



PERÚ

Ministerio
de la Producción

PRODUCE
produce.gob.pe



Reporte Coyuntural

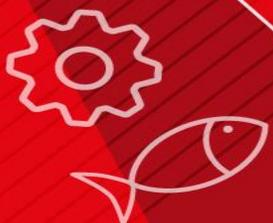
Comercio Interno

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

Setiembre 2023

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

Lima, Noviembre 2023



PRODUCE
Ministerio de la Producción

□ [En setiembre de 2023](#)

- ✓ Las ventas del comercio interno experimentaron un aumento del 2.8% en comparación con setiembre de 2022. Este incremento se atribuye principalmente al crecimiento en las ventas de supermercados e hipermercados, farmacias y boticas, así como en la categoría de libros, periódicos y artículos de papelería. Sin embargo, este impulso positivo se vio parcialmente contrarrestado por el desempeño negativo en las ventas de tiendas por departamento, equipamiento del hogar y ferreterías y acabados.

- ✓ A continuación, se presentan a detalle el desempeño de cada rubro:
 - **Supermercados e hipermercados** (46.0% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad anotaron un **aumento del 12.4%**, impulsadas por la demanda de alimentos (+10.4%), productos farmacéuticos y cosméticos (+64.5%), y bebidas y tabaco (+16.9%).
 - **Farmacias y boticas** (21.0% de las ventas internas): Las ventas **crecieron un 10.3%**, principalmente por las ventas de productos farmacéuticos y medicinales (+14.0%), aunque atenuado por la disminución de productos de cuidado personal (-5.3%).
 - **Libros, periódicos y artículos de papelería** (2.5% de las ventas internas): Esta actividad registró un **aumento de 6.7%**, impulsado por la demanda de productos de papelería y artículos de oficina (+32.6%), aunque atenuado por la disminución de productos diversos (-52.8%).
 - **Tiendas por departamento** (13.3% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad **disminuyeron en 11.2%** debido a la baja demanda de muebles (-56.2%) y prendas de vestir y calzado (-37.2%).
 - **Ferreterías y acabados** (12.2% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad experimentaron una **disminución en 16.4%**, con reducciones en las ventas de artículos de ferretería (-13.5%), productos diversos (-17.3%), muebles (-29.4%), y artículos domésticos (-25.2%), posiblemente relacionado con una menor ejecución de obras privadas y públicas.
 - **Equipamiento del hogar** (4.9% de las ventas internas): Esta actividad **registró una reducción del 7.7% en las ventas**, con menores ventas de artículos de uso doméstico (-7.7%) y productos diversos (-8.6%).

- **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

Setiembre 2023

(Variación porcentual interanual)



En setiembre de 2023, se evidenció una disminución en las ventas del comercio interno, principalmente atribuida a una reducción en la facturación de productos relacionados con el hogar y la construcción.

Este resultado se vio influenciado por el aumento en las ventas de Supermercados e hipermercados (+12.4%), Farmacias y boticas (+10.3%), y Libros, periódicos y artículos de papelería (+6.7%).

Por otro lado, las actividades que presentaron un desempeño negativo en el comercio interno durante setiembre de 2023 fueron: Tiendas por departamento (-11.2%), Equipamiento del hogar (-7.7%), y Ferreterías y acabados (-16.4%). Estas reducciones podrían estar vinculadas a una menor demanda de productos de acabados del hogar y a las disminuciones en las inversiones privadas en el sector de la construcción. Además, factores climáticos adversos generados por El Niño Costero podrían haber contribuido a esta tendencia negativa.

Las ventas de comercio interno **aumentaron en 2.8%**



En setiembre de 2023, las **ventas del comercio interno experimentaron un aumento del 2.8%**. Este incremento se atribuye principalmente a las ventas registradas en los Supermercados (+12.4%), Farmacias y boticas (+10.3%), y Libros, periódicos y artículos de papelería (+6.7%). Sin embargo, esta tendencia positiva se vio mitigada por la disminución en las ventas de las Tiendas por departamento (-11.2%), Ferreterías y acabados (-16.4%), y Equipamiento del hogar (-7.7%).

Gráfico Nº 1

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

(Millones de soles a precios corrientes)

CIU ^(a)	Actividad	Set-22	Set-23	Var % Set (23/22)	
	Total	3 774	3 879	2,8	
4711	Supermercados e hipermercados	1 587,6	1 784,4	12,4	▲
4719	Tiendas por departamentos ^{1/}	583,3	517,8	-11,2	▼
4752	Ferreterías y acabados	566,4	473,7	-16,4	▼
4759	Equipamiento del hogar	205,4	189,5	-7,7	▼
4772	Farmacias y boticas	739,2	815,3	10,3	▲
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	92,1	98,2	6,7	▲

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

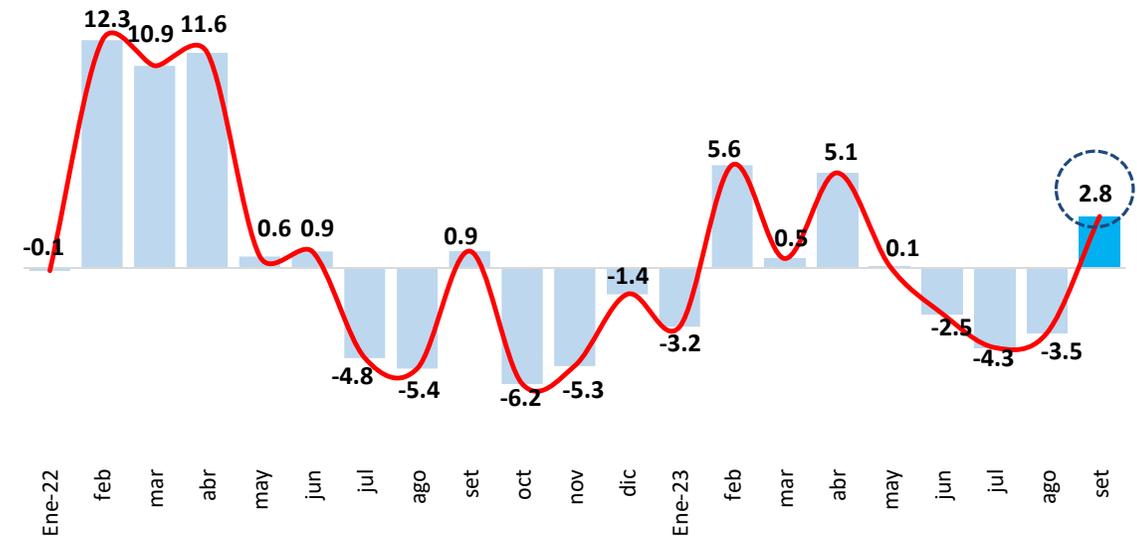
^{1/} Las ventas internas corresponden al comercio interno de (Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas) y representan aprox. el 98.5% del total; se excluye las ventas al por menor de combustibles de la actividad CIU 4730.

^{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)



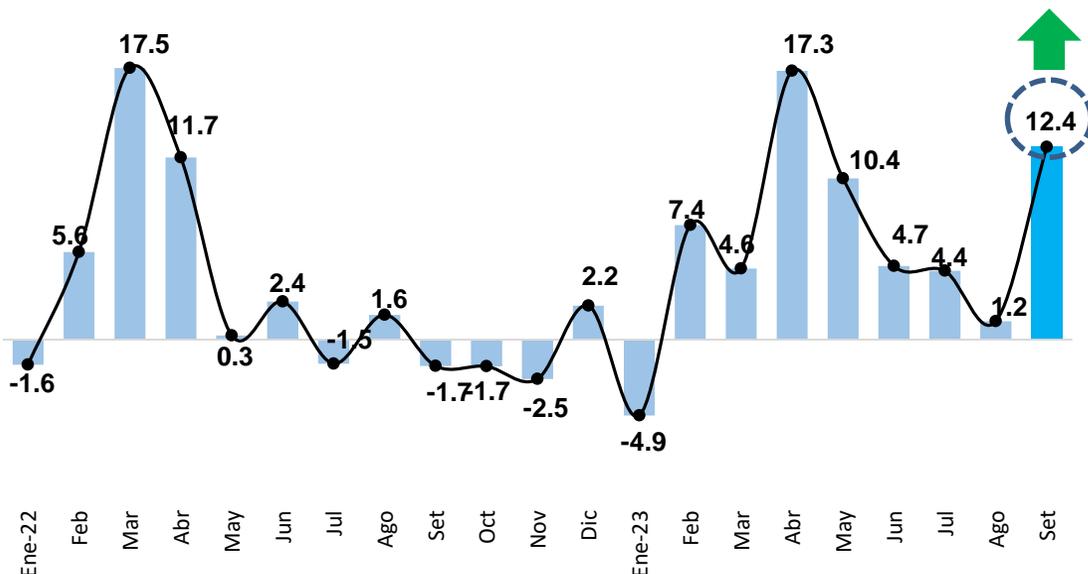
Ventas de supermercados e hipermercados **incrementaron en 12.4%**

- En setiembre de 2023, las ventas en **supermercados e hipermercados** experimentaron un **crecimiento interanual del 12.4%**, principalmente, por las ventas de productos relacionados con la canasta básica familiar, como las categorías de alimentos (+10.4%), bebidas y tabaco (+16.9%), prendas de vestir y calzado (+16.9%), y farmacéuticos y cosméticos (+64.5%).
- En contraste, se observó una **disminución en las ventas de artículos de uso doméstico (-2.8%)**.

Gráfico Nº 9

Evolución de las ventas de supermercados e hipermercados

(Variación porcentual interanual)

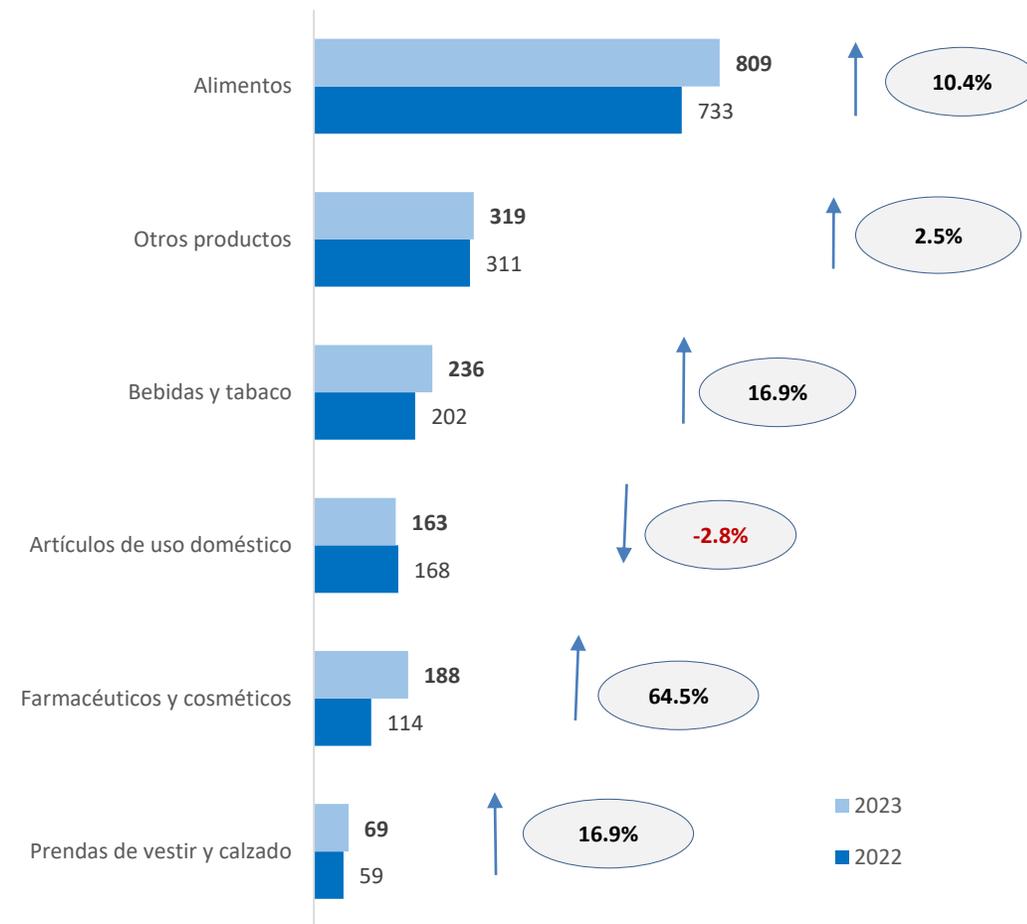


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 10

Ventas por líneas de productos, setiembre 2022 y setiembre 2023

(Millones de soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Ventas de farmacias y boticas **aumentaron en 10.3%**



PERÚ

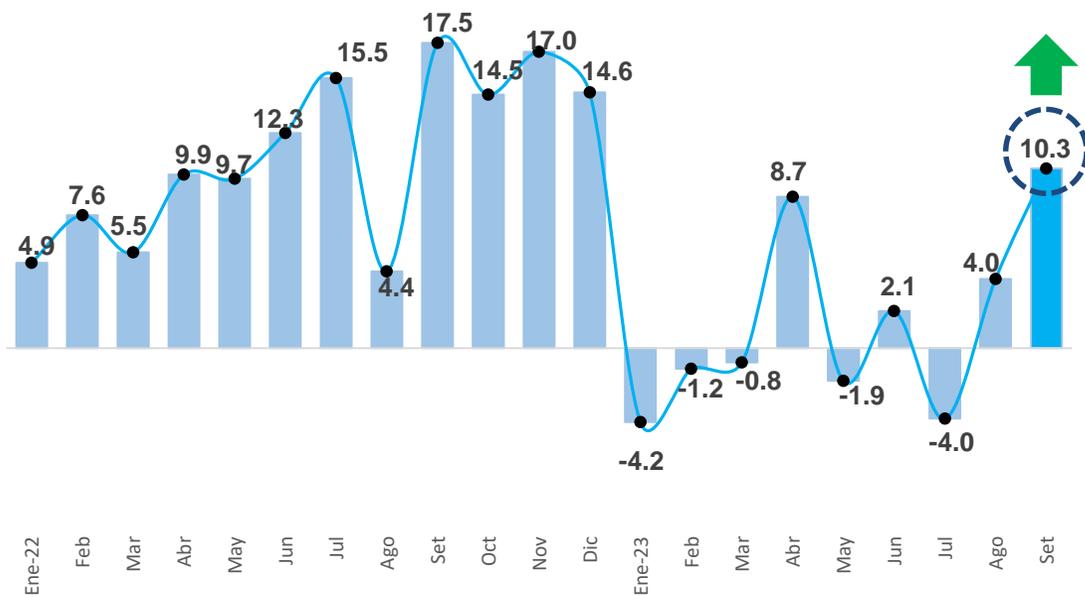
Ministerio de la Producción

- En setiembre de 2023, las ventas de **farmacias y boticas** experimentaron un **aumento del 10.3%** en comparación con el mismo mes del año anterior.
- Este incremento va de la mano con la mayor venta de productos farmacéuticos y medicinales (+14.0%). Sin embargo, esta tendencia positiva fue atenuada por una disminución en las ventas de productos de cuidado personal (-5.3%).

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, setiembre 2022 y setiembre 2023

(Millones de Soles y Var.% interanual)

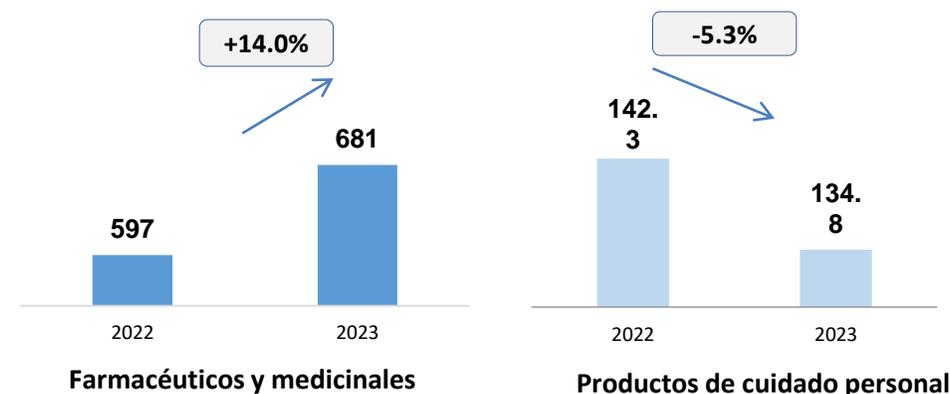
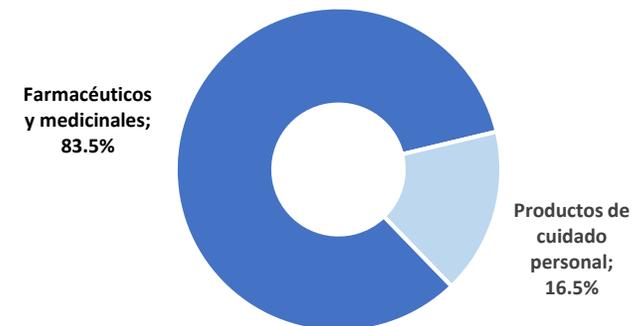


Gráfico N° 13

Participación de las ventas por líneas de productos, setiembre 2023

(Porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

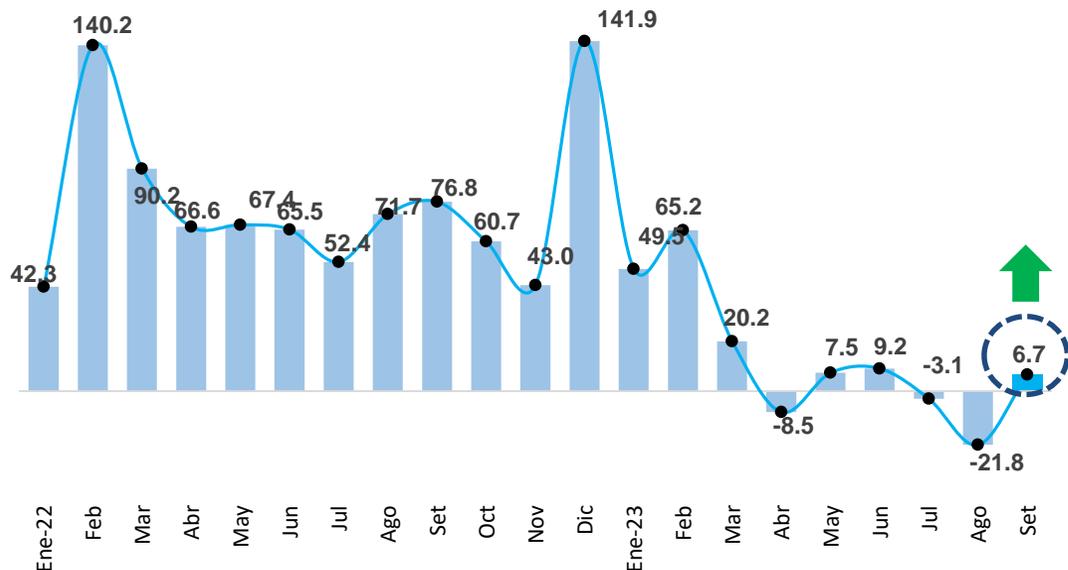
Ventas de libros, periódicos y artículos de papelería **aumentaron en 6.7%**

- En setiembre de 2023, las ventas en la actividad de **libros, periódicos y artículos de papelería** experimentaron un aumento del 6.7%.
- Este crecimiento está en línea con el incremento en las ventas de libros, cuadernos, papelería y otros (+32.6%). Sin embargo, este aumento fue atenuado por una disminución (-52.8%) 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, setiembre 2022 y setiembre 2023

(Millones de Soles y Var.% interanual)

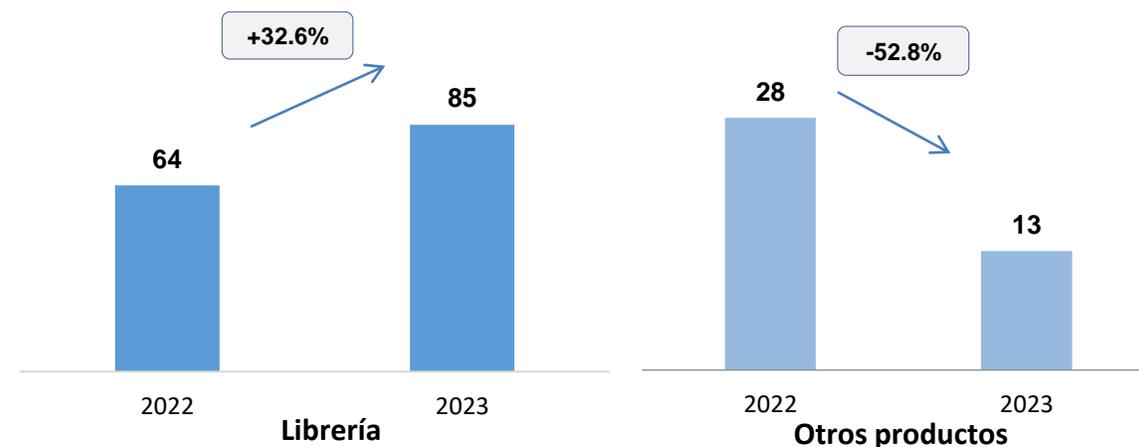


Gráfico N° 16

Participación de las ventas por líneas de producto, setiembre 2023

(Porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

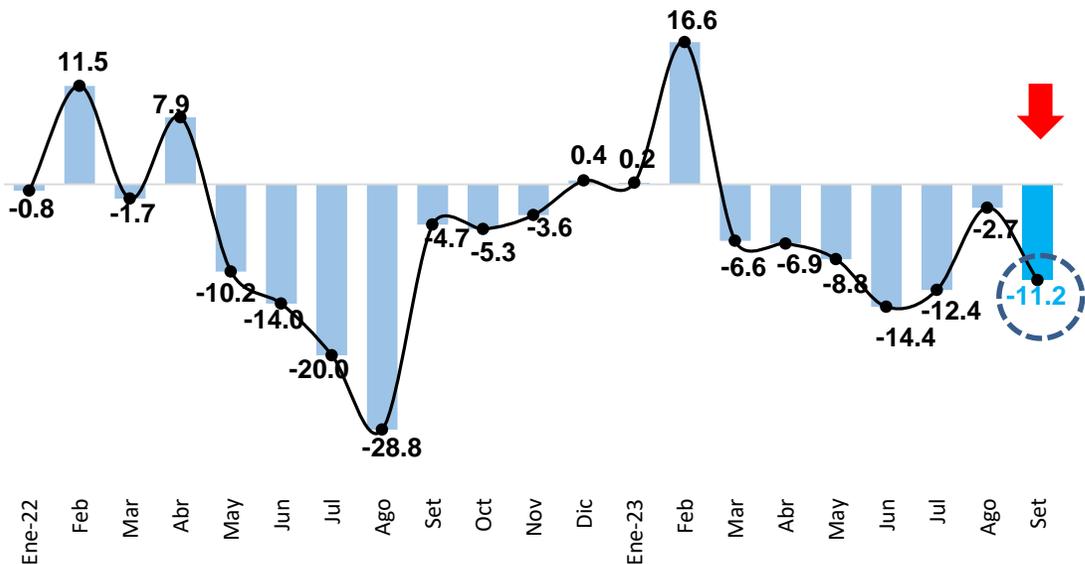
Ventas de tiendas por departamento disminuyeron en 11.2%

- En setiembre de 2023, las ventas en las **tiendas por departamento** experimentaron una disminución interanual del **11.2%**. Este resultado se explica principalmente por las menores ventas de muebles (-56.2%) y prendas de vestir y calzado (-37.2%).
- Sin embargo, este desempeño negativo fue parcialmente atenuado por el notable aumento en las ventas de productos farmacéuticos y cosméticos (+65.5%), artículos de uso doméstico (+8.9%) y productos diversos (+978.3%).

Gráfico Nº 3

Evolución de las ventas de tiendas por departamento

(Variación porcentual interanual)

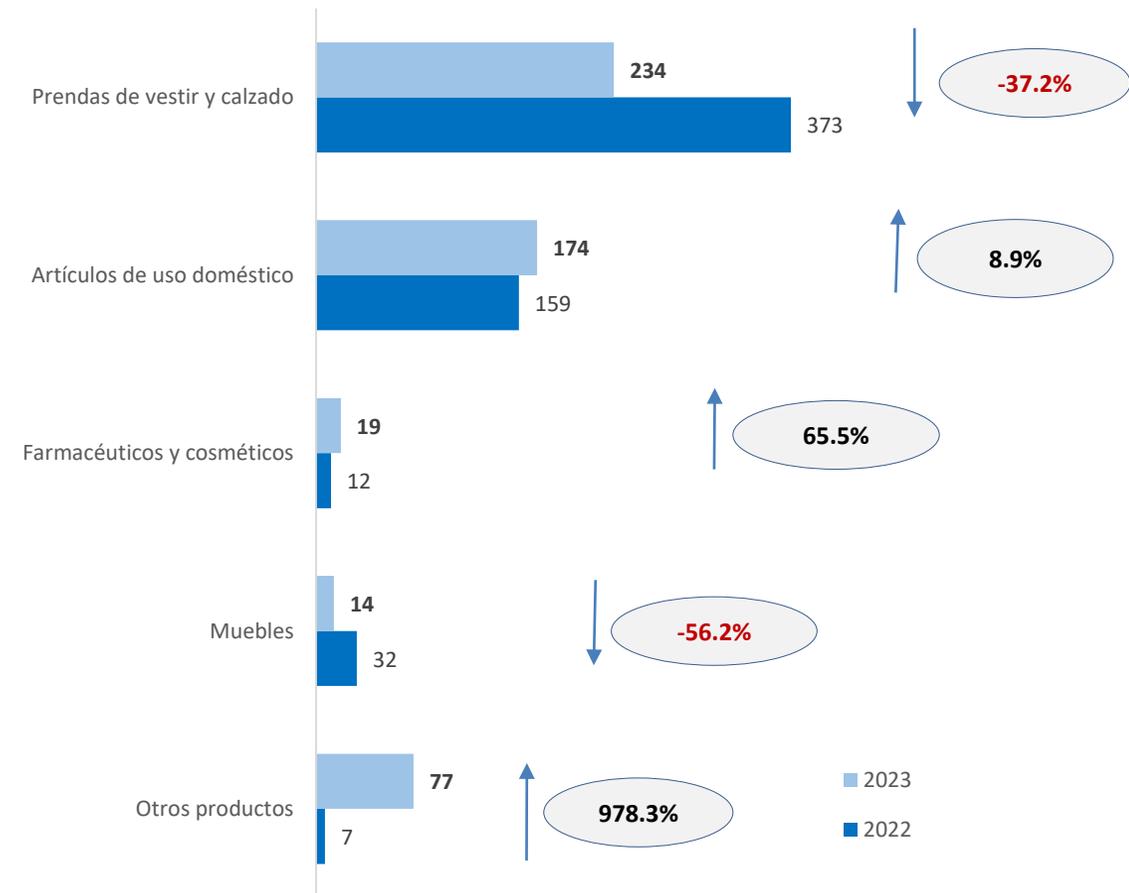


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 4

Ventas por líneas de productos, setiembre 2022 y setiembre 2023

(Millones de soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Ferreterías y acabados **disminuyeron sus ventas en 16.4%**



PERÚ

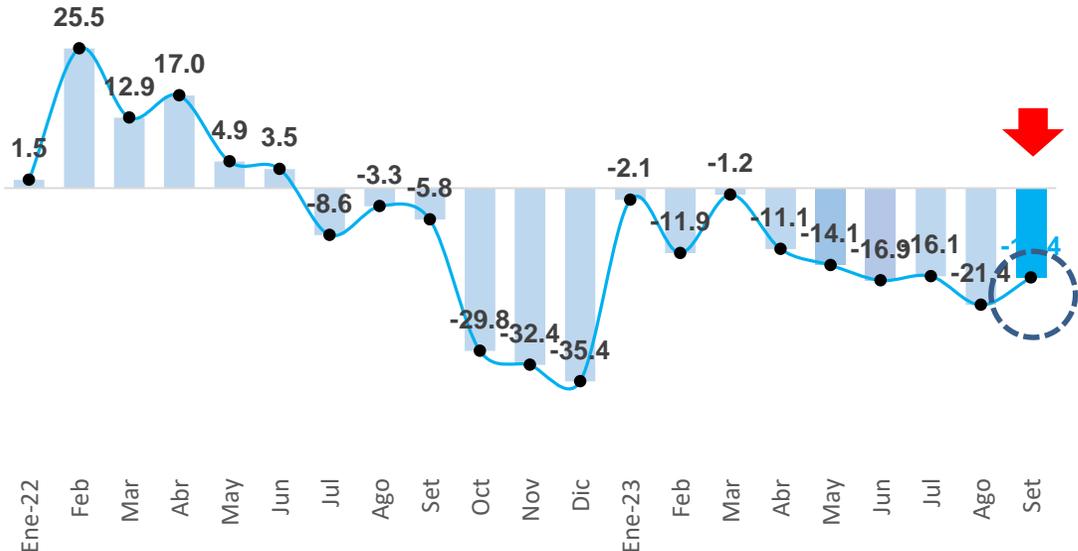
Ministerio de la Producción

- En setiembre de 2023, las ventas de productos relacionados con la actividad de **ferreterías y acabados** experimentaron **una disminución interanual del 16.4%**. Este descenso estaría relacionado con el menor dinamismo de los proyectos privados de construcción, la disminución de las obras públicas y la autoconstrucción.
- Este contexto han tenido un impacto negativo en las ventas de artículos de uso doméstico (-25.2%), productos diversos (-17.3%), muebles (-29.4%), y artículos de ferretería (-13.5%).

Gráfico Nº 5

Evolución de las ventas de ferreterías y acabados

(Variación porcentual interanual)

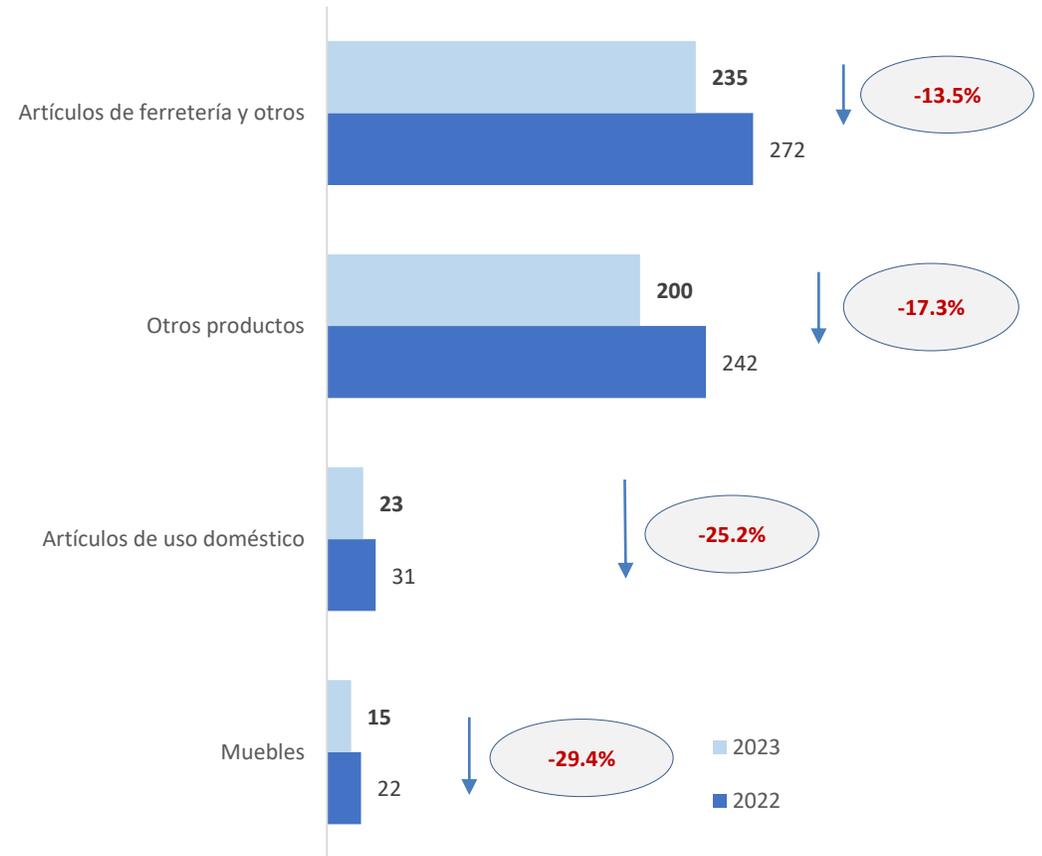


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 6

Ventas por líneas de productos, setiembre 2022 y setiembre 2023

(Millones de Soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Equipamiento del hogar disminuyeron sus ventas en 7.7%

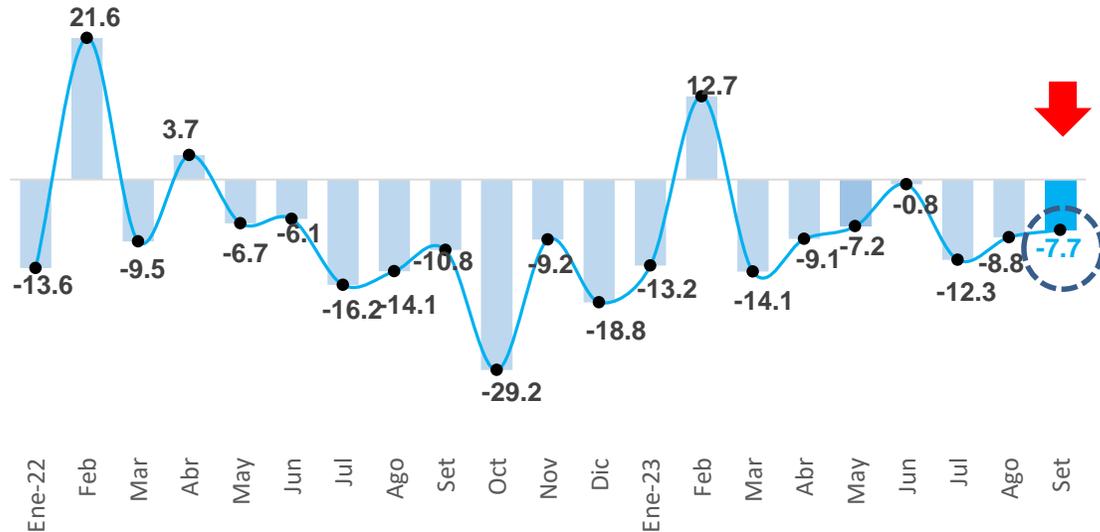


- En setiembre de 2023, se registró una **disminución interanual del 7.7%** en las ventas de productos relacionados con el **equipamiento del hogar**. Este descenso podría estar asociado a la priorización de los hogares por los productos de la canasta básica.
- Además, se anotaron menores ventas de productos diversos (-8.6%) y artículos de uso doméstico (-7.7%), lo cual fue parcialmente compensado por el aumento en las ventas de muebles (+6.3%), atenuando así dicha tendencia.

Gráfico Nº 7

Evolución de las ventas de equipamiento del hogar

(Variación porcentual interanual)

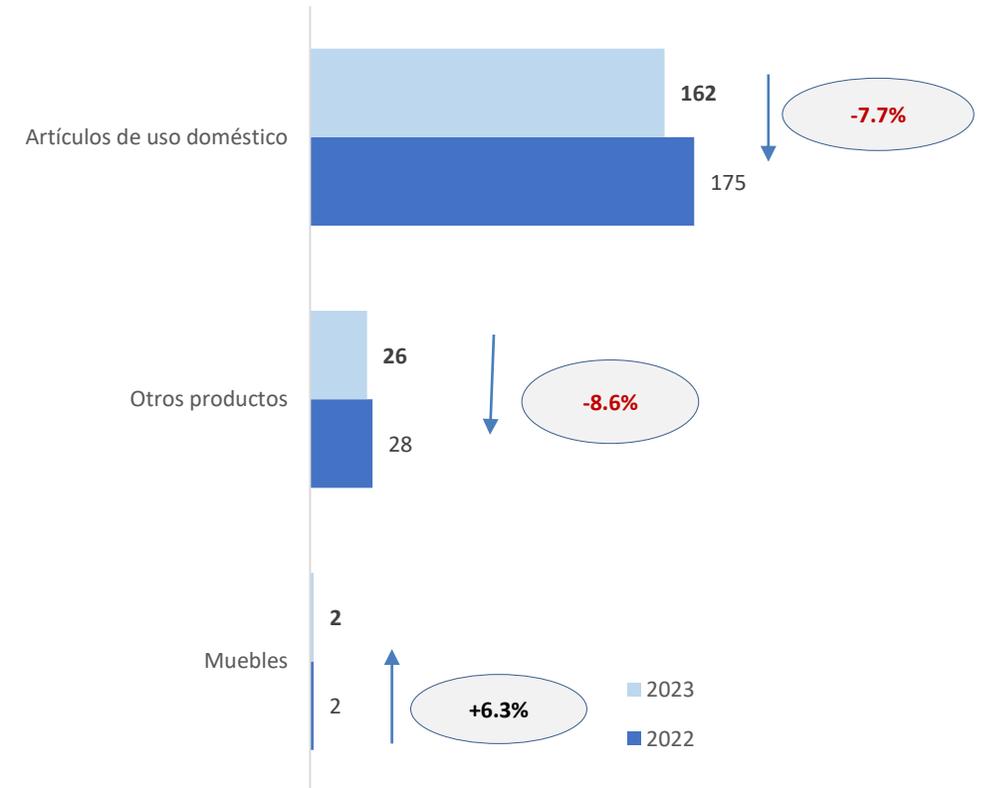


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 8

Ventas por líneas de productos, setiembre 2022 y setiembre 2023

(Millones de Soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Tiendas: Número de tiendas **disminuyó en 3.9%**



Actividades

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

Supermercados e hipermercados	-289
Tiendas por departamento	7
Ferreterías y acabados del hogar	4
Equipamiento del hogar	7
Libros, periódicos y artículos de papelería	15
Farmacias y boticas	36

1/ En relación a similar mes del año anterior

Gráfico Nº 17

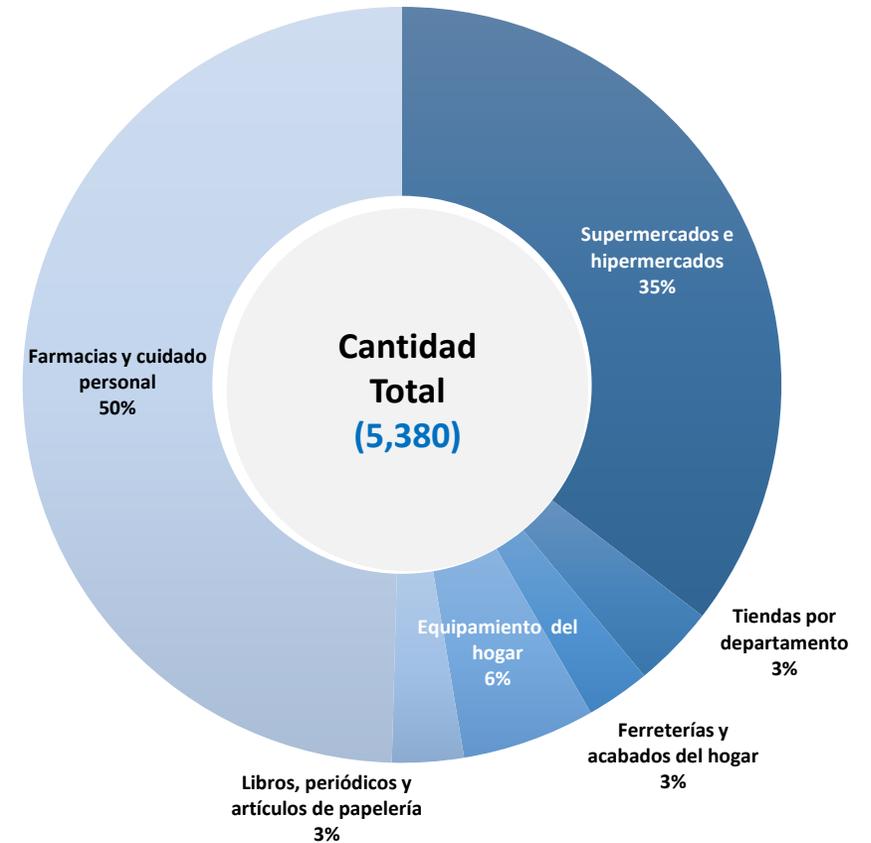
Evolución del número de tiendas del comercio interno: setiembre 2021 – setiembre 2023
(Cantidad y Variación %)



Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 18

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



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Gráfico N° 19

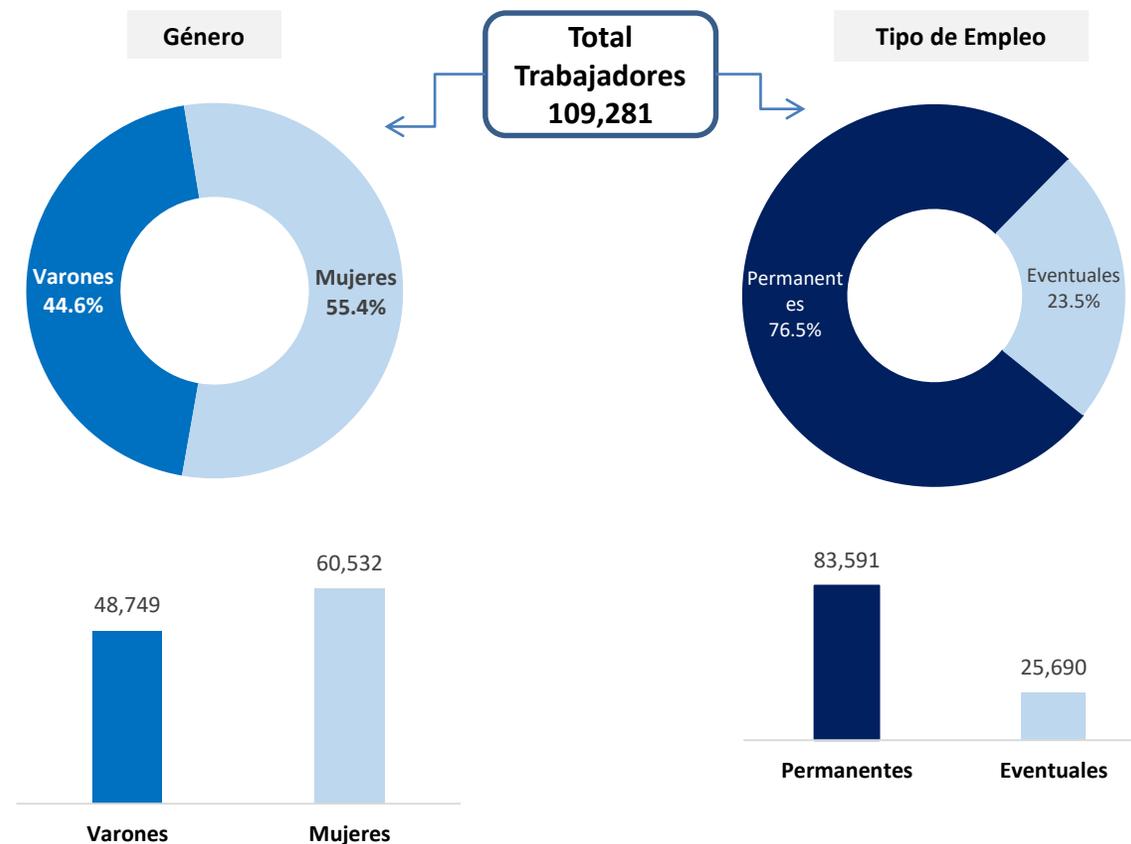
Trabajadores en el sector comercio interno:
setiembre 2020 – setiembre 2023
(Número)



Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico N° 20

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



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Tabla Nº 1

Comercio Interno por actividades, 2021-2023

(Variación porcentual interanual)

Actividad	Var. % Interanual				Var.% Acum.			
	Set 21/20	Set 22/21	Set 23/19	Set 23/22	Ene – Set (21/20)	Ene – Set (22/21)	Ene – Set (23/19)	Ene – Set (23/22)
Total Comercio Interno	12.6	0.9	26.2	2.8	26.3	2.5	20.8	-0.04
Supermercados e Hipermercados	7.6	-1.7	41.3	12.4	5.5	3.5	33.6	6.2
Tiendas por departamento	41.6	-4.7	1.1	-11.2	108.9	-9.5	9.9	-6.1
Ferreterías y acabados del hogar	14.9	-5.8	11.5	-16.4	65.6	4.4	14.9	-12.2
Equipamiento del hogar	6.5	-10.8	-12.1	-7.7	42.1	-7.3	-3.8	-7.4
Libros, periódicos y artículos de papelería	34.9	76.8	79.0	6.7	9.6	75.1	37.9	14.3
Farmacias y boticas	3.0	17.5	35.1	10.3	6.4	9.6	13.9	1.4

Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Elaboración: PRODUCE (OEE)

- ✓ Durante los primeros siete meses de 2023, las ventas del comercio interno experimentaron una leve caída de 0.04%, en comparación con el mismo periodo del año anterior. Este resultado negativo se atribuiría principalmente a la disminución en las ventas de productos de consumo masivo y a la contracción de la demanda interna.
- ✓ Dentro de las actividades más influyentes en este comportamiento se encuentran:
 - Las Tiendas por departamento registraron una disminución del 6.1% en sus ventas.
 - El Equipamiento del hogar experimentó una caída del 7.4%.
 - Las Ferreterías y acabados del hogar tuvieron una reducción del 12.2%.
- ✓ Sin embargo, este escenario fue parcialmente atenuado por el crecimiento en las ventas de Supermercados e hipermercados (+6.2%), Libros, periódicos y artículos de papelería (+14.3%), y Farmacias y boticas (+1.4%).
- ✓ Es importante destacar que la actividad de libros, periódicos y artículos de papelería continúa destacando su importante crecimiento durante los siete meses del 2023, impulsada por el retorno de las clases presenciales, la actividad empresarial y la campaña escolar de este año.