



PERÚ

Ministerio
de la Producción

Oficina de Estudios Económicos

Julio 2023

**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, Julio 2023

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 | Julio 2023

Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Introducción	3
Producción total versus sector comercio	4
Desempeño de actividades	5
Desempeño crediticio en las Mipyme del sector comercio a junio 2023	16
Otras variables del sector	19
Número de tiendas	20

Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Boletín Estadístico – Julio 2023

Introducción

En julio de 2023, las ventas del sector comercio interno registraron una disminución de 4.3% interanual. Este resultado responde al desempeño negativo registrado por las actividades de tiendas por departamento (-12.4%), ferreterías y acabados (-16.1%), equipamiento del hogar (-12.3%), libros, periódicos y artículos de papelería (-3.1%) y farmacias y boticas (-4.0%). En contraste, este resultado fue atenuado parcialmente por el comportamiento positivo que viene registrando desde febrero de este año los supermercados e hipermercados, y en este mes, creció en (+4.4%).

En el periodo acumulado de enero a julio de 2023 las ventas del comercio interno registraron una ligera variación positiva de +0.07%, con relación al mismo periodo de 2022. Este resultado favorable es explicado por el mayor consumo en los productos básicos de la canasta familiar.

Entre las principales actividades que registraron resultados positivos del sector figuran: Libros, periódicos, artículos de papelería (21.2%), supermercados e hipermercados (6.1%).



Ventas internas^{1/}

Según grupo y clase CIU, Julio 2022 - Julio 2023

(Millones de soles a precios corrientes)

CIU ^(a)	Actividad	Jul-22 ^(b)	Jul-23 ^(b)	Var. (%) Jul (23/22)
	Total	4,322.7	4,137.4	-4.3
4711	Supermercados e hipermercados ^{2/}	1,793.8	1,873.0	4.4
4719	Tiendas por departamento ^{3/}	867.4	759.9	-12.4
4752	Ferreterías y acabados para el hogar	584.8	490.5	-16.1
4759	Equipamiento del hogar	239.7	210.2	-12.3
4772	Farmacias y cuidado personal	769.0	737.9	-4.0
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	68.0	65.9	-3.1

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.

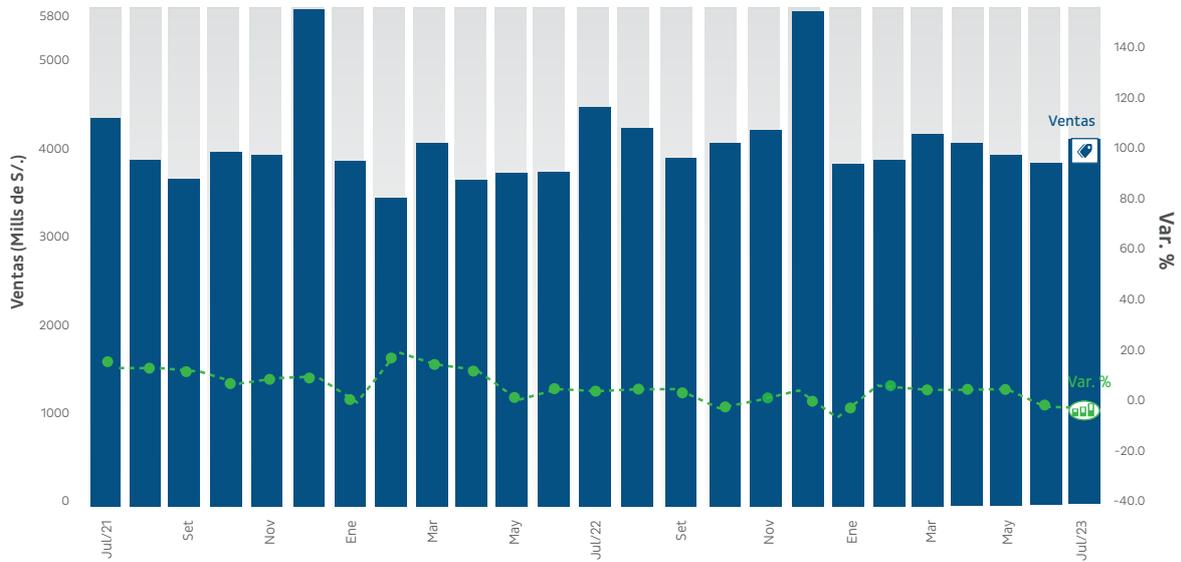
Fuente: Estadística mensual de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE-Oficina de Estudios Económicos (OEE)

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/}

(Julio 2021 - Julio 2023)



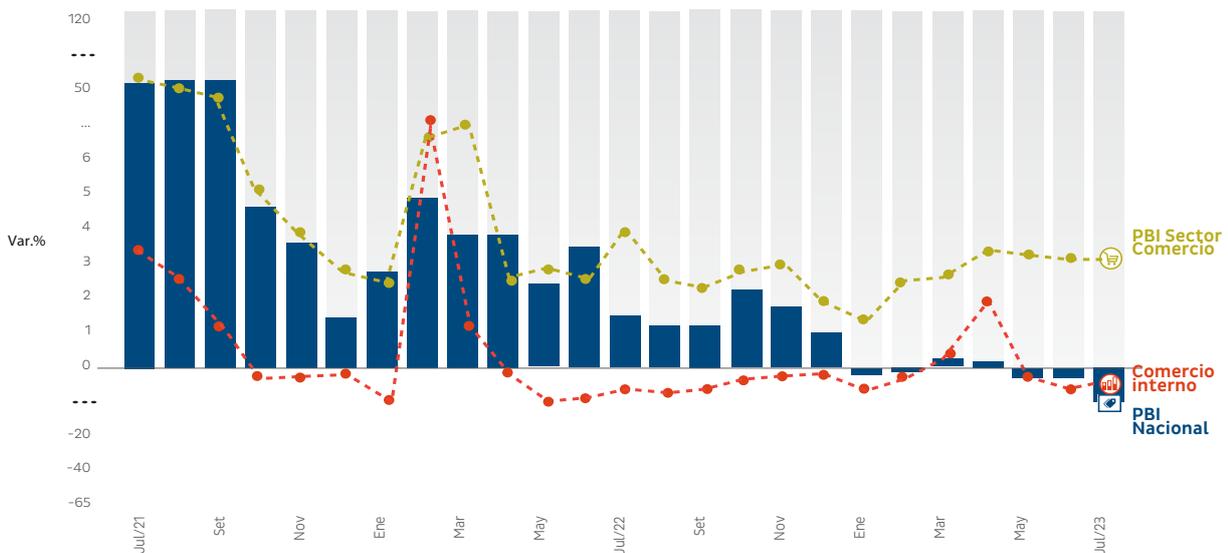
1/ Corresponden a las ventas de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas.
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE-Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

Producción total nacional versus sector comercio

En julio de 2023, el PBI nacional registra una ligera caída en (-1.3% interanual). Sin embargo, el sector comercio registró un incremento interanual de 3.0%; debido al incremento del valor de producción de los subsectores de comercio mayorista y minorista. En efecto, en este mes dichos subsectores acrecieron en 2.8% y 3.6% interanual, respectivamente.



Variación porcentual^{2/} del PBI nacional, PBI sector comercio e índice de comercio interno^{1/} (Julio 2021 - Julio 2023)



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 supermercados e hipermercados

En julio de 2023, las ventas de la actividad de supermercados e hipermercados tuvieron una moderada variación interanual positiva de +4.4%. Una de las actividades que aún mantiene el dinamismo positivo por seis meses continuos gracias al incremento de la demanda de productos esenciales de consumo masivo por parte de los hogares.

Entre las principales líneas de productos con incremento en la facturación tenemos a: alimentos (+9.0%), bebidas y tabaco (+18.9%) y farmacéuticos y cosméticos (+10.9%).

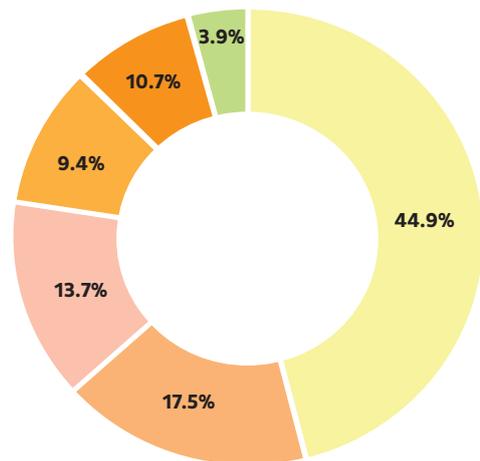
Cabe indicar que, en este mes se mantiene la concentración de las líneas de alimentos, artículos de uso doméstico, bebidas y tabaco y otros productos, con una participación de 85.4% en el valor de ventas de la actividad de supermercados e hipermercados. Mientras que, el restante (14.6%) correspondió a prendas de vestir y calzado, y productos farmacéuticos y cosméticos.

Entre las principales empresas con mayor incidencia en esta actividad según sus niveles de ventas tenemos a: Supermercados Peruanos, Cencosud Retail Perú, Hipermercados Tottus y Makro Supermayorista.



Participación %

Líneas de productos en tiendas de supermercados^{1/} e hipermercados (Julio 2023)



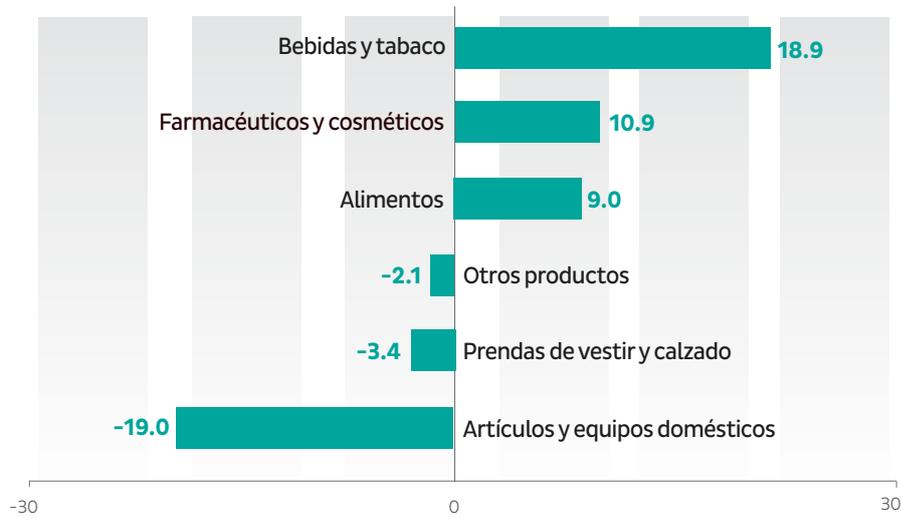
- Alimentos
- Otros productos
- Bebidas y tabaco
- Farmacéuticos y cosméticos
- Artículos de uso doméstico
- Prendas de vestir y calzado

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/}, Julio 2023 (Var.%)

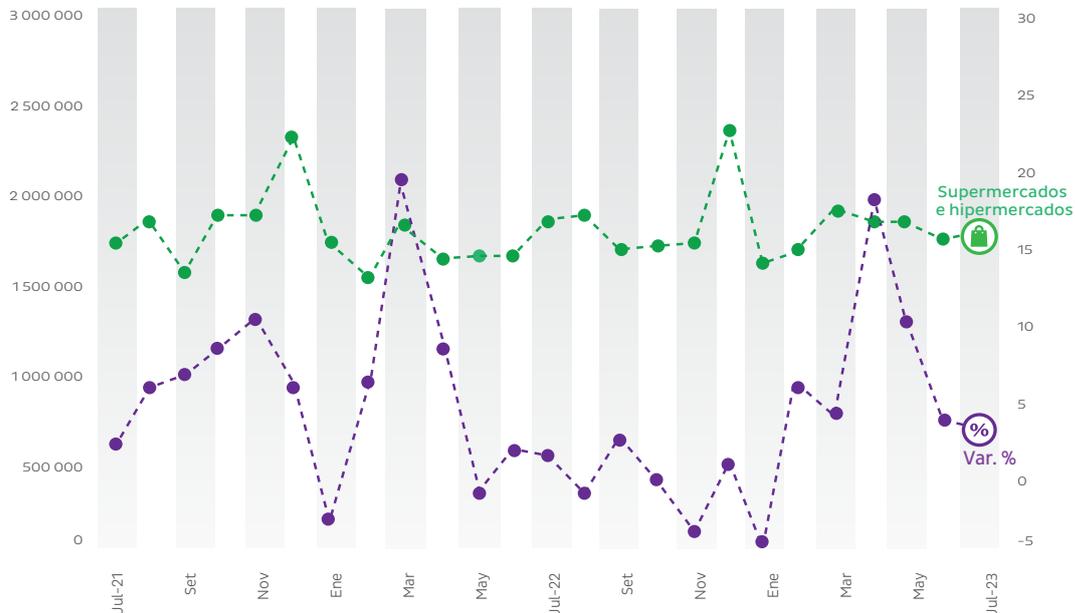


Nota: 1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Evolución y variación porcentual Ventas internas de supermercados e hipermercados (Julio 2021 - Julio 2023)

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 julio de 2023, las ventas de la actividad de tiendas por departamento, aún no se recuperan y registran una disminución en 12.4% respecto al mismo mes del año anterior. Este resultado se explica por las menores ventas registradas en la línea de artículos de uso doméstico (-19.9%), prendas de vestir y calzado (-9.0%) y muebles (-23.6%). En contraste, fueron atenuados por el incremento de las ventas de productos farmacéuticos y cosméticos (+26.3%) y productos diversos (+4.2%).

Cabe indicar que, la participación en este mes de las líneas de artículos de uso doméstico, prendas de vestir y calzado, concentraron en su conjunto el 91.4% del valor de ventas de la actividad de tiendas por departamento. . Mientras que, lo restante (8.6%) correspondió a muebles, farmacéuticos y otros productos.

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

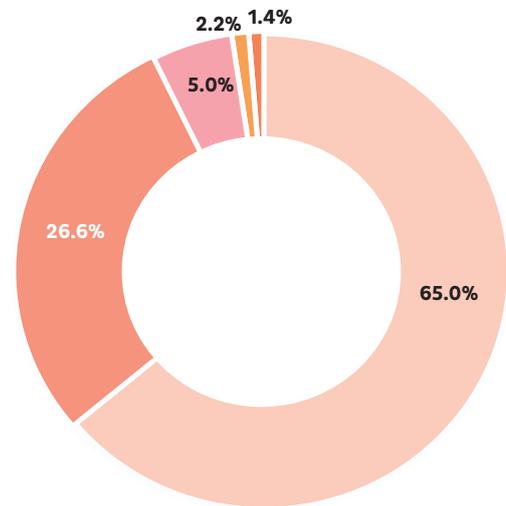
La serie histórica de las ventas de la actividad de tiendas por departamento, desde el tercer trimestre del 2021 aún no logra recuperarse y continúa en negativo. Al respecto, se observa una menor demanda de las líneas de prendas de vestir y calzado, así como diversos productos de cuidado personal debido a los efectos de la inflación y factores climáticos adversos que inciden en la priorización del gasto de los hogares.



Participación %

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

(Julio 2023)



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

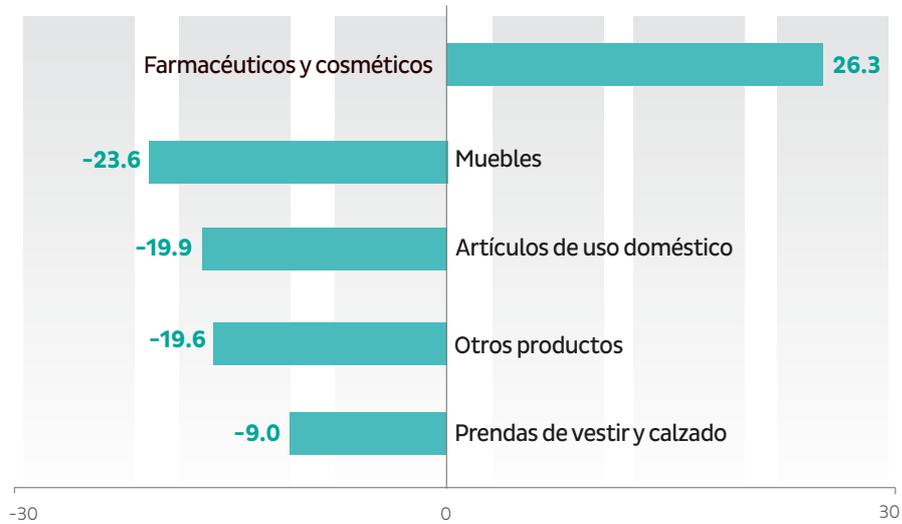
Nota: 1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos.

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/}, Julio 2023 (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)

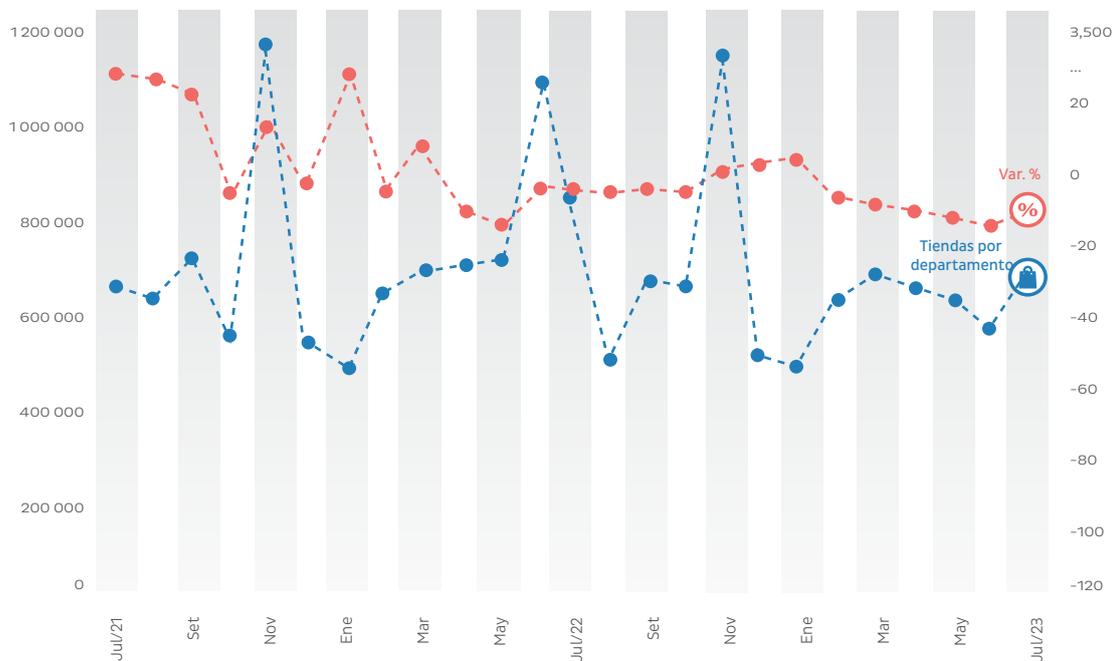


Evolución y variación porcentual

Ventas internas de tiendas por departamento¹
(Julio 2021 - Julio 2023)

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 julio del 2023, esta actividad en este mes experimenta una fuerte disminución de -16.1%, con respecto a similar mes del año 2022. Este resultado responde a una disminución en las ventas de artículos de ferretería (-10.9%), productos diversos (-16.0%) y artículos de uso doméstico (-41.7%), como consecuencia de la reducción en la ejecución de obras públicas y privadas, lo cual se ve reflejado en el comportamiento descendente de la actividad productiva del sector construcción.

En el mes en referencia, las líneas de productos diversos y artículos de ferreterías fueron las que tuvieron una mayor participación en las ventas de esta actividad (91.0%), mientras que, en menor medida, destacó la línea de artículos de uso doméstico, muebles y repuestos y accesorios, con una participación del 9.0%.

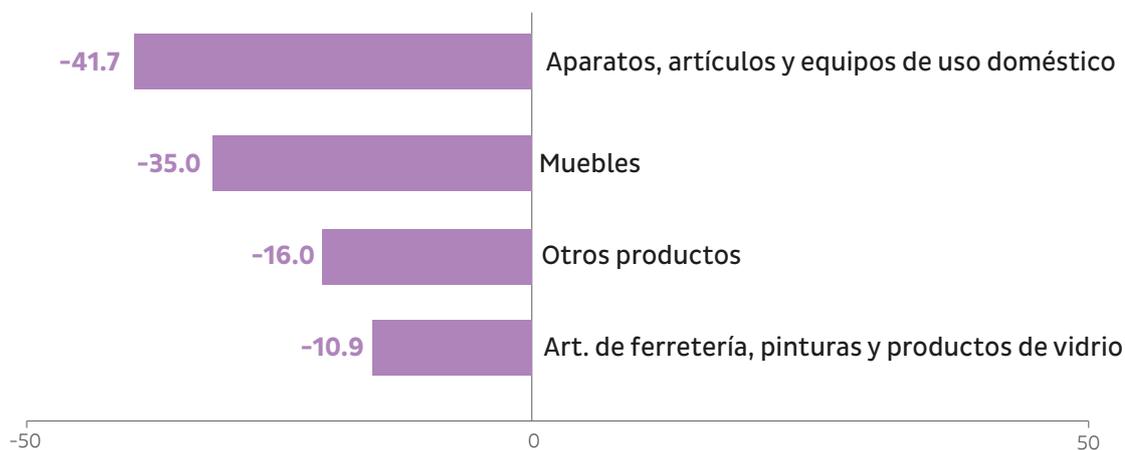
Entre las principales empresas que destacan en esta actividad por su mayor incidencia en las ventas tenemos a: Maestro Homecenter, Promart Homecenter, y Cemento y Acero.

El desempeño de las ventas de la actividad en el periodo de enero 2021 a julio 2023, se observa que mayormente se mantuvo en terreno positivo; sin embargo, desde julio del 2022 viene mostrando resultados negativos asociado al desempeño negativo de la actividad del sector construcción (reducción de obras de remodelación y nuevas construcciones), que aún no da señales de recuperación.



Venta por líneas de productos

Ferreterías y acabados para el hogar, Julio 2023 (Var.%)

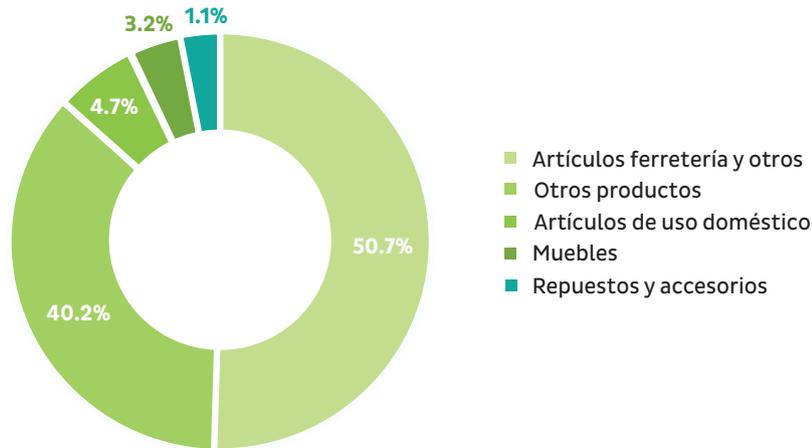


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Participación %

Líneas de productos de ferreterías y acabados para el hogar
(Julio 2023)



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

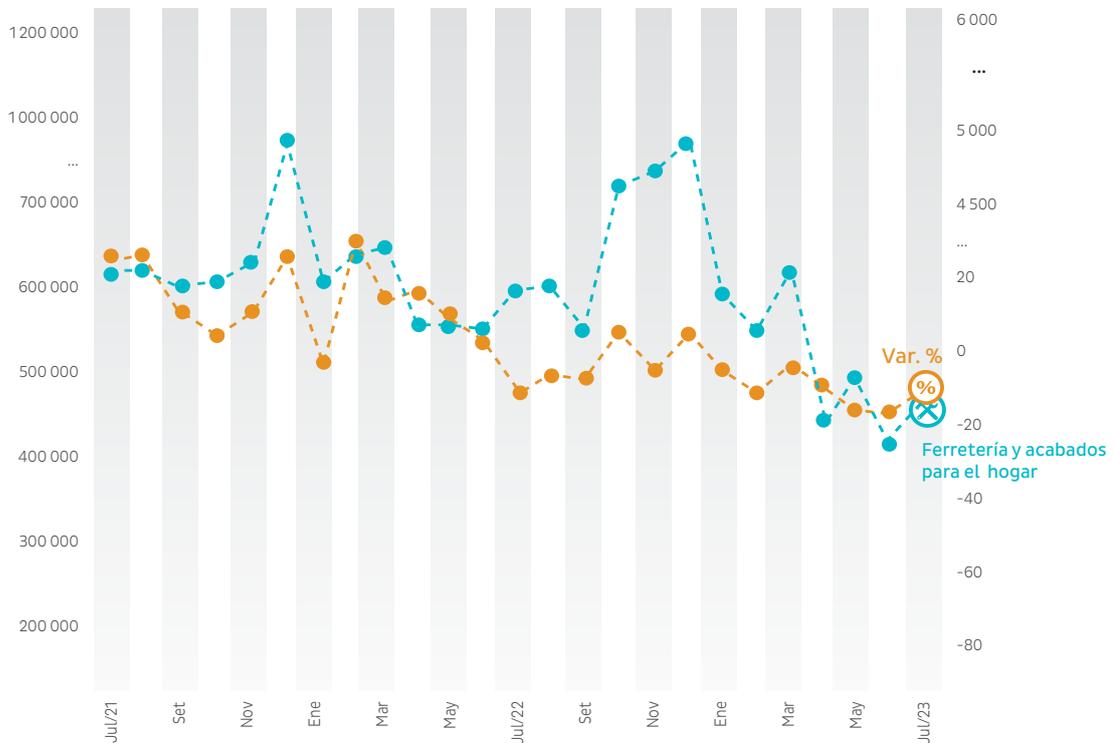


Evolución y variación porcentual

Ventas internas de ferreterías y acabados para el hogar (Jul 2021-Jul 2023)

Miles de Soles

Var. %



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

Ventas de productos de equipamiento del hogar

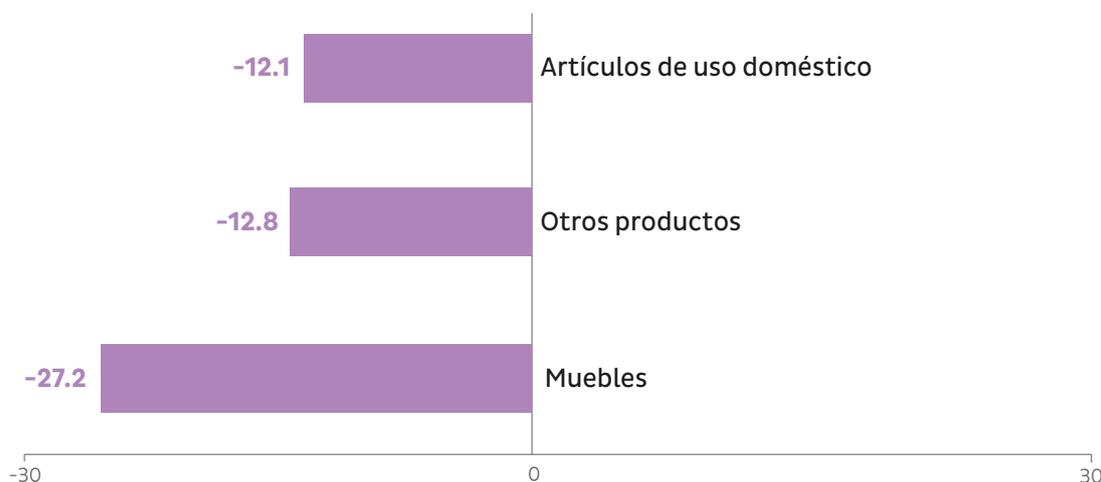
La actividad de equipamiento del hogar, sigue en terreno negativo y en este mes registró una disminución interanual de -12.3%. Este resultado se explica por una reducción en las ventas de artículos domésticos (productos tecnológicos) en -12.1%, muebles (-27.2%) y productos diversos (-12.8%), el cual estaría asociado a la contracción de la demanda interna que viene experimentando la economía por efecto de los factores climáticos adversos.

En el mes en referencia (julio 2023), la línea de productos diversos y artículos de uso doméstico fueron las que tuvieron una mayor participación en conjunto en las ventas (99.2%); mientras que, la línea de muebles registró un aporte de 0.8%.

Entre las principales empresas con mayor incidencia en las ventas de esta actividad tenemos a: Conecta Retail (Efe/Curacao), Importaciones Hiraoka y Elektra del Perú.

Según el periodo analizado de enero 2021 a julio 2023, se observa que en los últimos meses las ventas de esta actividad se encuentran estancadas y han descendido. Aún no hay señales de recuperación, en ello estaría incidiendo los factores climáticos adversos y la contracción de la demanda interna.

Venta por líneas de productos Equipamiento del hogar, Julio 2023 (Var.%)

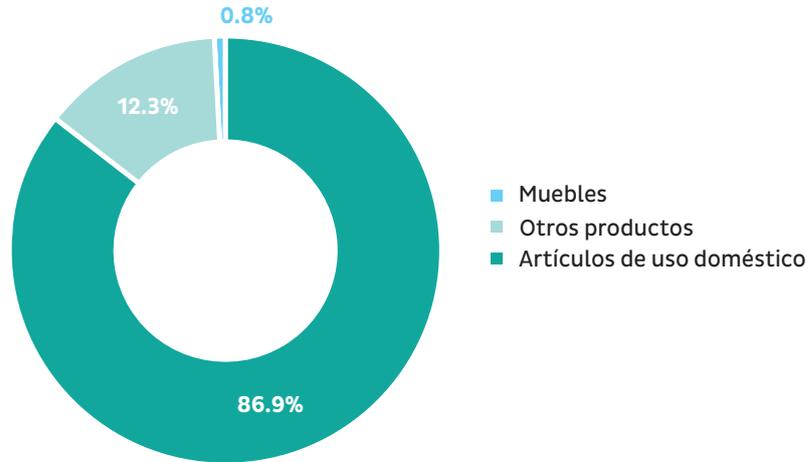


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Participación %

Líneas de productos para el equipamiento del hogar
(Julio 2023)

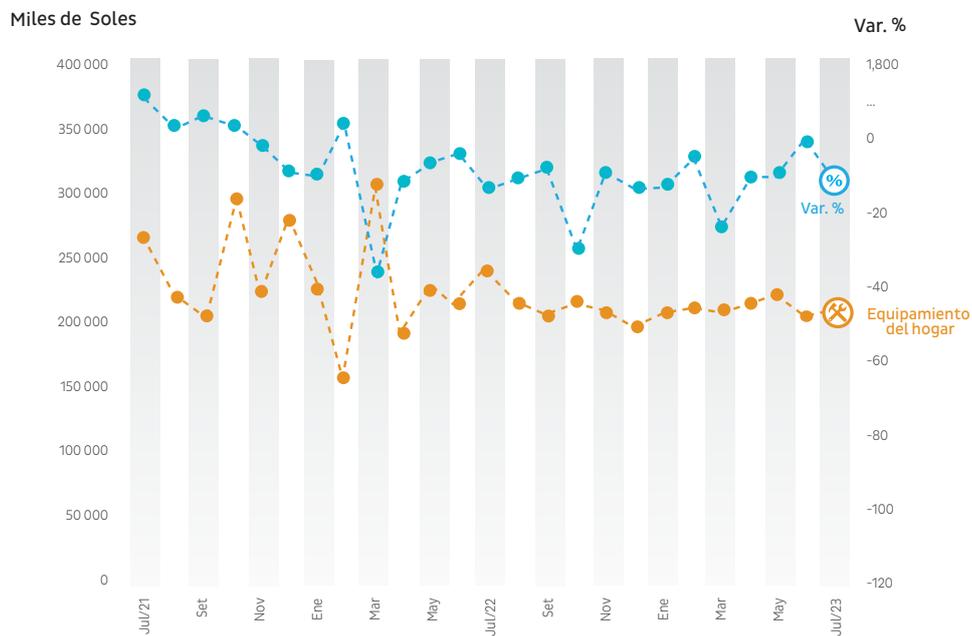


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE-Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Evolución y variación porcentual

Ventas internas para el equipamiento del hogar (Jul 2021-Jul 2023)



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 una disminución de 4.0% en julio de 2023. Dicha baja en las ventas de la actividad estuvo asociado principalmente a la reducción en las ventas de productos farmacéuticos y medicinales (-6.5%). En contraste, este resultado fue atenuado parcialmente por el incremento en las ventas de productos de cuidado personal en (+5.1%).

Entre las principales farmacias que destacan con mayores niveles de ventas en este mes tenemos a: 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 julio del 2023 la línea de productos farmacéuticos y medicinales representó el 76.9% de las ventas totales, la misma que responde al impulso de la

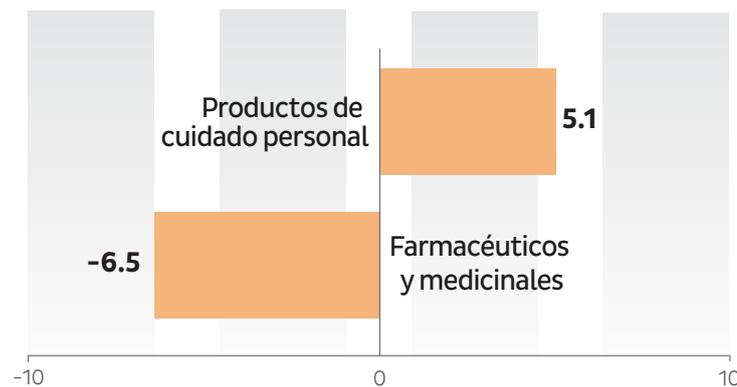
venta online y los nuevos canales de distribución. Mientras que, lo restante (23.1%) correspondió a la línea de productos de cuidado personal.

Entre enero de 2021 y julio de 2023, se observa que las ventas de la actividad de productos farmacéuticos y cuidado personal mantiene una ligera tendencia positiva. Esta tendencia muy relacionada a la aplicación de estrategias multiformato y multicategoría en las principales cadenas de farmacias (MiFarma e Inkafarma) que impulsaron las ventas de los productos de cuidado personal, alimentos para bebés, entre otros. Sin embargo, en los últimos meses se observan ligeras caídas en las ventas por una reducción en la demanda local.



Ventas por líneas de productos

Farmacéuticos y de cuidado personal, Julio 2023 (Var.%)

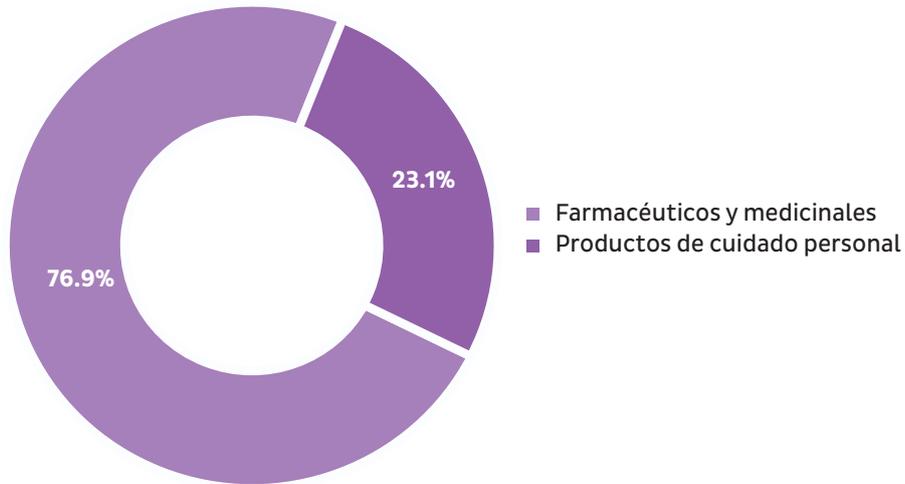


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Participación %

Líneas de productos farmacéuticos y de cuidado personal (Julio 2023)



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 (Jul 21-Jul 23)



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

La venta de la actividad de libros, periódicos y artículos de papelería después de dos meses de crecimiento. En este mes experimentó una disminución de 3.1% interanual. Explicado por la reducción de la demanda de artículos de oficina y escolares, que incidió en las menores ventas de la línea de librerías (-2.7%) y productos diversos tecnológicos (-5.1%).

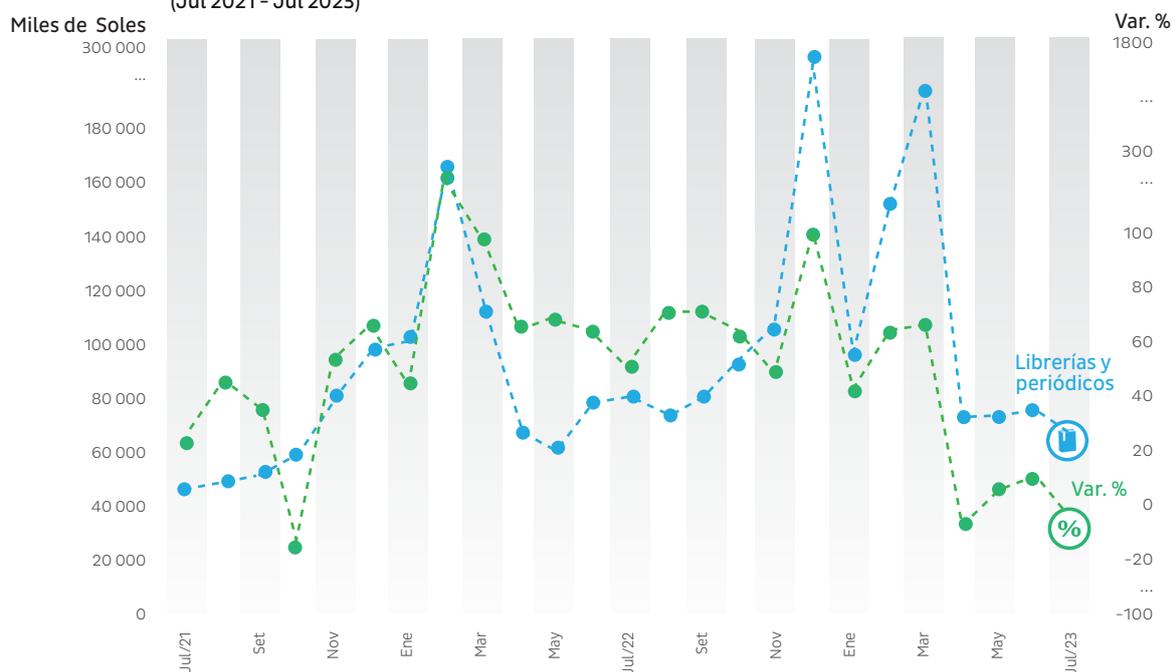
Entre las principales empresas que destacan en las ventas de esta actividad tenemos a: Distribuidora Navarrete, Ibero Librerías, Librerías Crisol y Tai Loy.



Evolución y variación porcentual

Ventas internas de libros, periódicos y artículos de papelería

(Jul 2021 - Jul 2023)



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

Desempeño crediticio en las Mipyme del sector comercio a Junio 2023

El acceso al financiamiento en las condiciones adecuadas mejora el bienestar general de un país, ya que permite a las personas prosperar y gestionar mejor sus necesidades, ampliar sus oportunidades y mejorar sus niveles de vida. Cuando se incluye a las personas en el sistema financiero, a estas les resulta más fácil gestionar el consumo, los pagos y el ahorro; tener mayor acceso a la vivienda, la atención de salud y la educación; iniciar un pequeño negocio, y usar mecanismos de seguros para protegerse frente a las crisis. El financiamiento también ayuda a tener condiciones equitativas, haciendo que la riqueza y las conexiones revistan menos importancia (Banco Mundial, 2022).

En el sector empresarial resulta crucial disponer y acceder a las fuentes de financiamiento para aumentar el capital y sostener el crecimiento de la actividad económica que se lleva a cabo. En efecto, el acceso a financiamiento es fundamental para la supervivencia y expansión de las empresas, ya que permite impulsar nuevos proyectos, fortalecer la economía y afrontar adversidades económicas y financieras (Erdogan, 2018), (Beck & Demirguc-Kunt, 2006).

En este contexto, las Mipyme representan un segmento empresarial potencial para el acceso al crédito financiero, pues dicho segmento dinamizan y contribuyen al desarrollo económico del país. En efecto, una parte significativa de la población y de la economía dependen del desempeño de este segmento debido a su reconocida capacidad para generar empleo y su participación en la actividad productiva del país. Así, a partir de los datos de Sunat (2022), las Mipyme en el Perú representan el 99.4% del tejido empresarial, asimismo, aportan cerca del 31.4% del valor agregado nacional y generan el 84.7% del empleo en el sector privado.

A nivel sectorial, las mipymes del sector comercio juegan un rol importante en la economía. Dentro de este sector, el 99.4% de las empresas formales son mipymes. Es importante resaltar que, en los últimos 5 años (2018 - 2022), la actividad productiva del sector comercio ha mantenido un buen dinamismo que ha influido positivamente en el crecimiento del Producto Bruto Interno (PBI), con un crecimiento promedio anual

de 2.0%, lo cual conllevó a alcanzar un crecimiento en el PBI nacional de 2.0%, en el periodo en referencia.

Bajo este contexto, el empuje y dinamismo que generan las Mipyme dentro del sector comercio se hace relevante dentro de la economía. A su vez, uno de los factores que inciden en el desempeño productivo de este sector es el crédito que se destinan a las Mipyme, principal fuente de financiamiento para el buen desempeño y dinamizar la actividad productiva. Así, de acuerdo con (Salloum & Vigier, 1997), a nivel de empresas, el financiamiento eficiente y efectivo ha sido reconocido como factor clave para asegurar que aquellas firmas con potencial genuino de crecimiento puedan expandirse y ser más competitivas.

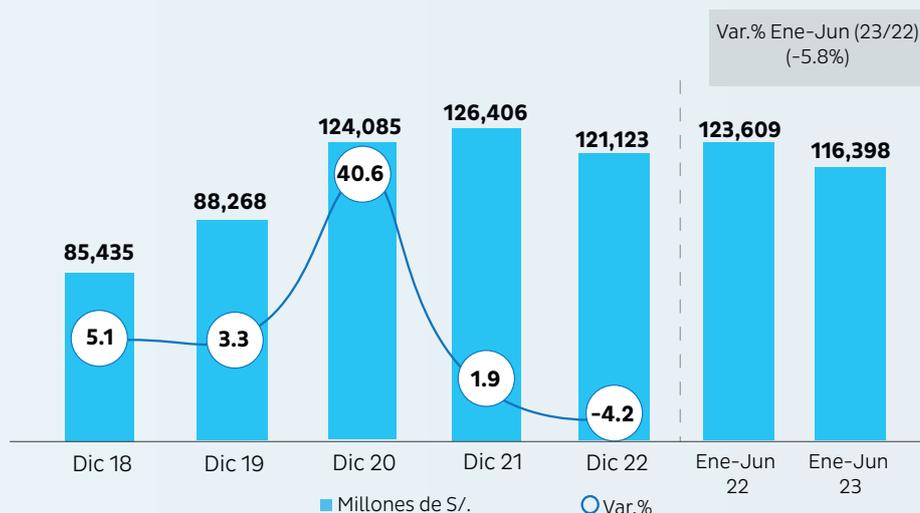
En los últimos 5 años (2018-2022), los créditos otorgados a las Mipyme registraron un crecimiento de 8.3% en promedio anual, pasando de S/ 85,435 millones en 2018 a S/121,123 millones en 2022. Cabe mencionar que el mayor crecimiento de las colocaciones se registró en 2020 (40.6% de crecimiento), debido a la pandemia del Covid-19, por lo cual el gobierno tuvo que implementar programas de reactivación financiera en 2020-2021 ("Reactiva Perú", "Fondo de Apoyo Empresarial a las MYPE", "Fondo de Apoyo Empresarial para el Sector Turismo", entre otros), cuyo objetivo era apoyar a las empresas para que puedan acceder a créditos de capital de trabajo, y puedan cumplir de esta manera con sus obligaciones de corto plazo con sus trabajadores y proveedores de bienes y servicios. Sin embargo, cabe resaltar que, el monto total de colocaciones en el primer semestre de 2023, retrocedió en 5.8%, respecto a similar periodo de 2022. Dicho retroceso es debido al reajuste de las carteras de financiamiento de las entidades financieras en un contexto de menor previsión de crecimiento de la actividad económica. Así, la demanda interna pasa de una proyección de 1.5% a -0.3% al cierre de 2023³, en tanto la inversión privada, variable de la cual depende el empleo, pasa de -2.5% a -5.3% en 2023.

¹ Superintendencia Nacional de Administración Tributaria.

² Información disponible según la Encuesta Nacional de Hogares del INEI y de la Encuesta Nacional de Empresas (ENE) 2019.

³ Cifras tomadas del reporte de inflación del BCRP de junio 2023.

Evolución del crédito otorgado a las Mipyme, 2018-2022 (Millones de S/.)



Nota: (*) Avance del periodo Enero-Junio 2023
Fuente: SBS
Elaboración: Produce-Oficina de Estudios Económicos

En junio de 2023, el saldo de créditos directos del sistema financiero otorgados a las empresas ascendió a S/. 413.6 mil millones. De dicho monto, los créditos corporativos representaron el 41.5% (S/. 171.6 mil millones). En relación al crédito corporativo, el sector comercio fue el segundo

sector después de servicios que concentró el mayor porcentaje de los créditos asignados por el sistema financiero (27.9%) con un monto de S/. 70,468 millones, tal como se aprecia en el siguiente gráfico.

Perú: Créditos otorgados por el sistema financiero según sector económico, Jun 23* (Porcentaje)



* Corresponden principalmente a los créditos corporativos, a grandes empresas, a medianas empresas, a pequeñas empresas y microempresas.
Fuente: SBS
Elaboración: Produce-Oficina de Estudios Económicos

En el sector comercio, las Mipyme participaron con el 33.5% de los créditos totales del sistema financiero a junio de 2023. Cabe resaltar que, al interior de las Mipyme, el estrato de medianas empresas presentan una

menor participación en los créditos (2.4%), seguido de las pequeñas empresas (19.6%) y microempresas con 11.5%.

⁴ Los créditos o colocaciones corporativos son aquellos dirigidos a los estratos de micro, pequeña, mediana y gran empresa, así como el segmento corporativo, de acuerdo a cifras de la SBS a diciembre 2022.

Participación de las colocaciones de las Mipyme en el sector comercio según tamaño empresarial, Jun-2023* (Porcentaje)



*Corresponden principalmente a los créditos corporativos.
Fuente: SUNAT, RCC
Elaboración: Produce-Oficina de Estudios Económicos

A nivel departamental, los mayores créditos otorgados al segmento empresarial Mipyme se registraron en Lima, alcanzando una participación de 49.5% en las colocaciones totales otorgados al sector privado a junio 2023. En contraste, Huancavelica es la región que concentra el menor monto de colocaciones asignadas a las Mipyme (0.3%).

Participación de los créditos de las Mipyme del sector comercio según departamento, Jun-2023* (Porcentaje)



Nota: (*) Porcentajes estimados en base a las participaciones de los créditos empresariales.
Fuente: SUNAT, RCC
Elaboración: Produce-Oficina de Estudios Económicos

Otras variables del sector

Personal Ocupado

En julio de 2023, el personal ocupado del sector de comercio interno aumentó en +5.6% interanual. Ello responde al aumento en las contrataciones de personal en las actividades de supermercados e hipermercados (+25.3%) y libros, periódicos y artículos de papelería (+5.3%). En contraste, se observa una disminución del nivel de empleo en las tiendas por departamento (-11.1%), farmacias y boticas (-4.5%), ferreterías y acabados del hogar (-3.4%) y equipamiento del hogar (-0.8%).

Por tipo de empleo, disminuyeron las contrataciones del personal eventual en (-2.5% interanual), mientras que en el personal permanente aumentó en (+8.4%).

Según el tipo de género, el sector de comercio interno registró un aumento en la contratación del personal masculino en (+5.8%), así como, del empleo femenino (+5.5%).



Personal ocupado

Número de personas según grupo y clase CIU (Julio 2023)

Actividad	Permanentes	Eventuales	Varones	Mujeres	Total	Var.%
Var. ^{1/} (%) Jul 23/ Jul 22	8.4	-2.5	5.8	5.5		
CIU ^{a/} Total	84,359	25,935	48,457	61,837	110,294	5.6
4711 Supermercados e Hipermercados	38,667	9,030	23,448	24,249	47,697	25.3
4719 Tiendas por departamento ^{2/}	12,953	4,911	7,628	10,236	17,864	-11.1
4752 Ferreterías y acabados del hogar	14,609	551	8,899	6,261	15,160	-3.4
4759 Equipamiento del hogar	4,509	856	3,286	2,079	5,365	-0.8
4761 Libros, periódicos y artículos de papelería	1,244	799	1,096	947	2,043	5.3
4772 Boticas y Farmacias	12,377	9,788	4,100	18,065	22,165	-4.5

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 julio de 2023 fue de 5,307 establecimientos, cifra menor en 209 locales, en comparación al total registrado en julio de 2022. Ello responde a una reducción en la actividad de Supermercados e hipermercados (291 locales menos). Sin embargo, este resultado fue atenuado por un aumento de locales observado en las actividades de Farmacias y de cuidado personal (53 locales más), ferreterías y acabados del hogar (1 locales más), tiendas por departamento (9 locales más), tiendas de equipamiento del hogar (6 locales más) y libros periódicos y artículos de papelería (13 locales más).



Número de tiendas Según grupo y clase CIU (Julio 2023)

CIU ^{a/}	Actividad	Jul - 22	Jul- 23	Var.(%) Jul 23/22
4711	Tiendas supermercados e hipermercados	2,149	1,858	-13.5
4719	Tiendas por departamento ^{1/}	179	188	5.0
4752	Ferreterías y acabados del hogar	145	146	0.7
4759	Equipamiento del hogar	298	304	2.0
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	147	160	8.8
4772	Farmacias y cuidado personal	2,598	2,651	2.0

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