



PERÚ

Ministerio
de la Producción

PRODUCE
produce.gob.pe



Reporte Coyuntural

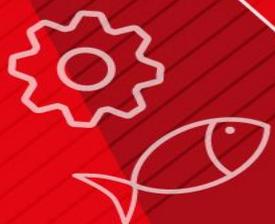
Comercio Interno

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

Julio 2023

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

Lima, Setiembre 2023



PRODUCE
Ministerio de la Producción

□ [En Julio de 2023](#)

- ✓ Las ventas del comercio interno registraron una disminución de 4.3% en comparación con julio de 2022. Este resultado se explica principalmente por las menores ventas de las actividades de tiendas por departamento, equipamiento del hogar y ferreterías, debido a la contracción de la demanda interna (-3.6%), un sector construcción que aún no se recupera (-8.8%) y por las desfavorables condiciones climáticas.
- ✓ Al analizar los rubros, se aprecia una marcada disminución en las ventas de las **tiendas por departamento (-12.4%)**, así como en las actividades de **ferreterías y acabados (-16.1%)**, **equipamiento del hogar (-12.3%)**, y en menor medida, de las ventas en **farmacias y boticas (-4.0%)** y **libros, periódicos y artículos de papelería (-3.1%)**. En contraste, dicho comportamiento fue atenuado por el incremento en las ventas de los **Supermercados e hipermercados (+4.4%)**.
- ✓ A continuación, se presentan a detalle el desempeño de cada rubro:
 - **Tiendas por departamento** (18.4% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad **disminuyeron en 12.4%** debido a la baja demanda de muebles (-23.6%), artículos de uso doméstico (-19.9%) y prendas de vestir y calzado (-9.0%). Este último afectado por los factores climáticos adversos.
 - **Ferreterías y acabados** (11.9% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad experimentaron una **disminución en 16.1%**. En cuanto a las líneas de productos, se observó una reducción en las ventas de artículos de ferretería (-10.9%), productos diversos (-16.0%), muebles (-35.0%) y artículos domésticos (-41.7%). Ello estaría asociado a la baja ejecución de obras privadas y públicas.
 - **Equipamiento del hogar** (5.1% de las ventas internas): Esta actividad **registró una reducción del 12.3% en las ventas**. A nivel de líneas de productos, se observaron menores ventas de artículos de uso doméstico (-12.1%) y productos diversos (-12.8%).
 - **Libros, periódicos y artículos de papelería** (1.6% de las ventas internas): Esta actividad registró una **disminución de 3.1%**, ello debido a la disminución en la demanda de productos de papelería y artículos de oficina (-2.7%), aunque fue atenuado por el aumento de productos diversos (+1.7%).
 - **Farmacias y boticas** (17.8% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad **disminuyeron en 4.0%** por las menores las ventas de productos de farmacéuticos y medicinales (-6.5%), a pesar de haber sido atenuado por el aumento en productos cuidado personal (+5.1%).
 - **Supermercados e hipermercados** (45.3% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad anotaron un **aumento del 4.4%**. Este crecimiento se atribuye al incremento en la demanda de alimentos (+9.0%), productos farmacéuticos y cosméticos (+10.9%), y bebidas y tabaco (+18.9%).

- **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

Julio 2023

(Variación porcentual interanual)



En julio de 2023, 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 construcción**.

Las actividades que registraron un desempeño negativo en el comercio interno durante julio de 2023 fueron: **Tiendas por departamento (-12.4%)**, **Equipamiento del hogar (-12.3%)** y **Ferreterías y acabados (-16.1%)**, así como en **Farmacias y boticas (-4.0%)** y en **Libros, periódicos y artículos de papelería (-3.1%)**. Estas disminuciones estarían relacionadas con una menor demanda de productos de acabados para el hogar y la menor actividad del sector construcción. Aunado a ello, los factores climáticos adversos generados por El Niño Costero.

A pesar de este comportamiento negativo, se registró un aumento de las ventas en **Supermercados e hipermercados (+4.4%)**.

Las ventas de comercio interno disminuyeron en -4.3%



PERÚ

Ministerio de la Producción

En julio de 2023, las ventas del comercio interno registraron una caída de -4.3%, a razón de las menores ventas registradas en las Tiendas por departamento (-12.4%), Ferreterías y acabados (-16.1%), Equipamiento del hogar (-12.3%), Libros, periódicos y artículos de papelería (-3.1%) y Farmacias y boticas (-4.0%). Sin embargo, este resultado fue atenuada parcialmente por el aumento en las ventas de los Supermercados e hipermercados (+4.4%).

Gráfico Nº 1

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

(Millones de soles a precios corrientes)

CIU (a)	Actividad	Jul-22	Jul-23	Var % Jul (23/22)
	Total	4,323	4,137	-4.3
4711	Supermercados e hipermercados	1 793.8	1 873.0	4.4 ▲
4719	Tiendas por departamentos ^{1/}	867.4	759.9	-12.4 ▼
4752	Ferreterías y acabados	584.8	490.5	-16.1 ▼
4759	Equipamiento del hogar	239.7	210.2	-12.3 ▼
4772	Farmacias y boticas	769.0	737.9	-4.0 ▼
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	68.0	65.9	-3.1 ▼

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

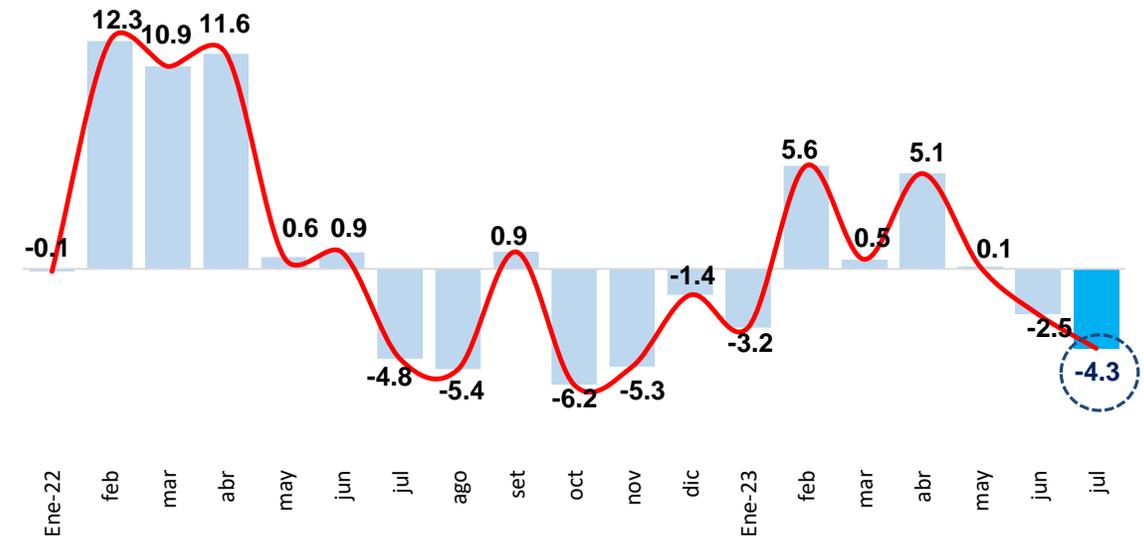
^{1/} Las ventas internas corresponden al comercio interno de (Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas) y representan aprox. el 98.5% del total; se excluye las ventas al por menor de combustibles de la actividad CIU 4730.

^{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)



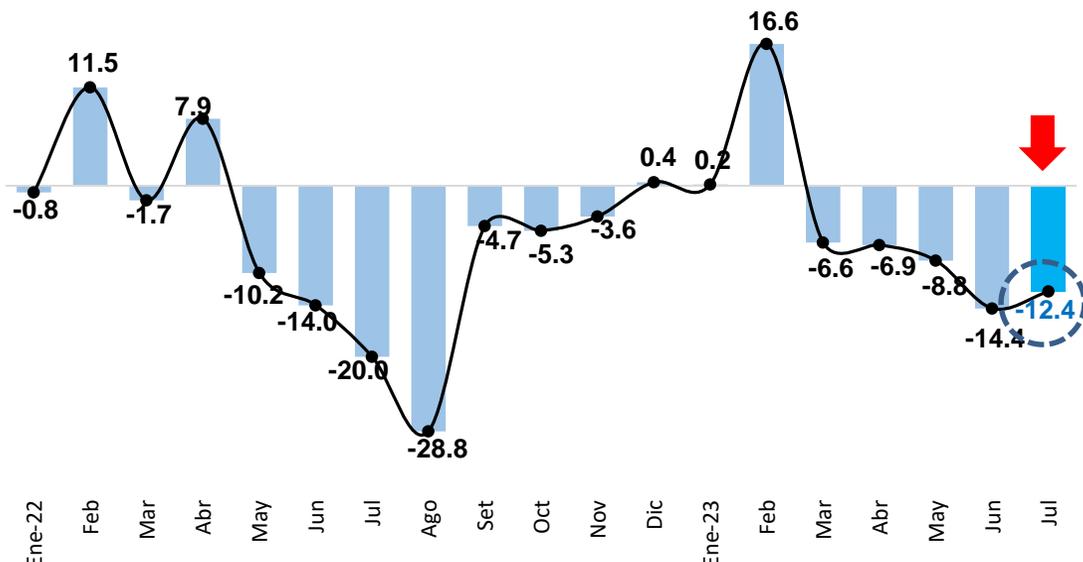
Ventas de tiendas por departamento disminuyeron en -12.4%

- En julio de 2023, las ventas en las **tiendas por departamento** disminuyeron en **12.4% interanual**. Este resultado es explicado por las menores ventas de muebles (-23.6%), artículos de uso doméstico (-19.9%), prendas de vestir y calzado (-9.0%); influenciados por la contracción de la demanda interna (-3.6%) y los factores climáticos adversos.
- No obstante, este desempeño negativo fue atenuado por el incremento en las ventas de productos farmacéuticos y cosméticos (+26.3%) y productos diversos (+4.2%).

Gráfico Nº 3

Evolución de las ventas de tiendas por departamento

(Variación porcentual interanual)

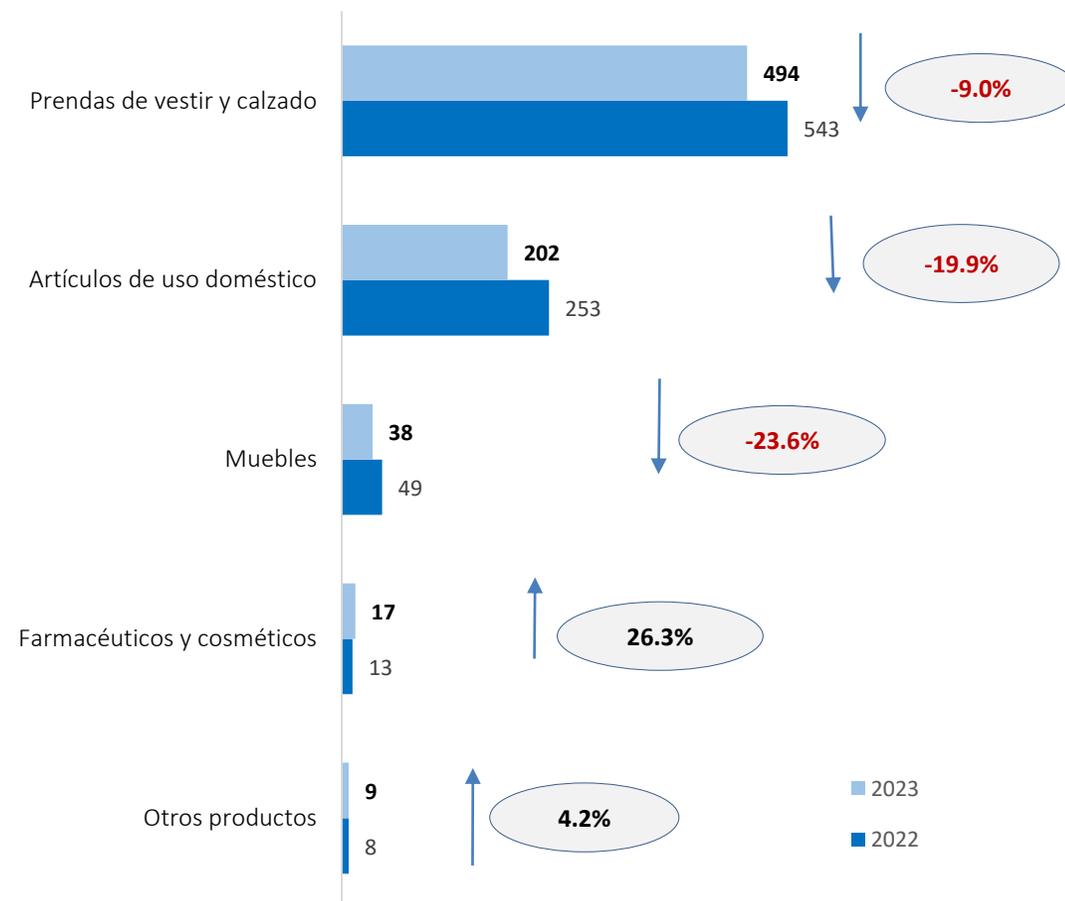


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 4

Ventas por líneas de productos, julio 2022 y julio 2023

(Millones de soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Ferreterías y acabados disminuyeron sus ventas en -16.1%



PERÚ

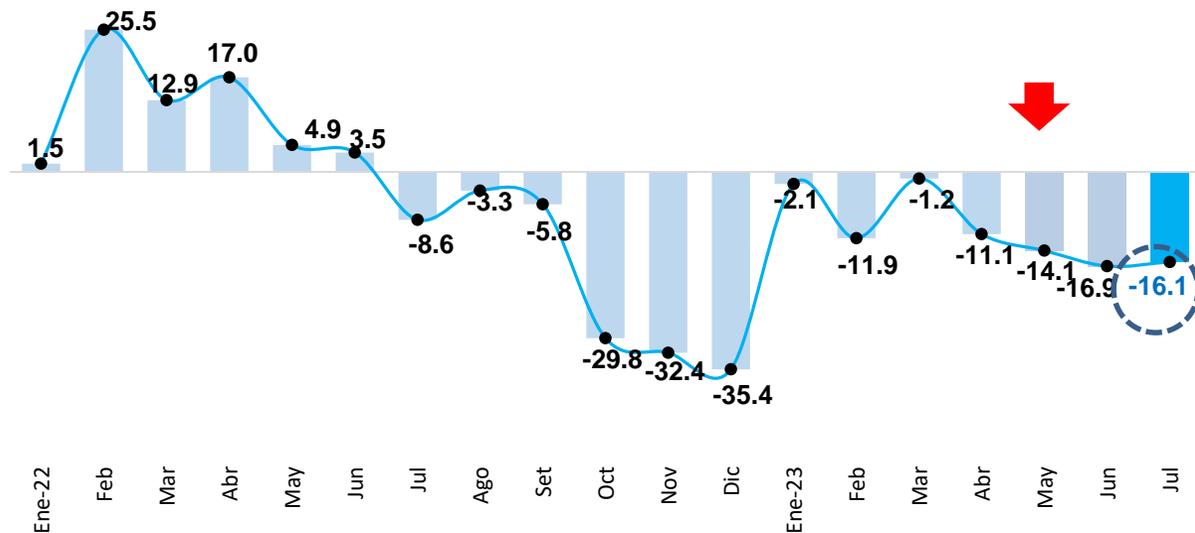
Ministerio de la Producción

- Las ventas de productos relacionados con la actividad de **ferreterías y acabados** continúan sin recuperarse y registran **una disminución interanual de 16.1%** en julio 2023. Ello se debe por la menor demanda de obras de construcción y ejecución de proyectos de autoconstrucción.
- Este contexto ha incidido en las ventas de artículos de uso doméstico (-41.7%), productos diversos (-16.0%), muebles (-35.0%) y artículos de ferretería (-10.9%).

Gráfico N° 5

Evolución de las ventas de ferreterías y acabados

(Variación porcentual interanual)

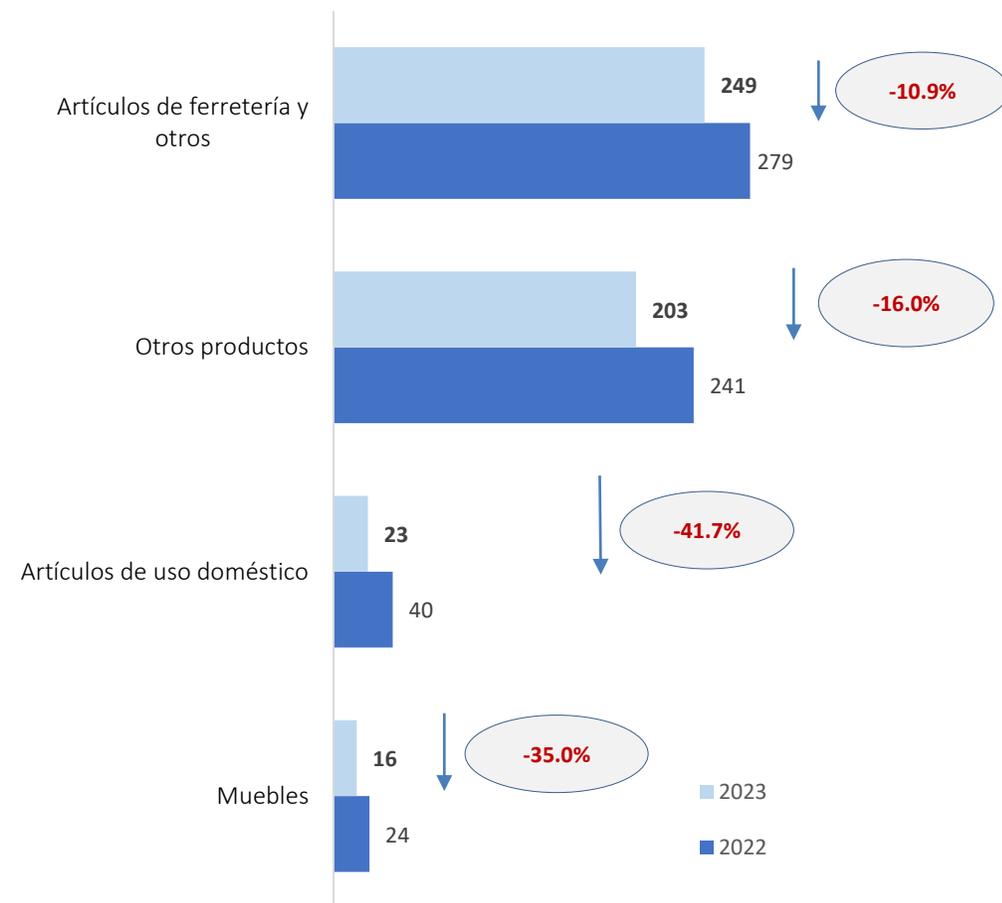


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico N° 6

Ventas por líneas de productos, julio 2022 y julio 2023

(Millones de Soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Equipamiento del hogar disminuyeron sus ventas en -12.3%



PERÚ

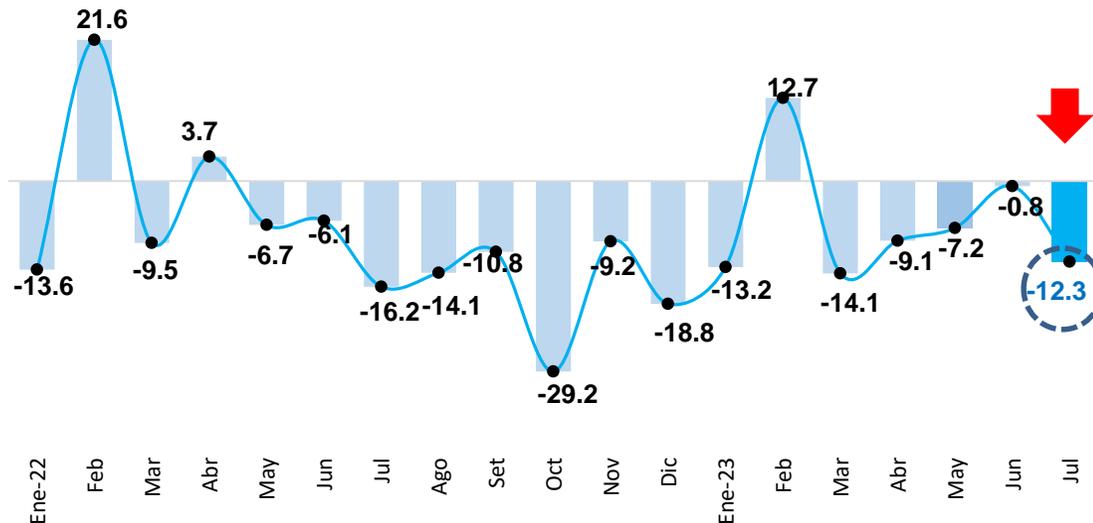
Ministerio de la Producción

- En julio 2023, se registró una fuerte **disminución interanual de 12.3%** 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 (-12.8%), artículos de uso doméstico (-12.1%) y muebles (-27.2%).

Gráfico Nº 7

Evolución de las ventas de equipamiento del hogar

(Variación porcentual interanual)

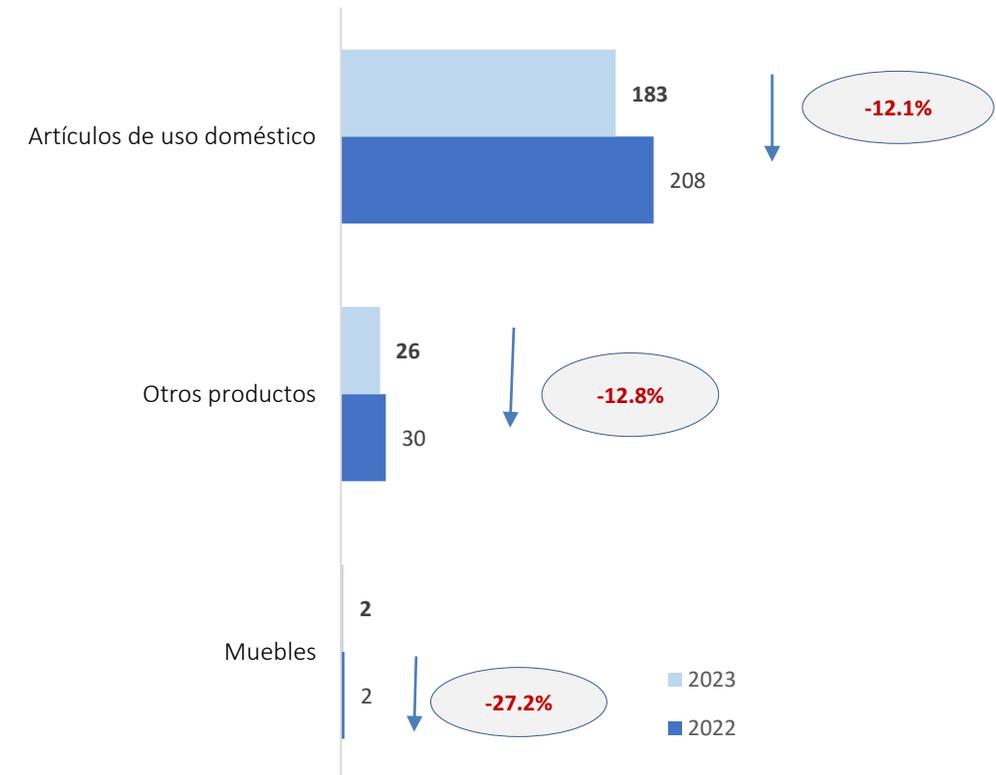


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 8

Ventas por líneas de productos, julio 2022 y julio 2023

(Millones de Soles y Var.% interanual)



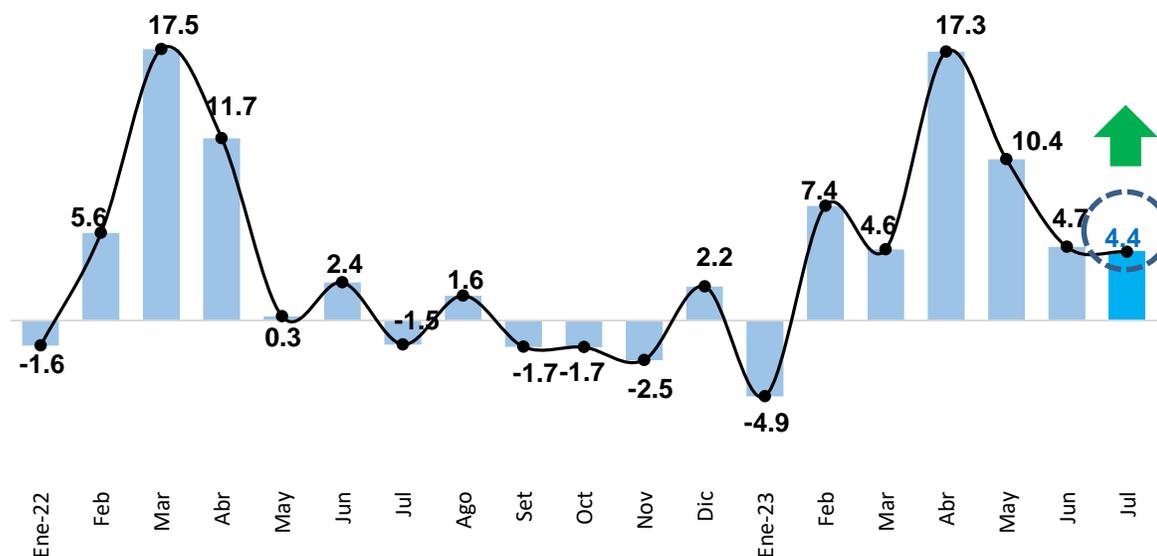
Elaboración: PRODUCE (OEE)

- Las ventas en los **supermercados e hipermercados** continúan registrando tasas positivas, en julio 2023 registró un **crecimiento interanual de 4.4%**. Este resultado responde a las mayores ventas de productos relacionados con la canasta básica familiar, como son las categorías de: alimentos (+9.0%), bebidas y tabaco (+18.9%) y farmacéuticos y cosméticos (+10.9%).
- En contraste, se observó una disminución en las ventas de prendas de vestir y calzado (-3.4%) y artículos de uso doméstico (-19.0%).

Gráfico Nº 9

Evolución de las ventas de supermercados e hipermercados

(Variación porcentual interanual)

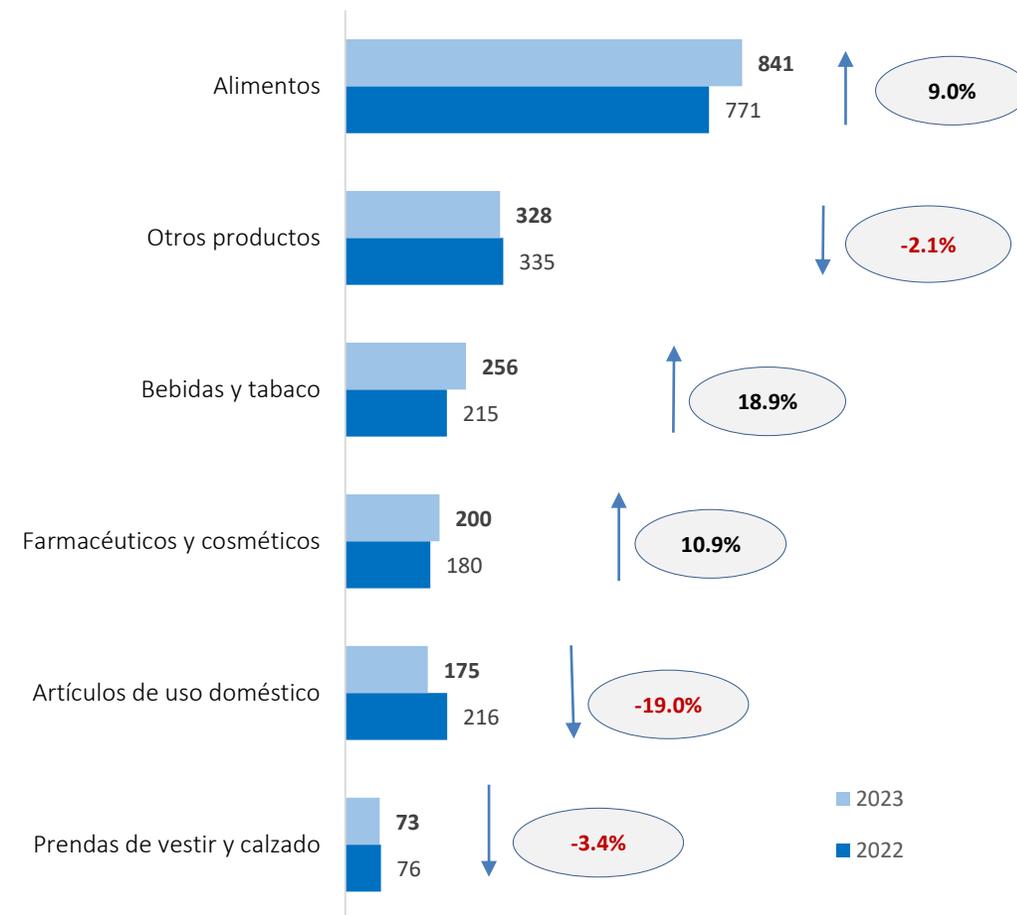


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 10

Ventas por líneas de productos, julio 2022 y julio 2023

(Millones de soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

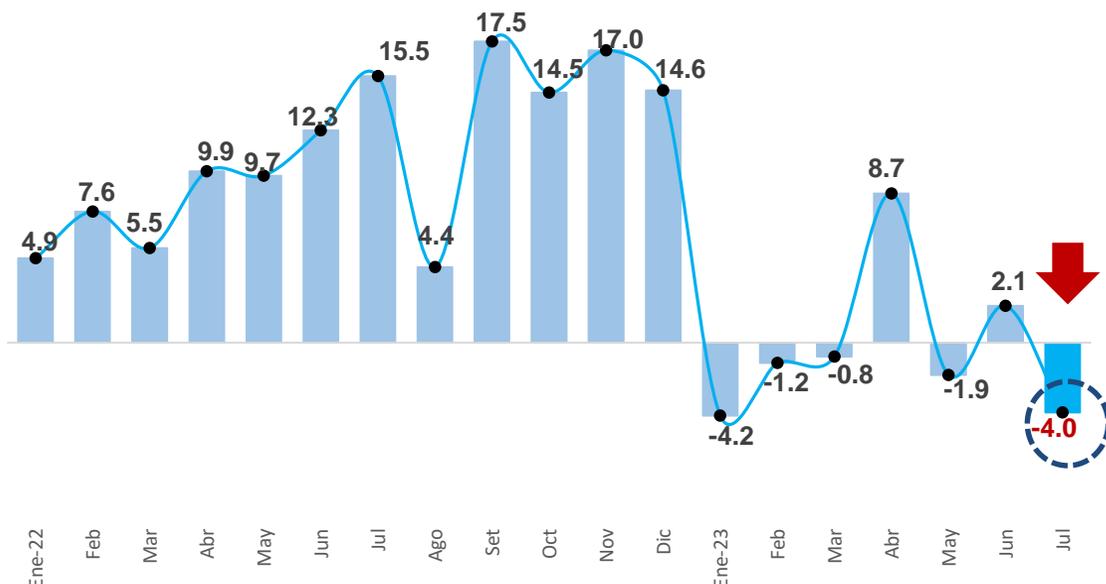
Ventas de farmacias y boticas disminuyeron en 4.0%

- En julio 2023, se registró una **disminución de 4.0%** en las ventas de **farmacias y boticas** en comparación con el mismo mes del año anterior.
- Esta disminución se debe a una menor venta de productos farmacéuticos y medicinales (-6.5%). Aunque este resultado fue atenuado por un incremento en la venta de productos de cuidado personal (+5.1%).

Gráfico N° 11

Evolución de las ventas de farmacias y boticas

(Variación porcentual interanual)



Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico N° 12

Ventas por líneas de productos, julio 2022 y julio 2023

(Millones de Soles y Var.% interanual)

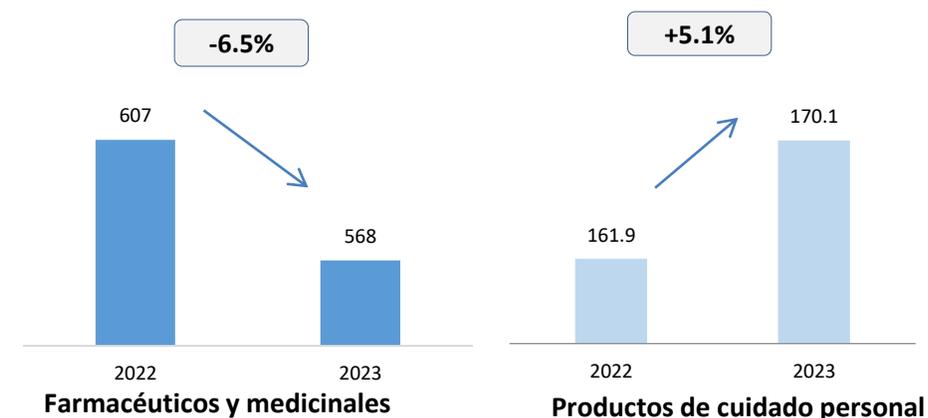
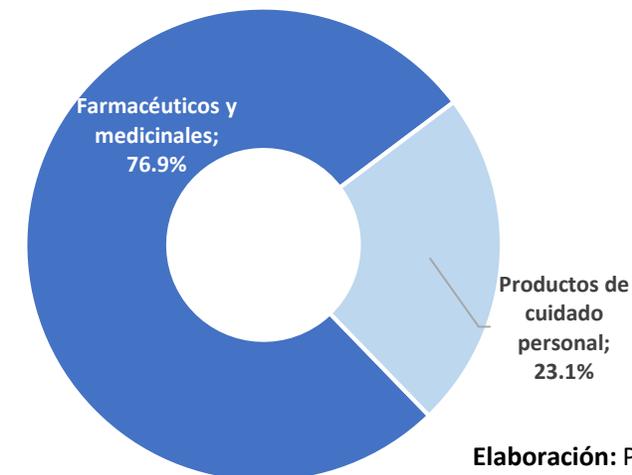


Gráfico N° 13

Participación de las ventas por líneas de productos, julio 2023

(Porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

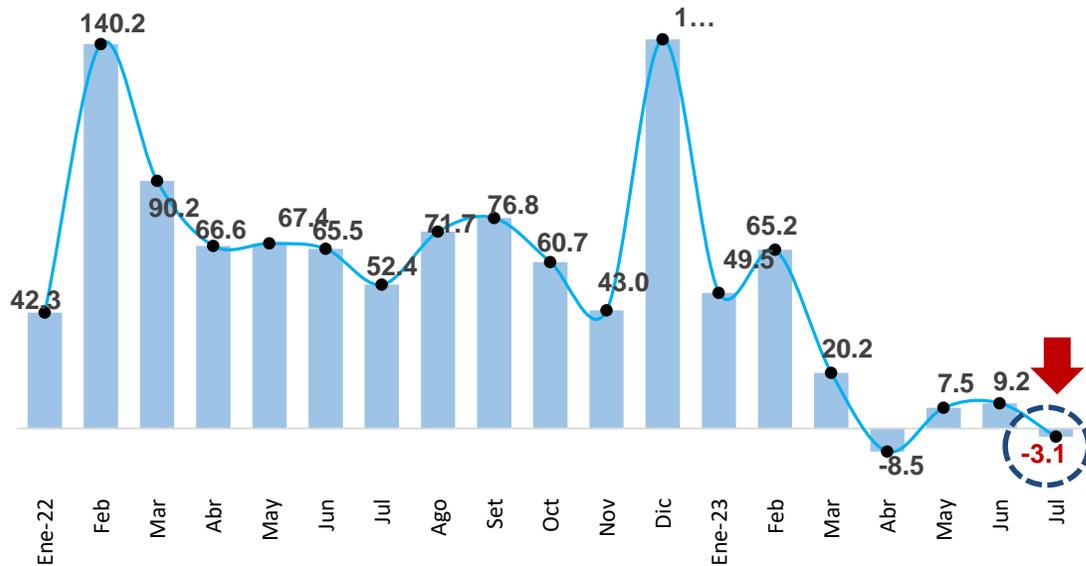
Ventas de libros, periódicos y artículos de papelería disminuyeron en 3.1%

- Las ventas en la actividad de **libros, periódicos y artículos** de papelería experimentaron una **disminución de 3.1%** en julio 2023. Este resultado se debe, principalmente, por las menores compras de libros, cuadernos, papelería y otros (-2.7%). Asimismo, también incidió las bajas ventas de productos diversos, como equipos informáticos, juguetería y otros accesorios (-5.1%).

Gráfico Nº 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 Nº 15

Ventas por líneas de productos, julio 2022 y julio 2023

(Millones de Soles y Var.% interanual)

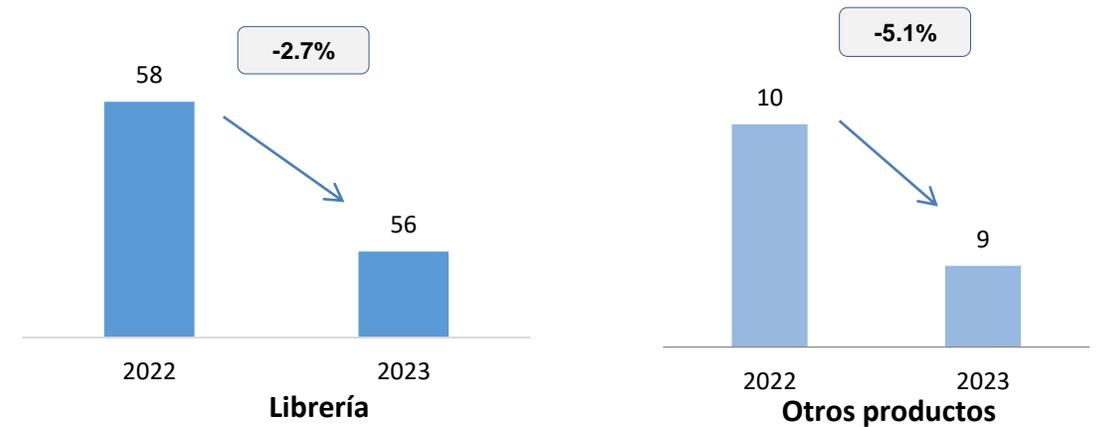
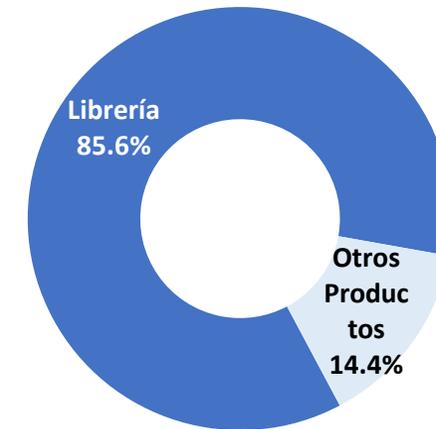


Gráfico Nº 16

Participación de las ventas por líneas de producto, julio 2023

(Porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Tiendas: Número de tiendas **disminuyó en 3.8%**



PERÚ

Ministerio de la Producción

Actividades

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

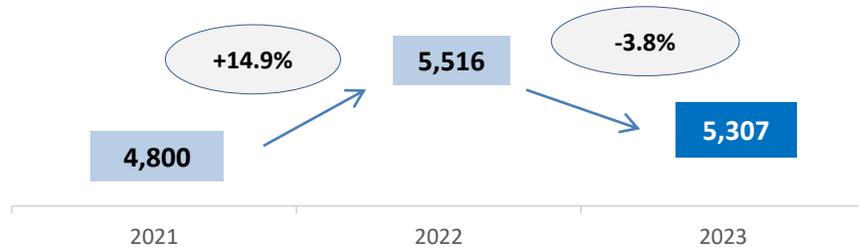
Supermercados e hipermercados	-291
Tiendas por departamento	9
Ferreterías y acabados del hogar	1
Equipamiento del hogar	6
Libros, periódicos y artículos de papelería	13
Farmacias y boticas	53

1/ En relación a similar mes del año anterior

Gráfico Nº 17

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

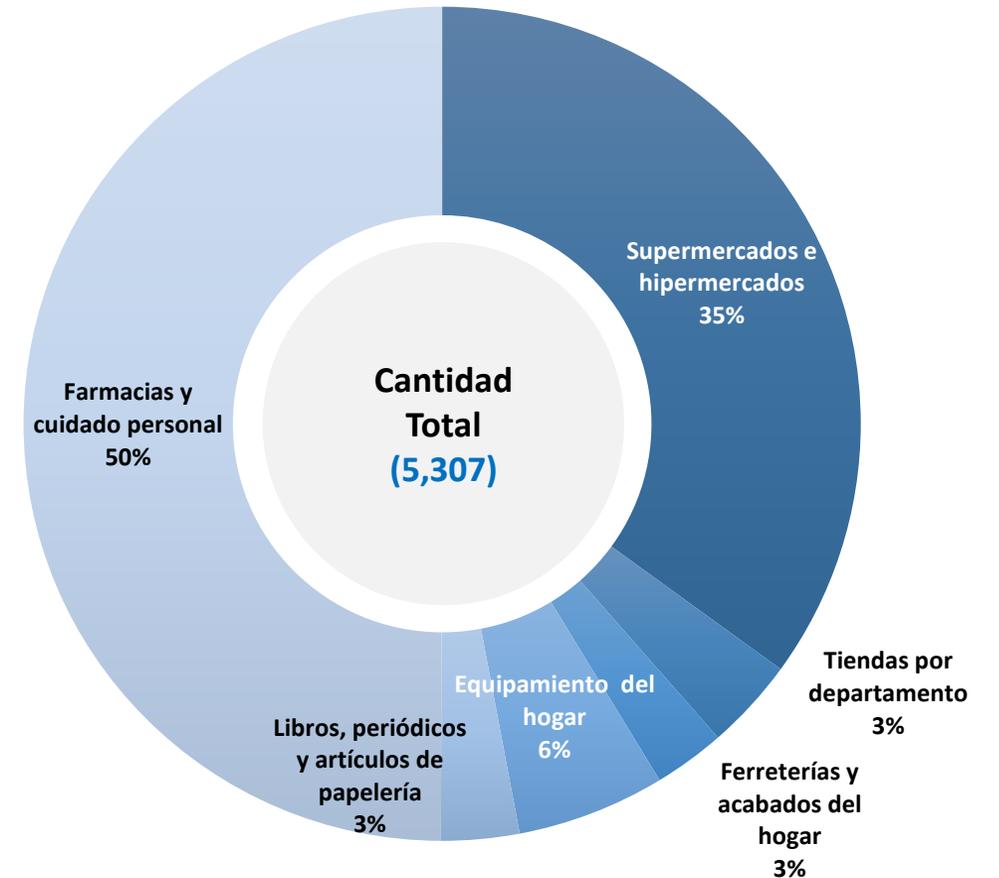
(Cantidad y Variación %)



Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 18

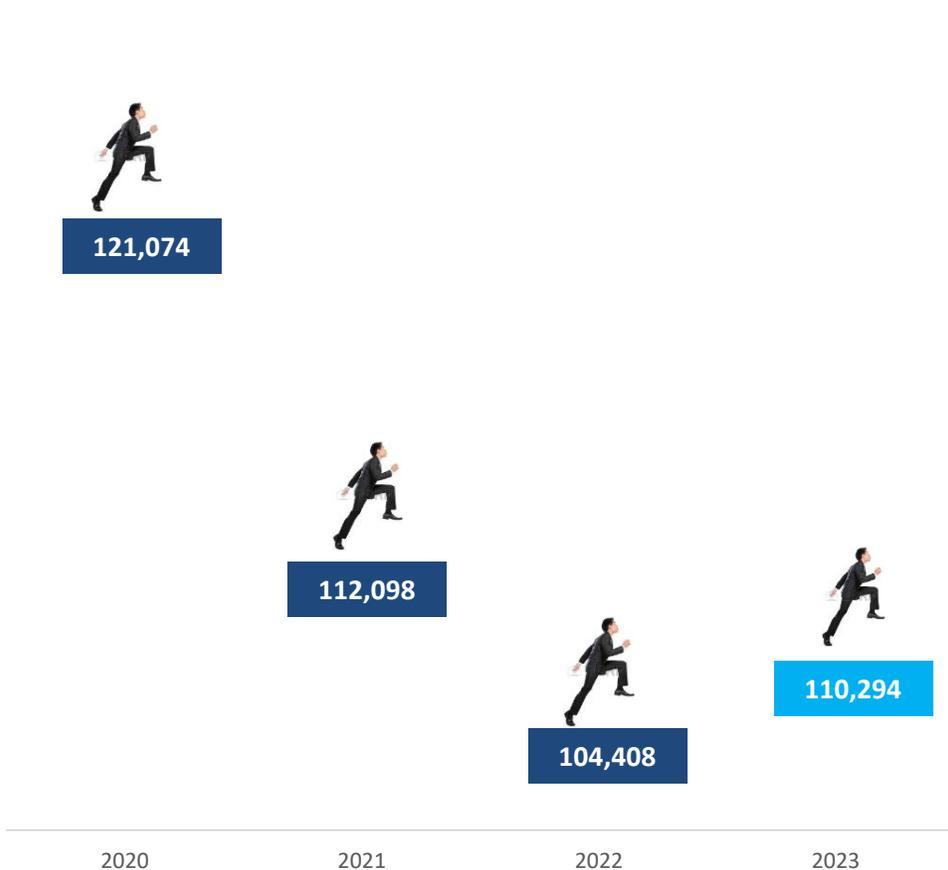
Participación del total de tiendas por actividad, julio 2023
(Porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Gráfico Nº 19

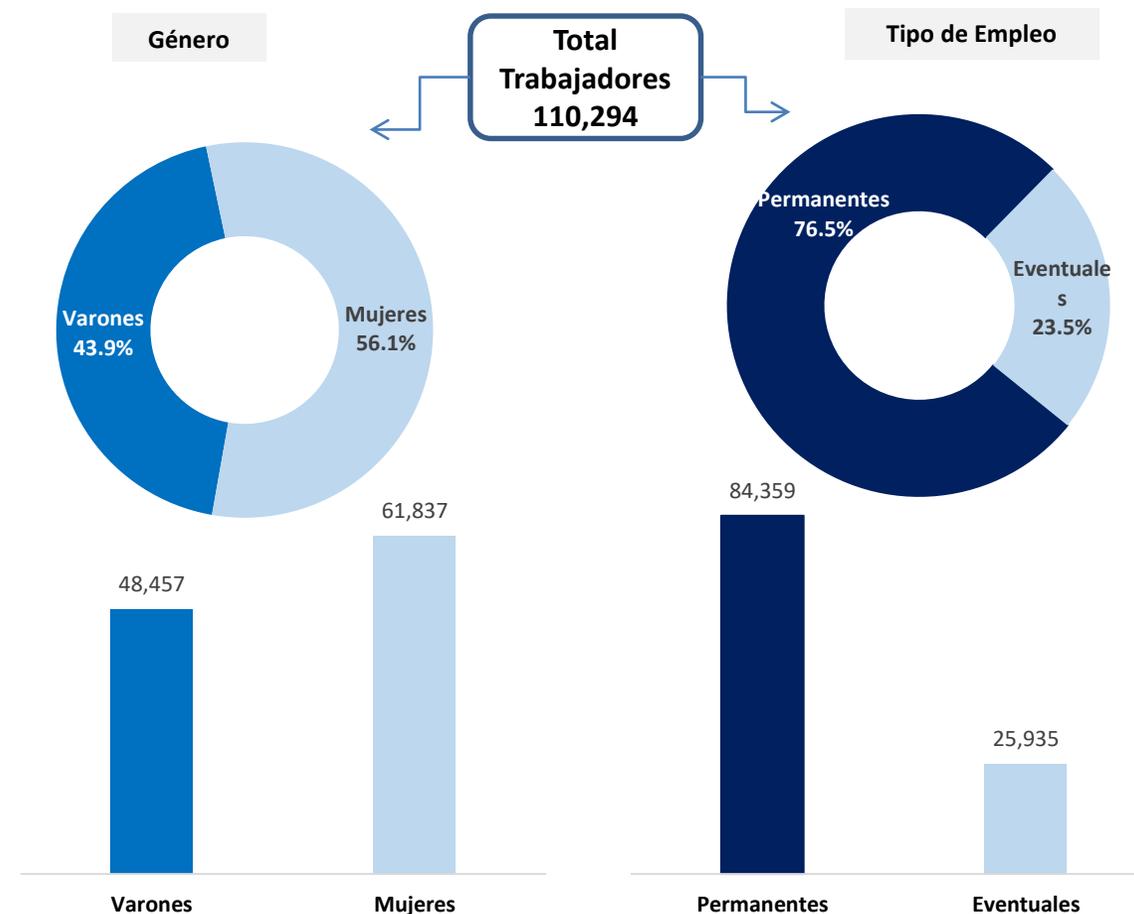
Número de trabajadores en el sector comercio interno (julio 2020 – julio 2023)



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, julio 2023 (Número y porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Tabla Nº 1

Comercio Interno por actividades, 2021-2023

(Variación porcentual interanual)

Actividad	Var. % Interanual				Var.% Acum.			
	Jul 21/20	Jul 22/21	Jul 23/19	Jul 23/22	Ene – Jul (21/20)	Ene – Jul (22/21)	Ene – Jul (23/19)	Ene – Jul (23/22)
Total Comercio Interno	16.3	-4.8	18.3	-4.3	29.0	3.9	20.3	0.1
Supermercados e Hipermercados	3.9	-1.5	33.2	4.4	5.0	4.6	32.7	6.1
Tiendas por departamento	95.0	-20.0	11.6	-12.4	120.2	-6.5	9.7	-6.0
Ferreterías y acabados del hogar	25.6	-8.6	3.1	-16.1	86.1	7.2	17.3	-10.2
Equipamiento del hogar	5.0	-16.2	-14.1	-12.3	55.8	-5.8	-1.6	-7.1
Libros, periódicos y artículos de papelería	26.7	52.4	24.7	-3.1	2.4	75.4	35.0	21.2
Farmacias y boticas	-14.6	15.5	15.6	-4.0	8.3	9.3	11.3	-0.2

Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Elaboración: PRODUCE (OEE)

- ✓ En el acumulado de enero y julio de 2023, las ventas del comercio interno registraron un leve avance de +0.1% en comparación con el mismo periodo del año anterior. Este resultado positivo se atribuye a una recuperación en las ventas de productos de consumo masivo, a pesar de los factores climáticos adversos y la contracción de la demanda interna.
- ✓ Dentro de las actividades más influyentes en este crecimiento se encuentran: Libros, periódicos y artículos de papelería (+21.2%) y Supermercados e hipermercados (+6.1%)
- ✓ En contraste, este comportamiento fue parcialmente atenuado por la disminución en las ventas de **Tiendas por departamento (-6.0%), Farmacias y boticas (-0.2%), Equipamiento del hogar (-7.1%) y Ferreterías y acabados del hogar (-10.2%)**. Estas dos últimas actividades fueron influenciadas por la reducción en la demanda del sector Construcción.
- ✓ Es importante destacar que la actividad de libros, periódicos y artículos de papelería continúa destacando su importante crecimiento en el acumulado de enero a julio de 2023; impulsada por la campaña escolar y aumento en la demanda de las actividades empresariales.