



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 2023

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

Lima, Abril 2023



PRODUCE
Ministerio de la Producción

□ [En febrero de 2023](#)

- ✓ Las ventas del comercio interno experimentaron un moderado crecimiento de 5.2% con respecto a febrero de 2022. Este resultado responde a un incremento en las ventas de productos de consumo masivo favorecida por la recuperación de la demanda interna en este mes (+1.7%), a pesar de haber sido atenuado por las bajas ventas registradas en la actividad de ferreterías ante la contracción del sector construcción.
- ✓ Por rubro, el resultado positivo registrado en febrero responde al aumento de las ventas en **Supermercados e hipermercados (+7.7%)**, **Tiendas por departamentos (+16.6%)**, **Libros, periódicos y artículos de papelería (+64.6%)** y **Farmacias y boticas (+2.8%)**. En contraste, este comportamiento fue atenuado parcialmente por la disminución de las ventas en la actividad de **Ferreterías y acabados (-13.0%)** y **Equipamiento del hogar (-2.4)**
 - **Supermercados e hipermercados (43.3% de las ventas internas)**: Las ventas de esta actividad **registraron un aumento de 7.7%** en febrero de 2022, asociado al aumento en la facturación de la líneas de alimentos (+19.6%), productos diversos (+3.3%) y bebidas y tabaco (+23.4%).
 - **Tiendas por departamento (14.8% de las ventas internas)**: Las ventas de esta actividad registraron un resultado positivo significativo **(+16.6%)** en febrero de 2022. Este resultado responde a la mayor demanda de prendas de vestir y calzado (+28.1%), muebles (+15.1%) y productos diversos (+40.4%).
 - **Libros, periódicos y artículos de papelería (4.0% de las ventas internas)**: Esta actividad registró un **importante incremento en +64.6%**. Principalmente por el aumento en la demanda de productos de papelería y artículos de oficina (+70.9%) y productos diversos (+21.1%).
 - **Farmacias y boticas (17.7% de las ventas internas)**: Las ventas de esta actividad **aumentaron ligeramente en +2.8%**, se explica por el incremento en las ventas de productos farmacéuticos y medicinales (+1.7%), y de productos de cuidado personal (+7.8%).
 - **Ferreterías y acabados (14.6% de las ventas internas)**: En este mes las ventas de esta actividad **disminuyeron en 13.0%**. A nivel de línea de producto, se aprecia una disminución en las ventas de muebles (-33.0%) y artículos de ferretería (-14.9%); ello debido a una menor demanda del sector construcción (reducción de las ejecuciones de obras públicas y privadas). En contraste, este resultado fue atenuado por el incremento en la demanda de artículos domésticos (+10.3%).
 - **Equipamiento del hogar (5.5% de las ventas internas)**: Esta actividad **registró una reducción de las ventas en 2.4%**. A nivel de línea de producto, se aprecia menores ventas de las líneas de muebles (-0.6%), artículos de uso doméstico (-1.6%) y productos diversos (-7.2%).

- **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

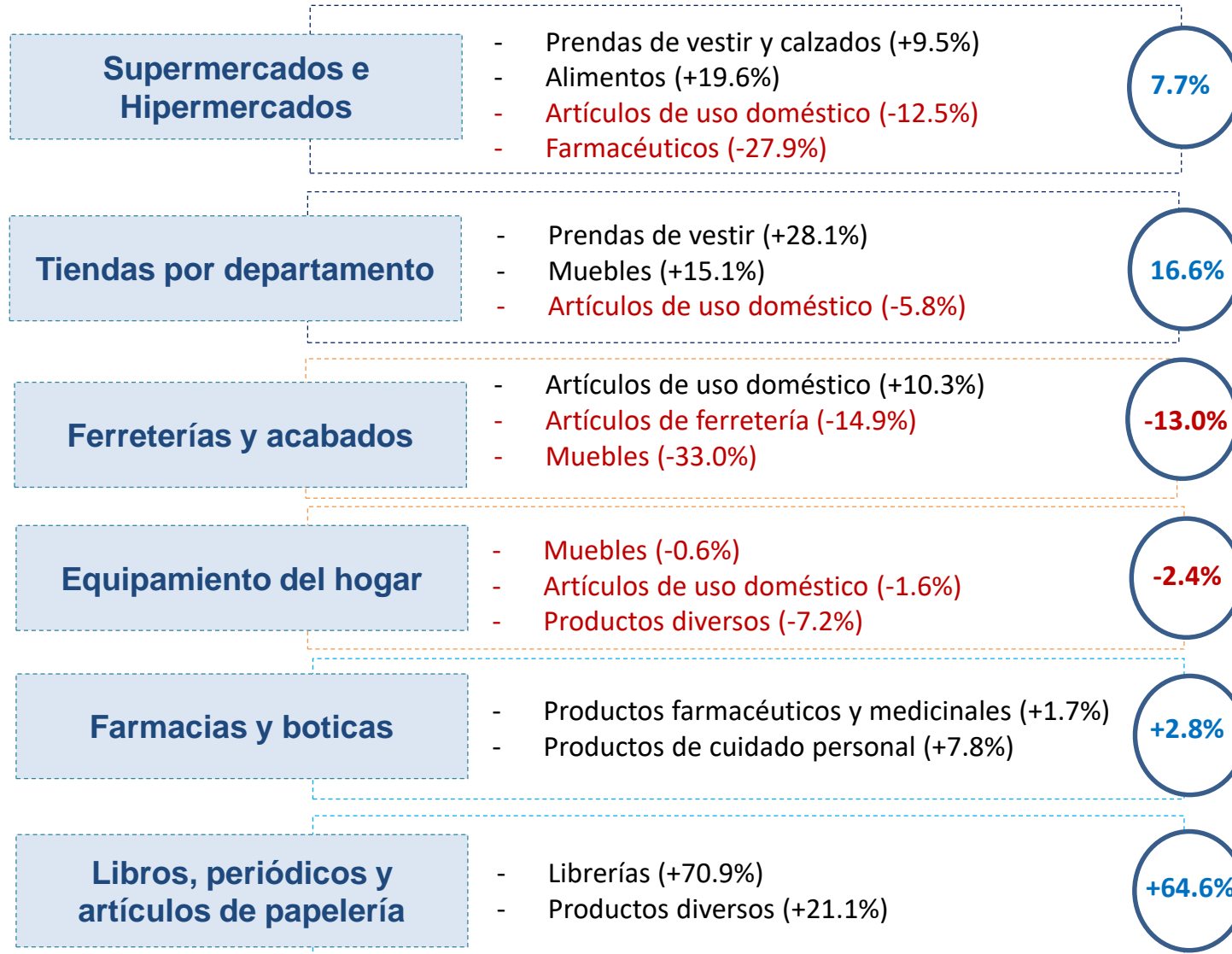


PERÚ

Ministerio
de la Producción

Febrero 2023

(Variación porcentual interanual)



Las ventas de comercio interno experimentaron un aumento en sus ventas. Ello impulsado por la mayor facturación en las ventas de productos de consumo, favorecido por la campañas del día de la amistad que permitieron organizar sus compras a los hogares días previos al evento.

Entre las actividades que reportaron un comportamiento positivo en febrero 2023 tenemos a: Supermercados e hipermercados (+7.7%), Tiendas por departamento (+16.6%), y Libros, periódicos y artículos de papelería (+64.4%), Farmacias y boticas (+2.8%).

En contraste, atenuó parcialmente este crecimiento la disminución de las ventas de la actividad Ferreterías y acabados (-13.0%) y Equipamiento del hogar (-2.4%), debido a la bajas inversiones ejecutadas en el sector construcción.

En febrero de 2023 las ventas de comercio interno **aumentaron en 5.2%**



PERÚ

Ministerio de la Producción

En febrero de 2023, las ventas del comercio interno registraron un incremento de **+5.2%**. Este resultado se explica por el aumento en las ventas de los Supermercados (+7.7%), Tiendas por departamento (+16.6%), Libros, periódicos y artículos de papelería (+64.6%) y Farmacias y boticas (+2.8%). En contraste, este desempeño fue atenuado por la disminución en las ventas de Ferreterías y acabados (-13.0%) y Equipamiento del hogar (-2.4%).

Gráfico N° 1

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

(Millones de soles a precios corrientes)

CIU (a)	Actividad	Feb-22	Feb-23	Var % Feb (23/22)
	Total	3,583	3,769	5.2
4711	Supermercados e hipermercados	1,517	1,633	7.7 ▲
4719	Tiendas por departamentos ^{1/}	478	558	16.6 ▲
4752	Ferreterías y acabados	631	549	-13.0 ▼
4759	Equipamiento del hogar	214	209	-2.4 ▼
4772	Farmacias y boticas	650	668	2.8 ▲
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	92	151	64.6 ▲

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

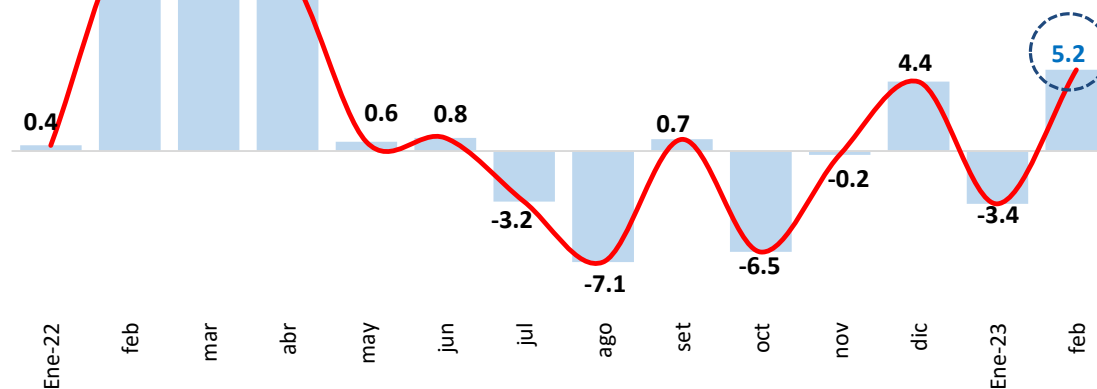
^{1/} Las ventas internas corresponden al comercio interno de (Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas) y representan aprox. el 98.5% del total; se excluye las ventas al por menor de combustibles de la actividad CIU 4730.

^{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 se incrementaron en 7.7%



PERÚ

Ministerio de la Producción

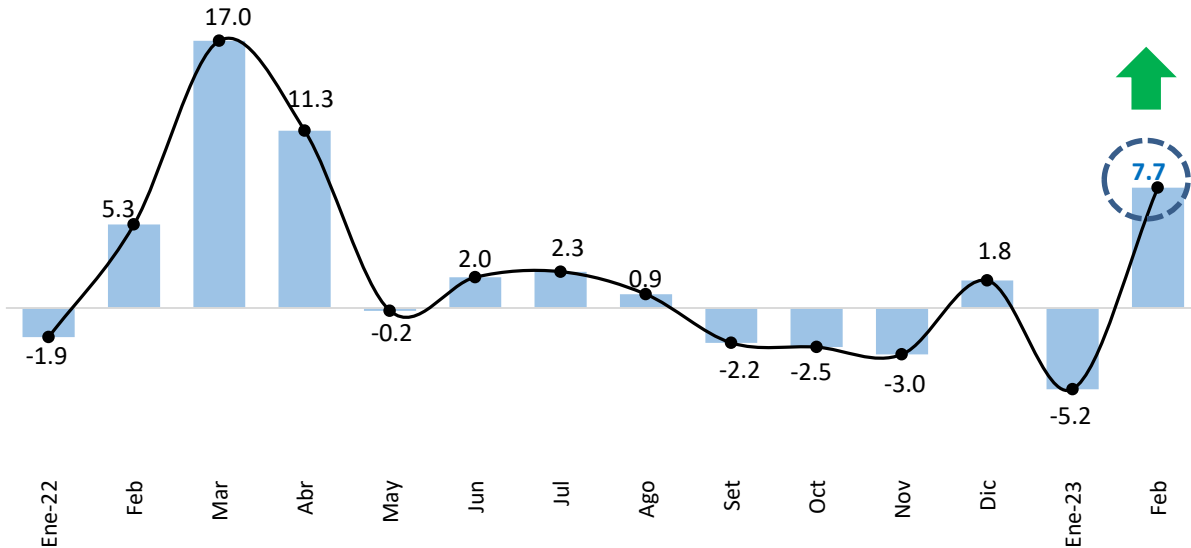
Las ventas en los **supermercados e hipermercados** alcanzaron un resultado positivo **interanual de 7.7%** en febrero de 2023, explicado por las mayores ventas de productos como alimentos (+19.6%), bebidas y tabaco (+23.4%) prendas de vestir (+9.5%) y productos diversos (+3.3%).

En contraste, este desempeño positivo fue atenuado parcialmente por una disminución en las ventas de artículos de uso doméstico (-12.5%), y farmacéuticos y cosméticos (-27.9%).

Gráfico Nº 3

Evolución de las ventas de supermercados e hipermercados

(Variación porcentual interanual)

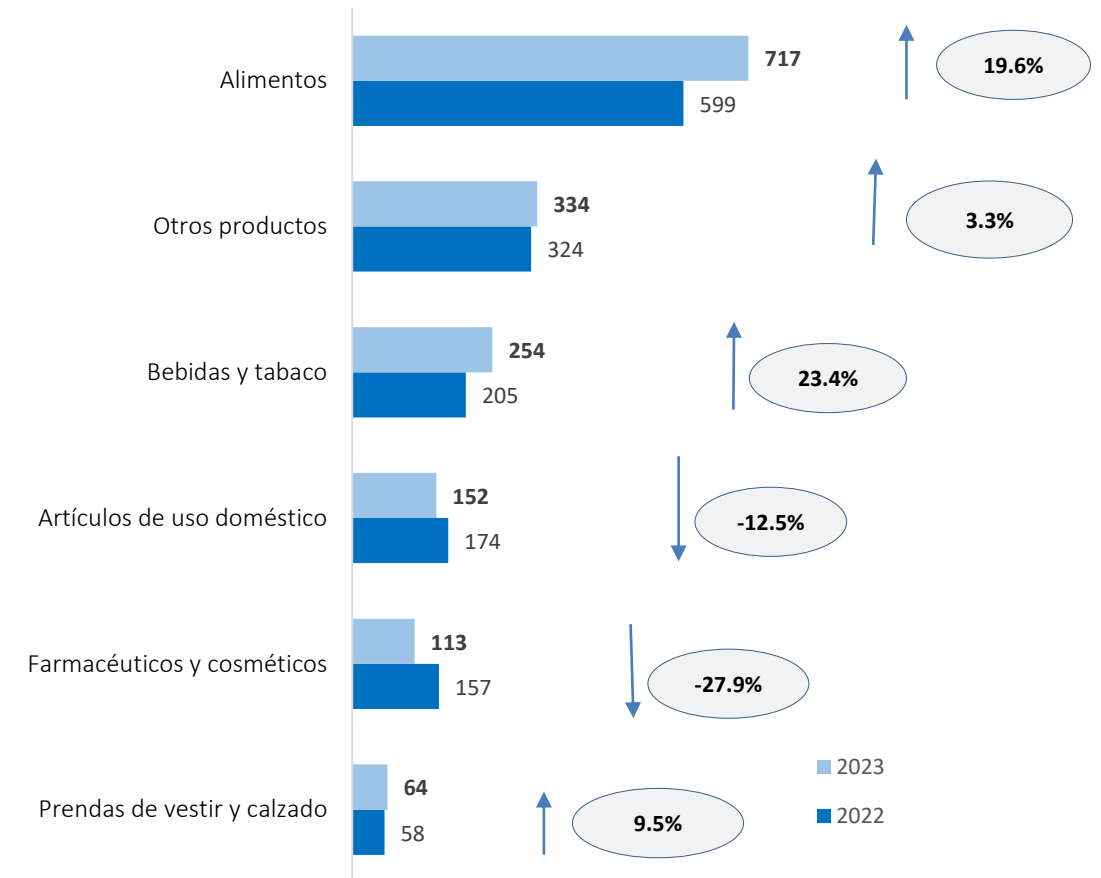


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 4

Ventas por líneas de productos, Febrero 2022 y Febrero 2023

(Millones de soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Ventas de tiendas por departamento **aumentaron en 16.6%**

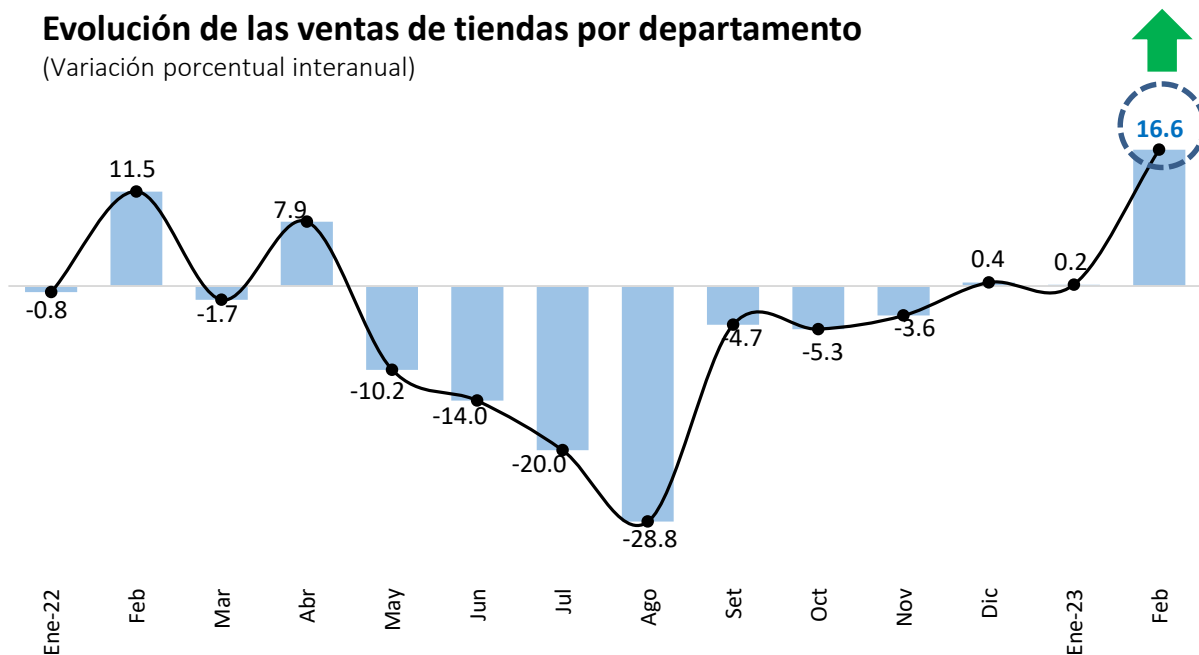
En febrero de 2023, las ventas en **tiendas por departamento** reportaron un importante incremento de **+16.6% interanual**, resultado que fue favorecido por las mayores ventas de productos de cuidado personal y cosméticos (+44.7%), productos diversos (+40.4%), muebles (+15.1%) y prendas de vestir y calzado (+28.1%) .

Por otro lado, este incremento fue atenuado parcialmente por la disminución en las ventas de artículos de uso doméstico (-5.8%).

Gráfico Nº 3

Evolución de las ventas de tiendas por departamento

(Variación porcentual interanual)

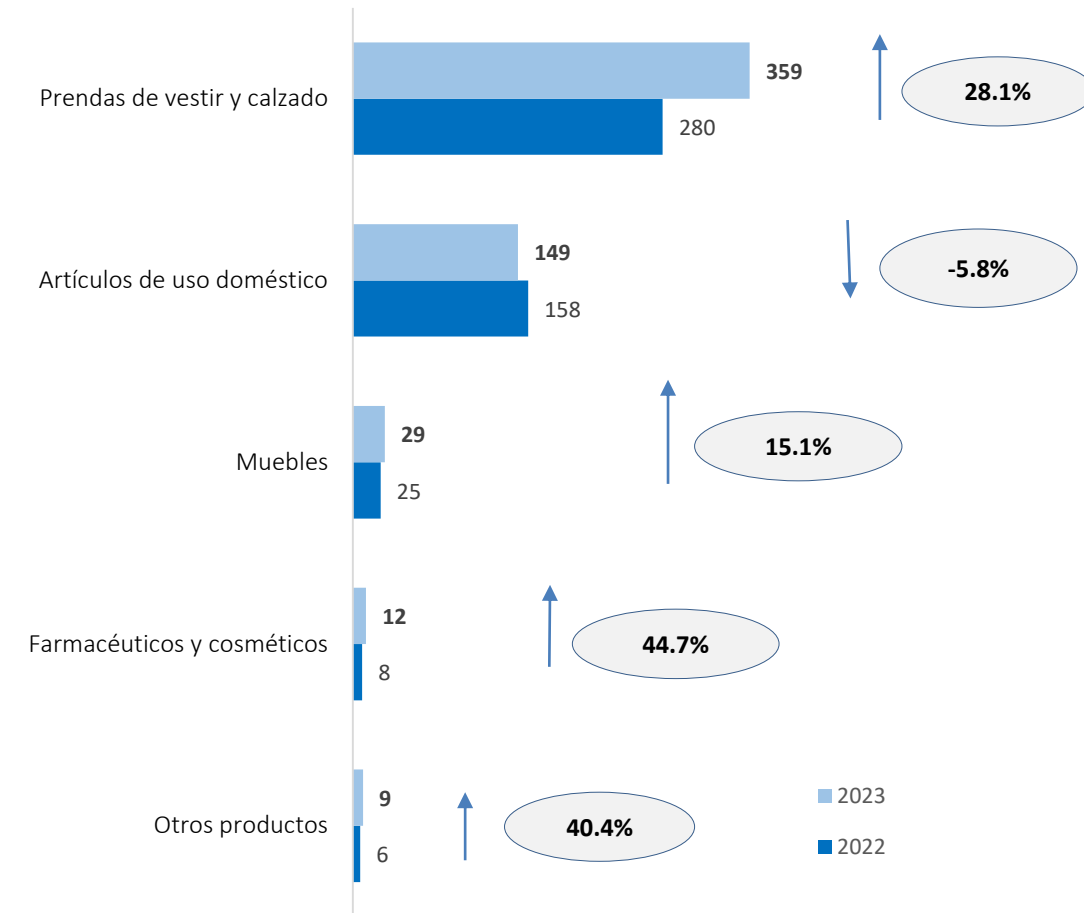


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 4

Ventas por líneas de productos, Febrero 2022 y Febrero 2023

(Millones de soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Ferreterías y acabados **disminuyeron sus ventas en 13.0%**

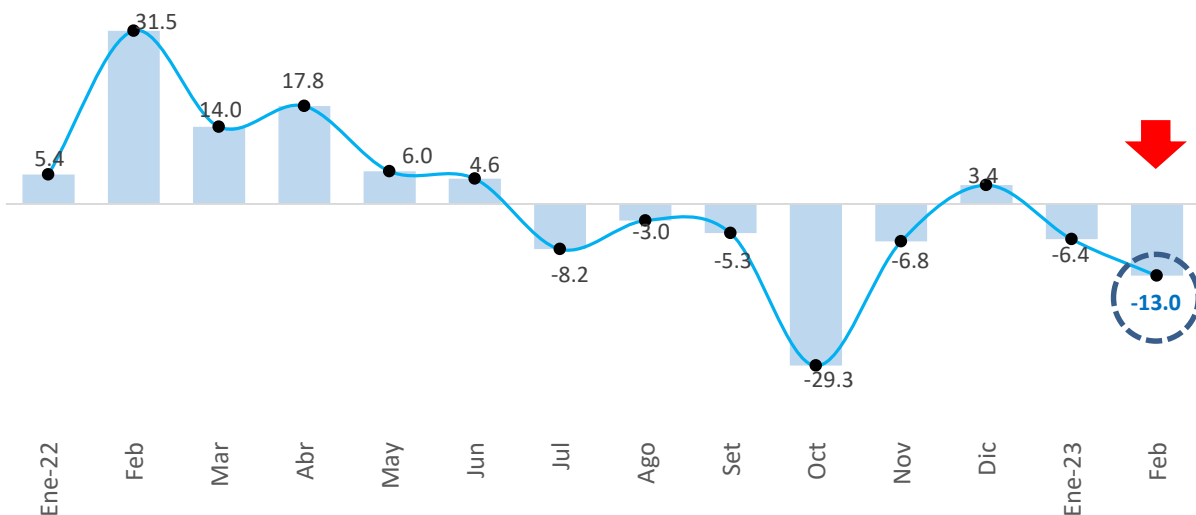
En febrero de 2023, las ventas de productos de la actividad de **ferreterías y acabados** disminuyeron **en 13.0%**, con relación al mismo mes del año 2022. Este resultado se debe a un menor dinamismo de la ejecución de los proyectos públicos y privados, y las obras de autoconstrucción del rubro construcción, que incidieron en la disminución de las ventas de muebles (-33.0%) y artículos de ferretería (-14.9%).

En contraste, esta disminución fue atenuada por el incremento en las ventas de la línea de artículos de uso doméstico (+10.3%).

Gráfico N° 5

Evolución de las ventas de ferreterías y acabados

(Variación porcentual interanual)

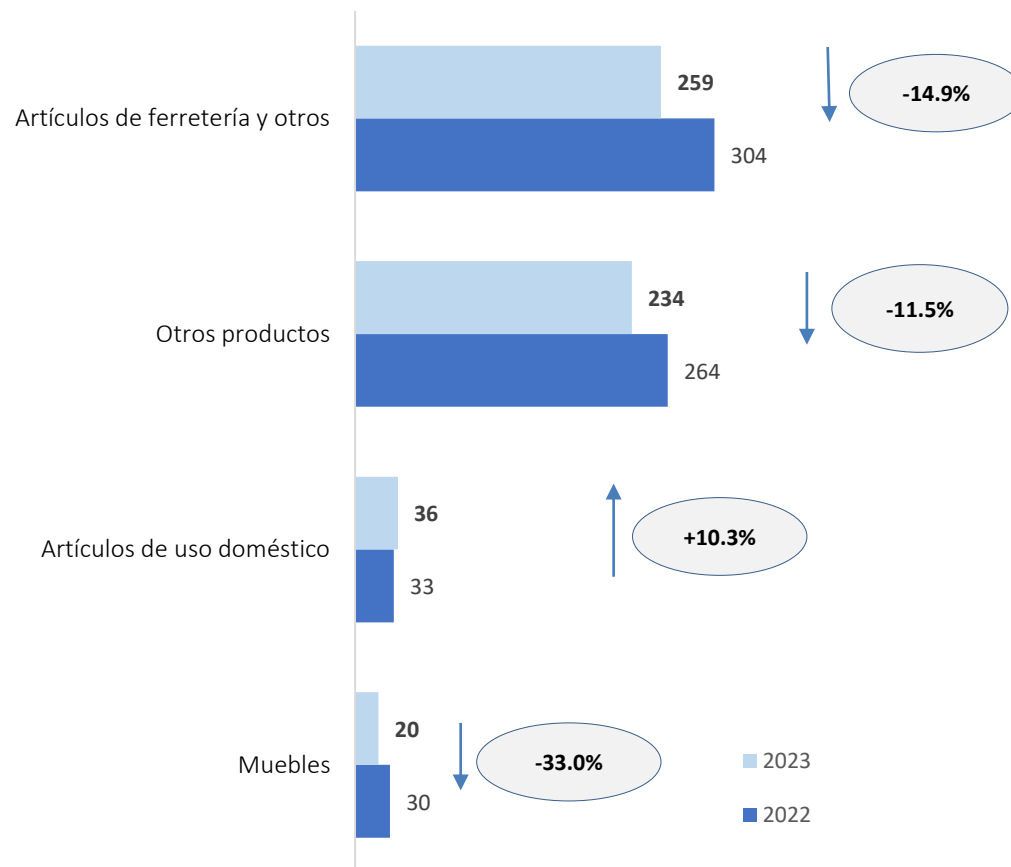


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico N° 6

Ventas por líneas de productos, Febrero 2022 y Febrero 2023

(Millones de Soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Equipamiento del hogar **disminuyeron sus ventas en 2.4%**

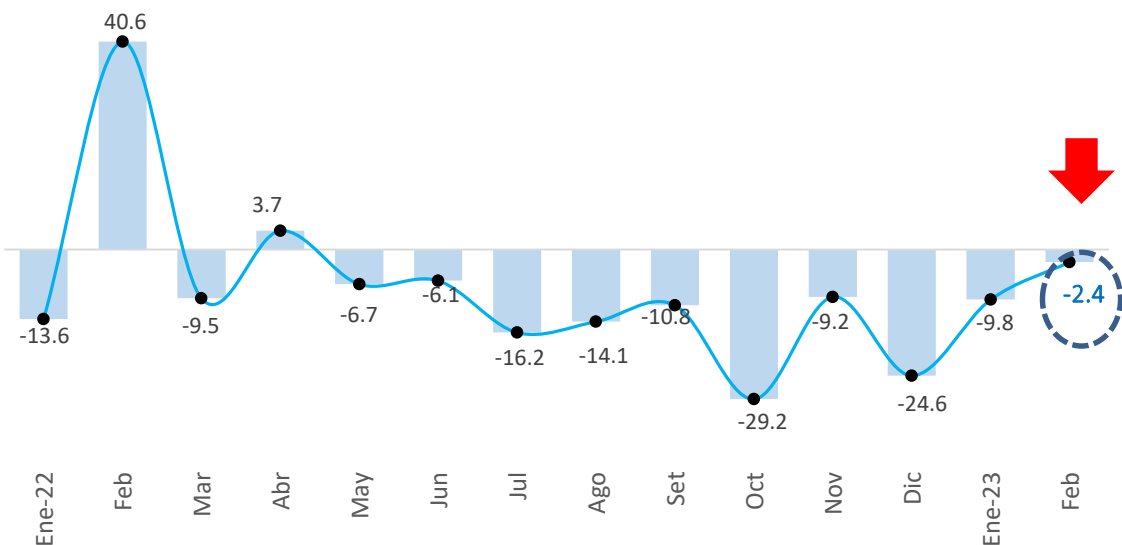


En febrero de 2023, las ventas de productos de la actividad de **equipamiento del hogar** disminuyeron ligeramente en **2.4%**, con respecto a similar mes del año 2022. Este resultado responde a la menor demanda de muebles (-0.6%), artículos de uso doméstico (-1.6%) y otros productos (-7.2%), afectado por una reducción de la demanda de los hogares ante la priorización de los productos de mayor consumo masivo debido al alza de los precios.

Gráfico N° 7

Evolución de las ventas de equipamiento del hogar

(Variación porcentual interanual)

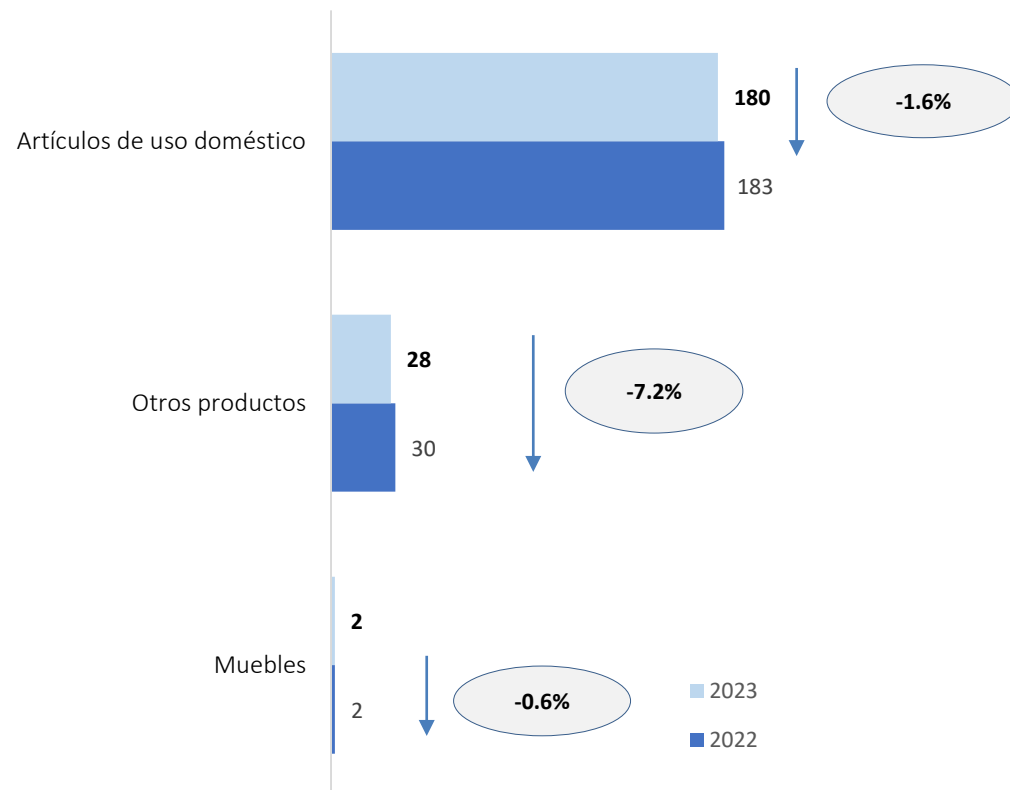


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico N° 8

Ventas por líneas de productos, Febrero 2022 y Febrero 2023

(Millones de Soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Ventas de farmacias y boticas aumentaron en 2.8%



PERÚ

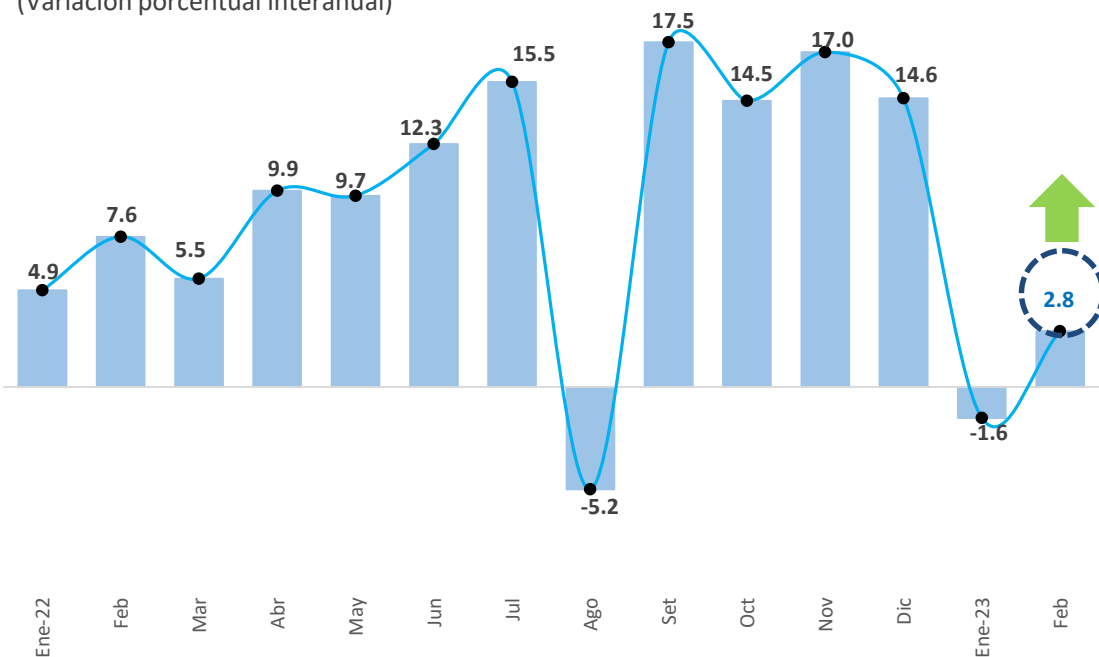
Ministerio de la Producción

En febrero de 2023, las ventas de **farmacias y boticas** se incrementaron en **2.8%**, con respecto a igual mes del año previo. Dicho comportamiento se explica por un mayor consumo en los productos farmacéuticos y medicinales (+1.7%), asimismo, aumentaron las ventas de productos de cuidado personal (+7.8%). Este último favorecido por el evento del día de la amistad.

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, Febrero 2022 y Febrero 2023

(Millones de Soles y Var.% interanual)

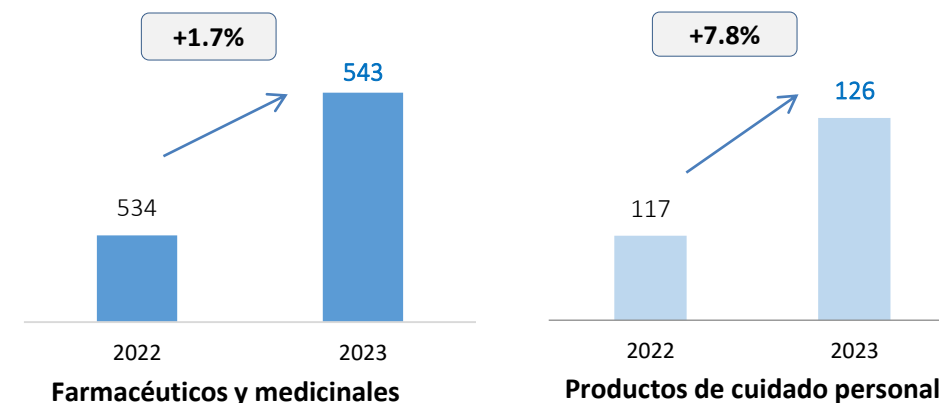
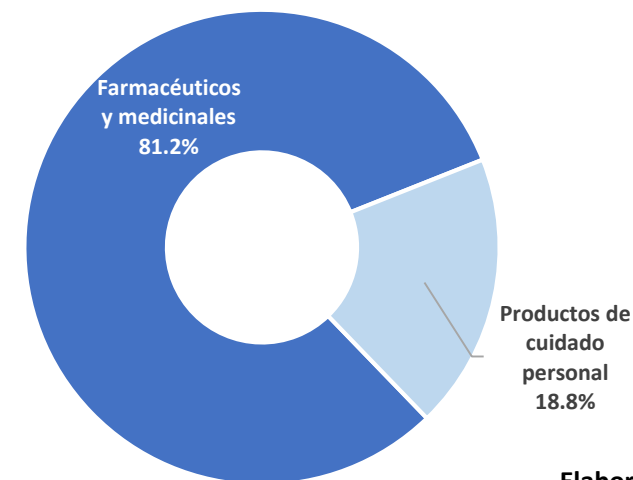


Gráfico Nº 11

Participación de las ventas por líneas de productos, Febrero 2023

(Porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

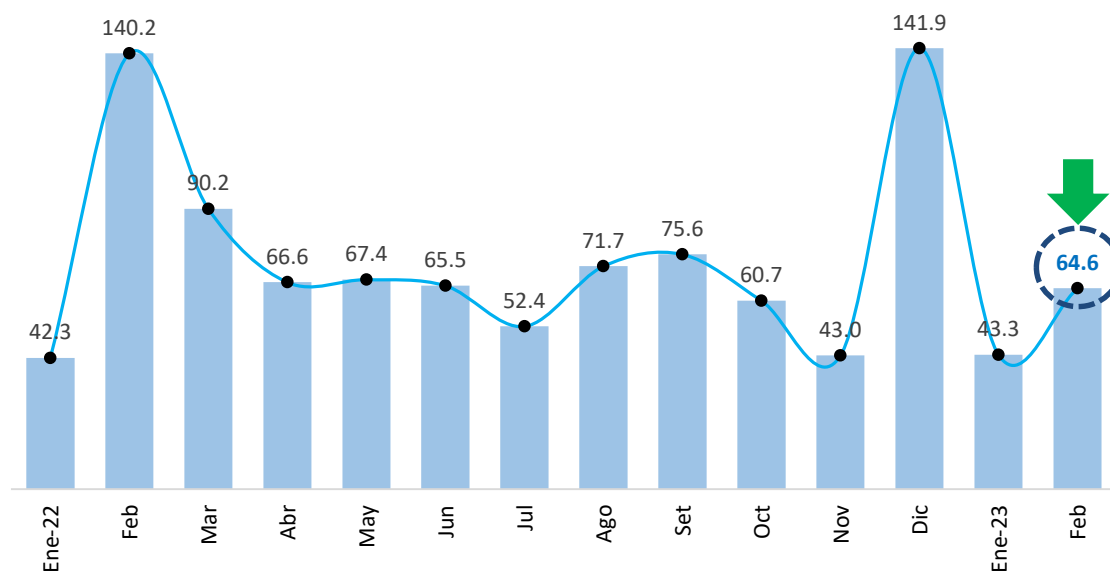
Ventas de libros, periódicos y artículos de papelería aumentaron en 64.6%

Las ventas de la actividad de **libros, periódicos y artículos de papelería**, en febrero de 2023, reportaron un **importante resultado positivo en (+64.6%)**. Este resultado se explica por el inicio de la campaña escolar, ante la normalización de las clases presenciales que incidió en una mayor demanda de productos de librerías (libros, cuadernos, papelería, entre otros productos) en (+70.9%). Asimismo, se aprecia un incremento de productos diversos (equipos informáticos, juguetería, entre otros accesorios) en (+21.1%).

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, Febrero 2022 y Febrero 2023

(Millones de Soles y Var.% interanual)

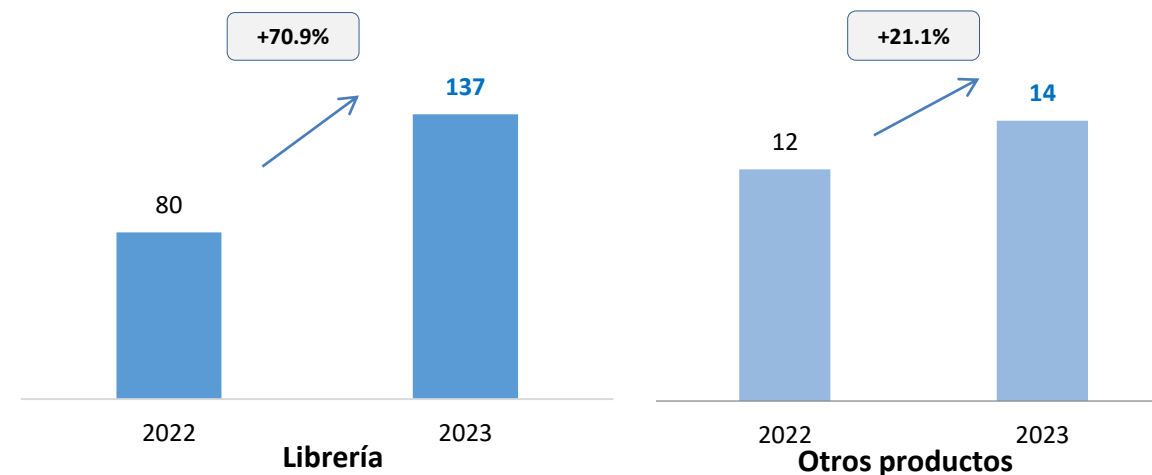
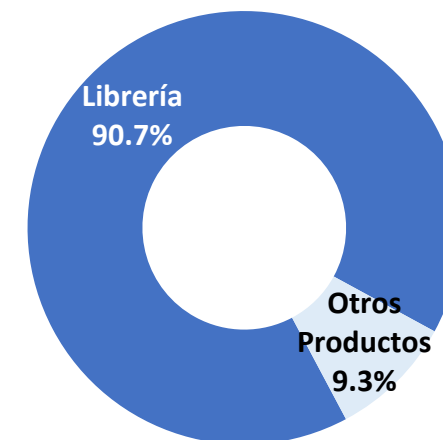


Gráfico N° 14

Participación de las ventas por líneas de producto, Febrero 2023

(Porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Tiendas: Número de tiendas **aumentó 10.1%** en febrero de 2023



PERÚ

Ministerio de la Producción

Actividades

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

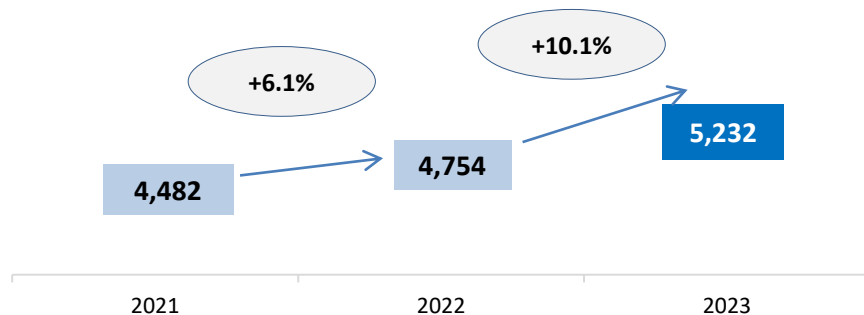
Supermercados e hipermercados	336
Tiendas por departamento	40
Ferreterías y acabados del hogar	4
Equipamiento del hogar	-2
Libros, periódicos y artículos de papelería	-1
Farmacias y boticas	101

1/ En relación a similar mes del año anterior

Gráfico Nº 15

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

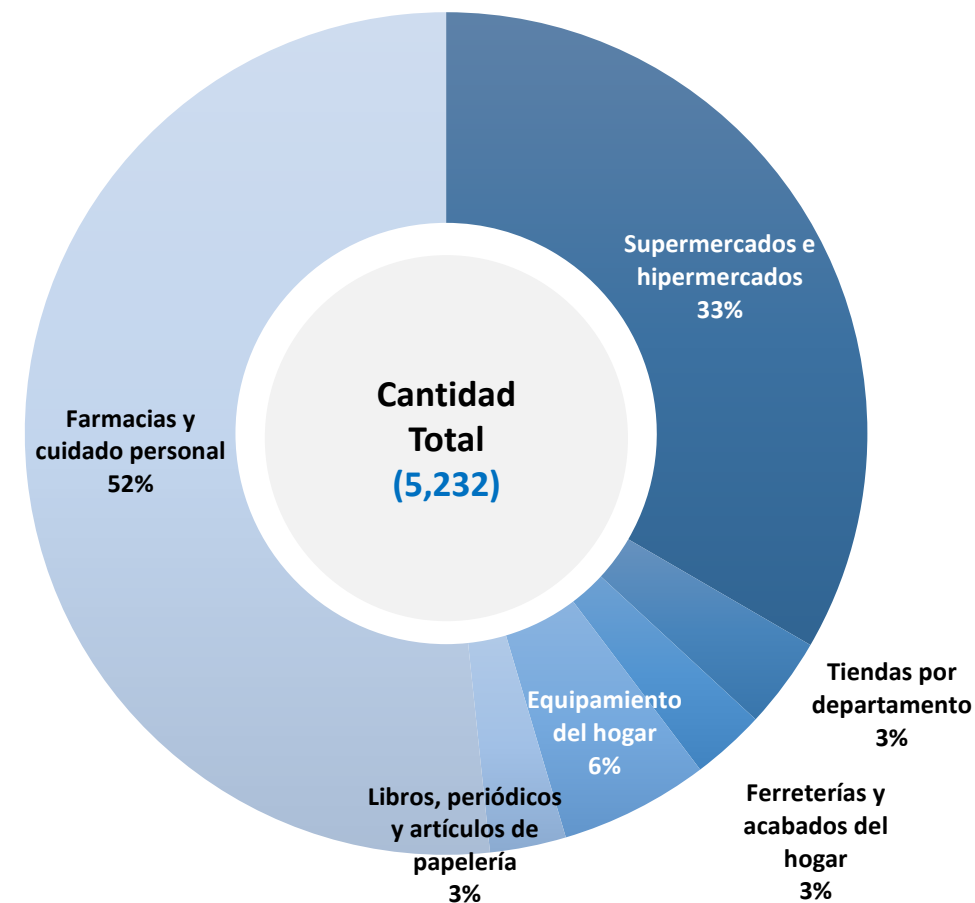
(Cantidad y Variación %)



Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 16

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



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Nivel de empleo **disminuyó en -0.02%** y registra **113 mil 772** puestos de trabajo



PERÚ

Ministerio de la Producción

Gráfico N° 17

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

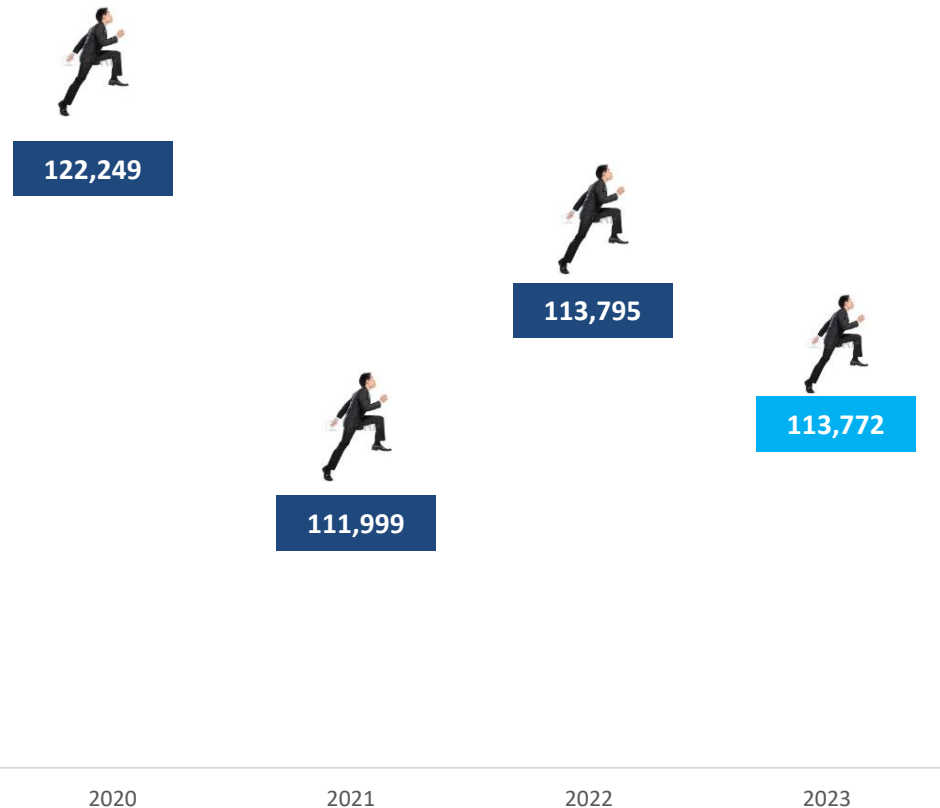
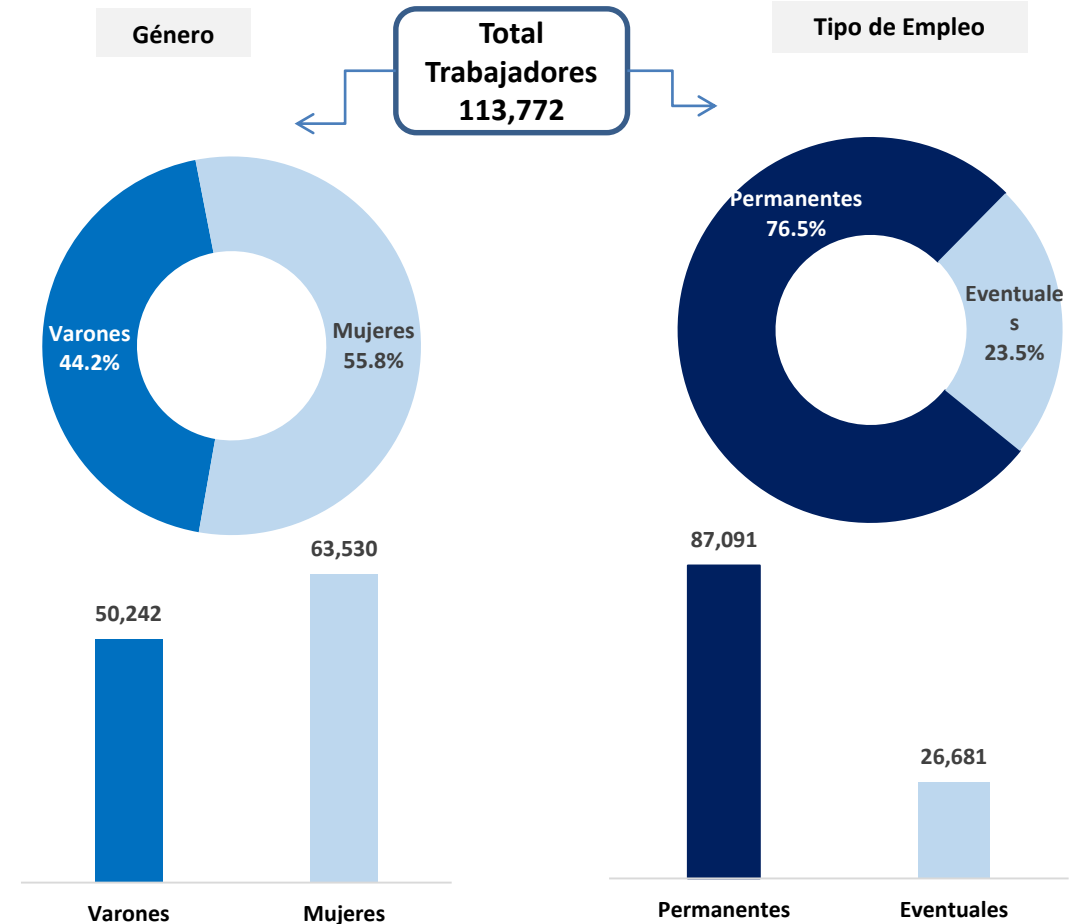


Gráfico N° 18

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



Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Elaboración: PRODUCE (OEE)

Tabla Nº 1

Comercio Interno por actividades, 2021-2023

(Variación porcentual interanual)

Actividad	Var. % Interanual				Var.% Acum.			
	Feb 21/20	Feb 22/21	Feb 23/19	Feb 23/22	Ene – Feb (21/20)	Ene – Feb (22/21)	Ene – Feb (23/19)	Ene – Feb (23/22)
Total Comercio Interno	-4.2	14.0	20.8	5.2	8.5	6.4	18.1	0.7
Supermercados e Hipermercados	1.2	5.3	26.7	7.7	12.3	1.4	24.0	0.9
Tiendas por departamento	-13.4	11.5	17.0	16.6	1.7	4.5	15.4	7.7
Ferreterías y acabados del hogar	1.9	31.5	21.5	-13.0	11.5	16.9	21.7	-9.7
Equipamiento del hogar	-25.9	40.6	10.5	-2.4	-3.2	6.4	4.0	-6.2
Libros, periódicos y artículos de papelería	-66.8	140.2	34.1	64.6	-57.1	86.8	24.8	55.8
Farmacias y boticas	5.8	7.6	11.5	2.8	18.4	6.2	8.6	0.5

Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Elaboración: PRODUCE (OEE)

- ✓ En el acumulado de enero a febrero de 2023, las ventas del comercio interno registra un ligero avance de +0.7% con relación al mismo periodo del 2022. Este resultado positivo se debe a una ligera recuperación de la demanda interna en febrero 2023 (+1.6%).
- ✓ Entre las actividades que más crecieron e incidieron en el resultado positivo del sector a febrero 2023 tenemos a: Libros, periódicos y artículos de papelería (+55.8%) Tiendas por departamento (7.7%), Supermercados e hipermercados (+0.9%) y Farmacias y boticas (+0.5%).
- ✓ En contraste, este comportamiento fue atenuado por la disminución de las ventas de Equipamiento del hogar (-6.2%) y Ferreterías y acabados del hogar (-9.7%), ello debido a una reducción en la demanda del Sector Construcción.
- ✓ La actividad de libros, periódicos y artículos de papelería destaca su crecimiento entre enero y febrero de 2023 favorecido por el retorno de las clases presenciales y las campañas de la feria del libro.