



PERÚ

Ministerio
de la Producción

PRODUCE
produce.gob.pe



Reporte Coyuntural

Comercio Interno

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

Enero 2024

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

Lima, Marzo 2024



PRODUCE
Ministerio de la Producción

❑ [En enero de 2024](#)

- ✓ Las ventas del comercio interno crecieron en 6.1% en comparación con enero de 2023. Este resultado se explica principalmente por el incremento en las ventas de los supermercados e hipermercados, y de los libros, periódicos y artículos de papelería, ello influenciado por la recuperación de la demanda interna.
- ✓ Al analizar los rubros, se destacan los siguientes puntos: se observó un aumento en las ventas de los **supermercados e hipermercados (+16.8%)**, así como de la actividad de **libros, periódicos y artículos de papelería (+8.3%)**, **equipamiento del hogar (+9.9%)** y en menor medida, de las ventas en **farmacias y boticas (+0.8%)**. En contraste, dicho comportamiento fue atenuado por la reducción en las ventas de las **tiendas por departamento (-6.2%)** y **ferreterías y acabados (-6.0%)**.
- ✓ A continuación, se presentan a detalle el desempeño de cada rubro:
 - ❑ **Supermercados e hipermercados** (46.9% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad anotaron un **aumento del 16.8%**. Este resultado se atribuye al incremento en la demanda de alimentos (+21.3%), productos farmacéuticos y cosméticos (+61.1%) y bebidas y tabaco (+26.4%).
 - ❑ **Equipamiento del hogar** (5.4% de las ventas internas): Esta actividad **registró un aumento del 9.9% en las ventas**. A nivel de líneas de productos, se observaron mayores ventas de artículos de uso doméstico (+18.3%). En contraste, fue atenuado por las bajas ventas de muebles (-77.9%) y productos diversos (-43.5%).
 - ❑ **Libros, periódicos y artículos de papelería** (2.7% de las ventas internas): Esta actividad **creció en 8.3%**, debido al aumento en la demanda de productos de papelería y útiles escolares (+8.6%) y de productos diversos (+5.8%).
 - ❑ **Farmacias y boticas** (17.4% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad **augmentaron en 0.8%**, sustentado por las mayores ventas de productos de farmacéuticos y medicinales (+0.6%), y en mayor medida, por productos de cuidado personal (+1.6%).
 - ❑ **Tiendas por departamento** (13.4% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad **disminuyeron en 6.2%** debido a la baja demanda de los muebles (-10.9%) y prendas de vestir y calzado (-5.9%).
 - ❑ **Ferreterías y acabados** (14.2% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad **disminuyeron en 6.0%**, explicado por la reducción en las ventas de artículos de productos diversos (-12.6%) y muebles (-61.3%). Ello estaría asociado por la menor ejecución de obras privadas y públicas.

- **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

Enero 2024

(Variación porcentual interanual)



En enero de 2024, se evidenció **un incremento en las ventas del comercio interno, explicada por el aumento en la facturación de productos relacionados con alimentos y librerías.**

Las actividades que presentaron desempeño positivo en el comercio interno durante enero de 2024 fueron: **Supermercados e hipermercados (+16.8%), Equipamiento del hogar (+9.9%), y Libros, periódicos y artículos de papelería (+8.3%) y Farmacias y boticas (+0.8%).** Estos aumentos estarían relacionadas con una mayor demanda de productos alimenticios, de libros y útiles escolares.

Este resultado positivo fue atenuado por la disminución de las ventas registradas por las actividades de **Tiendas por departamento (-6.2%) y Ferreterías y acabados (-6.0%).**

Las ventas de comercio interno **aumentaron en 6.1%**



En enero de 2024, las ventas del comercio interno experimentaron un incremento de **6.1%**, debido a las mayores ventas registradas en los Supermercados (+16.8%), Equipamiento del hogar (+9.9%), Farmacias y boticas (+0.8%) y Libros, periódicos y artículos de papelería (+8.3%). Sin embargo, este comportamiento fue atenuado parcialmente por la baja ventas en las Tiendas por departamento (-6.2%) y Ferreterías y acabados (-6.0%).

Gráfico Nº 1

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

(Millones de soles a precios corrientes)

CIU (a)	Actividad	Ene-23	Ene-24	Var % Ene (24/23)
	Total	3,743	3,972	6.1
4711	Supermercados e hipermercados	1,594.5	1,861.7	16.8 ▲
4719	Tiendas por departamentos ^{1/}	568.5	533.1	-6.2 ▼
4752	Ferreterías y acabados	600.6	564.6	-6.0 ▼
4759	Equipamiento del hogar	195.9	215.3	9.9 ▲
4772	Farmacias y boticas	686.2	691.6	0.8 ▲
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	97.6	105.7	8.3 ▲

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

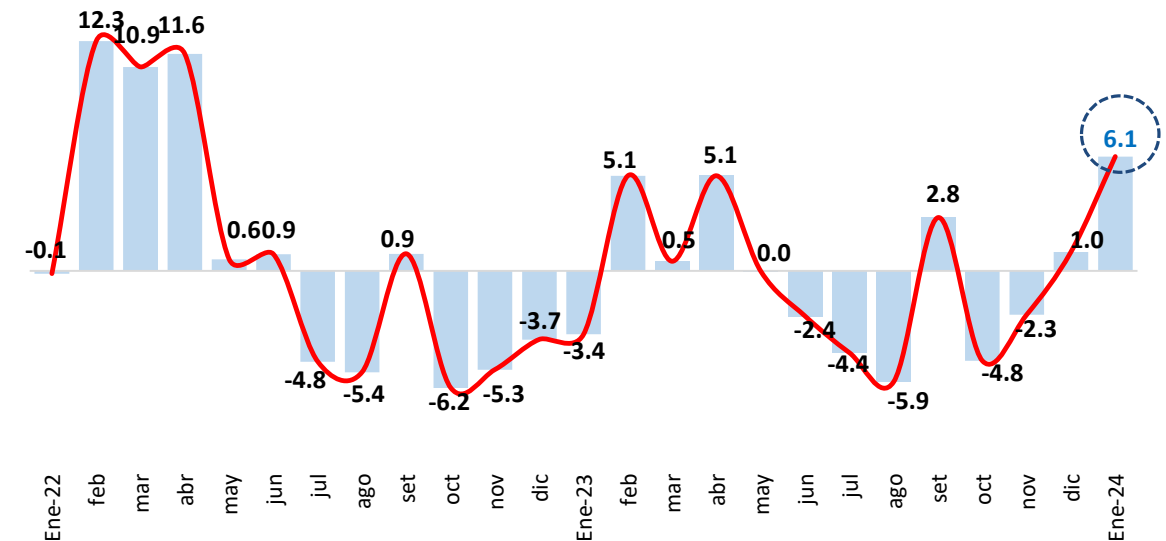
^{1/} Las ventas internas corresponden al comercio interno de (Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas) y representan aprox. el 98.5% del total; se excluye las ventas al por menor de combustibles de la actividad CIU 4730.

^{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 16.8%**



PERÚ

Ministerio de la Producción

- Las ventas en los **supermercados e hipermercados** registraron un **crecimiento interanual de 16.8%** en enero 2024. Este resultado se debe a las mayores ventas de productos relacionados con la canasta básica familiar, como son las categorías de: alimentos (+21.3%), bebidas y tabaco (+26.4%) y farmacéuticos y cosméticos (+61.1%).
- En contraste, se observó una disminución en las ventas de prendas de vestir y calzado (-5.8%) y artículos de uso doméstico (-2.7%).

Gráfico N° 3

Evolución de las ventas de supermercados e hipermercados

(Variación porcentual interanual)

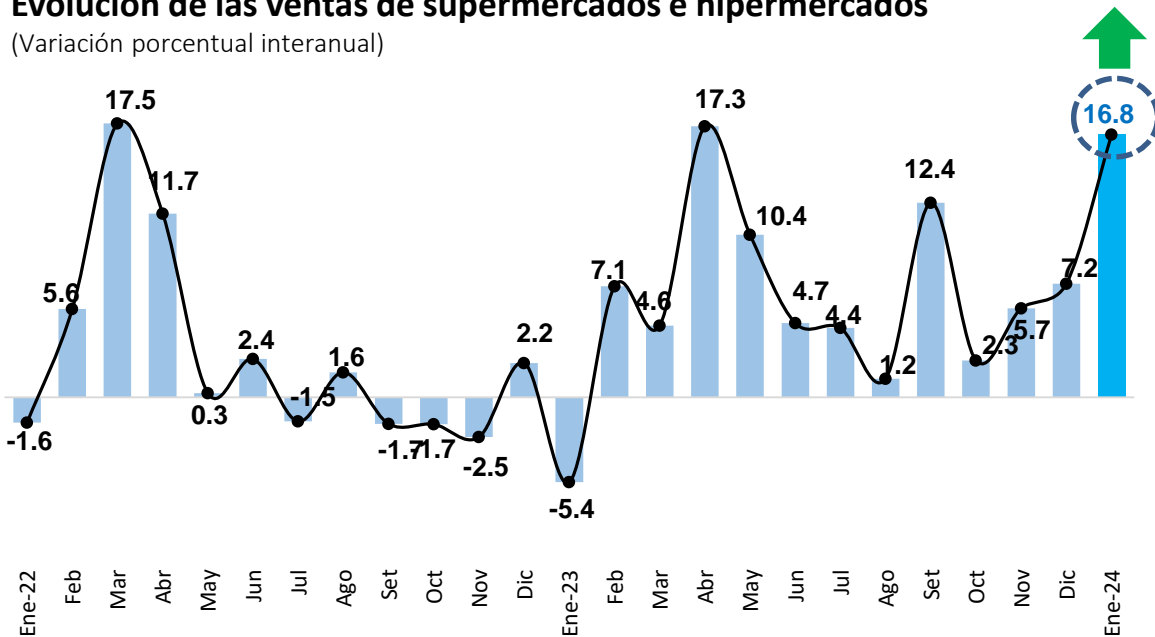
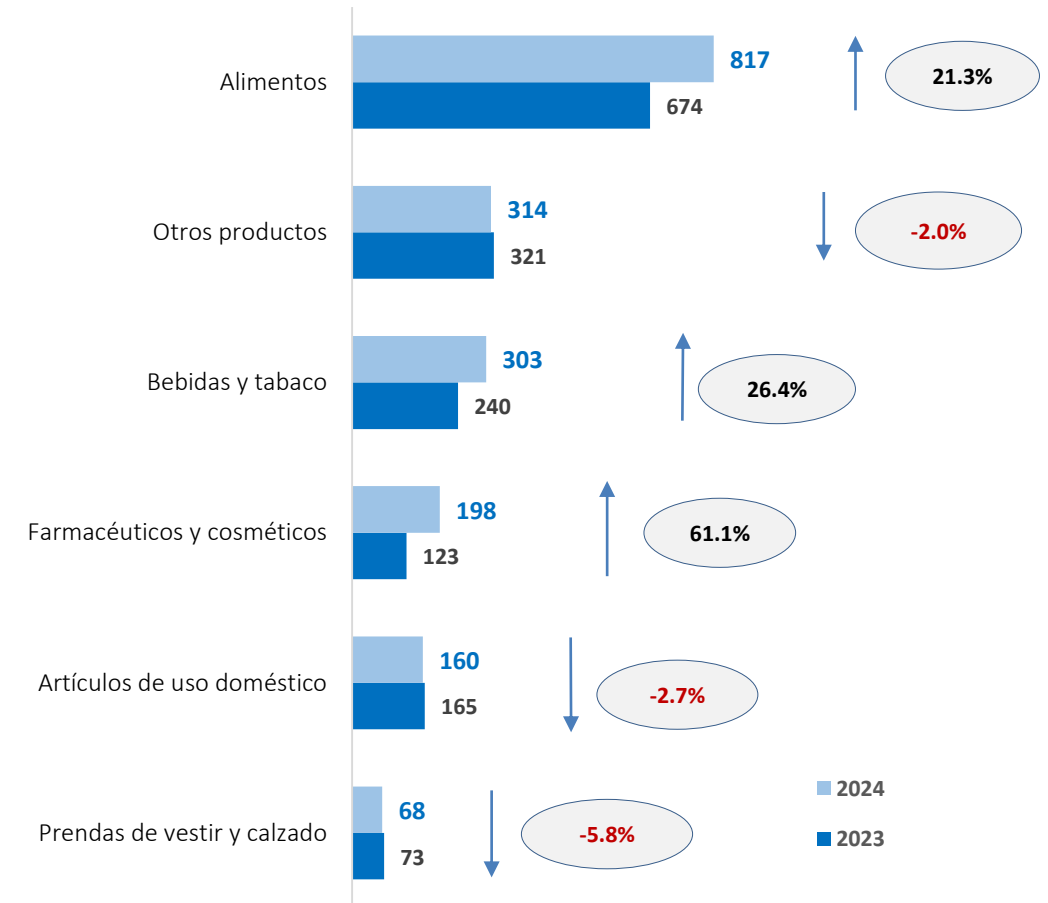


Gráfico N° 4

Ventas por líneas de productos, enero 2023 y enero 2024

(Millones de soles y Var.% interanual)



Equipamiento del hogar aumentaron sus ventas en 9.9%



PERÚ

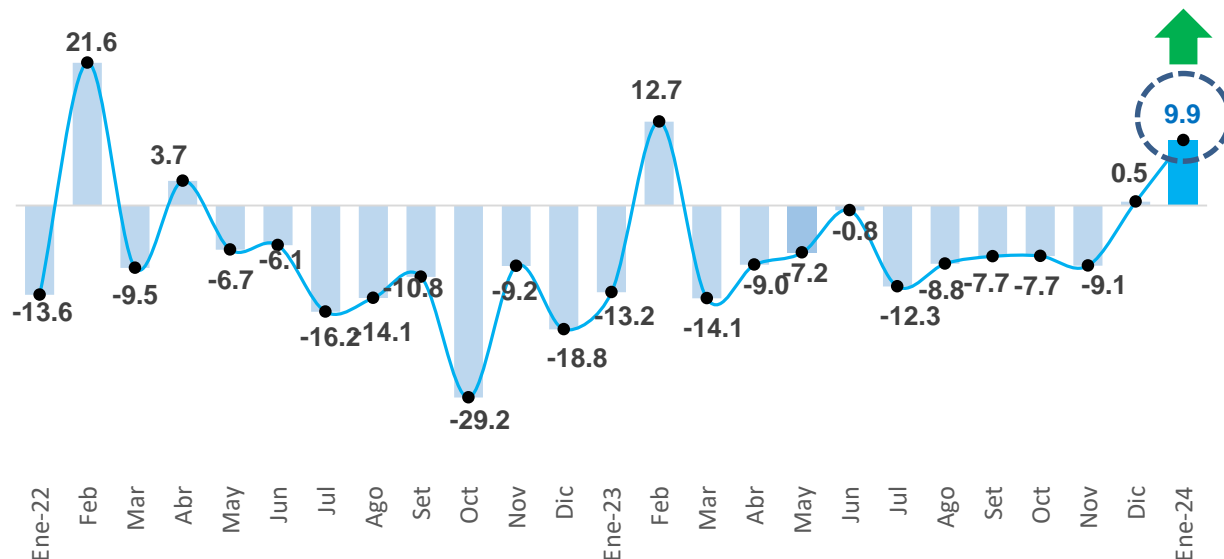
Ministerio de la Producción

- En enero 2024, se registró un ligero incremento interanual de 9.9% en las ventas de productos relacionados con el equipamiento del hogar. Ello estaría asociado a la mayor demanda de productos de la línea blanca, ventiladores, aire acondicionado, etc.; con productos para atenuar el calor intenso del mes.
- En ese contexto, se anotaron mayores ventas de artículos de uso doméstico (+18.3%). En contraste, este resultado fue atenuado parcialmente por la disminución de las ventas de productos diversos (-43.5%) y muebles (-77.9%).

Gráfico Nº 5

Evolución de las ventas de equipamiento del hogar

(Variación porcentual interanual)

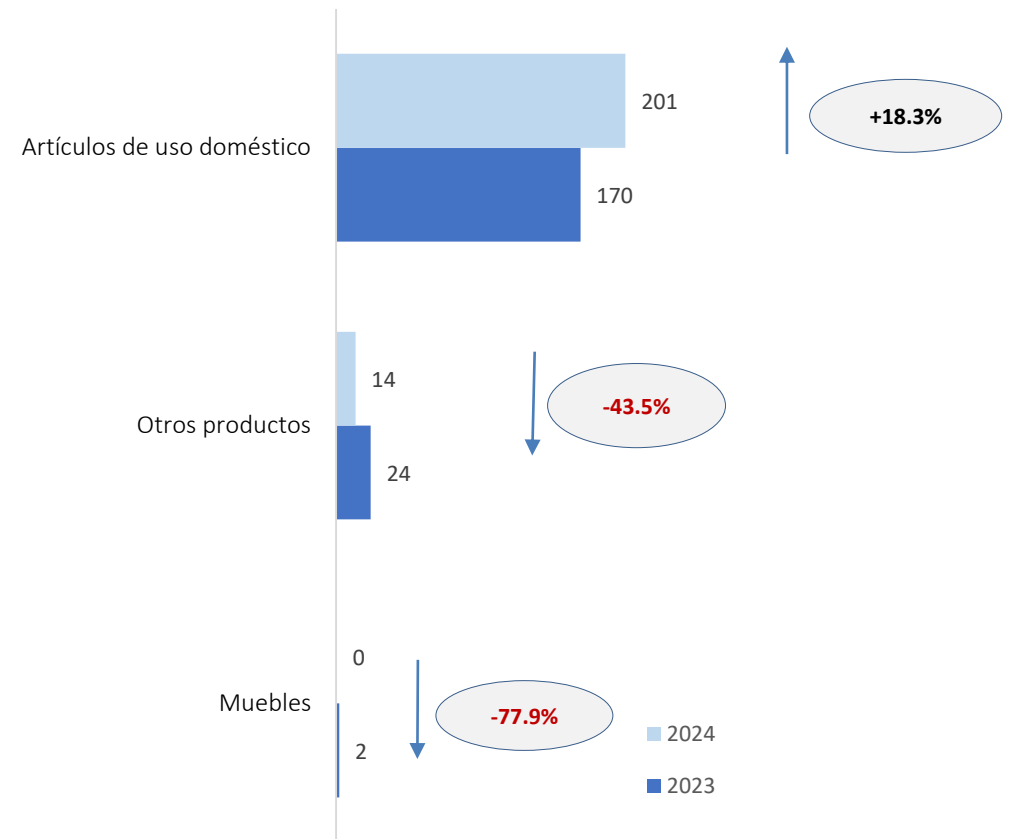


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 6

Ventas por líneas de productos, enero 2023 y enero 2024

(Millones de Soles y Var.% interanual)



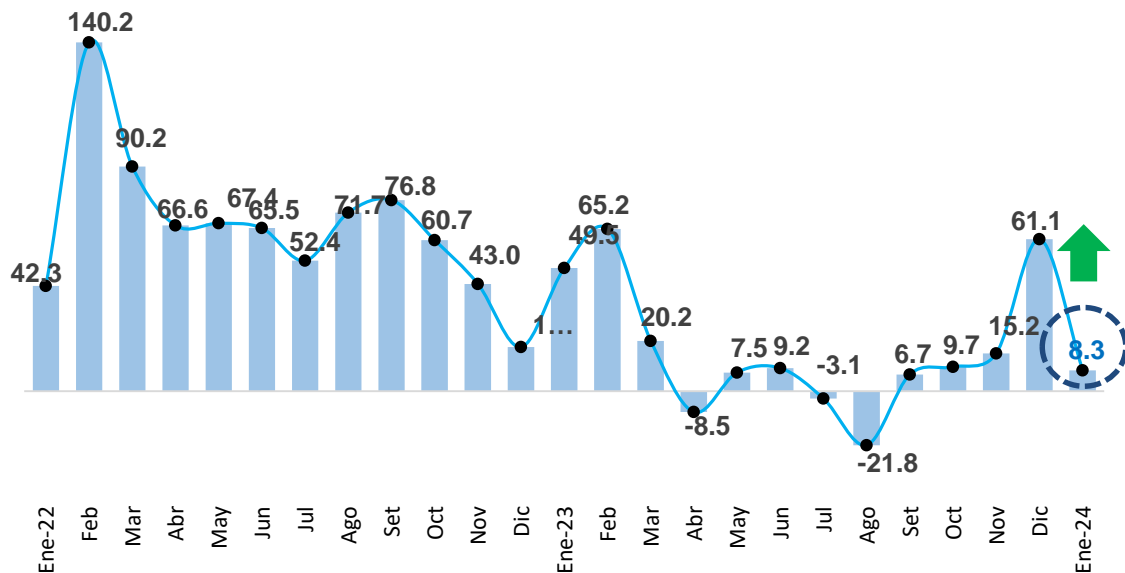
Elaboración: PRODUCE (OEE)

Ventas de libros, periódicos y artículos de papelería **aumentaron en 8.3%**

- Las ventas en la actividad de **libros, periódicos y artículos** de papelería registraron un **aumento de 8.3%** en enero 2024. Ello debido principalmente al incremento en las ventas de libros, cuadernos, papelería y útiles escolares (+8.6%), asociado a la mayor demanda por inicio de la campaña escolar. Así también incidió el aumento de las ventas de productos diversos (+5.8%), tales como equipos informáticos, juguetería y otros accesorios.

Gráfico Nº 7

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



Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 8

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

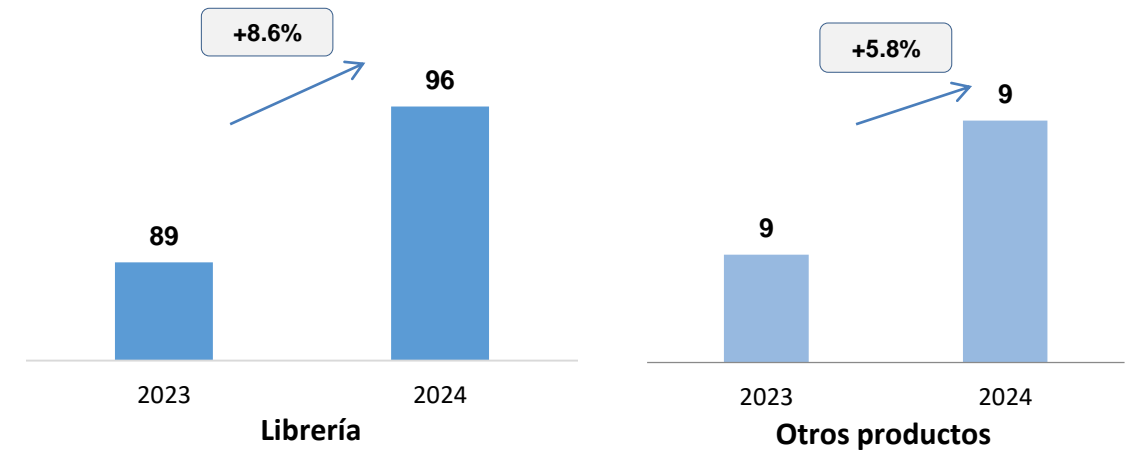
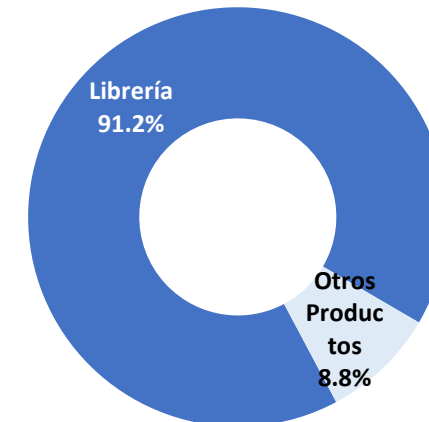


Gráfico Nº 9

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



Elaboración: PRODUCE (OEE)

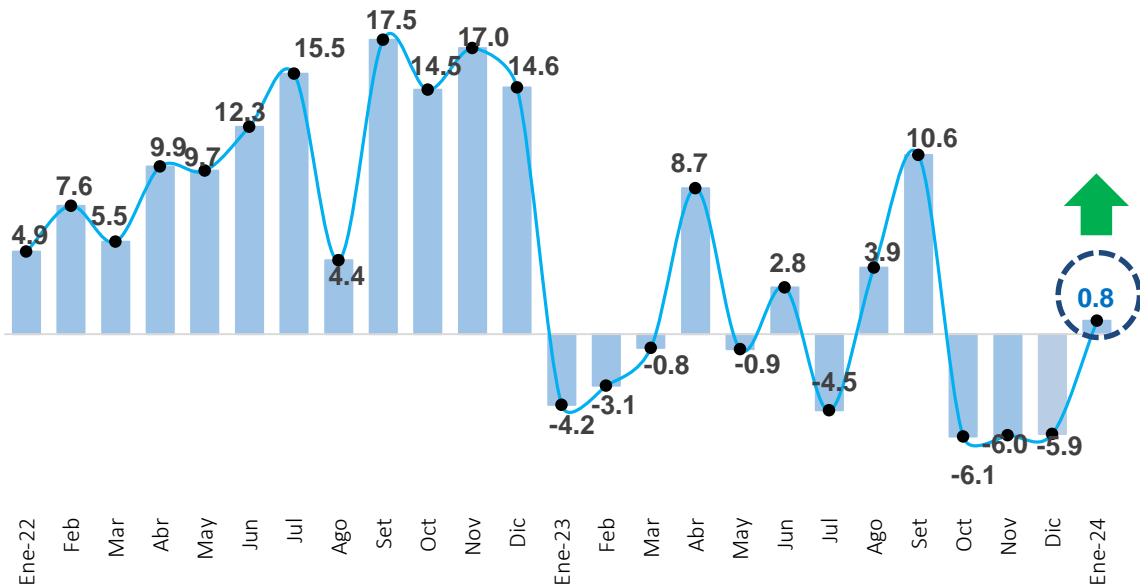
Ventas de farmacias y boticas **aumentaron en 0.8%**

- En enero 2024, se registró un ligero **incremento de 0.8%** en las ventas de **farmacias y boticas** en comparación con el mismo mes del año anterior.
- Este resultado se debe al aumento de las ventas registradas en productos farmacéuticos y medicinales (+0.6%), así como por la venta de productos de cuidado personal (+1.6%).

Gráfico N° 14

Evolución de las ventas de farmacias y boticas

(Variación porcentual interanual)



Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico N° 15

Ventas por líneas de productos, enero 2023 y enero 2024

(Millones de Soles y Var.% interanual)

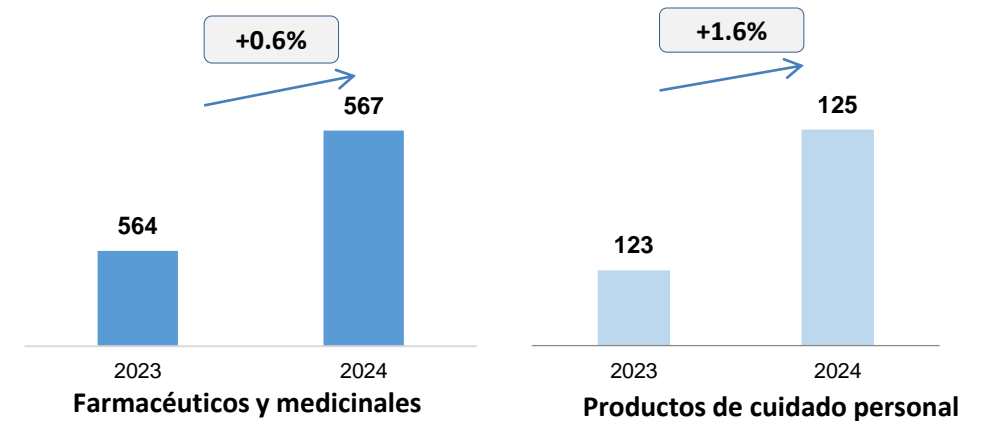
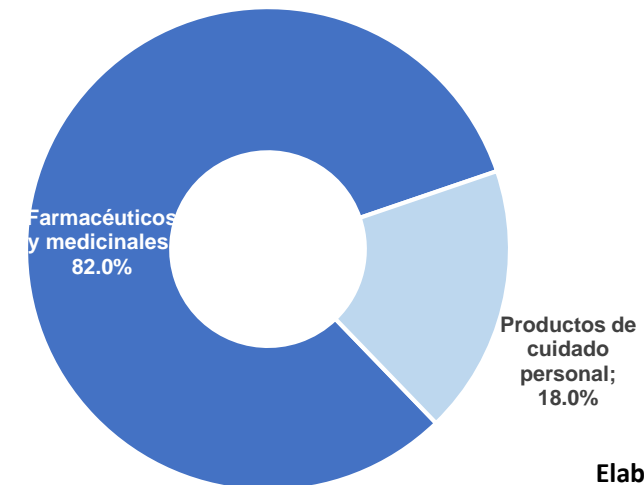


Gráfico N° 16

Participación de las ventas por líneas de productos, enero 2024

(Porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Ventas de tiendas por departamento disminuyeron en 6.2%



PERÚ

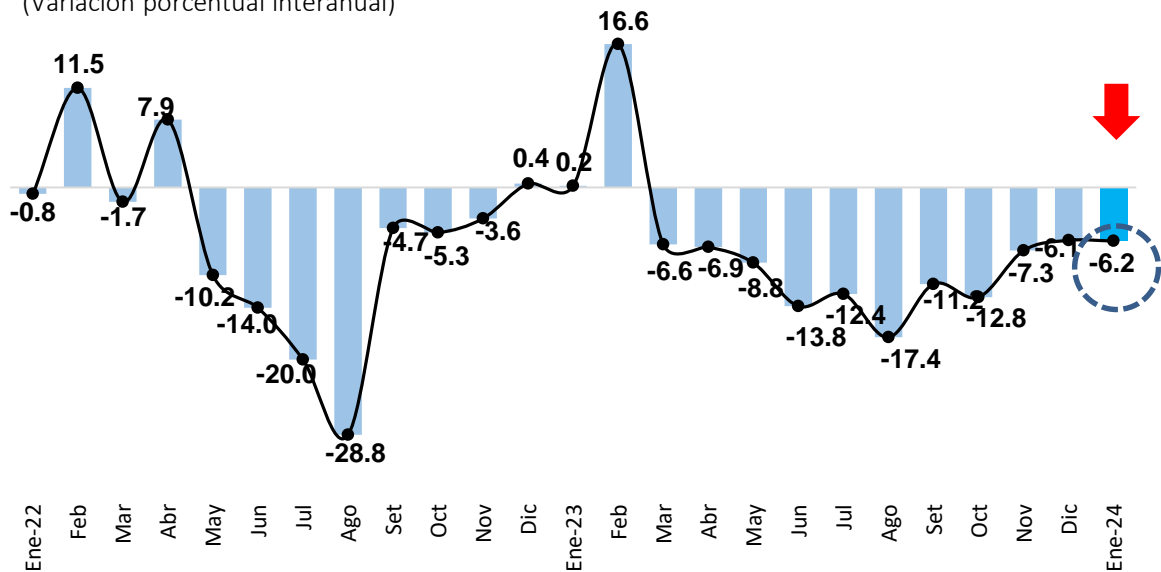
Ministerio de la Producción

- En enero de 2024, las ventas en las **tiendas por departamento** disminuyeron en **6.2% interanual**. Este resultado es explicado por las menores ventas de muebles (-10.9%), prendas de vestir y calzado (-5.9%) y artículos de uso doméstico (-9.1%); influenciados por la reducción de la demanda local.
- No obstante, este desempeño negativo fue atenuado por el incremento en las ventas de productos farmacéuticos y cosméticos (+12.3%) y productos diversos (+26.2%).

Gráfico Nº 10

Evolución de las ventas de tiendas por departamento

(Variación porcentual interanual)

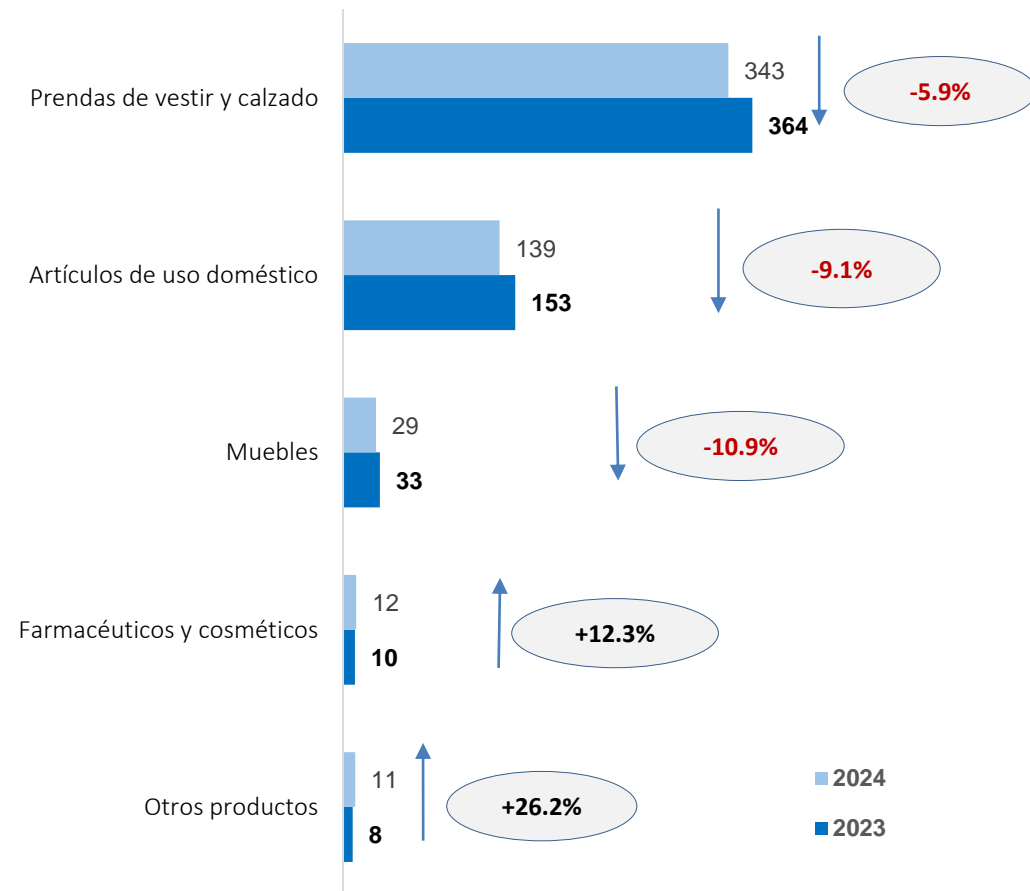


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 11

Ventas por líneas de productos, enero 2023 y enero 2024

(Millones de soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

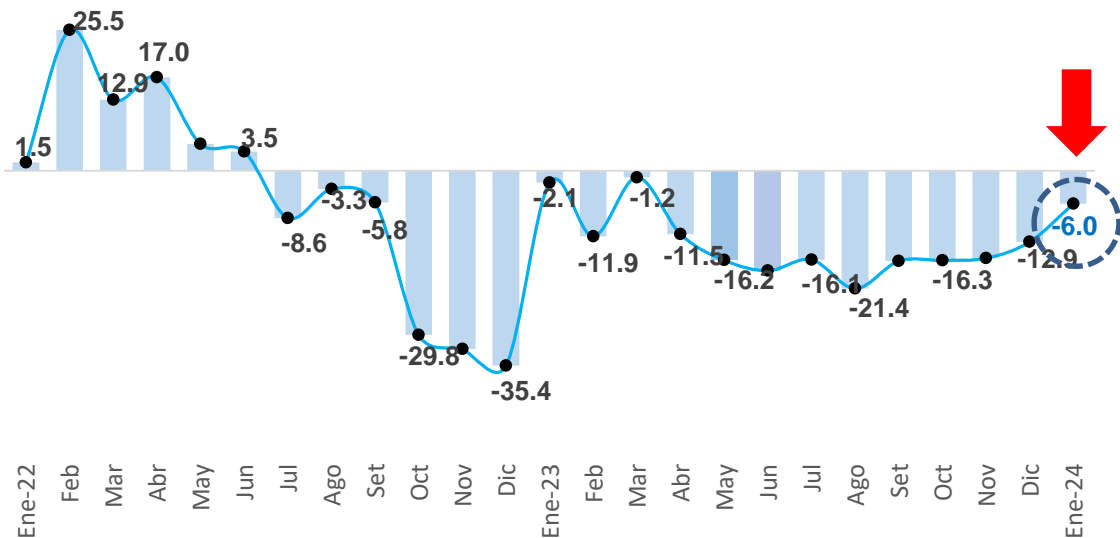
Ferreterías y acabados **disminuyeron sus ventas en 6.0%**

- Las ventas de productos relacionados con la actividad de **ferreterías y acabados** experimentaron una **disminución interanual de 6.0%** en enero 2024, ante el menor dinamismo de los proyectos privados, obras públicas y de autoconstrucción.
- Este contexto incidió de manera negativa en las ventas de productos diversos (-12.6%) y muebles (-61.3%).

Gráfico N° 12

Evolución de las ventas de ferreterías y acabados

(Variación porcentual interanual)

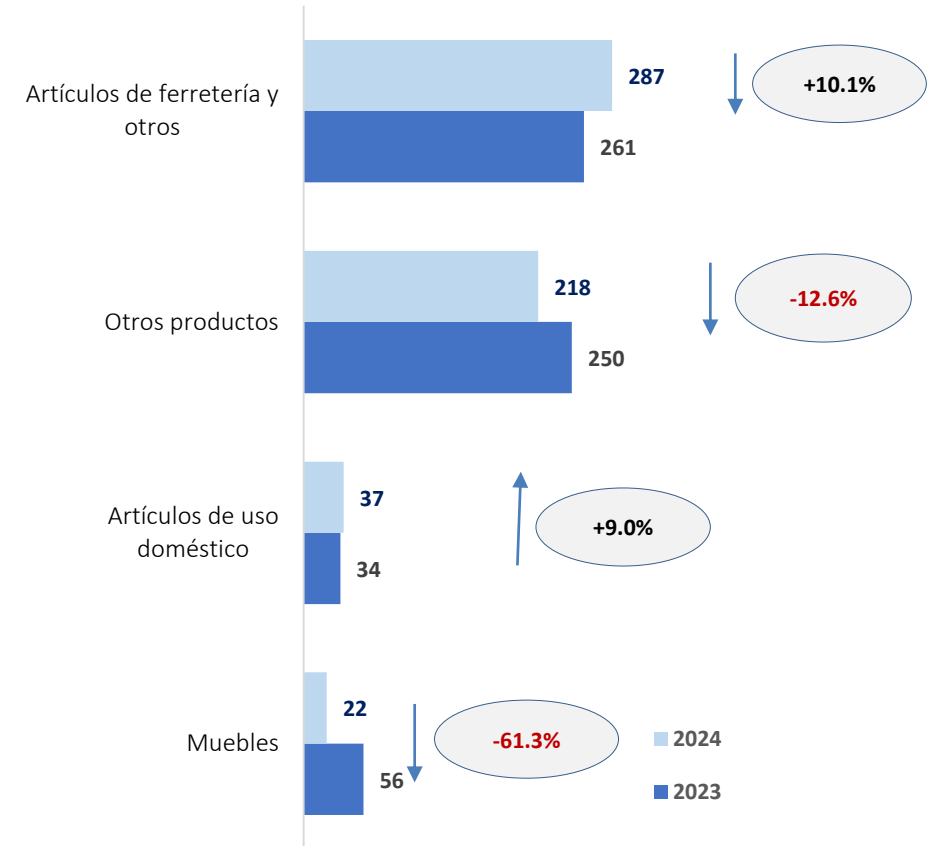


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico N° 13

Ventas por líneas de productos, enero 2023 y enero 2024

(Millones de Soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Tiendas: Número de tiendas **aumentó en 8.4%**



Actividades

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

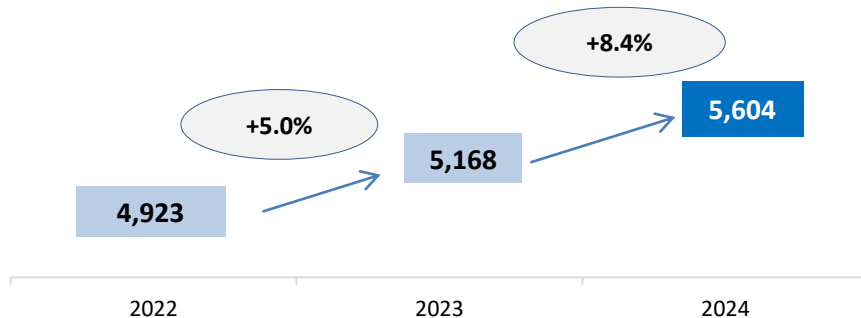
Supermercados e hipermercados	+350
Tiendas por departamento	+14
Ferreterías y acabados del hogar	+1
Equipamiento del hogar	-6
Libros, periódicos y artículos de papelería	+14
Farmacias y boticas	+63

1/ En relación a similar mes del año anterior

Gráfico Nº 17

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

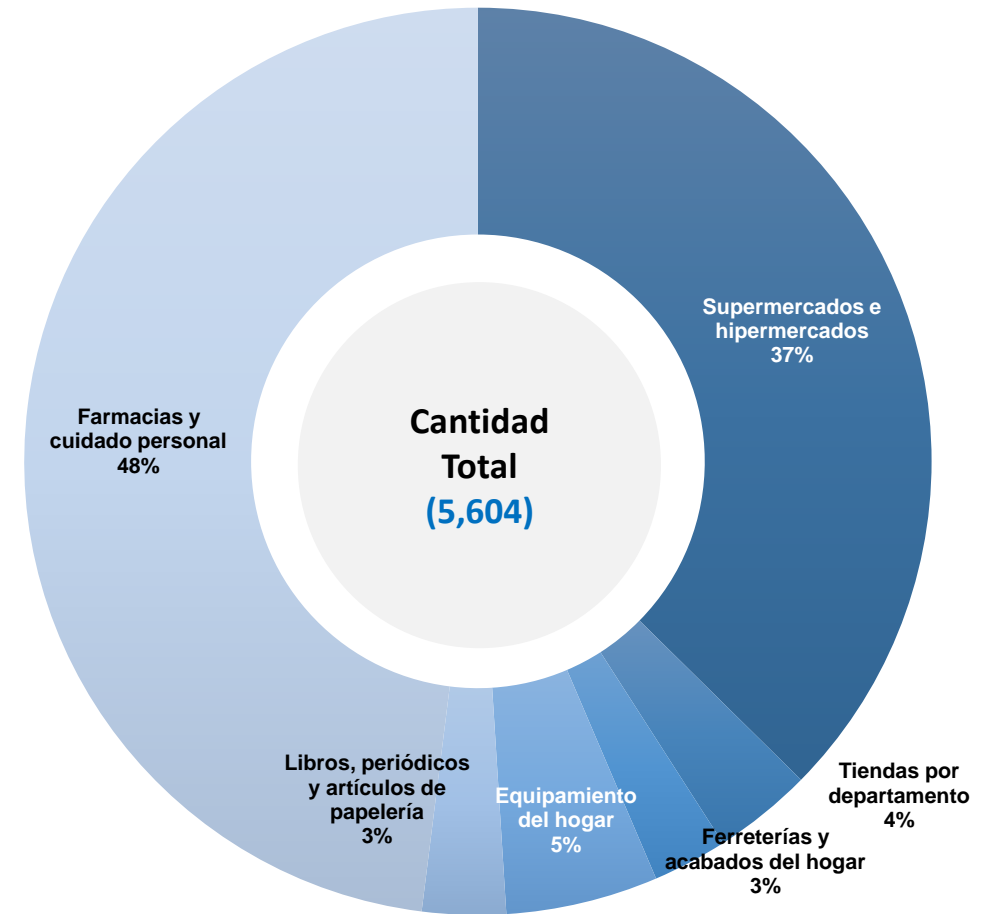
(Cantidad y Variación %)



Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 18

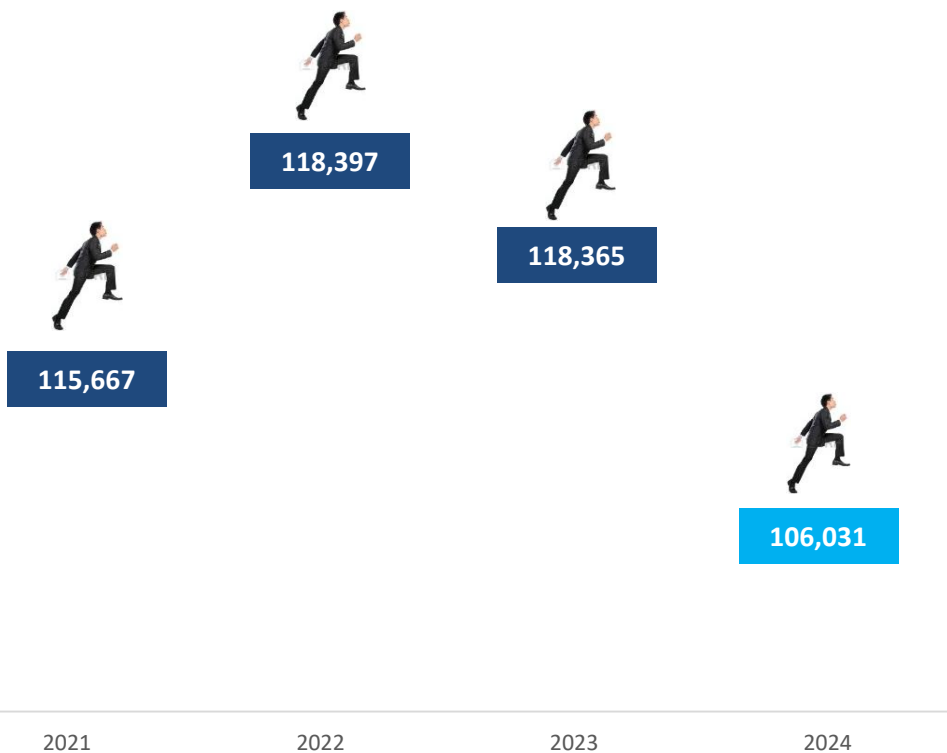
Participación del total de tiendas por actividad, enero 2024 (Porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Gráfico Nº 19

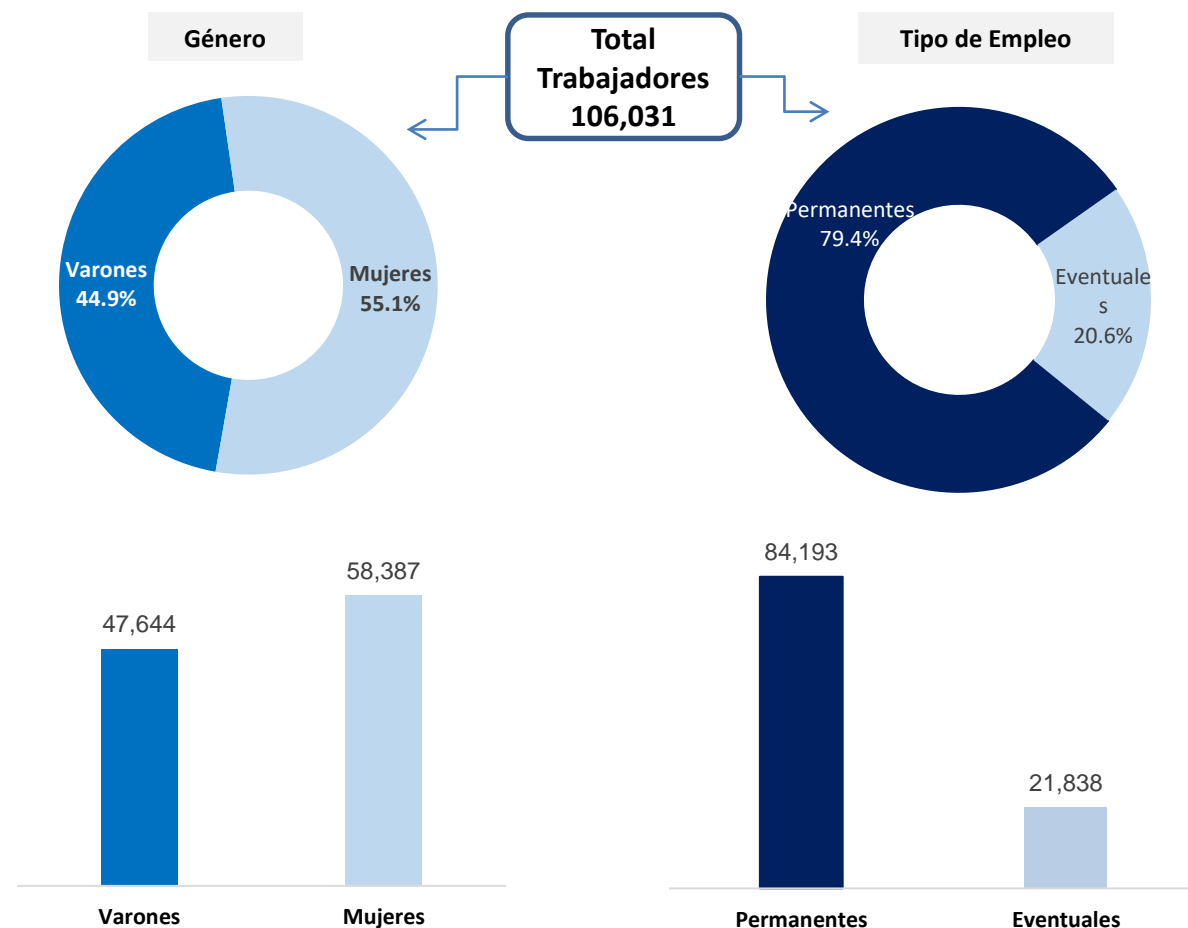
Número de trabajadores en el sector comercio interno (enero 2021 – enero 2024)



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, enero 2024 (Número y porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)