



PERÚ

Ministerio
de la Producción

Oficina de Estudios Económicos

Octubre 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, Octubre 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

Octubre 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 octubre de 2021	16
Otras variables del sector	18
Número de tiendas	19

Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Boletín Estadístico – Octubre de 2021

Introducción

En octubre de 2021, las ventas del comercio interno¹ aumentaron en 6.7% interanual, como resultado del desempeño positivo de las principales actividades que componen este sector, como son supermercados e hipermercados (8.0%), tiendas por departamento (28.3%), ferreterías y acabados (2.8%), equipamiento del hogar (7.5%). No obstante, dicho aumento fue atenuado por la disminución en las ventas de la actividad de libros, periódicos y artículos de papelería (-45.8%), así como de la actividad de boticas y farmacias (-5.4%).

Las ventas de comercio interno, en este mes registraron un resultado positivo debido a varios factores, tales como, la recuperación de la demanda y mayor consumo de la población en relación al mismo mes del año anterior, así como la mayor apertura de locales; ya que el año anterior se encontró afectado por la extensión del Estado de Emergencia Nacional establecido por el Gobierno, como medida frente al COVID-19.



Ventas internas^{1/}

Según grupo y clase CIU, Octubre 2020 - Octubre 2021

(Millones de soles a precios corrientes)

CIU ^(a)	Actividad	Oct-20 ^(b)	Oct-21 ^(b)	Var. (%) Oct (21/20)
	Total	3,820.6	4,074.7	6.7
4711	Supermercados e hipermercados ^{2/}	1,620.1	1,749.7	8.0
4719	Tiendas por departamento ^{3/}	570.4	731.7	28.3
4752	Ferreterías y acabados para el hogar	591.7	608.5	2.8
4759	Equipamiento del hogar	273.2	293.7	7.5
4772	Farmacias y cuidado personal	683.9	647.1	-5.4
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	81.2	44.1	-45.8

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

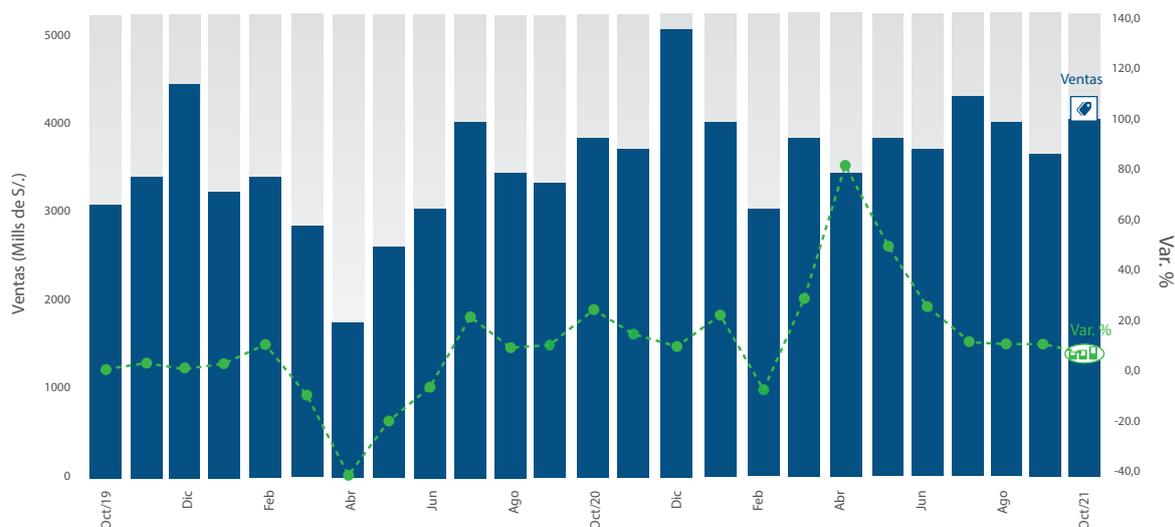
Elaboración: PRODUCE-Oficina de Estudios Económicos (OEE)

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/}

(Octubre 2019 - Octubre 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

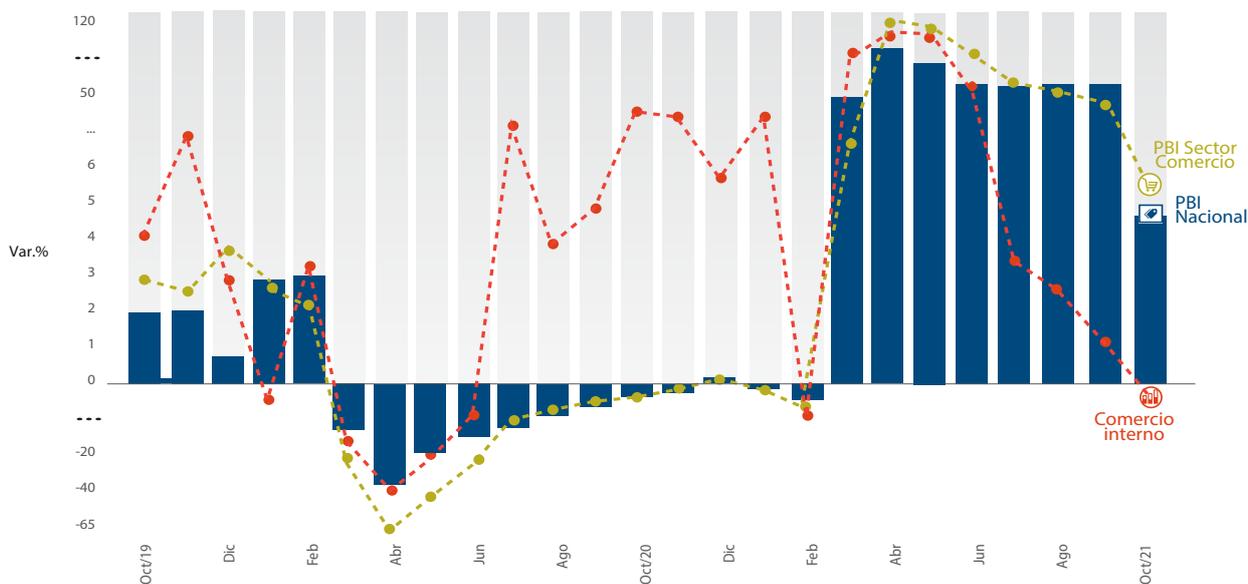
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE).

Producción total nacional versus sector comercio

En octubre de 2021, el PBI nacional mantiene un comportamiento positivo (+4.1% de crecimiento interanual). En esa misma línea, el sector comercio registró un aumento de 5.1% interanual, debido al buen desempeño de los subsectores de comercio mayorista y minorista. En efecto, en este mes dichos subsectores registraron un incremento de 6.1% y 2.4% interanual, respectivamente.



Variación porcentual^{2/} del PBI nacional, PBI sector comercio e índice de comercio interno^{1/} (Octubre 2019 - Octubre 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 octubre de 2021, las ventas de la actividad de supermercados e hipermercados aumentaron en 8.0% interanual, explicado por el incremento de la demanda, así como por las mayores ofertas y promociones en todos sus canales. Entre las principales líneas de productos con mayor facturación figuran: alimentos (9.5%), artículos de uso doméstico (4.7%) y bebidas y tabaco (13.3%).

Cabe indicar que, en este mes las líneas de alimentos, artículos de uso doméstico, otros productos y bebidas y tabaco, concentraron en conjunto el 85.8% del valor de ventas de la actividad de supermercados e hipermercados; mientras que, el restante 14.2% correspondió a productos como, prendas de vestir y calzado, y productos farmacéuticos y cosméticos.

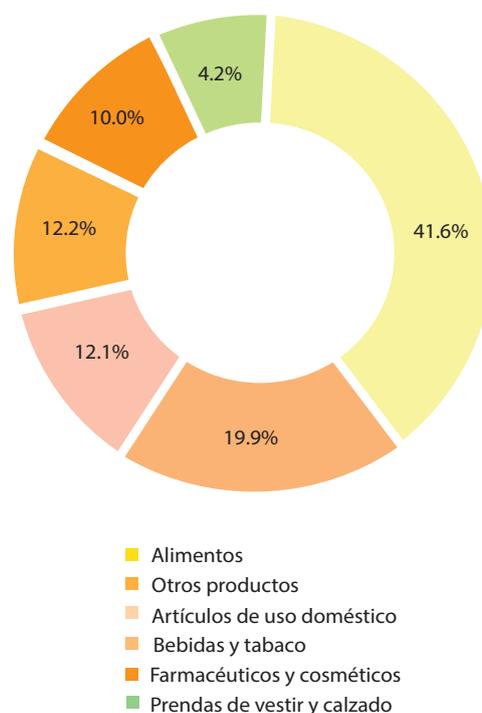
Entre las principales empresas que destacan en esta actividad según sus niveles de ventas aparecen: Supermercados Peruanos, Cencosud Retail Perú, Hipermercados Tottus y Makro Supermayorista.

En este último mes, la actividad de supermercados e hipermercados, vuelve a registrar una tasa positiva, pero aún con algunas limitaciones, debido a las restricciones en la movilización en las provincias, 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 (Octubre 2021)

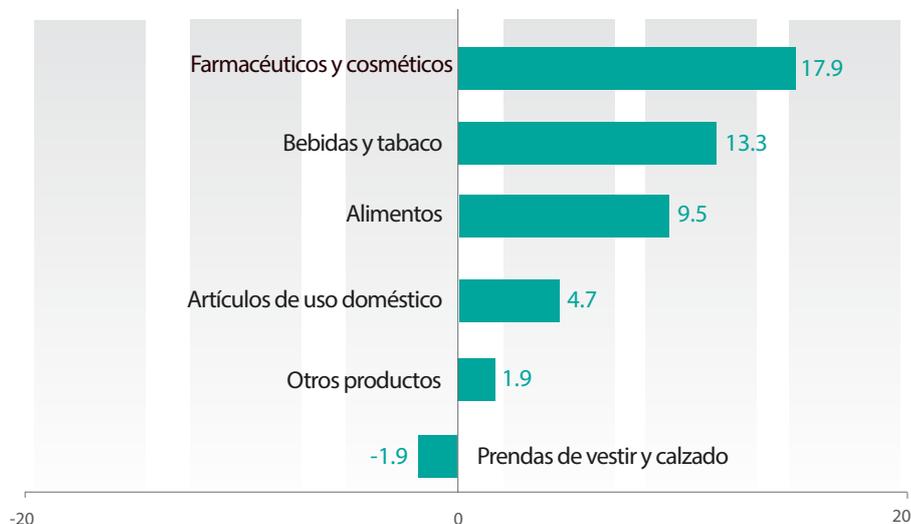


Nota: 1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos.
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas.
Elaboración: PRODUCE-Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Ventas por líneas de productos

Supermercados e hipermercados^{1/}, Octubre 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)

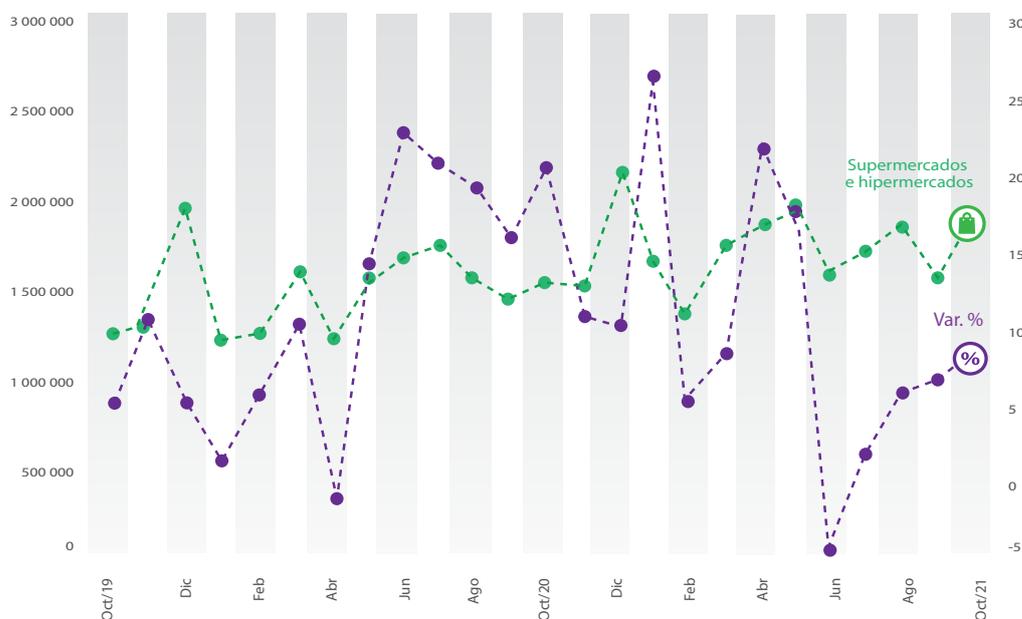


Evolución y variación porcentual

Ventas internas de supermercados e hipermercados

(Octubre 2019 - Octubre 2021)

Miles de Soles



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 octubre de 2021, las ventas de la actividad de tiendas por departamento aumentaron en 28.3% interanual, como resultado de la mayor demanda de los hogares, por las diversas ofertas en las cadenas de tiendas de este rubro; 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 prendas de vestir y calzados, m y de artículos de uso doméstico concentraron en conjunto el 90.6% del valor de ventas de la actividad de tiendas por departamento; mientras que, el restante 9.3%, 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 y Oeschle.

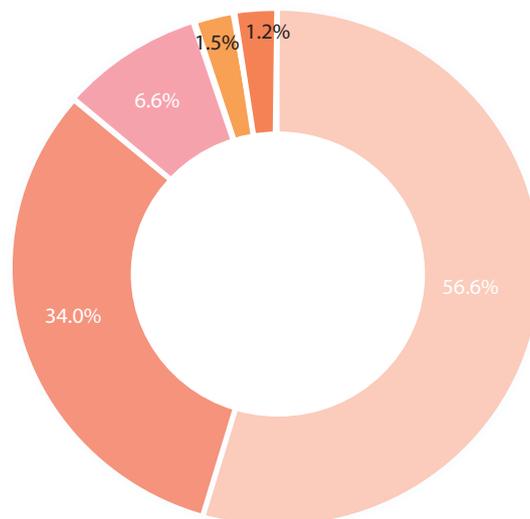
Entre octubre de 2020 y octubre de 2021, el dinamismo de las ventas de la actividad de tiendas por departamento, se presenta variable; sin embargo en los últimos 8 meses (de marzo de 2021 a octubre de 2021) el crecimiento de las ventas han sido continuas, favorecidas por la mayor apertura comercial y aforo en las tiendas.



Participación %

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

(Octubre 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/}, Octubre 2021 (Var.%)



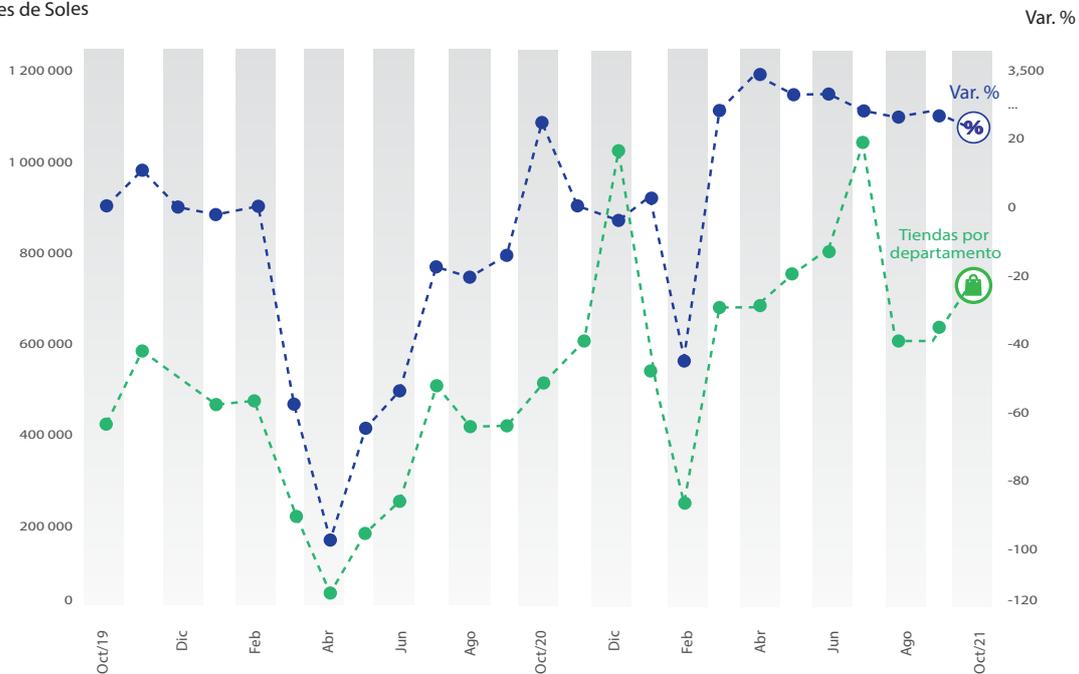
Nota: 1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos
 Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
 Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Evolución y variación porcentual

Ventas internas de tiendas por departamento¹
(Octubre 2019 - Octubre 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 octubre del 2021, las ventas de productos de la actividad de ferreterías y acabados aumentaron en 2.8% con respecto a similar mes del año 2020. Dicho resultado es explicado por el desempeño positivo de su principal línea, como la de artículos de ferretería (22.9%) y en menor medida de productos diversos (0.1%), así como 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 tuvieron una mayor participación en las ventas de la actividad (89.3%), mientras que, en menor medida fue en la línea de artículos de uso doméstico, muebles y repuestos y accesorios, con el 10.7%.

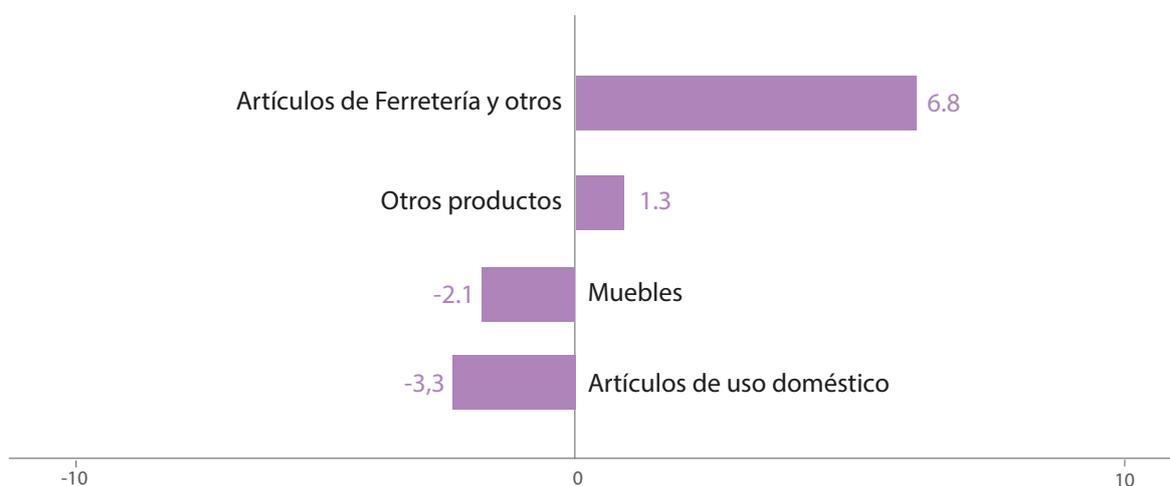
Entre las principales empresas que destacan en esta actividad son: Maestro Homecenter, Promart Homecenter y Cemento y Acero.

Entre octubre de 2020 y octubre de 2021, se registró un comportamiento mixto en el dinamismo de las ventas de la actividad. El buen desempeño mostrado por la actividad está vinculada estrechamente al dinamismo de la construcción y autoconstrucción, en obras de remodelación y nuevas construcciones.



Venta por líneas de productos

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

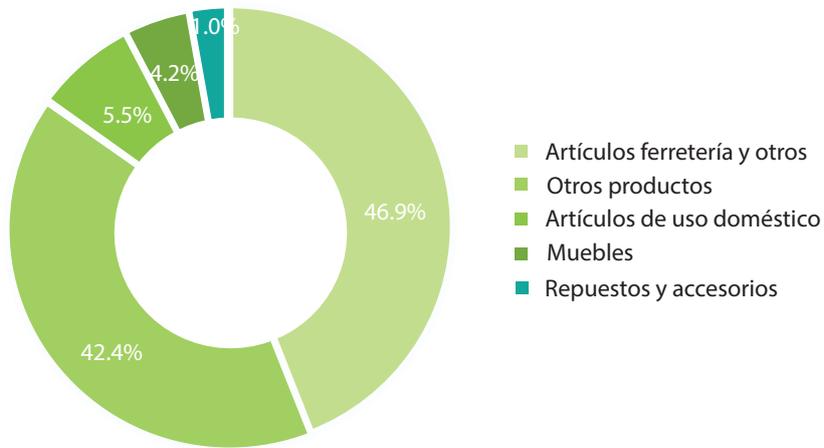


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Participación %

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

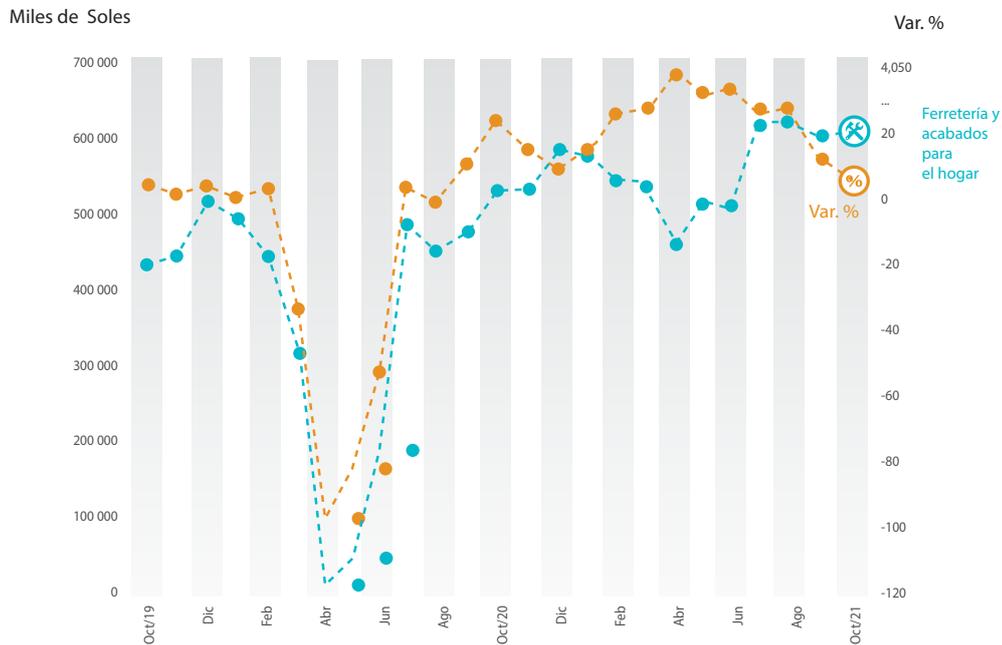


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE-Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Evolución y variación porcentual

Ventas internas de ferreterías y acabados para el hogar (Oct 2019 - Oct 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 octubre de 2021, registró un incremento en sus ventas en 7.5% interanual, asociado a las mayores ventas de muebles, debido al mayor dinamismo de 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 (84.3%), mientras que, la línea de muebles aportó un 15.7%.

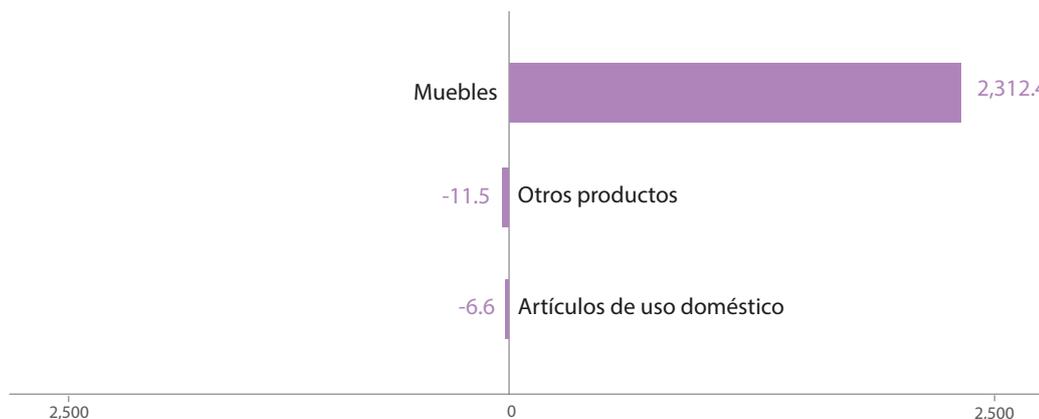
Entre las principales empresas que destacan en esta actividad figuran: Conecta Retail (Efe/Curacao), Importaciones Hiraoka y Elektra del Perú.

Durante el periodo de octubre 2020 a octubre 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.

Cabe resaltar que, la reactivación de esta actividad depende mucho de la disponibilidad de los ingresos y las ofertas de empresas de este rubro, tales como el rubro inmobiliario, entre otros.



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

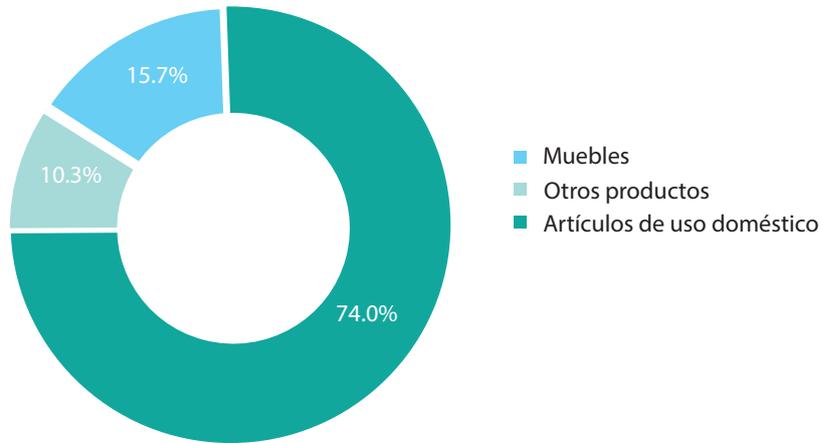


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Participación %

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



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

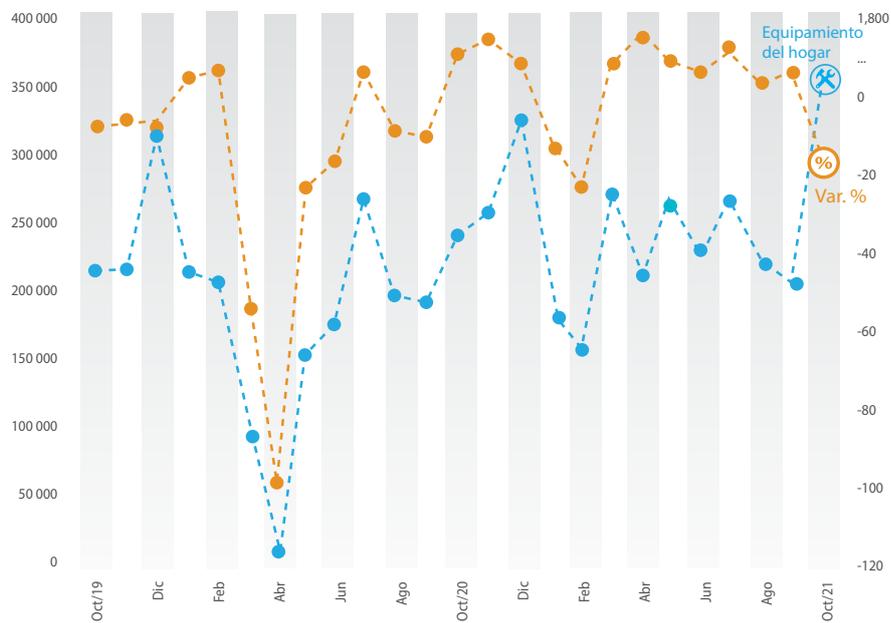


Evolución y variación porcentual

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

Miles de Soles

Var. %



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

Ventas de productos farmacéuticos y de cuidado personal

En octubre de 2021, las ventas de productos farmacéuticos y de cuidado personal alcanzaron una disminución de 5.4% interanual, asociado principalmente a una menor venta de productos farmacéuticos y medicinales (-4.5%), asimismo, la línea de productos de cuidado personal (como cremas para la piel, jabones, talcos, desodorantes, entre otros) disminuyó en 8.3%.

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 octubre del 2021 la línea de productos farmacéuticos y medicinales tuvo una participación de 78.4% en las ventas totales, la misma que fue favorecida por

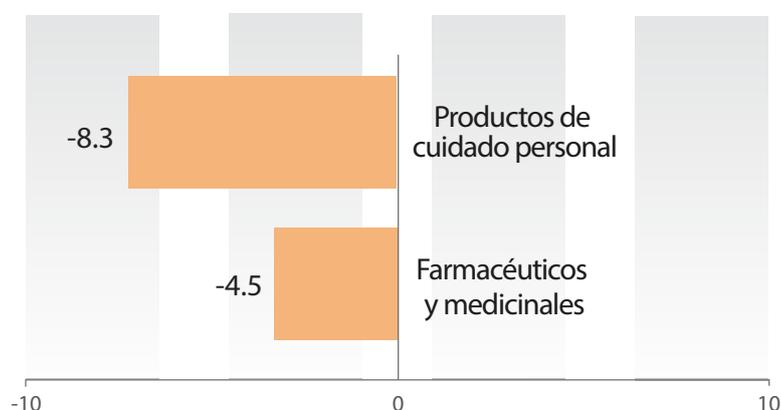
el impulso de la venta online y nuevos canales de distribución; mientras que, el restante (21.6%), correspondió a la línea de productos de cuidado personal.

Entre octubre del 2020 y octubre del 2021, el nivel de ventas de la actividad de productos farmacéuticos y cuidado personal se mantuvo de manera volátil. En efecto, se puede apreciar que entre octubre de 2020 hasta mayo de 2021, se apreciaba un buen dinamismo de las ventas; sin embargo, con la llegada de las vacunas para mitigar la pandemia del Covid-19, las ventas de productos farmacéuticos emprendieron una tendencia decreciente, la misma que ha venido atenuándose en los últimos meses (de junio de 2021 a octubre de 2021).



Ventas por líneas de productos

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

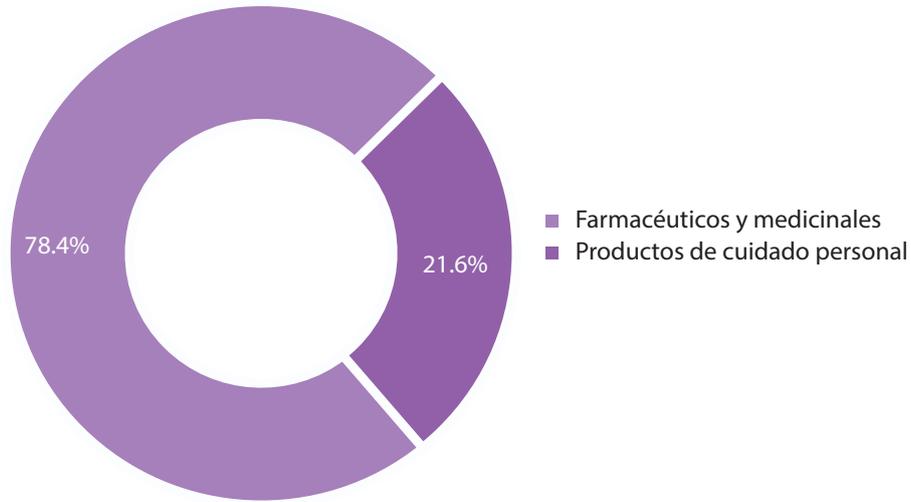


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Participación %

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

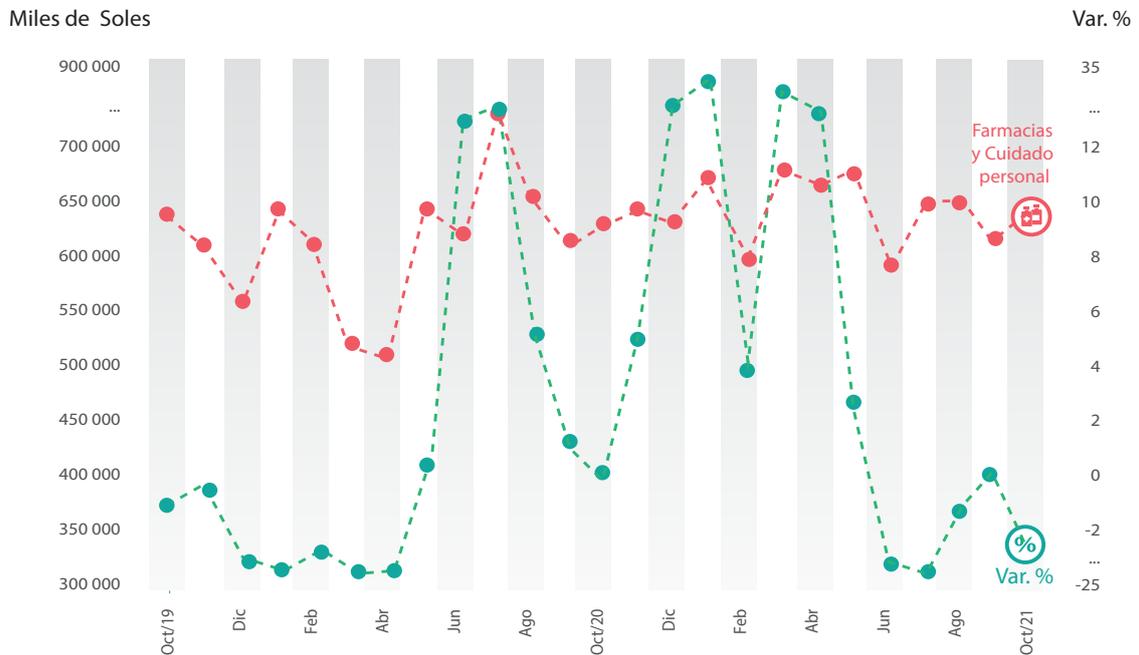


Fuente: Estadísticas de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Evolución y variación porcentual

Ventas internas de farmacias y productos de cuidado personal (Oct 2019 - Oct 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 después de seis meses de resultados positivos (de abril a setiembre de 2021, debido a la recuperación de las actividades económicas que estuvieron afectadas por la pandemia) en este mes de octubre registra un retroceso de 45.8% interanual, como resultado de las menores ventas de útiles de escritorio y accesorios de papelería, entre otros productos.

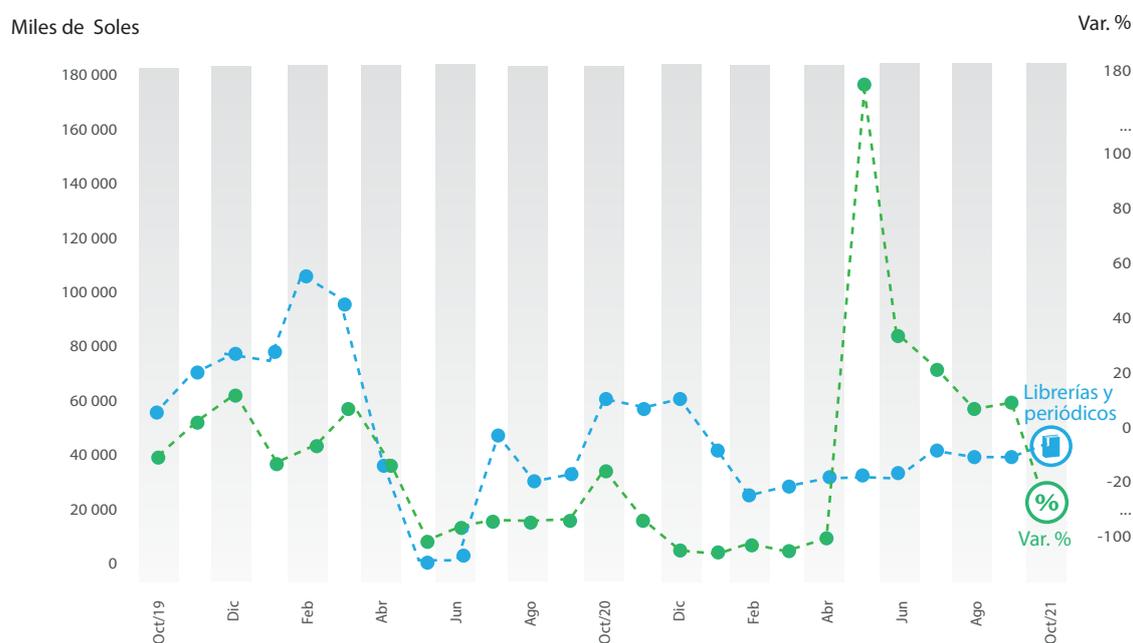
Entre las principales empresas que destacan en las ventas de esta actividad fueron: Distribuidora Navarrete, Ibero Librerías, Librerías Crisol y Tai Loy.



Evolución y variación porcentual

Ventas internas de libros, periódicos y artículos de papelería

(Oct 2019 - Oct 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 octubre de 2021

El factoring es un instrumento financiero cuya función principal es proveer liquidez. En el caso de las Mipyme no representa un crédito per se, como si lo es en el caso de la banca privada. El factoring funciona a través de una empresa corporativa que hace de ancla. Dicha empresa determina de entre sus proveedores aquellos que califican para el descuento de facturas. Una vez calificados los proveedores (PYMES), estos proceden a realizar el descuento de las facturas de manera electrónica (Neyra,2016)¹. Asimismo, para (Ecapital, 2018) 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.

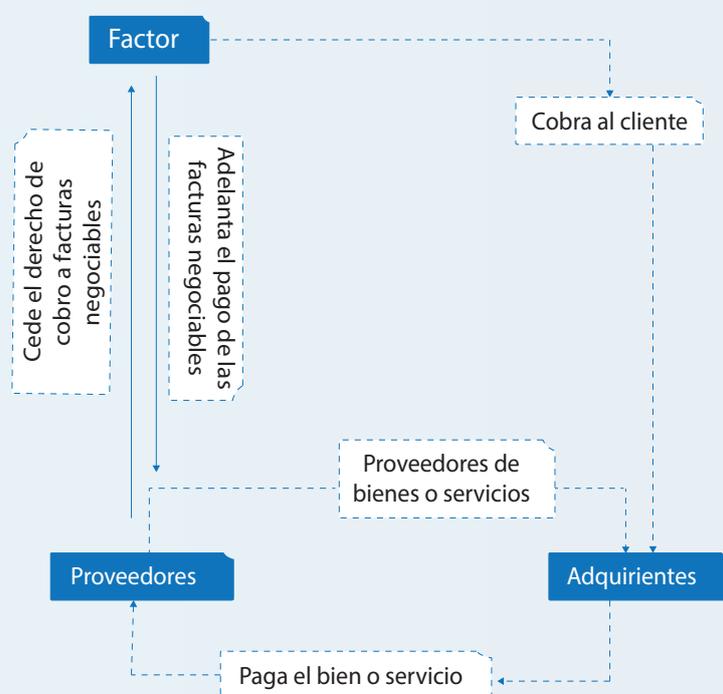
Entre los principales beneficios del uso del factoring en la actividad comercial es que permite a los proveedores, pueden cobrar sus facturas anticipadamente, no tienen que endeudarse, poseen mayor poder de negociación, construyen un historial financiero positivo, acceden a costos más reducidos; en tanto, 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 octubre de 2021 se registró un total de 730,898 facturas negociables en el mercado nacional, significando ello un incremento de 58.5% con relación a similar periodo del 2020. Asimismo, el valor o monto total de las facturas negociables ascendió a S/ 17,588 millones entre enero y octubre de 2021, cifra mayor en 72.0% a lo registrado el año anterior.

A nivel regional, Lima llegó a concentrar el 82.8% del monto negociado de las facturas negociables (S/.17,588 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

¹CEPAL: Inclusión financiera de las Pymes en Ecuador.

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 octubre de 2021, el número de facturas negociables por el sector comercio fue de 292,964 facturas, resultado superior en 56.2%, respecto a similar periodo del 2020 (187,591 facturas). En términos de valores, el monto de facturas negociables registradas entre enero y octubre de 2021 ascendió a S/ 5,115 millones, resultado superior en 89.3% interanual.

El segundo sector que cuenta con un mayor número de facturas correspondió a la industria servicios, el cual asciende a 149,065 facturas, en el periodo de referencia, siendo superior en 30.0% interanual. En términos de valor, el monto negociado fue de S/. 4,915 millones, resultado superior en 45.7%, con respecto a similar periodo del año anterior.

Gráfico 1

Número de facturas y montos asociados por sector económico, ene-oct 2021

Sector	Cantidad de Facturas	Monto Negociado Millones de S/.	Part.%*
Comercio	292,964	5,515	29.1
Servicios	149,065	4,915	27.9
Industria	253,609	4,868	27.7
Construcción	14,669	1,989	11.3
Minería	2,936	380	2.2
Agropecuario	16,788	296	1.7
Pesca	867	27	0.2
Total	730,898	17,588	100.0

* Respecto al monto negociado. Periodo acumulado enero-octubre 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-octubre de 2021, el monto negociado en esta actividad fue de S/. 4,196 millones, con un total de 235,212 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/. 430 millones y emitiendo un total de 26,454 facturas negociables.

Gráfico 2

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

Tipo de comercio	Cantidad de Facturas	Monto Negociado Millones de S/.	Part.%*
Comercio al por mayor	235,212	4,196	82.0
Venta y mantenimiento de vehículos	31,298	488	9.5
Comercio al por menor	26,454	430	8.4
Total	292,964	5,114	100

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

A nivel de tamaño empresarial, entre enero y octubre de 2021, un total de 12,975 empresas se financiaron mediante facturas negociables, de las cuales el 83.9% fueron MYPE. En el sector comercio, las MYPE que utilizaron este medio de financiamiento representaron el 78.0% (3,416 empresas) del total de empresas en el sector comercio.

Otras variables del sector

Personal Ocupado

En octubre de 2021, el personal ocupado del subsector de comercio interno aumentó en 1.4% interanual, debido a las mayores contrataciones en las actividades de los rubros de ferreterías y acabados del hogar (4.7%), tiendas por departamento (8.1%), farmacias y boticas (2.8%) y de libros, periódicos y artículos de papelería (5.5%). En contraste, se registró una disminución del personal en la actividad de supermercados e hipermercados (-2.5%), y equipamiento del hogar (-0.6%).

Por tipo de empleo, se registró un incremento en las contrataciones del personal permanente (2.2% interanual); mientras que, en el caso del personal eventual, se aprecia una disminución (-1.2% interanual).

Por tipo de género, la actividad de comercio interno registró una disminución en la contratación del personal masculino (-2.9%), sin embargo; en la contratación de personal femenino se observa un aumento de 5.3%.



Personal ocupado

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

Actividad	Permanentes	Eventuales	Varones	Mujeres	Total	Var.% ^{1/}
Var. (%) Oct 21/ Oct 20	2.2	-1.2	-2.9	5.3		
CIIU ^{a/} Total Oct 2021	89,379	23,485	50,844	62,020	112,864	1.4
4711 Tiendas de supermercados e hipermercados	41,225	6,019	24,263	22,981	47,244	-2.5
4719 Tiendas por departamento ^{2/}	13,339	5,228	8,133	10,434	18,567	8.1
4752 Ferreterías y acabados para el hogar	16,687	229	10,153	6,763	16,916	4.7
4759 Equipamiento del hogar	4,647	608	3,197	2,058	5,255	-0.6
4761 Libros, periódicos y artículos de papelería	1,030	790	1,006	814	1,820	5.5
4772 Farmacias y cuidado personal	12,451	10,611	4,092	18,970	23,062	2.8

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 octubre de 2021, totalizó en 4,459, siendo menor en 529 locales, en comparación al total registrado en octubre de 2020. Ello se explica por la recuperación gradual del sector comercio y la situación 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 (413 locales menos), equipamiento del hogar (47 locales menos), de tiendas por departamento (4 locales menos), las actividades de Libros, periódicos y artículos de papelería en (5 locales menos) y tiendas de supermercados e hipermercados disminuyeron en 56 locales menos.



Número de tiendas

Según grupo y clase CIU (Octubre 2021)

CIU a/	Actividad	Oct-20	Oct-21	Var. (%) Oct 21/20
4711	Tiendas de supermercados e hipermercados	1,353	1,297	-4.1
4719	Tiendas por departamento ^{1/}	165	161	-2.4
4752	Ferreterías y acabados para el hogar	138	134	-2.9
4759	Equipamiento del hogar	358	311	-13.1
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	73	68	-6.8
4772	Farmacias y cuidado personal	2,901	2,488	-14.2

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)

Proyectos de inversión

En octubre 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