



PERÚ

Ministerio
de la Producción

PRODUCE
produce.gob.pe



Reporte Coyuntural

Comercio Interno

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

Marzo 2023

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

Lima, Mayo 2023



PRODUCE
Ministerio de la Producción

□ [En marzo de 2023](#)

- ✓ Las **ventas del comercio interno registró un crecimiento de 2.4% con respecto a marzo de 2022**. Por segundo mes consecutivo acumula un resultado positivo, ello responde a un aumento en las ventas de productos de consumo masivo, farmacéuticos y artículos de papelería; a pesar de haber sido atenuado por las bajas ventas registradas en la actividad de ferreterías y equipamiento del hogar ante la contracción del sector construcción (-12.4%).
- ✓ Por rubro, el resultado positivo registrado en marzo de 2023 responde al aumento de las ventas en **Supermercados e hipermercados (+4.7%)**, **Libros, periódicos y artículos de papelería (+64.6%)** y **Farmacias y boticas (+5.9%)**. En contraste, se registró una disminución de las ventas en la actividad de **Tiendas por departamentos (-6.6%)**, **Ferreterías y acabados (-2.2%)** y **Equipamiento del hogar (-25.6%)**, asociado a una **disminución de la demanda interna (- 2.9%)**
 - **Supermercados e hipermercados (44.1% de las ventas internas)**: Las ventas de esta actividad **registraron un aumento de +4.7%** en marzo de 2023, explicado por el aumento en la facturación de las líneas de alimentos (+16.6%), farmacéuticos y cosméticos (+16.0%) y bebidas y tabaco (+18.4%).
 - **Libros, periódicos y artículos de papelería (5.8% de las ventas internas)**: Esta actividad registró un **importante incremento en +64.6%**, debido principalmente por el aumento en la demanda de productos de papelería y artículos de oficina (+58.8%) y productos diversos (+148.0%).
 - **Farmacias y boticas (17.3% de las ventas internas)**: Las ventas de esta actividad **aumentaron en +5.9%**, se explica por el aumento en las ventas de productos farmacéuticos y medicinales (+7.6%). En contraste, fue atenuado por la caída en la venta de productos de cuidado personal (-1.7%).
 - **Tiendas por departamento (13.9% de las ventas internas)**: Las ventas de esta actividad disminuyó **-6.6%** en marzo de 2023, debido a la menor demanda de muebles (-15.3%), artículos de uso doméstico (-16.3%), y en menor medida, de prendas de vestir y calzado (-1.6%).
 - **Ferreterías y acabados (14.4% de las ventas internas)**: En este mes las ventas de esta actividad **disminuyeron en -2.2%**. A nivel de línea de producto, se aprecia una disminución en las ventas de muebles (-24.7%), productos diversos (-17.4%) y artículos domésticos (-5.0%), ello responde a una reducción en la ejecución de obras públicas y privadas, y baja demanda de los hogares.
 - **Equipamiento del hogar (4.5% de las ventas internas)**: Esta actividad **registró una reducción en las ventas en -25.6%**. A nivel de línea de producto, se registra menores ventas en la línea de muebles (-29.4%), artículos de uso doméstico (-25.6) y productos diversos (-24.9%).

- **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

Marzo 2023

(Variación porcentual interanual)



Las ventas de comercio interno, en marzo del 2023, registró un ligero aumento en sus ventas. Ello responde a la mayor facturación registrada en productos de consumo masivo.

Entre las actividades que tuvieron un desempeño positivo en el comercio interno en marzo de 2023 fueron: Supermercados e hipermercados (+4.7%), Libros, periódicos y artículos de papelería (+64.6%), Farmacias y boticas (+5.9%).

En contraste, atenuó parcialmente este comportamiento positivo, la disminución en las ventas de la actividad de Tiendas por departamento (-6.6%), Equipamiento del hogar (-25.6%) y Ferreterías y acabados (-2.2%), ello debido a una menor demanda de los hogares y menores inversiones en el sector construcción.

En marzo 2023 las ventas de comercio interno **aumentaron en 2.4%**



PERÚ

Ministerio de la Producción

En marzo de 2023, las ventas del comercio interno aumentaron en +2.4%. Dicho comportamiento se explica por el incremento de las ventas en los Supermercados (+4.7%), Farmacias y boticas (+5.9%) y Libros, periódicos y artículos de papelería (+64.6%). En contraste, dicho aumento fue atenuado por la disminución en las ventas de Tiendas por departamento (-6.6%), Ferreterías y acabados (-2.2%) y Equipamiento del hogar (-25.6%).

Gráfico Nº 1

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

(Millones de soles a precios corrientes)

CIIU (a)	Actividad	Mar-22	Mar-23	Var % Mar (23/22)
	Total	4,332	4,438	2.4
4711	Supermercados e hipermercados	1,867.8	1,955.9	4.7 ▲
4719	Tiendas por departamentos ^{1/}	658.4	614.7	-6.6 ▼
4752	Ferreterías y acabados	654.4	640.2	-2.2 ▼
4759	Equipamiento del hogar	268.9	200.1	-25.6 ▼
4772	Farmacias y boticas	725.2	767.9	5.9 ▲
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	157.5	259.3	64.6 ▲

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

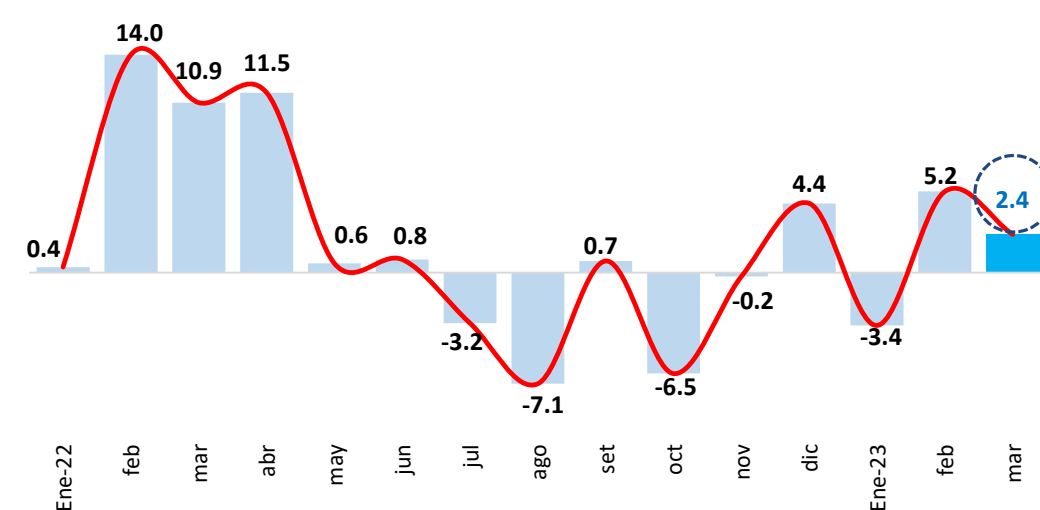
^{1/} Las ventas internas corresponden al comercio interno de (Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas) y representan aprox. el 98.5% del total; se excluye las ventas al por menor de combustibles de la actividad CIIU 4730.

^{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 se incremento en 4.7%



PERÚ

Ministerio de la Producción

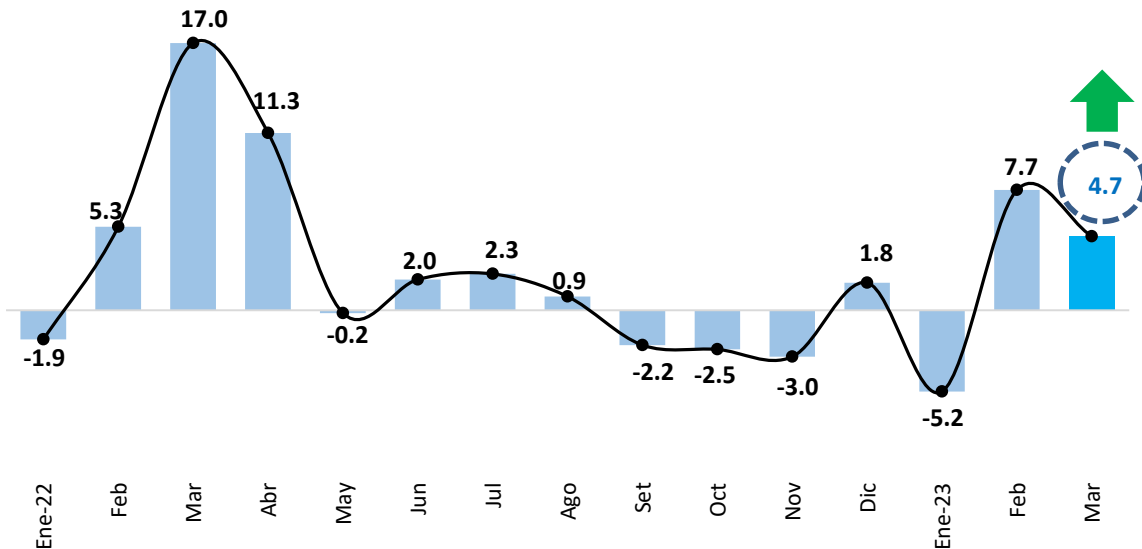
Las ventas en los **supermercados e hipermercados** registraron una moderada tasa de crecimiento **interanual de 4.7%** en marzo del 2023. Este resultado se explica por las mayores ventas en las líneas de Alimentos (+16.6%), bebidas y tabaco (+18.4%) y farmacéuticos y cosméticos (+16.0%).

En contraste, se observa una disminución en las ventas de prendas de vestir y calzado (-11.9%), artículos de uso doméstico (-12.5%) y productos diversos (-14.4%).

Gráfico N° 3

Evolución de las ventas de supermercados e hipermercados

(Variación porcentual interanual)

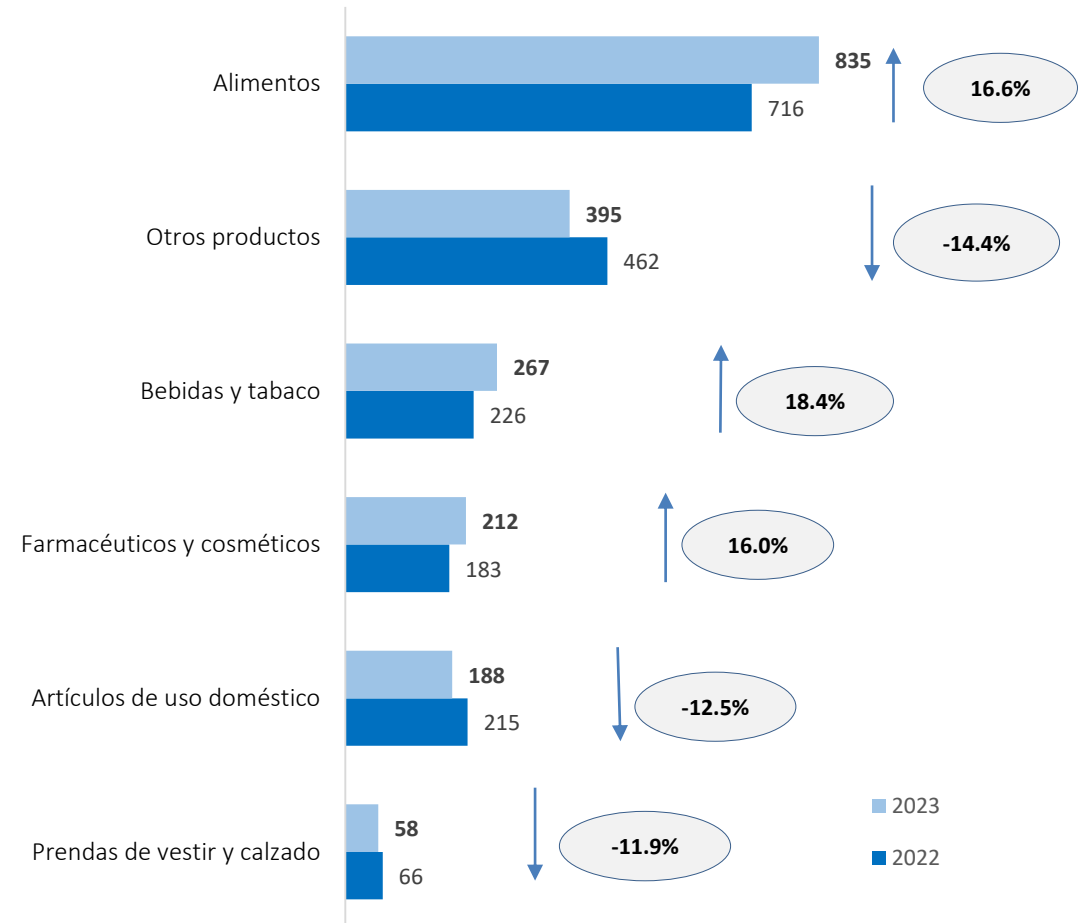


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico N° 4

Ventas por líneas de productos, marzo 2022 y marzo 2023

(Millones de soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Ventas de tiendas por departamento **disminuyeron en -6.6%**

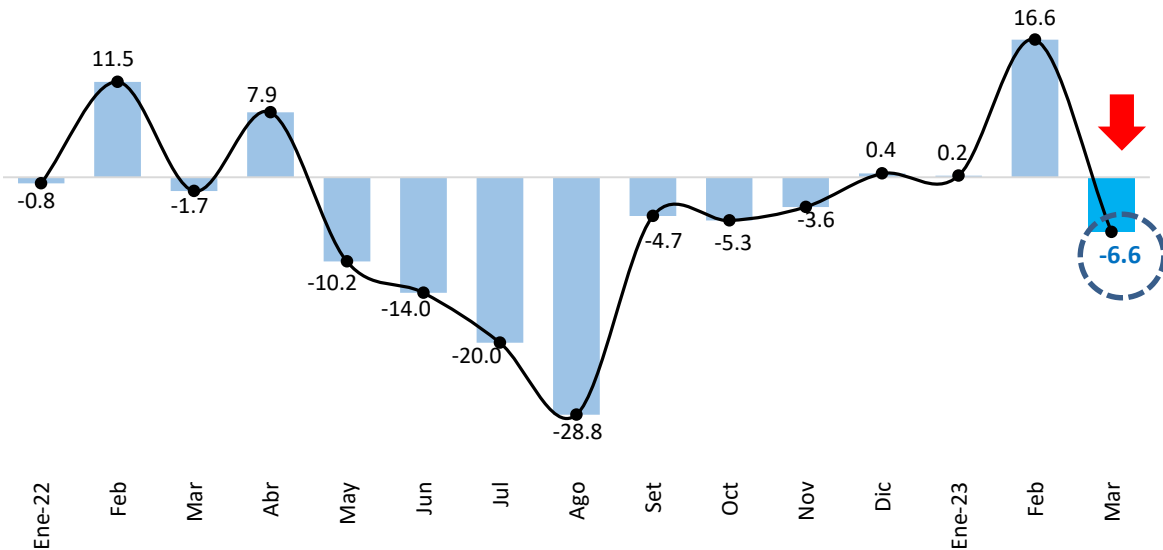
En marzo de 2023, las ventas en las **tiendas por departamento** disminuyeron en **-6.6% interanual**. Este resultado es explicado por las menores ventas de muebles (-15.3%), artículos de uso doméstico (-16.3%) y prendas de vestir y calzado (-1.6%).

No obstante, este desempeño fue atenuado por el incremento en las ventas de productos farmacéuticos y cosméticos (+41.9%) y productos diversos (+16.5%).

Gráfico Nº 3

Evolución de las ventas de tiendas por departamento

(Variación porcentual interanual)

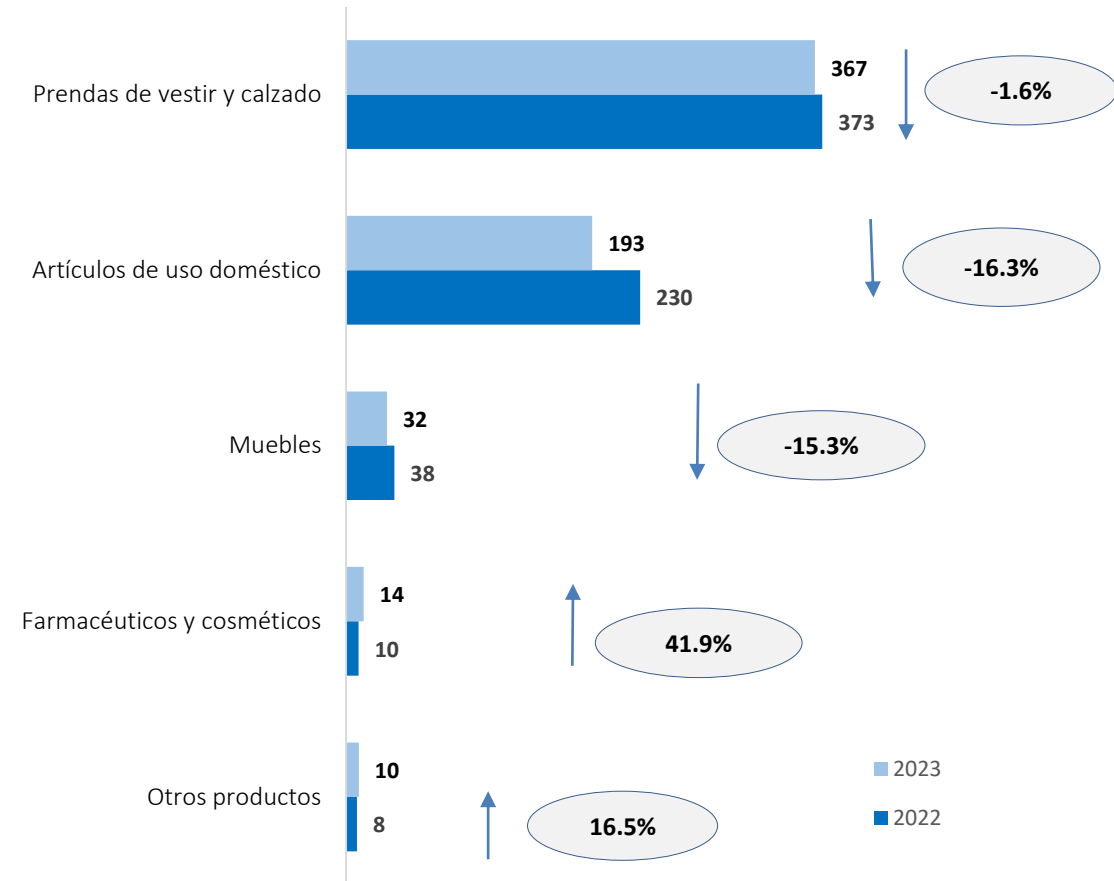


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 4

Ventas por líneas de productos, marzo 2022 y marzo 2023

(Millones de soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Ferreterías y acabados **disminuyeron sus ventas en 2.2%**

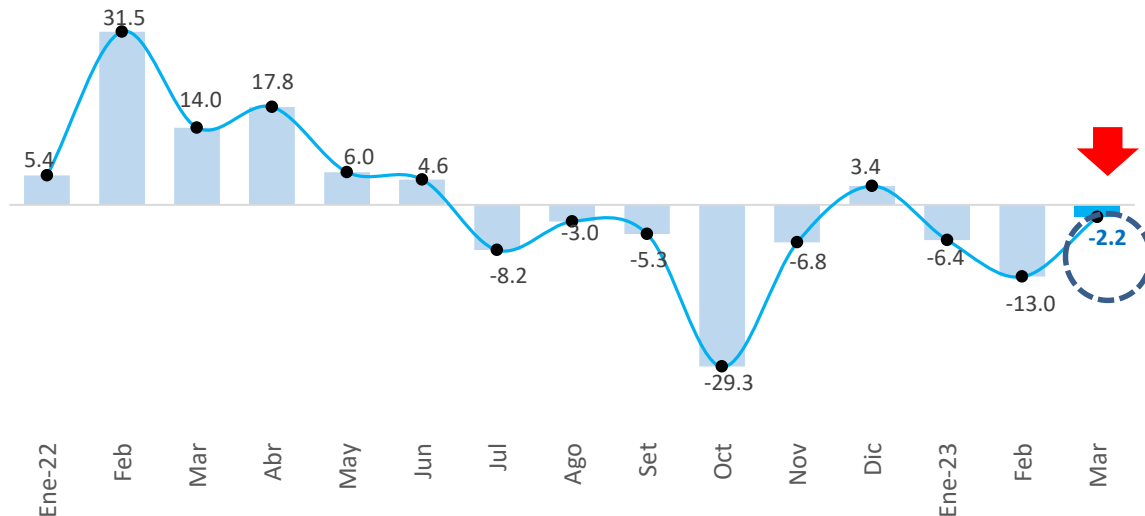
En marzo de 2023, las ventas de productos de la actividad de **ferreterías y acabados** disminuyeron en **-2.2%**, con relación al mismo mes del año 2022. Este resultado responde por un menor dinamismo de los proyectos privados del rubro construcción, obras públicas así como el acabado de viviendas, que inciden en las líneas de artículos de muebles (-24.7%), artículos de uso doméstico (-5.0%) y productos diversos (-17.4%).

En contraste, este comportamiento fue atenuado parcialmente por el incremento en las ventas de la línea de artículos de ferretería (+15.0%).

Gráfico N° 5

Evolución de las ventas de ferreterías y acabados

(Variación porcentual interanual)

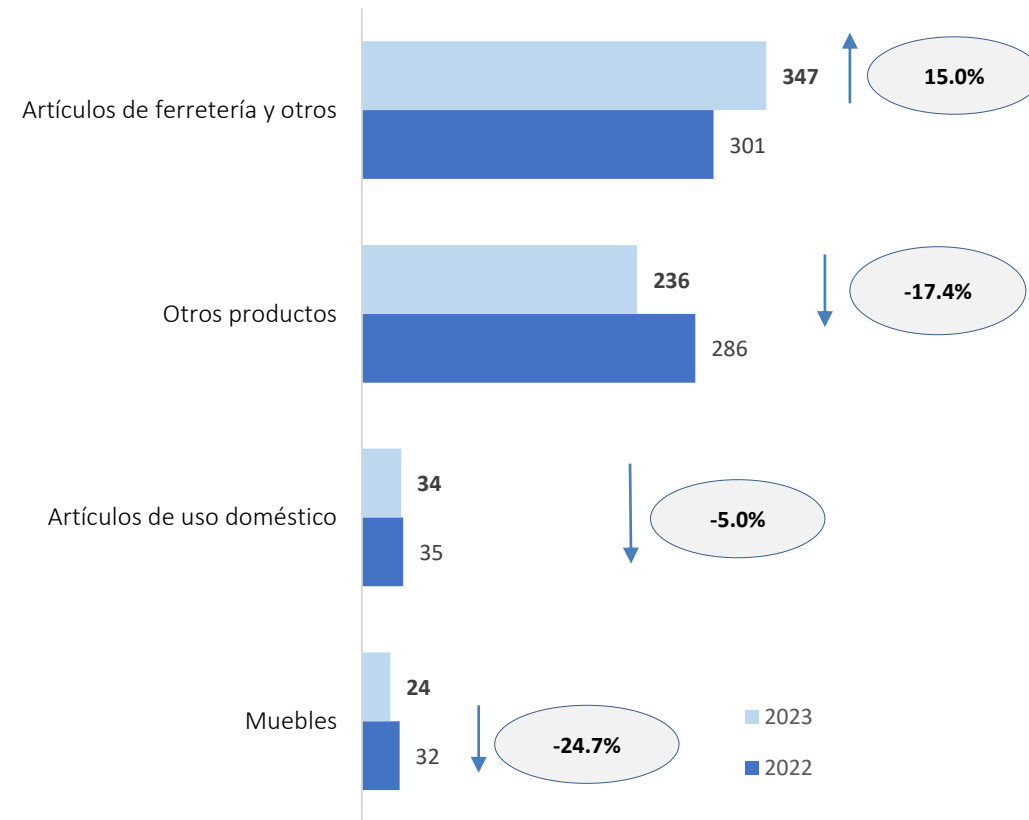


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico N° 6

Ventas por líneas de productos, marzo 2022 y marzo 2023

(Millones de Soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

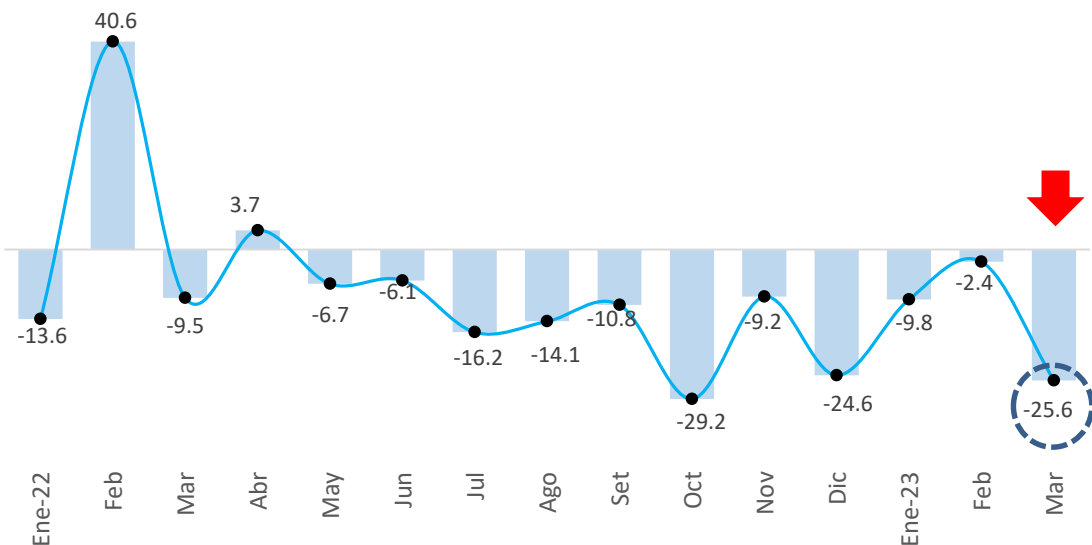
Equipamiento del hogar disminuyeron sus ventas en 25.6%

En marzo de 2023, las ventas de productos de la actividad de **equipamiento del hogar** disminuyeron en **-25.6%**, 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 prioridad en la canasta básica del consumidor. Por otro lado se observa una disminución en las líneas de muebles (-29.4%), productos diversos (-24.9%) y artículos de uso doméstico (-25.6%); afectado por la menor demanda local.

Gráfico N° 7

Evolución de las ventas de equipamiento del hogar

(Variación porcentual interanual)

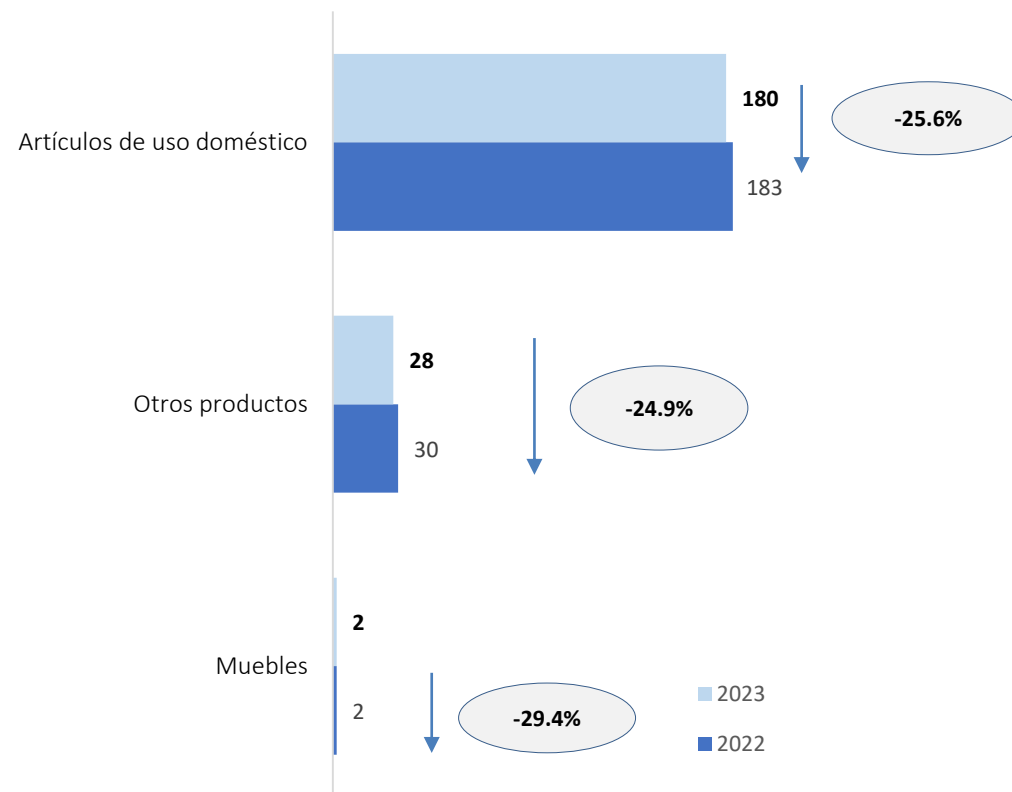


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico N° 8

Ventas por líneas de productos, marzo 2022 y marzo 2023

(Millones de Soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Ventas de farmacias y boticas **aumentaron en 5.9%**



PERÚ

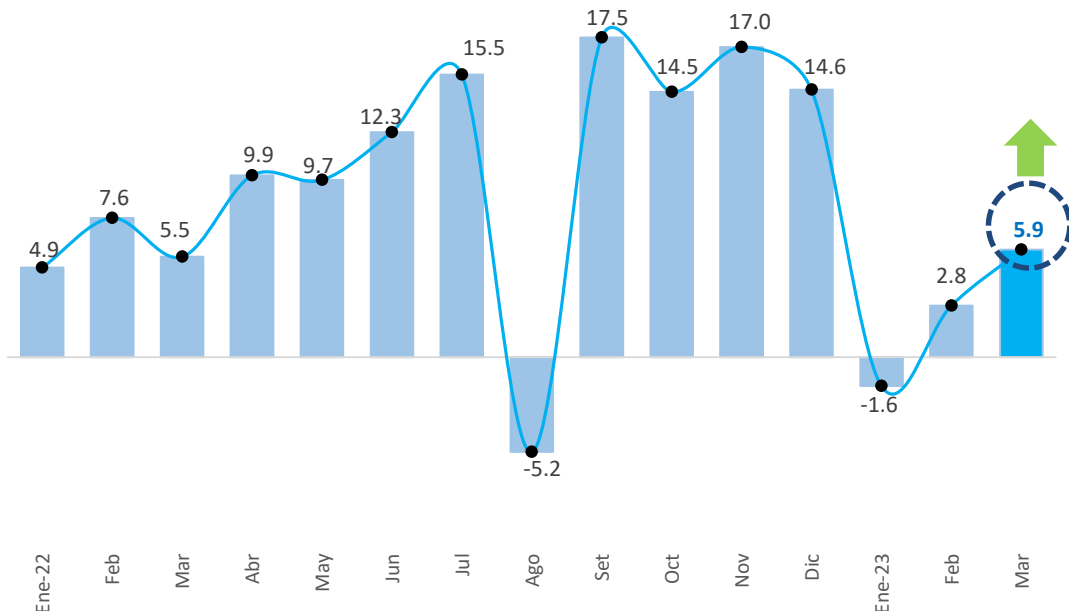
Ministerio de la Producción

En marzo de 2023, las ventas de farmacias y boticas **aumentaron en 5.9%**, con respecto similar mes del año anterior. Dicho comportamiento responde a un aumento en las ventas de productos farmacéuticos y medicinales (+7.6%). En contraste, fue atenuado parcialmente por una ligera disminución en las ventas de productos de cuidado personal (-1.7%).

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, marzo 2022 y marzo 2023

(Millones de Soles y Var.% interanual)

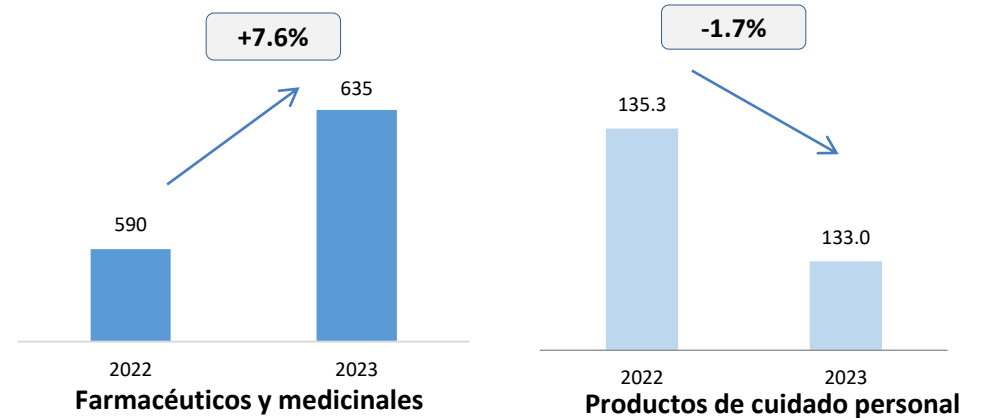
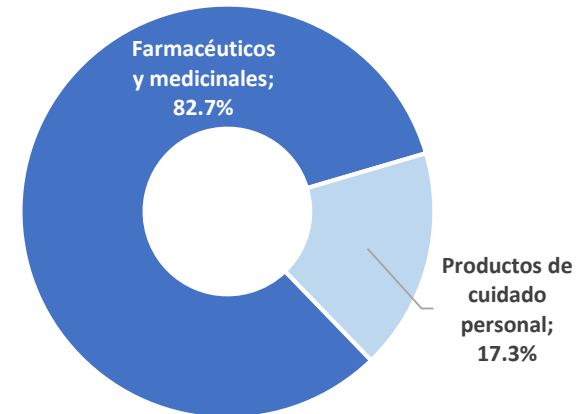


Gráfico Nº 11

Participación de las ventas por líneas de productos, marzo 2023

(Porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

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



PERÚ

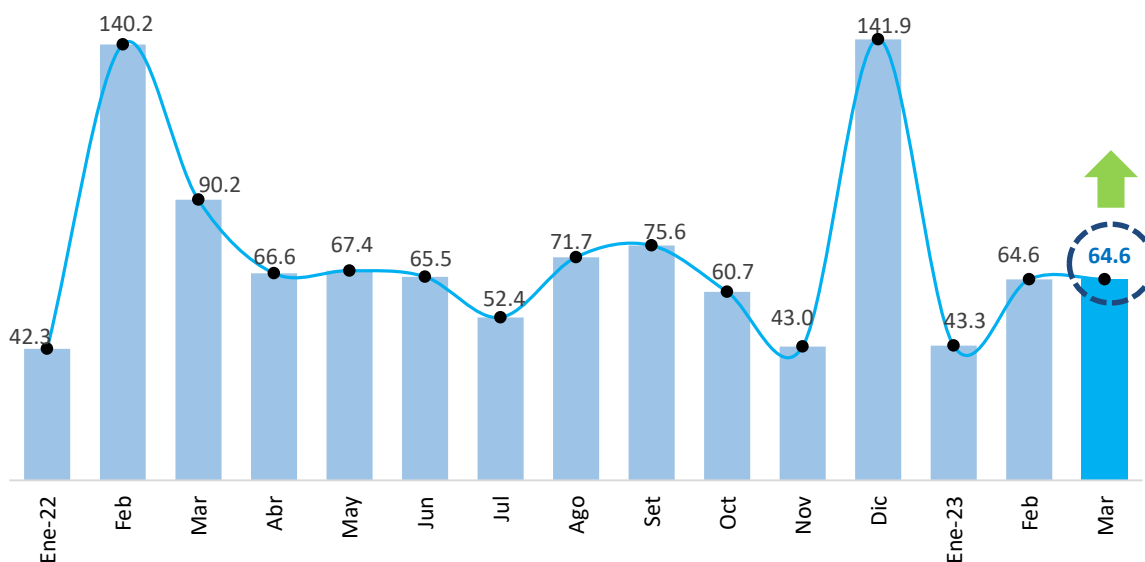
Ministerio de la Producción

Las ventas de la actividad de **libros, periódicos y artículos de papelería**, en marzo de 2023, tuvieron un resultado positivo en **(+64.6%)**, el cual se explica por las compras por campaña escolar, conllevando a un mayor consumo de productos de librerías (libros, cuadernos, papelería, entre otros productos) (+58.8%). Así como el incremento de (+148.0%) 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, marzo 2022 y marzo 2023

(Millones de Soles y Var.% interanual)

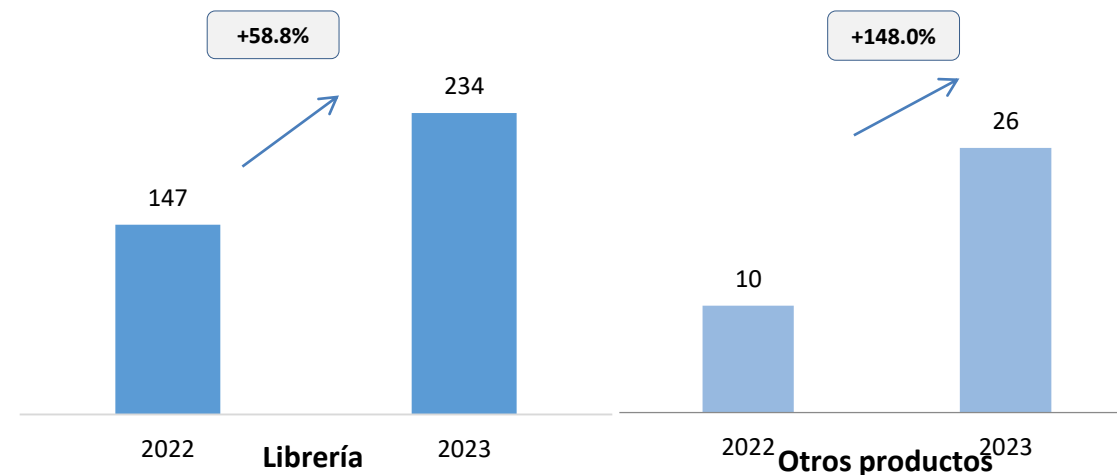
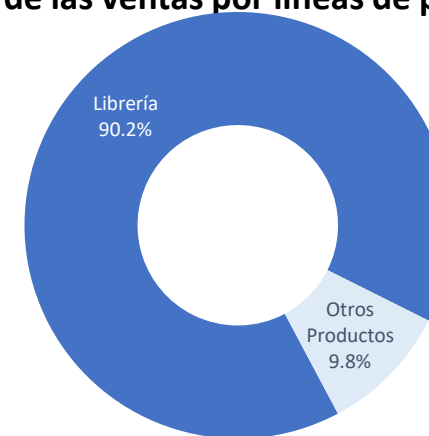


Gráfico N° 14

Participación de las ventas por líneas de producto, marzo 2023

(Porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Tiendas: Número de tiendas **aumentó 22.4%** en marzo de 2023



Actividades

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

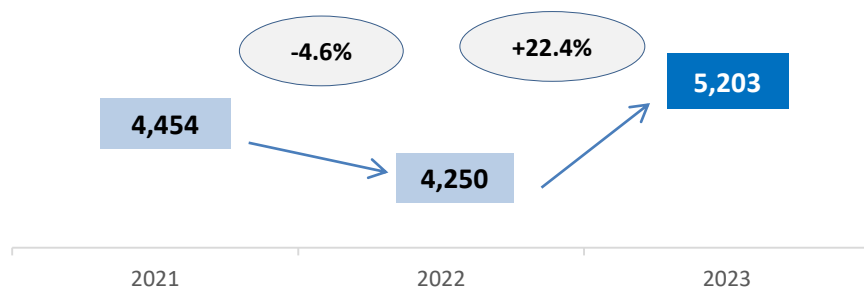
Supermercados e hipermercados	360
Tiendas por departamento	43
Ferreterías y acabados del hogar	4
Equipamiento del hogar	-8
Libros, periódicos y artículos de papelería	-1
Farmacias y boticas	555

1/ En relación a similar mes del año anterior

Gráfico Nº 15

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

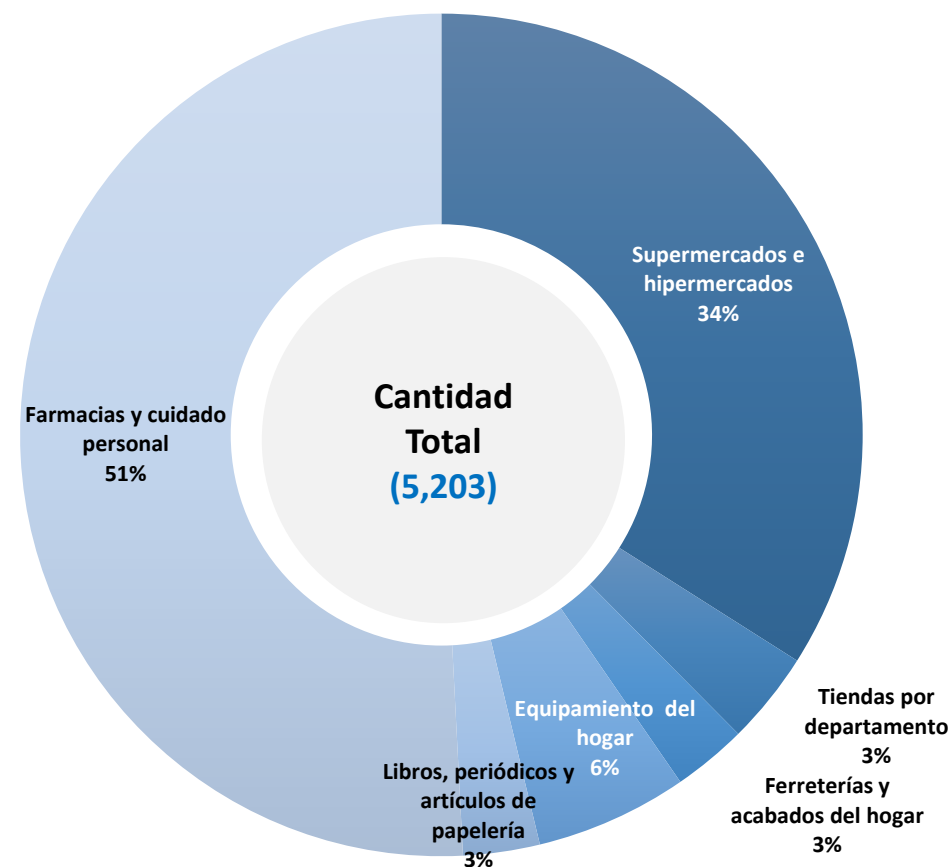
(Cantidad y Variación %)



Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 16

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



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Nivel de empleo **disminuyó en 4.2%** y registró **112 mil 467** puestos de trabajo



PERÚ

Ministerio de la Producción

Gráfico N° 17

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

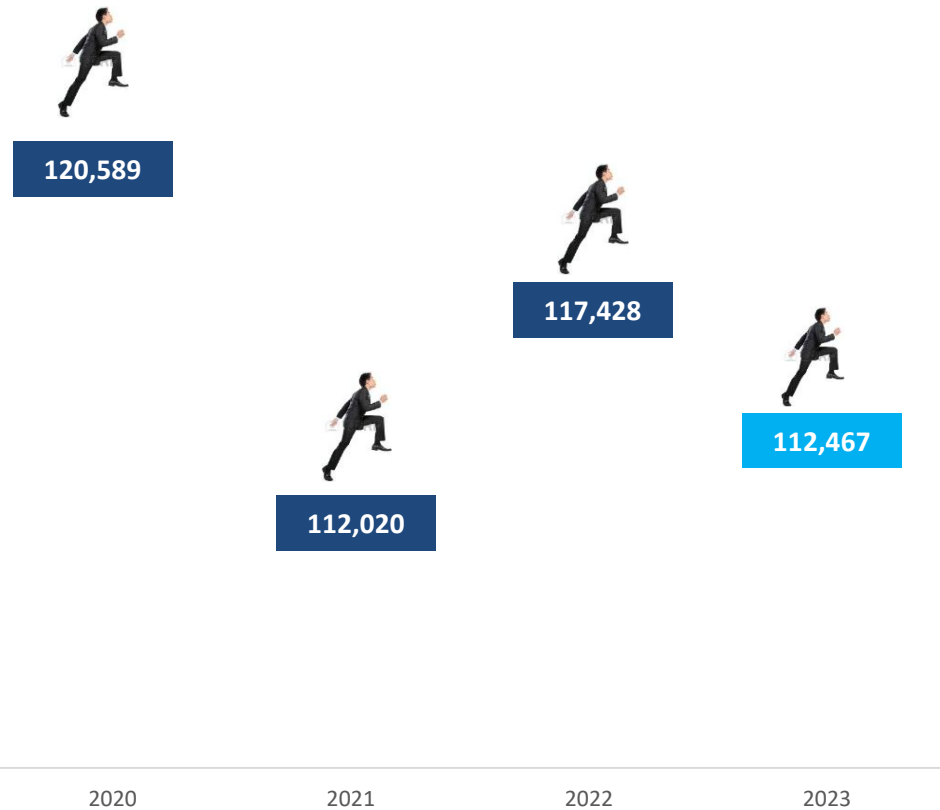
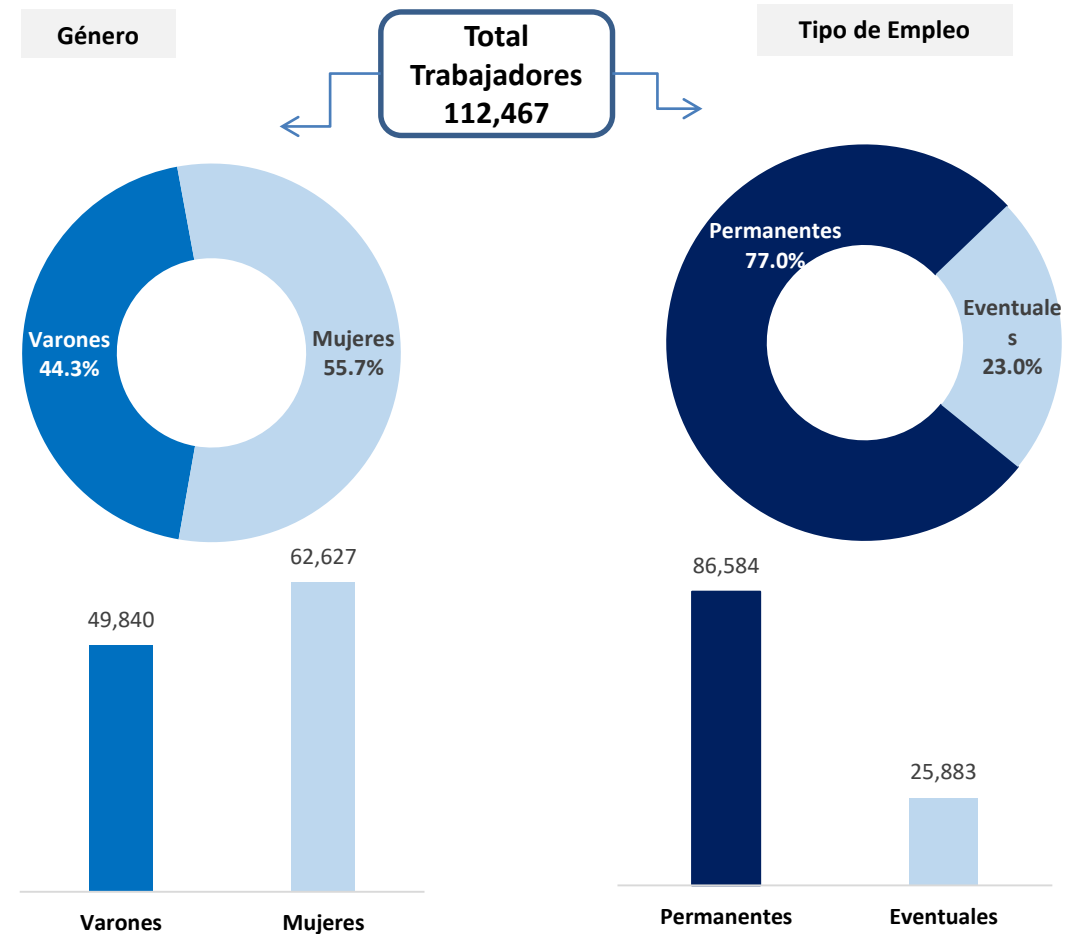


Gráfico N° 18

Empleo ocupado en el sector comercio minorista por género y tipo de empleo, marzo 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.			
	Mar 21/20	Mar 22/21	Mar 23/19	Mar 23/22	Ene – Mar (21/20)	Ene – Mar (22/21)	Ene – Mar (23/19)	Ene – Mar (23/22)
Total Comercio Interno	36.1	10.9	27.7	2.4	17.0	8.0	21.4	1.4
Supermercados e Hipermercados	-2.4	17.0	34.3	4.7	6.9	6.7	27.7	2.3
Tiendas por departamento	192.7	-1.7	14.4	-6.6	37.7	2.0	15.1	2.2
Ferreterías y acabados del hogar	80.1	14.0	36.7	-2.2	28.4	15.9	26.7	-7.1
Equipamiento del hogar	197.2	-9.5	-8.2	-25.6	34.9	-0.2	-0.3	-13.5
Libros, periódicos y artículos de papelería	35.4	90.2	88.2	64.6	-35.1	88.5	51.0	60.2
Farmacias y boticas	30.5	5.5	16.7	5.9	22.4	5.9	11.4	2.4

Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Elaboración: PRODUCE (OEE)

- ✓ En el acumulado de enero a marzo del 2023, las ventas del comercio interno registraron un ligero avance de +1.4%, con relación al mismo periodo del 2022. Este resultado positivo se debe a una recuperación en las ventas de productos de consumo masivo.
- ✓ Entre las actividades que más crecieron e incidieron en el resultado positivo del sector a marzo 2023 tenemos a: Libros, periódicos y artículos de papelería (+60.2%), Farmacias y boticas (+2.4%), Supermercados e hipermercados (+2.3%) y Tiendas por departamento (+2.2%).
- ✓ En contraste, este comportamiento fue atenuado parcialmente por la disminución de las ventas de Equipamiento del hogar (-13.5) y Ferreterías y acabados del hogar (-7.1%), ello debido a una reducción en la demanda del Sector Construcción.
- ✓ La actividad de libros, periódicos y artículos de papelería destaca por su importante crecimiento entre enero y marzo de 2023, favorecido por el retorno de las clases presenciales y las campañas de la feria del libro.