



PERÚ

Ministerio
de la Producción

PRODUCE
produce.gob.pe



Reporte Coyuntural

Comercio Interno

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

Mayo 2023

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

Lima, Julio 2023



PRODUCE
Ministerio de la Producción

□ [En mayo de 2023](#)

- ✓ Las ventas del comercio interno registraron un ligero crecimiento de 0.1% con respecto a mayo de 2022. Acumula por cuarto mes consecutivo un resultado positivo impulsado por el aumento en las ventas de productos de consumo masivo. En contraste, este incremento fue atenuado por la reducción en las ventas de la actividad de ferreterías y equipamiento del hogar debido a la contracción del sector de la Construcción (-11.0%).

- ✓ Por rubros, el resultado positivo registrado en mayo de 2023 responde al importante aumento **de las ventas en Supermercados e hipermercados (+10.4%) y Libros, periódicos y artículos de papelería (+7.5%)**. En contraste, se observó una **disminución en las ventas de las Tiendas por departamento (-8.8%), Ferreterías y acabados (-14.1%), Farmacias y boticas (-1.9%), así como de Equipamiento del hogar (-7.2%)**. Las bajas ventas de estos rubros están asociadas a la contracción de la demanda interna (-2.0%) y del sector construcción, además, aunado a un entorno de factores climáticos adversos.
 - **Supermercados e hipermercados** (46.2% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad siguen en terreno positivo, este mes **creció en 10.4%**. En este resultado positivo incidió el aumento de la demanda de alimentos (+18.9%), productos farmacéuticos y cosméticos (+16.5%) y bebidas y tabaco (+23.1%).
 - **Libros, periódicos y artículos de papelería** (1.9% de las ventas internas): Esta actividad registró un **aumento de 7.5%**, ello debido al incremento en la demanda de productos de papelería y artículos de oficina (+7.9%), así como de productos diversos (+4.3%).
 - **Tiendas por departamento** (16.3% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad **disminuyeron en 8.8%** debido a la menor demanda de muebles (-13.5%), artículos de uso doméstico (-42.2%) y de productos diversos (-22.2%).
 - **Ferreterías y acabados** (12.3% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad experimentaron una **disminución en 14.1%**. En cuanto a las líneas de productos, se observó una reducción en las ventas de artículos de ferretería (-9.4%), productos diversos (-17.6%) y artículos domésticos (-37.0%), las cuales se deben a la menor ejecución de obras privadas y autoconstrucción en un entorno de factores climáticos adversos.
 - **Equipamiento del hogar** (5.5% de las ventas internas): Esta actividad **registró una reducción del 7.2% en las ventas**. A nivel de líneas de productos, se observó baja ventas de muebles (-4.0%), artículos de uso doméstico (-6.8%) y productos diversos (-9.8%).
 - **Farmacias y boticas** (17.8% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad **disminuyeron en 1.9%** por la reducción en las ventas de productos farmacéuticos y medicinales (-1.8%) y productos de cuidado personal (-2.1%).

- **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

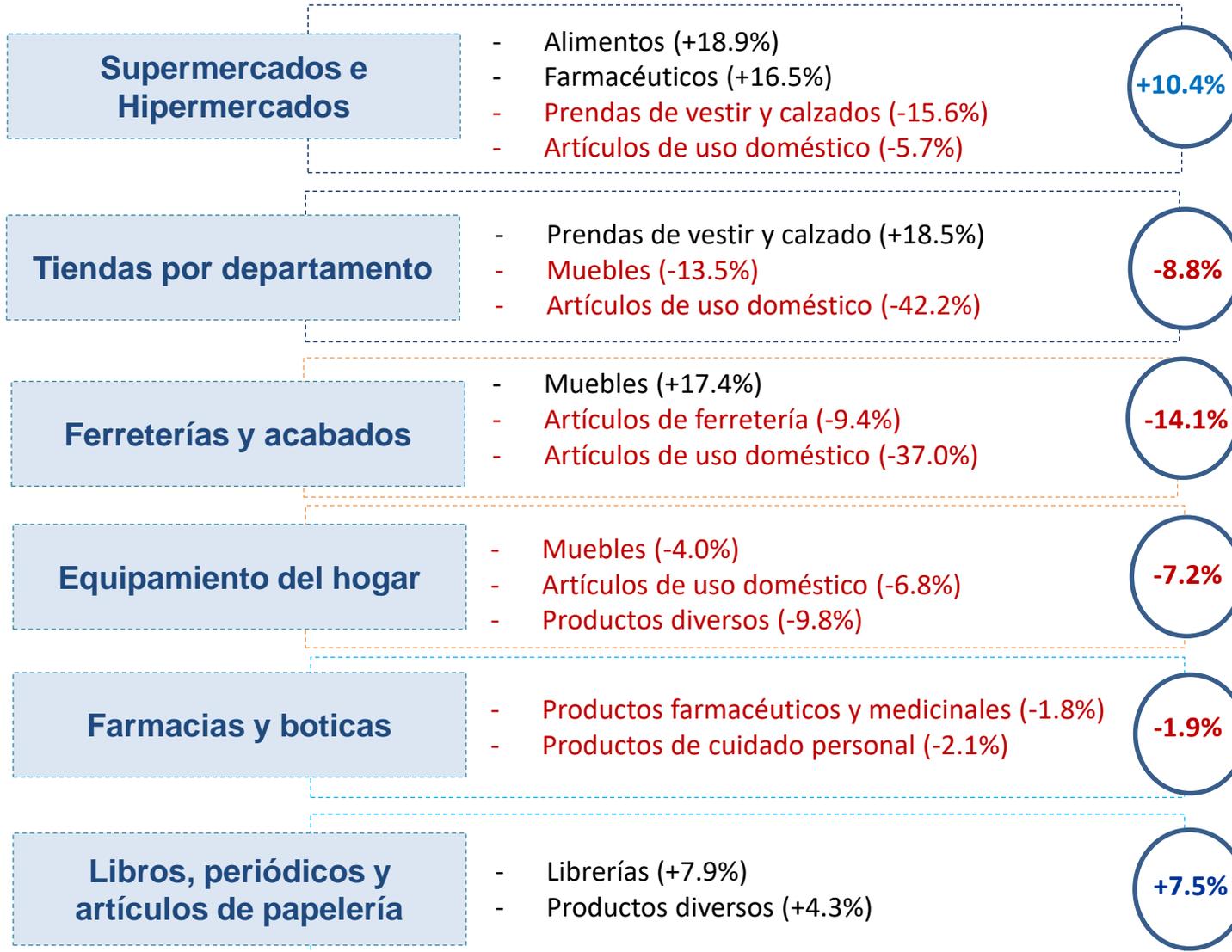


PERÚ

Ministerio de la Producción

Mayo 2023

(Variación porcentual interanual)



En mayo de 2023, se observó **un aumento en las ventas del comercio interno, impulsado por una mayor facturación en productos de consumo masivo (canasta básica de alimentos).**

Las actividades que destacaron por su desempeño positivo en el comercio interno durante mayo de 2023 fueron los **Supermercados e hipermercados (+10.4%)** y **Libros, periódicos y artículos de papelería (+7.5%)**.

Sin embargo, este crecimiento positivo se vio parcialmente atenuado por la disminución en las ventas de las **Tiendas por departamento (-8.8%)**, **Equipamiento del hogar (-7.2%)**, **Ferreterías y acabados (-14.1%)** y **Farmacias y boticas (-1.9%)**. Este comportamiento se atribuye a una menor demanda de los hogares, bajas inversiones privadas en el sector de la construcción, así como factores climáticos adversos.

Las ventas de comercio interno **aumentaron en 0.1%**



PERÚ

Ministerio de la Producción

En mayo de 2023, las ventas del comercio interno aumentaron ligeramente en 0.1%. Dicho comportamiento se explica por el incremento de las ventas en los Supermercados (+10.4%) y en la actividad de Libros, periódicos y artículos de papelería (+7.5%). En contraste, este aumento fue atenuado por la reducción en las ventas de las Tiendas por departamento (-8.8%), Ferreterías y acabados (-14.1%), Equipamiento del hogar (-7.2%) y Farmacias y boticas (-1.9%).

Gráfico Nº 1

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

(Millones de soles a precios corrientes)

CIU ^(a)	Actividad	May-22	May-23	Var % May (23/22)
	Total	3,964	3,968	0.1
4711	Supermercados e hipermercados	1,660.3	1,832.4	10.4 ▲
4719	Tiendas por departamentos ^{1/}	707.7	645.7	-8.8 ▼
4752	Ferreterías y acabados	570.4	489.9	-14.1 ▼
4759	Equipamiento del hogar	236.8	219.8	-7.2 ▼
4772	Farmacias y boticas	719.9	706.4	-1.9 ▼
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	69.1	74.2	7.5 ▲

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

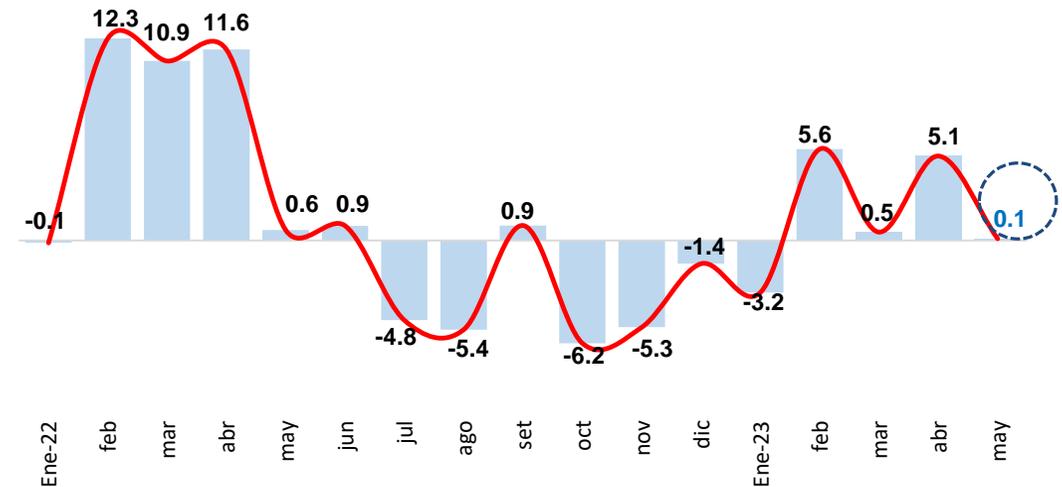
^{1/} Las ventas internas corresponden al comercio interno de (Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas) y representan aprox. el 98.5% del total; se excluye las ventas al por menor de combustibles de la actividad CIU 4730.

^{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)



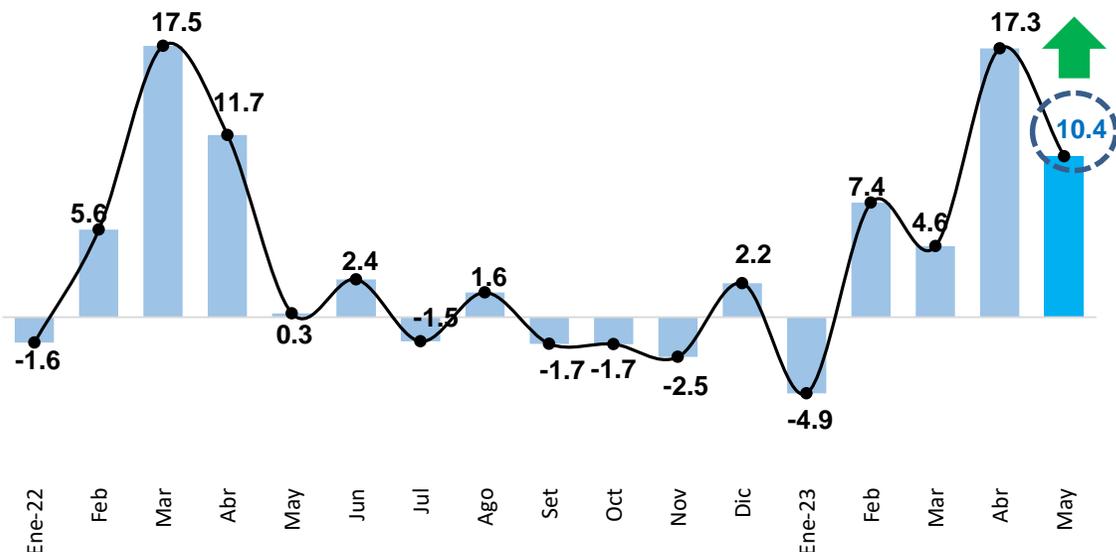
Ventas de supermercados e hipermercados **incrementaron en 10.4%**

- En mayo del 2023, las ventas en los **supermercados e hipermercados** experimentaron un importante **crecimiento interanual de 10.4%**. Este resultado fue favorecido por la mayor demanda de productos de la canasta básica familiar como son las categorías de alimentos (+18.9%), bebidas y tabaco (+23.1%) y farmacéuticos y cosméticos (+16.5%).
- En contraste, se observa una disminución en las ventas de prendas de vestir y calzado (-15.6%) y artículos de uso doméstico (-5.7%).

Gráfico N° 3

Evolución de las ventas de supermercados e hipermercados

(Variación porcentual interanual)

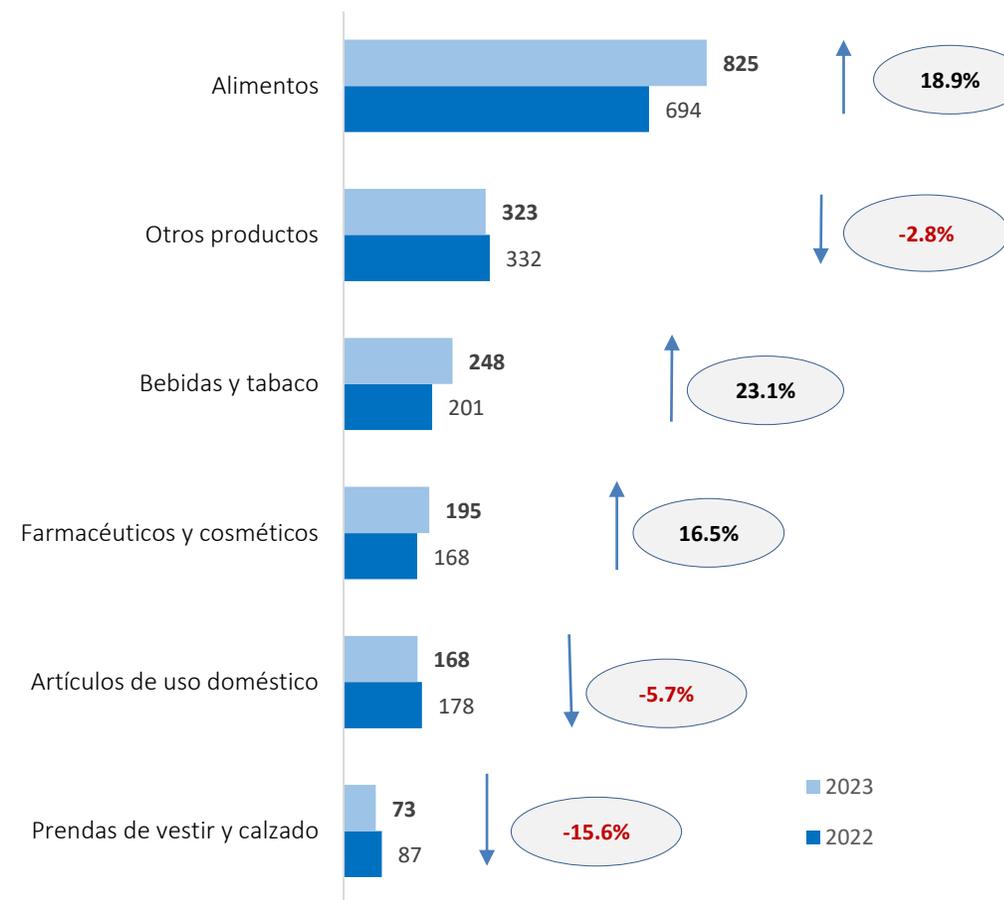


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico N° 4

Ventas por líneas de productos, mayo 2022 y mayo 2023

(Millones de soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

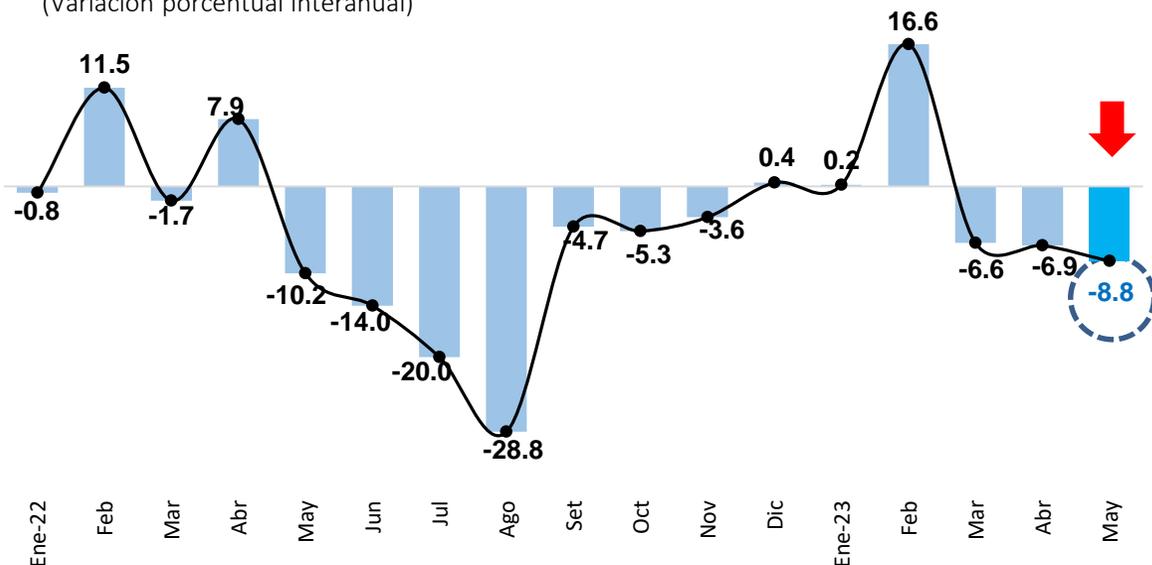
Ventas de tiendas por departamento disminuyeron en -8.8%

- En mayo de 2023, las ventas en las **tiendas por departamento** disminuyeron en **8.8% interanual**. Este resultado es explicado por las menores ventas de muebles (-13.5%), artículos de uso doméstico (-42.2%) y productos diversos (-22.2%).
- No obstante, este desempeño fue atenuado por el incremento en las ventas de productos farmacéuticos y cosméticos (+29.7%) y prendas de vestir y calzado (+18.5%).

Gráfico Nº 3

Evolución de las ventas de tiendas por departamento

(Variación porcentual interanual)

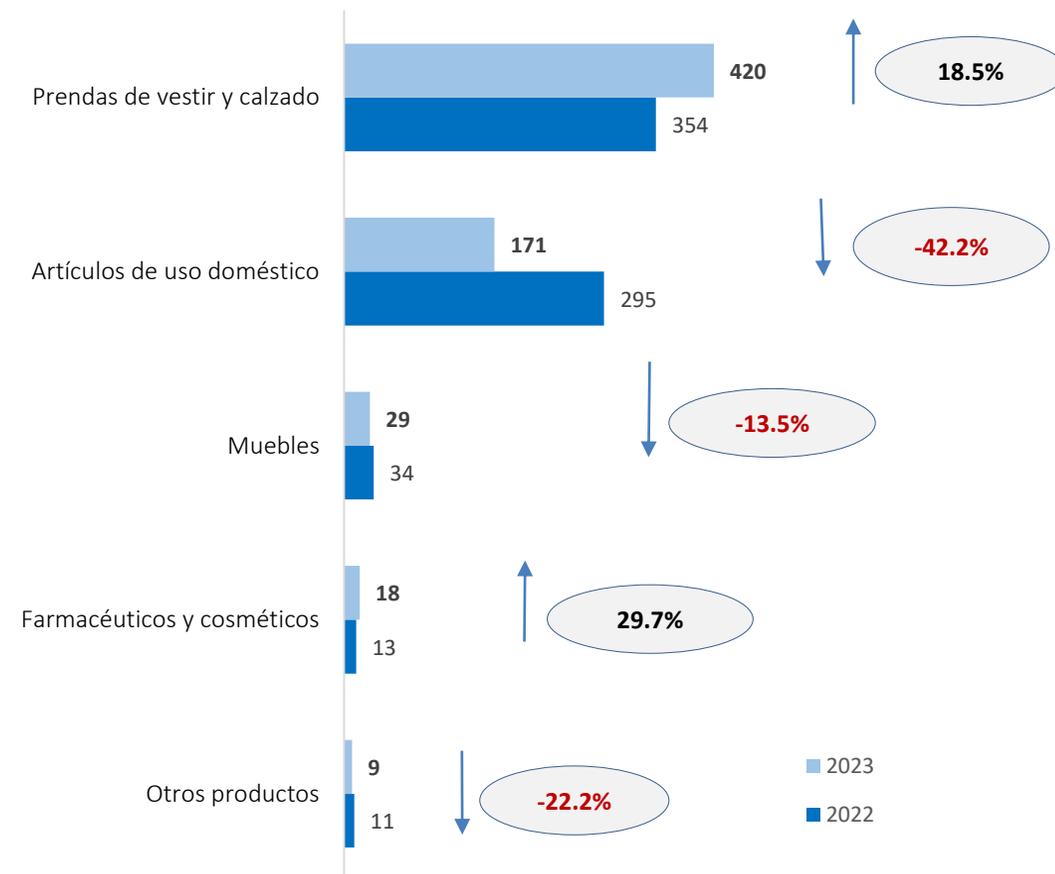


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 4

Ventas por líneas de productos, mayo 2022 y mayo 2023

(Millones de soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

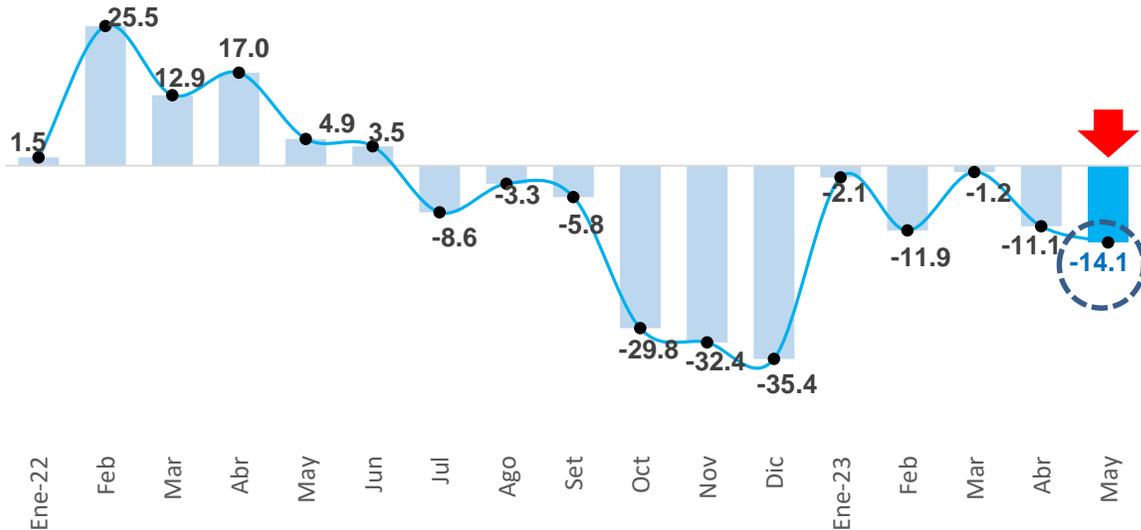
Ferreterías y acabados disminuyeron sus ventas en -14.1%

- En mayo de 2023, las ventas de productos relacionados con la actividad de **ferreterías y acabados** experimentaron una **disminución interanual de 14.1%**, ello debido a la reducción de los proyectos privados de construcción, menores obras públicas y finalización de proyectos de acabado de viviendas.
- Este contexto desfavorable ha incidido en las menores ventas de artículos de uso doméstico (-37.0%), productos diversos (-17.6%) y artículos de ferretería (-9.4%).

Gráfico N° 5

Evolución de las ventas de ferreterías y acabados

(Variación porcentual interanual)

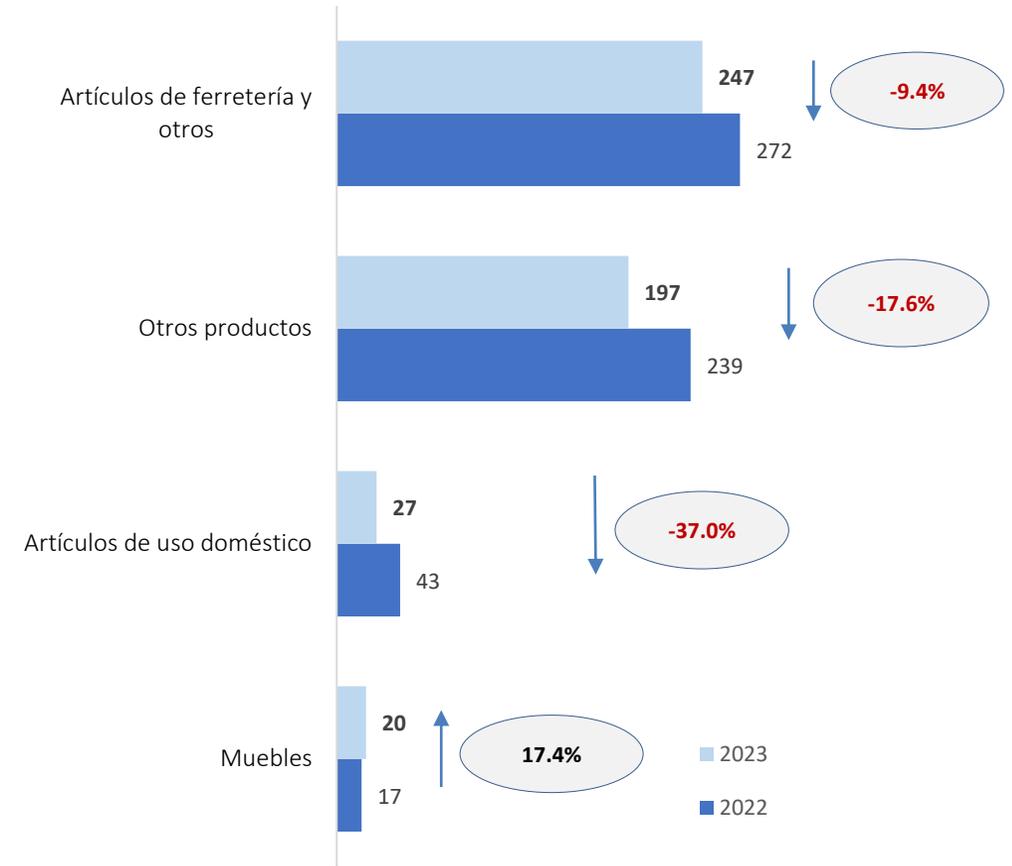


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico N° 6

Ventas por líneas de productos, mayo 2022 y mayo 2023

(Millones de Soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Equipamiento del hogar disminuyeron sus ventas en -7.2%

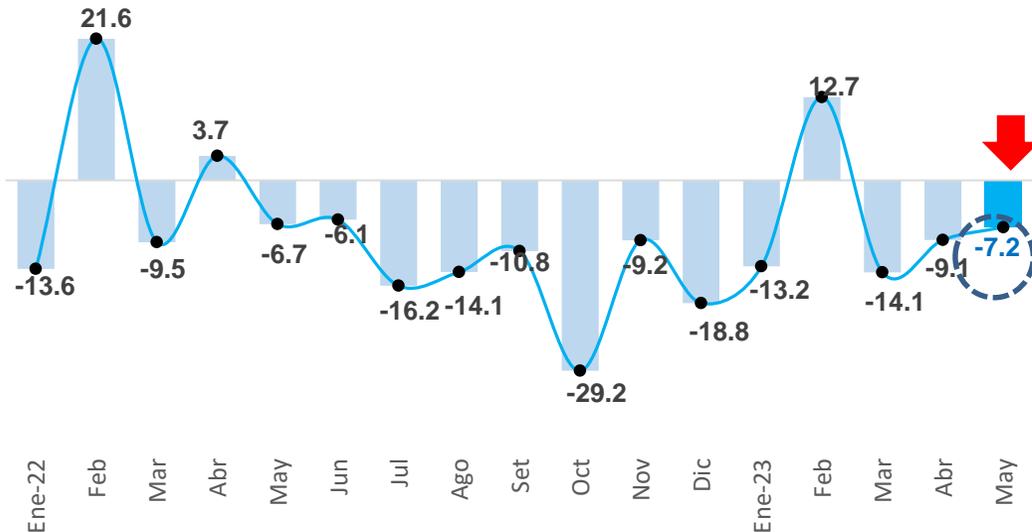


- En mayo de 2023, se registró una **disminución interanual de 7.2%** en las ventas de productos relacionados con el **equipamiento del hogar**. Esta reducción se debe a la priorización de productos básicos en lugar de productos de equipamiento del hogar. Ello debido al alza de precios de los alimentos (inflación mayo 0.32%).
- Como resultado, se vieron afectadas las ventas de muebles (-4.0%), productos diversos (-9.8%) y artículos de uso doméstico (-6.8%).

Gráfico N° 7

Evolución de las ventas de equipamiento del hogar

(Variación porcentual interanual)

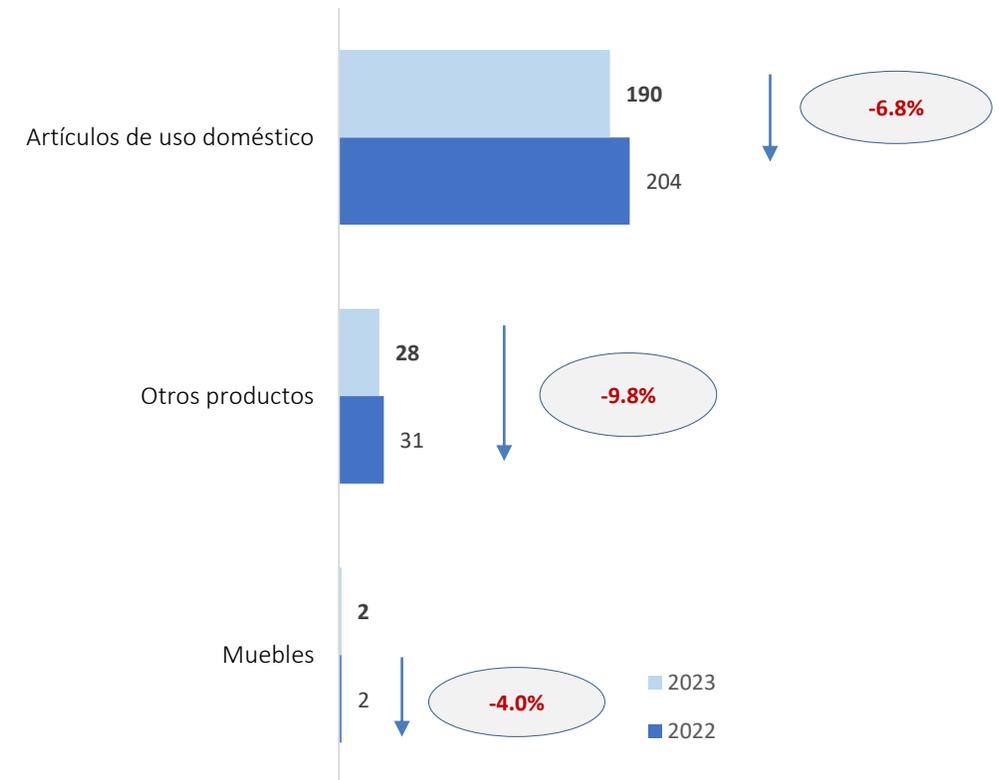


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico N° 8

Ventas por líneas de productos, mayo 2022 y mayo 2023

(Millones de Soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

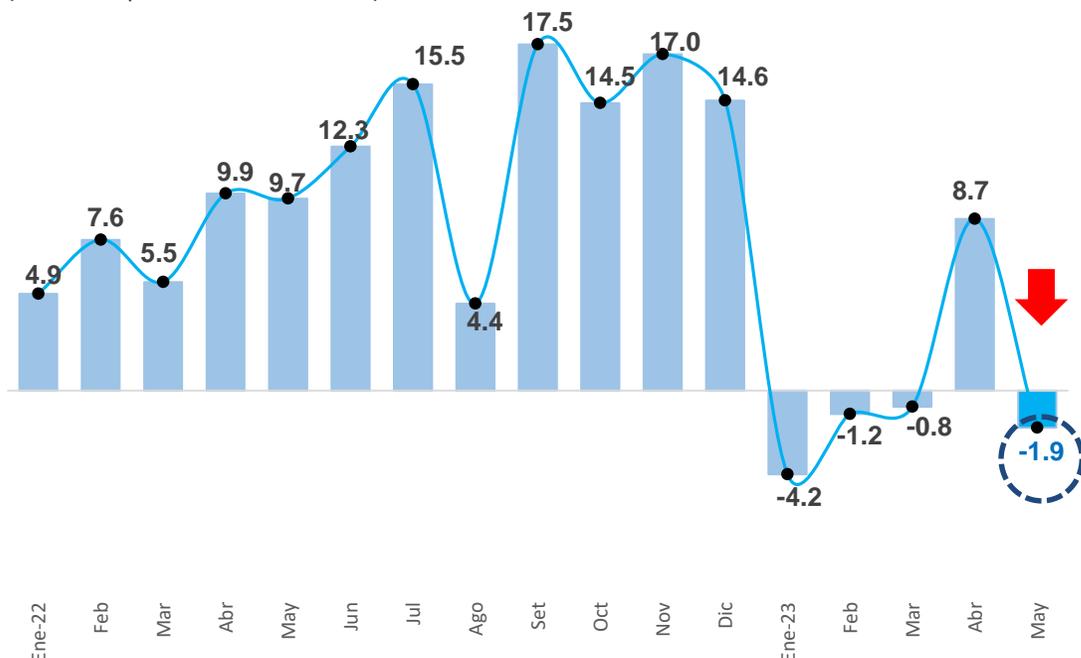
Ventas de farmacias y boticas disminuyeron en -1.9%

- En mayo de 2023, se registró una ligera **disminución de 1.9%** en las ventas de **farmacias y boticas**, en comparación con el mismo mes del año anterior.
- Esta leve caída se debe a una disminución en las ventas de productos farmacéuticos y medicinales (-1.8%) y productos de cuidado personal (-2.1%).

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, mayo 2022 y mayo 2023

(Millones de Soles y Var.% interanual)

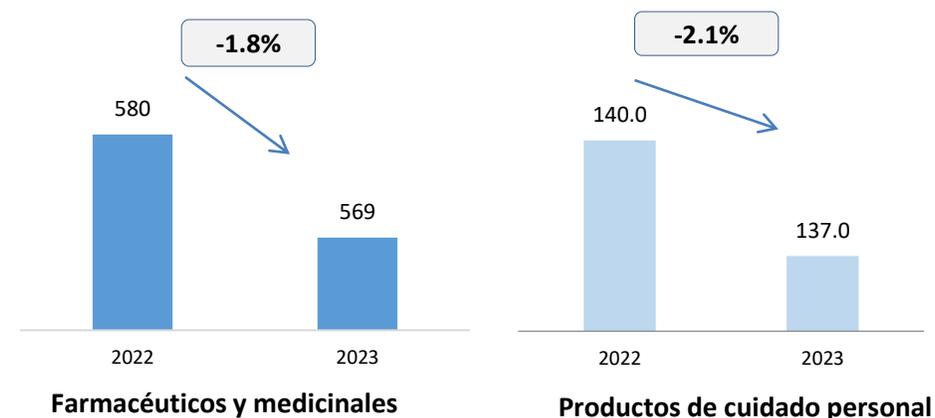
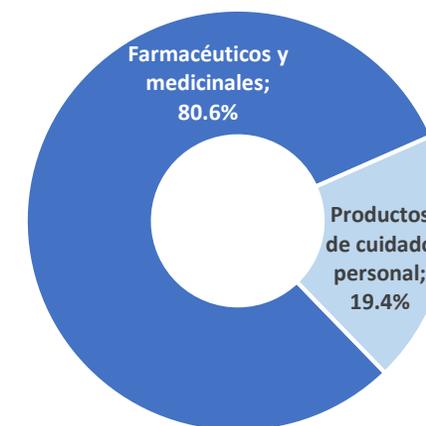


Gráfico Nº 11

Participación de las ventas por líneas de productos, mayo 2023

(Porcentaje)



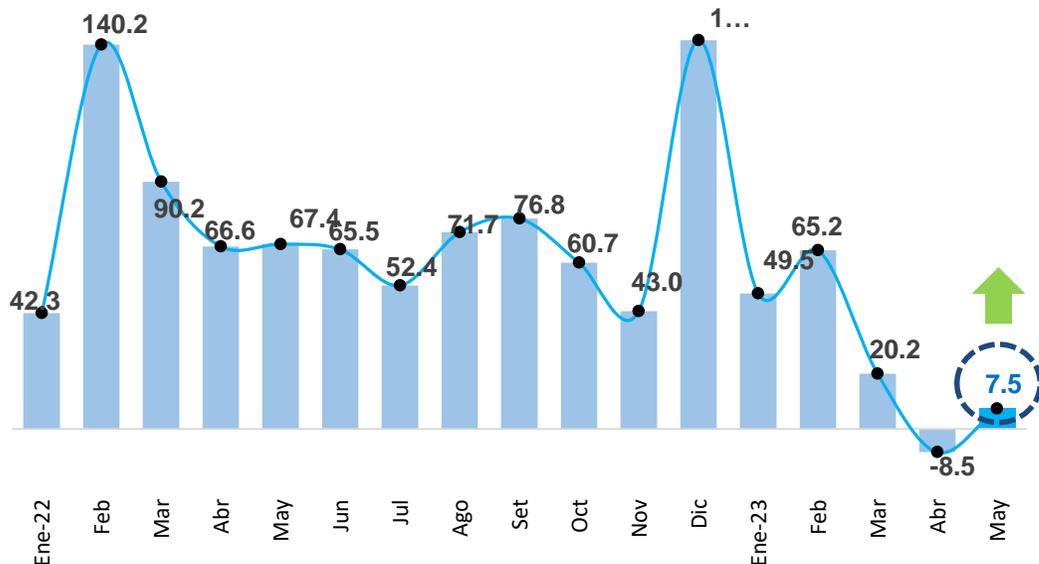
Elaboración: PRODUCE (OEE)

- En mayo de 2023, las ventas en la actividad de **libros, periódicos y artículos** de papelería experimentaron un **aumento del 7.5%**, debido principalmente al aumento en la demanda de las instituciones educativas y actividad empresarial.
- Ello ha incidido en una mayor venta de libros, cuadernos, papelería y otros (+7.9%) y productos diversos (+4.3%). Este último como equipos informáticos, juguetería y 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, mayo 2022 y mayo 2023

(Millones de Soles y Var.% interanual)

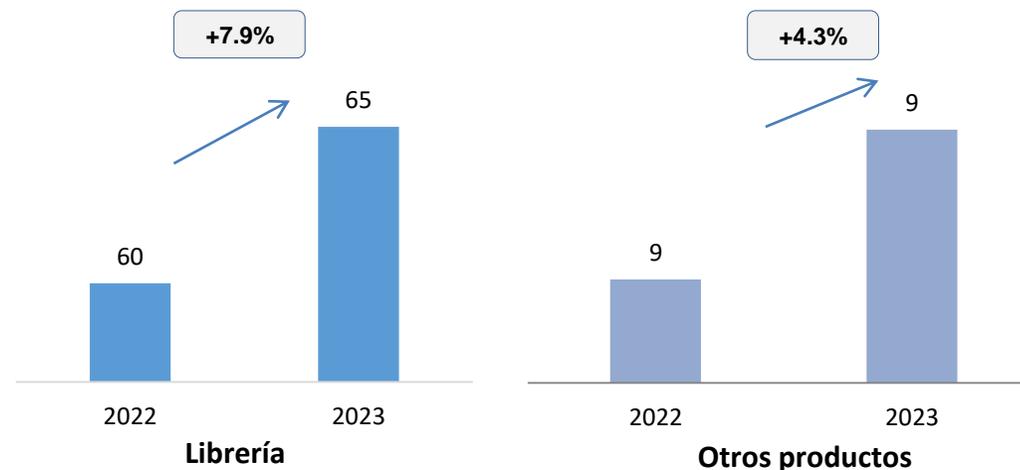
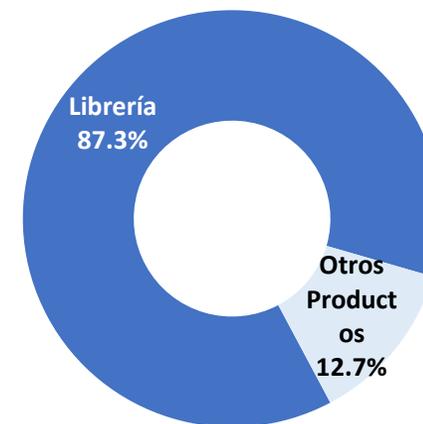


Gráfico N° 14

Participación de las ventas por líneas de producto, mayo 2023

(Porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Tiendas: Número de tiendas **aumentó en 7.4%**



Actividades

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

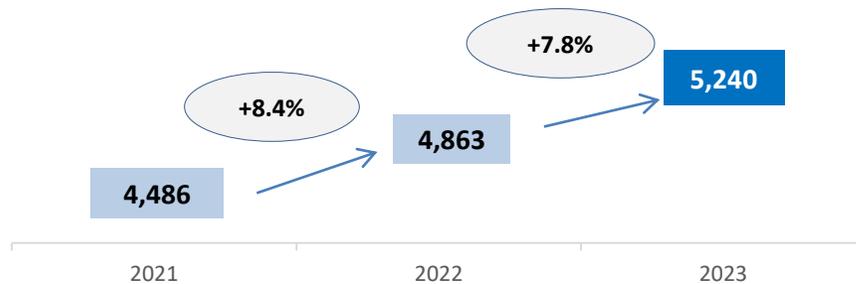
Supermercados e hipermercados	337
Tiendas por departamento	6
Ferreterías y acabados del hogar	4
Equipamiento del hogar	-9
Libros, periódicos y artículos de papelería	7
Farmacias y boticas	34

1/ En relación a similar mes del año anterior

Gráfico Nº 15

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

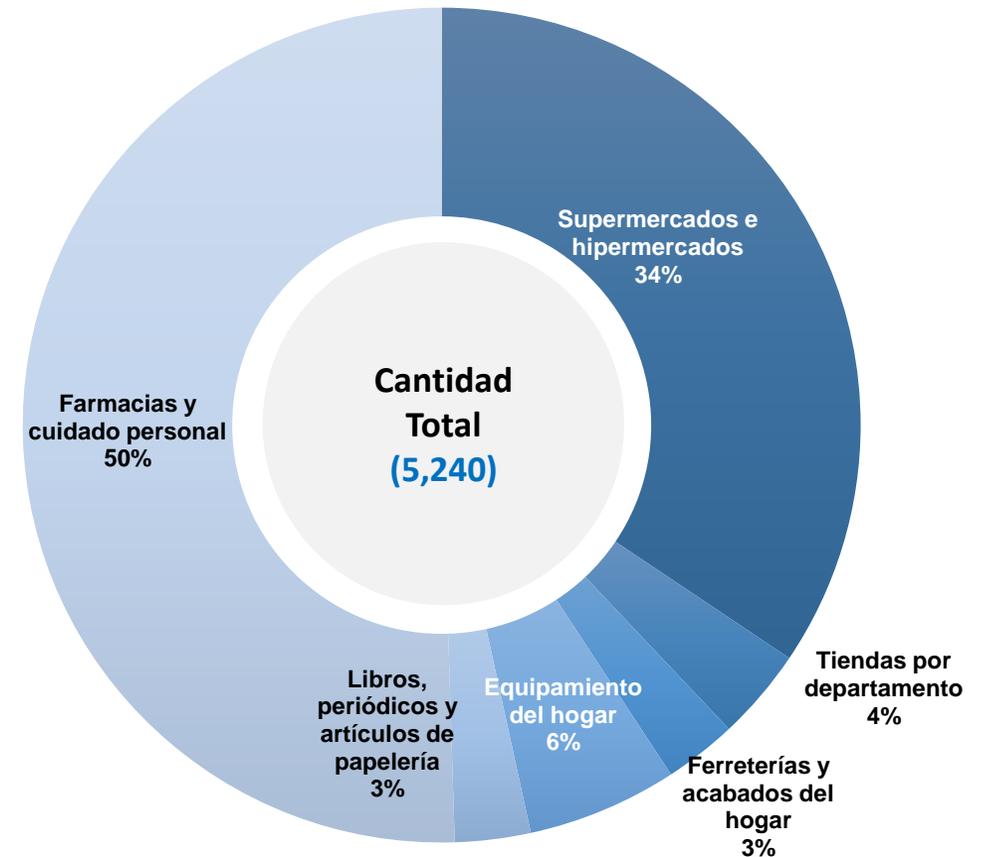
(Cantidad y Variación %)



Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 16

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



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Gráfico N° 17

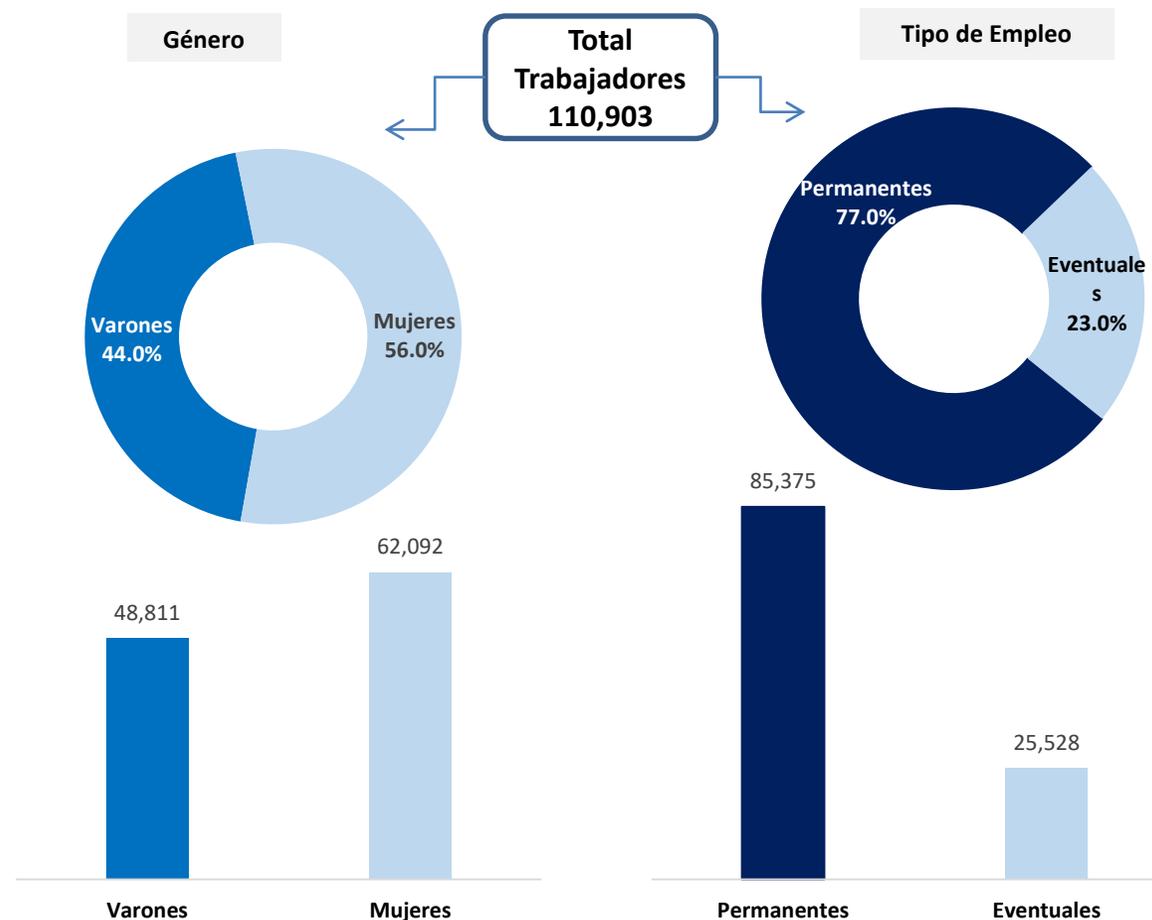
Número de trabajadores en el sector comercio interno (mayo 2020 – mayo 2023)



Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico N° 18

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



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Tabla Nº 1

Comercio Interno por actividades, 2021-2023

(Variación porcentual interanual)

Actividad	Var. % Interanual				Var.% Acum.			
	May 21/20	May 22/21	May 23/19	May 23/22	Ene – May (21/20)	Ene – May (22/21)	Ene – May (23/19)	Ene – May (23/22)
Total Comercio Interno	52.5	0.6	18.9	0.1	33.0	6.7	21.5	1.5
Supermercados e Hipermercados	5.8	0.3	37.1	104	7.2	6.4	33.2	6.8
Tiendas por departamento	303.0	-10.2	0.1	-8.8	117.8	0.1	13.1	-2.4
Ferreterías y acabados del hogar	900.1	4.9	10.5	-14.1	97.7	11.7	20.6	-7.9
Equipamiento del hogar	130.9	-6.7	-2.6	-7.2	85.2	-3.3	1.5	-7.2
Libros, periódicos y artículos de papelería	225.3	67.4	52.4	7.5	-6.8	81.1	34.0	26.7
Farmacias y boticas	1.8	9.7	10.7	-1.9	17.7	7.5	9.7	0.2

Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Elaboración: PRODUCE (OEE)

- ✓ En el acumulado de enero a mayo de 2023, las ventas del comercio interno mostraron un leve avance de +1.5%, con relación al mismo periodo del 2022. Este resultado positivo se atribuye a una recuperación en las ventas de productos de consumo masivo, pese a una reducción de la demanda interna y factores climáticos adversos.
- ✓ Entre las principales actividades que incidieron en este resultado positivo del sector tenemos a: Libros, periódicos y artículos de papelería (+26.7%), Farmacias y boticas (+0.2%) y Supermercados e hipermercados (+6.8%).
- ✓ En contraste, este comportamiento fue parcialmente atenuado por la disminución en las ventas de Tiendas por departamento (-2.4%), Equipamiento del hogar (-7.2%) y Ferreterías y acabados del hogar (-7.9%), estas dos últimas actividades debido a una reducción en la demanda del sector Construcción.
- ✓ Es importante destacar que la actividad de libros, periódicos y artículos de papelería continúa destacando por su crecimiento en el período de enero a mayo de 2023, impulsada por el retorno de las clases presenciales y la campaña escolar de este año.