



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 2024

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

Lima, Mayo 2024



PRODUCE
Ministerio de la Producción

□ [En marzo de 2024](#)

- ✓ Las ventas del comercio interno registraron un crecimiento de 3.3% con relación a marzo de 2023. Este resultado positivo, por cuarto mes consecutivo, fue debido principalmente al incremento, a tasa de dos dígitos, de las ventas de los supermercados e hipermercados, farmacias y boticas y de los libros, periódicos y artículos de papelería, impulsado por el crecimiento de la demanda interna (+2.4%).
- ✓ Al analizar los rubros, se destacan los siguientes puntos: se observó un aumento en las ventas de los **supermercados e hipermercados (+10.2%)**, así como de la actividad de **farmacias y boticas (+16.7%)** y **libros, periódicos y artículos de papelería (+10.7%)**. En contraste, dicho comportamiento fue atenuado por la reducción en las ventas de las **tiendas por departamento (-7.0%)**, **equipamiento del hogar (-1.2%)** y **ferreterías y acabados (-23.3%)**.
- ✓ A continuación, se presentan a detalle el desempeño de cada rubro:
 - **Supermercados e hipermercados** (48.0% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad anotaron un **aumento del 10.2%**. Este resultado se atribuye al incremento en la demanda de alimentos (+17.5%), prendas de vestir y calzado (+19.1%) y bebidas y tabaco (+20.4%).
 - **Farmacias y boticas** (18.7% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad **augmentó en 16.7%**, ello debido al incremento de productos de cuidado personal (+123.3%). En contraste, atenuaron este resultado las menores ventas de productos de farmacéuticos y medicinales (-7.8%).
 - **Libros, periódicos y artículos de papelería** (4.7% de las ventas internas): Esta actividad creció en **10.7%**, debido al aumento en la demanda de productos de papelería y útiles escolares (+5.4%) y productos diversos (+109.3%).
 - **Tiendas por departamento** (12.7% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad **disminuyeron en 7.0%**, debido a la baja demanda de los muebles (-3.3%), artículos de uso doméstico (-17.9%), y en menor medida, de prendas de vestir y calzado (-2.0%).
 - **Equipamiento del hogar** (5.1% de las ventas internas): Esta actividad **registró una ligera disminución de 1.2% en las ventas**. A nivel de líneas de productos, se observaron menores ventas de muebles (-7.3%) y productos diversos (-51.8%). En contraste, este resultado fue atenuado por el aumento de las ventas de artículos de uso doméstico (+6.2%).
 - **Ferreterías y acabados** (10.9% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad **disminuyeron en 23.3%**, explicado por la reducción en las ventas de artículos de productos diversos (-16.7%), artículos de ferretería (-29.5%) y muebles (-8.1%). Ello estaría asociado por la menor ejecución de obras privadas y públicas y contracción del sector Construcción (-2.5%).

- **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 2024

(Variación porcentual interanual)



En marzo de 2024, se evidenció **un incremento en las ventas del comercio interno (+3.3%)**, explicada por el aumento en la facturación de productos relacionados con alimentos, librerías y de cuidado personal.

Las actividades que presentaron un desempeño positivo en el comercio interno durante marzo de 2024 fueron: **Supermercados e hipermercados (+10.2%)**, **Farmacias y boticas (+16.7%)** y **Libros, periódicos y artículos de papelería (+10.7%)**. Estos aumentos estarían relacionadas con una mayor demanda de productos alimenticios, de libros y útiles escolares (campaña y ferias escolares).

En contraste, este resultado positivo fue atenuado por la disminución en las ventas registradas por las actividades de **Tiendas por departamento (-7.0%)**, **Equipamiento del hogar (-1.2%)**, **Ferreterías y acabados (-23.3%)**.

Las ventas de comercio interno **aumentaron en 3.3%**



PERÚ

Ministerio de la Producción

En marzo de 2024, las ventas del comercio interno crecieron en **3.3%** debido al incremento, a tasas de dos dígitos, de las ventas de los Supermercados (+10.2%), Farmacias y boticas (+16.7%) y Libros, periódicos y artículos de papelería (+10.7%). En contraste, este resultado fue atenuado por la disminución en las ventas de las Tiendas por departamento (-7.0%), Equipamiento del hogar (-1.2%) y Ferreterías y acabados (-23.3%).

Gráfico Nº 1

Desempeño de las ventas internas según Grupo y Clase CIU^{1/}, marzo 2024

(Millones de soles a precios corrientes)

CIU (a)	Actividad	Mar-23	Mar-24	Var % Mar (24/23)
	Total	4,355	4,499	3.3
4711	Supermercados e hipermercados	1,960.0	2,159.3	10.2 ▲
4719	Tiendas por departamentos ^{1/}	614.7	571.7	-7.0 ▼
4752	Ferreterías y acabados	640.2	491.3	-23.3 ▼
4759	Equipamiento del hogar	230.9	228.1	-1.2 ▼
4772	Farmacias y boticas	719.3	839.1	16.7 ▲
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	189.3	209.6	10.7 ▲

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

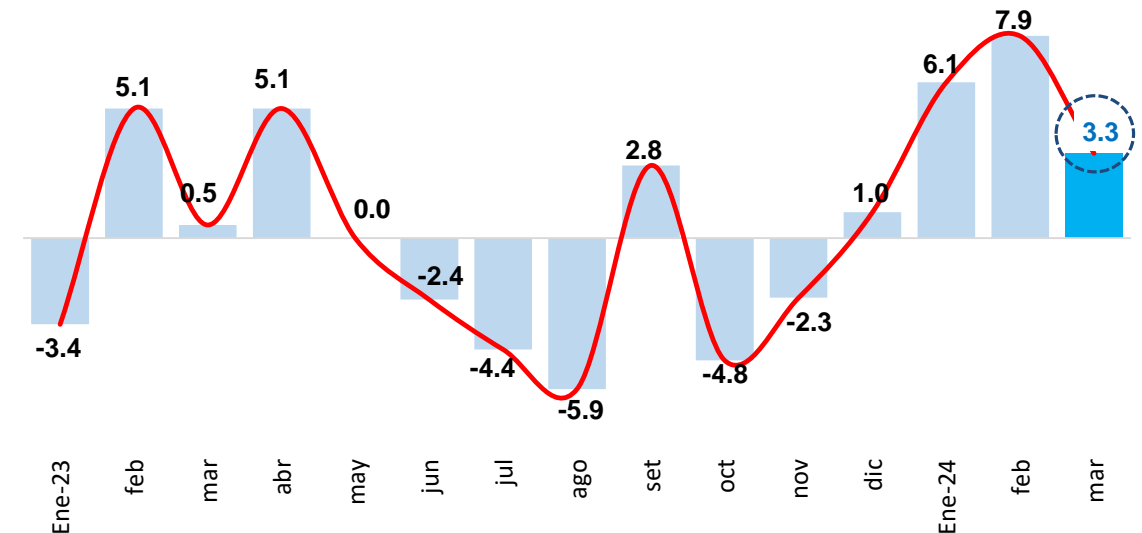
^{1/} Las ventas internas corresponden al comercio interno de (Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas) y representan aprox. el 98.5% del total; se excluye las ventas al por menor de combustibles de la actividad CIU 4730.

^{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)



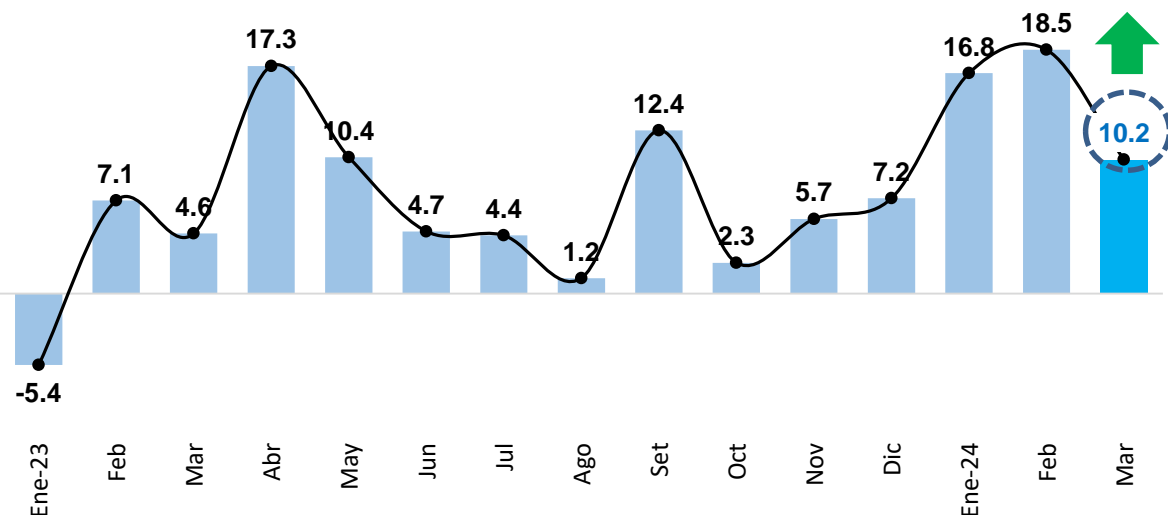
Ventas de supermercados e hipermercados **incrementaron en 10.2%**

- Las ventas en los **supermercados e hipermercados** registraron un **crecimiento interanual de 10.2%** en marzo de 2024. Este resultado se debe a las mayores ventas de productos relacionados con la canasta básica familiar, como son las categorías de: alimentos (+17.5%), bebidas y tabaco (+20.4%), farmacéuticos y cosméticos (+1.5%) y prendas de vestir y calzado (+19.1%).
- En contraste, se observó una **disminución en las ventas de artículos de uso doméstico (-5.6%)**.

Gráfico N° 3

Evolución de las ventas de supermercados e hipermercados

(Variación porcentual interanual)

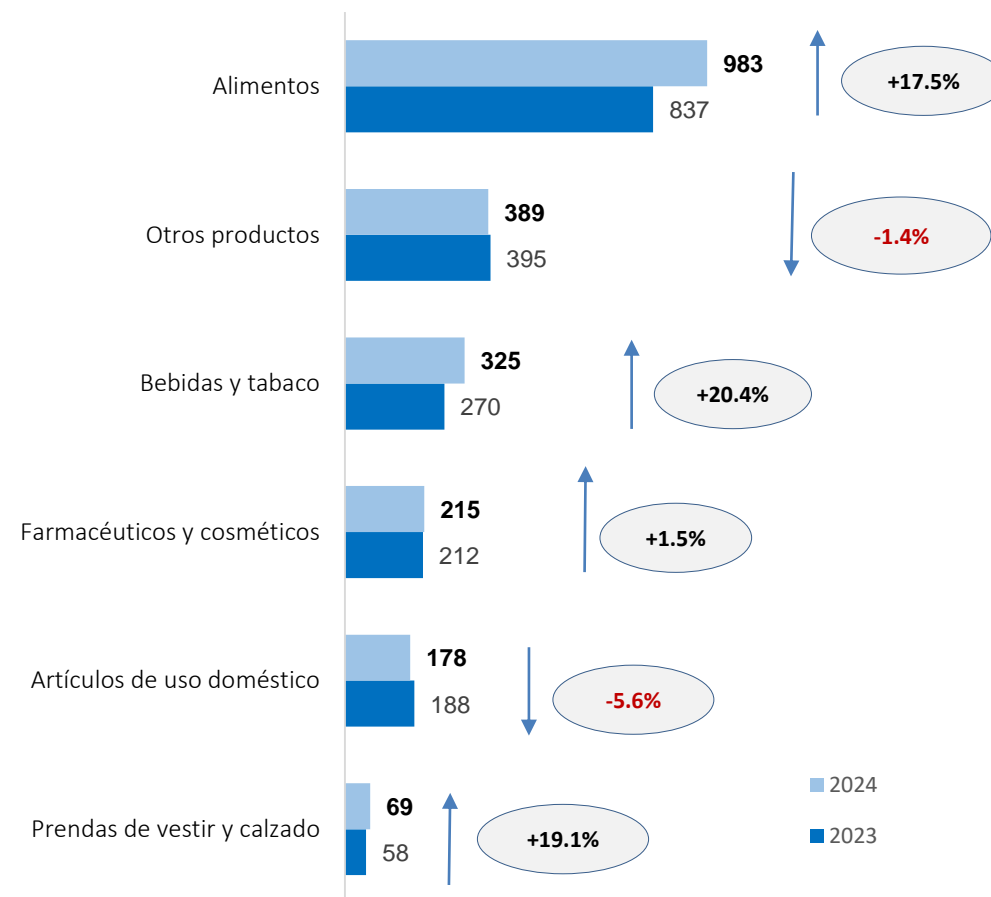


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico N° 4

Ventas por líneas de productos, marzo 2023 y marzo 2024

(Millones de soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Ventas de farmacias y boticas **aumentaron en 16.7%**



PERÚ

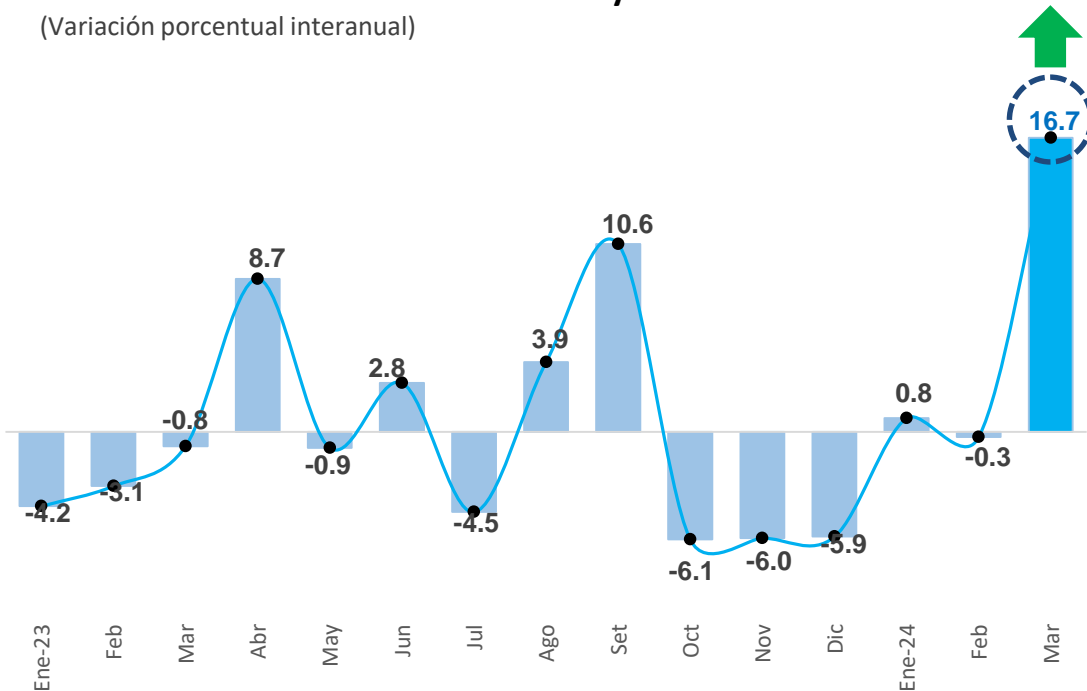
Ministerio de la Producción

- En marzo 2024, se registró un **crecimiento de 16.7%** en las ventas de **farmacias y boticas** en comparación con el mismo mes del año anterior.
- Este resultado se debe a las mayores ventas registradas en productos de cuidado personal (+123.3%). En contraste, este resultado fue atenuado parcialmente por las menores ventas de productos de farmacéuticos y medicinales (-7.8%).

Gráfico N° 5

Evolución de las ventas de farmacias y boticas

(Variación porcentual interanual)



Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico N° 6

Ventas por líneas de productos, marzo 2023 y marzo 2024

(Millones de Soles y Var.% interanual)

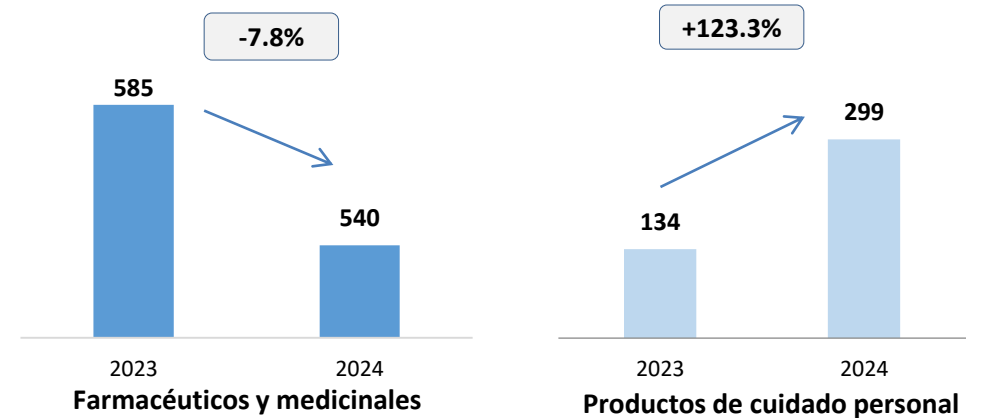
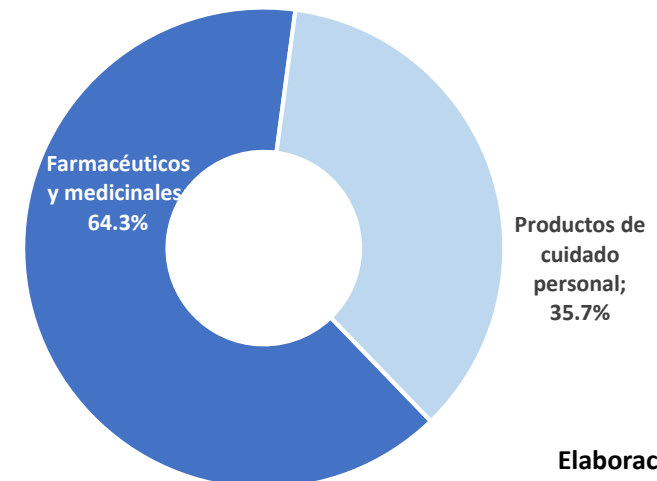


Gráfico N° 7

Participación de las ventas por líneas de productos, marzo 2024

(Porcentaje)



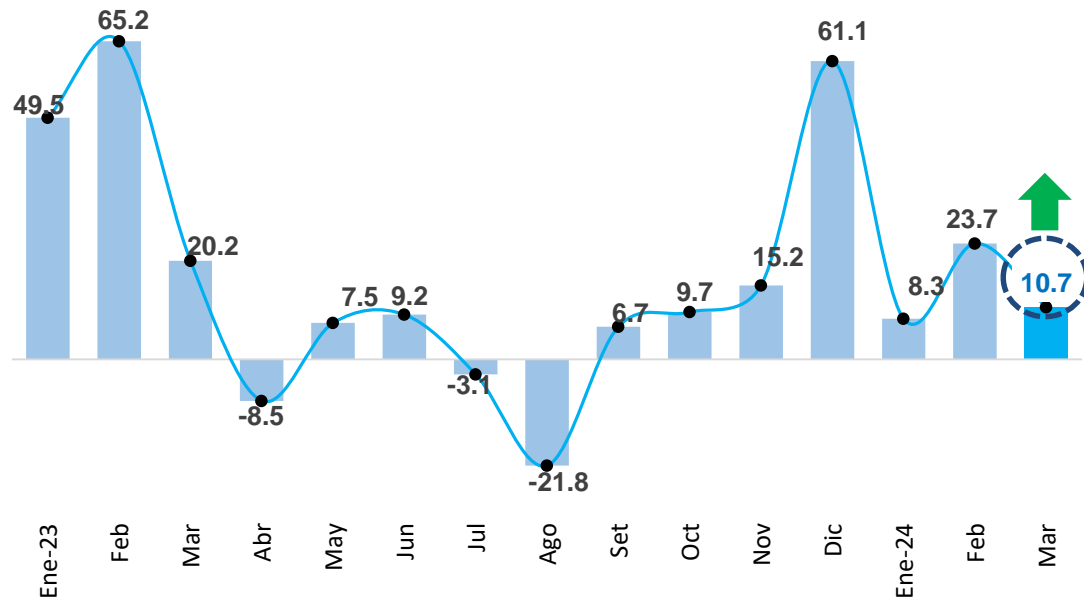
Elaboración: PRODUCE (OEE)

Ventas de libros, periódicos y artículos de papelería **aumentaron en 10.7%**

- Las ventas en la actividad de **libros, periódicos y artículos** de papelería registraron un **importante aumento de 10.7%** en marzo de 2024. Ello debido principalmente al incremento en las ventas de libros, cuadernos, papelería y útiles escolares (+5.4%), asociado a la continua demanda por inicio de la campaña escolar. Asimismo, también incidió la mayor venta de productos diversos (+109.3%), tales como equipos informáticos, juguetería y otros accesorios.

Gráfico N° 8

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° 9

Ventas por líneas de productos, marzo 2023 y marzo 2024
(Millones de Soles y Var.% interanual)

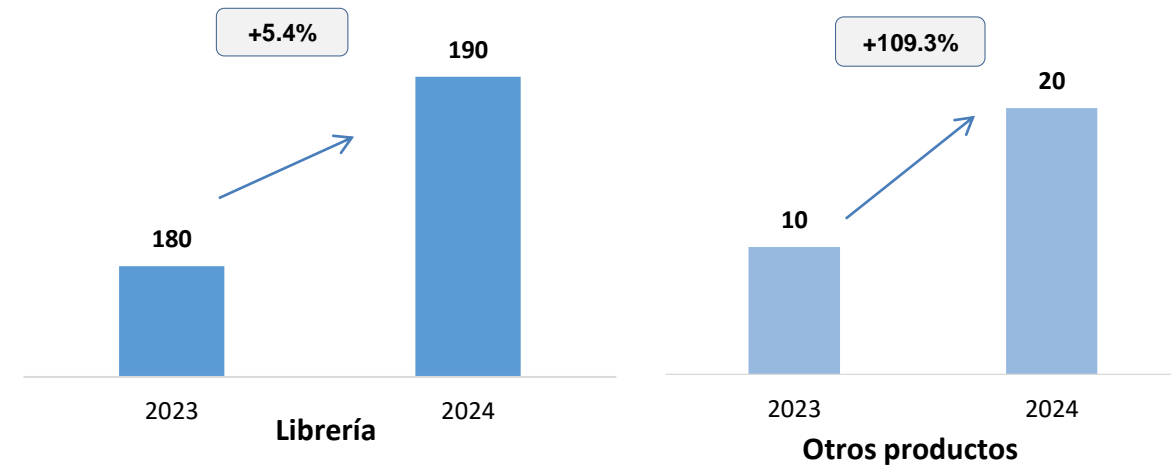
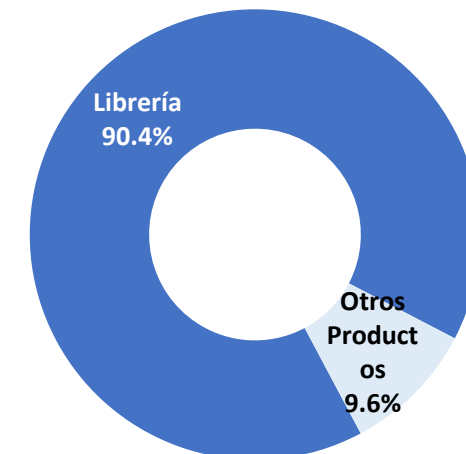


Gráfico N° 10

Participación de las ventas por líneas de producto, marzo 2024
(Porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Equipamiento del hogar disminuyeron sus ventas en 1.2%

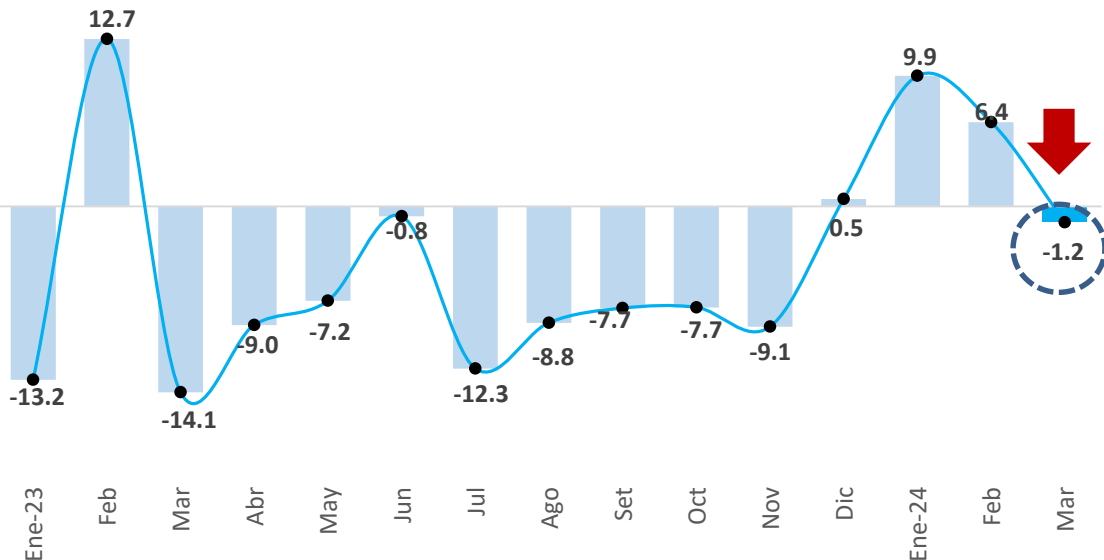


- En marzo 2024, se registró una ligera **disminución interanual de 1.2%** en las ventas de productos relacionados con el **equipamiento del hogar**. Esto estaría asociado a la disminución en las ventas de productos diversos (-51.8%) y muebles (-7.3%).
- En contraste, este resultado fue atenuado por el incremento en las ventas de artículos de uso doméstico (+6.2%).

Gráfico N° 11

Evolución de las ventas de equipamiento del hogar

(Variación porcentual interanual)

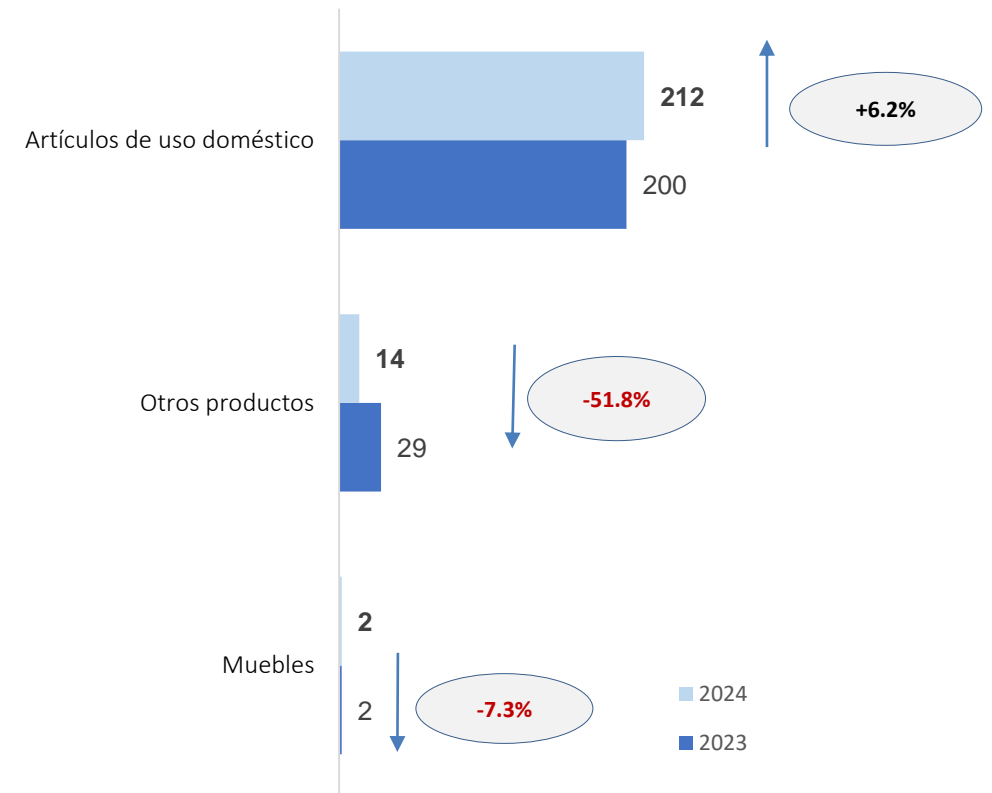


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico N° 12

Ventas por líneas de productos, marzo 2023 y marzo 2024

(Millones de Soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

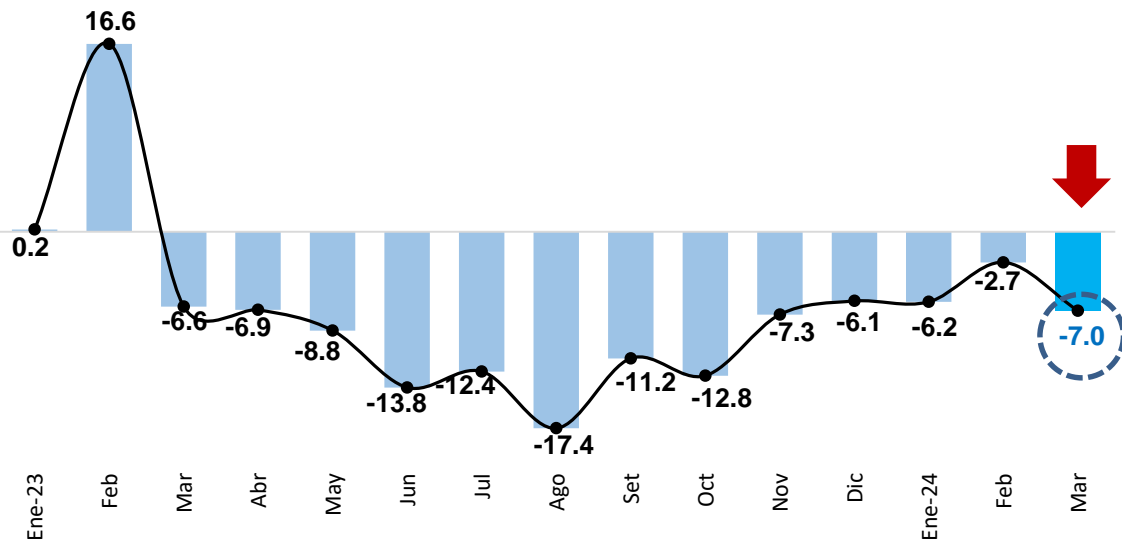
Ventas de tiendas por departamento disminuyeron en 7.0%

- En marzo de 2024, las ventas en las **tiendas por departamento** disminuyeron en **7.0% interanual**. Este resultado se debe a las menores ventas registradas de los muebles (-3.3%), prendas de vestir y calzado (-2.0%), productos diversos (-5.9%) y artículos de uso doméstico (-17.9%).
- En contraste, este desempeño negativo fue atenuado por el incremento en las ventas de productos farmacéuticos y cosméticos (+3.8%).

Gráfico Nº 13

Evolución de las ventas de tiendas por departamento

(Variación porcentual interanual)

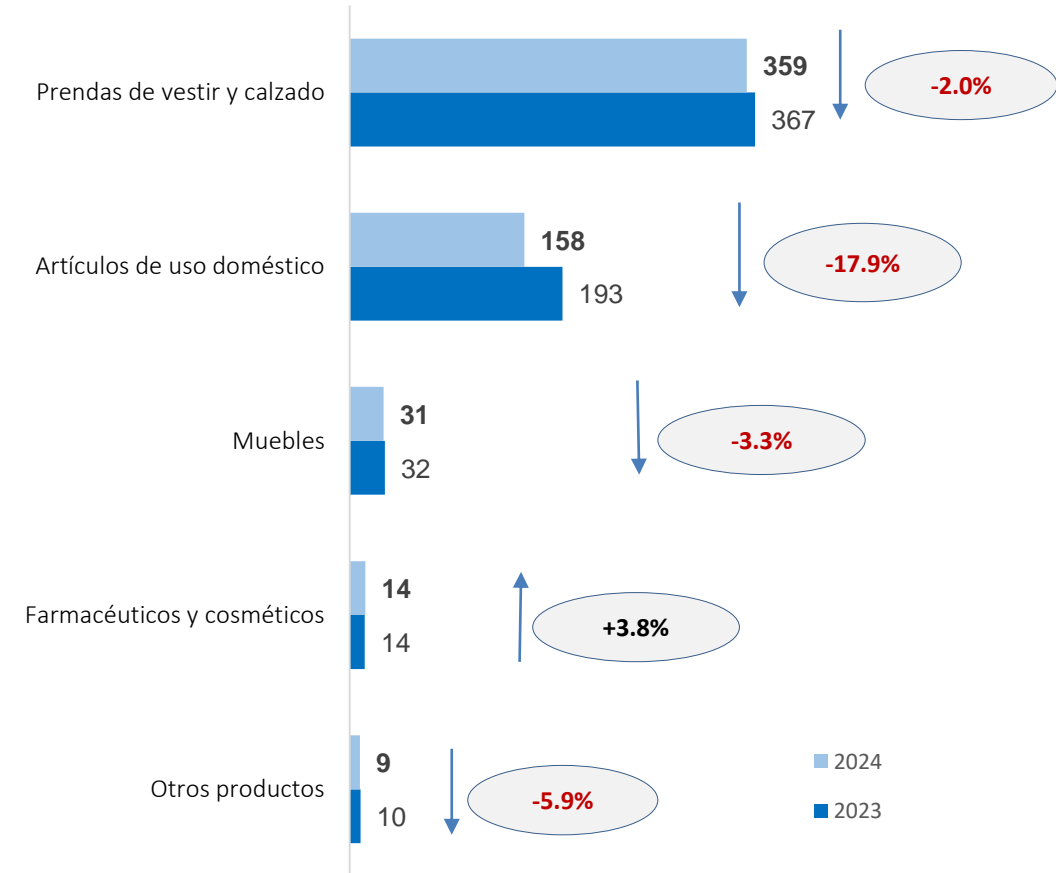


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 14

Ventas por líneas de productos, marzo 2023 y marzo 2024

(Millones de soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

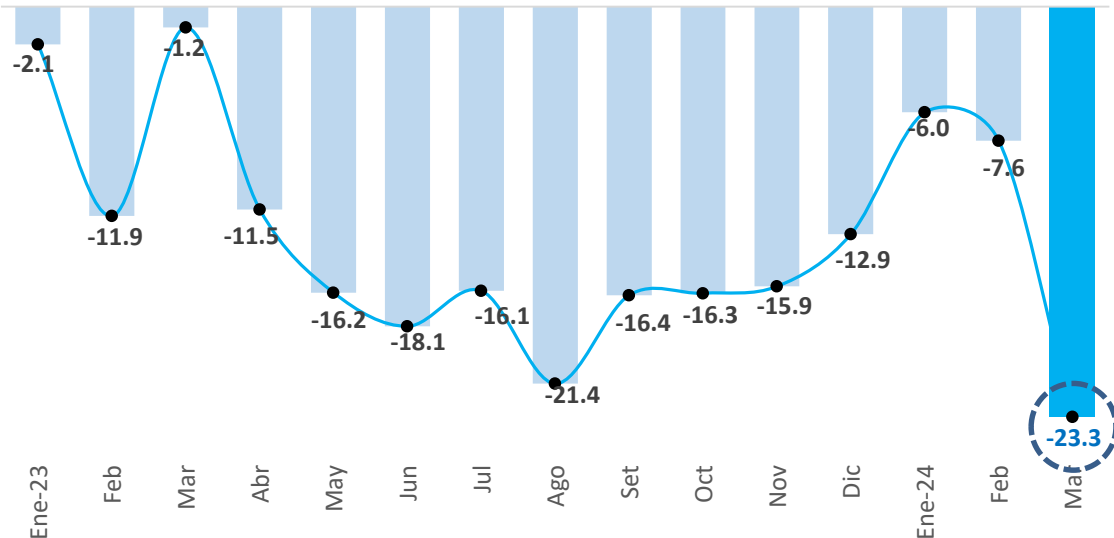
Ferreterías y acabados **disminuyeron sus ventas en 23.3%**

- Las ventas de productos relacionados con la actividad de **ferreterías y acabados** registraron una **significativa disminución interanual de 23.3%** en marzo de 2024. Ello debido al menor dinamismo en la ejecución de los proyectos privados, obras públicas y de autoconstrucción.
- Este contexto incidió de manera negativa en las ventas de productos diversos (-16.7%), artículos de ferretería (-29.5%) y muebles (-8.1%).

Gráfico N° 15

Evolución de las ventas de ferreterías y acabados

(Variación porcentual interanual)

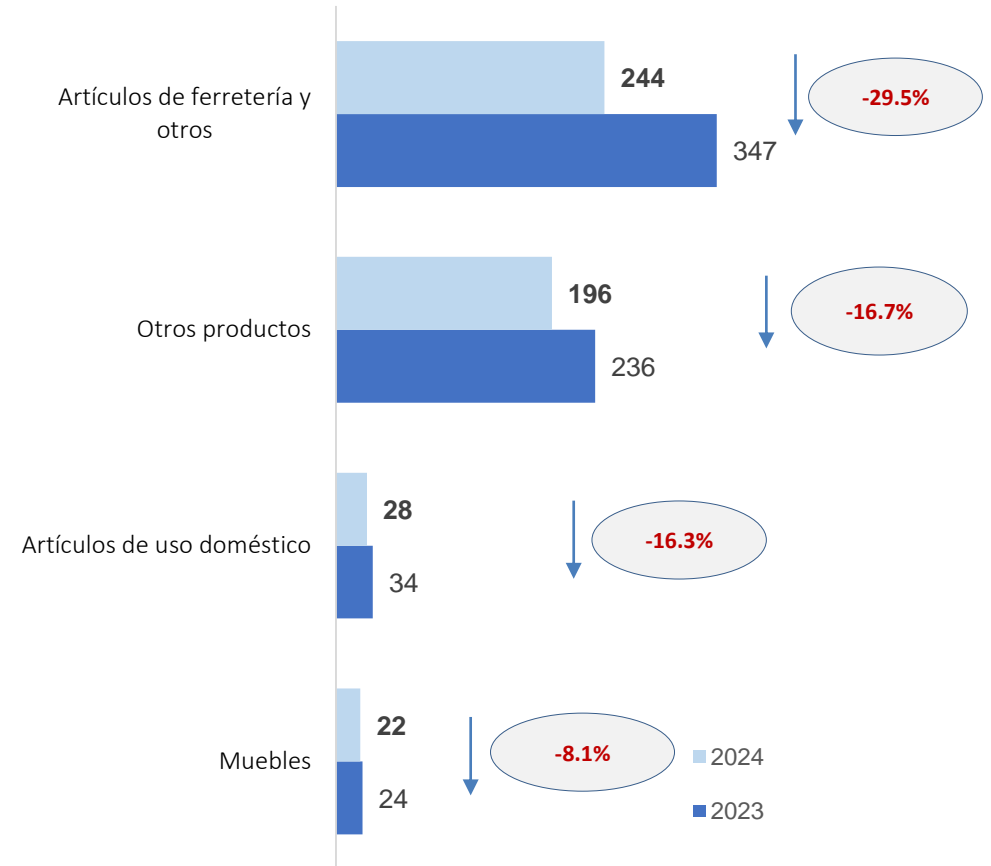


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico N° 16

Ventas por líneas de productos, marzo 2023 y marzo 2024

(Millones de Soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Tiendas: Número de tiendas **aumentó en 9.0%**



PERÚ

Ministerio de la Producción

Actividades

Número de aperturas (+) y cierres (-) de tiendas en marzo 2024^{1/}

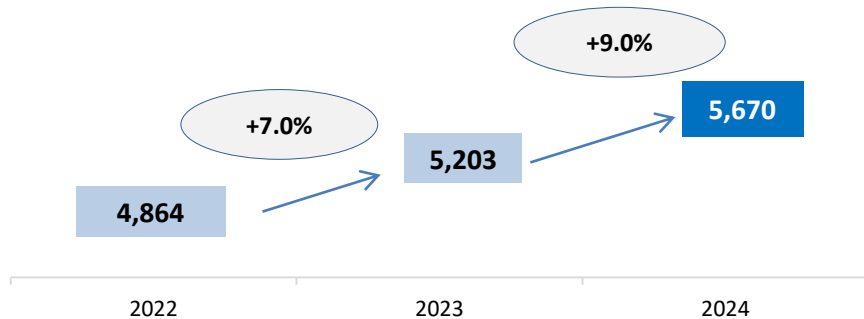
Supermercados e hipermercados	+395
Tiendas por departamento	+15
Ferreterías y acabados del hogar	+3
Equipamiento del hogar	-5
Libros, periódicos y artículos de papelería	+3
Farmacias y boticas	+56

1/ En relación a similar mes del año anterior

Gráfico Nº 17

Evolución del número de tiendas del comercio interno: marzo 2022 – marzo 2024

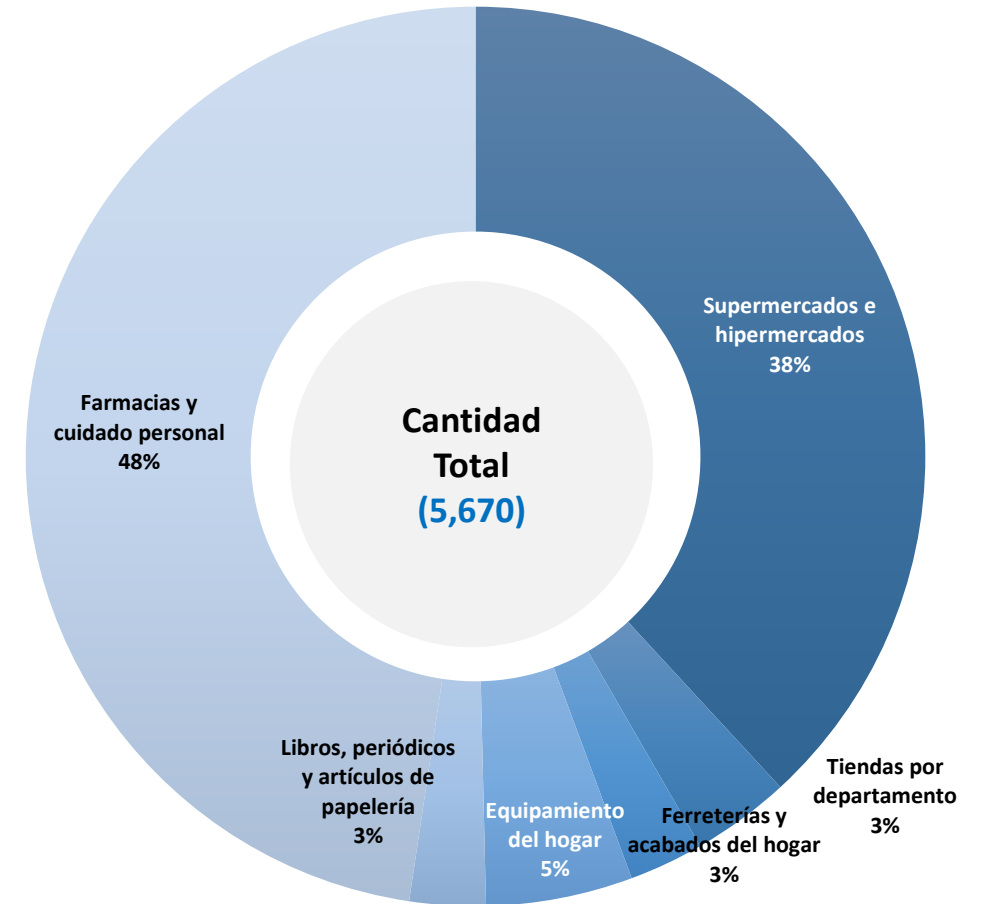
(Cantidad y Variación %)



Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 18

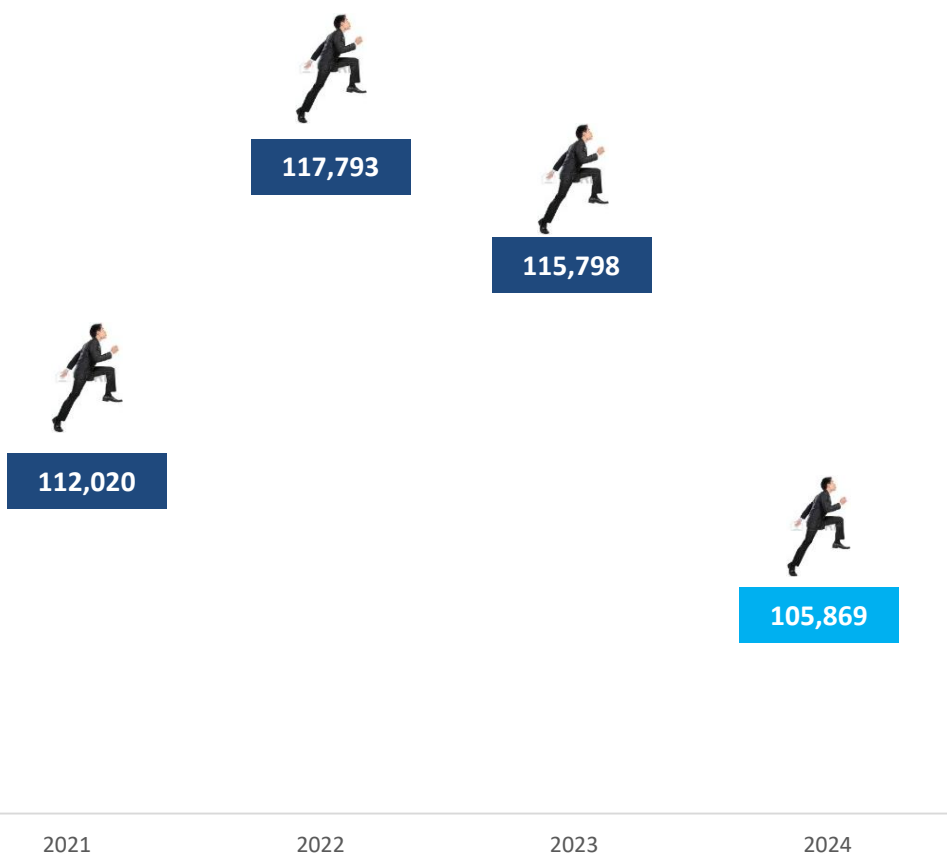
Participación del total de tiendas por actividad, marzo 2024 (Porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Gráfico Nº 19

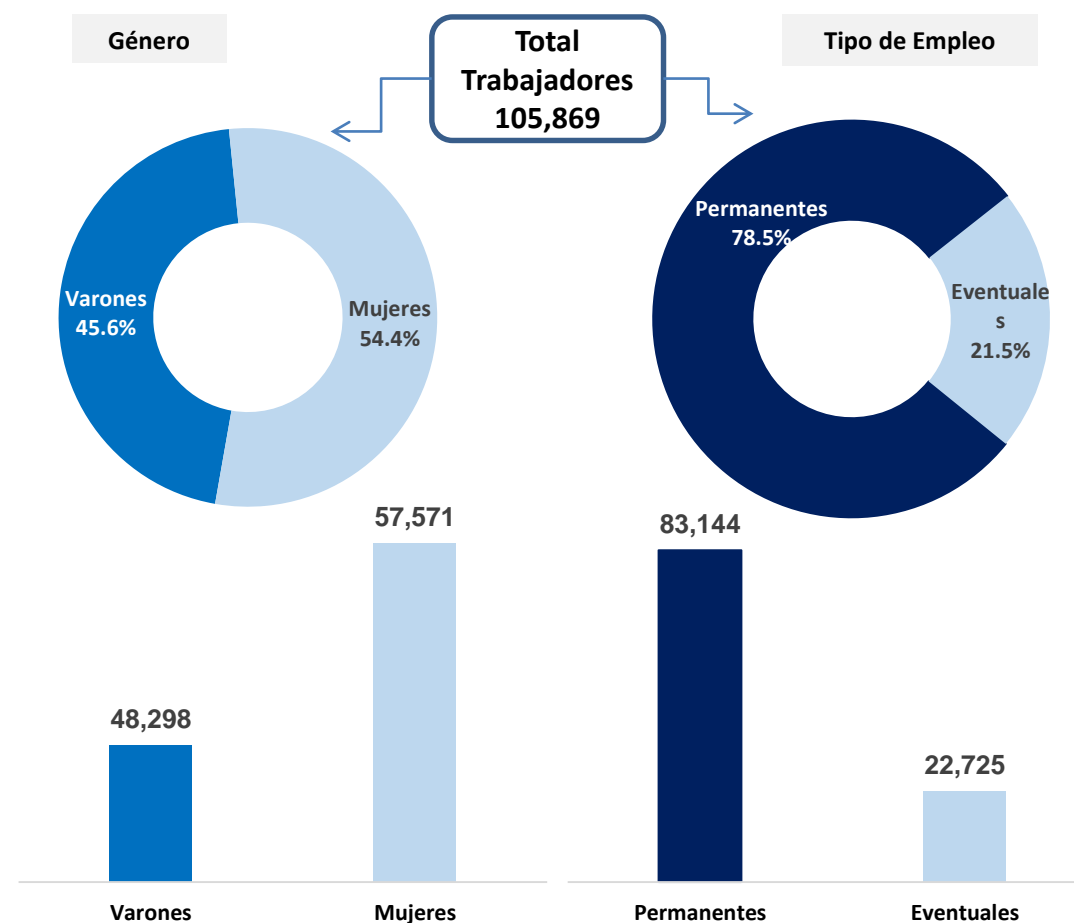
Número de trabajadores en el sector comercio interno (marzo 2021 – marzo 2024)



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, marzo 2024 (Número y porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Tabla Nº 1

Comercio Interno por actividades, 2022-2024

(Variación porcentual interanual)

Actividad	Var. % Interanual				Var.% Acum.			
	Mar 22/21	Mar 23/22	Mar 24/19	Mar 24/23	Ene – Mar (22/21)	Ene – Mar (23/22)	Ene – Mar (24/19)	Ene – Mar (24/23)
Total Comercio Interno	10.9	0.5	29.4	3.3	7.4	0.6	26.6	5.7
Supermercados e Hipermercados	17.5	4.6	48.2	10.2	7.0	2.0	46.6	14.8
Tiendas por departamento	-1.7	-6.6	6.4	-7.0	2.0	2.2	8.9	-5.4
Ferreterías y acabados del hogar	12.9	-1.2	4.9	-23.3	12.4	-5.0	9.7	-12.7
Equipamiento del hogar	-9.5	-14.1	4.6	-1.2	-4.3	-6.5	8.3	4.7
Libros, periódicos y artículos de papelería	90.2	20.2	52.1	10.7	88.5	39.4	50.7	14.7
Farmacias y boticas	5.5	-0.8	27.6	16.7	5.9	-2.7	12.3	6.1

Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Elaboración: PRODUCE (OEE)

- ✓ En el acumulado de enero a marzo de 2024, las ventas del comercio interno reportó un avance de 5.7% con relación al mismo periodo del 2023. Este resultado positivo se debe a una ligera recuperación de la demanda interna (+2.1%).
- ✓ Entre las actividades que más crecieron y se recuperaron entre enero y marzo 2023 tenemos a: Supermercados e hipermercados (+14.8%), Libros, periódicos y artículos de papelería (+14.7%), Farmacias y boticas (6.1%) y Equipamiento del hogar (4.7%).
- ✓ Por otro lado, en este periodo se contrajo las ventas de Tiendas por departamento (-5.4%) y Ferreterías y acabados del hogar (-12.7%).
- ✓ La actividad de libros, periódicos y artículos de papelería en lo que va del periodo 2024 registra resultados positivos en la venta de útiles escolares, a raíz del impulso de la campaña escolar.