PERÚ | Ministerio de la Producción

Reporte Coyuntural

Comercio Interno

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

Abril 2024

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

Lima, Junio 2024

PRODUCE
Ministerio de la Producción

Resumen Ejecutivo

PERÚ | Ministerio de la Producción

En abril de 2024

- ✓ Las ventas del comercio interno experimentó una ligera disminución de 2.6%, con respecto a abril de 2023. Este resultado se deber, principalmente, a la disminución de las ventas de los supermercados e hipermercados, tiendas por departamento y ferreterías y acabados, en particular, asociado a una baja demanda de productos de consumo masivo y artículos de uso doméstico.
- ✓ Al analizar los rubros, se destacan los siguientes puntos: se observó una disminución en las ventas de los **supermercados e hipermercados (-6.0%),** así como de la actividad de **tiendas por departamento (-8.2%) y ferreterías y acabados (-5.2%).** En contraste, dicho comportamiento fue atenuado por el aumento en las ventas de **equipamiento del hogar (+3.7%), farmacias y boticas (+6.8%) y libros, periódicos y artículos de papelería (+30.9%).**
- ✓ A continuación, se presentan a detalle el desempeño de cada rubro:
  - **Supermercados e hipermercados** (44.2% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad anotaron una **disminución de 6.0%**. Esta caída se atribuye a la baja demanda de alimentos (-4.1%), prendas de vestir y calzado (-7.6%) y bebidas y tabaco (-8.0%).
  - **Tiendas por departamento** (15.0% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad **disminuyeron en 8.2**%, debido a la baja demanda de los muebles (-14.1%), artículos de uso doméstico (-11.5%), y de prendas de vestir y calzado (-6.1%).
  - **Ferreterías y acabados** (11.8% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad **disminuyeron en 5.2%,** explicado por la reducción en las ventas de artículos de productos diversos (-7.2%), artículos de ferretería (-3.1%) y artículos de uso doméstico (-13.9%). Ello estaría asociado a la menor ejecución de obras privadas y públicas, y menor dinamismo del sector Construcción y Minería.
  - **Equipamiento del hogar** (5.6% de las ventas internas): Esta actividad **registró un aumento de 3.7% en las ventas**. A nivel de líneas de productos, se observaron mayores ventas en productos diversos (+50.0%). En contraste, este resultado fue atenuado por la disminución de las ventas de artículos de uso doméstico (-3.0%).
  - **Farmacias y boticas** (21.1% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad **aumentó en 6.8%,** ello debido al incremento de productos de productos de farmacéuticos y medicinales (+8.0%), y productos de cuidado personal (+1.5%).
  - **Libros, periódicos y artículos de papelería** (2.3% de las ventas internas): Esta actividad creció en **30.9%,** debido al aumento en la demanda de productos de papelería y útiles escolares (+36.4%).

Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Elaboración: PRODUCE (OEE)

Ficha Técnica

- **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

Abril 2024

(Variación porcentual interanual)

Supermercados e Hipermercados	- Prendas de vestir y calzado (-7.6%) - Bebidas y tabaco (-8.0%) - Alimentos (-4.1%) - Productos diversos (-7.9%)	**-6.0%**
Tiendas por departamento	- Prendas de vestir y calzado (-6.1%) - Muebles (-14.1%) - Farmacéuticos y cosméticos (+3.0%)	**-8.2%**
Ferreterías y acabados	- Productos diversos (-7.2%) - Artículos de ferretería (-3.1%) - Muebles (+1.3%)	**-5.2%**
Equipamiento del hogar	- Productos diversos (+50.0%) - Artículos de uso doméstico (-3.0%) - Muebles (-2.5%)	**+3.7%**
Libros, periódicos y artículos de papelería	- Librerías (+35.4%) - Productos diversos (-7.2%)	**+30.9%**
Farmacias y boticas	- Productos farmacéuticos y medicinales (+8.0%) - Productos de cuidado personal (+1.5%)	**+6.8%**

*En abril de 2024, se evidenció **una caída en las ventas del comercio interno (-2.6%), explicada por la diminución en la facturación de productos relacionados con alimentos, prendas de vestir y artículos domésticos.***

***Las actividades que presentaron un desempeño negativo en el comercio interno durante abril de 2024 fueron: Supermercados e hipermercados (-6.0%), tiendas por departamento (-8.2%), ferreterías y acabados (-5.2%).** Estas disminuciones estarían relacionadas con una menor demanda de productos alimenticios, prendas de vestir y productos relacionados a la construcción.*

*En contraste, este resultado negativo fue atenuado por el incremento en las ventas registradas por las actividades de **equipamiento del hogar (+3.7%), farmacias y boticas (+6.8%) y libros, periódicos y artículos de papelería (+30.9%).***

Las ventas de comercio interno disminuyeron en 2.6%

En abril de 2024, **las ventas del comercio interno experimentaron una ligera disminución en 2.6%**, debido a la reducción en las ventas de los supermercados (-6.0%), tiendas por departamento (-8.2%) y ferreterías y acabados (-5.2%). En contraste, este resultado fue atenuado por el aumento en las ventas de las ramas de equipamiento del hogar (+3.7%), farmacias y boticas (+6.8%) y libros, periódicos y artículos de papelería (+30.9%).

Gráfico Nº 1

Desempeño de las ventas internas según Grupo y Clase CIIU[1/], abril 2024

(Millones de soles a precios corrientes)

CIIU [(a)]	Actividad	Abr-23	Abr-24	Var % Abr (24/23)	
	Total	**4,096**	**3,988**	**-2.6**	
4711	**Supermercados e hipermercados**	1,874.1	1,762.0	-6.0	▼
4719	**Tiendas por departamentos [1/]**	652.1	598.9	-8.2	▼
4752	**Ferreterías y acabados**	497.8	472.2	-5.2	▼
4759	**Equipamiento del hogar**	214.4	222.3	3.7	▲
4772	**Farmacias y boticas**	787.5	841.0	6.8	▲
4761	**Libros, periódicos y artículos de papelería**	69.9	91.5	30.9	▲

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

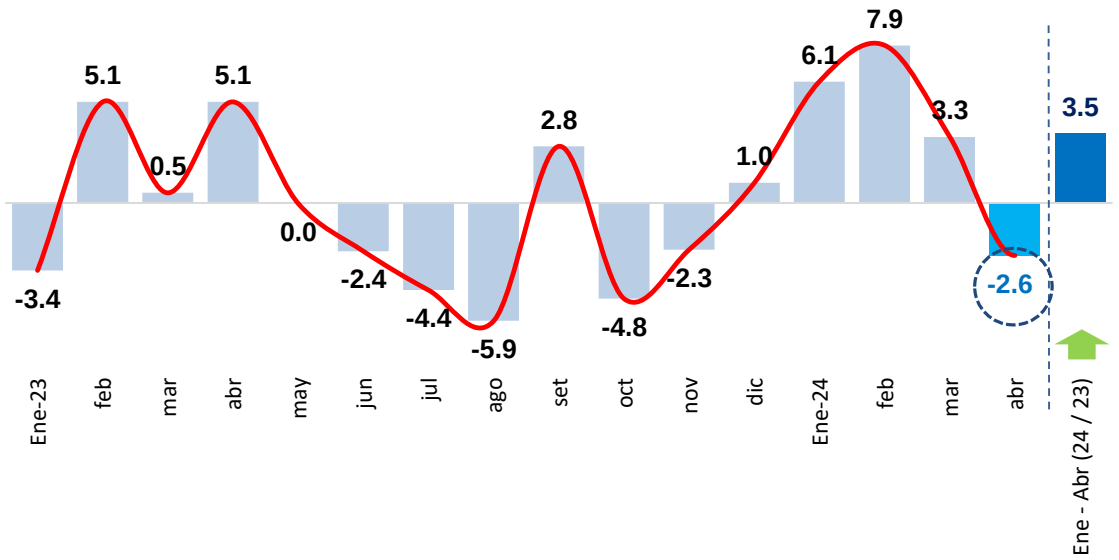
[1/] Las ventas internas corresponden al comercio interno de (Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas) y representan aprox. el 98.5% del total; se excluye las ventas al por menor de combustibles de la actividad CIIU 4730.

[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)



Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Elaboración: PRODUCE (OEE)

Ventas de supermercados e hipermercados disminuyeron en 6.0%

- Las ventas en los supermercados e hipermercados registraron una **disminución interanual de 6.0%** en abril de 2024. Este resultado se debe a las menores ventas de productos relacionados con la canasta básica familiar, como son las categorías de: alimentos (-4.1%), bebidas y tabaco (-8.0%), farmacéuticos y cosméticos (-6.2%) y prendas de vestir y calzado (-7.6%).

- Asimismo, se observó una disminución en las ventas de artículos de uso doméstico (-7.3%).

Gráfico Nº 3

Evolución de las ventas de supermercados e hipermercados
(Variación porcentual interanual)

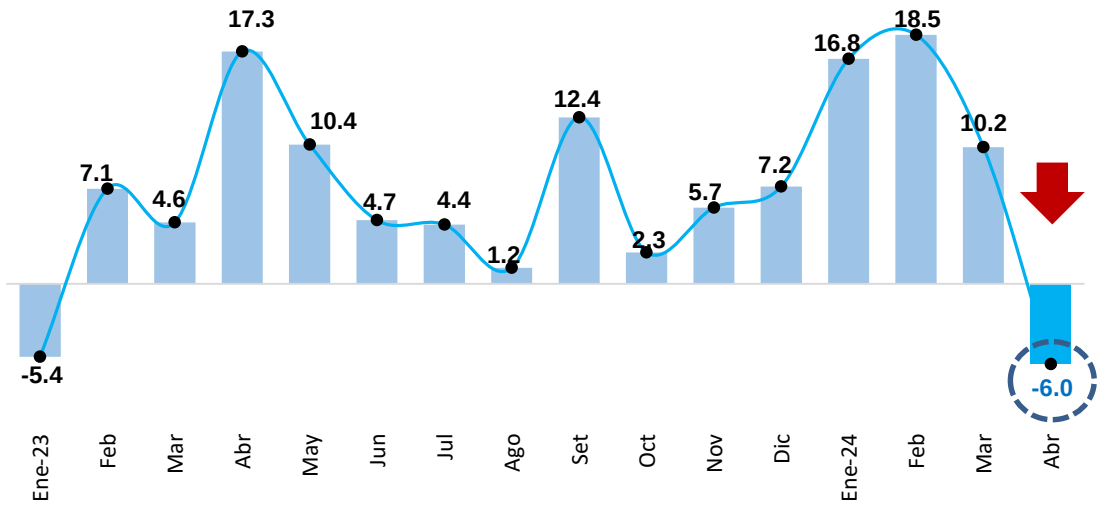
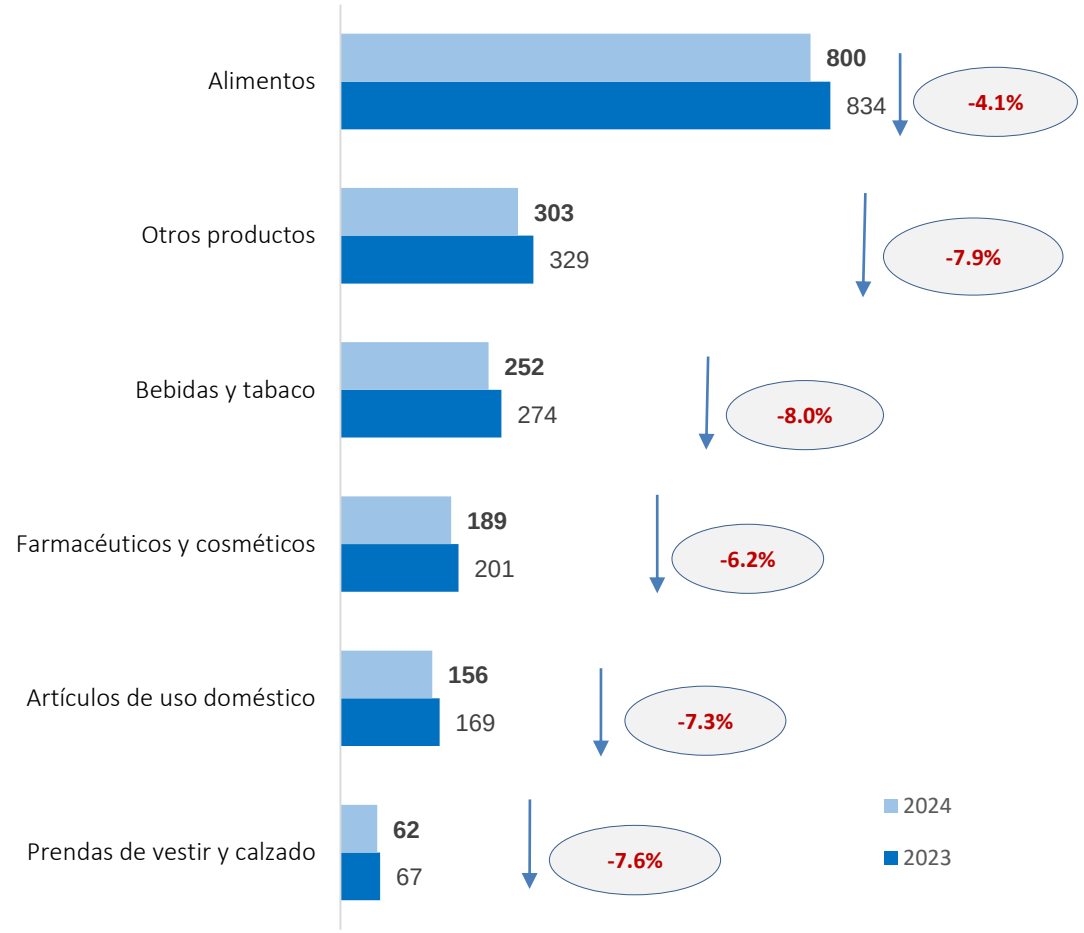


Grafico Nº 4

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



Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Elaboración: PRODUCE (OEE)

Ventas de tiendas por departamento disminuyeron en 8.2%

- En abril de 2024, las ventas en las tiendas por departamento disminuyeron en **8.2% interanual.** Este resultado se debe a las menores ventas registradas de los muebles (-14.1%), prendas de vestir y calzado (-6.1%), productos diversos (-12.0%) y artículos de uso doméstico (-11.5%).

- En contraste, este desempeño negativo fue atenuado por el incremento en las ventas de productos farmacéuticos y cosméticos (+3.0%).

Gráfico Nº 13

Evolución de las ventas de tiendas por departamento
(Variación porcentual interanual)

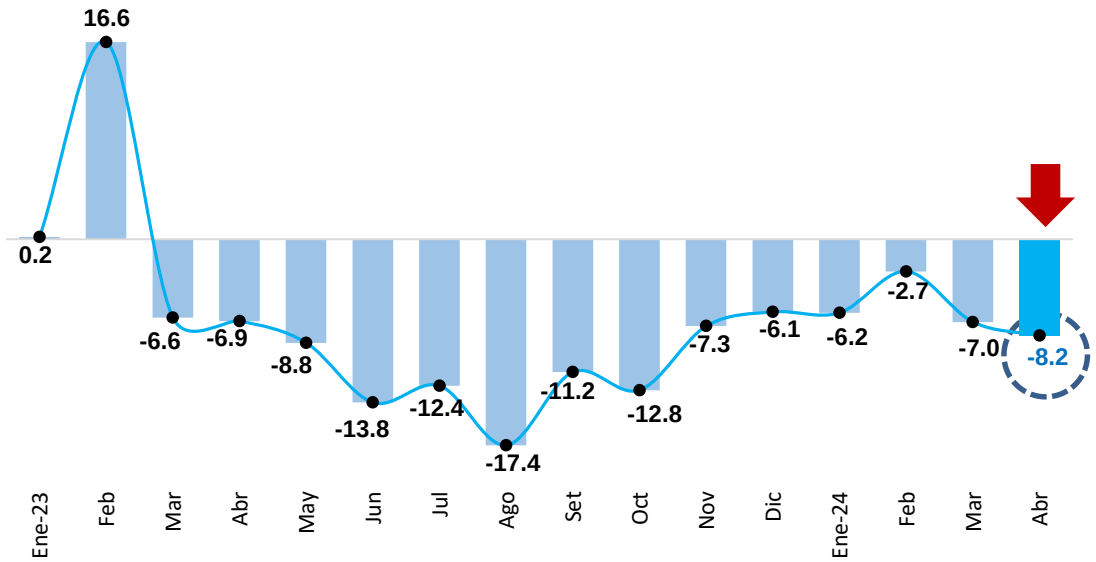
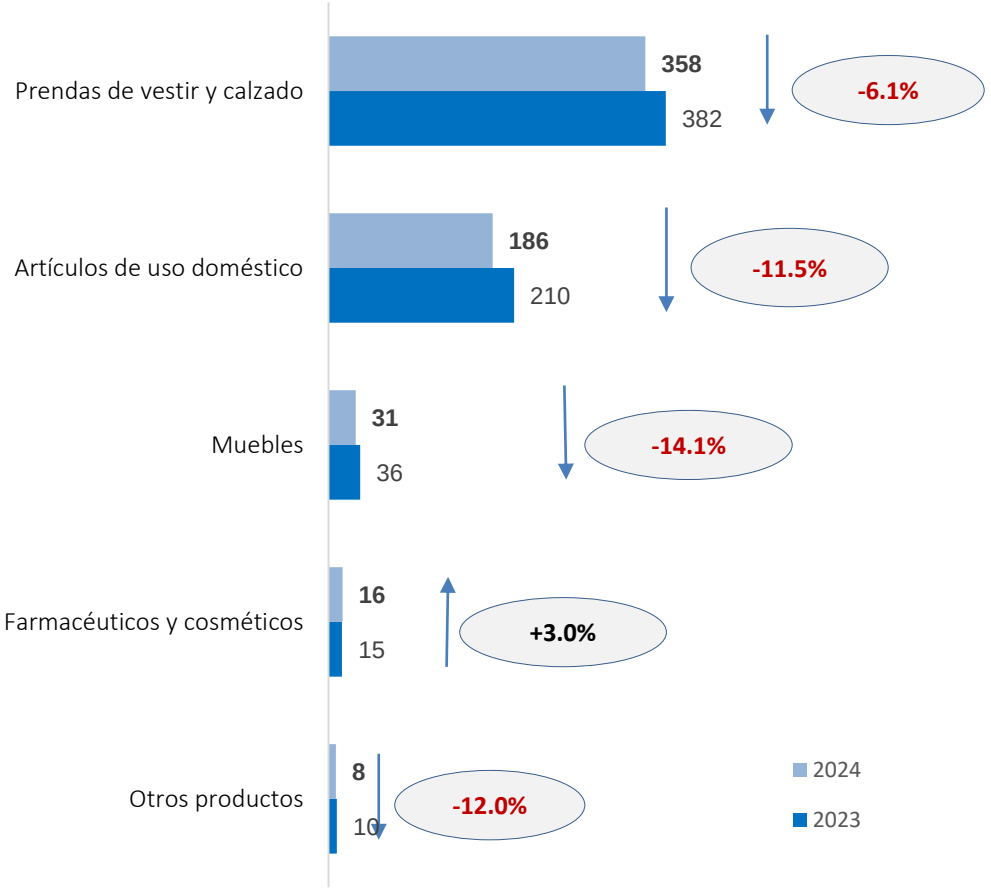


Grafico Nº 14

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



Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Elaboración: PRODUCE (OEE)

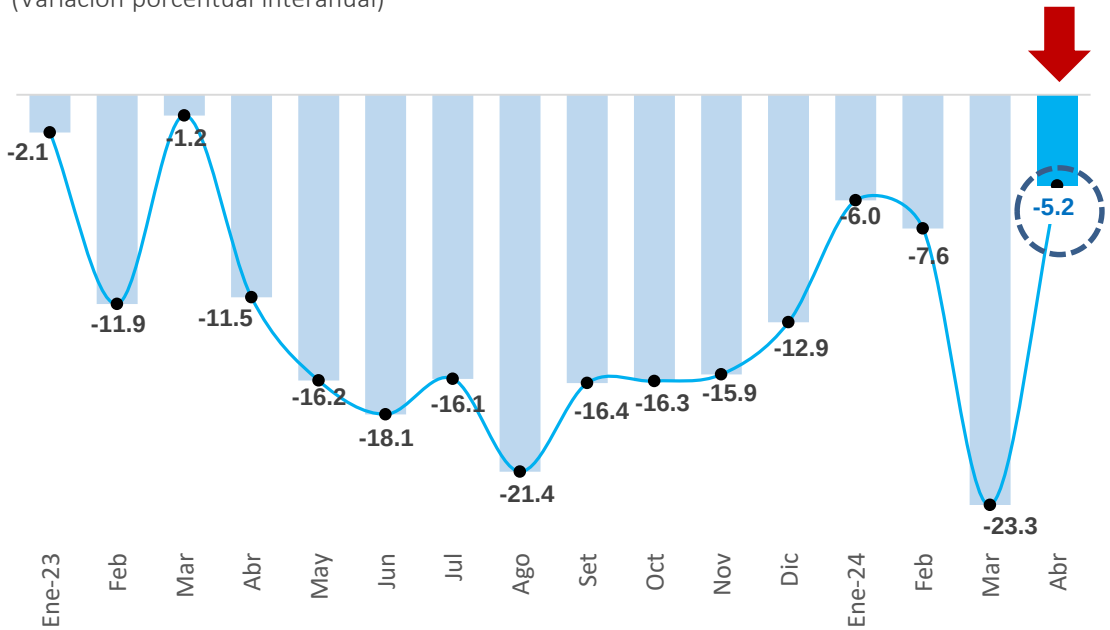
Ferreterías y acabados disminuyeron sus ventas en 5.2%

- Las ventas de productos relacionados con la actividad de ferreterías y acabados registraron **una disminución interanual de 5.2%** en abril de 2024, 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 (-7.2%), artículos de ferretería (-3.1%) y artículos de uso doméstico (-13.9%).

Gráfico Nº 15

Evolución de las ventas de ferreterías y acabados

(Variación porcentual interanual)

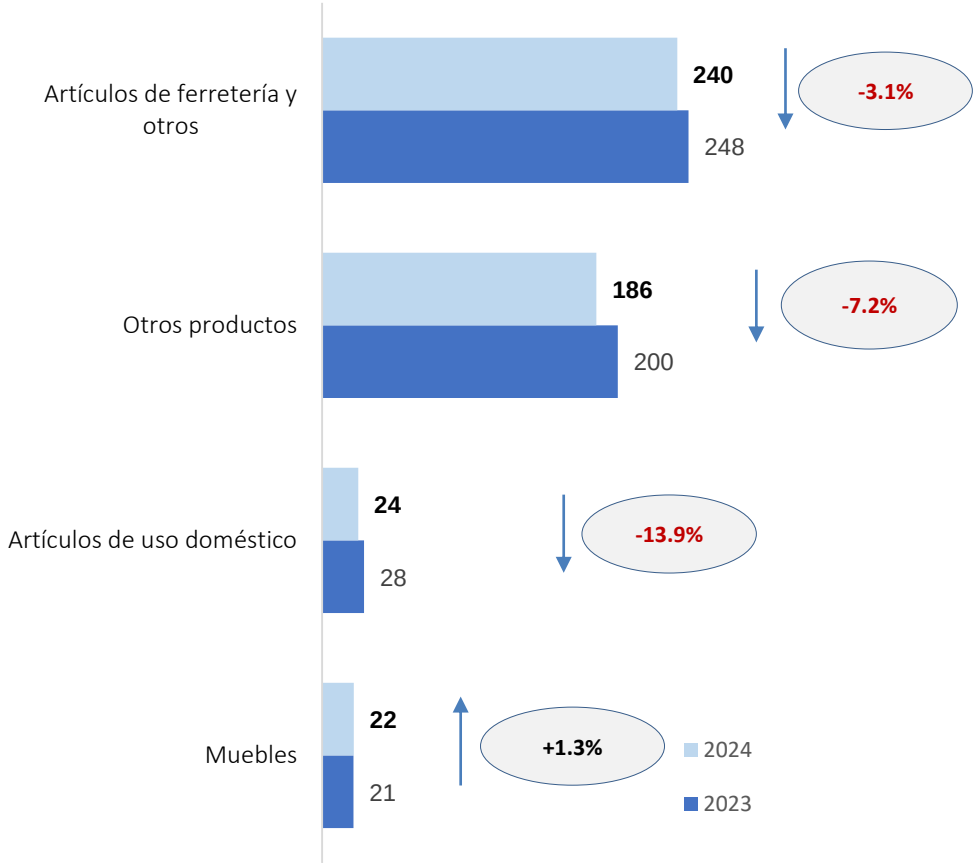


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 16

Ventas por líneas de productos, abril 2023 y abril 2024

(Millones de Soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Equipamiento del hogar amentaron sus ventas en 3.7%

- En abril 2024, se registró un ligero **incremento interanual de 3.7%** en las ventas de productos relacionados con el equipamiento del hogar. Esto estaría asociado al aumento en las ventas de productos diversos (+50.0%), donde están los productos tecnológicos, accesorios y otros.
- En contraste, este resultado fue atenuado por la disminución en las ventas de artículos de uso doméstico (-3.0%) y muebles (-2.5%).

Gráfico Nº 11

Evolución de las ventas de equipamiento del hogar

(Variación porcentual interanual)

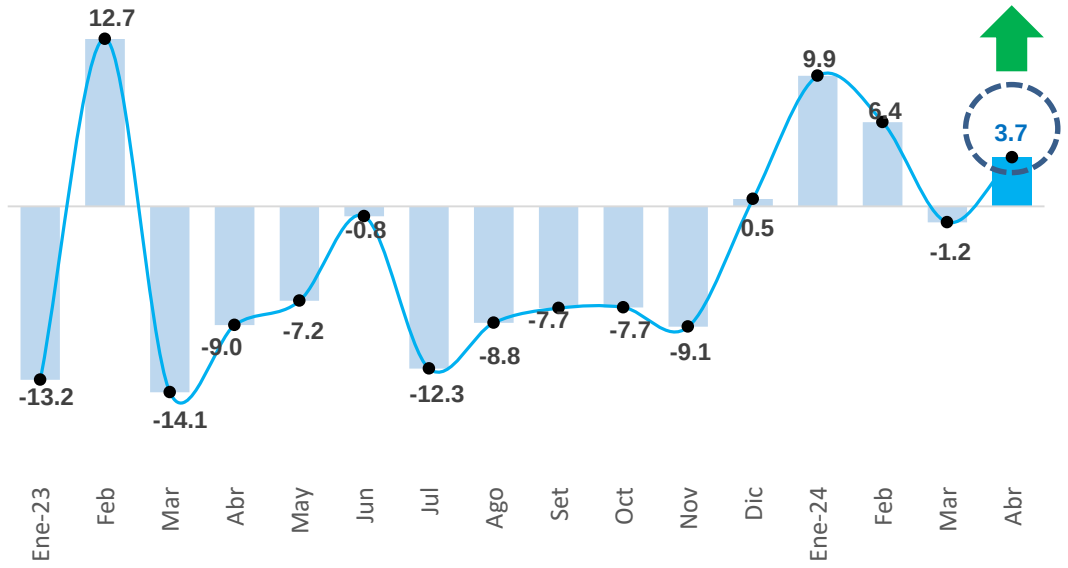
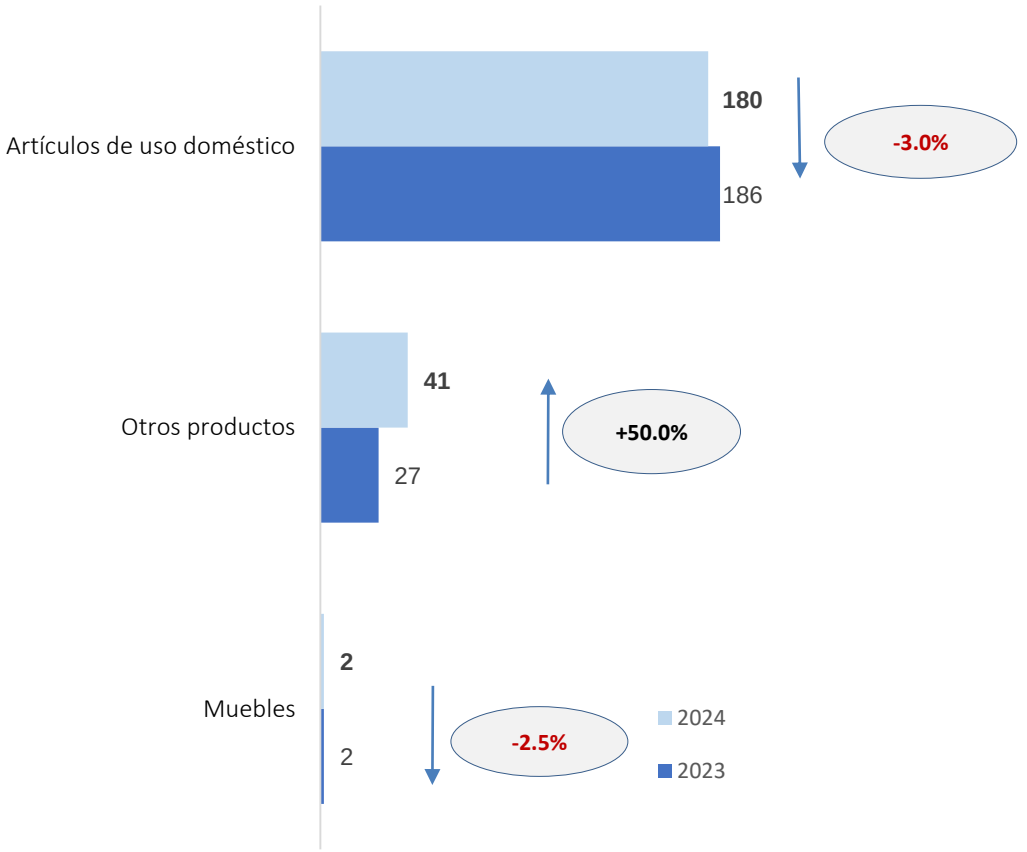


Gráfico Nº 12

Ventas por líneas de productos, abril 2023 y abril 2024

(Millones de Soles y Var.% interanual)



Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Elaboración: PRODUCE (OEE)

Ventas de farmacias y boticas aumentaron en 6.8%

- En abril 2024, se registró un crecimiento de 6.8% 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 farmacéuticos y medicinales (+8.0%), y en menor medida, de cuidado personal (+1.5%).

Gráfico Nº 5

Evolución de las ventas de farmacias y boticas
(Variación porcentual interanual)

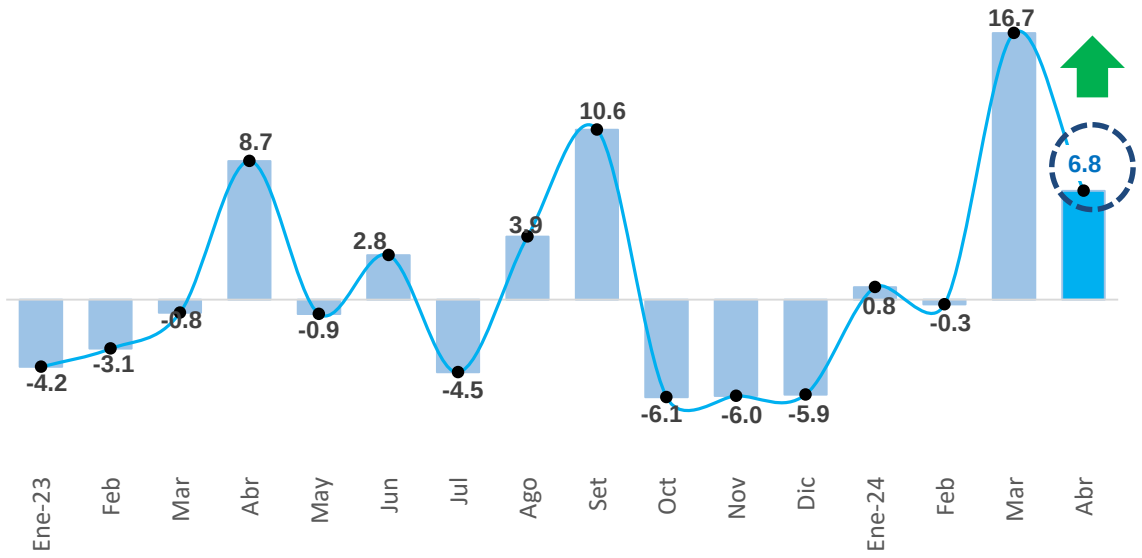


Gráfico Nº 6

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

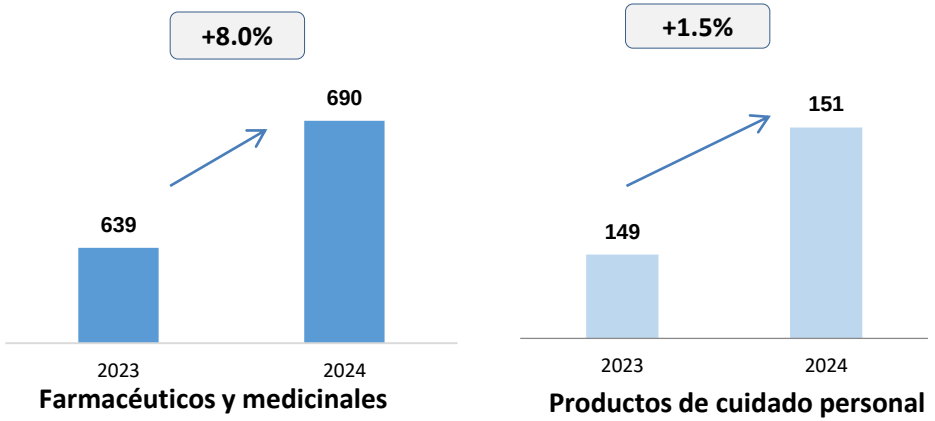
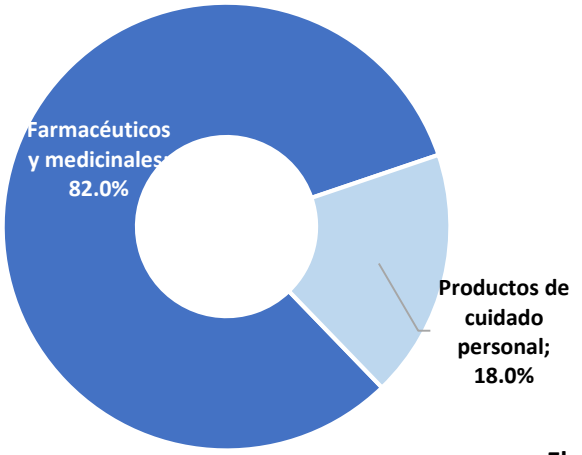


Gráfico Nº 7

Participación de las ventas por líneas de productos, abril 2024
(Porcentaje)



Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Elaboración: PRODUCE (OEE)

Ventas de libros, periódicos y artículos de papelería aumentaron en 30.9%

- Las ventas en la actividad de libros, periódicos y artículos de papelería registraron **un importante aumento de 30.9%** en abril de 2024. Ello debido, principalmente, al incremento en las ventas de libros, cuadernos, papelería y útiles escolares (+36.4%), asociado a la continua la demanda escolar y ferias de libros.
- En contraste, este resultado fue atenuado por la menor venta de productos diversos (-7.2%), tales como equipos informáticos, juguetería y otros accesorios.

Gráfico Nº 8

Evolución de las ventas de libros, periódicos y artículos de papelería
(Variación porcentual interanual)

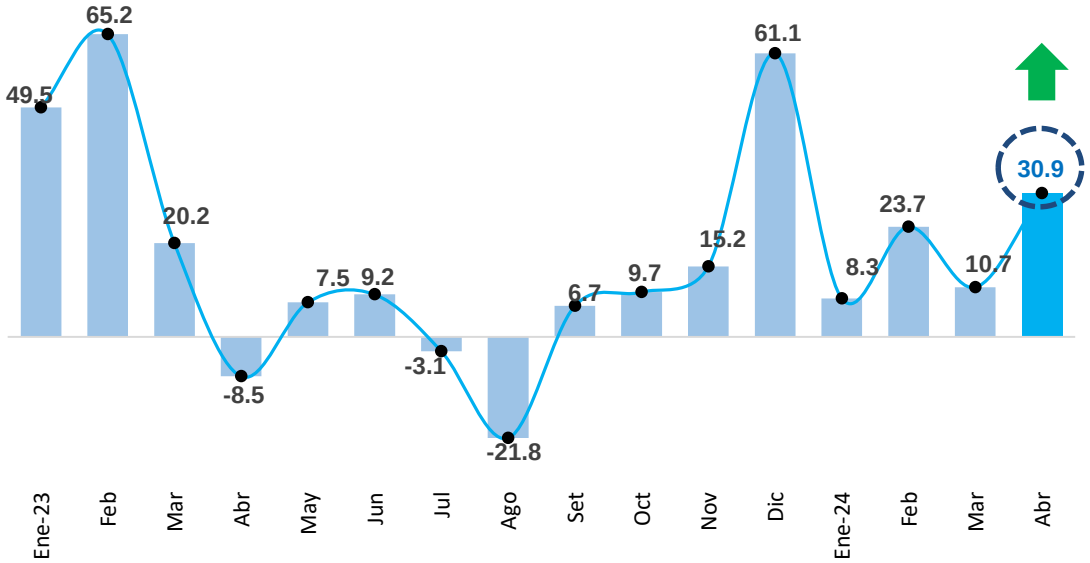


Gráfico Nº 9

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

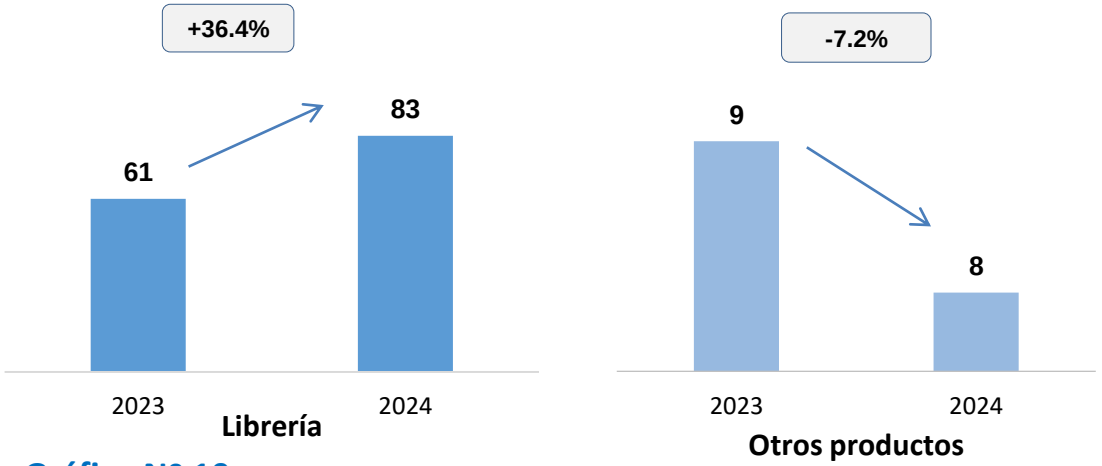
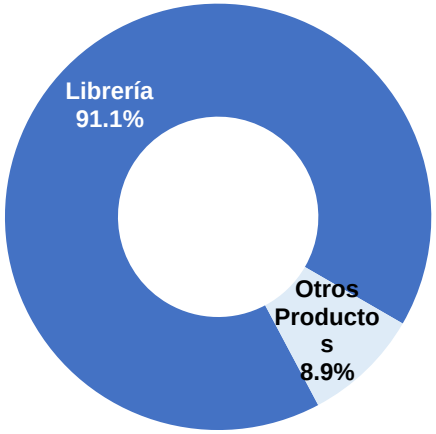


Gráfico Nº 10

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



Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Elaboración: PRODUCE (OEE)

Tiendas: Número de tiendas aumentó en 10.2%

Actividades	Número de aperturas (+) y cierres (-) de tiendas en abril 2024[1/]
Supermercados e hipermercados	+423
Tiendas por departamento	+15
Ferreterías y acabados del hogar	+5
Equipamiento del hogar	-5
Libros, periódicos y artículos de papelería	+2
Farmacias y boticas	+93

1/ En relación a similar mes del año anterior

Gráfico Nº 17

Evolución del número de tiendas del comercio interno: abril 2022 – abril 2024
(Cantidad y Variación %)

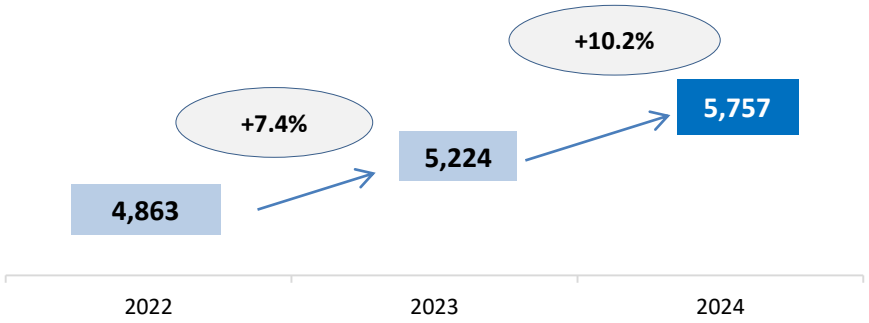
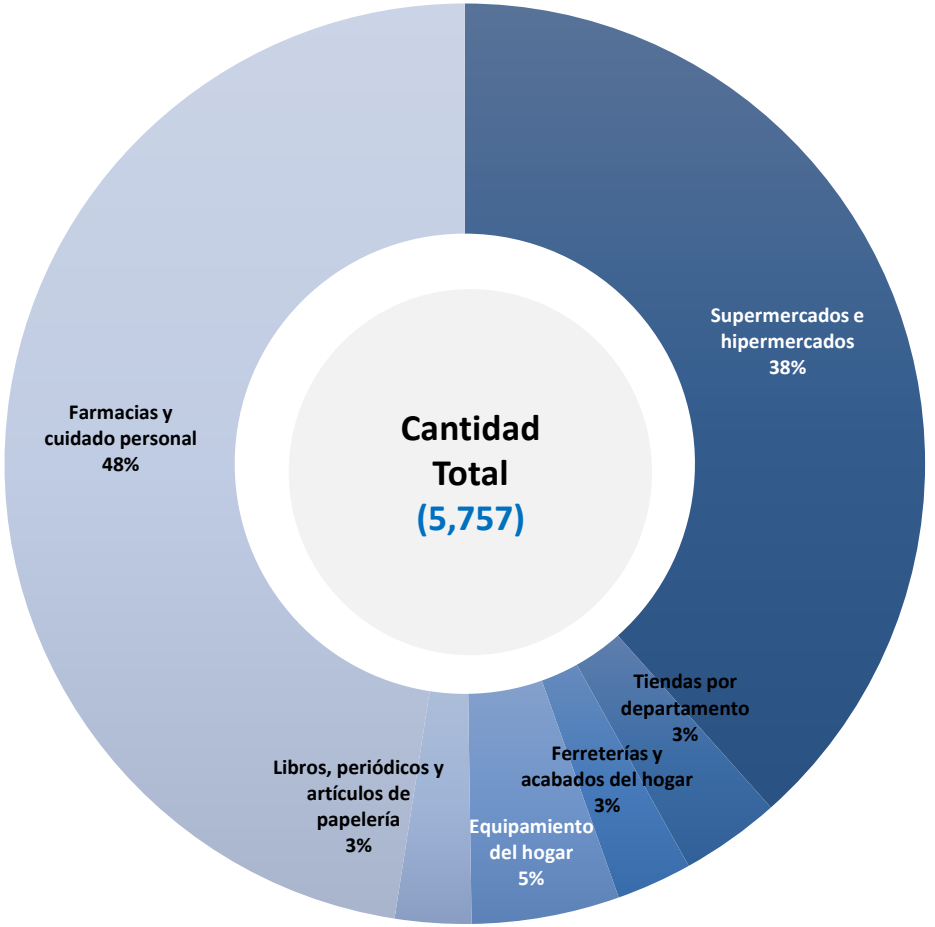


Gráfico Nº 18

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



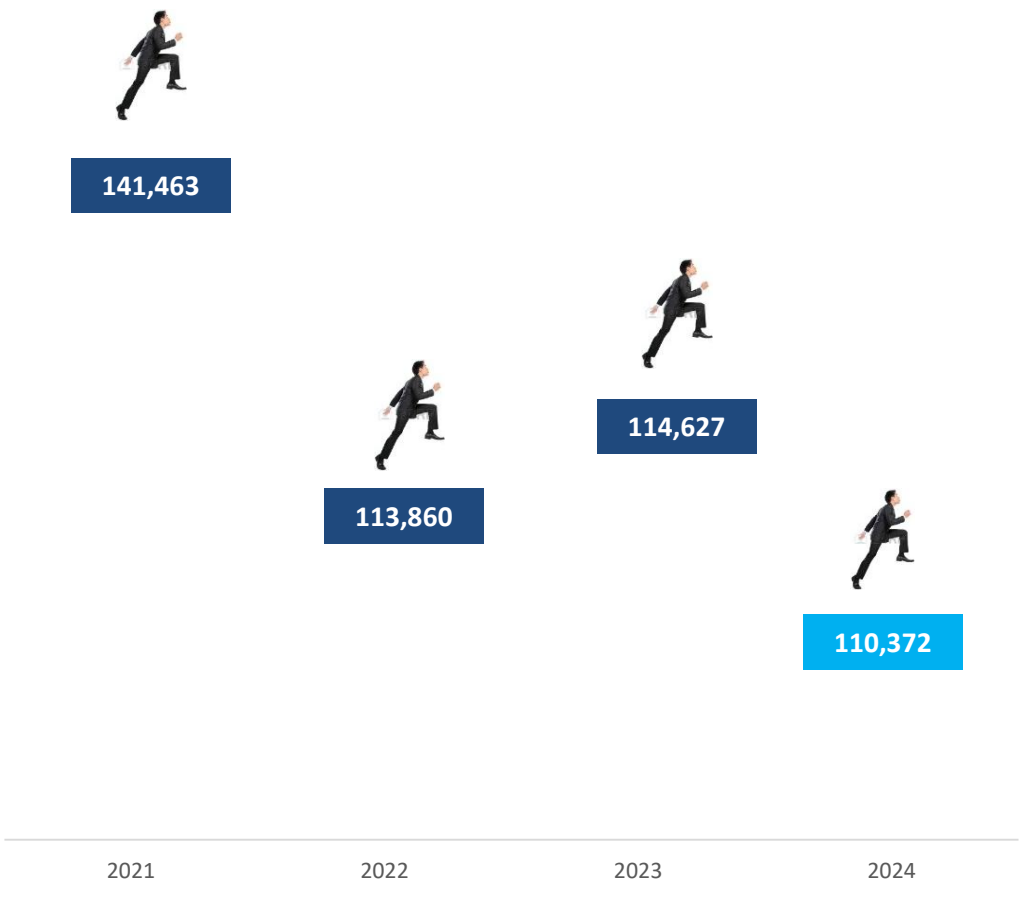
Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Elaboración: PRODUCE (OEE)

Nivel de empleo disminuyó en 3.7% y registró 110 mil 372 puestos de trabajo

Gráfico Nº 19

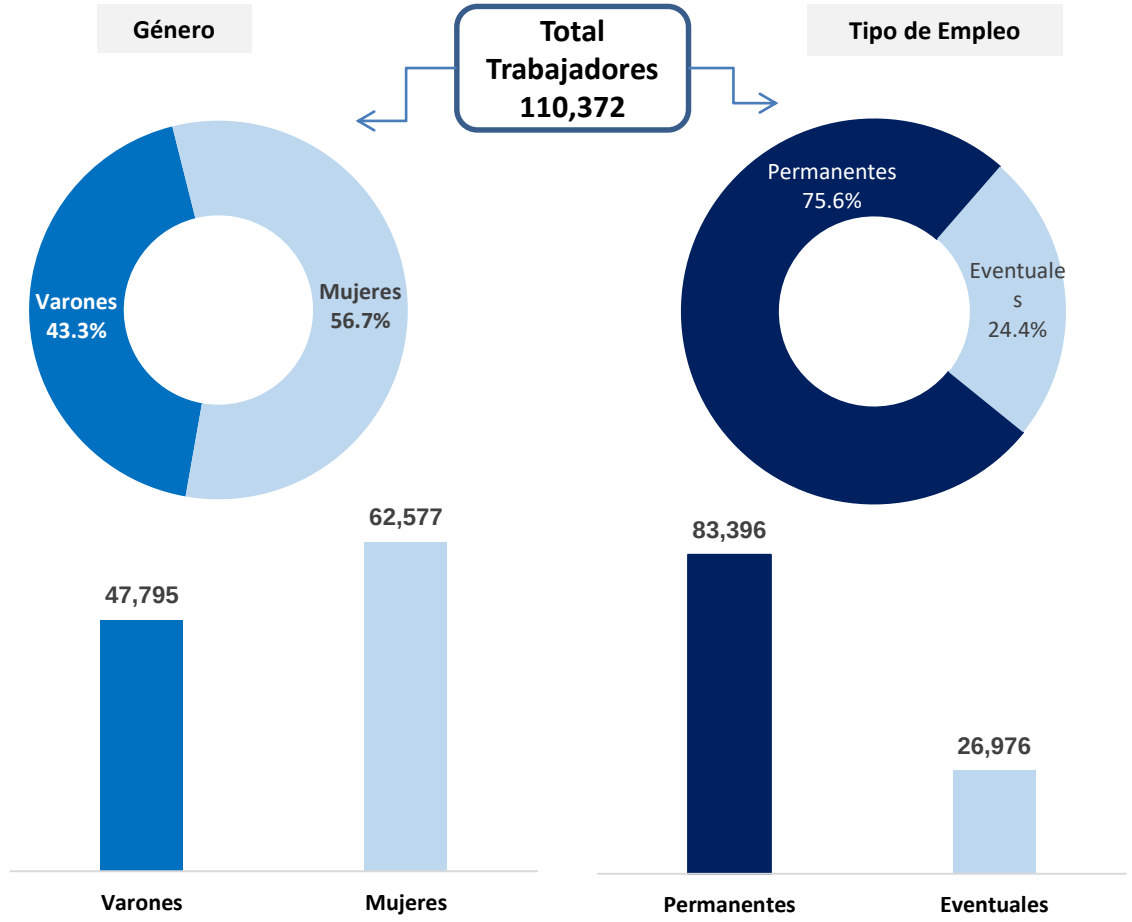
Número de trabajadores en el sector comercio interno
(abril 2021 – abril 2024)



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, abril 2024 (Número y porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Acumulado Enero-Abril 2024: Ventas del Comercio Interno registra un avance de +3.5%

PERÚ | Ministerio de la Producción

Tabla Nº 1

Comercio Interno por actividades, 2022-2024

(Variación porcentual interanual)

Actividad	Var. % Interanual				Var.% Acum.			
	Abr 22/21	Abr 23/22	Abr 24/19	Abr 24/23	Ene – Abr (22/21)	Ene – Abr (23/22)	Ene – Abr (24/19)	Ene – Abr (24/23)
Total Comercio Interno	**11.6**	**5.1**	**25.1**	**-2.6**	**8.4**	**1.7**	**26.2**	**3.5**
Supermercados e Hipermercados	11.7	17.3	36.8	**-6.0**	8.1	5.7	44.2	**9.3**
Tiendas por departamento	79	-6.9	13.2	**-8.2**	3.7	-0.5	10.0	**-6.1**
Ferreterías y acabados del hogar	17.0	-11.5	8.1	**-5.2**	13.4	-6.5	9.3	**-11.1**
Equipamiento del hogar	3.7	-9.0	4.1	**3.7**	-2.4	-7.1	7.2	**4.5**
Libros, periódicos y artículos de papelería	66.6	-8.5	75.5	**30.9**	83.8	30.1	54.0	**16.9**
Farmacias y boticas	9.9	8.7	25.8	**6.8**	6.9	0.2	15.8	**6.3**

Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Elaboración: PRODUCE (OEE)

- ✓ En el acumulado de enero a abril de 2024, las ventas del comercio interno reportó un avance de 3.5%, con respecto al mismo periodo de 2023. Este resultado positivo se debe a una ligera recuperación de la demanda interna (+4.7%).
- ✓ Entre las actividades que más crecieron y se recuperaron, entre enero y abril 2023, tenemos a: Supermercados e hipermercados (+9.3%), libros, periódicos y artículos de papelería (+16.9%), farmacias y boticas (6.3%) y equipamiento del hogar (4.5%).
- ✓ Por otro lado, en este periodo se contrajo las ventas de tiendas por departamento (-6.1%) y ferreterías y acabados del hogar (-11.1%).
- ✓ 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 y feria del Libro.