



PERÚ

Ministerio
de la Producción

Oficina de Estudios Económicos

Abril 2022

**Boletín de
Comercio Interno**

Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

BOLETÍN DE COMERCIO INTERNO

GRANDES ALMACENES, SUPERMERCADOS Y TIENDAS ESPECIALIZADAS

Editado por:

MINISTERIO DE LA PRODUCCIÓN

Calle Uno Oeste N° 060 - Urb. Córpac - San Isidro, Lima, Perú

www.produce.gob.pe

1era Edición, Abril 2022

Esta publicación es un producto de la Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos de la Secretaría General del Ministerio de la Producción



Índice | Abril 2022

Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Introducción	3
Producción total versus sector comercio	4
Desempeño de actividades	5
Desempeño del Factoring en el sector comercio a abril 2022	16
Otras variables del sector	19
Número de tiendas	20

Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Boletín Estadístico – Abril 2022

Introducción

En abril de 2022, las ventas del comercio interno¹ aumentaron en 10.9% interanual, como resultado de la buena performance registrada en la mayoría de actividades que componen este sector, tales como: supermercados e hipermercados (+9.9%), tiendas por departamento (+7.9%), ferreterías y acabados (+19.5%) y de la actividad de farmacias y boticas (+7.8%), así como de la actividad libros, periódicos y artículos de papelería (+216.9%). En contraste, este comportamiento fue atenuado parcialmente por la disminución en las ventas de la actividad de equipamiento del hogar (-13.8%).

Las ventas del comercio interno registraron un importante avance, acumulando tres meses consecutivos de crecimiento. Ello fue alentado por el continuo dinamismo de la demanda de los hogares, ante las menores restricciones sanitarias y aforo en los centros comerciales, mayor apertura de locales. Asimismo, por el uso de nuevas modalidades de ventas, como ventas online, ofertas por delivery, entre otras.



Ventas internas^{1/}

Según grupo y clase CIU, Abril 2021 - Abril 2022

(Millones de soles a precios corrientes)

CIU ^(a)	Actividad	Abr-21 ^(b)	Abr-22 ^(b)	Var. (%) Abr (22/21)
	Total	3,452.2	3,828.4	10.9
4711	Supermercados e hipermercados ^{2/}	1,407.8	1,547.3	9.9
4719	Tiendas por departamento ^{3/}	649.6	700.7	7.9
4752	Ferreterías y acabados para el hogar	476.8	569.7	19.5
4759	Equipamiento del hogar	224.8	193.7	-13.8
4772	Farmacias y cuidado personal	659.7	710.9	7.8
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	33.5	106.1	216.9

Notas:

(a) Clase CIU (cuatro dígitos en Rev.4)

(b) Cifras sujetas a reajuste.

1/ Las ventas de comercio interno corresponden a Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas y representan aproximadamente el 98.5% del total; sin incluir las ventas al por menor de combustibles de la actividad CIU 4730.

2/ La CIU 4711 considera también a las tiendas de conveniencia.

3/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones con variedad de productos.

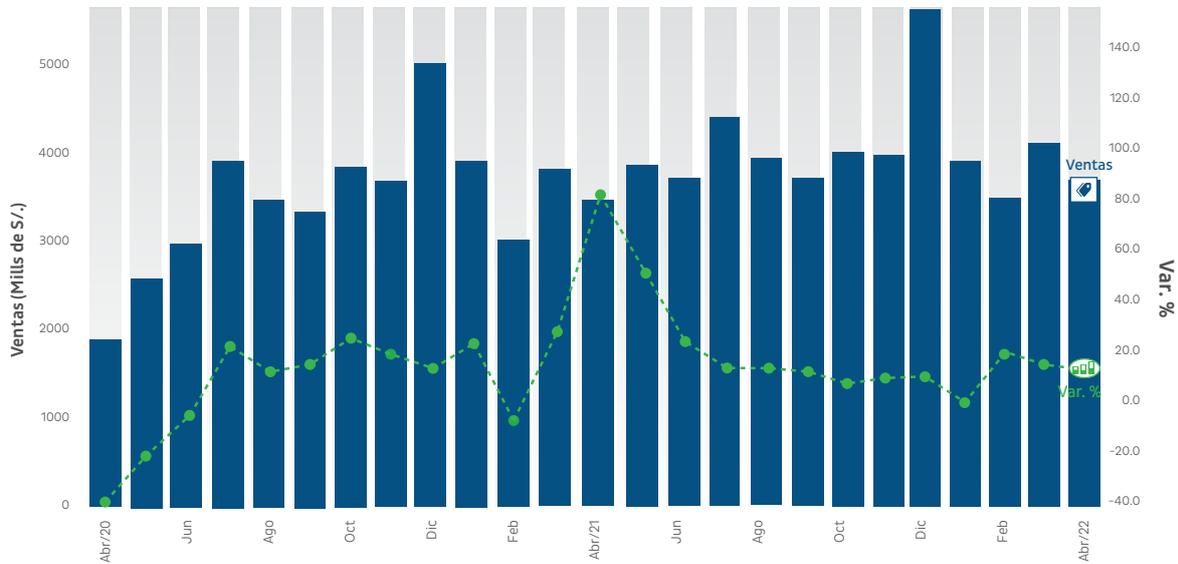
Fuente: Estadística mensual de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE-Oficina de Estudios Económicos (OEE)

¹ En el presente boletín, las ventas del comercio interno se aproximan como las ventas de los grandes almacenes, supermercados y tiendas especializadas, agregando las actividades de las clases CIU 4711, 4719, 4752, 4759, 4772 y 4761 de revisión 4.



Valor y variación porcentual de las ventas internas^{1/}

(Abril 2020 - Abril 2022)



^{1/} Corresponden a las ventas de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas.
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE-Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

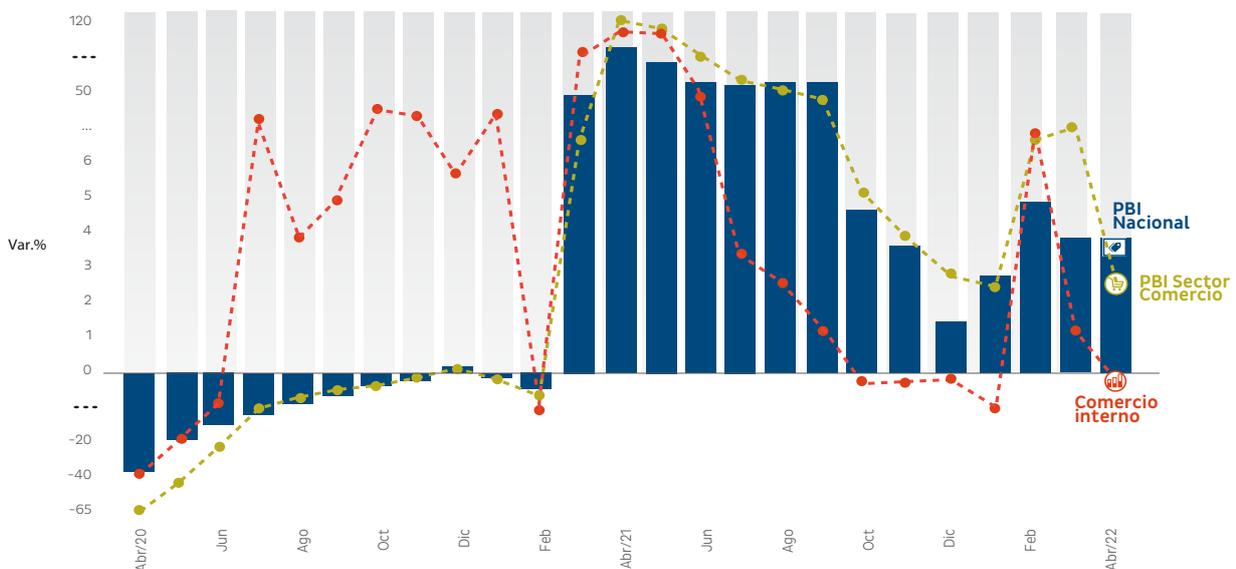
Producción total nacional versus sector comercio

En abril de 2022, el PBI nacional registró un desempeño positivo (+3.7% interanual). En esa misma línea, el sector comercio registró un incremento de 2.6% interanual, debido a los buenos resultados de los subsectores de comercio mayorista y minorista. En efecto, en este mes dichos subsectores registraron un incremento de 1.7% y 4.8% interanual, respectivamente.



Variación porcentual^{2/} del PBI nacional, PBI sector comercio e índice de comercio interno^{1/}

(Abril 2021 - Abril 2022)



Nota: ^{1/} El índice de ventas de comercio interno corresponden a las ventas de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas.
^{2/} Las variaciones porcentuales del PBI nacional y del sector comercio se calculan respecto de los valores a precios constantes de 2007. Por su parte, a manera referencial, la variación porcentual del comercio interno se calculó respecto de su índice con año base 2012.
(*)Cifra sujeta a reajuste PBI
Fuente: INEI, Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE-Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

Desempeño según actividades

Ventas en tiendas de supermercados e hipermercados

En abril de 2022, las ventas de la actividad de supermercados e hipermercados aumentaron 9.9% interanual, debido a un aumento en la demanda de las familias por productos esenciales de la canasta básica. Entre las principales líneas de productos con incrementos en la facturación destacan: alimentos (+9.7%), productos diversos (+6.1%), prendas de vestir y calzado (+10.4%), y bebidas y tabaco (+39.7%).

Cabe indicar que, en este mes las líneas de alimentos, artículos de uso doméstico, otros productos, y bebidas y tabaco, concentraron en su conjunto el 85.1% del valor de ventas de la actividad de supermercados e hipermercados; mientras que, el restante 14.9% correspondió a productos como prendas de vestir y calzado, y productos farmacéuticos y cosméticos.

Entre las principales empresas que destacan en esta actividad según sus niveles de ventas figuran: Supermercados Peruanos, Cencosud Retail Perú, Hipermercados Tottus y Makro Supermayorista.

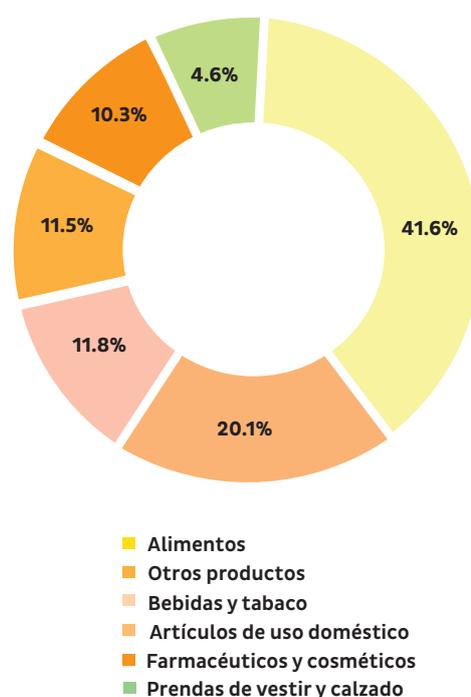
En el periodo comprendido entre abril de 2020 y abril de 2022, la actividad de supermercados e hipermercados mantiene un dinamismo positivo, favorecido por la apertura de los locales de la mayoría de centros comerciales y a las menores restricciones sanitarias, debido a la contención de la pandemia del Covid-19.



Participación %

Líneas de productos en tiendas de supermercados^{1/} e hipermercados

(Abril 2022)



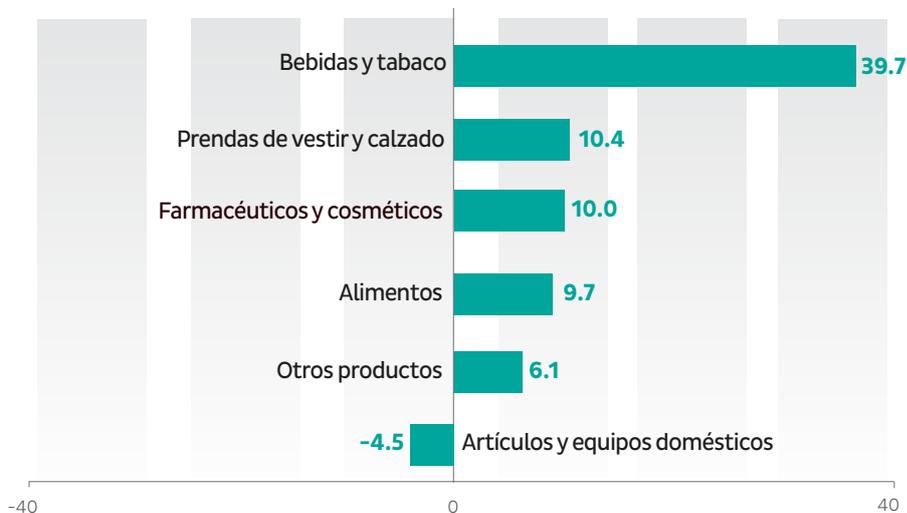
Nota: 1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos.

Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas.
Elaboración: PRODUCE-Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Ventas por líneas de productos

Supermercados e hipermercados^{1/}, Abril 2022 (Var.%)



Nota: 1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos

Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)

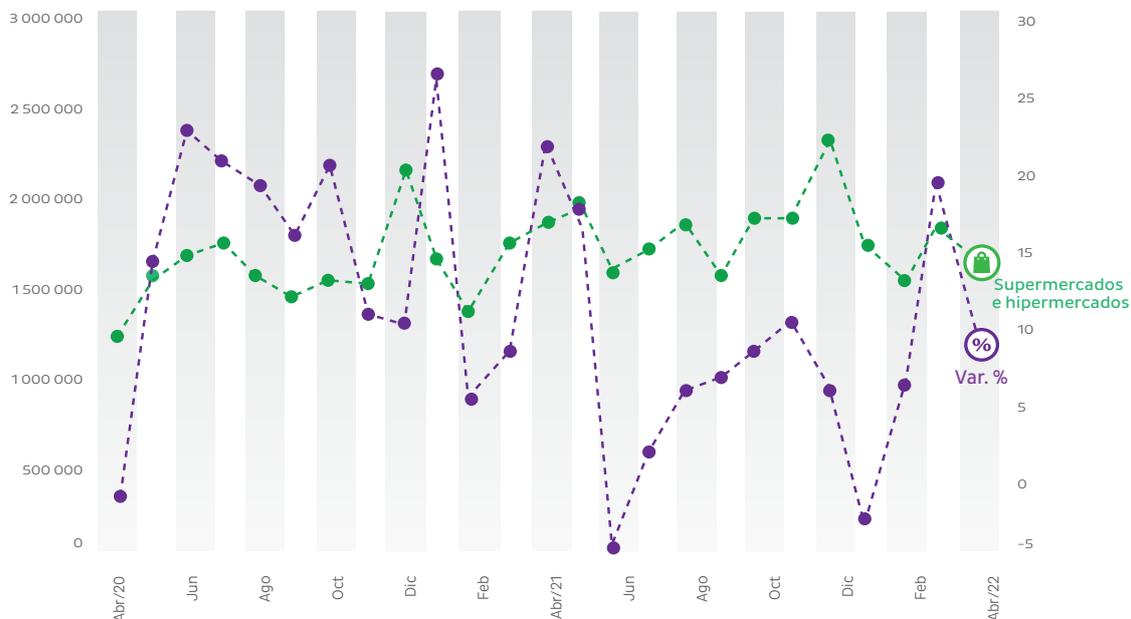


Evolución y variación porcentual

Ventas internas de supermercados e hipermercados

(Abril 2020 - Abril 2022)

Miles de Soles



Nota: 1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos.

Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas.

Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)

Ventas en tiendas por departamento

En abril de 2022, las ventas de la actividad de tiendas por departamento aumentaron en 7.9% interanual, como resultado de las mayores ventas de la línea de artículos de uso doméstico (+5.9%), prendas de vestir y calzados (+7.6%), muebles (+8.0%) y farmacéuticos y cosméticos (+76.8%).

Cabe indicar que, en este mes las líneas de artículos de uso doméstico, prendas de vestir y calzados, concentraron en su conjunto el 91.4% del valor de ventas de la actividad de tiendas por departamento, debido a las mayores promociones y ofertas en prendas de vestir; mientras que, el restante 8.6%, correspondió a muebles, otros productos y farmacéuticos.

Entre las principales empresas que destacan en esta actividad según sus niveles de ventas figuran: Saga Falabella, Tiendas Ripley, Oeschle.

Entre abril de 2020 y abril de 2022, las ventas de la actividad de tiendas por departamento mantuvieron un desempeño mixto. Es así que, entre abril y julio de 2021 se registró un importante aumento debido a un efecto estadístico. Posteriormente, en el segundo semestre de 2021, se atenuó el crecimiento en la actividad, asociado a la menor disponibilidad de ingresos de los hogares para la adquisición de estos productos.

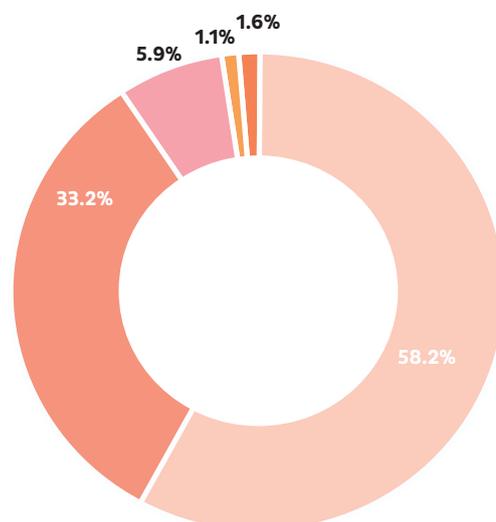
Se espera que las ventas de la actividad se sigan recuperando, debido a la apertura de nuevos centros comerciales en las regiones, ante la flexibilidad de las medidas sanitarias.



Participación %

Líneas de productos en tiendas por departamento^{1/}

(Abril 2022)



- Prendas de vestir y calzado
- Artículos de uso doméstico
- Muebles
- Otros productos
- Farmacéuticos y cosméticos

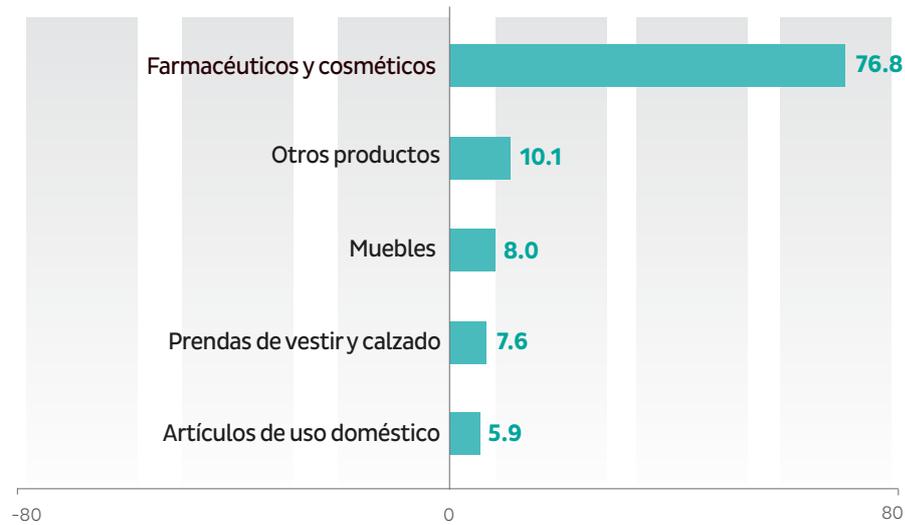
Nota: 1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos.

Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas.
Elaboración: PRODUCE-Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Ventas por líneas de productos

Tiendas por departamento^{1/}, Abril 2022 (Var.%)



Nota: 1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



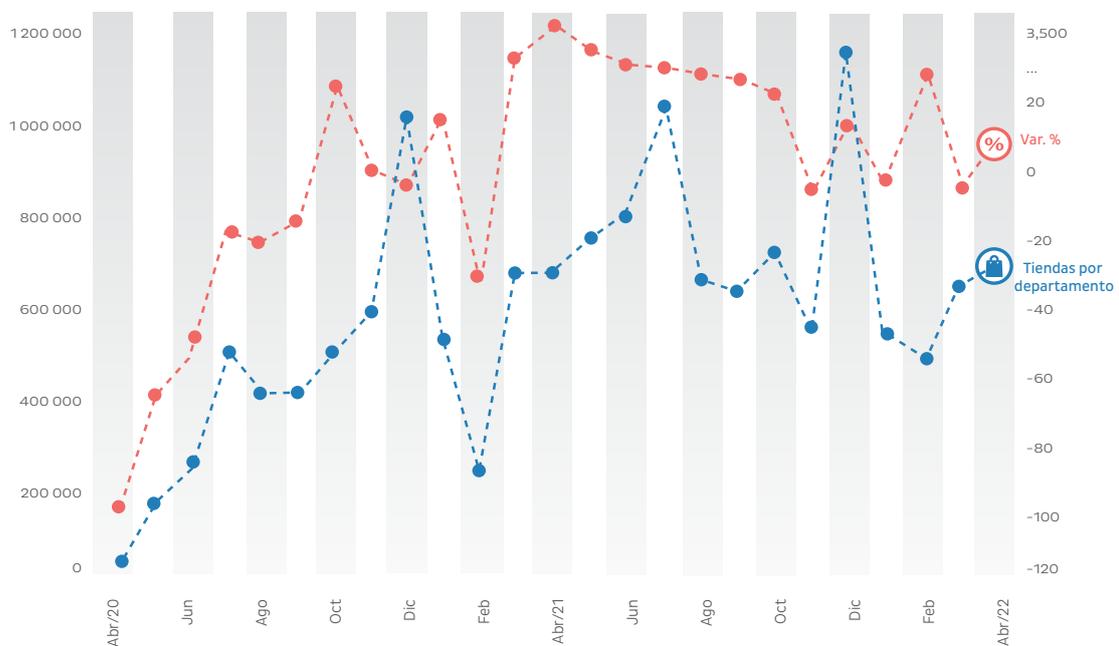
Evolución y variación porcentual

Ventas internas de tiendas por departamento¹

(Abril 2020 - Abril 2022)

Miles de Soles

Var. %



Nota:^{1/} Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos.
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas.
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)

Ventas de productos de ferreterías y acabados para el hogar

En abril del 2022, las ventas de productos de la actividad de ferreterías y acabados para el hogar se incrementaron en 19.5%, con respecto a similar mes del año 2021. Este resultado responde al aumento en las líneas de artículos de ferretería (+24.1%), artículos de uso doméstico (+16.1%), productos diversos (+17.7%) y la línea de muebles (+0.2%).

En el mes en referencia, la línea de productos diversos, y artículos de ferreterías fueron las que tuvieron una mayor participación en las ventas de la actividad (89.1%); mientras que, en menor medida, destacó las líneas de artículos de uso doméstico, muebles y repuestos y accesorios, con el 10.9% de participación.

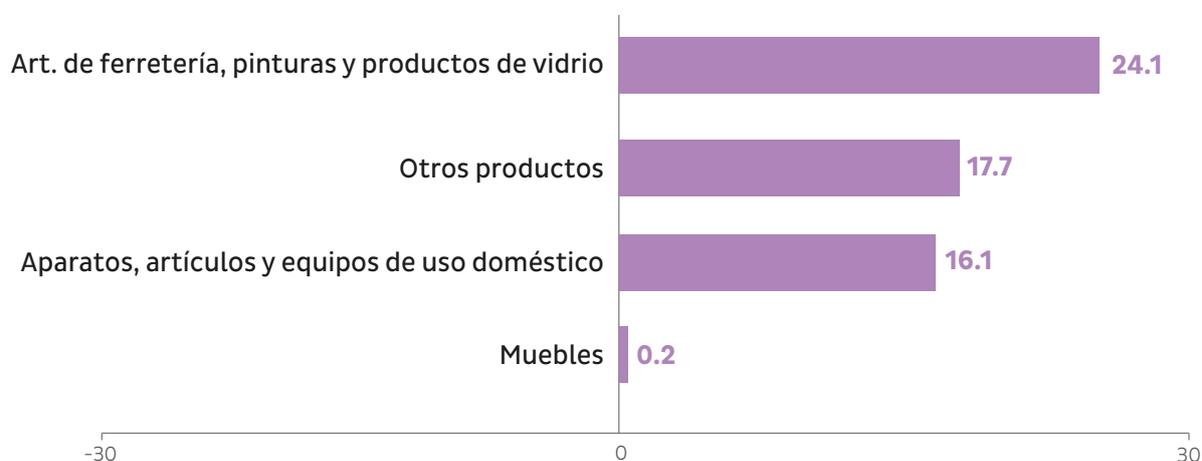
Entre las principales empresas que destacan en esta actividad son: Maestro Homecenter, Promart Homecenter, y Cemento y Acero.

En el periodo (enero 2021 a abril 2022), el desempeño de las ventas de la actividad mayormente se mantuvo en terreno positivo, el cual fue favorecido principalmente por el dinamismo de la actividad del sector construcción (obras de remodelación y nuevas construcciones).



Venta por líneas de productos

Ferreterías y acabados para el hogar, Abril 2022 (Var.%)

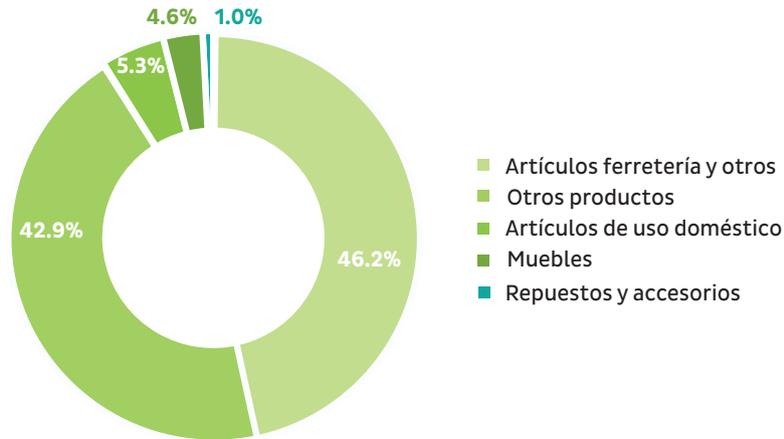


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Participación %

Líneas de productos de ferreterías y acabados para el hogar
(Abril 2022)

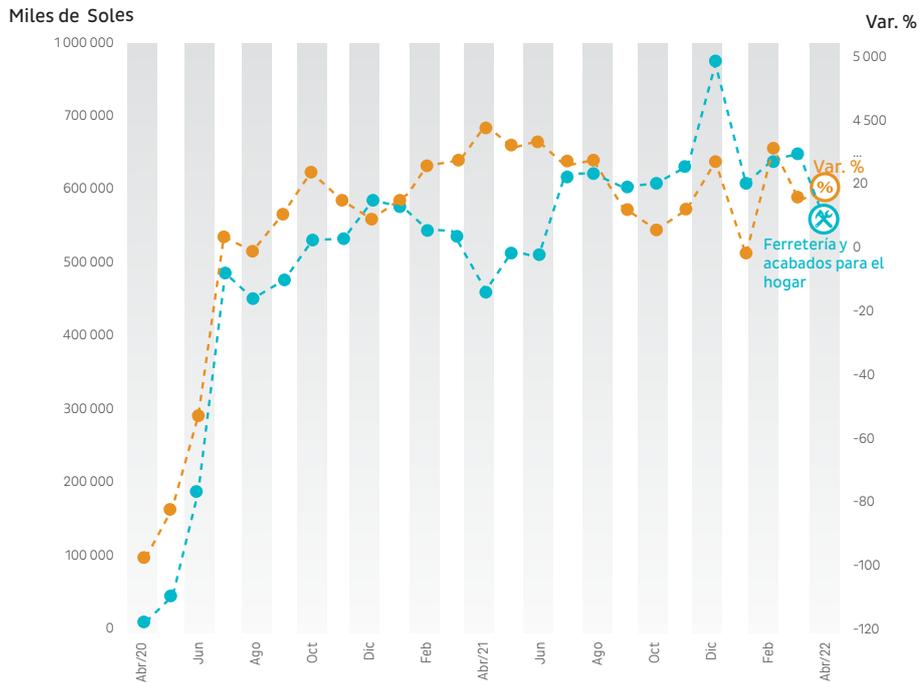


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Evolución y variación porcentual

Ventas internas de ferreterías y acabados para el hogar (Abr 2020 - Abr 2022)



Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)

Ventas de productos de equipamiento del hogar

La actividad de equipamiento del hogar, en abril de 2022, registró una disminución en 13.8% interanual. Dicha disminución estuvo asociado a la caída en las ventas de las líneas de artículos domésticos (productos tecnológicos) en 12.6% y productos diversos (-25.0%), debido a la menor demanda local por estos productos.

En el mes en referencia, la línea de productos diversos y artículos de uso doméstico fue la que tuvo una mayor participación en las ventas (98.9%); mientras que, la línea de muebles registró un aporte de 1.1%.

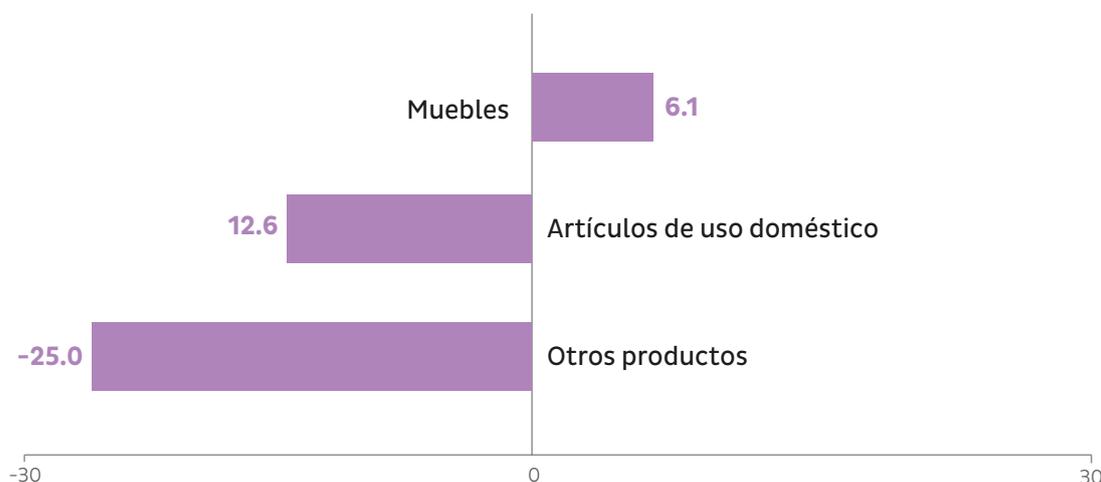
Entre las principales empresas que destacan en esta actividad figuran: Conecta Retail (Efe/ Curacao), Importaciones Hiraoka y Elektra del Perú.

El comportamiento de las ventas de esta actividad en el periodo (enero 2021 a abril 2022) muestra resultados mixtos, donde la demanda de los hogares es el factor principal del dinamismo de la actividad. Hasta octubre de 2021 las ventas de esta actividad registró resultados positivos por la reactivación de las actividades económicas y aumento de aforo de los centros comerciales.

Posterior a ello, las ventas disminuyeron debido a en menor comparativo base y lento crecimiento del sector construcción.

Venta por líneas de productos

Equipamiento del hogar, Abril 2022 (Var.%)

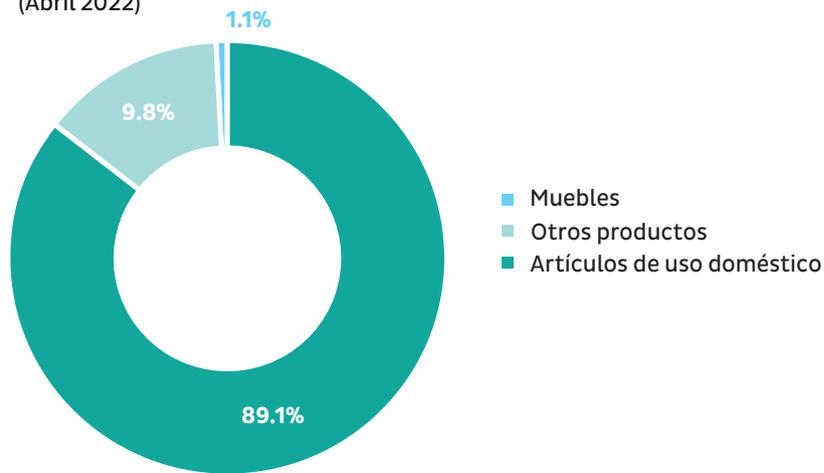


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Participación %

Líneas de productos para el equipamiento del hogar (Abril 2022)

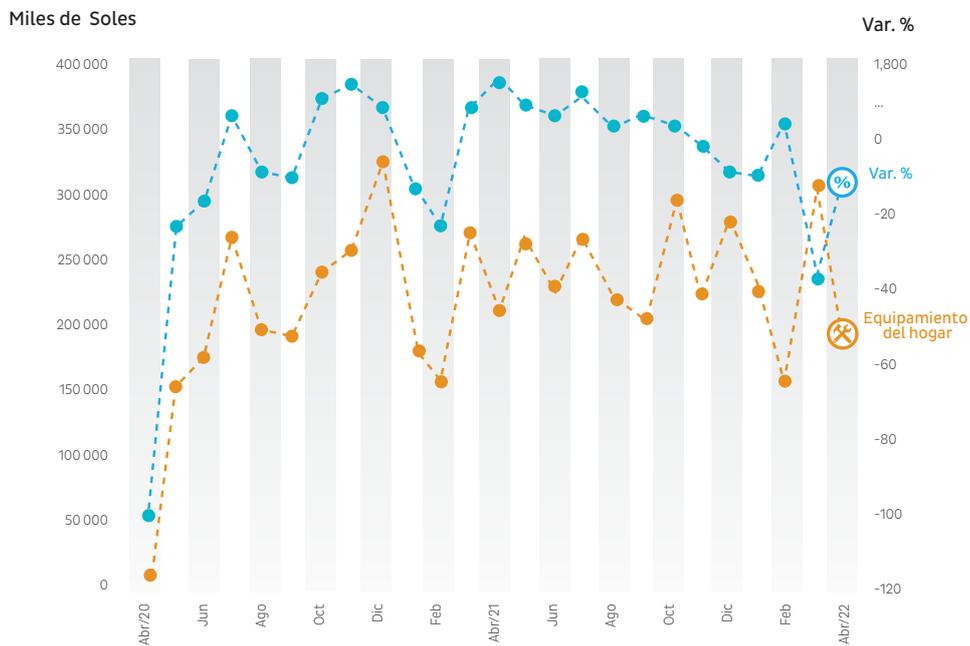


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE-Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Evolución y variación porcentual

Ventas internas para el equipamiento del hogar (Abr 2020-Abr 2022)



Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)

Ventas de productos farmacéuticos y de cuidado personal

Las ventas de productos farmacéuticos y de cuidado personal registraron un incremento interanual de 7.8% en abril de 2022. Dicho incremento estuvo asociado principalmente por el mayor expendio de productos farmacéuticos y medicinales (+12.5%); pero atenuado por la disminución en la venta de productos de cuidado personal (-11.0%).

Entre las principales farmacias con mayores niveles de ventas en este mes destacan: MiFarma, Ekerd Perú, CETCO, ALBIS y Productos Avon.

En cuanto a la participación de las líneas de productos de esta actividad, se observa que, en abril de 2022, la línea de productos farmacéuticos y medicinales concentró el 83.4% de las ventas totales, favorecida por el impulso de las ventas online y nuevos canales de distribución; mientras que, el restante (16.6%) correspondió a la línea de productos de cuidado personal.

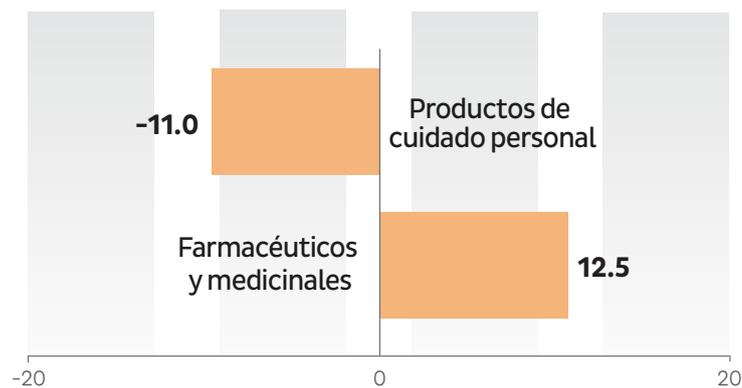
En el periodo abril 2020 - abril 2022, el nivel de ventas de la actividad de productos farmacéuticos y cuidado personal muestra una tendencia al alza, con excepción de junio a diciembre de 2021 donde se registraron bajas, pero que posterior a ello logra recuperarse este año.

En efecto, esta tendencia está relacionada a las estrategias multiformato y multicategoría implementado por las principales cadenas de farmacias (MiFarma e Inkafarma) que impulsaron las ventas de los productos de cuidado personal, alimentos para bebés, entre otros. Así también, por la demanda de productos medicinales para afrontar la pandemia del COVID-19 y por los convenios que tienen actualmente algunas farmacias con el Estado para la provisión de medicinas en las zonas urbanas y rurales.



Ventas por líneas de productos

Farmacéuticos y de cuidado personal, Abril 2022 (Var.%)

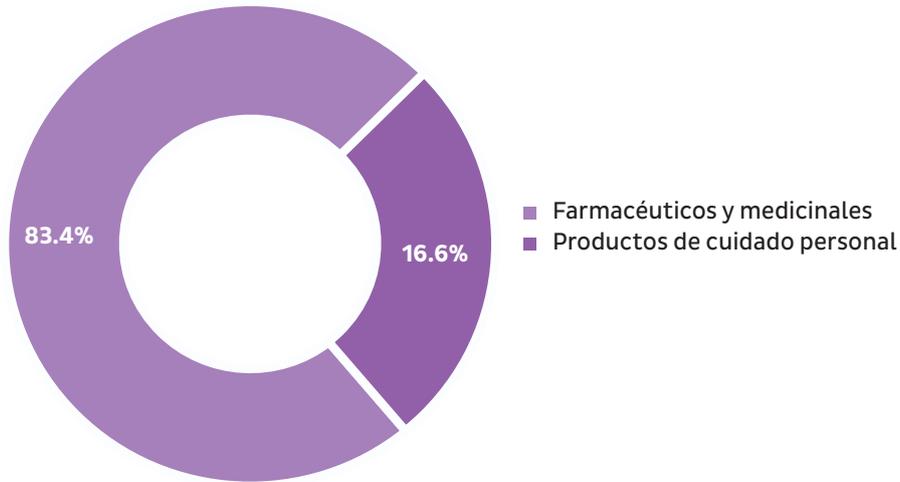


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Participación %

Líneas de productos farmacéuticos y de cuidado personal (Abril 2022)



Fuente: Estadísticas de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)

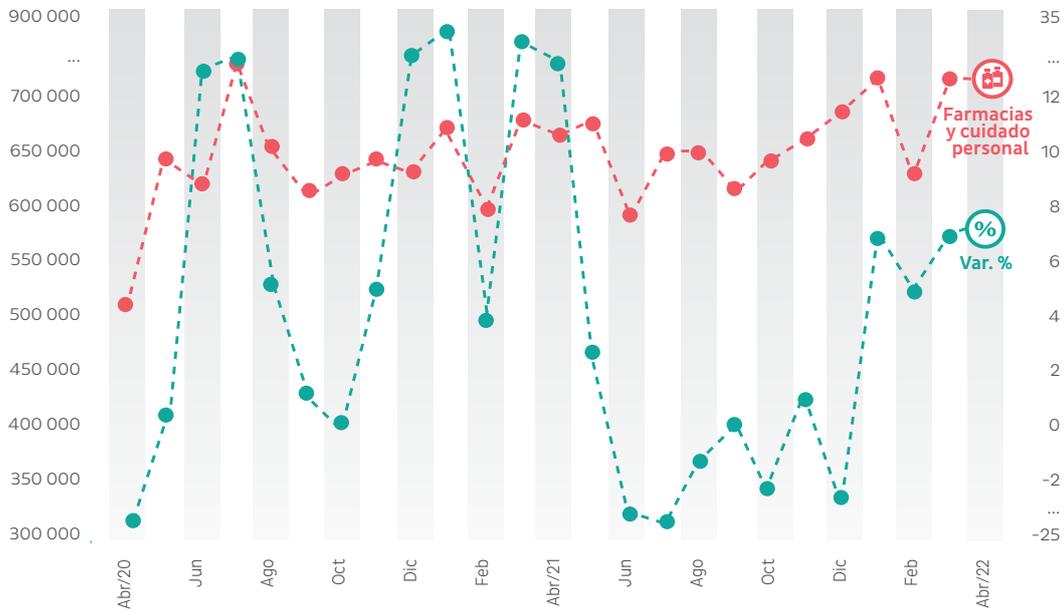


Evolución y variación porcentual

Ventas internas de farmacias y productos de cuidado personal (Abr 20-Abr 22)

Miles de Soles

Var. %



Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)

Ventas al por menor de libros, periódicos y artículos de papelería

En abril de 2022, la venta de la actividad de libros, periódicos y artículos de papelería alcanza un importante crecimiento de 216.9% interanual. Dicho resultado, se explica por el inicio de las actividades escolares a nivel nacional, en las modalidades presencial y mixta (asistencia interdiaria), en los niveles de primaria, secundaria y universitaria.

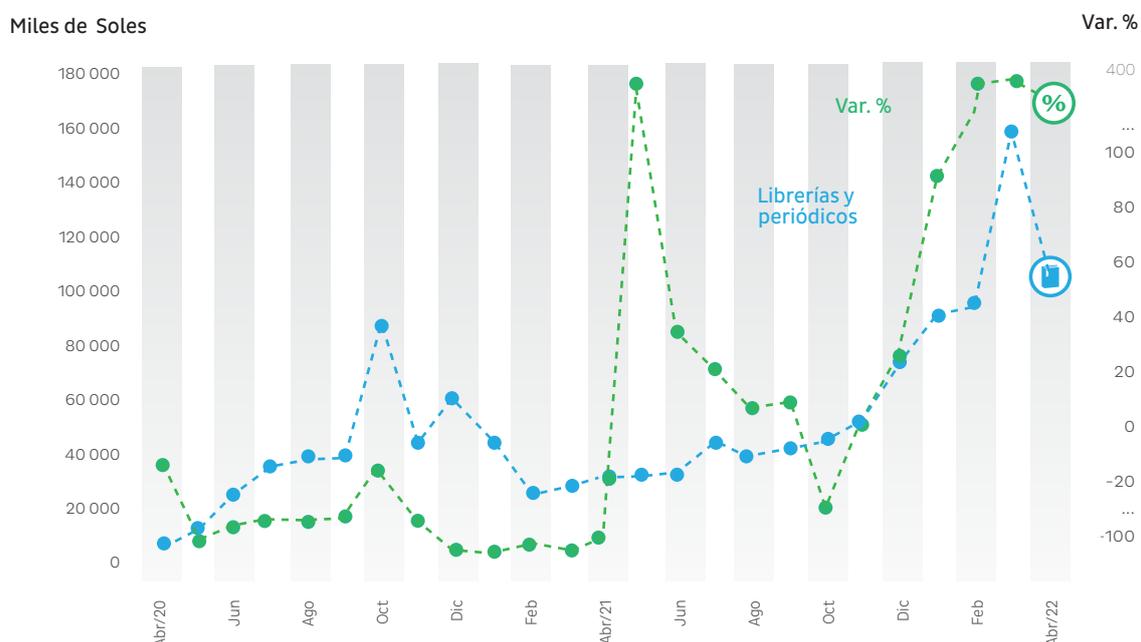
Entre las principales empresas que destacan en las ventas de esta actividad fueron: Distribuidora Navarrete, Ibero Librerías, Librerías Crisol y Tai Loy.



Evolución y variación porcentual

Ventas internas de libros, periódicos y artículos de papelería

(Abr 2020 - Abr 2022)



Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)

Desempeño del factoring en el sector comercio a abril 2022

El factoring es la operación mediante la cual el Factor adquiere, a título oneroso, de una persona, denominada cliente, instrumentos de contenido crediticio, prestando en algunos casos servicios adicionales a cambio de una retribución. El Factor asume el riesgo crediticio de los Deudores de los instrumentos adquiridos (SBS, 2015). Así también, el factoring se considera como una operación de adelanto de liquidez. En estos contratos, la entidad financiera recibe del cliente títulos valores (letras o facturas negociables), por los cuales le otorga una proporción del monto facturado en el título valor (Produce 2017).

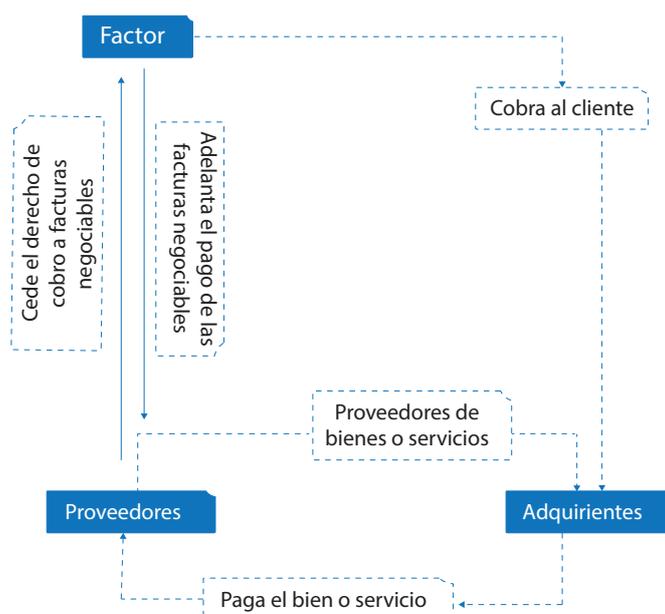
De acuerdo con el Registro Central de Valores y Liquidaciones (CAVALI), entre enero y abril de 2022 se registró un total de 328,155 facturas negociables acumuladas en el mercado nacional, significando ello un incremento de 25.8%, con relación a similar periodo de 2021. Asimismo, el monto total de las facturas negociables ascendió a S/ 8,226 millones

entre enero y abril de 2022, cifra mayor en 40.4%, respecto a similar periodo del año anterior.

A nivel regional, Lima concentró el 81.9% del monto total negociado de las facturas negociables (S/.3,144 millones). Entre otras regiones que más resaltan en el uso de facturas negociables lo conforman Callao, La Libertad, Arequipa, Piura e Ica, en su conjunto éstas representan el 13.7% del valor total de las facturas. Por su parte, entre las regiones con menor participación figuran Huancavelica y Madre de Dios (0.01% de participación en conjunto).

Figura 1

Mecanismo de manejo del factoring



Fuente: CAVALI

Elaboración: Produce-Oficina de Estudios Económicos

¹ LCEPAL (2016), Inclusión financiera de las Pymes en Ecuador.

En el sector comercio, las empresas formales de esta actividad se financian con facturas negociables y ocupan el primer lugar, seguido por el sector manufactura en la cantidad de facturas emitidas. Así, entre enero y abril de 2022, el número de facturas negociables emitidas por el sector comercio ascendió a 131,494 facturas, cifra superior en 22.8%, respecto a similar periodo de 2021 (107,113 facturas). En términos de valor, el monto de las facturas negociables registradas entre enero y abril de 2022 ascendió a S/ 2,546 millones, resultado superior en 54.0% interanual.

El buen desempeño del factoring registrado en el sector comercio responde a la normalización de las actividades económicas, ante la flexibilización de las medidas sanitarias y al gran avance de la vacunación en la población, así como el control en los niveles de contagio.

Otro sector importante que contó con un mayor número de facturas correspondió a la industria manufacturera, cuya cifra ascendió a 113,224 facturas, siendo superior en 24.3%, respecto a similar periodo del año 2021. En términos de valor, el monto negociado fue de S/. 2,304 millones, resultado superior en 40.8% interanual.

Gráfico 1

Número de facturas y montos emitidos por sector económico, Abril 2022 (Cantidad de facturas y monto)

Sector	Facturas	Monto Negociado Millones de S/.	Part.%*
Comercio	131,494	2,546	30.9
Manufactura	113,224	2,304	28.0
Servicios	66,134	2,244	27.3
Construcción	6,504	779	9.5
Agropecuario	9,367	190	2.3
Minería	1,066	155	1.9
Pesca	366	9	0.1
Total	328,155	8,227	100.0

* Respecto al monto negociado

Fuente: CAVALI

Elaboración: Produce-OEE

Dentro del sector comercio, el mayor uso del factoring se realizó en la actividad de comercio al por mayor. En efecto, entre enero y abril de 2022, el monto negociado en esta actividad fue de S/. 2,126 millones, con un total de 106,488 facturas negociadas. En tanto, el sector comercio minorista

es el que menos se financia a través de las facturas negociables, emitiendo un total de 11,395 facturas negociables, valorizadas en S/. 168 millones.

A nivel de tamaño empresarial, entre enero y abril de 2022, un total de 9,592 empresas se financiaron mediante facturas negociables, de las cuales el 81.8% fueron MYPE. En el sector comercio, las

MYPE que utilizaron este medio de financiamiento representaron el 75.2% (2,411 empresas) del total de empresas formales en el sector comercio.

Gráfico 2

Facturas negociables por tipo de comercio, Abril 2022

(Cantidad de facturas y monto)

Sector	Cantidad de Facturas	Monto Negociado Millones de S/.	Part.%*
Comercio al por mayor	106,488	2,126	86.9
Venta y mantenimiento de vehículos	13,611	152	6.2
Comercio al por menor	11,395	168	6.9
Total	131,494	2,446	100.0

* Respecto al monto negociado

Fuente: CAVALI

Elaboración: Produce-OEE

Otras variables del sector

Personal Ocupado

En abril de 2022, el personal ocupado del sector comercio interno aumentó en 3.1% interanual, debido al aumento en las contrataciones de personal en las actividades de tiendas por departamento (+25.1%), equipamiento del hogar (+5.7%), ferreterías y acabados del hogar (+0.8%), farmacias y boticas (+3.4%), libros, periódicos y artículos de papelería (+2.2%); mientras que, se observa una ligera disminución en supermercados e hipermercados (-3.8%),

Por tipo de empleo, aumentaron las contrataciones del personal permanente (+1.6% interanual), así como del personal eventual (+8.8% interanual).

Según tipo de género, el sector de comercio interno registró un incremento en la contratación del personal masculino (+16.5%); sin embargo, se registró una disminución en los puestos de trabajo del personal femenino (-9.2%).



Personal ocupado

Número de personas según grupo y clase CIU (Abril 2022)

Actividad	Permanentes	Eventuales	Varones	Mujeres	Total	Var.%
Var ^{1/} . (%) Abr 22/ Abr 21	1.6	8.8	16.5	-9.2		
CIU ^{a/} Total	85,980	24,049	59,611	50,418	110,029	3.1
4711 Supermercados e Hipermercados	38,169	5,939	23,001	21,107	44,108	-3.8
4719 Tiendas por departamento ^{2/}	13,709	5,377	7,870	11,216	19,086	25.1
4752 Ferreterías y acabados del hogar	16,107	195	13,603	2,699	16,302	0.8
4759 Equipamiento del hogar	4,686	963	3,378	2,271	5,649	5.7
4761 Libros, periódicos y artículos de papelería	1,048	792	1,011	829	1,840	2.2
4772 Boticas y Farmacias	12,261	10,783	10,748	12,296	23,044	3.4

Notas:

(a) Grupo CIU (tres dígitos), Clase CIU (cuatro dígitos).

1/ Variación porcentual respecto al mismo mes del año anterior.

2/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos.

Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)

Número de tiendas

El número de locales del sector comercio interno en abril de 2022 ascendió a 4,849, mayor en 474 locales, en comparación al total registrado en abril de 2021. Entre las actividades que aumentaron la cantidad de locales figuran: Supermercados e hipermercados (370 locales más), tiendas por departamento (35 locales más), farmacias y de cuidado personal (102 locales más); mientras que, en otras actividades se registraron una disminución de locales como en ferreterías y acabados del hogar (5 locales menos), equipamiento del hogar (21 locales menos), y libros, periódicos y artículos de papelería (7 locales menos).



Número de tiendas Según grupo y clase CIU (Abril 2022)

CIU ^{a/}	Actividad	Abr - 21	Abr - 22	Var.(%) Abr 22/21
4711	Tiendas supermercados e hipermercados	1,020	1,390	36.3
4719	Tiendas por departamento ^{1/}	168	203	20.8
4752	Ferreterías y acabados del hogar	136	131	-3.7
4759	Equipamiento del hogar	322	301	-6.5
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	151	144	-4.6
4772	Farmacias y cuidado personal	2,578	2,680	4.0

Notas:

Cifras sujetas a reajuste.

(a) Grupo CIU (tres dígitos), Clase CIU (cuatro dígitos).

1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos.

Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas.

Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



MINISTERIO DE LA PRODUCCIÓN

Calle Uno Oeste N° 060, Urb Córpac - San Isidro

Central Telefónica: 616 2222

www.produce.gob.pe

<http://ogeiee.produce.gob.pe>

 /minproduccion

 @minproduccion

 producegob

 minproduccion