



PERÚ

Ministerio  
de la Producción

Oficina de Estudios Económicos

Agosto 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](http://www.produce.gob.pe)

1era Edición, Agosto 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

Agosto 2021

## Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Introducción	3
Producción total versus sector comercio	4
Desempeño de actividades	5
Desempeño del gasto de los hogares peruanos en bienes de equipamiento para el hogar	16
Otras variables del sector	18
Número de tiendas	19

# Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

## Boletín Estadístico – Agosto de 2021

### Introducción

En agosto de 2021, las ventas del comercio interno<sup>1</sup> aumentaron en 13.7% interanual, como resultado del desempeño positivo de las principales actividades que componen este sector, como son supermercados e hipermercados (6.3%), tiendas por departamento (50.1%), ferreterías y acabados para el hogar (30.8%), equipamiento del hogar (7.6%), así como el incremento de las ventas de la actividad de libros, periódicos y artículos de papelería (4.7%). Sin embargo, este sector fue atenuado por la disminución de boticas y farmacias (-1.6%).

Las ventas de comercio interno, en este mes registraron un resultado positivo, por la recuperación de la demanda y mayor consumo de la población, en relación al mismo mes del año anterior. Así también, por la mayor apertura de locales, ante la reanudación de las actividades y menores restricciones de movilidad en la población, ya que el año anterior las actividades económicas en general, estuvieron afectadas por la extensión del Estado de Emergencia Nacional establecido por el Gobierno, como medida frente al COVID-19.



### Ventas internas<sup>1/</sup>

Según grupo y clase CIU, Agosto 2020 - Agosto 2021

(Millones de soles a precios corrientes)

CIU <sup>(a)</sup>	Actividad	Ago-20 <sup>(b)</sup>	Ago-21 <sup>(b)</sup>	Var. (%) Ago (21/20)
	Total	3,452.4	3,924.5	13.7
4711	Supermercados e hipermercados <sup>2/</sup>	1,621.4	1,722.8	6.3
4719	Tiendas por departamento <sup>3/</sup>	431.3	647.2	50.1
4752	Ferreterías y acabados para el hogar	474.5	620.7	30.8
4759	Equipamiento del hogar	227.5	244.9	7.6
4772	Farmacias y cuidado personal	660.4	649.8	-1.6
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	37.3	39.0	4.7

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

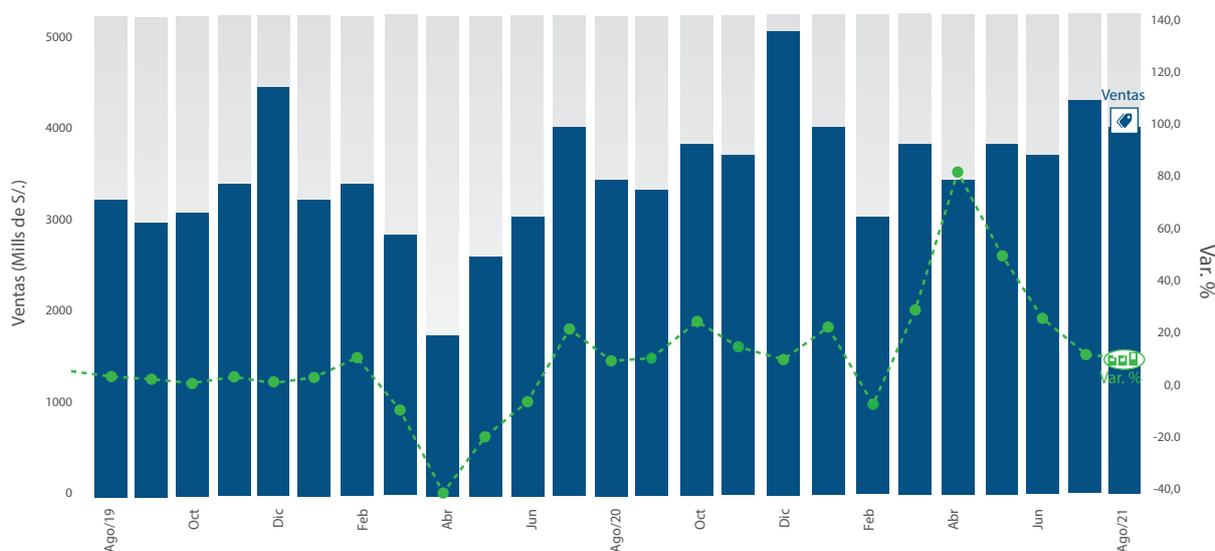
Elaboración: PRODUCE-Oficina de Estudios Económicos (OEE)

<sup>1</sup> 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<sup>1/</sup>

(Agosto 2019 - Agosto 2021)



<sup>1/</sup> Corresponden a las ventas de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas.

Fuente: INEI, BCRP y Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

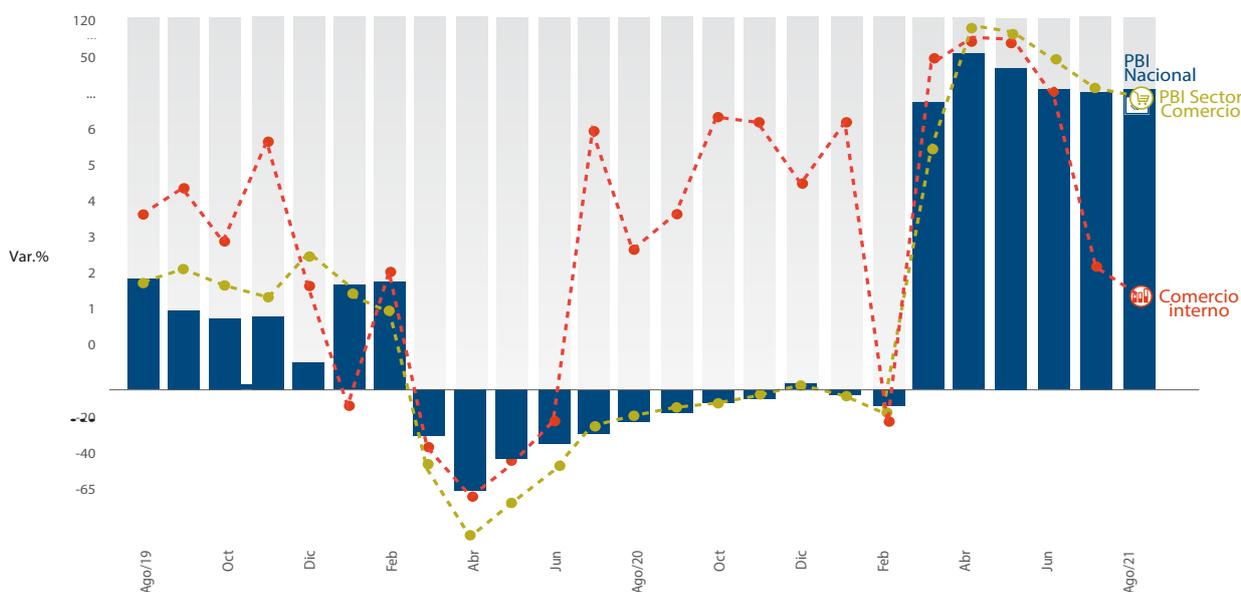
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE).

## Producción total nacional versus sector comercio

En agosto de 2021, el PBI nacional mantiene un comportamiento positivo (+11.8% interanual). En esa misma línea, el sector comercio registró un incremento de 9.9% interanual, debido al buen desempeño de los subsectores de comercio mayorista y minorista. En efecto, en este mes dichos subsectores registraron un incremento de 10.6% y 6.5% interanual, respectivamente.



## Variación porcentual<sup>2</sup> del PBI nacional, PBI sector comercio e índice de comercio interno<sup>1</sup> (Agosto 2019 - Agosto 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 agosto de 2021, las ventas de la actividad de supermercados e hipermercados aumentaron en 6.3% interanual, explicado por la mayor demanda de las familias, así como también, por las ofertas y promociones en todos sus canales. Entre las principales líneas de productos con mayor facturación destacan: alimentos (5.7%), artículos de uso doméstico (2.3%) y bebidas y tabaco (25.2%).

Cabe indicar que, en este mes las líneas de alimentos, artículos de uso doméstico, otros productos y bebidas y tabaco, concentraron en conjunto el 85.2% del valor de ventas de la actividad de supermercados e hipermercados; mientras que, el restante 14.8% correspondió a productos como, prendas de vestir y calzado, y productos farmacéuticos y cosméticos.

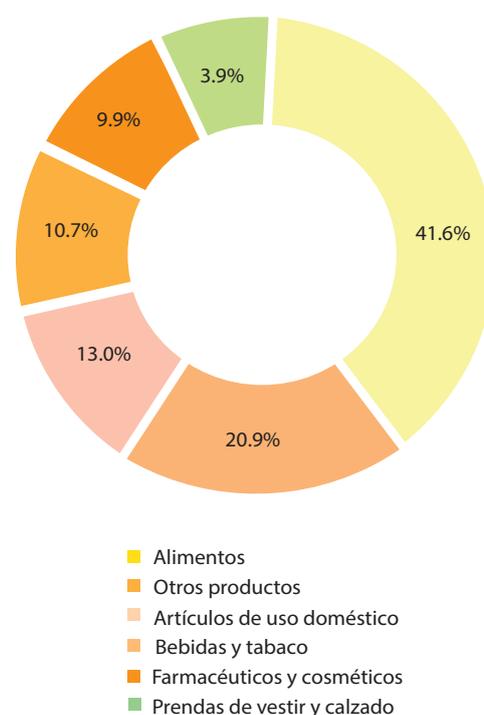
Entre las principales empresas que destacan en esta actividad según sus niveles de ventas figuran: Supermercados Peruanos, Cencosud Retail Perú, Hipermercados Tottus y Makro Supermayorista.

En el mes en referencia, la actividad de supermercados e hipermercados, vuelve a registrar una tasa positiva, pero todavía con un dinamismo variable, debido a las restricciones en la movilización de la población, dispuestas por el Gobierno, para atenuar la propagación de la pandemia del COVID-19.



### Participación %

Líneas de productos en tiendas de supermercados<sup>1/</sup> e hipermercados (Agosto 2021)

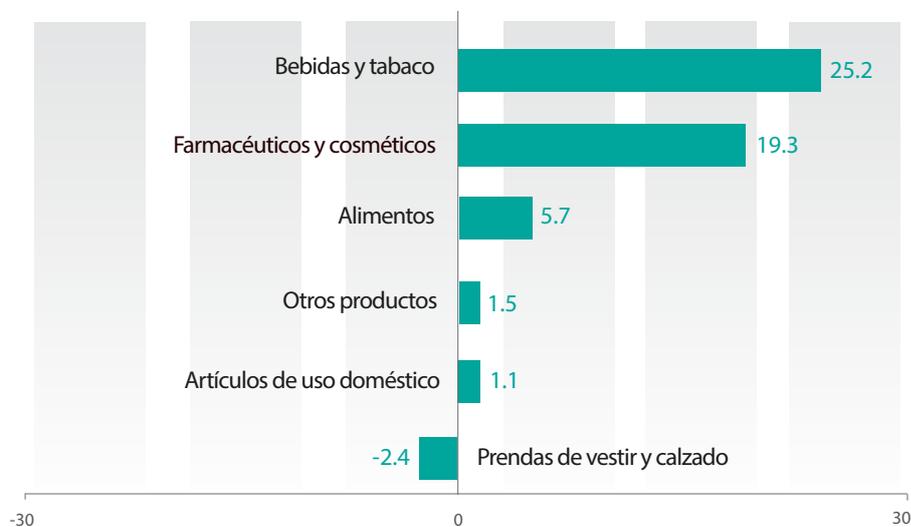


Nota: 1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos.  
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas.  
Elaboración: PRODUCE-Oficina de Estudios Económicos (OEE)



## Ventas por líneas de productos

Supermercados e hipermercados<sup>1/</sup>, Agosto 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)

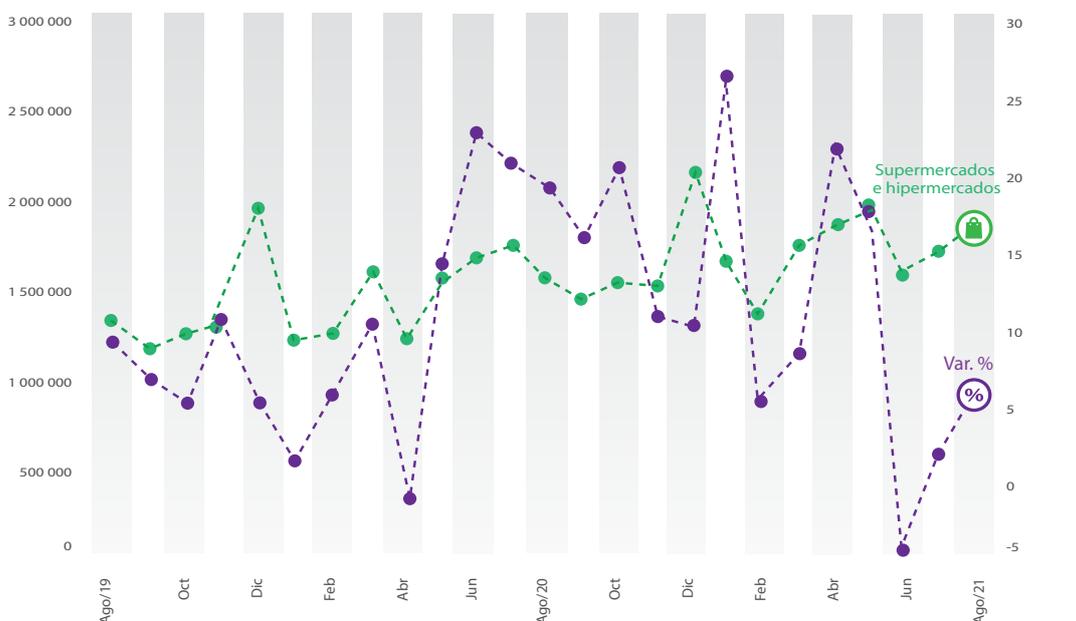


## Evolución y variación porcentual

Ventas internas de supermercados e hipermercados  
(Agosto 2019 - Agosto 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 agosto de 2021, las ventas de la actividad de tiendas por departamento aumentaron en 50.1% interanual, como resultado de la mayor demanda ante las ofertas como descuentos del 50% en compras de productos en esta actividad, así como ofertas de 2x1 en las cadenas de tiendas de este rubro, registrándose así, un incremento en las ventas de prendas de vestir, 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 91.4% del valor de ventas de la actividad de tiendas por departamento; 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.

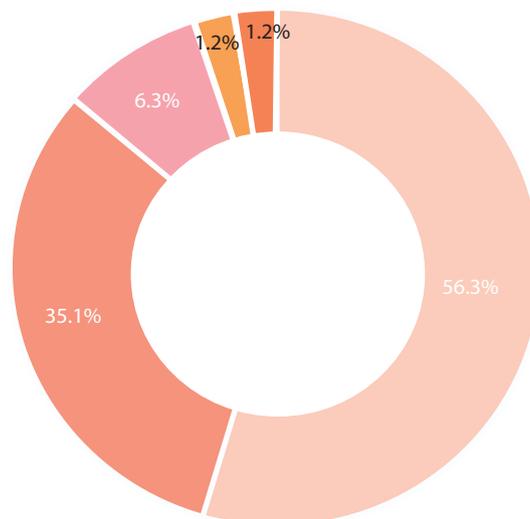
Entre agosto de 2020 y agosto de 2021, el dinamismo de las ventas de la actividad de tiendas por departamento, se presenta variable, pues en la mayoría de los meses comprendidos en este periodo, se reportan más resultados negativos que positivos. Sin embargo, los últimos meses viene registrando resultados positivos, ante la mayor apertura de los aforos permitidos en los centros comerciales.



### Participación %

Líneas de productos en tiendas por departamento<sup>1/</sup>

(Agosto 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<sup>1/</sup>, Agosto 2021 (Var.%)



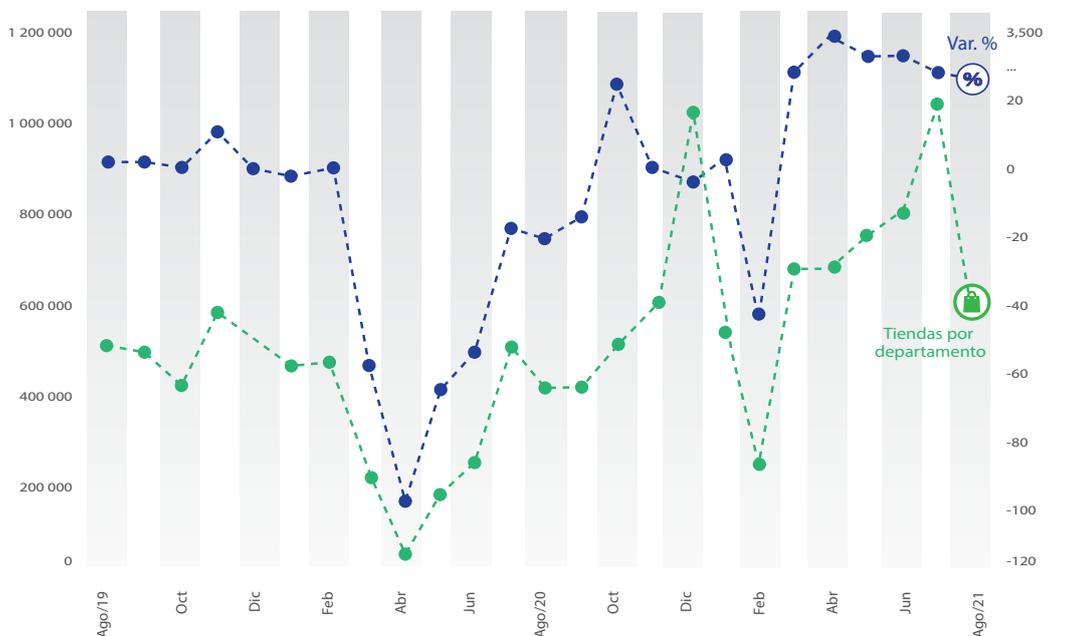
Nota: 1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos  
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas  
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



## Evolución y variación porcentual

Ventas internas de tiendas por departamento<sup>1</sup>  
(Agosto 2019 - Agosto 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 agosto de 2021, las ventas de productos de la actividad de ferreterías y acabados aumentaron en 30.8%, con respecto a similar mes del año 2020. Dicho resultado es explicado por el desempeño positivo de sus principales líneas, como el de productos diversos (+31.9%), y artículos de ferretería (+32.8%), cuyo desempeño de estas actividades estuvo favorecido por el dinamismo positivo de la demanda del sector construcción.

En el mes en referencia, la línea de productos diversos y artículos de ferreterías fueron las que en su conjunto tuvieron una mayor participación en las ventas de la actividad (87.7%), mientras que, en menor medida correspondió a las otras líneas como: artículos de uso doméstico, muebles, repuestos y accesorios, con el 12.3%.

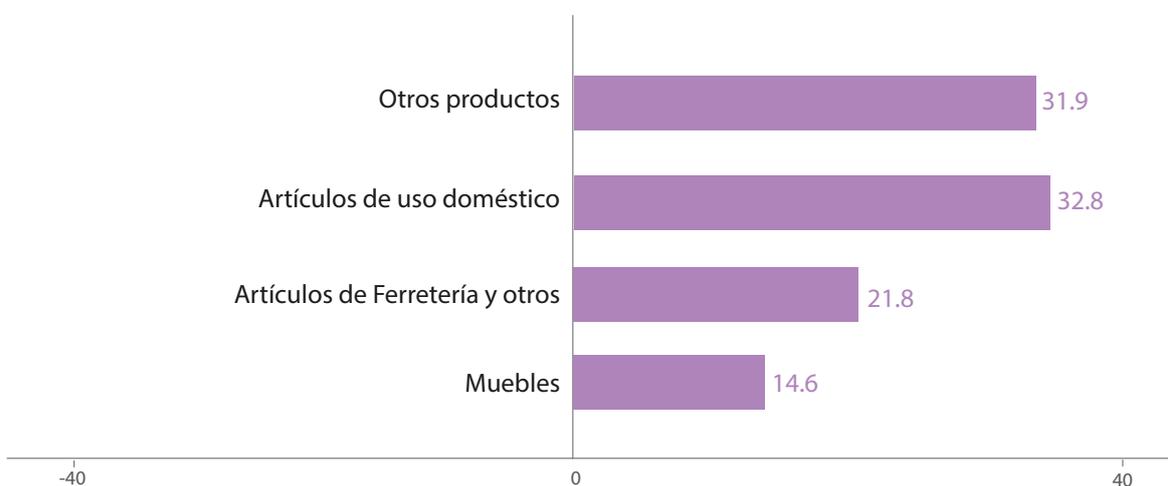
Entre las principales empresas que destacan en esta actividad son: Maestro Homecenter, Promart Homecenter y Cemento y Acero.

Entre agosto de 2020 y agosto de 2021, se puede observar un continuo dinamismo, con una tendencia creciente, debido a la reactivación gradual de las actividades económicas, normada por el Gobierno, lo cual generó un importante dinamismo de la construcción y autoconstrucción en obras de remodelación y nuevas construcciones.



### Venta por líneas de productos

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

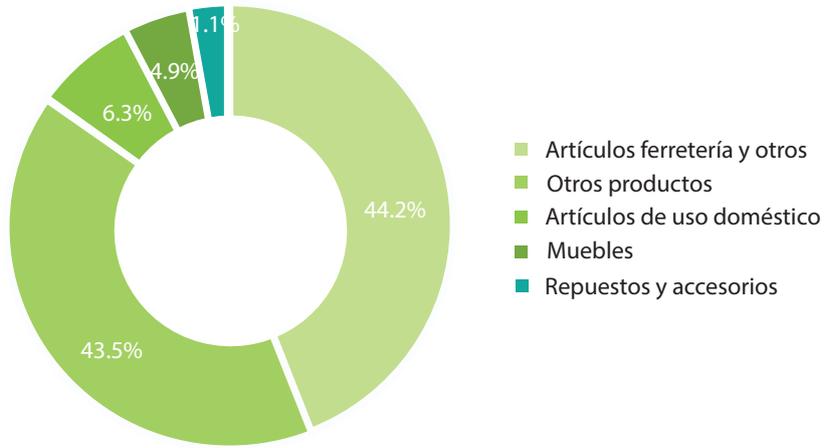


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas  
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



## Participación %

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

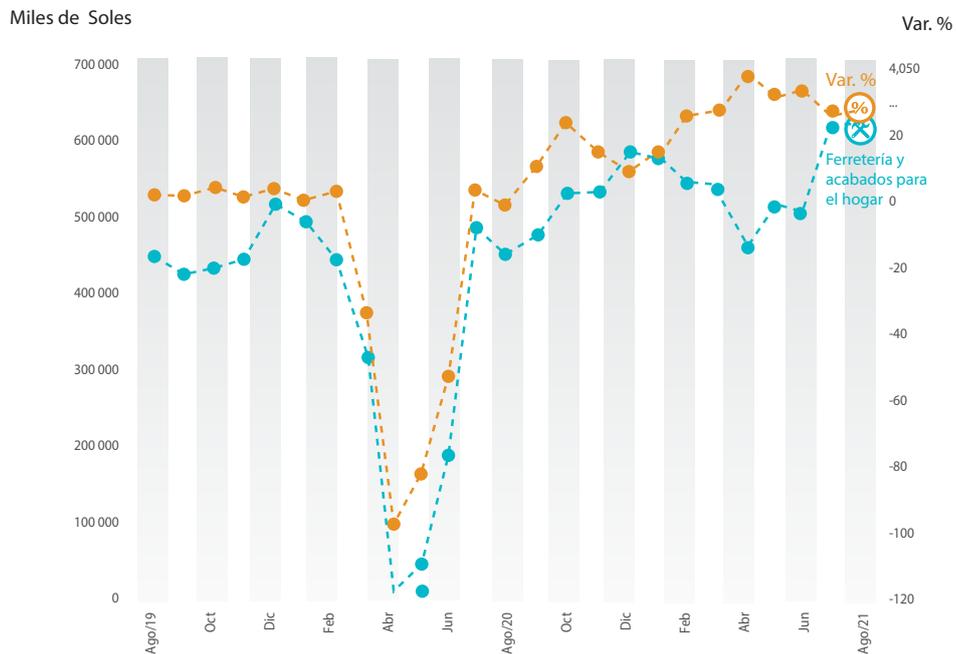


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas  
Elaboración: PRODUCE-Oficina de Estudios Económicos (OEE)



## Evolución y variación porcentual

Ventas internas de ferreterías y acabados para el hogar (Ago 2019 - Ago 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 agosto de 2021, registró un incremento en sus ventas en 7.6% interanual, asociado a las mayores ventas de productos diversos y muebles, ante las nuevas ofertas y promociones para la compra de productos relacionados a la mejora de los hogares.

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 (99.1%); mientras que en menor medida la línea de muebles, con un aporte 0.9%.

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

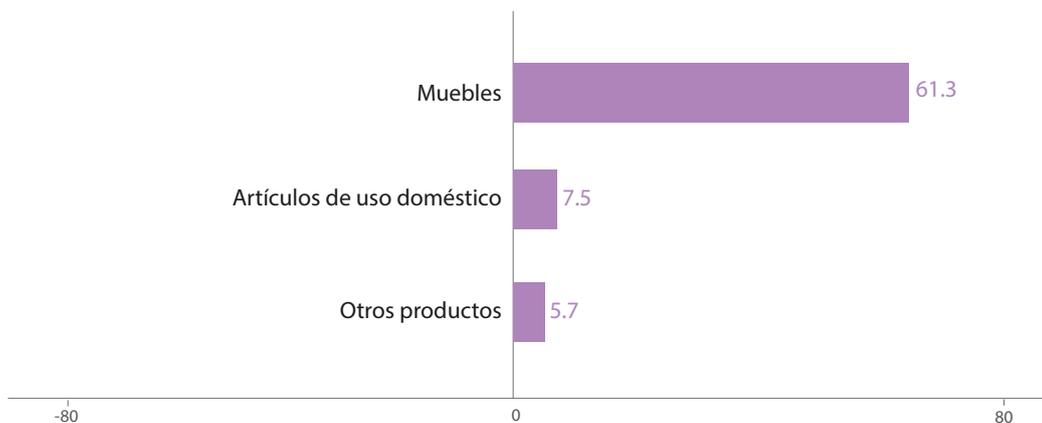
Durante el periodo de agosto 2020 a agosto 2021, se observa que luego de las restricciones decretadas por el Gobierno debido a la pandemia del COVID-19, el dinamismo de la actividad muestra una acentuada recuperación, ante la apertura de las actividades económicas.

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



### Venta por líneas de productos

Equipamiento del hogar, Agosto 2021 (Var.%)

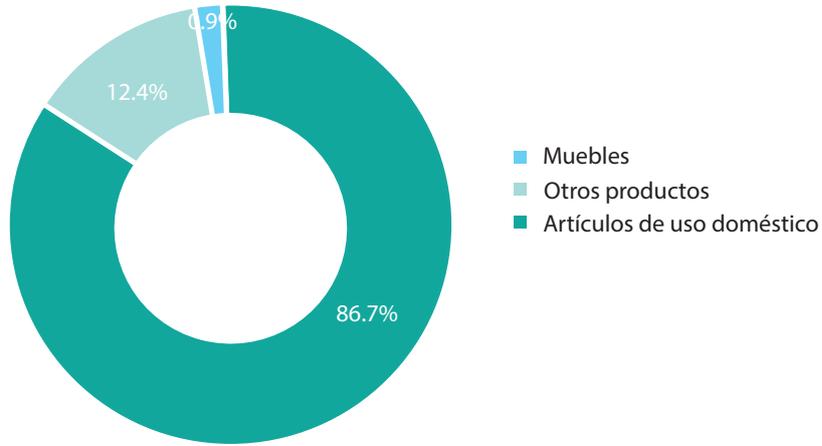


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas  
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



## Participación %

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

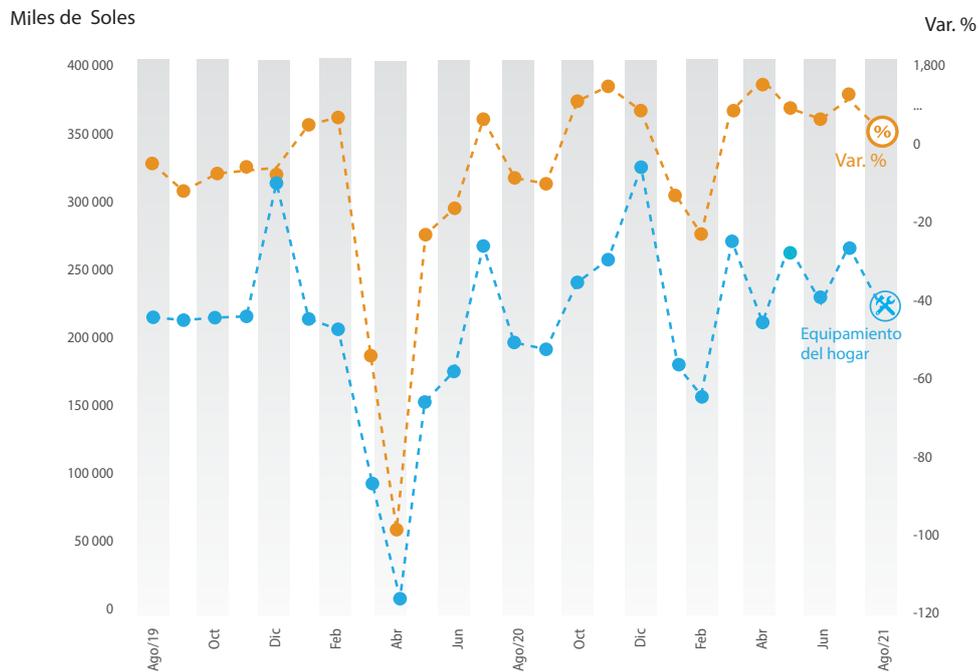


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas  
Elaboración: PRODUCE-Oficina de Estudios Económicos (OEE)



## Evolución y variación porcentual

Ventas internas para el equipamiento del hogar (Ago 2019- Ago 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 interanual de 1.6% en agosto del 2021, asociado principalmente a un bajo desempeño en las ventas de las líneas de productos de cuidado personal (como cremas para la piel, jabones, talcos, desodorantes, entre otros); y en menor medida, de productos farmacéuticos y medicinales.

Entre las principales farmacias que destacan con mayores niveles de ventas en este mes figuran: 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 agosto del 2021 la línea de productos farmacéuticos y medicinales tuvo una participación de 79.5% en las ventas totales, la misma que fue favorecida por

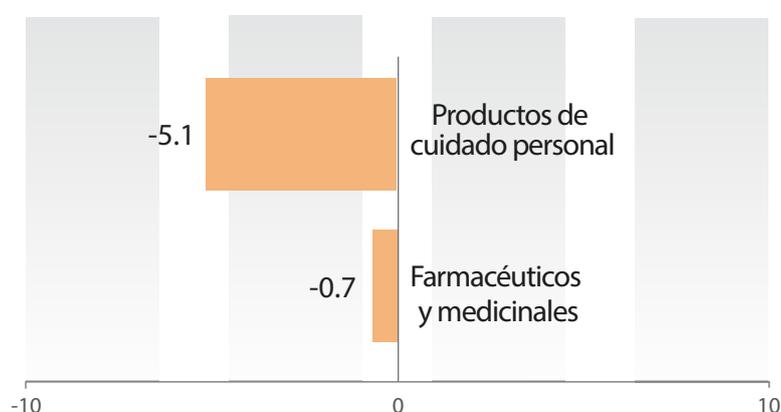
el impulso de la venta online y nuevos canales de distribución; mientras que el restante (20.5%), correspondió a la línea de productos de cuidado personal.

Entre agosto del 2020 y agosto del 2021, el nivel de ventas de la actividad de productos farmacéuticos y cuidado personal se mantiene de manera volátil. En efecto, se puede apreciar que, desde mayo 2020 a abril 2021, se reportaron resultados positivos; luego de ese mes, se observa una tendencia decreciente, debido a la baja demanda, ante la reducción de los casos del COVID-19 en la población.



### Ventas por líneas de productos

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

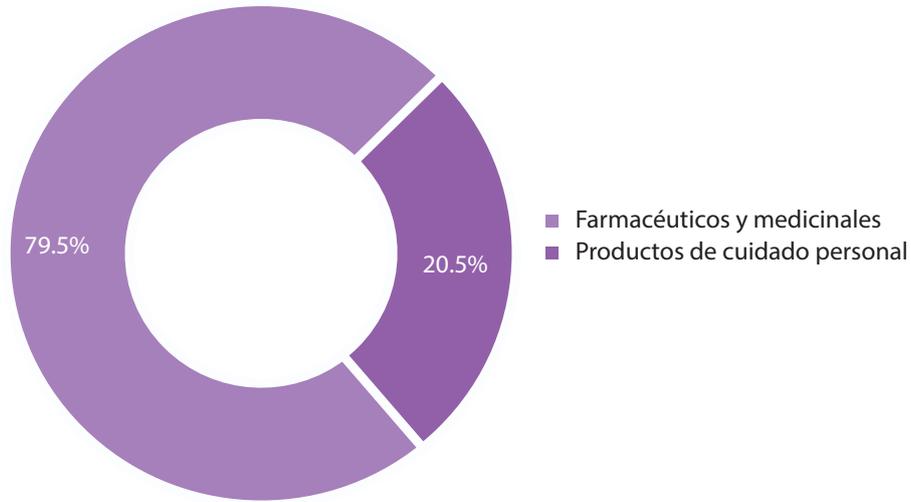


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas  
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



# Participación %

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



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

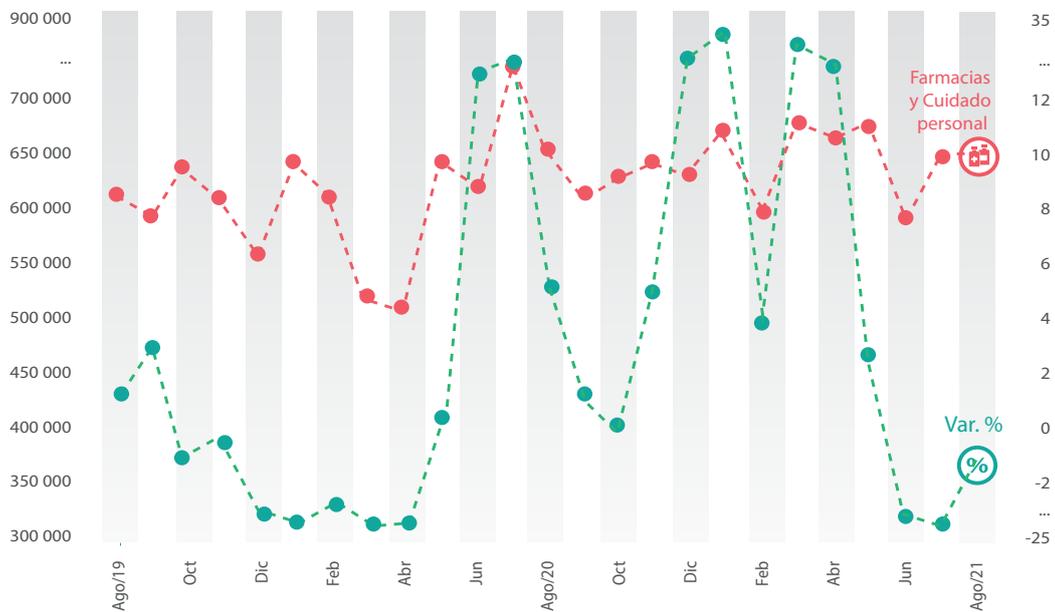


# Evolución y variación porcentual

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

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

La venta de la actividad de libros, periódicos y artículos de papelería alcanzó un incremento en 4.7% interanual, como resultado de las mayores ventas de útiles de escritorio y accesorios de papelería, entre otros productos. Este resultado responde por la mayor apertura y aforo de los centros comerciales.

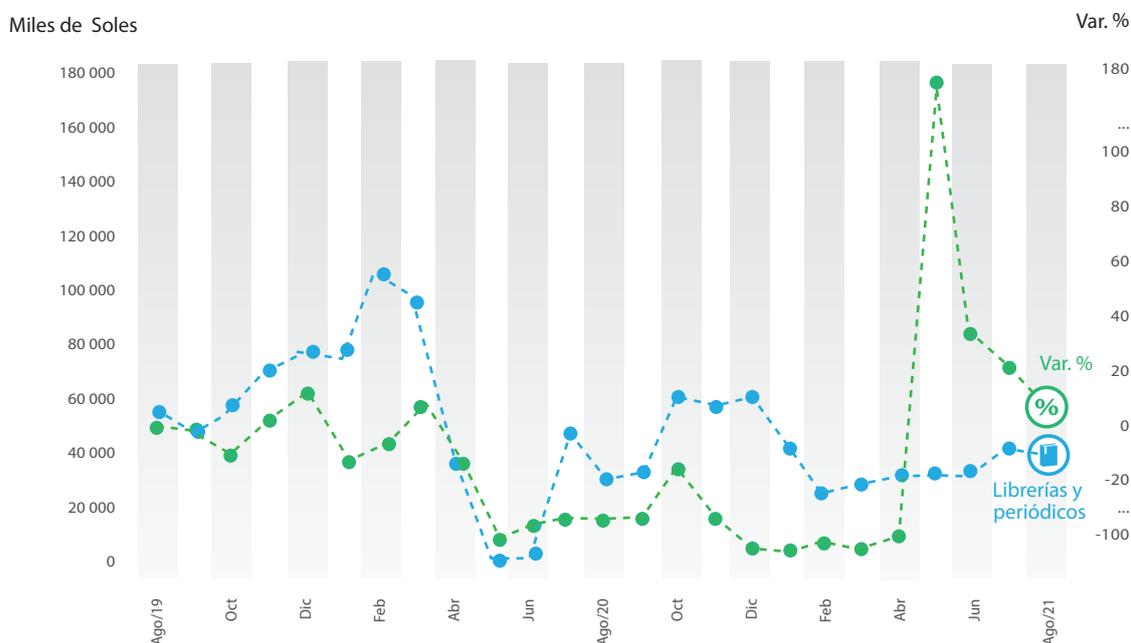
Entre las principales empresas que destacan en las ventas de esta actividad fueron: Distribuidora Navarrete, Ibero Librerías, Librerías Crisol y Tai Loy.



### Evolución y variación porcentual

Ventas internas de libros, periódicos y artículos de papelería

(Ago 2019 - Ago 2021)



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

## Desempeño del gasto de los hogares peruanos en bienes de equipamiento para el hogar

De acuerdo con las cifras del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), entre 2016 y 2019, el crecimiento de la actividad productiva del sector comercio ha sido moderada, alcanzando un 2.3% en promedio anual, habiendo incidido de manera positiva en el crecimiento del Producto Bruto Interno (PBI) nacional y que, en dicho periodo, el PBI nacional fue de 4.0%. Sin, embargo, para el año 2020, con el inicio de la pandemia del Covid-19, el dinamismo que vino mostrando el sector comercio, declinó (registró una caída de 16% respecto al 2019), pues ante la emergencia sanitaria por la pandemia, el Gobierno estableció la paralización de las actividades económicas, viéndose afectado el dinamismo empresarial del sector comercio en particular.

Uno de los subsectores del comercio nacional, corresponde al comercio minorista, el cual ha venido mostrando una buena performance en los últimos 5 años. En efecto, entre 2016-2020 las ventas de las empresas formales de dicho subsector crecieron a un ritmo promedio anual de 4.3%, según cifras de la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (Sunat), apoyado en una de sus principales actividades comerciales, como lo es la venta retail de productos para el equipamiento del hogar.

En efecto, la actividad de ventas de equipamiento del hogar que provee de diversos equipos y artículos de uso doméstico, los cuales facilitan las tareas en el hogar de las familias, han tenido un rol muy importante en la dinamización de la actividad del comercio retail. En efecto, en los últimos 5 años (2016 al 2020), las ventas de dicha actividad han crecido a un ritmo de 2.3% en promedio anual, al pasar de S/. 5,494.2 millones en 2016 a S/. 6,249.9 millones en 2020.

Cabe resaltar que, con el inicio de la pandemia del Covid-19 en quincena de marzo de 2020, las ventas de esta línea aceleraron su crecimiento al cierre de dicho año en 9.3%, respecto del año previo. Esto debido a la alta demanda de la población por bienes para el equipamiento del hogar (principalmente a productos como laptops, tables, smartphones, entre otros) como resultado de las medidas de emergencia sanitaria establecidas por el gobierno, lo cual conllevó a la paralización de muchas de las actividades económicas, principalmente en los meses de marzo a mayo de gran confinamiento, y por la cual el gobierno dispuso la realización del trabajo y labores de manera virtual (teletrabajo).

En ese contexto y en lo que va del avance del periodo enero a julio de 2021, se viene registrando un continuo crecimiento en las ventas de esta línea de productos (+ 59.9% interanual), explicado por la reanudación de las actividades económicas, mayor apertura y aforo de los centros comerciales, así como las menores restricciones de movilidad de la población, dispuestas por el gobierno.

Gráfico 1  
Perú: Evolución de las ventas de empresas en equipamiento del hogar  
2016-2020 (Millones de S/. y Var.%)



\* Cifras preliminares sujetas a reajuste  
Fuente: Estadística mensual de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas  
Elaboración: Produce-OEE

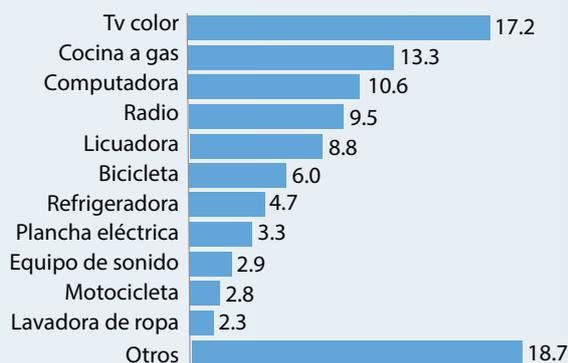
<sup>1</sup> La actividad de ventas de equipamiento del hogar corresponde al rubro de aparatos, artículos y equipos de uso doméstico, dentro del cual comprende a los siguientes productos: equipos de audio y video, computadoras, laptops, productos de línea blanca (lavadora, refrigeradora, licuadora, cocina), bicicletas, entre otros.

En base a información actualizada de ENAHO para el rubro de productos de equipamiento del hogar, el mayor gasto de las familias estuvo enfocado en productos como televisores, cocinas, computadoras, radio, entre otros; estas compras mostraron un dinamismo diferenciado, debido a la crisis económica que generó la pandemia del Covid-19 y por tanto afectó al ingreso de las familias, quienes dieron una mayor preferencia por gastos en salud. En efecto, en el caso de equipos de línea blanca tales como cocina a gas, lavadoras y refrigeradoras retrocedieron en 46.2%, 66.2% y 42.5% en 2020, respectivamente. En contraste, se aprecia un incremento en el gasto en bicicletas (+21.8%) y en computadoras (0.2%), dado su alta demanda por los protocolos de seguridad, como el distanciamiento social y el teletrabajo.

Sin embargo, cabe resaltar que, en el caso de la línea blanca, el gasto realizado en este rubro se incrementa en los próximos 5 años, las nuevas tendencias tecnológicas, que hacen más eficiente el uso de los productos de equipamiento del hogar, la mayor demanda del sector inmobiliario y el mejoramiento del ingreso de los hogares, según señala la empresa Euromonitor Internacional.

En particular, esto se puede observar en el dinamismo que viene mostrando las ventas retail en productos para el equipamiento del hogar (59.9% de crecimiento interanual entre enero y julio de 2021), tal como se muestra en el gráfico 1.

Gráfico 2  
Demanda de bienes de equipamiento de mayor consumo por los hogares según producto, 2020 (%)



Fuente: ENAHO-2020  
Elaboración: Produce-OEE

A nivel regional, Lima concentró el mayor gasto de los hogares en bienes de equipamiento del hogar con una participación de 43.1% en el gasto total de la línea en referencia, seguido de Puno (8.0%), Arequipa (7.5%), Cusco (5.4%), La Libertad (4.6%), entre otros.

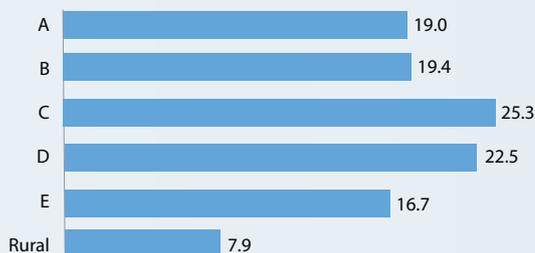
En tanto, por nivel socioeconómico, destacan los niveles C y D como los estratos que presentaron un mayor gasto en bienes de equipamiento del hogar, con una participación de 25.3% y 22.5%, respectivamente.

Gráfico 3  
Gasto de los hogares en bienes de equipamiento del hogar según departamento, 2020 (%)



Fuente: ENAHO-2020  
Elaboración: Produce-OEE

Gráfico 4  
Gasto en equipamiento del hogar según estrato socioeconómico\*, 2020 (%)



\* Porcentajes respecto al gasto total en bienes de consumo duradero que realizan los hogares en cada uno de sus estratos socioeconómicos. Se considera al rubro de bienes de consumo duradero a los grupos 21 (vestido y calzado) y 41 (muebles, enseres y mantenimiento de la vivienda) de sumarias de ENAHO-2020.

Fuente: ENAHO-2020  
Elaboración: Produce-OEE

## Otras variables del sector

### Personal Ocupado

En agosto de 2021, el personal ocupado del subsector de comercio interno aumentó en 2.0% interanual, debido a las mayores contrataciones en las actividades de supermercados e hipermercados (0.8%), ferreterías y acabados del hogar (10.7%), tiendas por departamento (1.5%), equipamiento del hogar (9.9%) y de libros, periódicos y artículos de papelería (5.2%). En contraste, disminuyó la cantidad de personal en la actividad de farmacias y boticas (-2.5%).

Por tipo de empleo, se registró un incremento en las contrataciones del personal permanente (2.8% interanual); mientras que en personal eventual se contrajo (-1.0% interanual).

Por tipo de género, la actividad de comercio interno registró una disminución en la contratación del personal masculino (-0.5%), sin embargo; en el caso del personal femenino se observa un aumento (4.3%).



## Personal ocupado

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

Actividad	Permanentes	Eventuales	Varones	Mujeres	Total	Var.% <sup>1/</sup>
Var. (%) Ago 21/ Ago 20	2.8	-1.0	-0.5	4.3		
CIIU <sup>a/</sup> Total Ago 2021	89,122	22,463	51,187	60,398	111,585	2.0
4711 Tiendas de supermercados e hipermercados	43,481	5,785	25,422	23,844	49,266	0.8
4719 Tiendas por departamento <sup>2/</sup>	11,993	4,458	7,697	8,754	16,451	1.5
4752 Ferreterías y acabados para el hogar	16,399	230	9,957	6,672	16,629	10.7
4759 Equipamiento del hogar	4,607	607	3,233	1,981	5,214	9.9
4761 Libros, periódicos y artículos de papelería	1,033	785	1,005	813	1,818	5.2
4772 Farmacias y cuidado personal	11,609	10,598	3,873	18,334	22,207	-2.5

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 en agosto de 2021, fue de 4,733, menor en 289 locales, en comparación al total registrado en agosto de 2020. Ello se explica por los efectos 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 cuidado personal (239 locales menos), equipamiento del hogar (37 locales menos), tiendas por departamento (44 locales menos) y las actividades de Libros, periódicos y artículos de papelería (8 locales menos); sin embargo, las tiendas de supermercados e hipermercados aumentaron en 39 locales más.



## Número de tiendas

Según grupo y clase CIU (Agosto 2021)

CIU a/	Actividad	Ago-20	Ago-21	Var. (%) Ago 21/20
4711	Tiendas de supermercados e hipermercados	1,336	1,375	2.9
4719	Tiendas por departamento <sup>1/</sup>	159	115	-27.7
4752	Ferreterías y acabados para el hogar	135	135	0.0
4759	Equipamiento del hogar	358	321	-10.3
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	145	137	-5.5
4772	Farmacias y cuidado personal	2,889	2,650	-8.3

Notas:

Cifras sujetas a reajuste.

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

<sup>1/</sup> 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 agosto 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://www.produce.gob.pe)

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

 /minproduccion

 @minproduccion

 producegob

 minproduccion