

□ [En enero de 2023](#)

- ✓ Las ventas del comercio interno experimenta una disminución de **-3.4%** con respecto a enero de 2022 y de **15.4%** con respecto a enero de 2019 (pre-pandemia). Este resultado responde a una reducción en las ventas de productos de consumo masivo, asimismo, de productos de ferreterías y equipamiento del hogar asociado a la menor actividad del sector construcción.
- ✓ Por rubro, el resultado negativo registrado en enero responde a la disminución de las ventas en **Supermercados e hipermercados (-5.2%)**, **Ferreterías y acabados (-6.4%)**, **Equipamiento del hogar (-9.8%)** y **Farmacias y boticas (-1.6%)**. En contraste, este comportamiento fue atenuado parcialmente por el aumento de las ventas en la actividad de **Tiendas por departamentos (+0.2%)** y **Libros, periódicos y artículos de papelería (+43.3%)**.
 - **Supermercados e hipermercados** (42.4% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad **registro una disminución de -5.2%** en enero de 2022, justificado por la disminución en la facturación de alimentos (-2.4%), productos diversos (-4.2%) y artículos de uso doméstico (-9.5%).
 - **Ferreterías y acabados** (15.9% de las ventas internas): En este mes las ventas de esta actividad **disminuyeron en -6.4%**. A nivel de línea de producto, se aprecia una disminución en las ventas de muebles (-10.3%) y artículos de ferretería (+5.2%). Este resultado respondería a una menor demanda en ejecuciones de obras publicas y privadas, dicha incremento fue atenuado por la mayor demanda de artículos domésticos que subió en +51.8%.
 - **Farmacias y boticas** (18.7% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad **disminuyeron en -1.6%**, se explica por la caída en las ventas de productos farmacéuticos y medicinales (-2.9%), y atenuado por las mayores ventas de productos de cuidado personal (+5.0%).
 - **Equipamiento del hogar** (5.4% de las ventas internas): Esta actividad **registró una contracción de las ventas en -9.8%**. A nivel de línea de producto, se aprecia menores ventas de las líneas de muebles (-17.9%), artículos de uso doméstico (-13.4%) y atenuado por las mayores ventas de productos diversos (+25.8%).
 - **Libros, periódicos y artículos de papelería** (2.5% de las ventas internas): Esta actividad registró un **importante incremento en +43.3%**. Principalmente por el aumento en la demanda de productos de papelería y artículos de oficina (+41.4%) y productos diversos (+57.0%).
 - **Tiendas por departamento** (15.1% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad registró un resultado positivo **+0.2%** en enero de 2022. Dado a la mayor demanda por los productos de prendas de vestir y calzado (+14.7%), farmacéuticos (+48.6%) y productos diversos (+6.6%).

- **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

Enero 2023

(Variación porcentual interanual)



“Las ventas de comercio interno, en el primer mes del periodo 2023, registro un ligero descenso en sus ventas. Explicado por la coyuntura económica, social y política del país, logrando cambios en los hábitos del consumidor”. En la prioridad de alimentación, educación y salud.

Para enero de 2023, las actividades que reportaron de manera negativa en el comercio interno fueron: Supermercados e hipermercados (-5.2%), Ferreterías y acabados (-6.4%), Equipamiento del hogar (-9.8%), Farmacias y boticas (-1.6%).

Por otro lado, atenuó parcialmente esta disminución el aumento en las ventas de la actividad de Tiendas por departamento (0.2%), y Libros, periódicos y artículos de papelería (43.3%) debido a un aumento en el consumo de la población.

En enero 2023 las ventas de comercio interno **disminuyeron en 3.4%**



PERÚ

Ministerio de la Producción

En enero de 2023, las ventas del comercio interno registro una disminución de **-3.4%**. Dicho comportamiento se explica por la menor venta en Farmacias y boticas (-1.6%), Supermercados (-5.2%), Ferreterías y acabados (-6.4%) y Equipamiento del hogar (-9.8%) . Sin embargo, tal resultado fue atenuado por el aumento en las ventas de Libros, periódicos y artículos de papelería (43.3%) y Tiendas por departamento (0.2%).

Gráfico N° 1

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

(Millones de soles a precios corrientes)

CIU (a)	Actividad	Ene-22	Ene-23	Var % Ene (22/21)	
	Total	3 894	3 762	-3,4	
4711	Supermercados e hipermercados	1 682,0	1 594,8	-5,2	▼
4719	Tiendas por departamentos ^{1/}	567,5	568,5	0,2	▲
4752	Ferreterías y acabados	637,3	596,8	-6,4	▼
4759	Equipamiento del hogar	225,7	203,7	-9,8	▼
4772	Farmacias y boticas	716,4	705,1	-1,6	▼
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	65,3	93,6	43,3	▲

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.

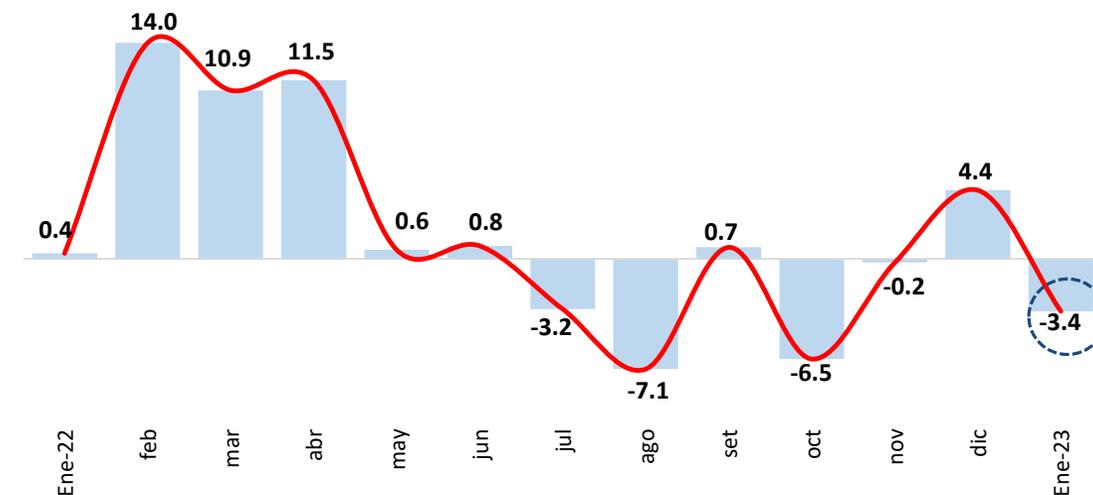
^{2/} Se refiere a tiendas de grandes dimensiones con variedad de productos.

Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico N° 2

Evolución mensual de las ventas del comercio interno

(Variación porcentual interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Ventas de supermercados e hipermercados disminuyeron en 5.2%



PERÚ

Ministerio de la Producción

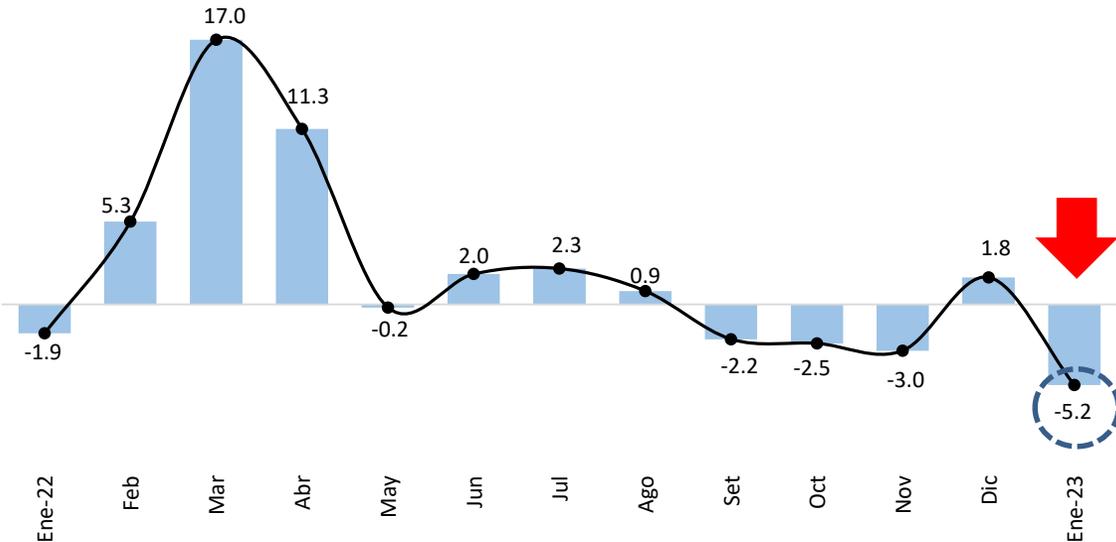
Las ventas en los **supermercados e hipermercados** alcanzó un resultado negativo **ligero interanual de -5.2%** en enero de 2023. Para este resultado se explica por las menores ventas, debido a la coyuntura social de desorden político y social que provocó el cierre de algunos locales de venta de productos como Alimentos (-2.4%), artículos de uso doméstico (-9.5%), prendas de vestir (-0.5%), farmacéuticos y cosméticos (-34.8%), y productos diversos (-4.2%).

Por otro lado, se observa un incremento en las bebidas y tabaco (+12.6%).

Gráfico N° 3

Evolución de las ventas de supermercados e hipermercados

(Variación porcentual interanual)

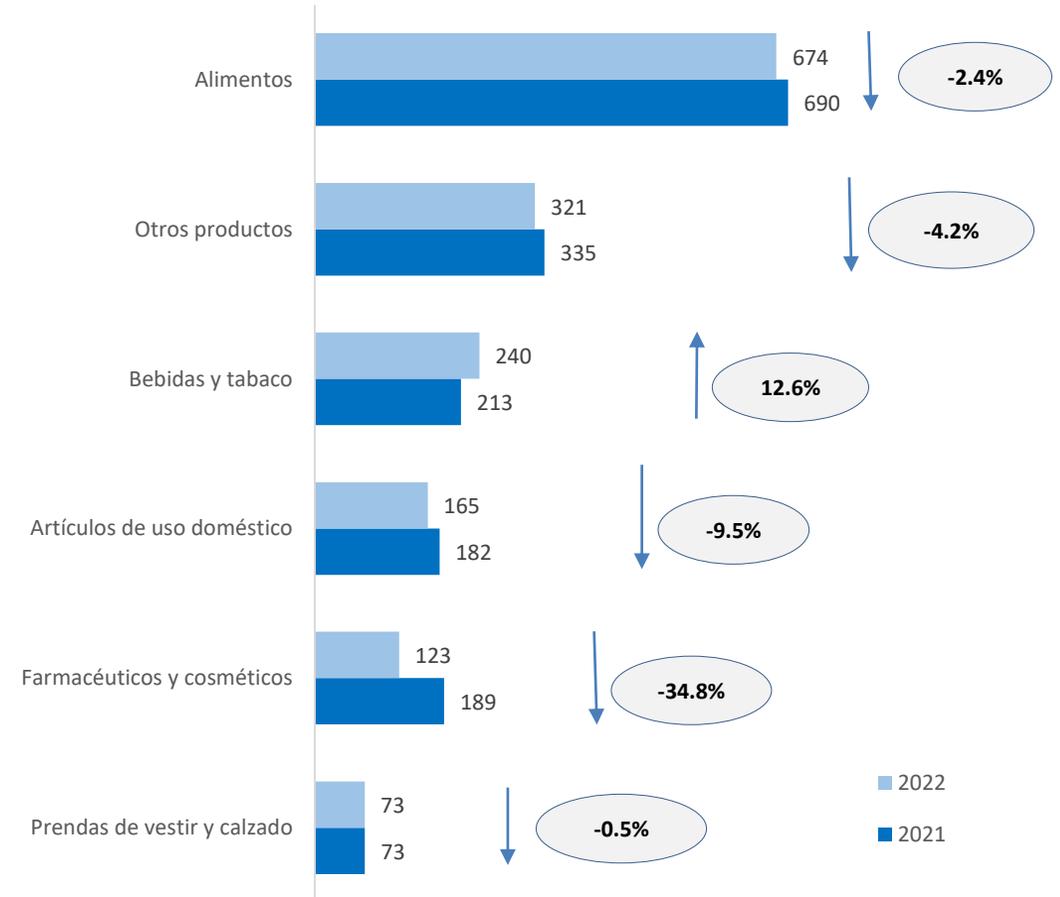


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico N° 4

Ventas por líneas de productos, enero 2021 y enero 2022

(Millones de soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Ventas de tiendas por departamento **aumentaron en 0.2%**

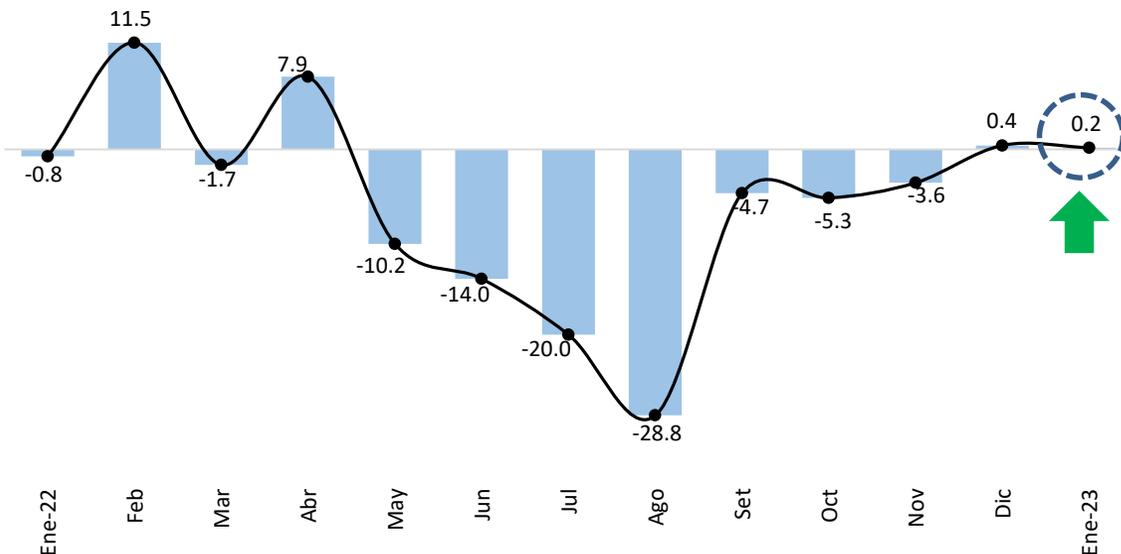
En enero de 2023, las ventas en las **tiendas por departamento** reporto un ligero incremento de **+0.2% interanual**, resultado por las mayores ventas de productos de cuidado personal y cosméticos (+48.6%), productos diversos (+6.6%) y prendas de vestir y calzado (+14.7%) .

Por otro lado , este comportamiento fue atenuado por la disminución en las ventas de muebles (-12.3%) y artículos de uso doméstico (-22.7%).

Gráfico Nº 3

Evolución de las ventas de tiendas por departamento

(Variación porcentual interanual)

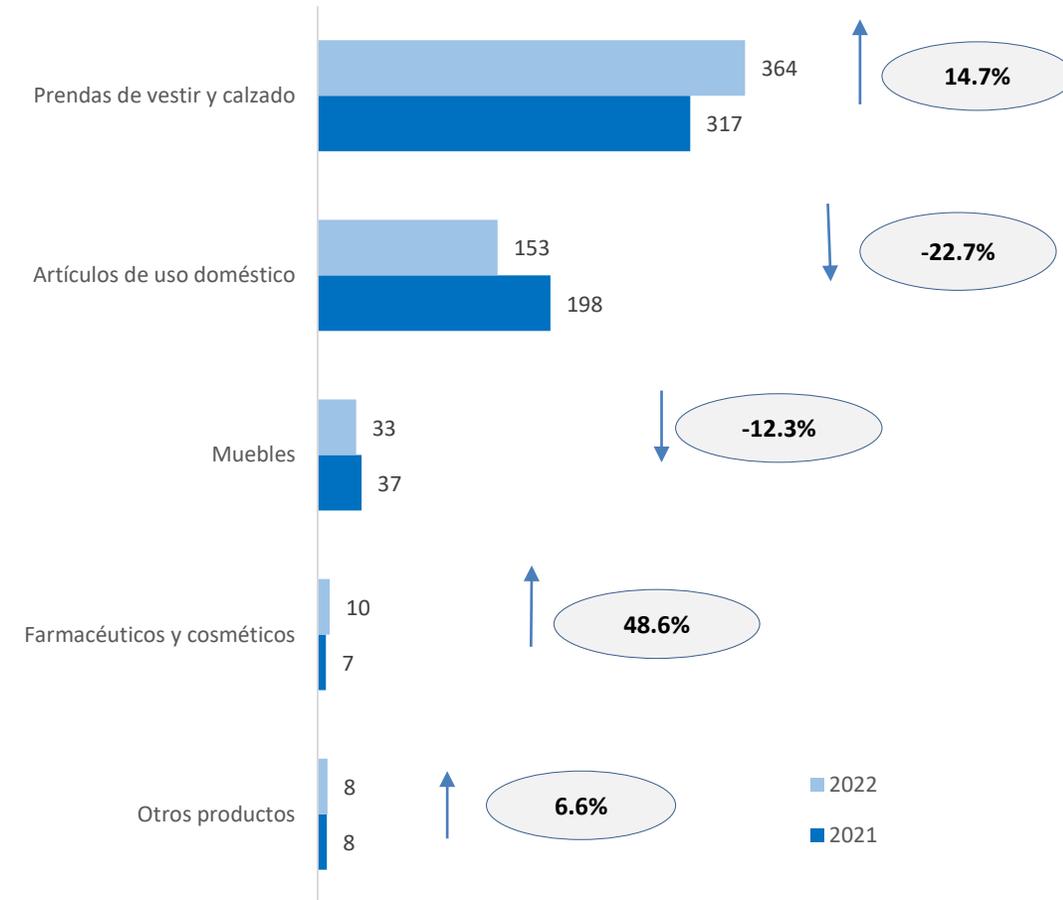


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 4

Ventas por líneas de productos, enero 2021 y enero 2022

(Millones de soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Ferreterías y acabados disminuyeron sus ventas en 6.4%

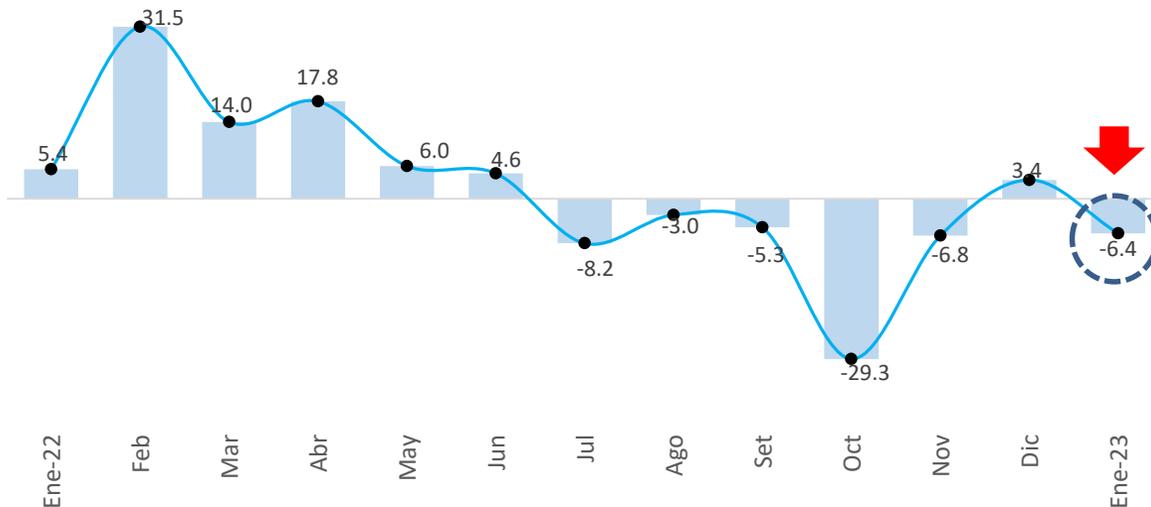
En enero de 2023, las ventas de productos de la actividad de **ferreterías y acabados** disminuyeron en **-6.4%** con relación al mismo mes del año 2022. Este resultado responde por un menor dinamismo de los proyectos privados del rubro construcción, obras públicas así como el acabado de viviendas, conllevando a la disminución en las líneas de artículos de muebles (-10.3%) y ferretería (-5.2%).

En contraste, este comportamiento fue atenuado ligeramente por el incremento en las ventas de la línea de artículos de uso doméstico (+51.8%).

Gráfico N° 5

Evolución de las ventas de ferreterías y acabados

(Variación porcentual interanual)

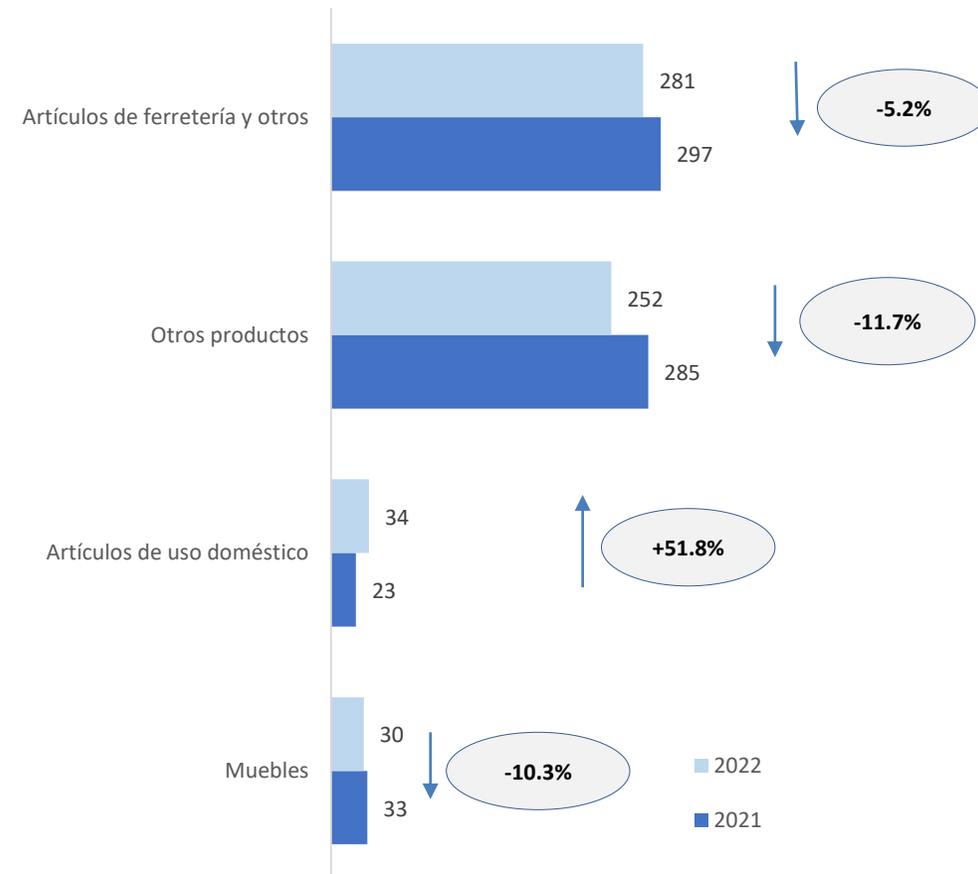


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico N° 6

Ventas por líneas de productos, enero 2021 y enero 2022

(Millones de Soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Equipamiento del hogar **disminuyeron sus ventas en 9.8%**



PERÚ

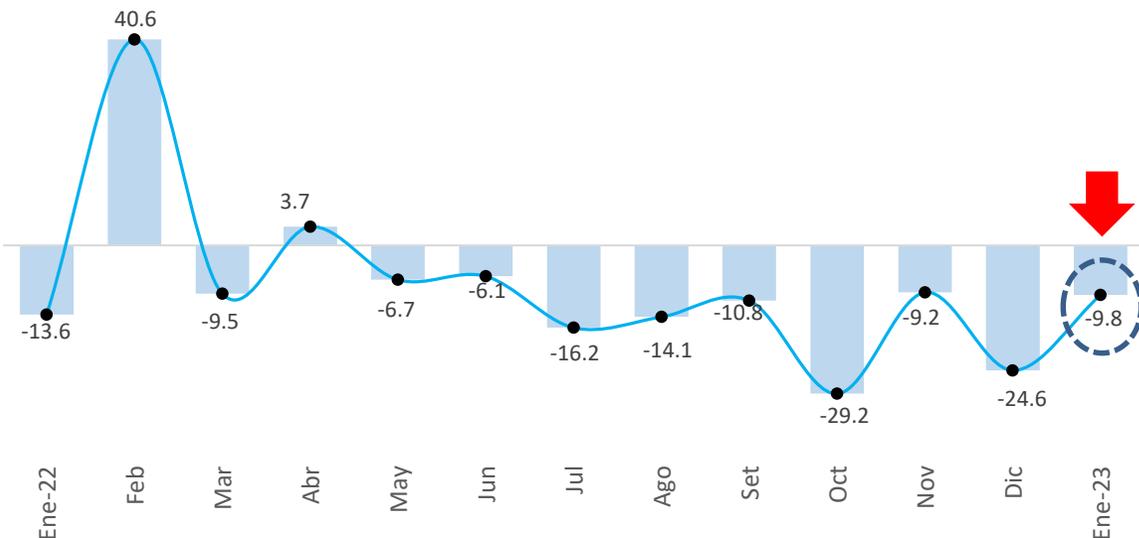
Ministerio de la Producción

En enero de 2023, las ventas de productos de la actividad de **equipamiento del hogar** disminuyeron en **-9.8%** con respecto a similar mes del año 2022. Este resultado responde a las menores ventas, debido a la coyuntura actual que vive el país, como el alza de precios de los alimentos, generando una disminución en las líneas de muebles (-17.9%) y artículos de uso doméstico (-13.4%); afectado por la menor demanda local.

Gráfico N° 7

Evolución de las ventas de equipamiento del hogar

(Variación porcentual interanual)

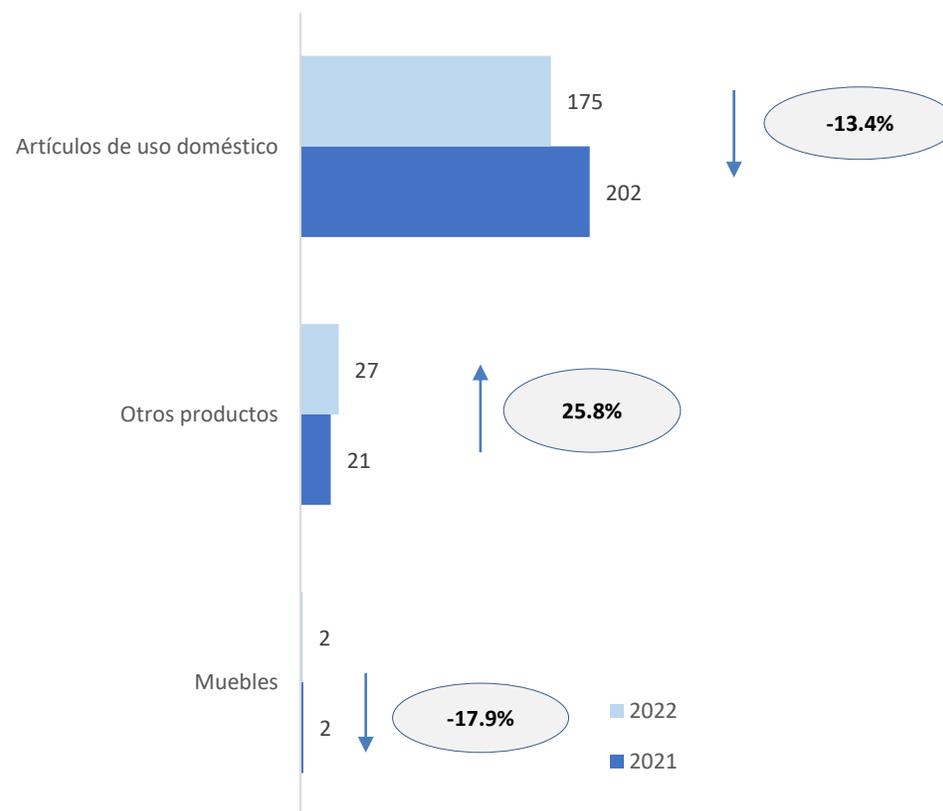


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico N° 8

Ventas por líneas de productos, enero 2021 y enero 2022

(Millones de Soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Ventas de farmacias y boticas **disminuyeron en 1.6%**



PERÚ

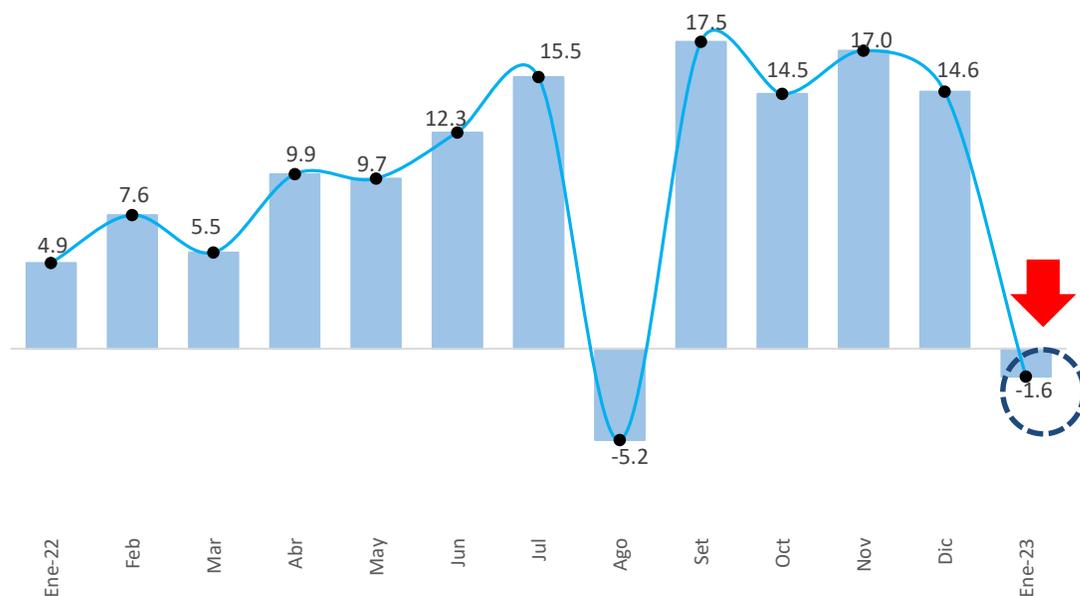
Ministerio de la Producción

En enero de 2023, las ventas de farmacias y boticas **se contrajeron en 1.6%** con respecto a igual mes del año previo. Dicho comportamiento se explica por un menor consumo en los productos farmacéuticos y medicinales (-2.9%); el mismo que fue atenuado por el incremento de productos de cuidado personal (+5.0%).

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, enero 2022 y enero 2023

(Millones de Soles y Var.% interanual)

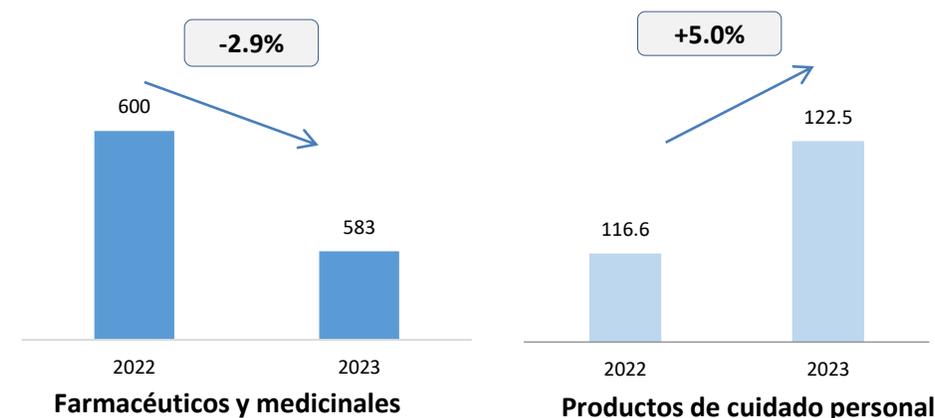
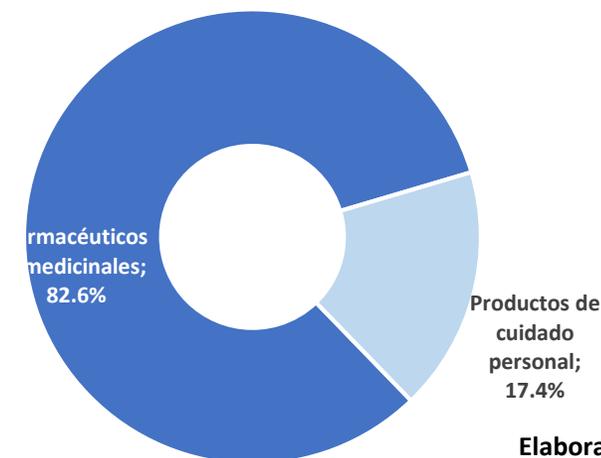


Gráfico Nº 11

Participación de las ventas por líneas de productos, enero 2023

(Porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Ventas de libros, periódicos y artículos de papelería aumentaron en 43.3%



PERÚ

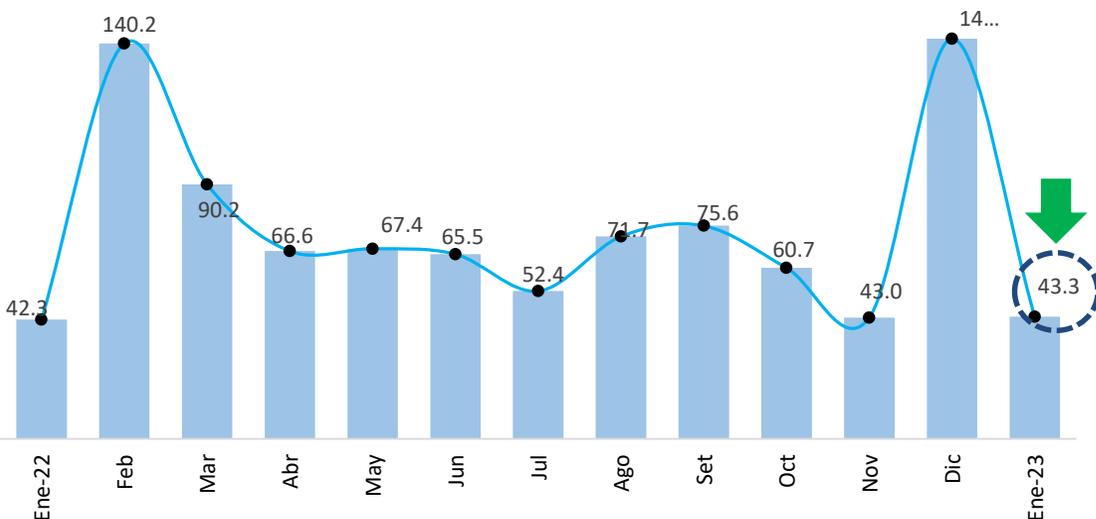
Ministerio de la Producción

Las ventas de la actividad de **libros, periódicos y artículos de papelería**, en enero de 2023, reporto un resultado positivo en **(+43.3%)**. Este resultado se explica en el mayor consumo de productos de librerías (libros, cuadernos, papelería, entre otros productos) impulsado por la campaña escolar (+41.4%). Así como el incremento de (+57.0%) de productos diversos (equipos informáticos, juguetería, entre 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, enero 2022 y enero 2023

(Millones de Soles y Var.% interanual)

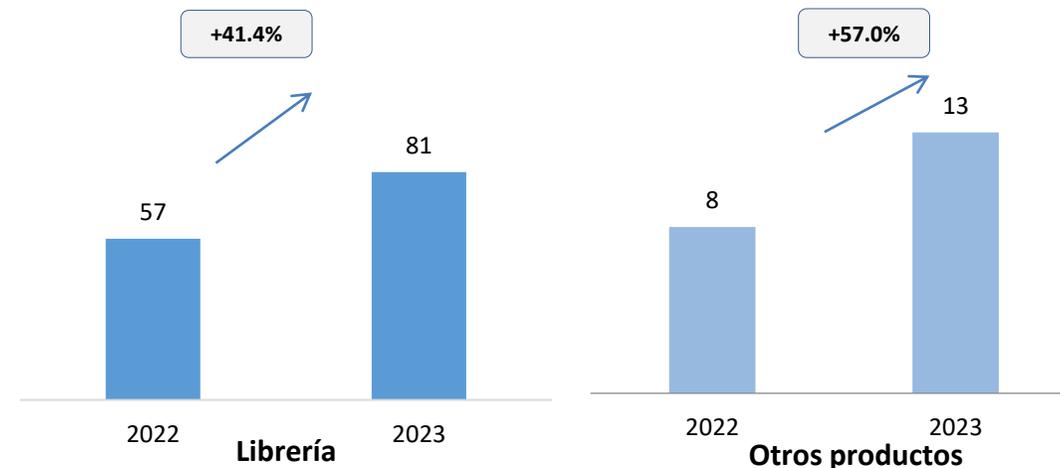
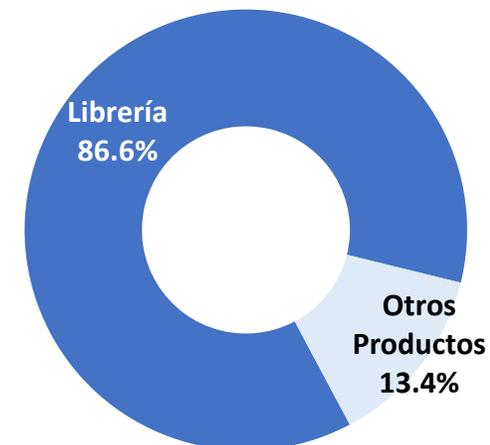


Gráfico N° 14

Participación de las ventas por líneas de producto, enero 2023

(Porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Tiendas: Número de tiendas **aumentó 4.7%** en enero de 2023



PERÚ

Ministerio de la Producción

Actividades

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

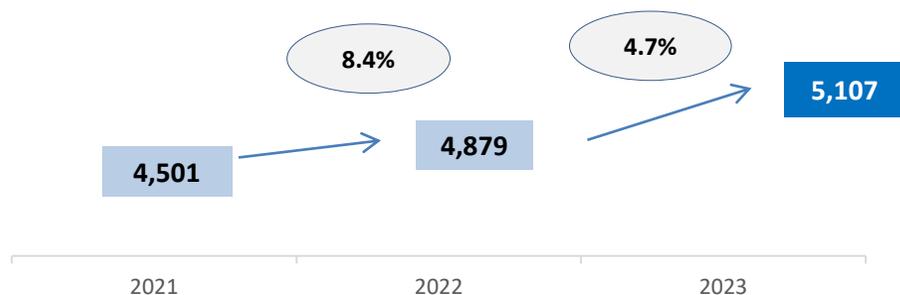
Supermercados e hipermercados	189
Tiendas por departamento	2
Ferreterías y acabados del hogar	5
Equipamiento del hogar	-22
Libros, periódicos y artículos de papelería	2
Farmacias y boticas	52

1/ En relación a similar mes del año anterior

Gráfico Nº 15

Evolución del número de tiendas del comercio interno: ene 2022 – ene 2023

(Cantidad y Variación %)

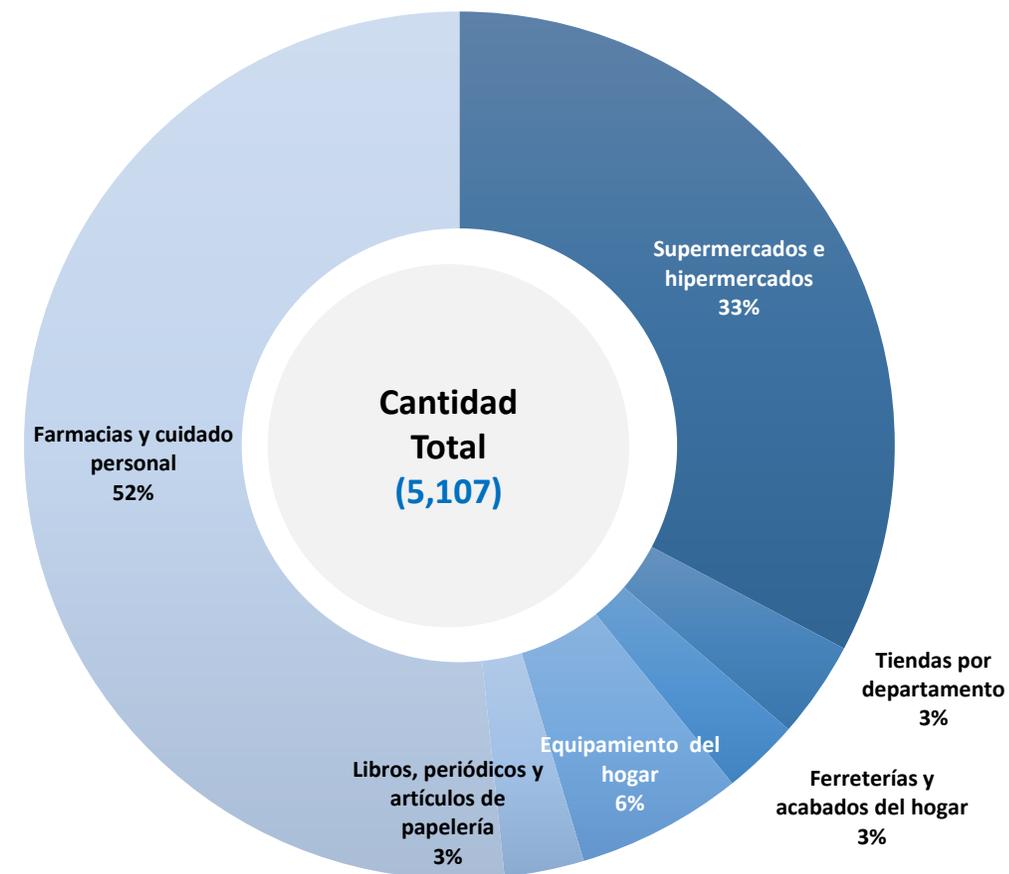


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 16

Participación del total de tiendas por actividad, enero 2023

(Porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Nivel de empleo **disminuyó en 11.8%** y asciende a **104 mil 136** puestos de trabajo



PERÚ

Ministerio de la Producción

Gráfico N° 17

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

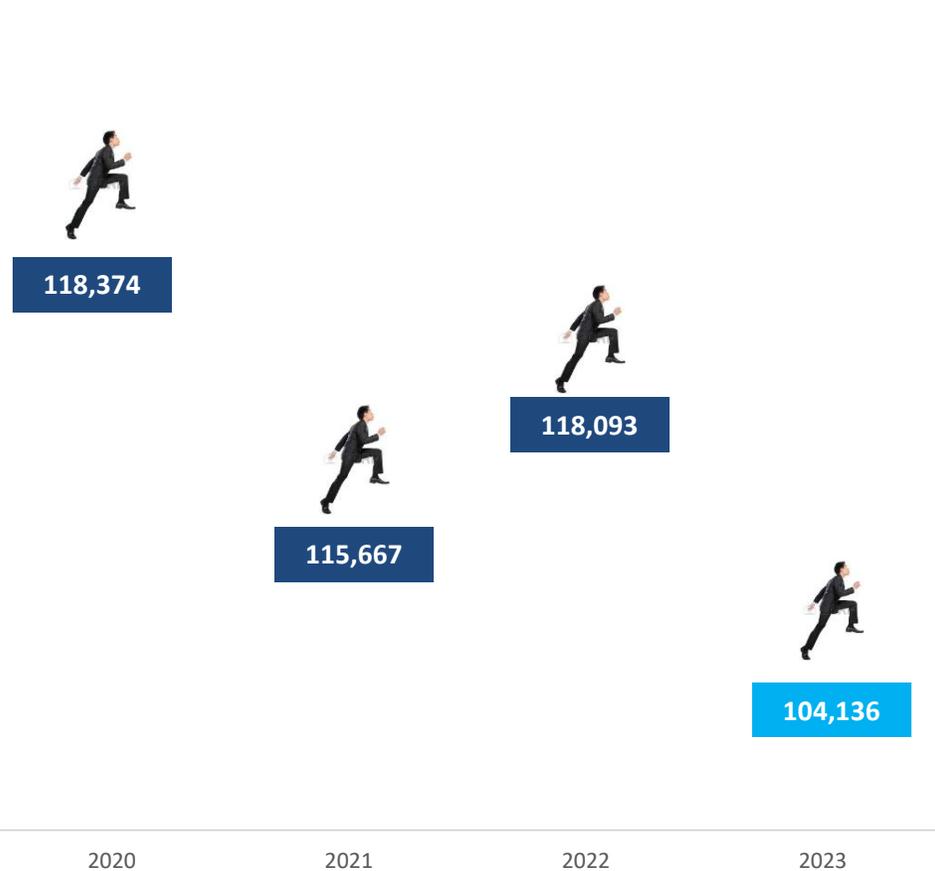
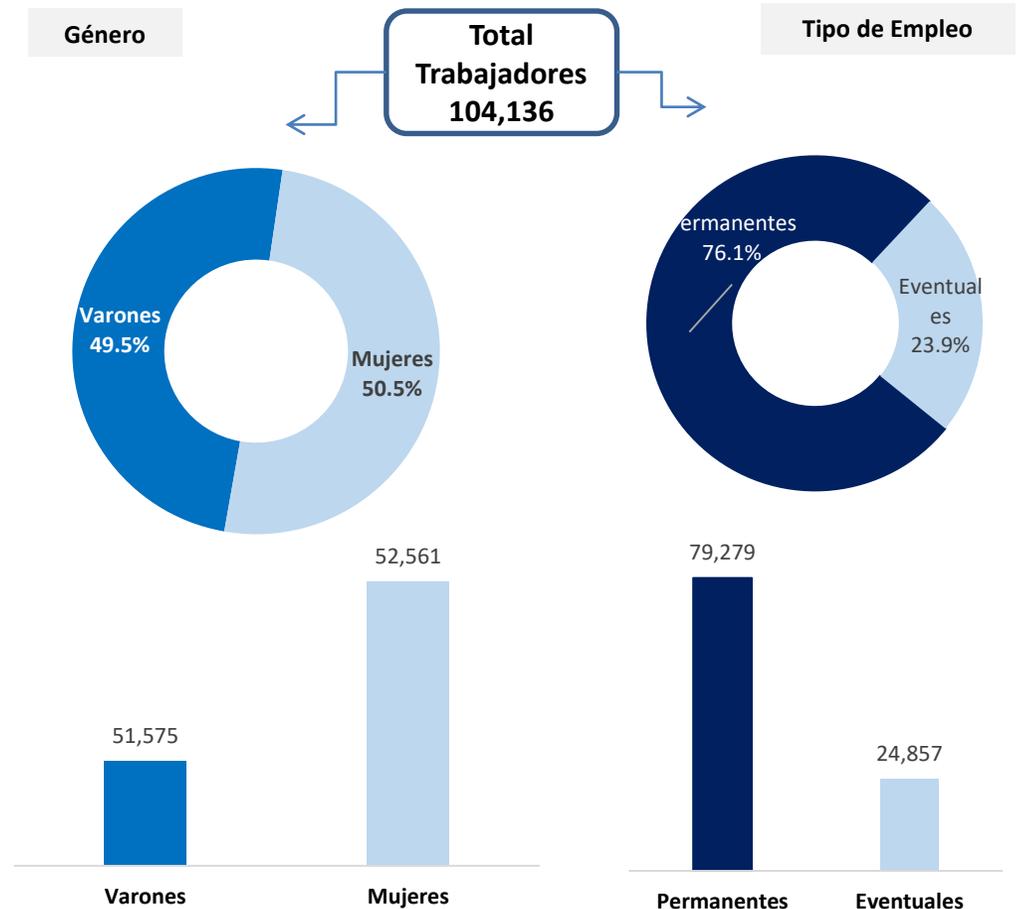


Gráfico N° 18

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



Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Elaboración: PRODUCE (OEE)