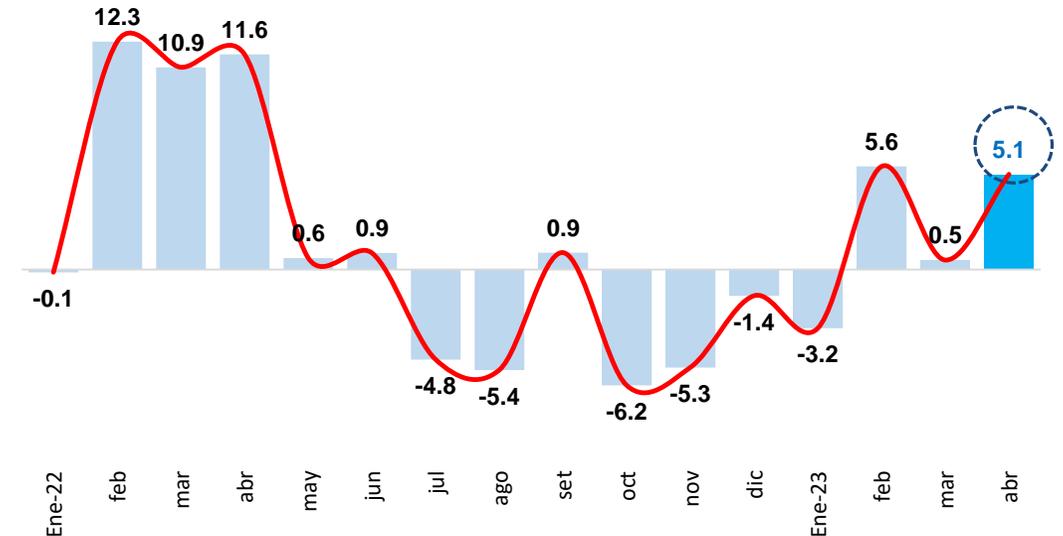
^{1/} Las ventas internas corresponden al comercio interno de (Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas) y representan aprox. el 98.5% del total; se excluye las ventas al por menor de combustibles de la actividad CIU 4730.

^{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)



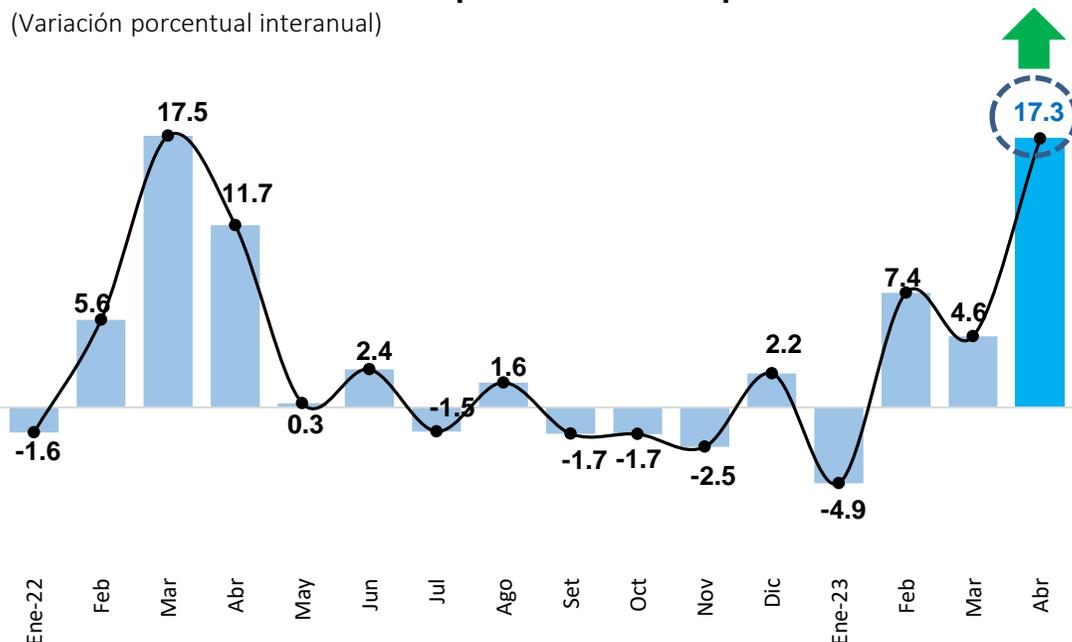
Ventas de supermercados e hipermercados **incrementaron en 17.3%**

- En abril del 2023, las ventas en los **supermercados e hipermercados** experimentaron un importante **crecimiento interanual de 17.3%**. Este resultado se debe a las mayores ventas en las categorías de alimentos (+26.1%), bebidas y tabaco (+28.8%) y farmacéuticos y cosméticos (+26.0%).
- En contraste, se observó una disminución en las ventas de prendas de vestir y calzado (-5.8%) y artículos de uso doméstico (-5.4%).

Gráfico N° 3

Evolución de las ventas de supermercados e hipermercados

(Variación porcentual interanual)

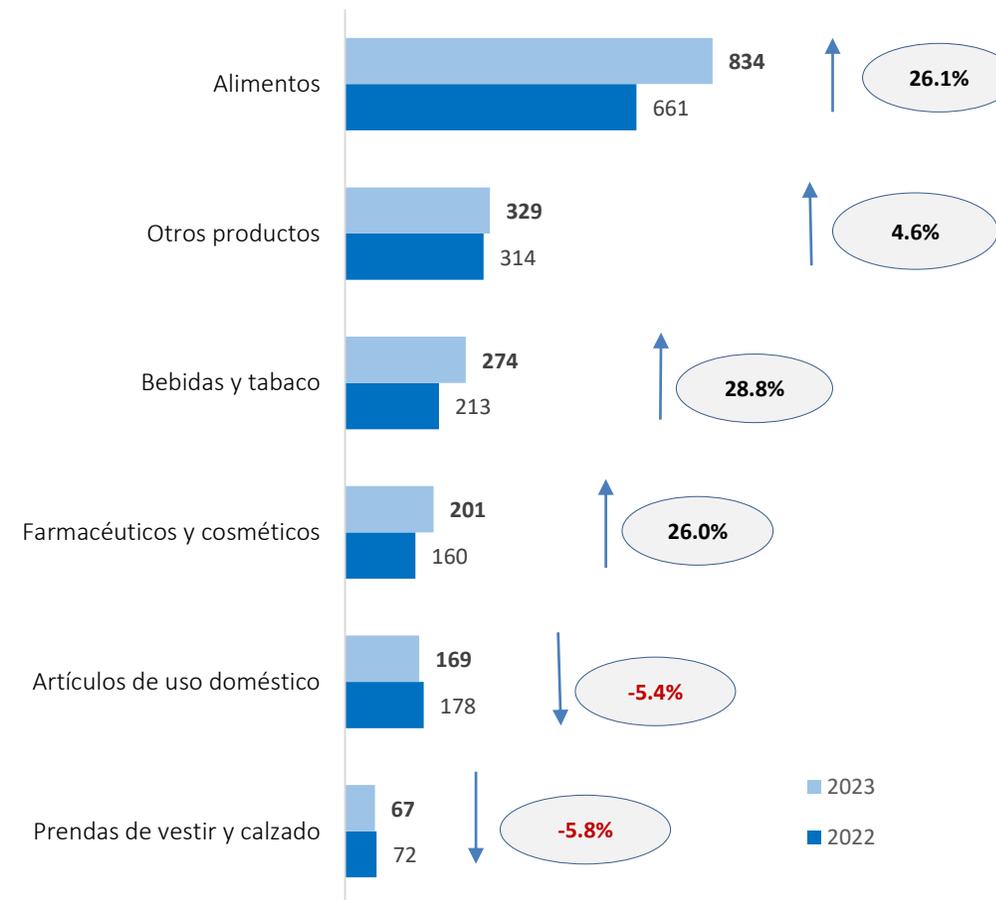


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico N° 4

Ventas por líneas de productos, abril 2022 y abril 2023

(Millones de soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

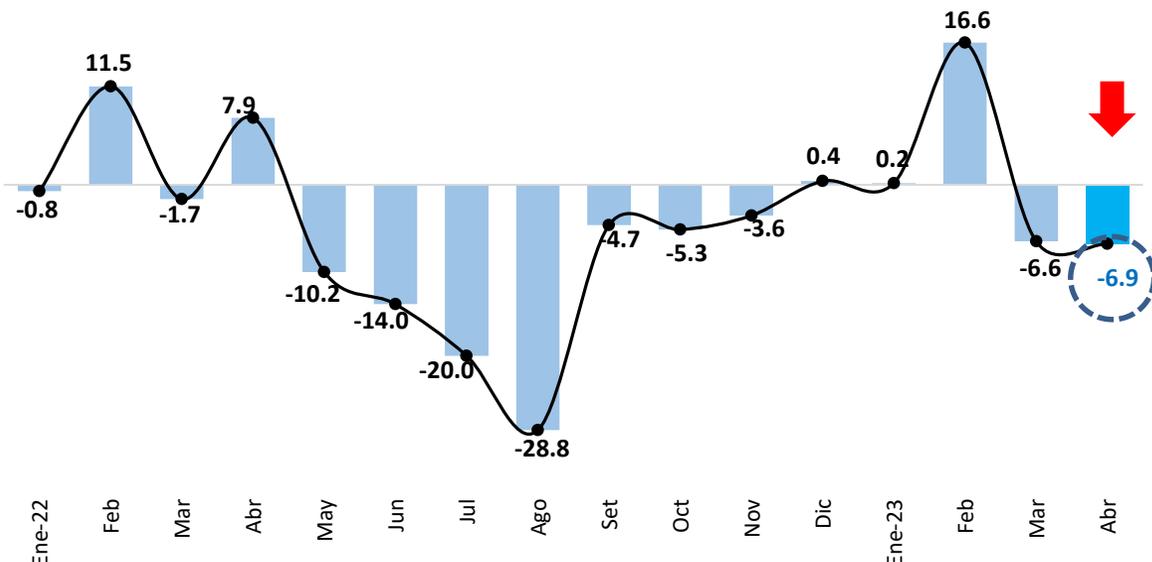
Ventas de tiendas por departamento disminuyeron en -6.9%

- En abril de 2023, las ventas en las **tiendas por departamento** disminuyeron **6.9% interanual**. Este resultado es explicado por las menores ventas de muebles (-14.0%), artículos de uso doméstico (-9.8%) y prendas de vestir y calzado (-6.4%).
- No obstante, este desempeño fue atenuado por el incremento en las ventas de productos farmacéuticos y cosméticos (+38.3%) y productos diversos (+24.9%).

Gráfico Nº 3

Evolución de las ventas de tiendas por departamento

(Variación porcentual interanual)

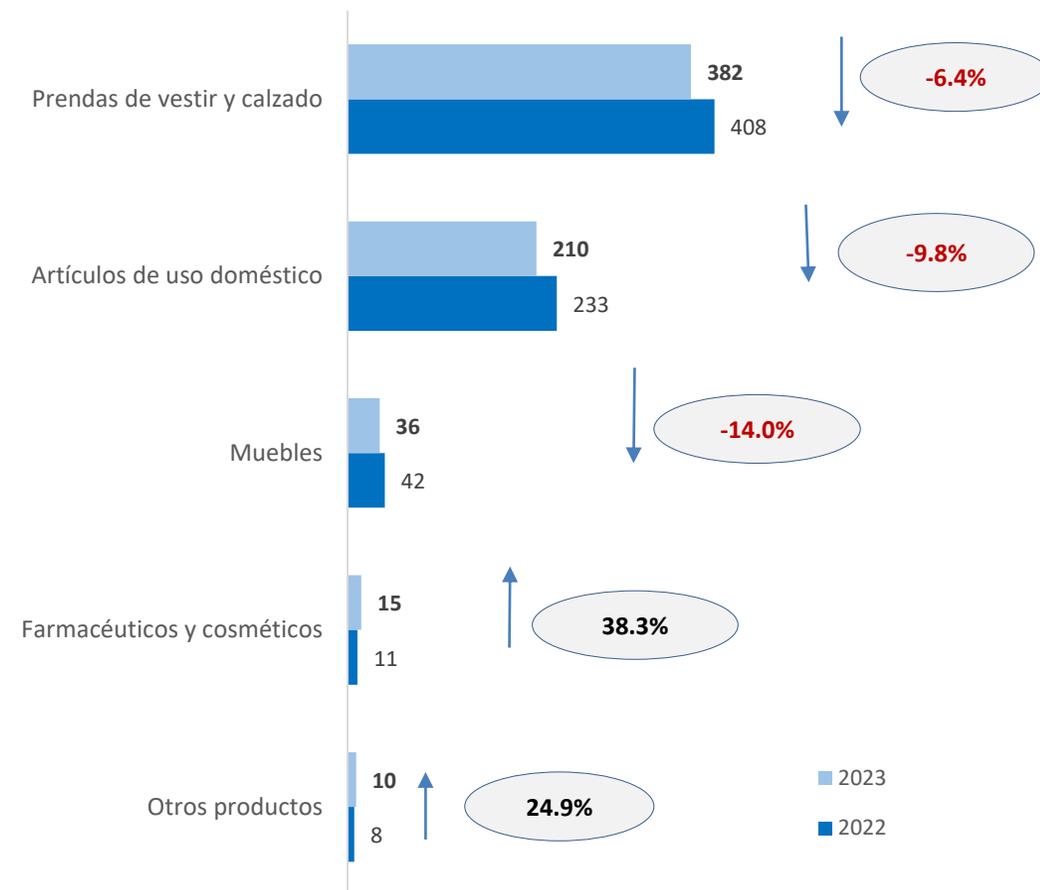


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Grafico Nº 4

Ventas por líneas de productos, abril 2022 y abril 2023

(Millones de soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Ferreterías y acabados **disminuyeron sus ventas en -11.1%**



PERÚ

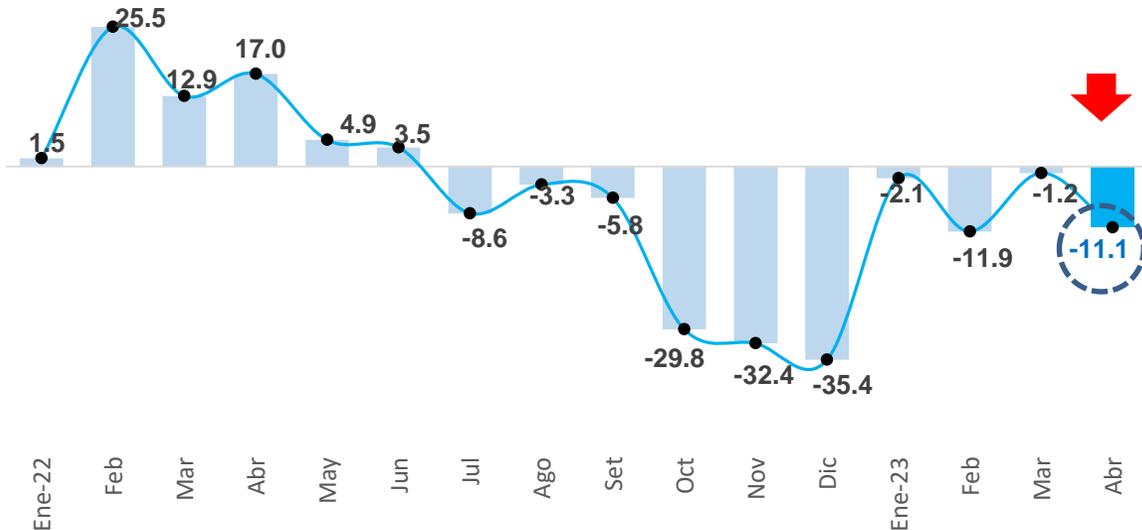
Ministerio de la Producción

- En abril de 2023, las ventas de productos relacionados con la actividad de **ferreterías y acabados** experimentaron una **disminución interanual de 11.1%**, ante el menor dinamismo de los proyectos privados de construcción, la disminución de las obras públicas y la finalización de proyectos de acabado de viviendas.
- Este contexto han tenido un impacto negativo en las ventas de muebles (-17.7%), artículos de uso doméstico (-5.6%), productos diversos (-14.9%) y artículos de ferretería (-7.9%).

Gráfico N° 5

Evolución de las ventas de ferreterías y acabados

(Variación porcentual interanual)

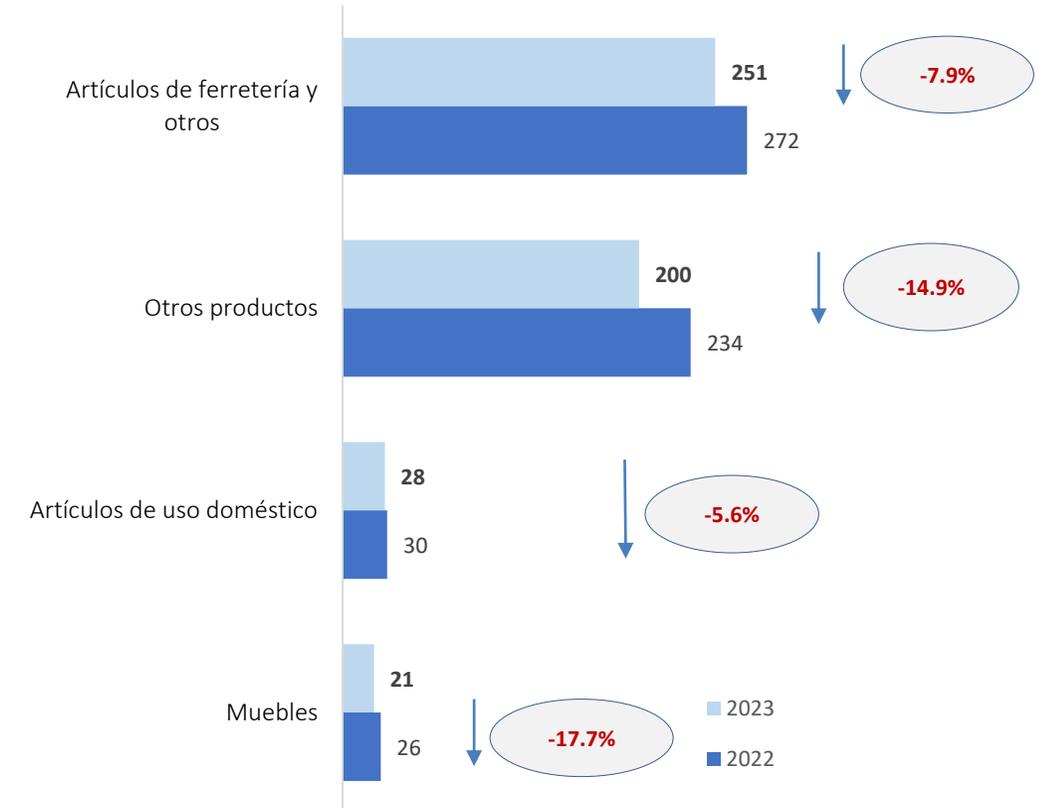


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico N° 6

Ventas por líneas de productos, abril 2022 y abril 2023

(Millones de Soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Equipamiento del hogar disminuyeron sus ventas en -9.1%



PERÚ

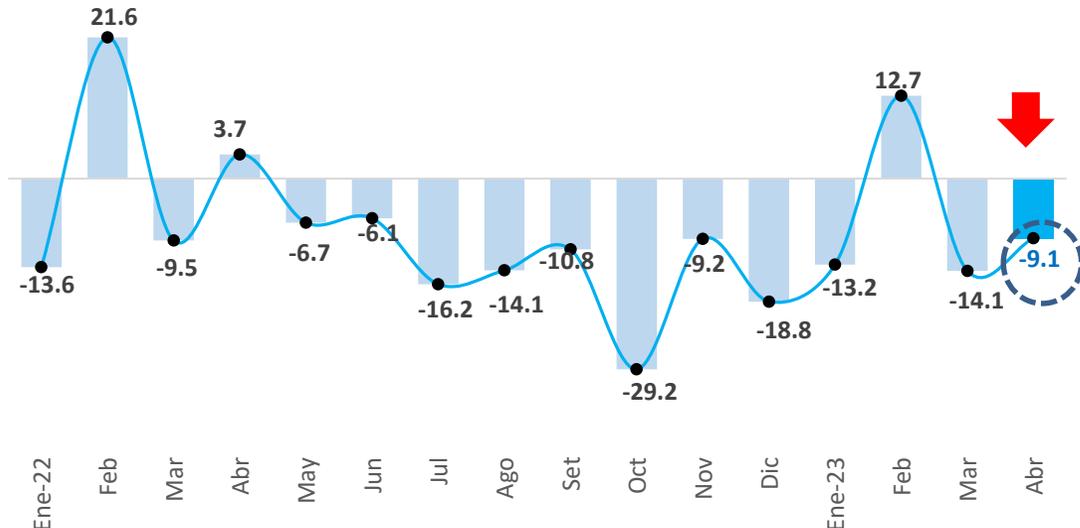
Ministerio de la Producción

- En abril de 2023, se registró una **disminución interanual del 9.1%** en las ventas de productos relacionados con el **equipamiento del hogar**. Esta reducción se debe a la priorización de productos básicos en lugar de productos de equipamiento del hogar. Ello debido al alza de precios de los alimentos.
- Como resultado, se vieron afectadas las ventas de muebles (-21.2%), productos diversos (-7.9%) y artículos de uso doméstico (-9.2%).

Gráfico Nº 7

Evolución de las ventas de equipamiento del hogar

(Variación porcentual interanual)

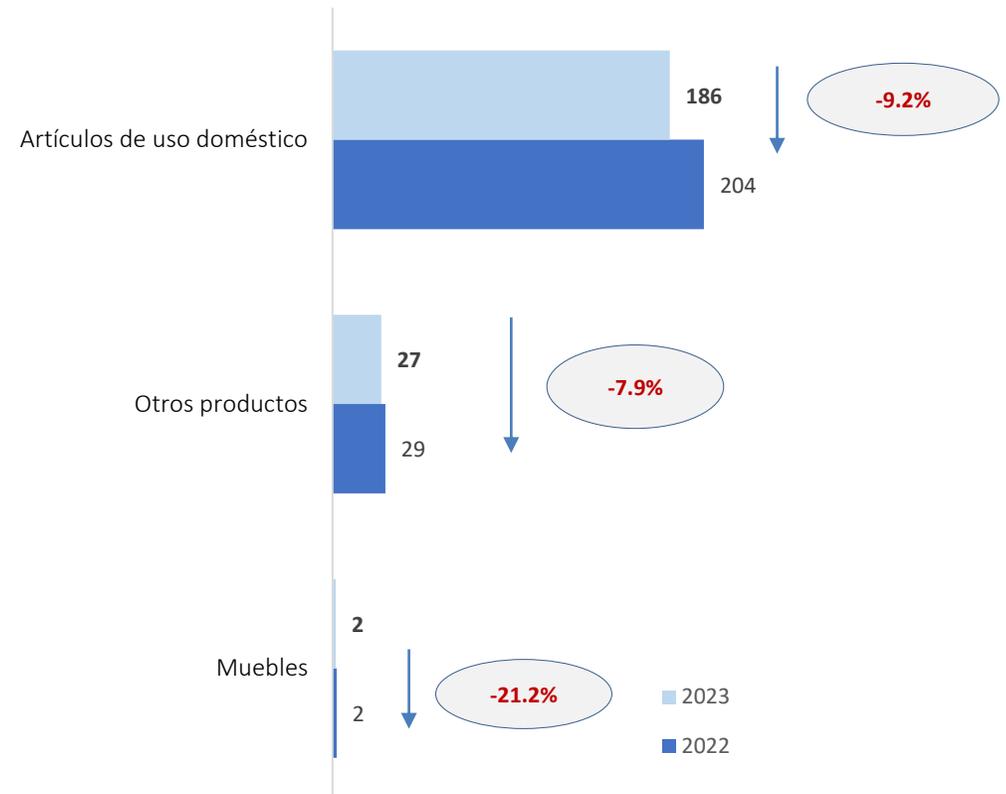


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 8

Ventas por líneas de productos, abril 2022 y abril 2023

(Millones de Soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Ventas de farmacias y boticas **aumentaron en 8.7%**



PERÚ

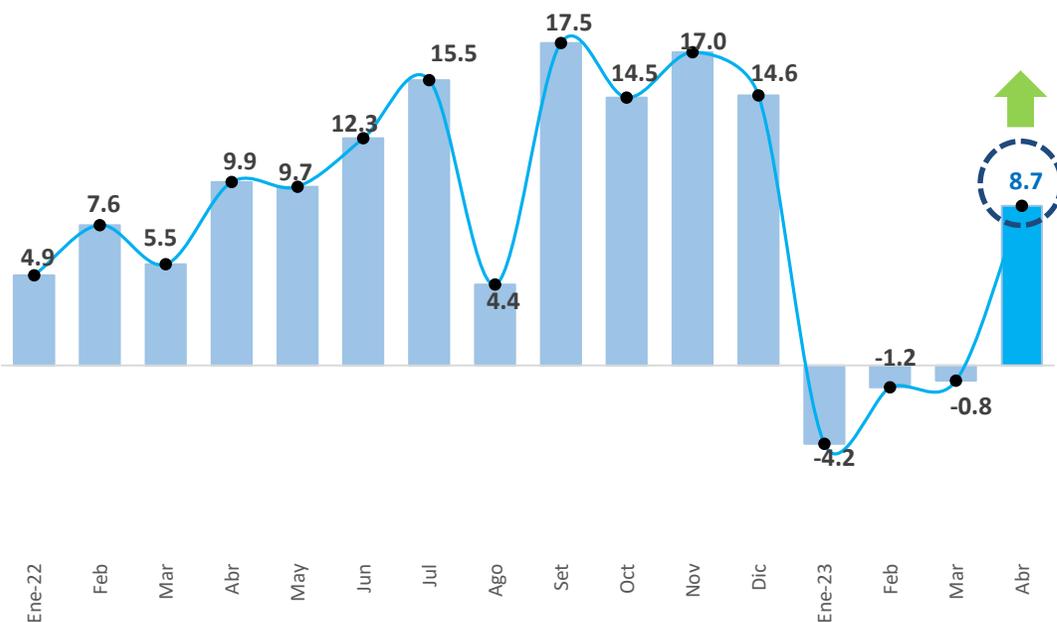
Ministerio de la Producción

- En abril de 2023, se registró un **aumento del 8.7%** en las ventas de **farmacias y boticas** en comparación con el mismo mes del año anterior.
- Este incremento se debe a un aumento en las ventas de productos farmacéuticos y medicinales (+7.0%), así como a un incremento en las ventas de productos de cuidado personal (+14.9%).

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, abril 2022 y abril 2023

(Millones de Soles y Var.% interanual)

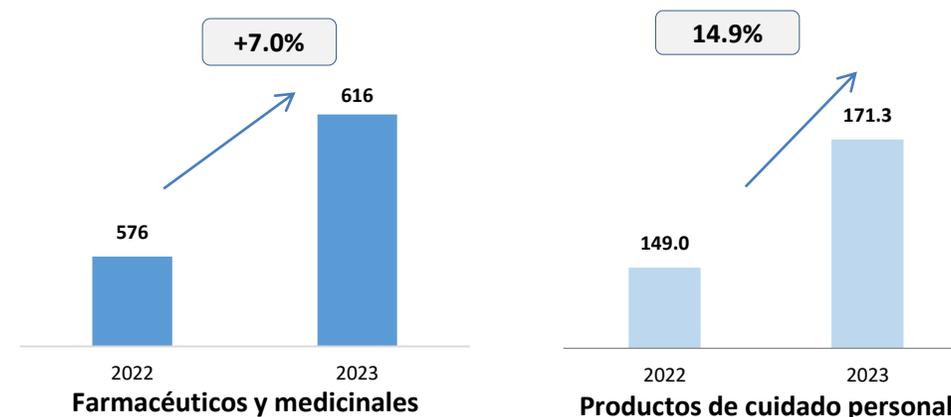
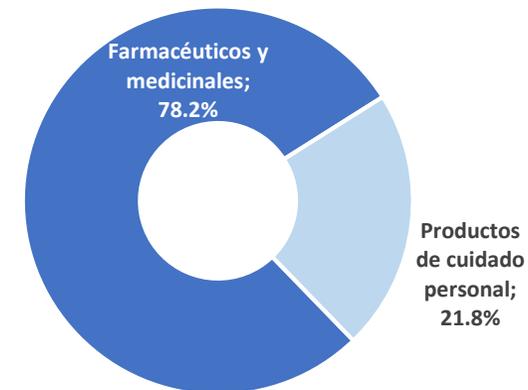


Gráfico Nº 11

Participación de las ventas por líneas de productos, abril 2023

(Porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Ventas de libros, periódicos y artículos de papelería **disminuyeron en -8.5%**



PERÚ

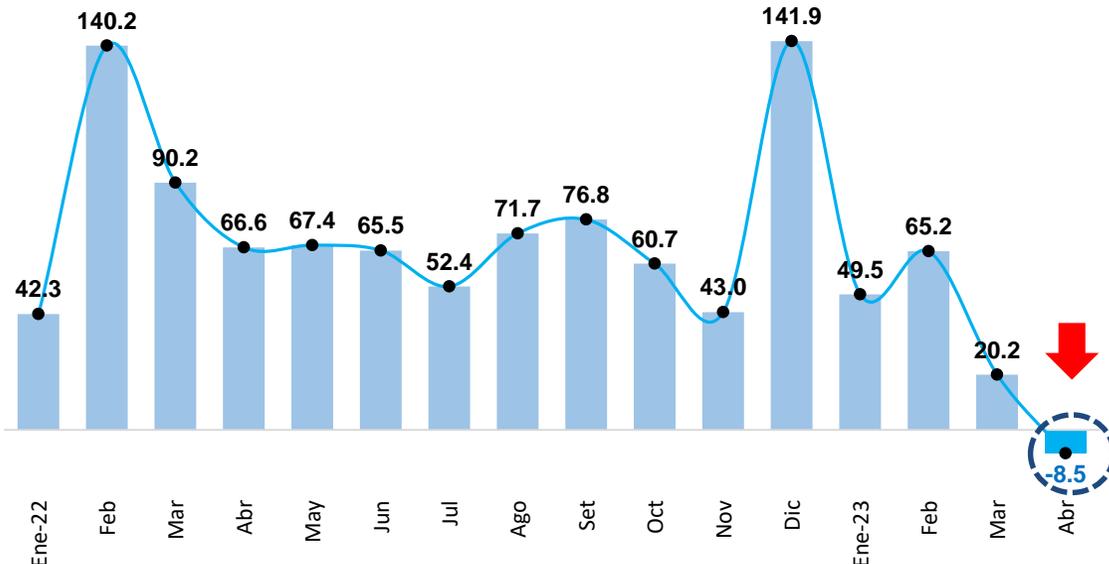
Ministerio de la Producción

- En abril de 2023, las ventas en la actividad de **libros, periódicos y artículos** de papelería experimentaron una **disminución del 8.5%**, principalmente, debido a la reducción en la demanda de las instituciones educativas y actividad empresarial.
- Esto ha llevado a una menor venta de libros, cuadernos, papelería y otros (-9.5%). Además, se observó una ligera disminución (-0.7%) en las ventas de productos diversos, como equipos informáticos, juguetería y otros accesorios.

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, abril 2022 y abril 2023

(Millones de Soles y Var.% interanual)

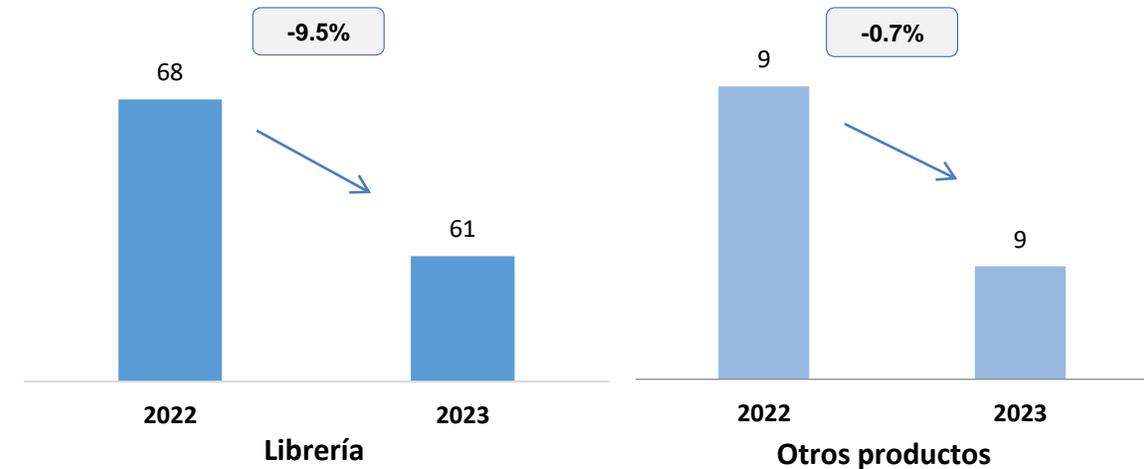
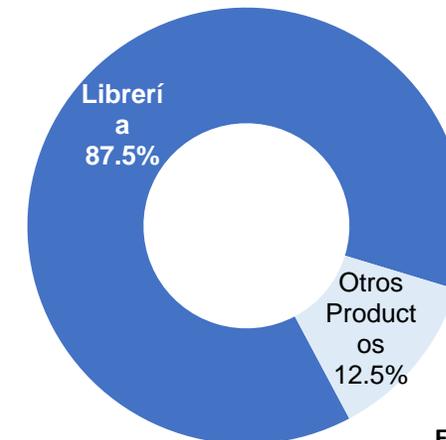


Gráfico N° 14

Participación de las ventas por líneas de producto, abril 2023

(Porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Tiendas: Número de tiendas **aumentó en 7.4%**



Actividades

Número de aperturas (+) y cierres (-) de tiendas en abril 2023^{1/}

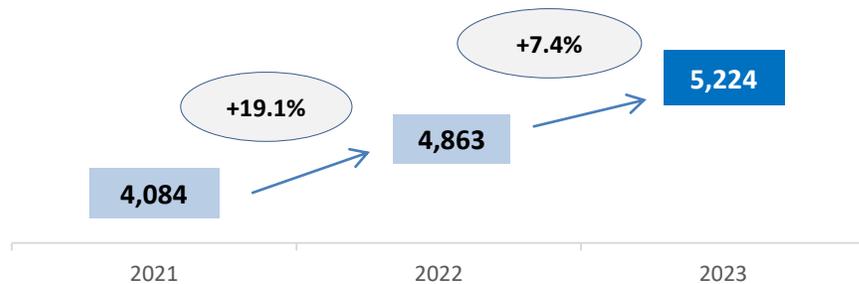
Supermercados e hipermercados	322
Tiendas por departamento	6
Ferreterías y acabados del hogar	4
Equipamiento del hogar	-6
Libros, periódicos y artículos de papelería	-2
Farmacias y boticas	37

1/ En relación a similar mes del año anterior

Gráfico Nº 15

Evolución del número de tiendas del comercio interno: abril 2021 – abril 2023

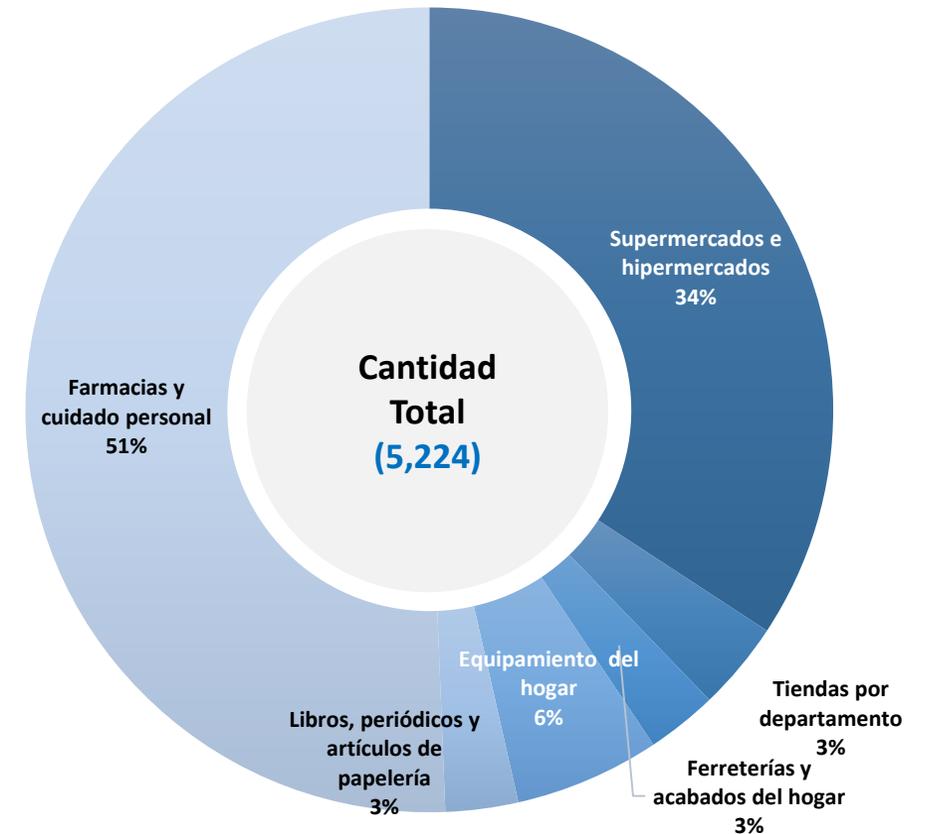
(Cantidad y Variación %)



Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 16

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



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Gráfico Nº 17

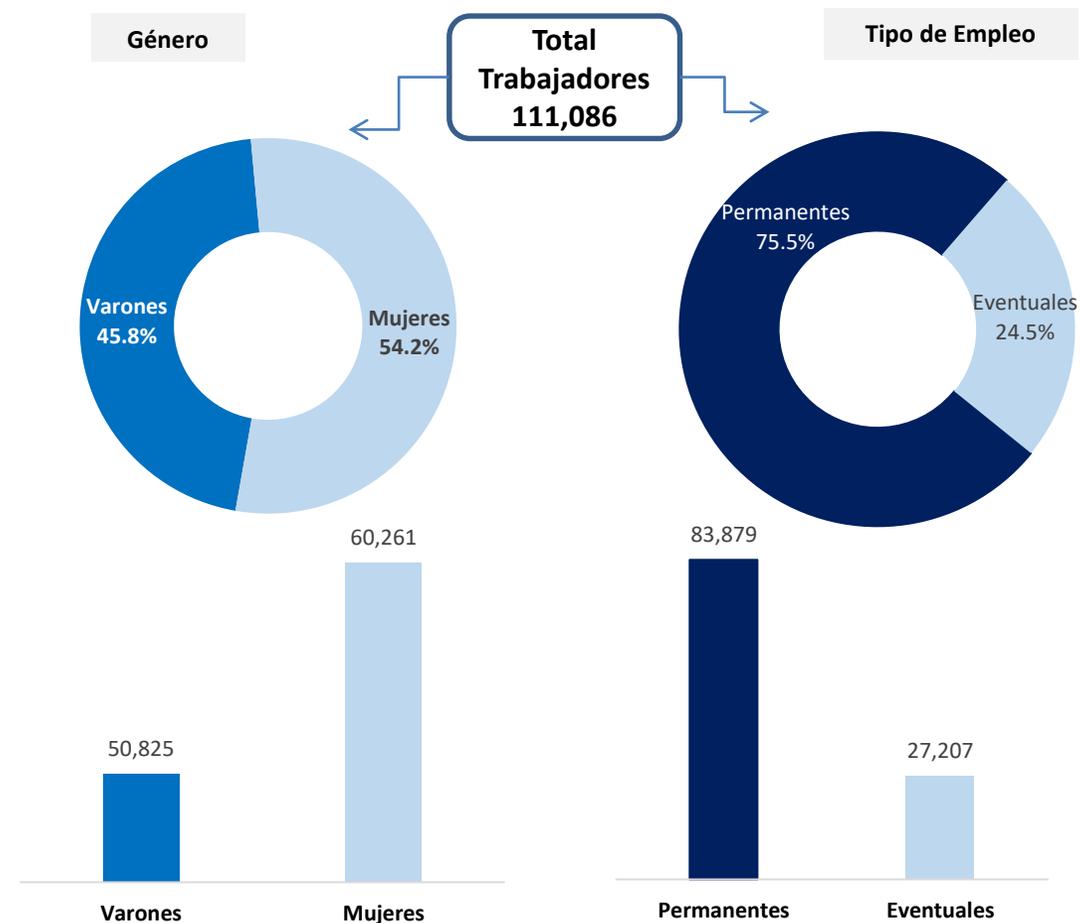
Número de trabajadores en el sector comercio interno (abril 2020 – abril 2023)



Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 18

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



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Tabla Nº 1

Comercio Interno por actividades, 2021-2023

(Variación porcentual interanual)

Actividad	Var. % Interanual				Var.% Acum.			
	Abr 21/20	Abr 22/21	Abr 23/19	Abr 23/22	Ene – Abr (21/20)	Ene – Abr (22/21)	Ene – Abr (23/19)	Ene – Abr (23/22)
Total Comercio Interno	86.3	11.6	28.5	5.1	28.5	8.4	22.1	1.9
Supermercados e Hipermercados	10.0	11.7	45.5	17.3	7.6	8.1	32.2	5.9
Tiendas por departamento	3,352.4	7.9	23.3	-6.9	88.4	3.7	17.2	-0.5
Ferreterías y acabados del hogar	4,119.1	17.0	14.5	-11.1	64.2	13.4	23.0	-6.4
Equipamiento del hogar	3,446.3	3.7	0.2	-9.1	75.8	-2.4	2.6	-7.2
Libros, periódicos y artículos de papelería	1,696.5	66.6	34.0	-8.5	-18.1	83.8	31.7	30.1
Farmacias y boticas	23.0	9.9	17.8	8.7	22.5	6.9	9.4	0.7

Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Elaboración: PRODUCE (OEE)

- ✓ En el acumulado de enero a abril de 2023, las ventas del comercio interno mostraron un leve avance de +1.9%, con relación al mismo periodo del 2022. Este resultado positivo se atribuye a una recuperación en las ventas de productos de consumo masivo, pese a los factores climáticos adversos.
- ✓ Entre las principales actividades que incidieron en este resultado positivo del sector tenemos a: Libros, periódicos y artículos de papelería (+30.1%), Farmacias y boticas (+0.7%) y Supermercados e hipermercados (+5.9%).
- ✓ En contraste, este comportamiento fue parcialmente atenuado por la disminución en las ventas de Tiendas por departamento (-0.5%), Equipamiento del hogar (-7.2%) y Ferreterías y acabados del hogar (-6.4%), estas dos últimas actividades debido a una reducción en la demanda del sector Construcción.
- ✓ Es importante destacar que la actividad de libros, periódicos y artículos de papelería continúa destacando por su crecimiento en el período de enero a abril de 2023, impulsada por el retorno de las clases presenciales y la campaña escolar de este año.