



## □ [En setiembre de 2024](#)

- ✓ Las ventas del comercio interno crecieron en 1.8% con relación a setiembre de 2023, acumulando así cinco meses consecutivos al alza. Este resultado se debe principalmente al incremento de las ventas en los supermercados, tiendas por departamento, farmacias y boticas y equipamiento para el hogar; impulsadas por un aumento en la demanda interna (+2.6%).
- ✓ Al analizar los distintos rubros, se destacan los siguientes puntos: se observó un aumento en las ventas de **supermercados e hipermercados (+0.1%)**, **tiendas por departamento (+12.7%)**, **equipamiento del hogar (+3.3%)** y **farmacias y boticas (+0.8%)**.
- ✓ A continuación, se presentan a detalle el desempeño de cada rubro:
  - **Supermercados e hipermercados** (47.3% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad anotaron un **leve incremento de 0.1%**. Debido a un aumento en la demanda de alimentos (+3.3%), bebidas y tabaco (+1.8%) y farmacias y cosméticos (+1.2%).
  - **Farmacias y boticas** (17.9% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad **umentó en 0.8%**, ello debido al incremento en la demanda de productos farmacéuticos y medicinales (+0.9%) y de cuidado personal (+0.3%).
  - **Tiendas por departamento** (15.5% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad **umentaron en 12.7%**, debido al incremento de la demanda de prendas de vestir y calzado (+63.5%), artículos de uso doméstico (+52.2%) y muebles (+107.2%).
  - **Equipamiento del hogar** (5.2% de las ventas internas): Esta actividad **registró un aumento de 3.3% en las ventas**. A nivel de líneas de productos, se observaron mayores ventas de artículos de uso doméstico (+8.3%) y muebles (+71.2%).
  - **Ferreterías y acabados** (12.5% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad **disminuyeron ligeramente en 0.04%**, debido a las menores ventas de productos diversos (-5.5%). En contraste, atenuó esta baja el aumento de la demanda de muebles (+26.7%), artículos de uso doméstico (+15.4%) y artículos de ferretería (+1.3%).
  - **Libros, periódicos y artículos de papelería** (1.7% de las ventas internas): Esta actividad **disminuyó en 16.8%**, debido a las menores ventas de productos de papelería y útiles escolares (-31.9%).

- **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

## Setiembre 2024

(Variación porcentual interanual)



En setiembre de 2024, se evidenció **un ligero crecimiento en las ventas del comercio interno (+1.8%)**, debido al aumento en la facturación de productos relacionados **con alimentos, prendas de vestir y muebles, impulsadas por el aumento de la demanda interna (+2.6%)**.

En este mes casi todas las actividades presentaron un desempeño positivo en el comercio interno durante setiembre de 2024 tales como, **Supermercados e hipermercados (+0.1%)**, **Tiendas por departamento (+12.7%)**, **Equipamiento del hogar (+3.3%)**, y **Farmacias y boticas (+0.8%)**. En contraste, este resultado fue atenuado por la caída de la actividad de **Libros, periódicos y artículos de papelería (-16.8%)** y **Ferreterías y acabados (-0.04%)**.

# Las ventas de comercio interno **aumentaron en 1.8%**



En setiembre de 2024, las ventas del comercio interno crecieron en 1.8%, impulsado principalmente por el incremento de las ventas en los Supermercados (+0.1%), Tiendas por departamento (+12.7%), Equipamiento del hogar (+3.3%) y Farmacias y boticas (+0.8%); favorecidas por un aumento en la demanda interna (+2.6%).

## Cuadro Nº 1

### Desempeño de las ventas internas según Grupo y Clase CIU<sup>1/</sup>, setiembre 2024

(Millones de soles a precios corrientes)

CIU (a)	Actividad	Set-23	Set-24	Var % Set (24/23)
	<b>Total</b>	<b>3,703</b>	<b>3,770</b>	<b>1.8</b>
4711	Supermercados e hipermercados	1,782.4	1,785.0	↑ 0.1
4719	Tiendas por departamentos <sup>1/</sup>	517.8	583.6	↑ 12.7
4752	Ferreterías y acabados	471.1	470.9	↓ -0.04
4759	Equipamiento del hogar	188.8	194.9	↑ 3.3
4772	Farmacias y boticas	668.0	673.5	↑ 0.8
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	75.0	62.5	↓ -16.8

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

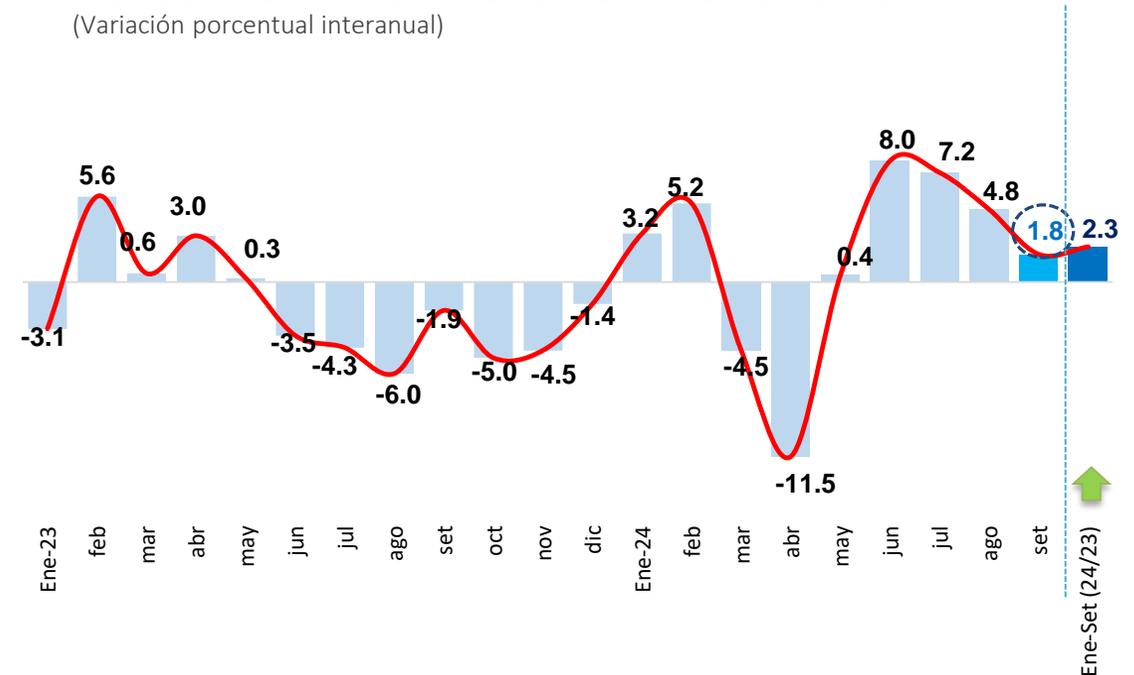
<sup>1/</sup> Las ventas internas corresponden al comercio interno de (Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas) y representan aprox. el 98.5% del total; se excluye las ventas al por menor de combustibles de la actividad CIU 4730.

<sup>2/</sup> Se refiere a tiendas de grandes dimensiones con variedad de productos.

## Gráfico Nº 1

### Evolución mensual de las ventas del comercio interno

(Variación porcentual interanual)



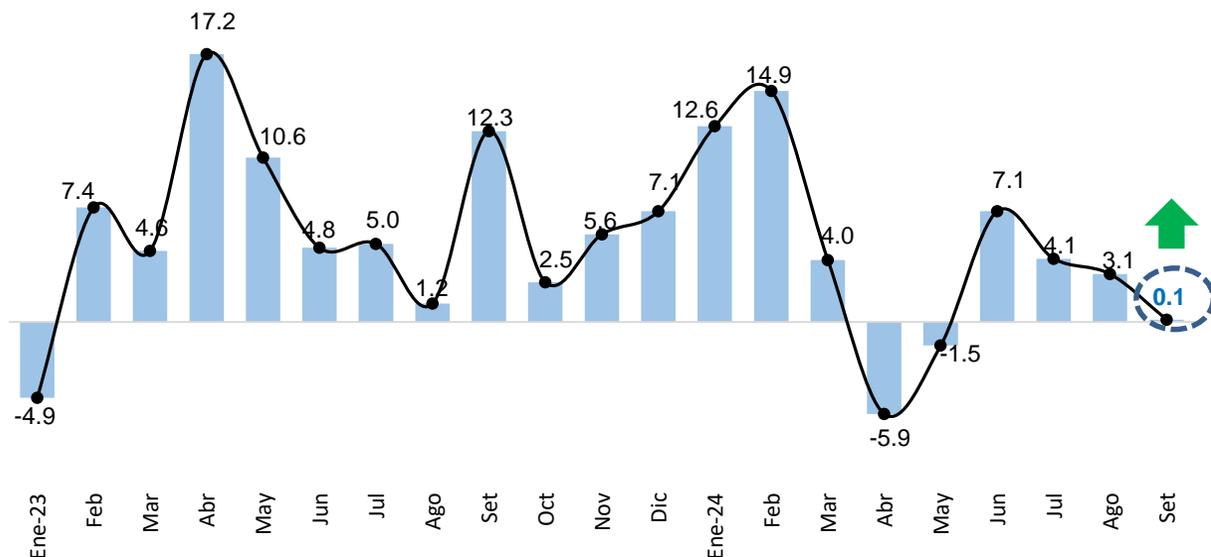
# Ventas de supermercados e hipermercados **aumentaron en 0.1%**

- Las ventas en los **supermercados e hipermercados** registraron un **aumento interanual de 0.1%** en setiembre de 2024. Este resultado se debe a las mayores ventas de productos relacionados con la canasta básica familiar; donde se observa el mayor consumo en las principales líneas de productos como: alimentos (+3.3%), bebidas y tabaco (+1.8%) y farmacéuticos y cosméticos (+1.2%). En contraste, esta actividad fue atenuada por una disminución en las ventas de artículos de uso doméstico (-5.5%), productos diversos (-5.1%) y prendas de vestir (-8.5%).

**Gráfico N° 2**

## Evolución de las ventas de supermercados e hipermercados

(Variación porcentual interanual)

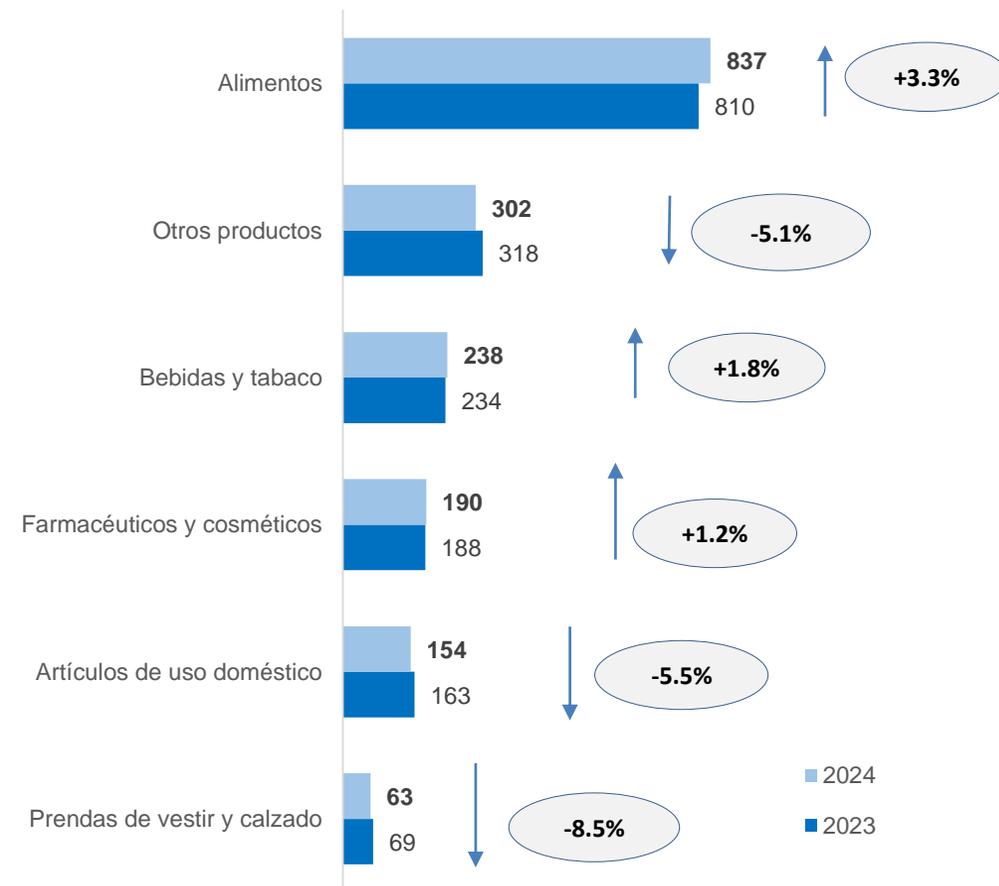


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

**Gráfico N° 3**

## Ventas por líneas de productos, setiembre 2023 y setiembre 2024

(Millones de soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

# Ventas de tiendas por departamento **aumentaron en 12.7%**



PERÚ

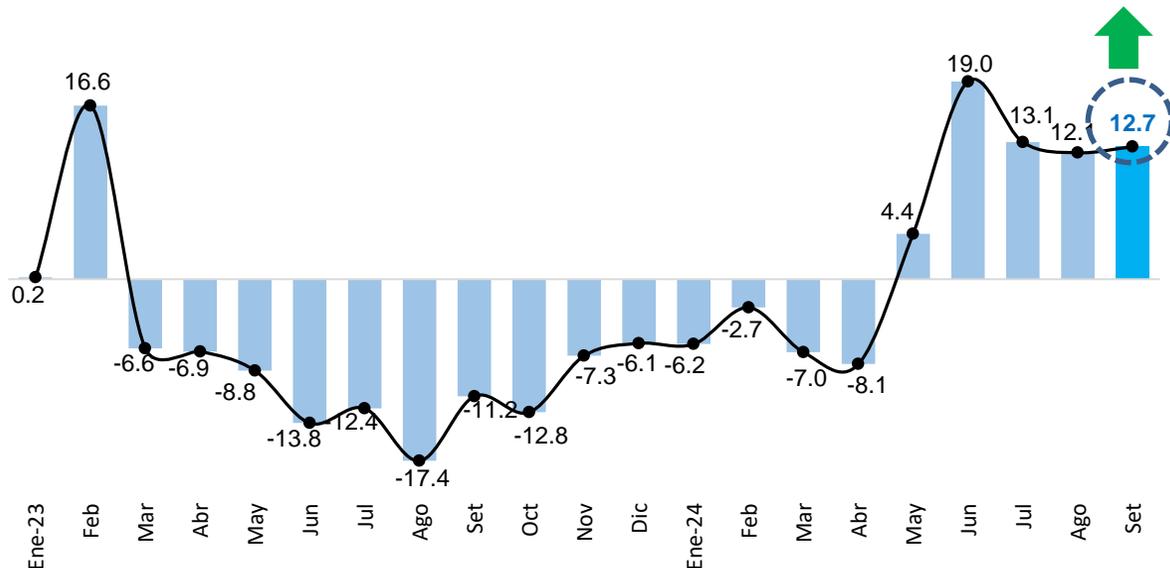
Ministerio de la Producción

- En setiembre de 2024, las ventas en las **tiendas por departamento** aumentaron en **12.7% interanual**. Este resultado se debe a las mayores ventas registradas en prendas de vestir y calzado (+63.3%) y muebles (+107.2%). Impulsada por las mayores ventas de prendas y calzados que protejan del intenso frío que viene atravesando el país.

**Gráfico Nº 4**

## Evolución de las ventas de tiendas por departamento

(Variación porcentual interanual)

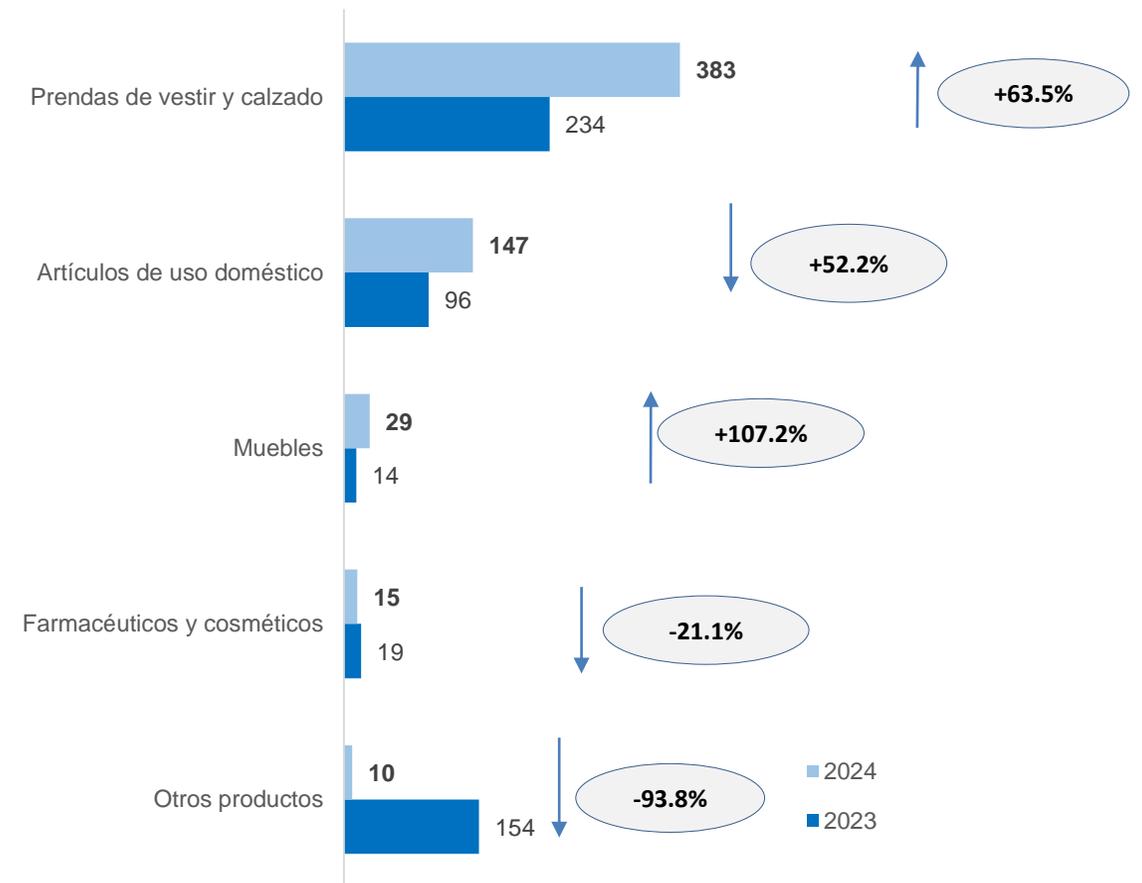


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

**Gráfico Nº 5**

## Ventas por líneas de productos, setiembre 2023 y setiembre 2024

(Millones de soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

# Ferreterías y acabados disminuyeron sus ventas en -0.04%



PERÚ

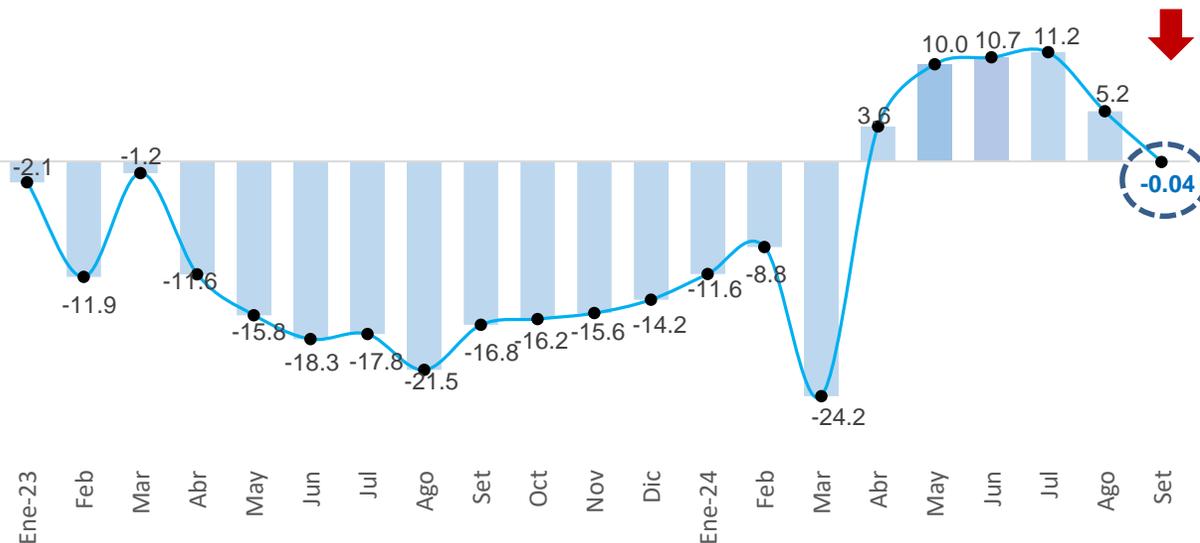
Ministerio de la Producción

- Las ventas de productos relacionados con la actividad de **ferreterías y acabados** registraron una **variación interanual de -0.04%** en setiembre de 2024, debido a la menor venta de productos diversos (-5.5%). Sin embargo, este comportamiento fue atenuado por el aumento de la demanda de muebles (+26.7%), artículos de uso doméstico (+15.4%) y artículos de ferretería (+1.3%).

## Gráfico N° 6

### Evolución de las ventas de ferreterías y acabados

(Variación porcentual interanual)

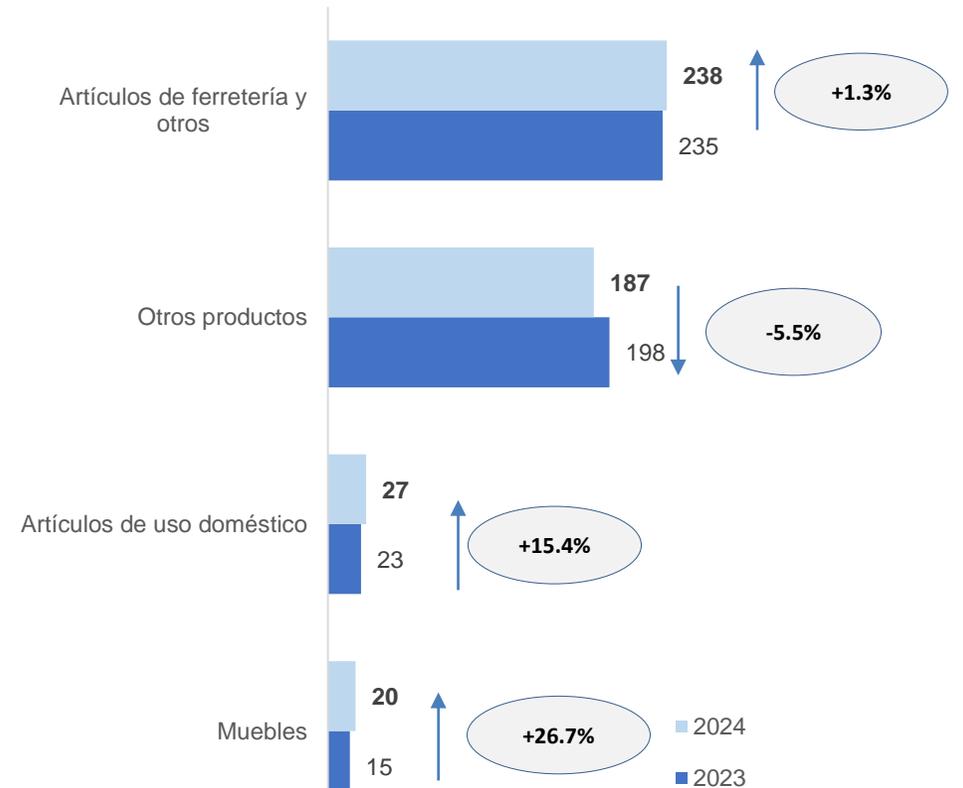


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

## Gráfico N° 7

### Ventas por líneas de productos, setiembre 2023 y setiembre 2024

(Millones de Soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

# Equipamiento del hogar **aumentaron sus ventas en 3.3%**

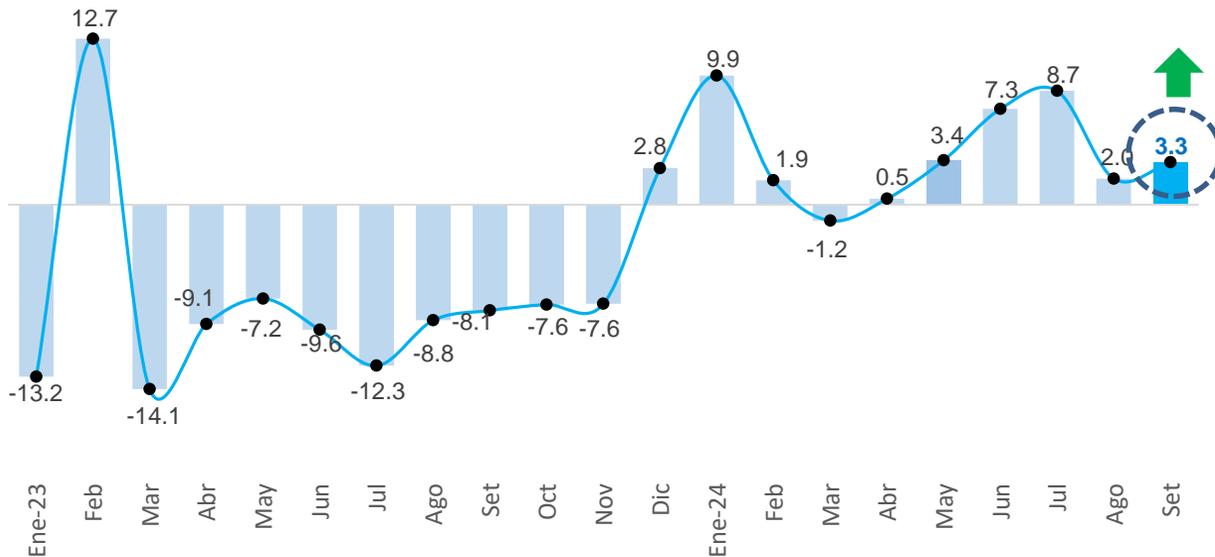


- En setiembre 2024, se registró un **incremento interanual de 3.3%** en las ventas de productos relacionados con el **equipamiento del hogar**. Este crecimiento fue debido al aumento en las ventas de **artículos de uso doméstico** (+8.3%) y **muebles** (+71.2%), en particular, productos de línea blanca, marrón y equipos electrónicos.
- En contraste, este resultado fue atenuado parcialmente por la disminución en las ventas de productos diversos (-33.3%).

## Gráfico N° 8

### Evolución de las ventas de equipamiento del hogar

(Variación porcentual interanual)

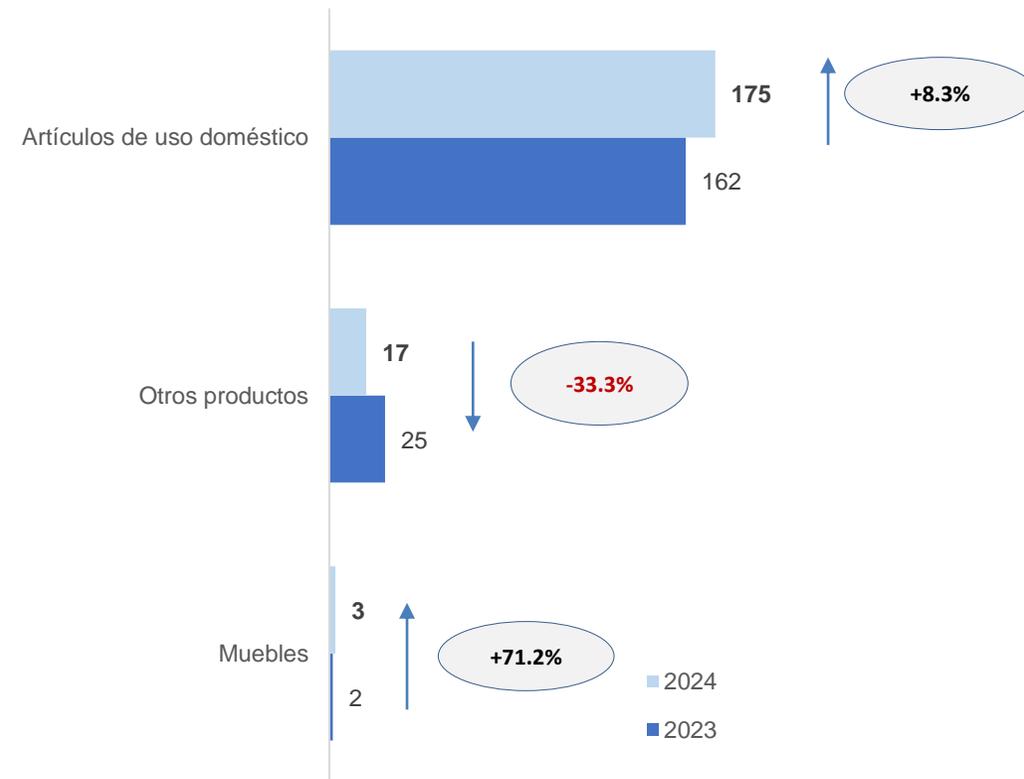


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

## Gráfico N° 9

### Ventas por líneas de productos, setiembre 2023 y setiembre 2024

(Millones de Soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

# Ventas de farmacias y boticas **aumentaron en 0.8%**



PERÚ

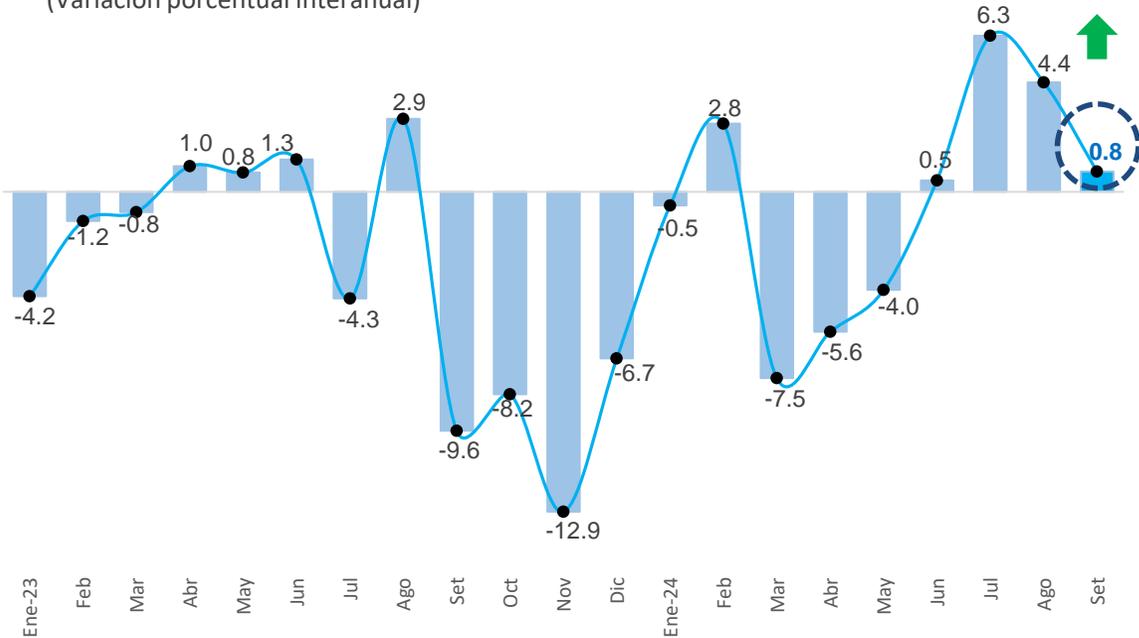
Ministerio de la Producción

- En setiembre 2024, se registró un ligero **crecimiento de 0.8%** en las ventas de **farmacias y boticas** en comparación con el mismo mes del año anterior.
- Este resultado positivo se debe principalmente al incremento en las ventas de productos farmacéuticos y medicinales (+0.9%) y de cuidado personal (+0.3%), impulsado por el dinamismo de las ventas a través de canales modernos.

## Gráfico N° 10

### Evolución de las ventas de farmacias y boticas

(Variación porcentual interanual)

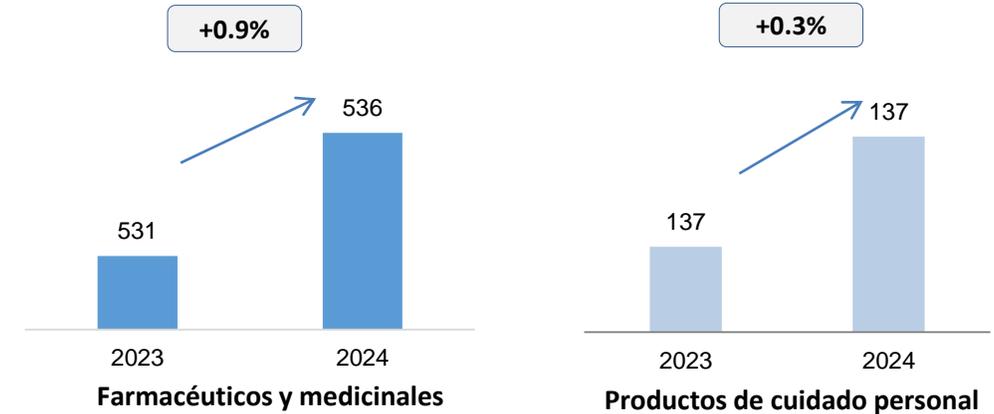


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

## Gráfico N° 11

### Ventas por líneas de productos, setiembre 2023 y setiembre 2024

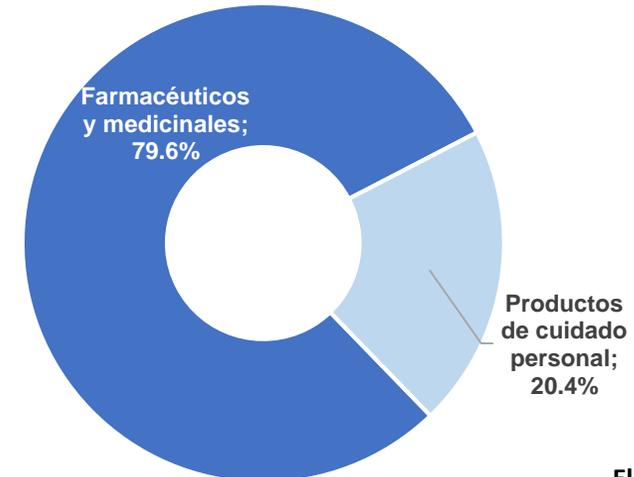
(Millones de Soles y Var.% interanual)



## Gráfico N° 12

### Participación de las ventas por líneas de productos, setiembre 2024

(Porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

# Ventas de libros, periódicos y artículos de papelería **disminuyeron en 16.8%**



PERÚ

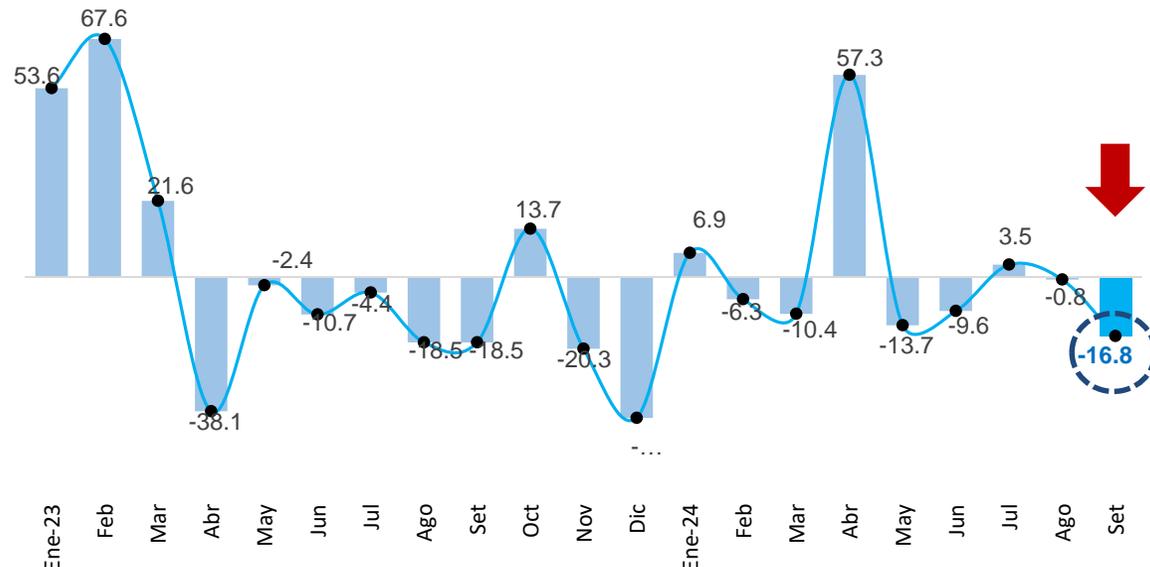
Ministerio de la Producción

- Las ventas de la actividad de **libros, periódicos y artículos de papelería** registraron **una disminución de 16.8%** en setiembre de 2024. Este resultado fue debido principalmente a la disminución en las ventas de libros, así como, de papelería y útiles escolares (-31.9%).
- En contraste, este desempeño fue atenuado parcialmente por el incremento en la venta de productos diversos (+58.4%), en particular, equipos informáticos, jugueterías y otros accesorios.

## Gráfico N° 13

### Evolución de las ventas de libros, periódicos y artículos de papelería

(Variación porcentual interanual)

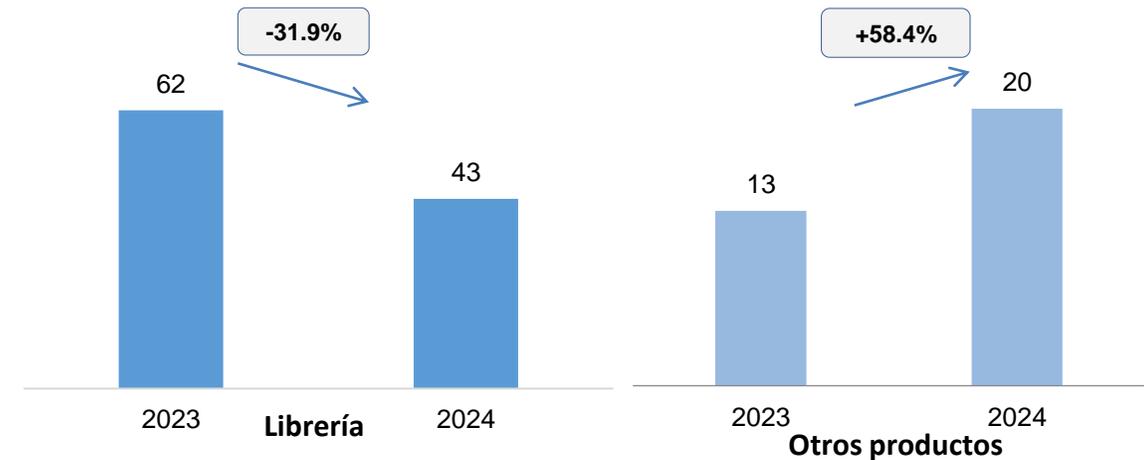


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

## Gráfico N° 14

### Ventas por líneas de productos, setiembre 2023 y setiembre 2024

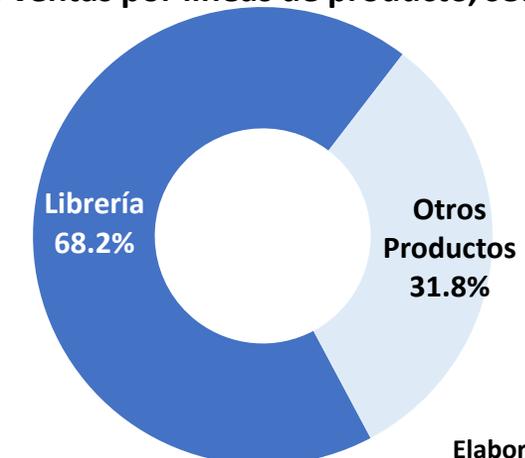
(Millones de Soles y Var.% interanual)



## Gráfico N° 15

### Participación de las ventas por líneas de producto, setiembre 2024

(Porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

# Tiendas: Número de tiendas **aumentó en 12.5%**



PERÚ

Ministerio de la Producción

## Actividades

Número de aperturas (+) y cierres (-) de tiendas en setiembre 2024<sup>1/</sup>

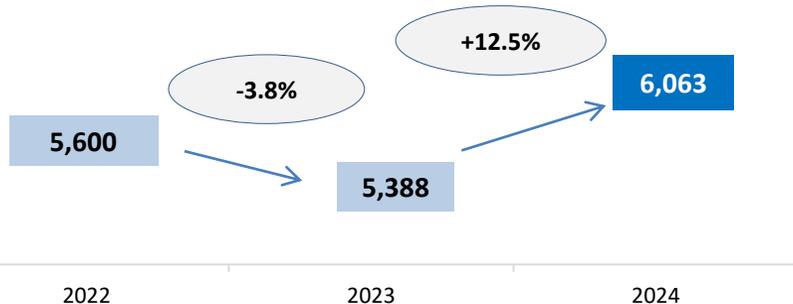
Supermercados e hipermercados	+502
Tiendas por departamento	+9
Ferreterías y acabados del hogar	+4
Equipamiento del hogar	+5
Libros, periódicos y artículos de papelería	-8
Farmacias y boticas	+163

1/ En relación a similar mes del año anterior

## Gráfico Nº 16

### Evolución del número de tiendas del comercio interno: setiembre 2022 – setiembre 2024

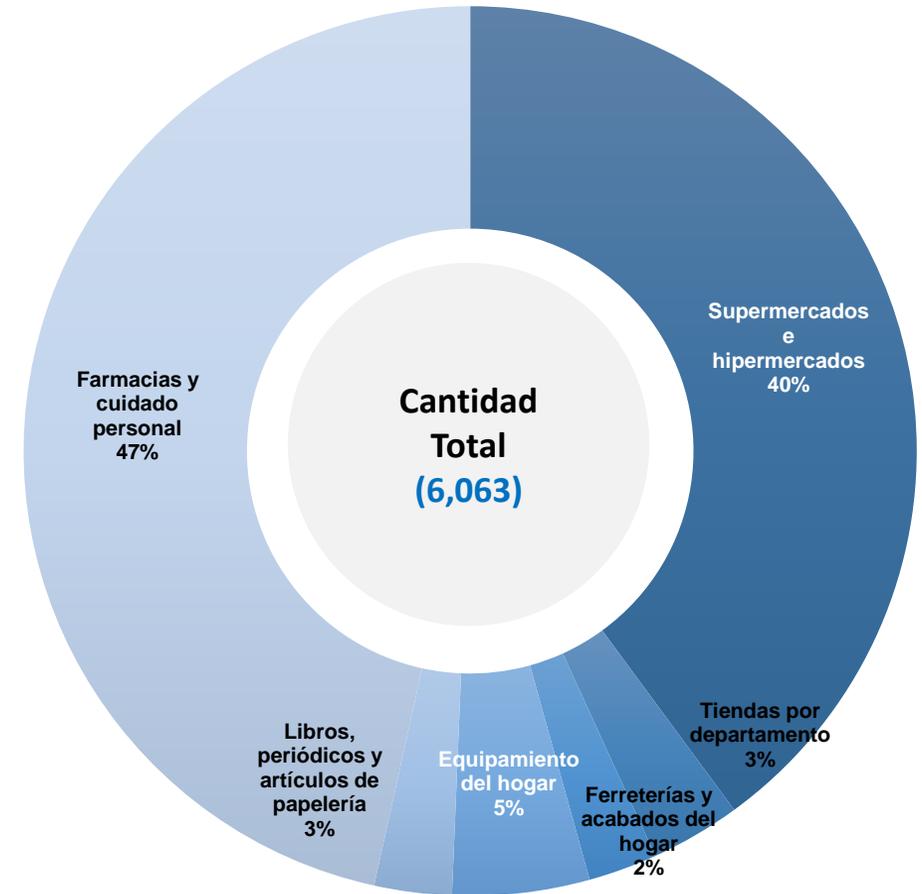
(Cantidad y Variación %)



Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

## Gráfico Nº 17

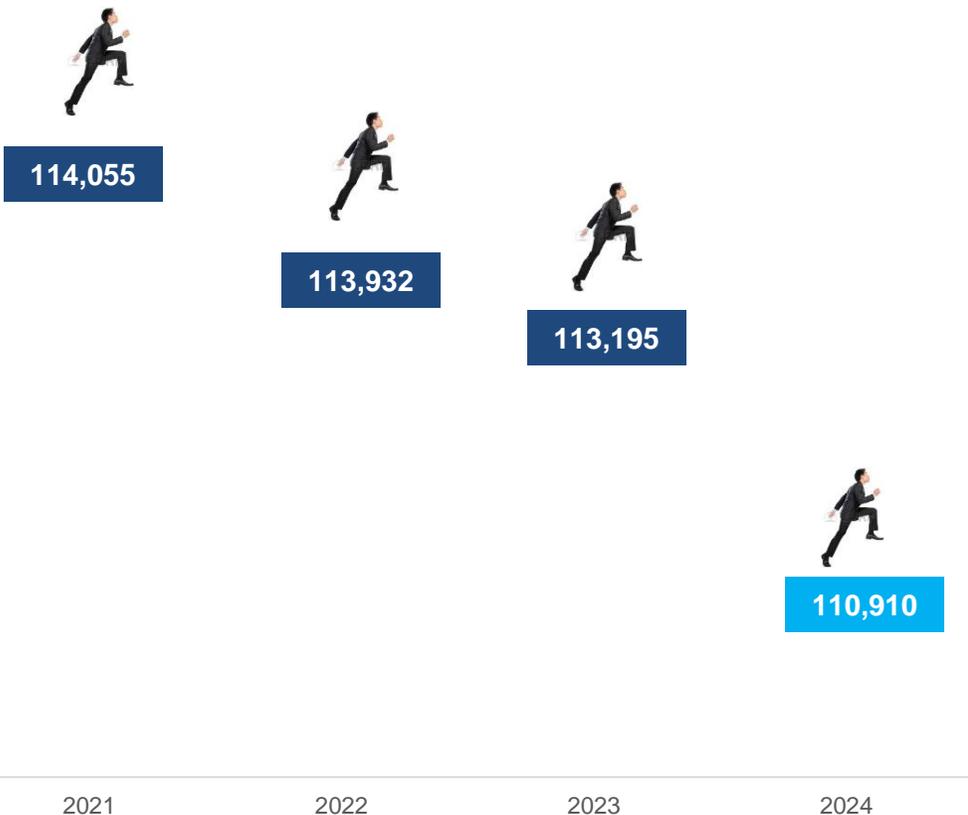
Participación del total de tiendas por actividad, setiembre 2024 (Porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

## Gráfico N° 18

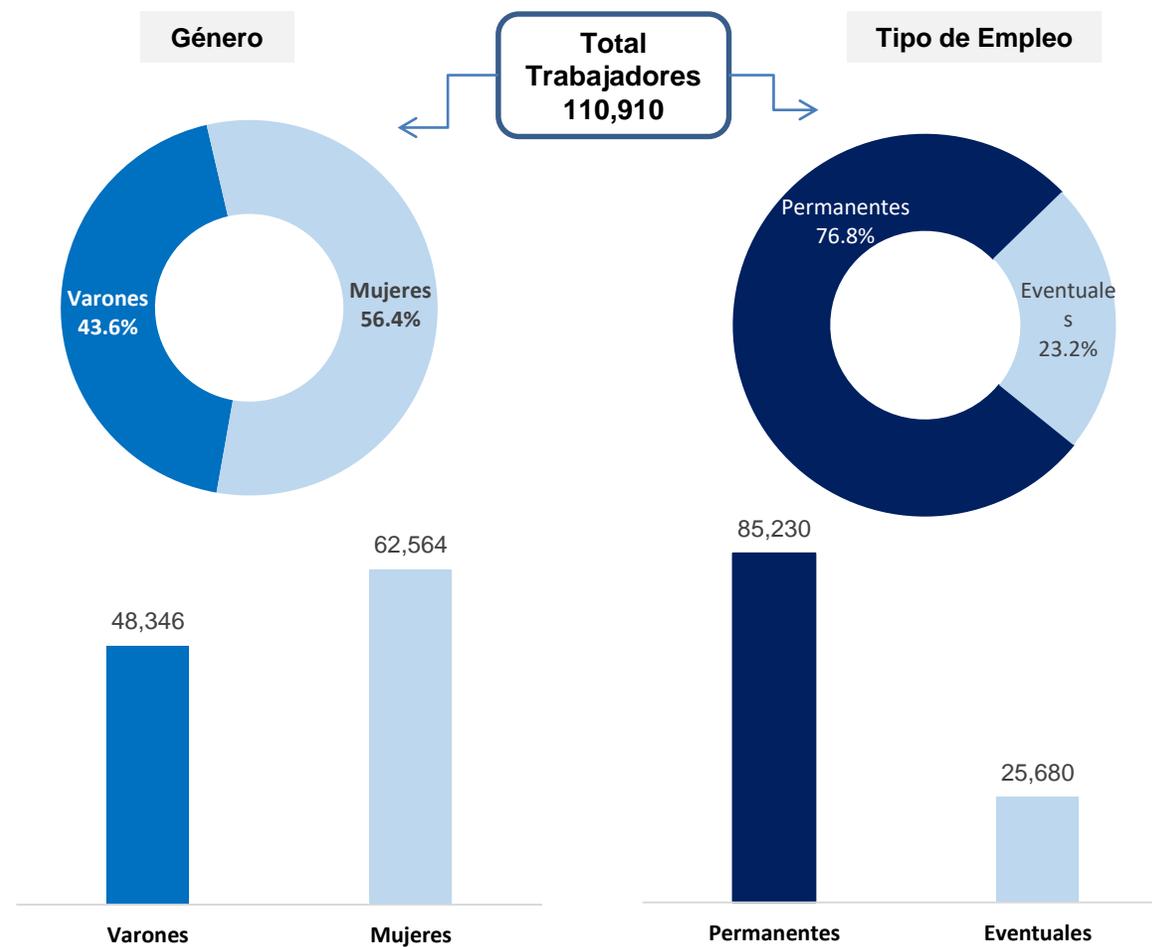
### Número de trabajadores en el sector comercio interno (setiembre 2021 – setiembre 2024)



Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

## Gráfico N° 19

### Empleo ocupado en el sector comercio minorista por género y tipo de empleo, setiembre 2024 (Número y porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

# Acumulado Ene-Set 2024: Ventas del Comercio Interno registra un avance de +2.3%



PERÚ

Ministerio de la Producción

## Cuadro Nº 2

### Comercio Interno por actividades, 2022-2024

(Variación porcentual interanual)

Actividad	Var. % Interanual				Var.% Acum.			
	Set 22/21	Set 23/22	Set 24/19	Set 24/23	Ene – Set (22/21)	Ene – Set (23/22)	Ene – Set (24/19)	Ene – Set (24/23)
<b>Total Comercio Interno</b>	<b>0.9</b>	<b>-1.9</b>	<b>22.6</b>	<b>1.8</b>	<b>2.5</b>	<b>-1.1</b>	<b>22.2</b>	<b>2.3</b>
Supermercados e Hipermercados	-1.7	12.3	41.3	<b>0.1</b>	3.5	6.3	39.0	<b>4.0</b>
Tiendas por departamento	-4.7	-11.2	13.9	<b>12.7</b>	-9.5	-7.7	12.5	<b>4.1</b>
Ferreterías y acabados del hogar	-5.8	-16.8	10.9	<b>-0.04</b>	4.4	-12.8	12.1	<b>-1.7</b>
Equipamiento del hogar	-10.8	-8.1	-9.6	<b>3.3</b>	-7.3	-8.3	-1.1	<b>3.8</b>
Libros, periódicos y artículos de papelería	76.8	-18.5	13.8	<b>-16.8</b>	75.1	7.1	25.8	<b>-2.6</b>
Farmacias y boticas	17.5	-9.6	11.6	<b>0.8</b>	9.6	-1.7	10.0	<b>-0.4</b>

**Fuente:** Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

**Elaboración:** PRODUCE (OEE)

- ✓ En el acumulado de enero a setiembre de 2024, las ventas del comercio interno registraron un avance de 2.3% con relación al mismo periodo del 2023. Este resultado responde a la recuperación de la demanda interna (+2.4%).
- ✓ Entre las actividades que más crecieron y se recuperaron entre enero y setiembre 2024 destacan: Supermercados e hipermercados (+4.0%), Tiendas por departamento (+4.1%), y Equipamiento del hogar (+3.8%).
- ✓ En contraste, en este periodo atenuaron el crecimiento del sector las actividades de Libros, periódicos y artículos de papelería (-2.6%), Farmacias y boticas (-0.4%) y Ferreterías y acabados del hogar (-1.7%).