

□ [En junio de 2023](#)

- ✓ Las ventas del comercio interno experimentaron una ligera caída de -2.5% en comparación con junio de 2022. Este resultado se explica por la reducción en las ventas de las tiendas por departamento, equipamiento del hogar y ferreterías; influenciados por la demanda interna que sigue contraída (-1.8%), un sector construcción que aún no da señales de recuperación (-4.1%) y por los factores climáticos adversos generados por El Niño Costero.
- ✓ Al analizar los rubros, se destacan los siguientes puntos: Hubo una marcada disminución en las ventas de **tiendas por departamento**, con una caída significativa del **-14.4%**. De manera similar, la actividad de **ferreterías y acabados** disminuyeron en **(-16.9%)**, mientras que, las ventas de **equipamiento del hogar** experimentaron una ligera reducción **(-0.8%)**. En contraste, se observó un aumento en las ventas de **supermercados e hipermercados (+4.7%)**, **farmacias y boticas (+2.1%)**, así como en la actividad de **libros, periódicos y artículos de papelería (+9.2%)**.
- ✓ A continuación, se presentan a detalle el desempeño de cada rubro:
 - **Tiendas por departamento** (15.8% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad **disminuyeron en 14.4%** debido a la baja demanda de muebles (-21.8%), artículos de uso doméstico (-23.6%), prendas de vestir y calzado (-11.4%), y en menor medida, de productos diversos (-1.2%).
 - **Ferreterías y acabados** (12.2% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad experimentaron una **disminución en 16.9%**. En cuanto a las líneas de productos, se observó una reducción en las ventas de artículos de ferretería (-12.6%), productos diversos (-18.1%), muebles (-24.3%) y artículos domésticos (-38.5%). Ello estaría asociado por la menor ejecución de obras privadas y públicas.
 - **Equipamiento del hogar** (5.5% de las ventas internas): Esta actividad **registró una reducción del 0.8% en las ventas**. A nivel de líneas de productos, se observaron menores ventas de artículos de uso doméstico (-0.6%) y productos diversos (-2.3%).
 - **Supermercados e hipermercados** (46.2% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad anotaron un **aumento del 4.7%**. Este crecimiento se atribuye al incremento en la demanda de alimentos (+12.6%), productos farmacéuticos y cosméticos (+10.0%), y bebidas y tabaco (+20.1%).
 - **Libros, periódicos y artículos de papelería** (2.0% de las ventas internas): Esta actividad registró un **aumento de 9.2%**, ello debido al aumento en la demanda de productos de papelería y artículos de oficina (+10.3%), así como de productos diversos (+1.7%).
 - **Farmacias y boticas** (18.4% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad **aumentaron en 2.1%** por el incremento en las ventas de productos de cuidado personal (+22.6%), a pesar de haber sido atenuado por la disminución de productos farmacéuticos y medicinales (-1.7%).

- **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

Junio 2023

(Variación porcentual interanual)



En junio de 2023, se evidenció **una reducción en las ventas del comercio interno, motivada por una disminución en la facturación de productos relacionados con el hogar y la construcción.**

Las actividades que destacaron por su desempeño negativo en el comercio interno durante junio de 2023 fueron: **Tiendas por departamento (-14.4%), Equipamiento del hogar (-0.8%) y Ferreterías y acabados (-16.9%).** Estas disminuciones estarían relacionadas con una menor demanda de productos de acabados del hogar y las menores inversiones privadas en el sector de la construcción. Así como, por 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 (+4.7%), así como en Farmacias y boticas (+2.1%), y en Libros, periódicos y artículos de papelería (+9.2%).**

Las ventas de comercio interno disminuyeron en -2.5%



En junio de 2023, las ventas del comercio interno experimentaron una caída de -2.5%, debido a las menores ventas registradas en las Tiendas por departamento (-14.4%), Ferreterías y acabados (-16.9%) y Equipamiento del hogar (-0.8%). Sin embargo, esta tendencia fue compensada parcialmente por el aumento en las ventas de los Supermercados (+4.7%), Libros, periódicos y artículos de papelería (+9.2%) y Farmacias y boticas (+2.1%).

Gráfico Nº 1

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

(Millones de soles a precios corrientes)

CIU (a)	Actividad	Jun-22	Jun-23	Var % Jun (23/22)	
	Total	3,851	3,756	-2.5	
4711	Supermercados e hipermercados	1,657.9	1,736.3	4.7	▲
4719	Tiendas por departamentos ^{1/}	690.8	591.6	-14.4	▼
4752	Ferreterías y acabados	550.5	457.6	-16.9	▼
4759	Equipamiento del hogar	206.7	205.1	-0.8	▼
4772	Farmacias y boticas	675.0	689.4	2.1	▲
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	69.7	76.1	9.2	▲

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

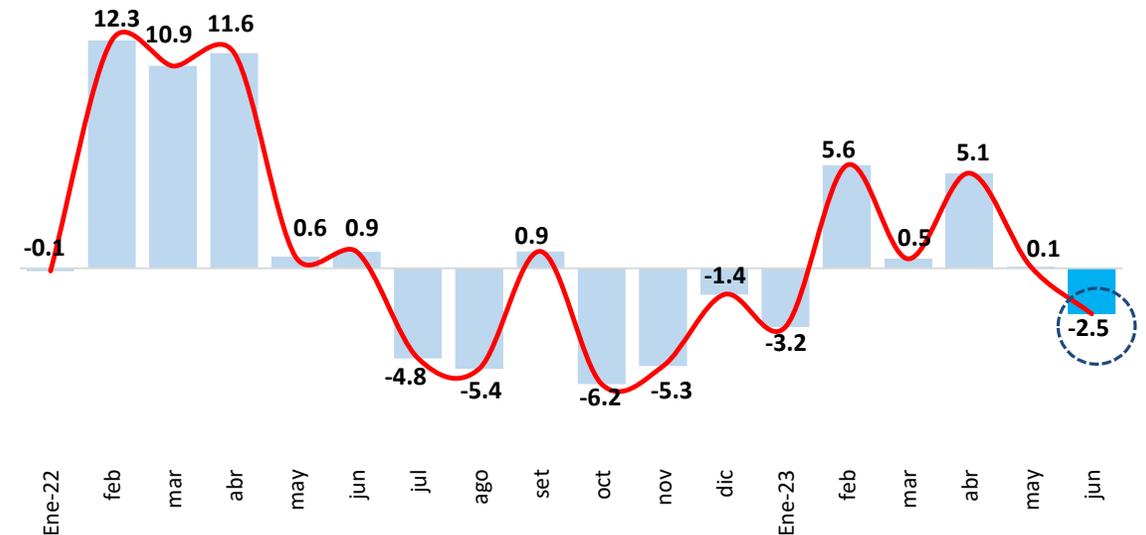
^{1/} Las ventas internas corresponden al comercio interno de (Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas) y representan aprox. el 98.5% del total; se excluye las ventas al por menor de combustibles de la actividad CIU 4730.

^{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)



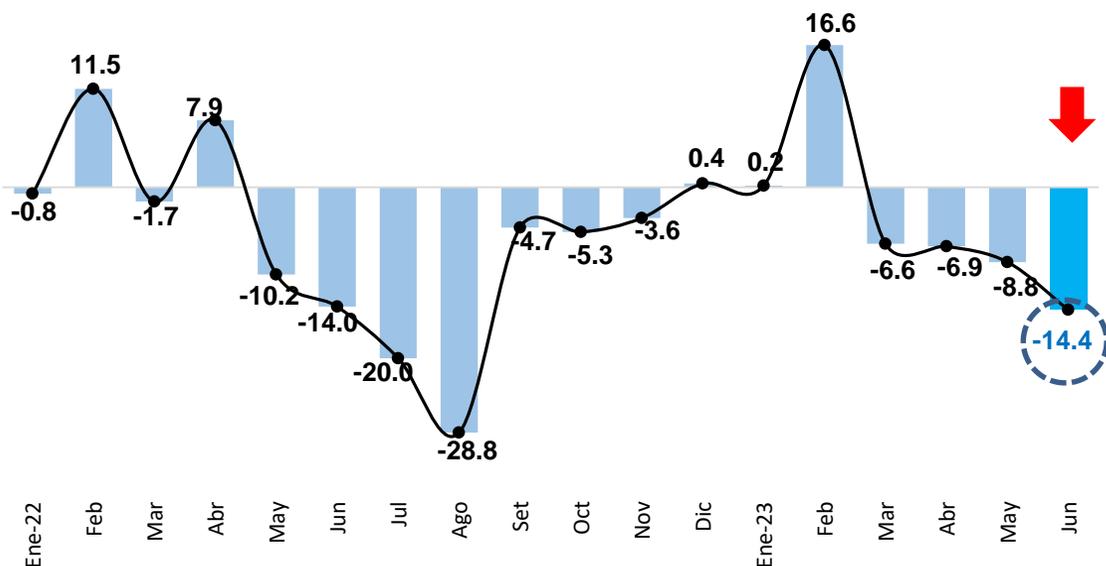
Ventas de tiendas por departamento disminuyeron en -14.4%

- En junio de 2023, las ventas en las **tiendas por departamento** disminuyeron **14.4% interanual**. Este resultado es explicado por las menores ventas de muebles (-21.8%), artículos de uso doméstico (-23.6%), prendas de vestir y calzado (-11.4%) y productos diversos (-1.2%); influenciados por la contracción de la demanda interna (-1.8%) y los factores climáticos adversos.
- No obstante, este desempeño negativo fue atenuado por el incremento en las ventas de productos farmacéuticos y cosméticos (+17.0%).

Gráfico Nº 3

Evolución de las ventas de tiendas por departamento

(Variación porcentual interanual)

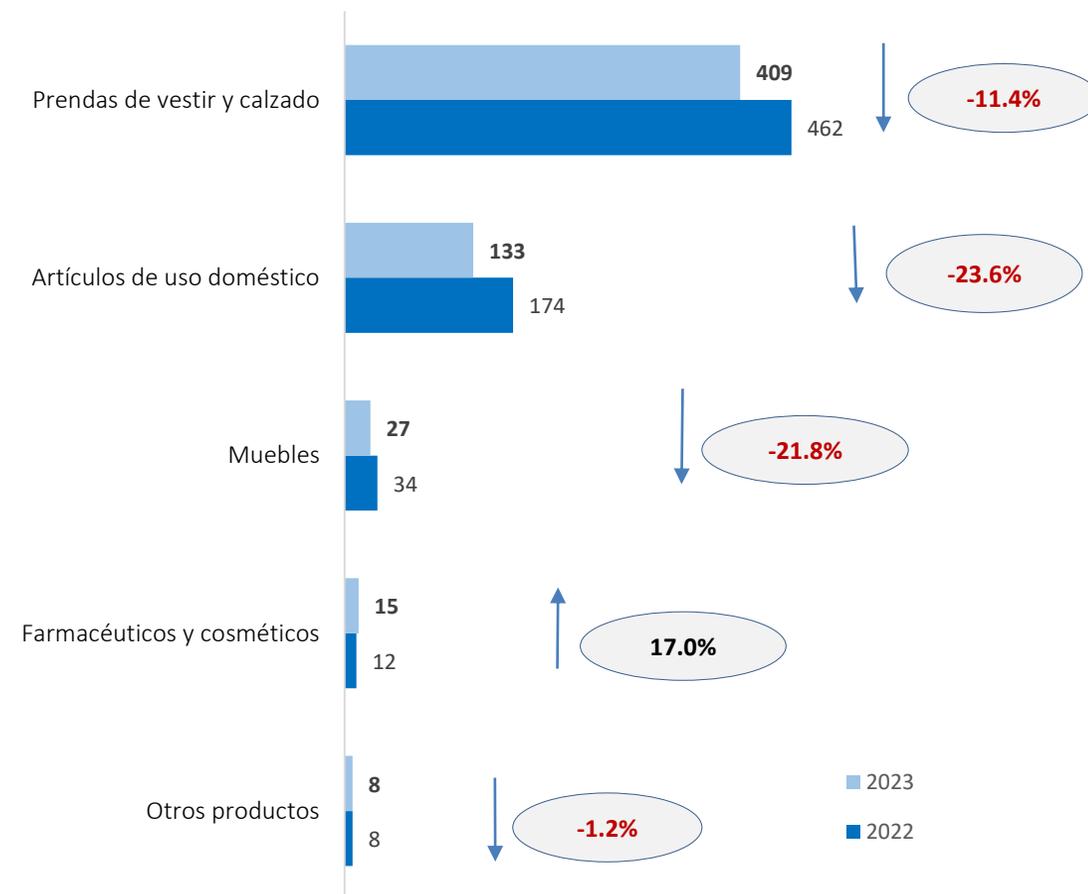


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 4

Ventas por líneas de productos, junio 2022 y junio 2023

(Millones de soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

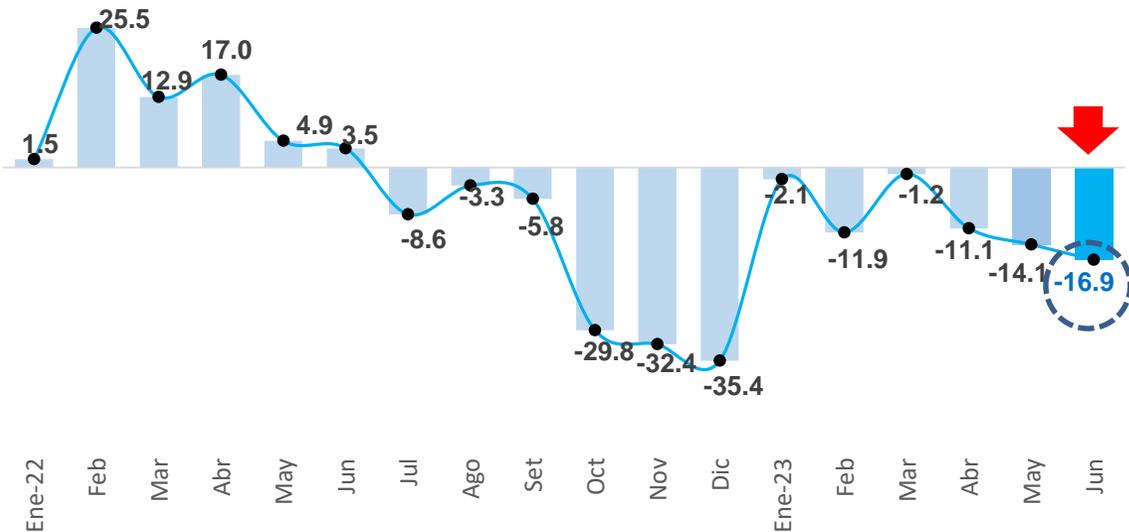
Ferreterías y acabados disminuyeron sus ventas en -16.9%

- Las ventas de productos relacionados con la actividad de **ferreterías y acabados** experimentaron una **disminución interanual de 16.9%** en junio 2023, ante el menor dinamismo de los proyectos privados de construcción, la disminución de las obras públicas y de autoconstrucción.
- Este contexto han tenido un impacto negativo en las ventas de artículos de uso doméstico (-38.5%), productos diversos (-18.1%), muebles (-24.3%) y artículos de ferretería (-12.6%).

Gráfico N° 5

Evolución de las ventas de ferreterías y acabados

(Variación porcentual interanual)

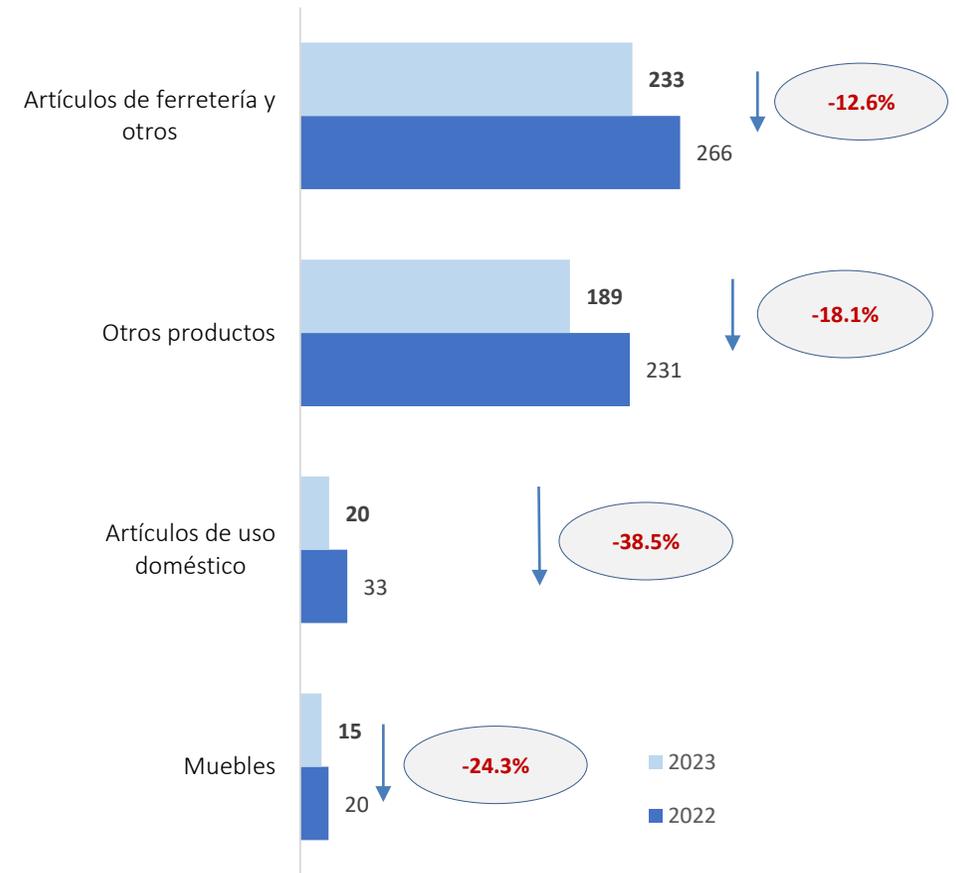


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico N° 6

Ventas por líneas de productos, junio 2022 y junio 2023

(Millones de Soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Equipamiento del hogar disminuyeron sus ventas en -0.8%

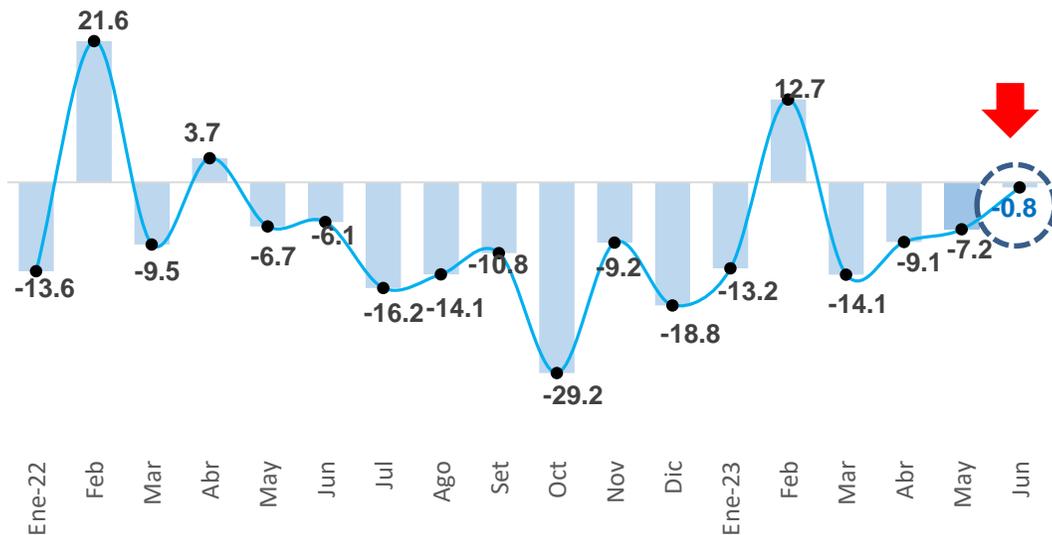


- En junio 2023, se registró una ligera **disminución interanual de 0.8%** en las ventas de productos relacionados con el **equipamiento del hogar**. Ello estaría asociado a la priorización de los hogares por los productos de la canasta básica.
- En ese contexto, se anotaron menores ventas de productos diversos (-2.3%) y artículos de uso doméstico (-0.6%). Sin embargo, el crecimiento de las ventas de muebles (+6.8%), compensó parcialmente dicha tendencia.

Gráfico Nº 7

Evolución de las ventas de equipamiento del hogar

(Variación porcentual interanual)

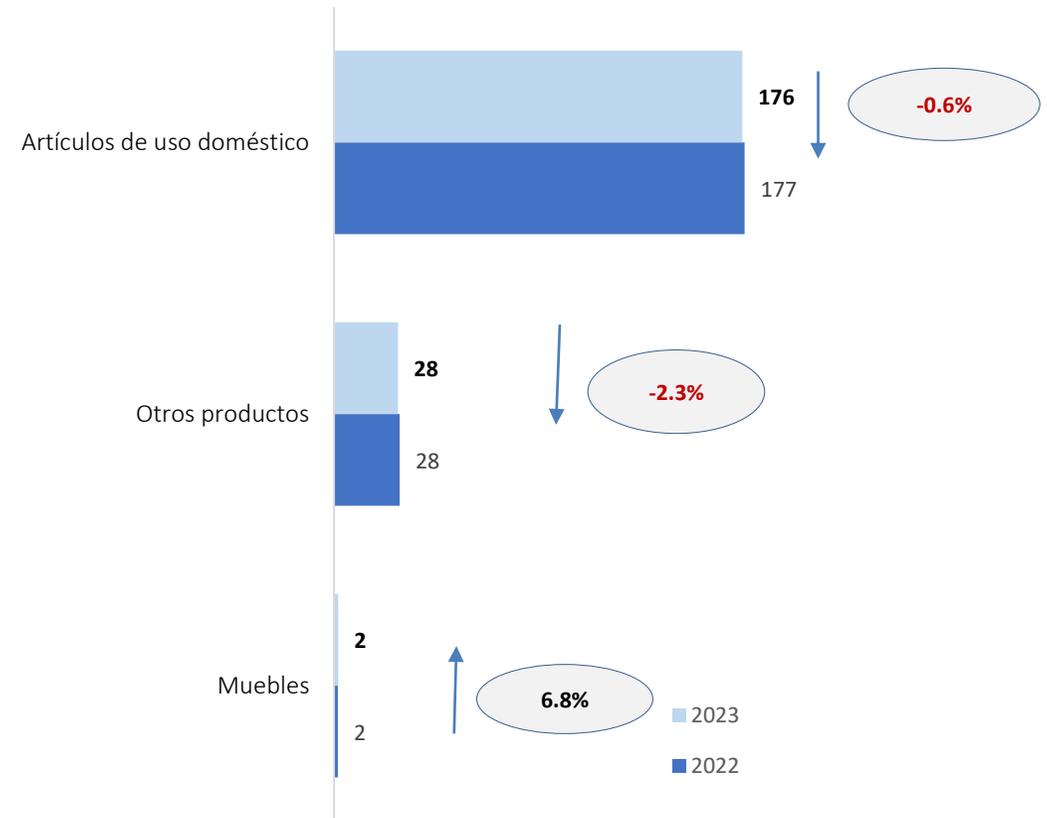


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 8

Ventas por líneas de productos, junio 2022 y junio 2023

(Millones de Soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Ventas de supermercados e hipermercados **incrementaron en 4.7%**

- Las ventas en los **supermercados e hipermercados** experimentaron un importante **crecimiento interanual de 4.7%** en junio 2023. Este resultado se debe a las mayores ventas de productos relacionados con la canasta básica familiar, como son las categorías de: alimentos (+12.6%), bebidas y tabaco (+20.1%) y farmacéuticos y cosméticos (+10.0%).
- En contraste, se observó una disminución en las ventas de prendas de vestir y calzado (-21.4%) y artículos de uso doméstico (-8.8%).

Gráfico N° 9

Evolución de las ventas de supermercados e hipermercados

(Variación porcentual interanual)

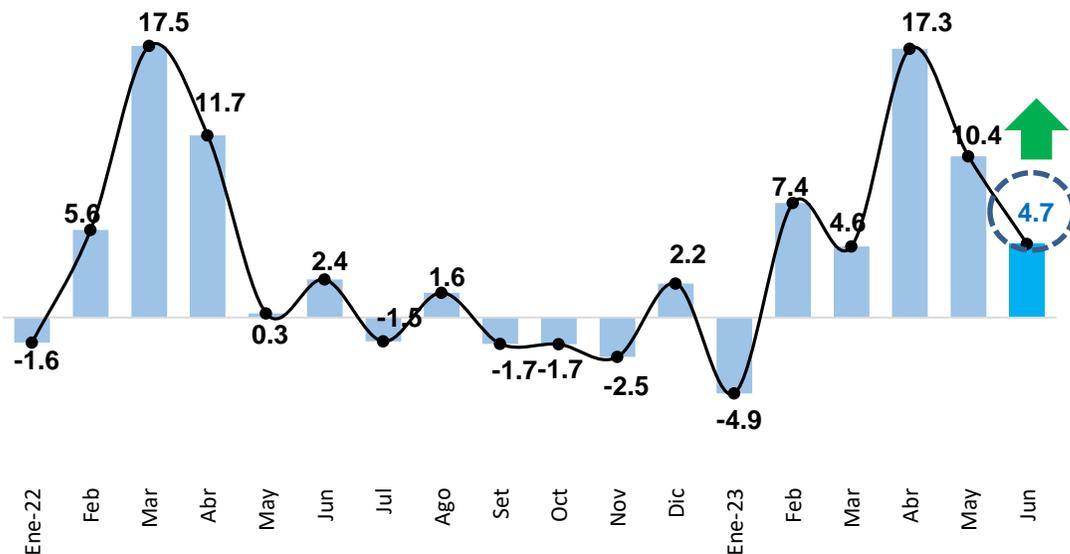
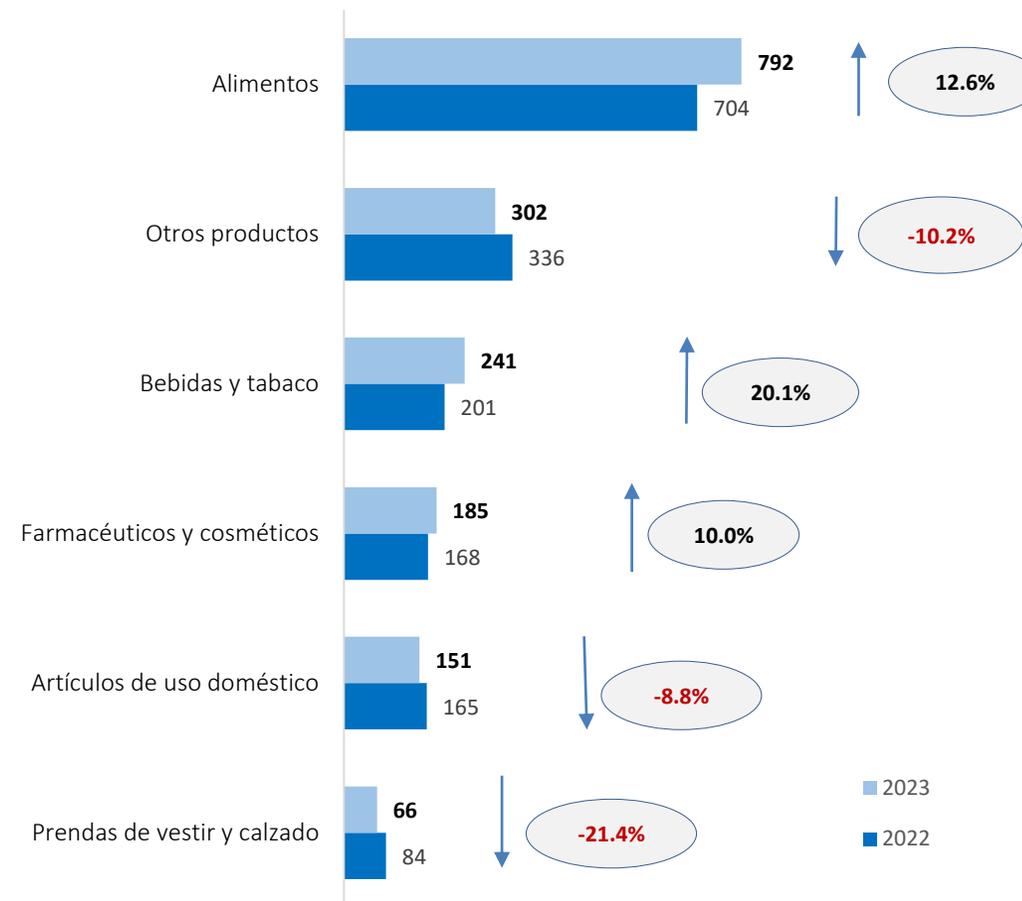


Gráfico N° 10

Ventas por líneas de productos, junio 2022 y junio 2023

(Millones de soles y Var.% interanual)



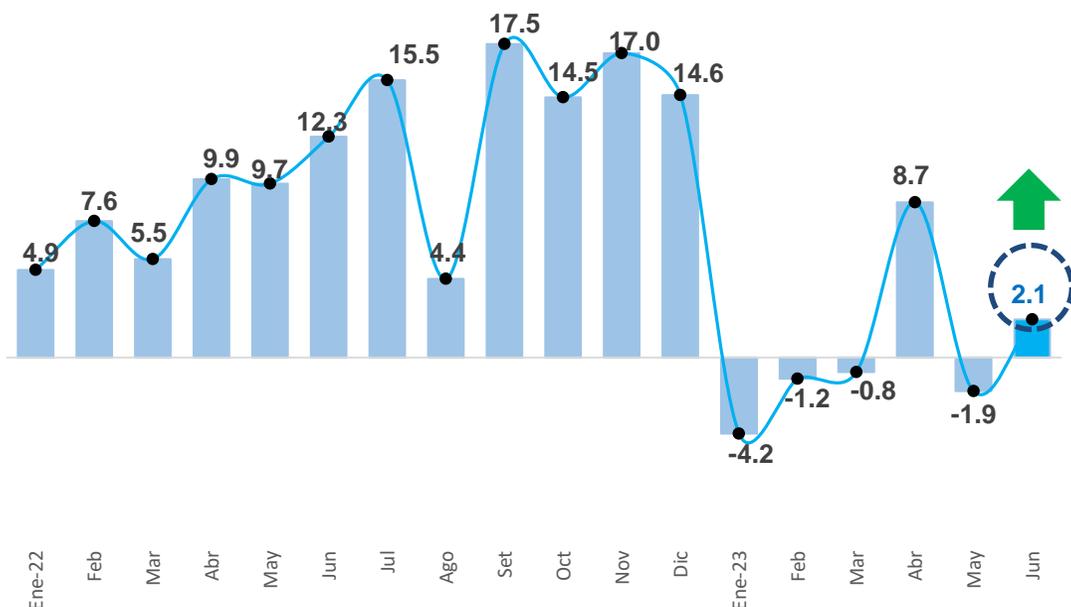
Ventas de farmacias y boticas aumentaron en 2.1%

- En junio 2023, se registró un **aumento de 2.1%** en las ventas de **farmacias y boticas** en comparación con el mismo mes del año anterior.
- Este incremento se debe a una mayor venta de productos de cuidado personal (+22.6%), aunque fue atenuado por una ligera disminución en las ventas de productos farmacéuticos y medicinales (-1.7%).

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, junio 2022 y junio 2023

(Millones de Soles y Var.% interanual)

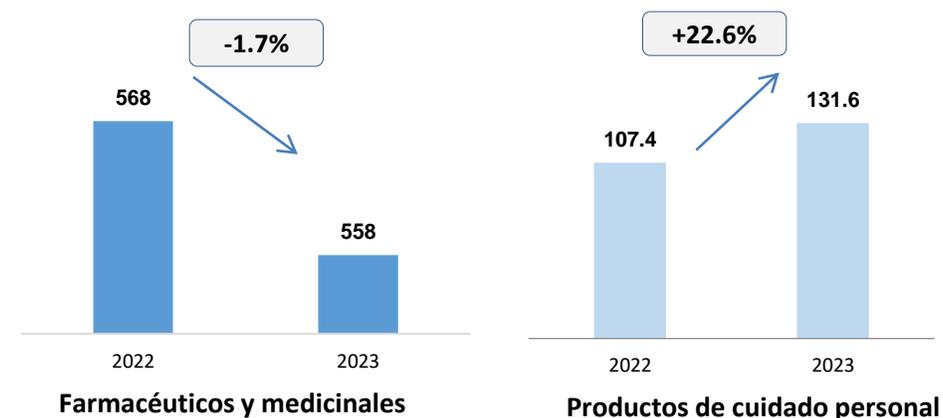
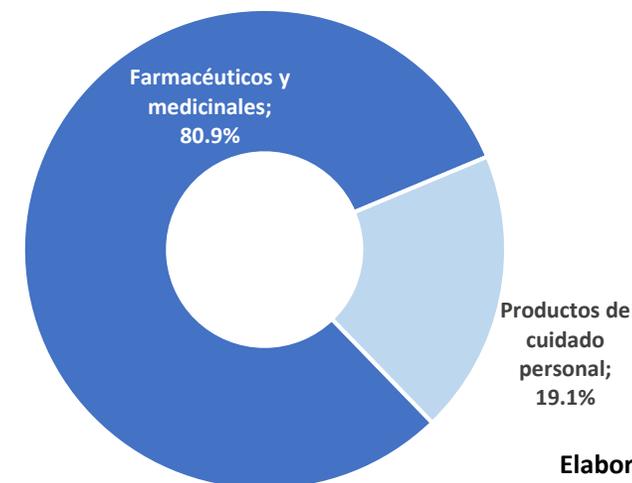


Gráfico N° 13

Participación de las ventas por líneas de productos, junio 2023

(Porcentaje)

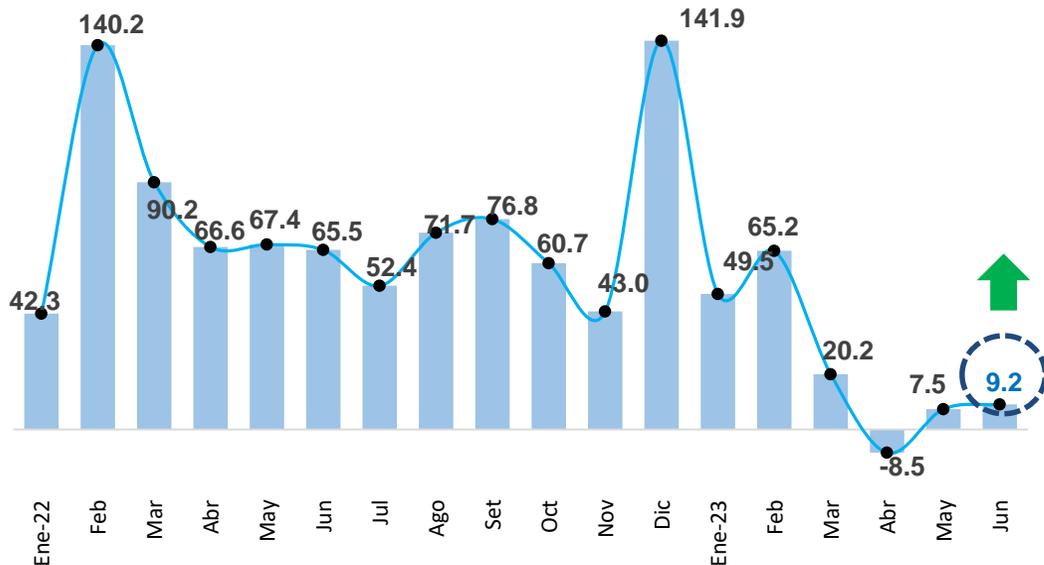


Elaboración: PRODUCE (OEE)

- Las ventas en la actividad de **libros, periódicos y artículos** de papelería experimentaron **un aumento del 9.2%** en junio 2023, principalmente, debido al aumento en la demanda de las instituciones educativas y actividad empresarial.
- Lo anterior, llevó a una mayor venta de libros, cuadernos, papelería y otros (+10.3%). Además, se observó un incremento (+1.7%) en las ventas de productos diversos, como equipos informáticos, juguetería y otros accesorios.

Gráfico N° 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 N° 15

Ventas por líneas de productos, junio 2022 y junio 2023
(Millones de Soles y Var.% interanual)

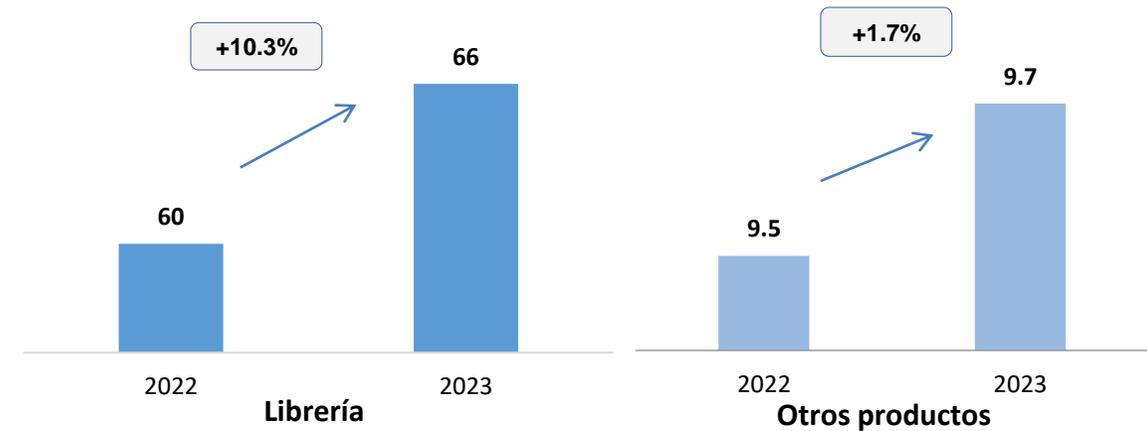
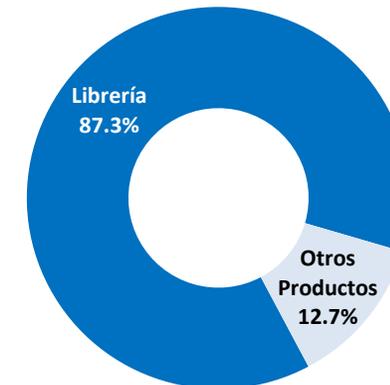


Gráfico N° 16

Participación de las ventas por líneas de producto, junio 2023
(Porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Tiendas: Número de tiendas **aumentó en 8.5%**



PERÚ

Ministerio de la Producción

Actividades

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

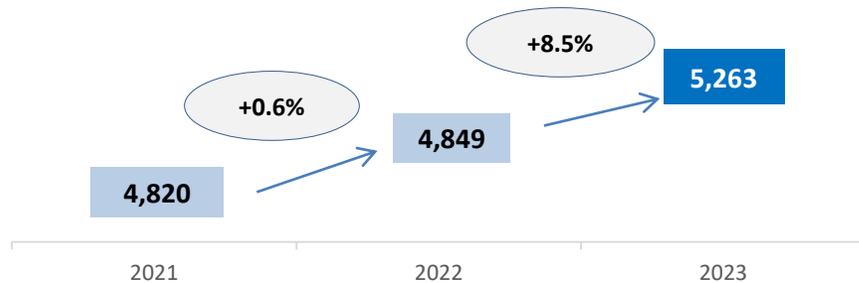
Supermercados e hipermercados	357
Tiendas por departamento	8
Ferreterías y acabados del hogar	3
Equipamiento del hogar	6
Libros, periódicos y artículos de papelería	7
Farmacias y boticas	33

1/ En relación a similar mes del año anterior

Gráfico Nº 17

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

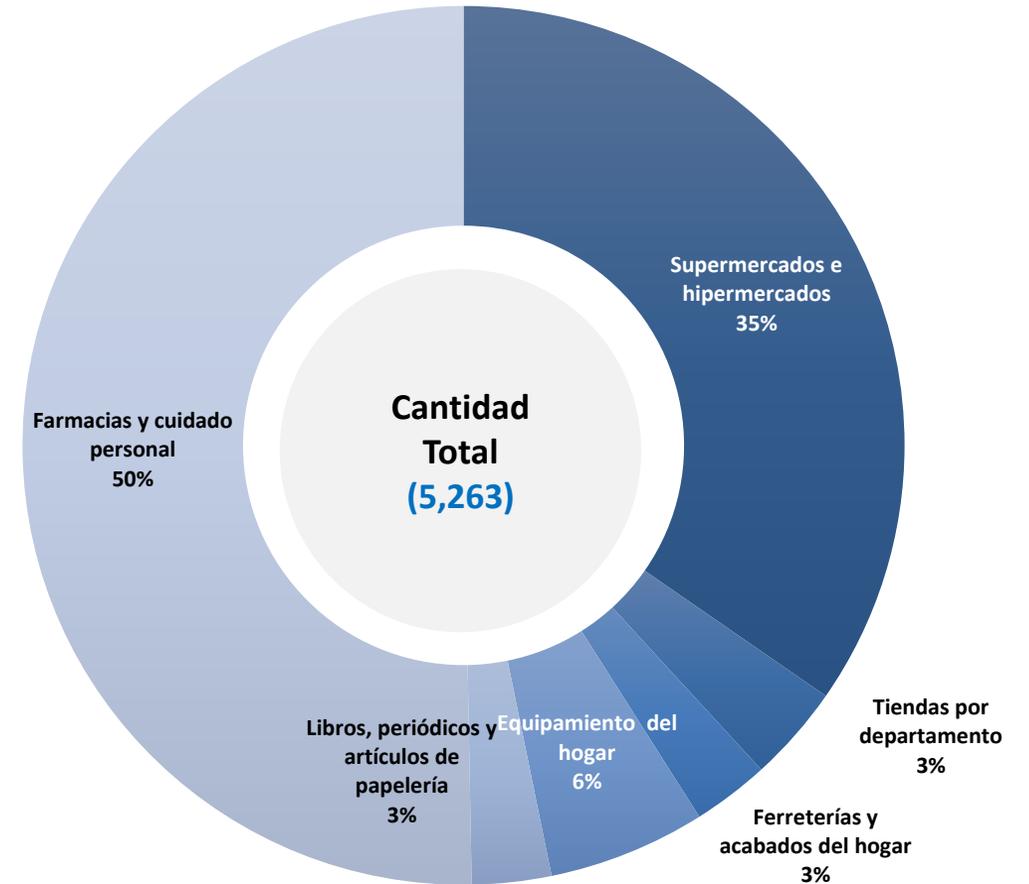
(Cantidad y Variación %)



Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 18

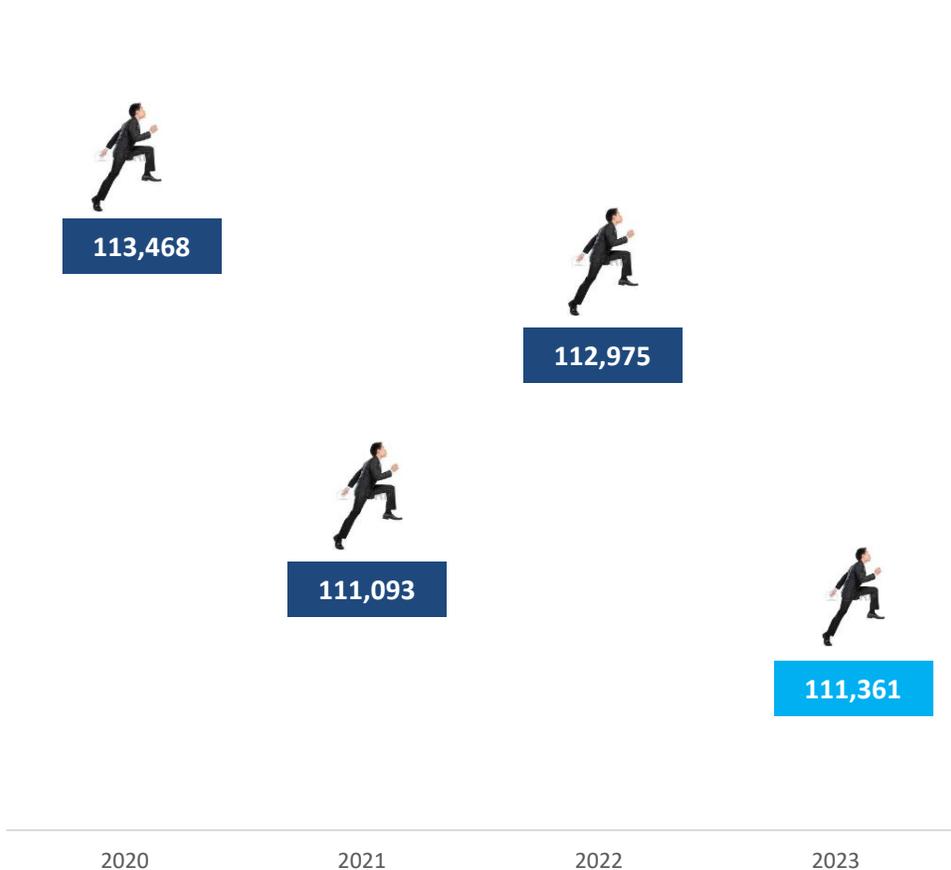
Participación del total de tiendas por actividad, junio 2023 (Porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Gráfico Nº 19

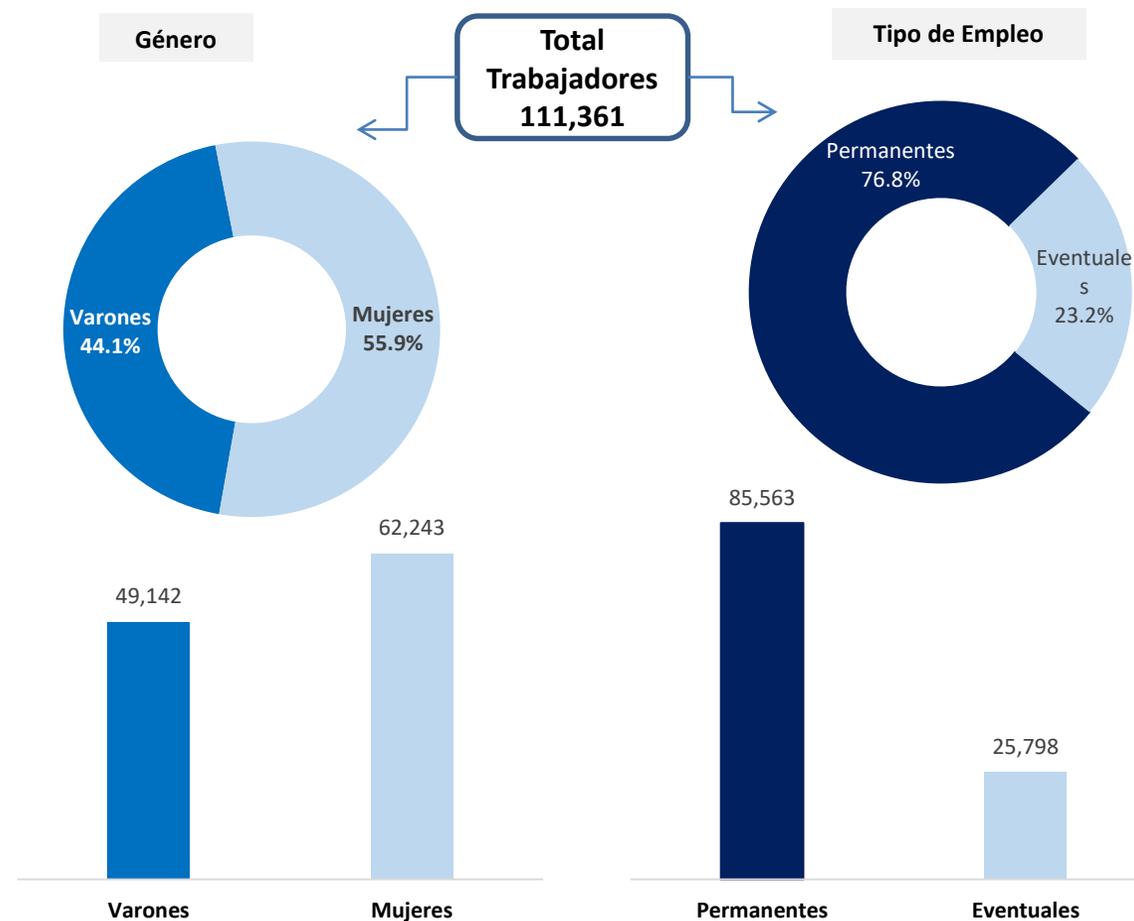
Número de trabajadores en el sector comercio interno (junio 2020 – junio 2023)



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, junio 2023 (Número y porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Tabla Nº 1

Comercio Interno por actividades, 2021-2023

(Variación porcentual interanual)

Actividad	Var. % Interanual				Var.% Acum.			
	Jun 21/20	Jun 22/21	Jun 23/19	Jun 23/22	Ene – Jun (21/20)	Ene – Jun (22/21)	Ene – Jun (23/19)	Ene – Jun (23/22)
Total Comercio Interno	27.3	0.9	16.4	-2.5	32.0	5.7	20.6	0.9
Supermercados e Hipermercados	-3.3	2.4	29.8	4.7	5.3	5.7	32.6	6.4
Tiendas por departamento	181.5	-14.0	-6.6	-14.4	128.4	-2.8	9.3	-4.5
Ferreterías y acabados del hogar	1600	3.5	15.3	-16.9	105.8	10.3	19.8	-9.3
Equipamiento del hogar	26.4	-6.1	-2.5	-0.8	72.7	-3.7	0.8	-6.2
Libros, periódicos y artículos de papelería	67.7	65.5	53.9	9.2	-0.5	78.9	36.1	24.4
Farmacias y boticas	-5.4	12.3	15.4	2.1	13.5	8.2	10.6	0.5

Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Elaboración: PRODUCE (OEE)

- ✓ En el primer semestre de 2023, las ventas del comercio interno experimentaron un leve avance de +0.9% 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 (+24.4%), Supermercados e hipermercados (+6.4%) y Farmacias y boticas (+0.5%).
- ✓ En contraste, este comportamiento fue parcialmente atenuado por la disminución en las ventas de **Tiendas por departamento** (-4.5%), **Equipamiento del hogar** (-6.2%) y **Ferreterías y acabados del hogar** (-9.3%). 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 durante el primer semestre de 2023; impulsada por el retorno de las clases presenciales, la actividad empresarial y la campaña escolar de este año.