



PERÚ

Ministerio
de la Producción

Oficina de Estudios Económicos

junio 2021

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, Junio 2021

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

Junio 2021

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 junio de 2021	16
Otras variables del sector	18
Número de tiendas	19

Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Boletín Estadístico – Junio de 2021

Introducción

En junio de 2021, las ventas del comercio interno¹ aumentaron en 25.1% interanual, como resultado del desempeño positivo de las principales actividades que componen este sector, como son tiendas por departamento (181.5%), ferreterías y acabados (144.4%), equipamiento del hogar (30.6%), así como el incremento de las ventas de la actividad de libros, periódicos y artículos de papelería (37.6%). Sin embargo, el aumento de las ventas del sector fue atenuado por la disminución en las actividades de supermercados e hipermercados (-5.2%), y boticas y farmacias (-5.7%).

Las ventas de comercio interno, en este mes registraron un resultado positivo, debido al efecto estadístico, ya que en junio del año anterior, se vieron afectadas por la extensión del Estado de Emergencia Nacional establecido por el Gobierno, como medida frente al COVID-19. En este contexto, el buen dinamismo que registra el sector, fue también como resultado de la mayor disponibilidad de recursos de la población como la entrega de subsidios y liberación de la AFP, así como el permiso del Gobierno para el aumento de aforo en las tiendas comerciales.



Ventas internas^{1/}

Según grupo y clase CIU, Junio 2020 - Junio 2021

(Millones de soles a precios corrientes)

CIU ^(a)	Actividad	Jun-20 ^(b)	Jun-21 ^(b)	Var. (%) Jun (21/20)
	Total	2,998.5	3,750.7	25.1
4711	Supermercados e hipermercados ^{2/}	1,674.5	1,586.9	-5.2
4719	Tiendas por departamento ^{3/}	285.4	803.2	181.5
4752	Ferreterías y acabados para el hogar	204.5	499.8	144.4
4759	Equipamiento del hogar	174.1	227.4	30.6
4772	Farmacias y cuidado personal	634.9	598.7	-5.7
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	25.1	34.6	37.6

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

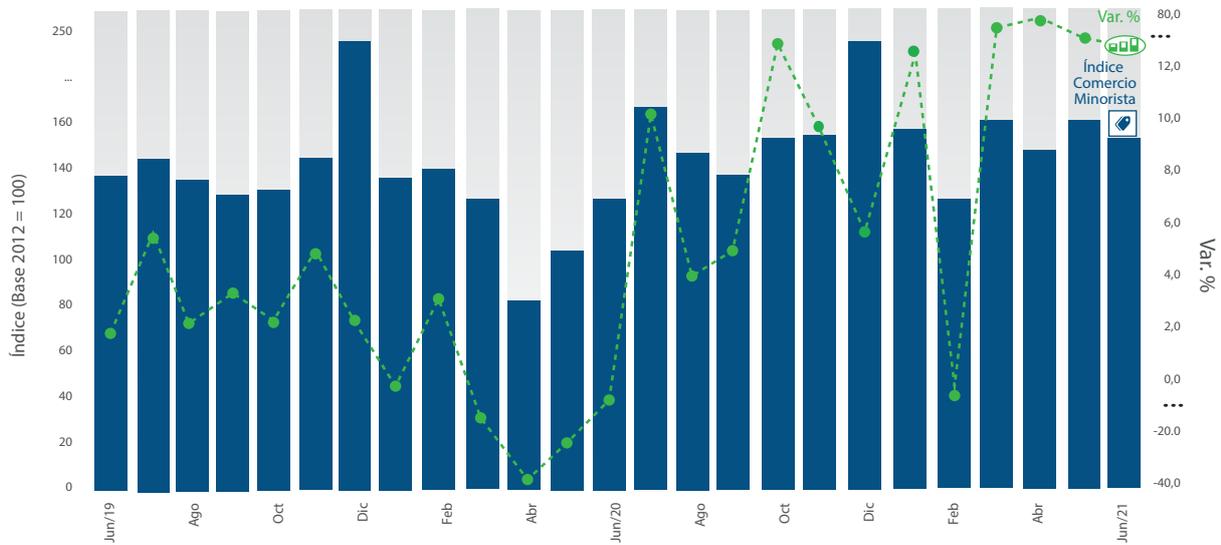
Elaboración: PRODUCE-Oficina de Estudios Económicos (OEE)

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.



Índice y variación porcentual de comercio minorista^{1/}

(Junio 2019 - Junio 2021)



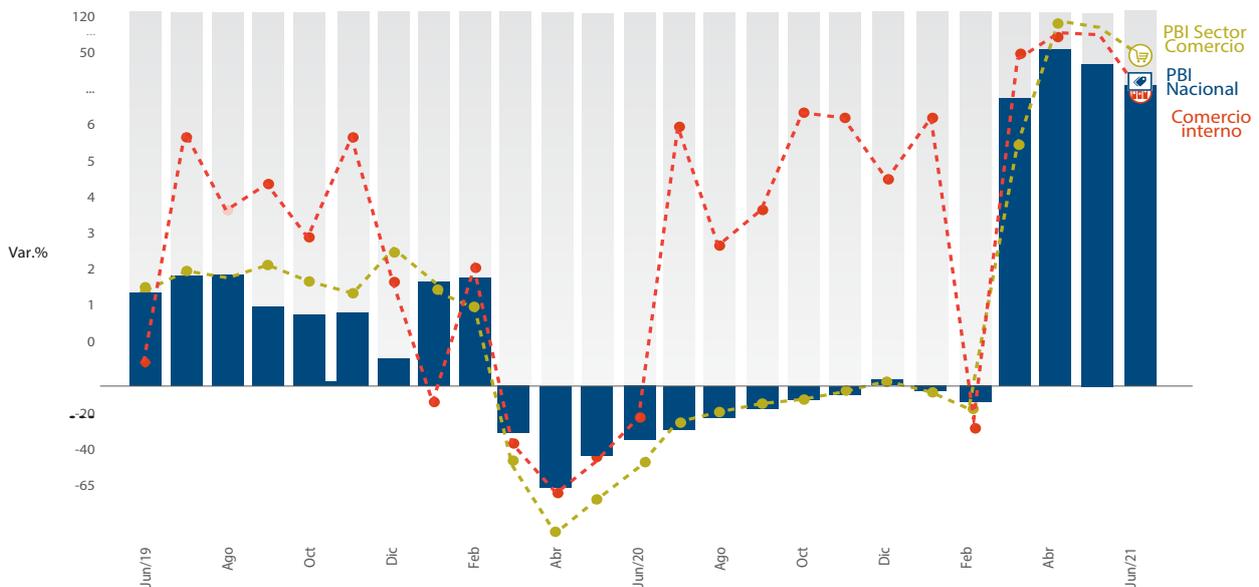
^{1/} Corresponden a las ventas de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas.
Fuente: INEI, BCRP y Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE).

Producción total nacional versus sector comercio

En junio de 2021, el PBI nacional por cuarto mes consecutivo registra un incremento de 23.5% interanual, por el efecto estadístico. En esa misma línea, el sector comercio registró un incremento de 38.1% interanual, debido al buen desempeño de los subsectores de comercio mayorista y minorista. En efecto, en este mes dichos subsectores registraron un incremento de 34.3% y 38.9% interanual, respectivamente.



Variación porcentual^{2/} del PBI nacional, PBI sector comercio e índice de comercio interno^{1/} (Junio 2019 - Junio 2021)



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 a precios constantes de 2007 y del comercio interno con año base 2012.
Fuente: INEI, BCRP y Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE).

Desempeño según actividades

Ventas en tiendas de supermercados e Hipermercados

En junio de 2021, las ventas de la actividad de supermercados e hipermercados disminuyeron en 5.2% interanual, explicado por las menores ventas en los canales físicos, así como también, de las ventas online. Entre las principales líneas de productos con menor facturación figuran: alimentos (-3.7%), otros productos (-9.2%), artículos de uso doméstico (-15.0%) y prendas de vestir y calzado (-18.9%).

Cabe indicar que, en este mes las líneas de alimentos, artículos de uso doméstico, otros productos, artículos de uso doméstico junto a la de bebidas y tabaco, concentraron en conjunto el 84.5% del valor de ventas de la actividad de supermercados e hipermercados; mientras que, el restante 15.5% correspondió a productos como, prendas de vestir y calzado, y de productos farmacéuticos y cosméticos.

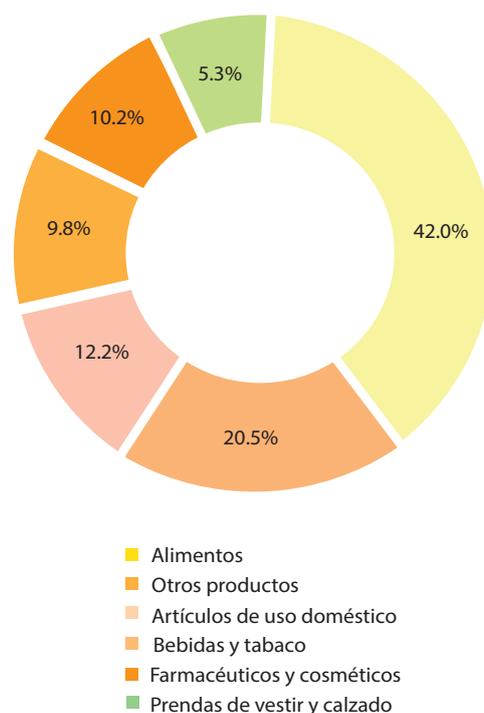
Entre las principales empresas que destacan en esta actividad según sus niveles de ventas aparecen: Supermercados Peruanos, Cencosud Retail Perú, Hipermercados Tottus y Makro Supermayorista.

En el mes en referencia, la actividad de supermercados e hipermercados, ha mostrado tasa negativa, pero con un desempeño volátil, debido a las restricciones en la movilización del aforo en los centros comerciales, dispuestas por el Gobierno, para atenuar los efectos de la pandemia del COVID-19.



Participación %

Líneas de productos en tiendas de supermercados^{1/} e hipermercados (Junio 2021)

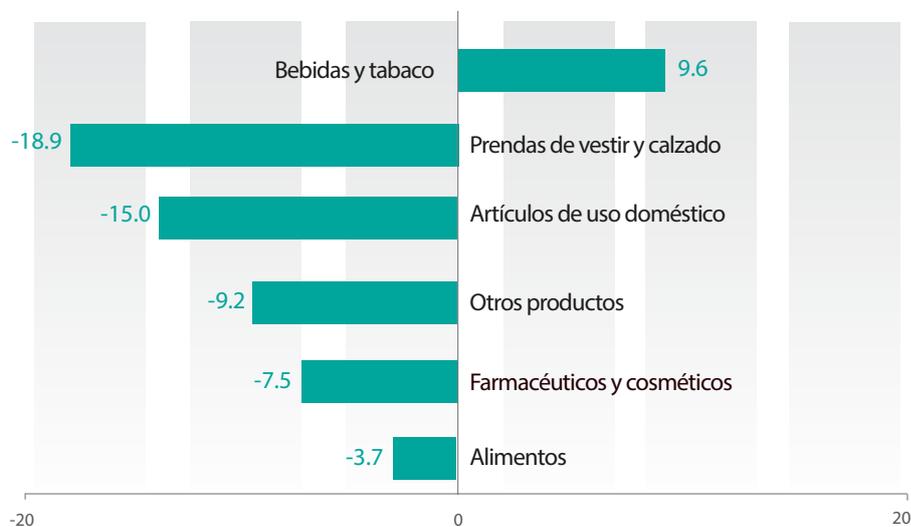


Nota: 1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos.
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas.
Elaboración: PRODUCE-Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Ventas por líneas de productos

Supermercados e hipermercados^{1/}, Junio 2021 (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)

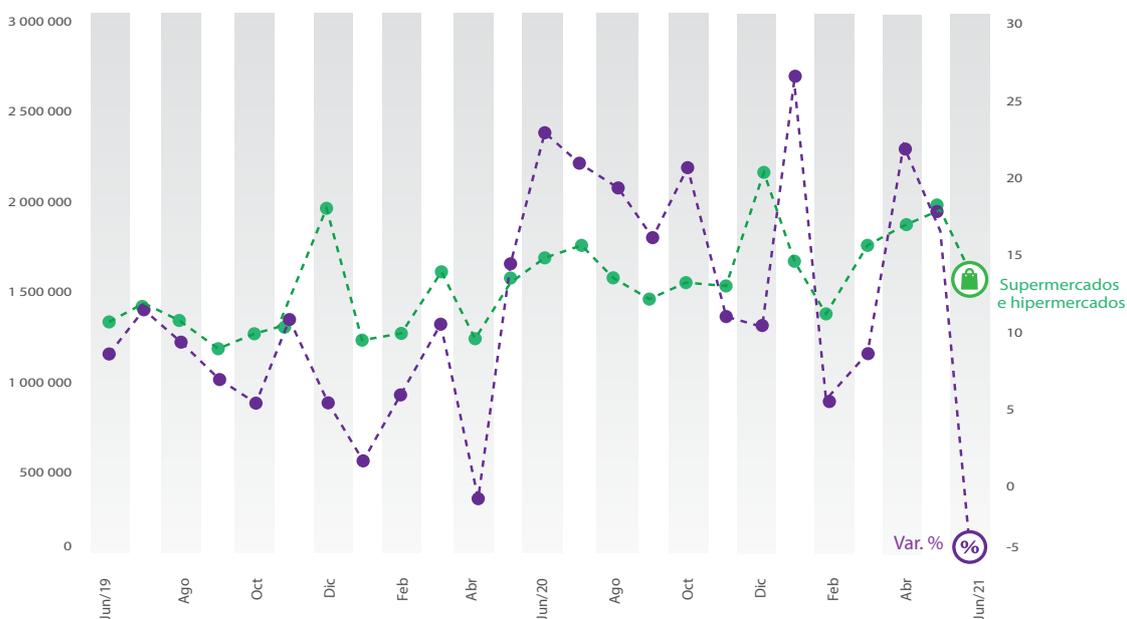


Evolución y variación porcentual

Ventas internas de supermercados e hipermercados (Junio 1999 - Junio 2021)

Miles de Soles

Var. %



Nota: Referente a las principales variaciones del mes.
 Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas.
 Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)

Ventas en tiendas por departamento

En junio de 2021, las ventas de la actividad de tiendas por departamento aumentaron en 181.5% interanual, como resultado del efecto estadístico, debido a que en el mismo mes del año anterior, el Gobierno dispuso medidas preventivas como el cierre de locales y disminución del aforo, por la extensión de la cuarentena en la mayoría de regiones a nivel nacional; mientras que en este año se incrementó el aforo en los centros comerciales, observándose así, un incremento en las ventas de prendas de vestir y calzados, muebles, artículos de uso doméstico y productos diversos.

Cabe indicar que, en este mes las líneas de artículos de uso doméstico, prendas de vestir y calzados, concentraron en conjunto el 93.5% del valor de ventas de la actividad de tiendas por departamento y supermercados; mientras que, el restante 6.5%, correspondió a muebles, productos farmacéuticos y otros productos.

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

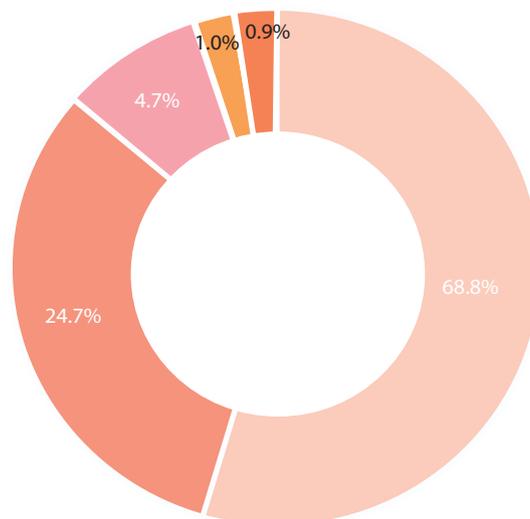
Entre junio de 2020 y junio de 2021, hay un dinamismo diferenciado en las ventas de la actividad de tiendas por departamento, pues en la mayoría de los meses comprendidos en este periodo, se reportan más resultados negativos que positivos. Esto se sustenta en las medidas adoptadas por el Gobierno, como la de reducir el aforo en las tiendas para evitar las aglomeraciones de personas y reducir el contagio por la pandemia del Covid-19.



Participación %

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

(Junio 2021)



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

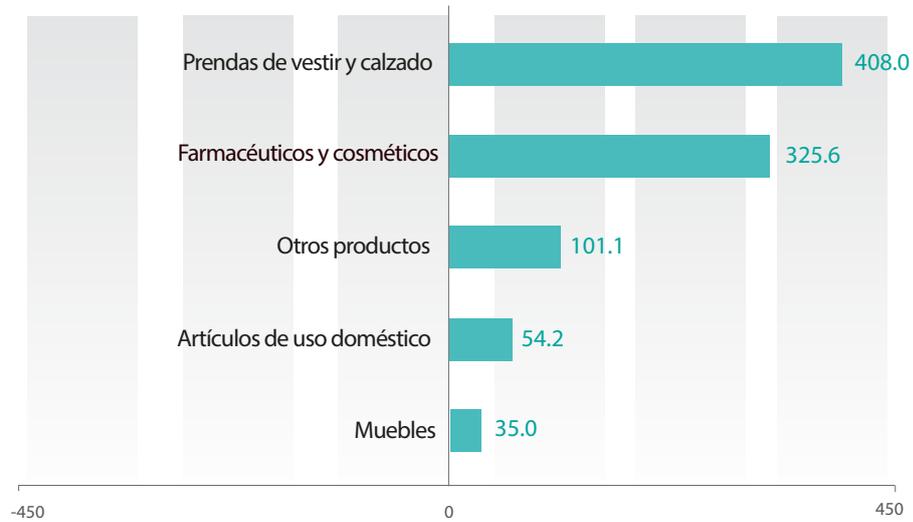
Nota: 1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos.

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/}, Junio 2021 (Var.%)



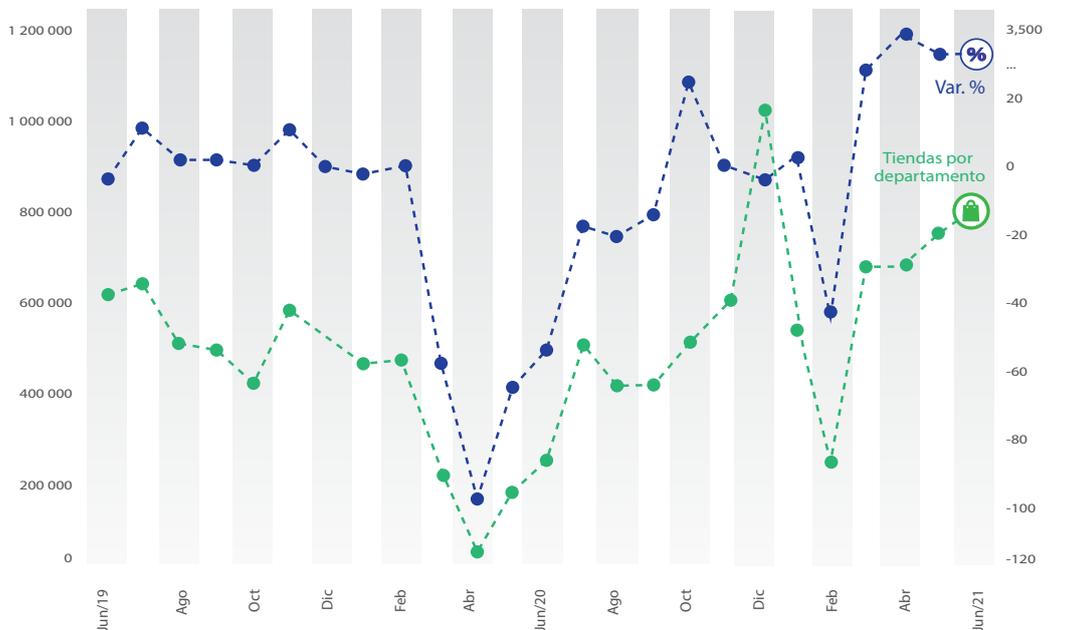
Nota: 1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos
 Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
 Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Evolución y variación porcentual

Ventas internas de tiendas por departamento¹
(Junio 2019 - Junio 2021)

Miles de Soles



Nota: Referente a las principales variaciones del mes.
 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 junio de 2021, las ventas de la actividad de ferreterías y acabados aumentaron en 144.4%, con respecto a similar mes del año anterior. Dicho resultado es explicado por el desempeño positivo de su principal línea, otros productos (+196.0%), así como la de artículos de uso doméstico (+112.6%), las cuales se vieron favorecidas por el incremento de la demanda del sector construcción.

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 (87.7%); mientras que, en menor medida lo hicieron las líneas de artículos de uso doméstico, muebles y repuestos y accesorios, con el 12.3%.

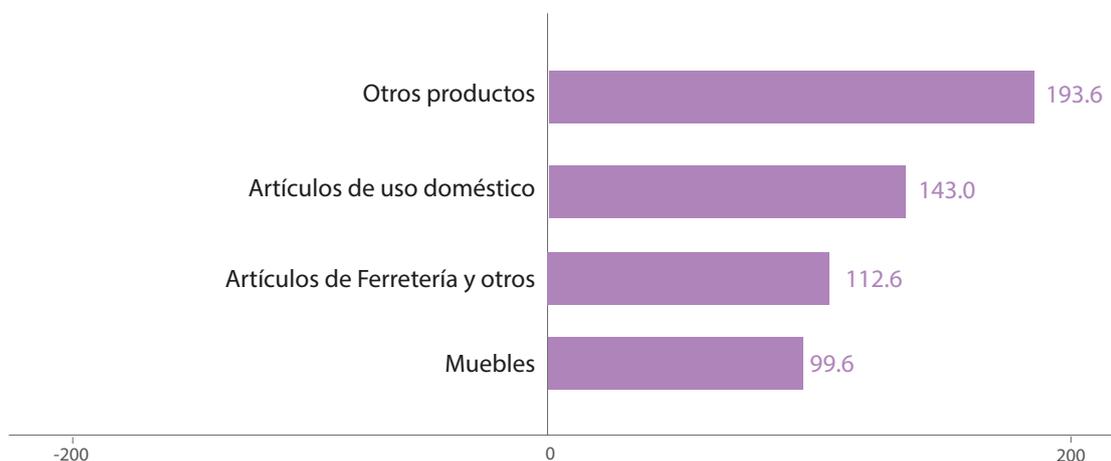
Entre las principales empresas que destacan en esta actividad son: Maestro Homecenter, Promart Homecenter y Cemento y Acero.

Entre junio de 2020 y junio de 2021, se registró una tendencia al alza en las ventas de la actividad. Ello debido a la recuperación de las ventas, retomando nuevamente una senda de crecimiento continuo, sustentado en la reactivación gradual de las actividades económicas, normada por el Gobierno, lo cual generó que las obras tanto en centros comerciales; clínicas y colegios; y obras vinculadas a la reparación e instalación de redes subterráneas, postes, torres eléctricas, subestaciones y líneas de transmisión eléctrica, así como la construcción de hidroeléctricas, puedan continuar operando.



Venta por líneas de productos

Ferreterías y acabados para el hogar, Junio 2021 (Var.%)

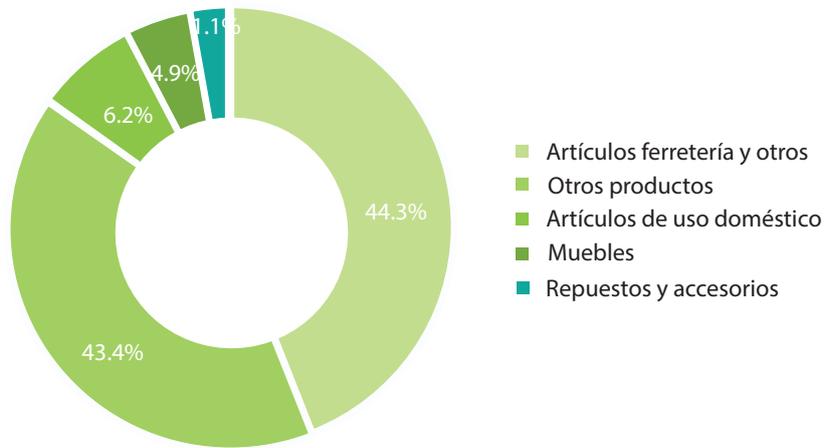


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Participación %

Líneas de productos de ferreterías y acabados para el hogar
(Junio 2021)

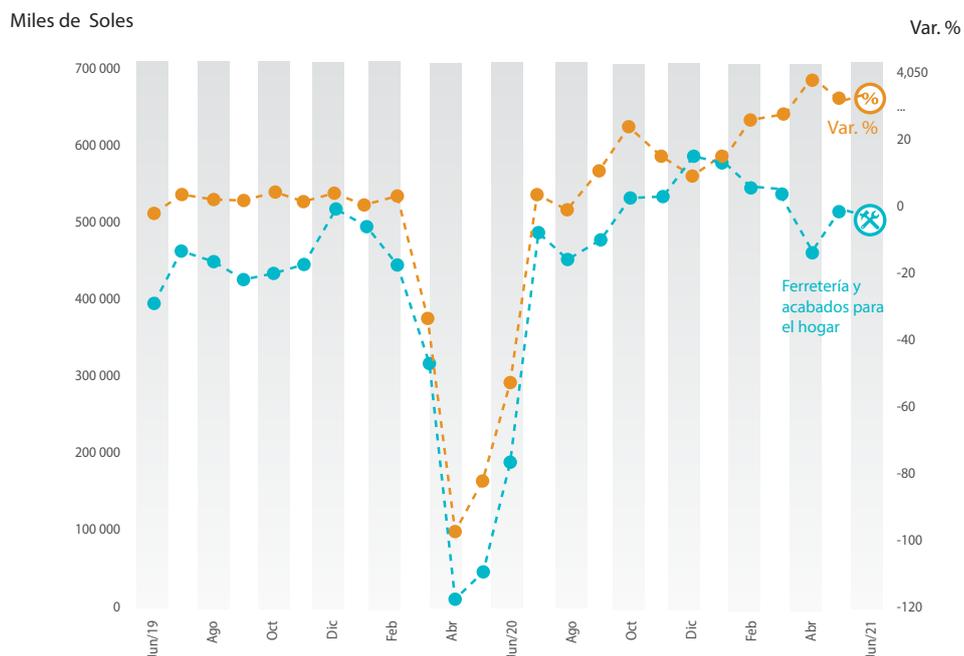


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE-Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Evolución y variación porcentual

Ventas internas de ferreterías y acabados para el hogar (Jun 2019 - Jun 2021)



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 junio de 2021, registró un incremento en sus ventas en 30.6% interanual, asociado al efecto estadístico por la mayor venta de productos diversos y muebles, debido a la mayor disponibilidad de recursos para la compra y mejora de los hogares. Asimismo, por la apertura de actividades económicas no primordiales decretadas por el Gobierno, la cual también contempló a esta actividad.

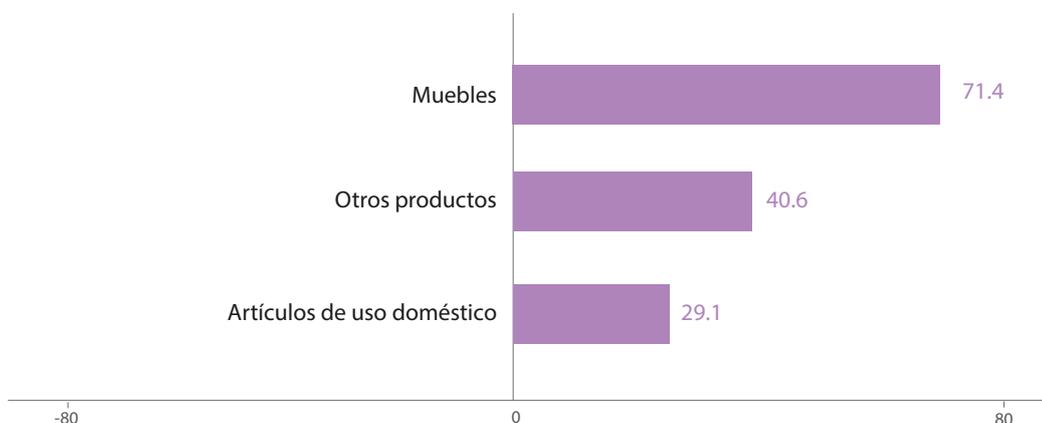
En el mes en referencia, la línea de productos diversos y artículos de uso doméstico fue la que tuvo una mayor participación en las ventas (99.2%), mientras que en menor medida la línea de muebles, con un aporte 0.8%.

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

Durante el periodo de junio 2020 a junio 2021, se observa que, ante las restricciones decretadas por el Gobierno, debido a la pandemia del COVID-19, el dinamismo de la actividad se mantuvo fluctuante, sin mostrar una acentuada recuperación todavía.

Cabe resaltar que, la reactivación de esta actividad depende mucho de la disponibilidad de los ingresos y las ofertas de empresas de este rubro.

Venta por líneas de productos Equipamiento del hogar, Junio 2021 (Var.%)

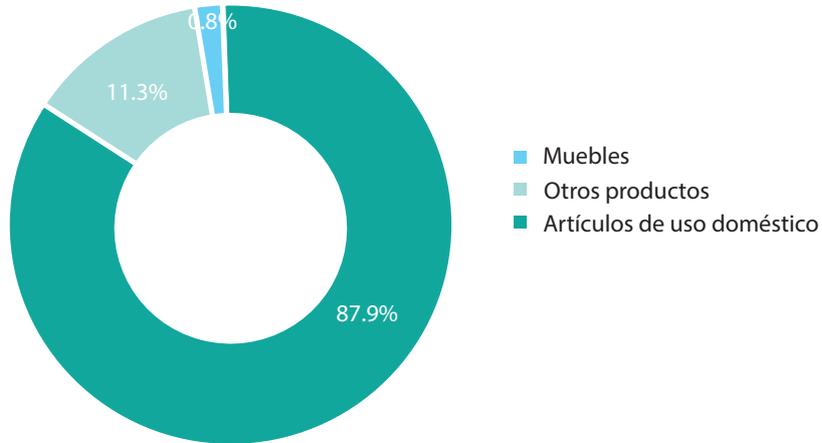


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Participación %

Líneas de productos para el equipamiento del hogar
(Junio 2021)

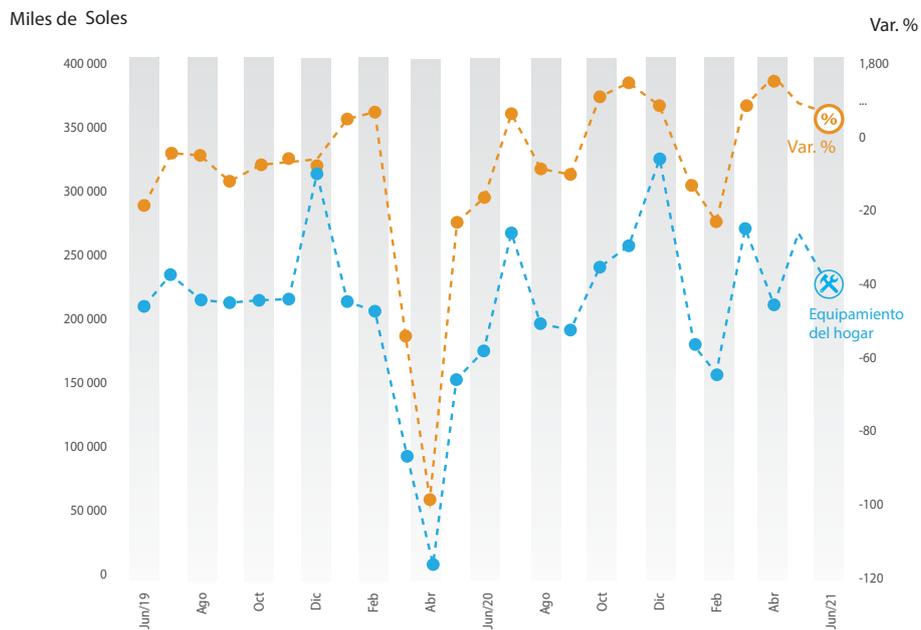


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE-Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Evolución y variación porcentual

Ventas internas para el equipamiento del hogar (Jun 2019- Jun 2021)



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 5.7% interanual en junio del 2021, asociado principalmente a un bajo desempeño en las ventas de la línea de productos farmacéuticos y medicinales (esenciales para la salud que se contrajo en 16.7%); no obstante, se observó un incremento en la venta de productos de la línea de cuidado personal (como cremas para la piel, jabones, talcos, desodorantes, entre otros) en 108.3%.

Entre las principales farmacias que destacan con mayores niveles de ventas en este mes son: 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 junio del 2021 la línea de productos farmacéuticos y medicinales tuvo una participación

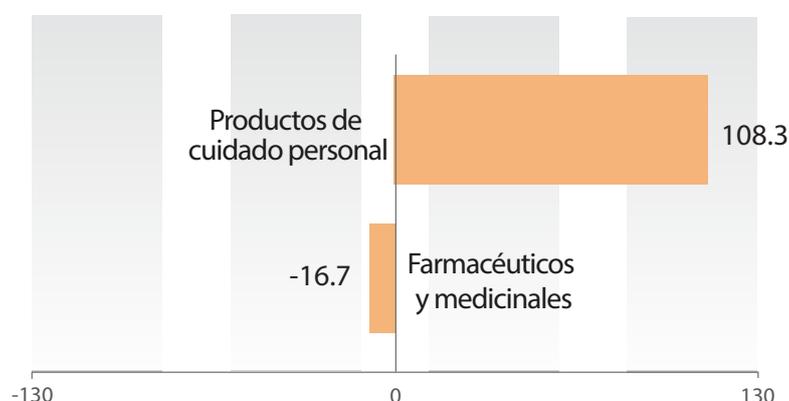
de 80.6% en las ventas totales, la misma que fue favorecida por el impulso de la venta online y nuevos canales de distribución; mientras que el restante (19.4%), correspondió a la línea de productos de cuidado personal.

Entre junio del 2020 y junio del 2021, el nivel de ventas de la actividad de productos farmacéuticos y cuidado personal mantuvo una tendencia estable, mayormente con tasas positivas. En efecto, se puede apreciar que en la mayor parte del periodo que va de junio de 2020 a mayo de 2021 se reportaron resultados positivos, debido a la mayor demanda de la población por productos de cuidado para la salud, principalmente para la prevención del COVID-19; sin embargo, en junio de 2021 experimentó una caída en las ventas de la actividad.



Ventas por líneas de productos

Farmacéuticos y de cuidado personal, Junio 2021 (Var.%)

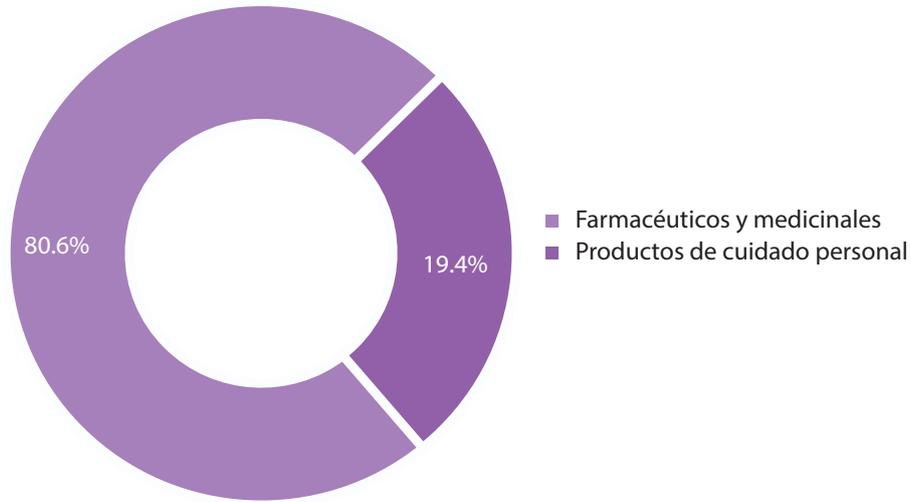


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Participación %

Líneas de productos farmacéuticos y de cuidado personal
(Junio 2021)

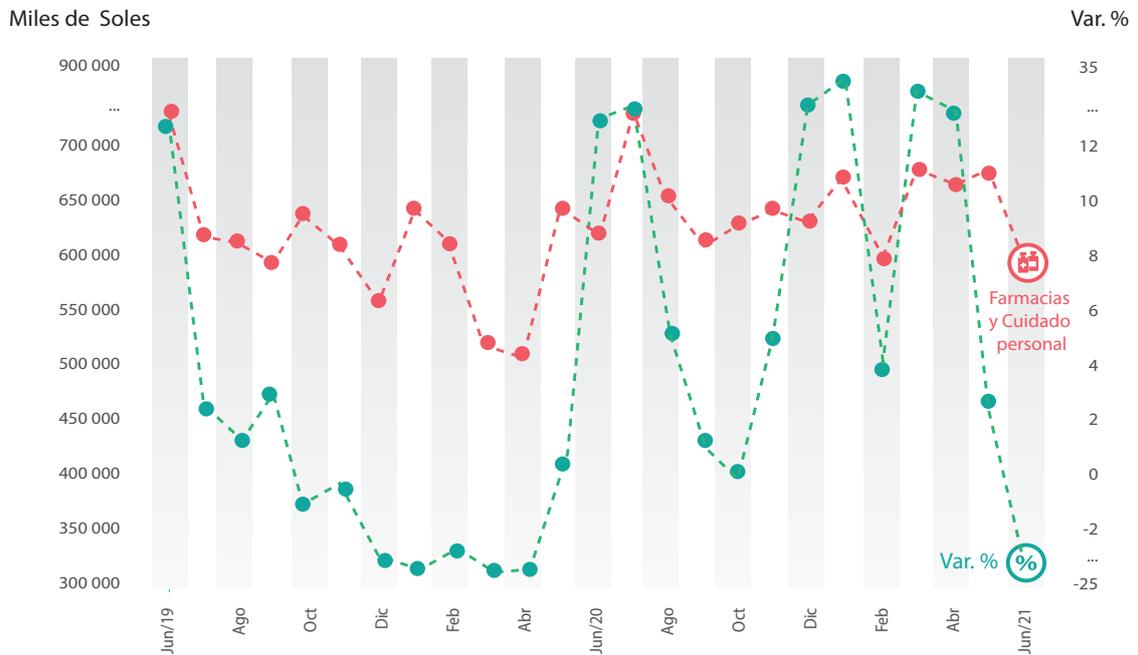


Fuente: Estadísticas de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Evolución y variación porcentual

Ventas internas de farmacias y productos de cuidado personal (Jun 2019 - Jun 2021)



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 alcanzó un incremento en 37.6% interanual, como resultado de las mayores ventas de útiles de escritorio y accesorios de papelería, entre otros productos. Con este mes, serían 3 meses continuos de avances positivos, dando señales de recuperación de la actividad.

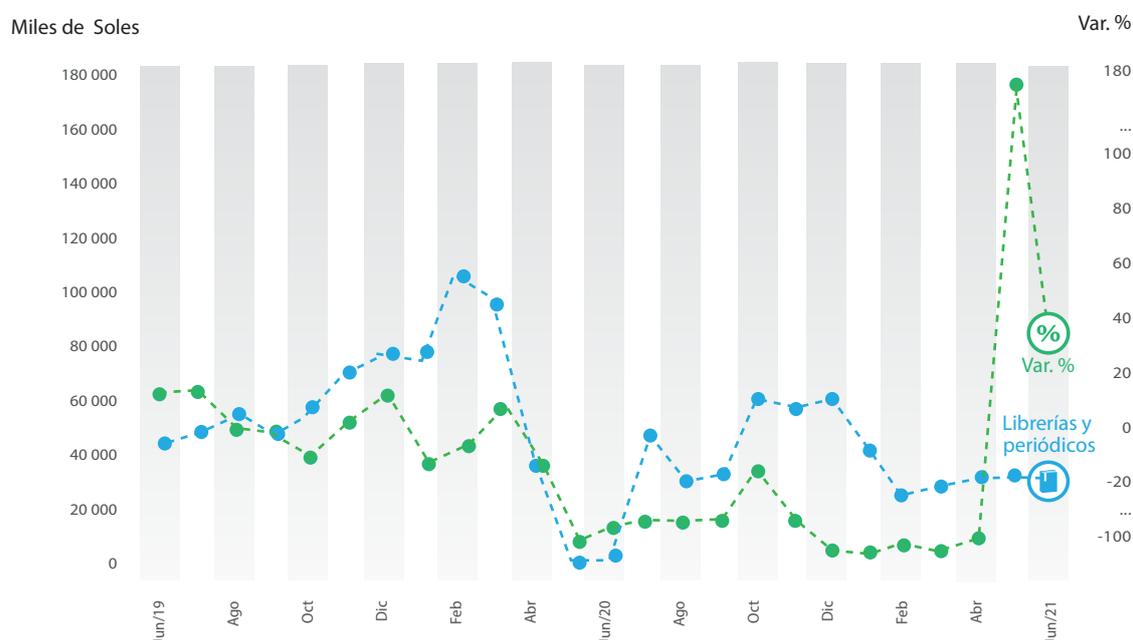
Entre las principales empresas que destacan en las ventas de esta actividad fueron: Distribuidora Navarrete, Ibero Librerías, Librerías Crisol y Tai Loy.



Evolución y variación porcentual

Ventas internas de libros, periódicos y artículos de papelería

(Jun 2019 - Jun 2021)



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

Desempeño del factoring en el sector comercio a junio 2021

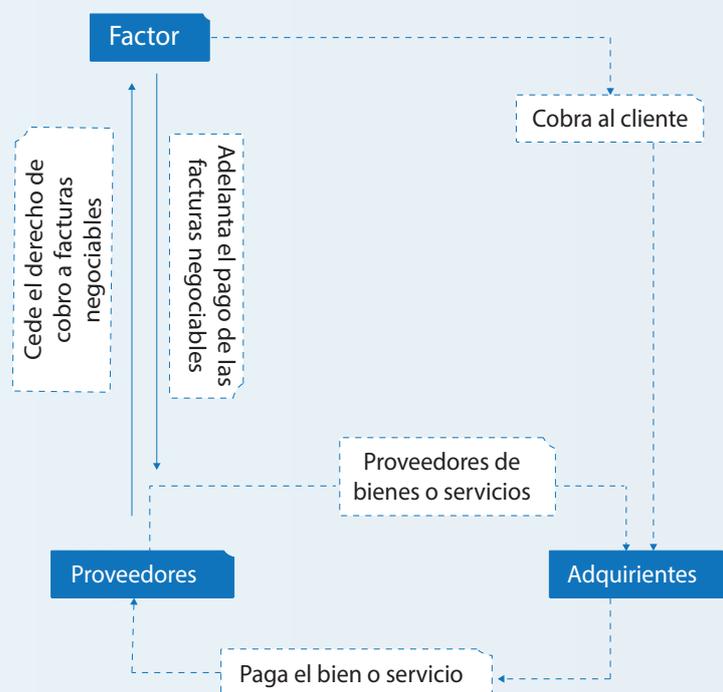
El factoring es una herramienta financiera que permite a las empresas obtener recursos líquidos adelantados a partir de la cesión de sus cuentas por cobrar, como facturas, letras, contratos, entre otros. Asimismo, esta herramienta permite a las empresas financiar sus necesidades de capital de trabajo, obteniendo liquidez inmediata a través de la cesión de sus cuentas por cobrar, sin aumentar su endeudamiento en el sistema financiero, de forma ágil, flexible y oportuna (Ecapital, 2018).

Uno de los principales beneficios del uso del factoring en la actividad comercial es que permite a los proveedores, pueden cobrar sus facturas anticipadamente, no tienen que endeudarse, poseen mayor poder de negociación, construyen un historial financiero positivo, acceden a costos más reducidos; en tanto, en el caso de los adquirentes, el uso del factoring fortalece la relación con los proveedores, mejores acuerdos con sus proveedores, reducción de las gestiones de pago, y no ocupan líneas en el sistema financiero (Bengtsson, 2016).

De acuerdo con el Registro Central de Valores y Liquidaciones (CAVALI), entre enero y junio de 2021 se registró un total de 413,008 facturas negociables en el mercado nacional, significando ello un incremento de 78.0% con relación a similar periodo del 2020. Asimismo, el monto total de las facturas negociables ascendió a S/ 9,544 millones entre enero y junio de 2021, cifra mayor en 72.0% a lo registrado el año anterior.

A nivel regional, Lima concentró el 83.1% del monto negociado de las facturas negociables (S/ 7,926 millones), seguido del Callao, La Libertad, Arequipa, Piura e Ica, regiones que en conjunto representan el 12.9% del valor total de las facturas. En tanto, las regiones con una menor participación se tienen a Huancavelica y Madre de Dios.

Figura 1
Mecanismo de manejo del factoring



Fuente: CAVALI

Elaboración: Produce-Oficina de Estudios Económicos

En el sector comercio, las empresas de esta actividad se financian con facturas negociables y ocupan el primer lugar seguido del sector servicios en la cantidad de facturas emitidas. Entre enero y junio de 2021, el número de facturas negociables por el sector comercio fue de 167,932 facturas, resultado superior en 87.8% respecto del registrado en el periodo similar del 2020 (89,413 facturas).

En términos de valores, el monto de facturas negociables registradas entre enero y junio de 2021 ascendió a S/ 2,741.0 millones, resultado superior en 99.3% respecto del registrado en el periodo similar del 2020.

El segundo sector que cuenta con un mayor número de facturas correspondió a la industria manufacturera, el cual asciende a 143,765 facturas, entre enero y junio de 2021, siendo superior en 121.8% interanual. En términos de valor, el monto negociado fue de S/. 2,650 millones, resultado superior en 101.5%, con respecto a similar periodo del año anterior.

Gráfico 1
Número de facturas y montos asociados por sector económico, ene-jun 2021

Sector	Cantidad de Facturas	Monto Negociado Millones de S/.	Part.%*
Comercio	167,932	2,741	28.7
Industria	143,765	2,650	27.8
Servicios	82,192	2,718	28.5
Agropecuario	8,548	153	1.6
Construcción	8,373	1,080	11.3
Minería	1,747	184	1.9
Pesca	451	18	0.2
Total	413,008	9,544	100

* Respecto al monto negociado. Periodo acumulado enero-junio 2021.
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, en el periodo de enero-junio de 2021, el monto negociado en esta actividad fue de S/. 2,250 millones, con un total de 134,631 facturas negociadas. En tanto, el sector comercio minorista es el que menos se financia a través de las facturas negociables, registrando un valor de S/. 244 millones y emitiendo un total de 14,923 facturas negociables.

Gráfico 2
Facturas negociables por tipo de comercio, acumulado ene-jun 2021
(Cantidad de facturas y monto)

Tipo de comercio	Cantidad de Facturas	Monto Negociado Millones de S/.	Part.%*
Comercio al por mayor	134,631	2,250	82.1
Venta y mantenimiento de vehículos	18,378	248	9.0
Comercio al por menor	14,923	244	8.9
Total	167,932	2,741	100

* Respecto al monto negociado
Fuente: CAVALI
Elaboración: Produce-OEE

A nivel de tamaño empresarial, entre enero y junio de 2021, 9,749 empresas se financiaron mediante facturas negociables, de las cuales el 81.3% fueron MYPE. En el sector comercio, las MYPE que utilizaron este medio de financiamiento representaron el 74.4% (2,563 empresas) del total de empresas en el sector.

Otras variables del sector

Personal Ocupado

En junio de 2021, el personal ocupado del subsector de comercio interno disminuyó en 6.2% interanual, debido a las menores contrataciones en las actividades de los rubros de supermercados e hipermercados (-13.0%), ferreterías y acabados del hogar (-2.3%), de farmacias y boticas (-5.9%). En contraste, se registró un aumento de personal en la actividad de equipamiento del hogar (25.9%), libros, periódicos y artículos de papelería (7.4%) y tiendas por departamento (2.1%).

Por tipo de empleo, se registró una disminución en las contrataciones del personal permanente (-4.9% interanual), así como, del personal eventual que muestra una menor contratación (-10.9% interanual).

Por tipo de género, la actividad de comercio interno registró una disminución en la contratación del personal masculino (-9.7%) y femenino (-2.9%).



Personal ocupado

Número de personas según grupo y clase CIIU (Junio 2021)

Actividad	Permanentes	Eventuales	Varones	Mujeres	Total	Var.% ^{1/}
Var. (%) Jun 21/ Jun 20	-4.9	-10.9	-9.7	-2.9		
CIIU ^{a/} Total Jun 2021	84,744	21,726	49,133	57,337	106,470	-6.2
4711 Tiendas de supermercados e hipermercados	39,591	5,638	23,989	21,240	45,229	2.2
4719 Tiendas por departamento ^{2/}	11,501	4,122	7,227	8,396	15,623	36.5
4752 Ferreterías y acabados para el hogar	15,833	25	9,432	6,426	15,858	-1.0
4759 Equipamiento del hogar	4,721	680	3,334	2,067	5,401	36.2
4761 Libros, periódicos y artículos de papelería	953	869	1,036	786	1,822	119.3
4772 Farmacias y cuidado personal	12,145	10,392	4,115	18,422	22,537	79.1

Notas:

(a) Grupo CIIU (tres dígitos), Clase CIIU (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 del sector comercio en junio de 2021, ascendió a un total de 4,400, menor en 569 locales, en comparación al total registrado en junio de 2020. Ello se explica por la coyuntura actual de la pandemia del COVID-19, que ha conllevado a que muchos locales aún se encuentren cerrados. Entre las actividades que disminuyeron la cantidad de locales figuran: Farmacias y de cuidado personal (261 locales menos), equipamiento del hogar (37 locales menos), tiendas por departamento (306 locales menos) y las actividades de Libros, periódicos y artículos de papelería en (8 locales menos); sin embargo, la actividad de supermercados e hipermercados aumentaron 47 locales más.



Número de tiendas Según grupo y clase CIIU (Junio 2021)

CIIU ^{a/}	Actividad	Jun-20	Jun-21	Var. (%) Jun 21/20
4711	Tiendas de supermercados e hipermercados	1,322	1,016	-23.1
4719	Tiendas por departamento ^{1/}	122	169	38.5
4752	Ferreterías y acabados para el hogar	135	131	-3.0
4759	Equipamiento del hogar	358	321	-10.3
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	138	130	-5.8
4772	Farmacias y cuidado personal	2,894	2,633	-9.0

Notas:

Cifras sujetas a reajuste.

(a) Grupo CIIU (tres dígitos), Clase CIIU (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)

Proyectos de inversión

En junio de 2021, no se reportaron anuncios de inversión, pues todavía están limitados por el Estado de Emergencia Sanitaria que se encuentra el país, por la pandemia del COVID-19.

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