



PERÚ

Ministerio
de la Producción

Oficina de Estudios Económicos

Octubre 2022

**Boletín de
Comercio Interno**

Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

BOLETÍN DE COMERCIO INTERNO

GRANDES ALMACENES, SUPERMERCADOS Y TIENDAS ESPECIALIZADAS

Editado por:

MINISTERIO DE LA PRODUCCIÓN

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

www.produce.gob.pe

1era Edición, Octubre 2022

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



Índice | Octubre 2022

Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

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

Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Boletín Estadístico – Octubre 2022

Introducción

En octubre de 2022, las ventas del sector comercio interno¹ experimentaron una ligera disminución en 2.8% interanual, como resultado del desempeño negativo registrado por algunas actividades que componen este sector, tales como: tiendas por departamento (-5.3%), ferreterías y acabados (-5.5%) y equipamiento del hogar (-28.2%). En contraste, este resultado fue atenuado parcialmente por el comportamiento positivo registrado por las ventas en las actividades de supermercados e hipermercados (+0.4%), farmacias y boticas (+4.0%) y libros, periódicos y artículos de papelería (+21.8%).

Con este resultado, el sector, después de diecinueve meses de crecimiento ha experimentado una ligera caída. Ello debido a la reducción en la demanda de los hogares, alza de precios de los productos de mayor consumo de la población y desaceleración en el crecimiento del sector construcción.



Ventas internas^{1/}

Según grupo y clase CIU, Octubre 2021 - Octubre 2022
(Millones de soles a precios corrientes)

CIU ^(a)	Actividad	Oct-21 ^(b)	Oct-22 ^(b)	Var. (%) Oct (22/21)
	Total	4,309.3	4,188.8	-2.8
4711	Supermercados e hipermercados ^{2/}	1,749.9	1,757.3	0.4
4719	Tiendas por departamento ^{3/}	731.7	693.2	-5.3
4752	Ferreterías y acabados para el hogar	817.5	772.9	-5.5
4759	Equipamiento del hogar	298.3	214.1	-28.2
4772	Farmacias y cuidado personal	652.2	678.5	4.0
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	59.7	72.8	21.8

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 2020 - Octubre 2022)



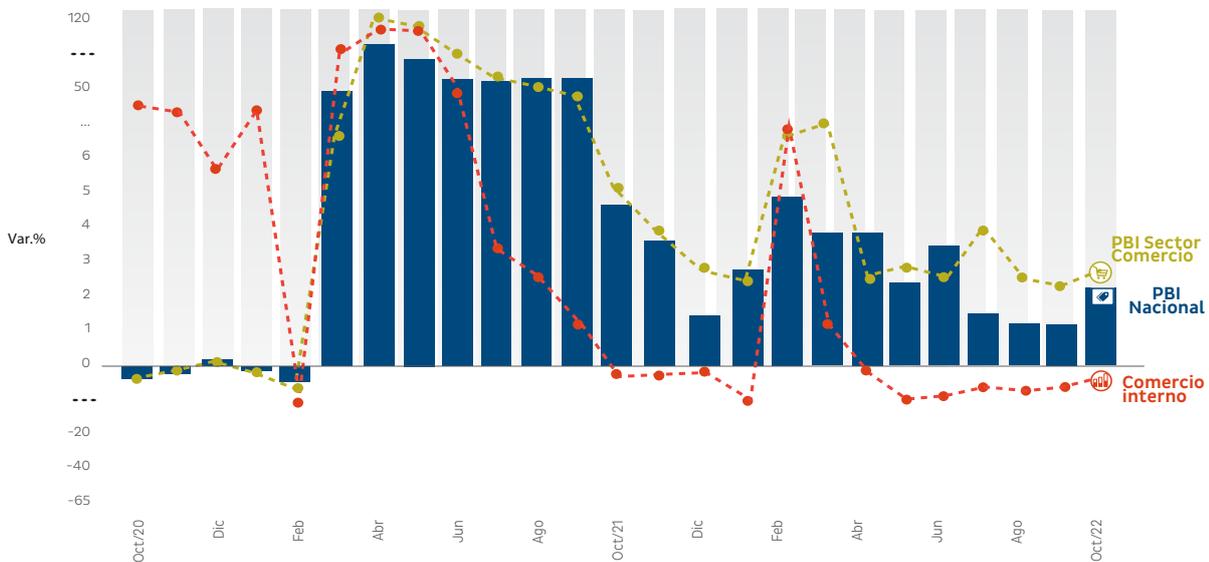
1/ Corresponden a las ventas de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas.
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE-Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

Producción total nacional versus sector comercio

En octubre de 2022, el PBI nacional mantiene un desempeño ligeramente positivo (+2.0% interanual). En esa misma línea, el sector comercio registró un incremento interanual de 2.7%; debido a los buenos resultados de los subsectores de comercio mayorista y minorista. En efecto, en este mes dichos subsectores registraron un incremento de 3.3% y 2.1% interanual, respectivamente.



Variación porcentual^{2/} del PBI nacional, PBI sector comercio e índice de comercio interno^{1/} (Octubre 2020 - Octubre 2022)



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

Desempeño según actividades

Ventas en tiendas de supermercados e hipermercados

En octubre de 2022, las ventas de la actividad de supermercados e hipermercados tuvieron una ligera variación interanual positiva de +0.4%. Es una de las actividades con mayor participación en este sector, cuyo desempeño en este mes responde a un aumento de la demanda de productos esenciales de la canasta básica por parte de las familias. Entre las principales líneas de productos con aumentos en la facturación tenemos a: alimentos (+13.1%) y bebidas y tabaco (+11.7%).

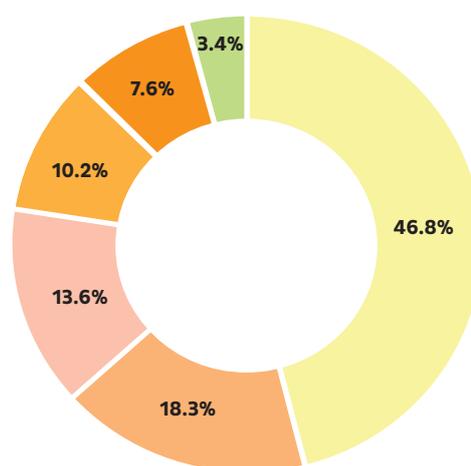
Cabe indicar que, en este mes se mantiene la concentración de las líneas de alimentos, artículos de uso doméstico, bebidas y tabaco y otros productos, con una participación de 89.0% en el valor de ventas de la actividad de supermercados e hipermercados. Mientras que, el restante (11.0%) correspondió a los productos de 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 Supermajorista.



Participación %

Líneas de productos en tiendas de supermercados^{1/} e hipermercados
(Octubre 2022)



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

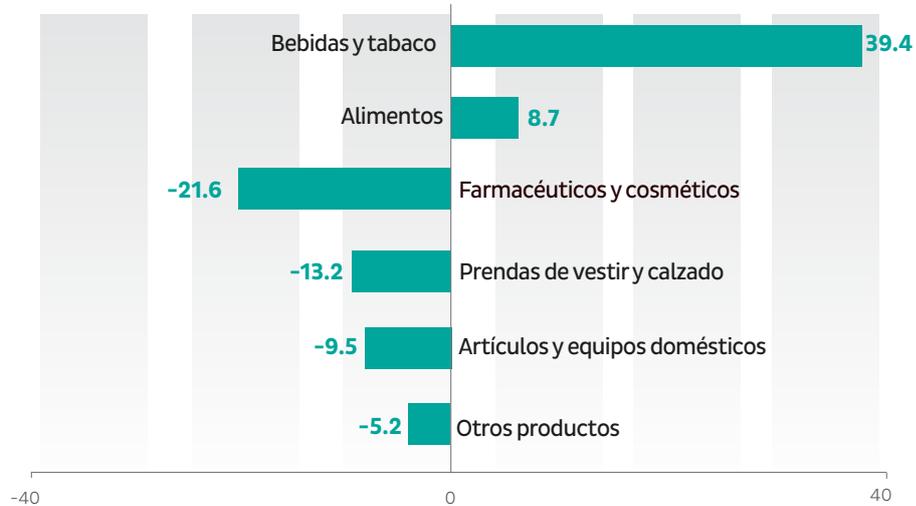
Nota: 1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos.

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/}, Octubre 2022 (Var.%)



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

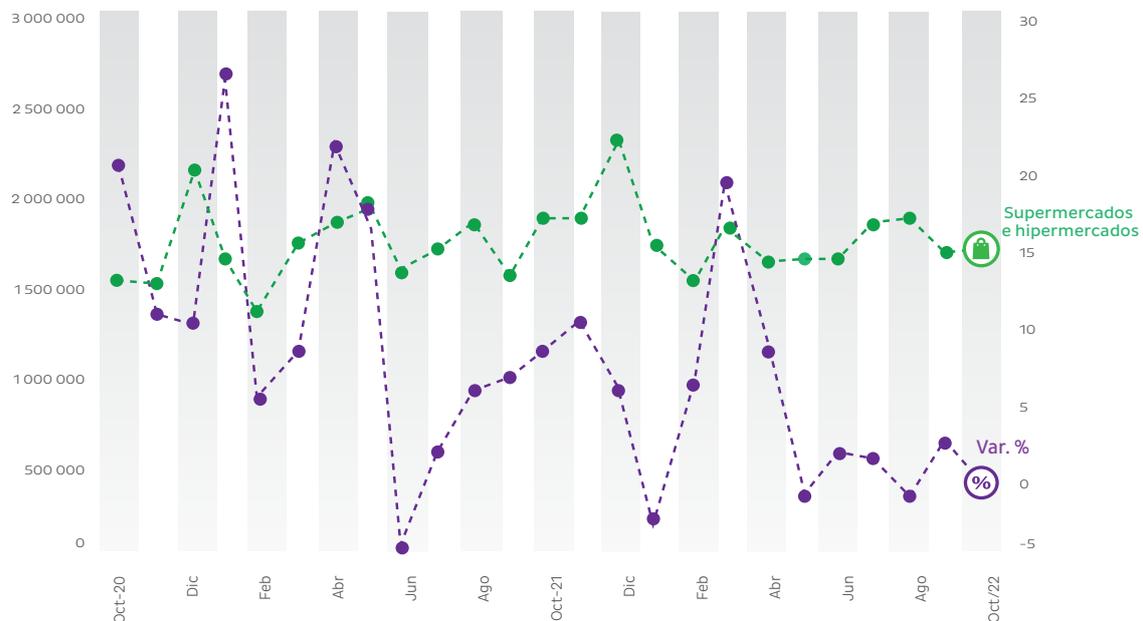


Evolución y variación porcentual

Ventas internas de supermercados e hipermercados

(Octubre 2020 - Octubre 2022)

Miles de Soles



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

Ventas en tiendas por departamento

En octubre de 2022, las ventas de la actividad de tiendas por departamento, aún no hay señales de recuperación y sigue contraída. En este mes dicha actividad disminuyó en 5.3% respecto al mismo mes del año anterior, como resultado de las menores ventas de la línea de artículos de uso doméstico (-15.2%) y muebles (-20.1%). Este resultado respondería a un cambio en el consumo, es decir, a la priorización de los hogares por la compra de productos relacionados a la salud y de la canasta básica.

Cabe indicar que, en este mes las líneas de artículos de uso doméstico, prendas de vestir y calzados, concentraron en su conjunto el 80.9% del valor de ventas de la actividad de tiendas por departamento. Ello debido a las ofertas intensivas para la compra de prendas de vestir. Mientras que, el restante (9.1%) 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.

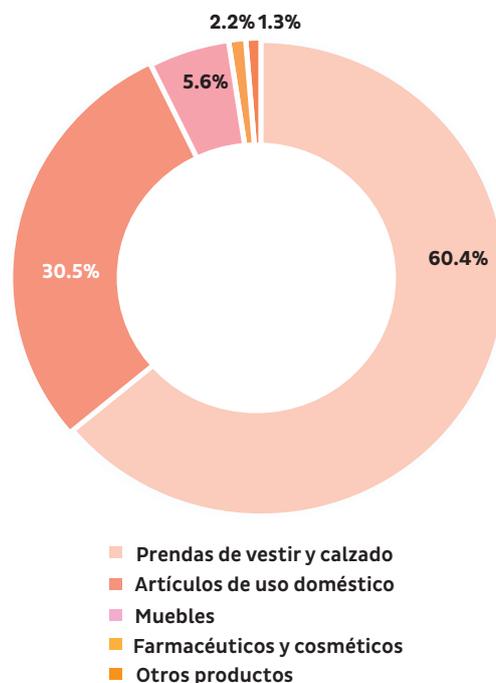
Durante el año 2022, las ventas de la actividad de tiendas por departamento registró resultados mixtos, se observa que en los últimos seis meses registra una tendencia negativa. Ello se explicaría por el alza de precios en los productos básicos, lo cual incide en una reducción de la demanda local.



Participación %

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

(Octubre 2022)



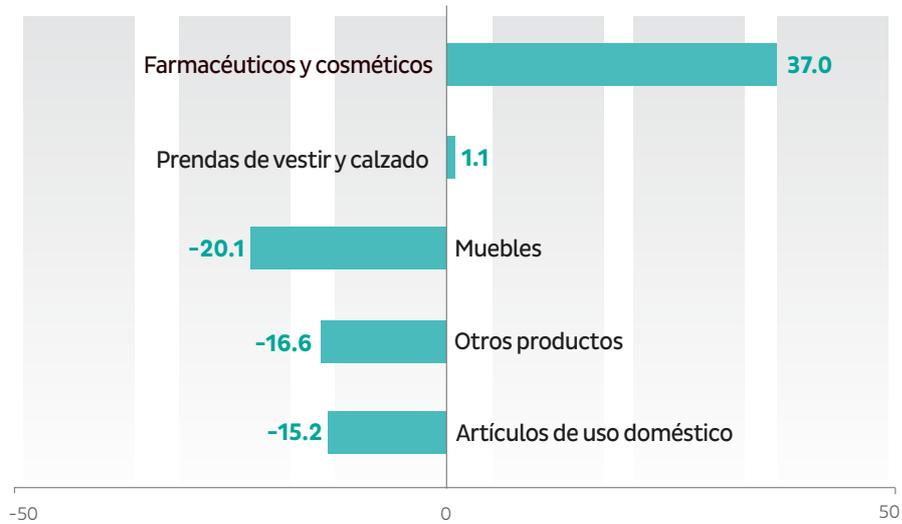
Nota: 1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos.

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



Ventas por líneas de productos

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



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

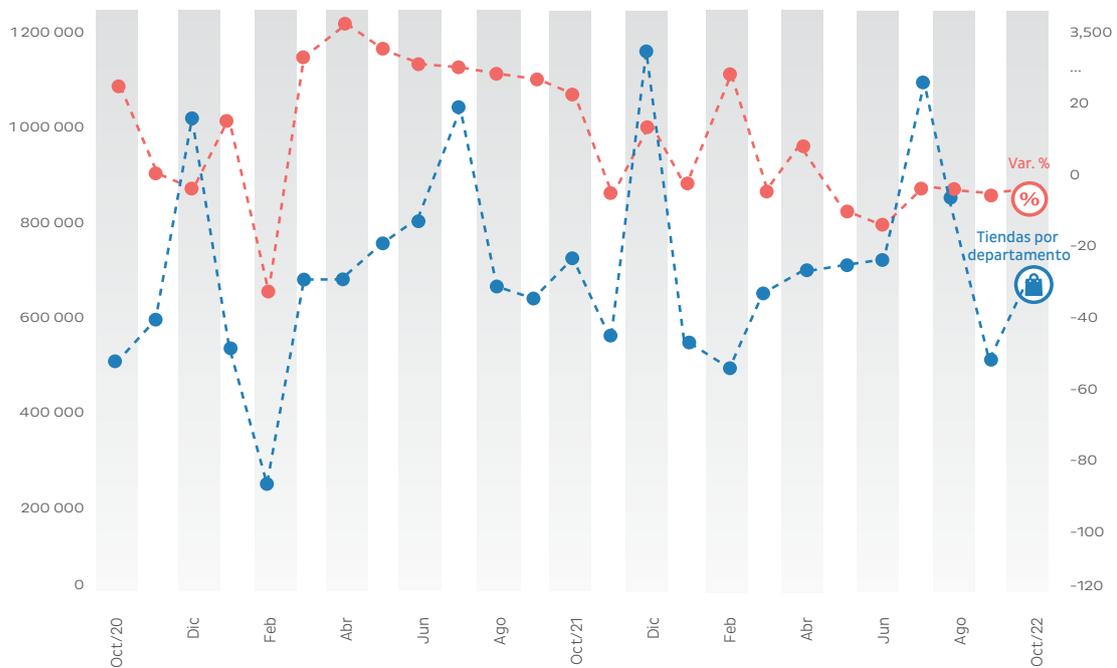


Evolución y variación porcentual

Ventas internas de tiendas por departamento¹
(Octubre 2020 - Octubre 2022)

Miles de Soles

Var. %



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

Ventas de productos de ferreterías y acabados para el hogar

En octubre del 2022, esta actividad se contrae por cuarto mes consecutivo y experimenta una caída en 5.5%, con respecto a similar mes del año 2021. Este resultado responde a una ligera disminución en las ventas de artículos de ferretería (-4.6%), productos diversos (-6.9%) y muebles (-15.6%), debido a una reducción en la ejecución de obras privadas. En contraste, la línea de artículos de uso doméstico registró un ligero incremento de 1.1%, atenuando la caída de la actividad.

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 esta actividad (92.0%), mientras que, en menor medida, destacó la línea de artículos de uso doméstico, muebles y repuestos y accesorios, con una participación del 8.0%.

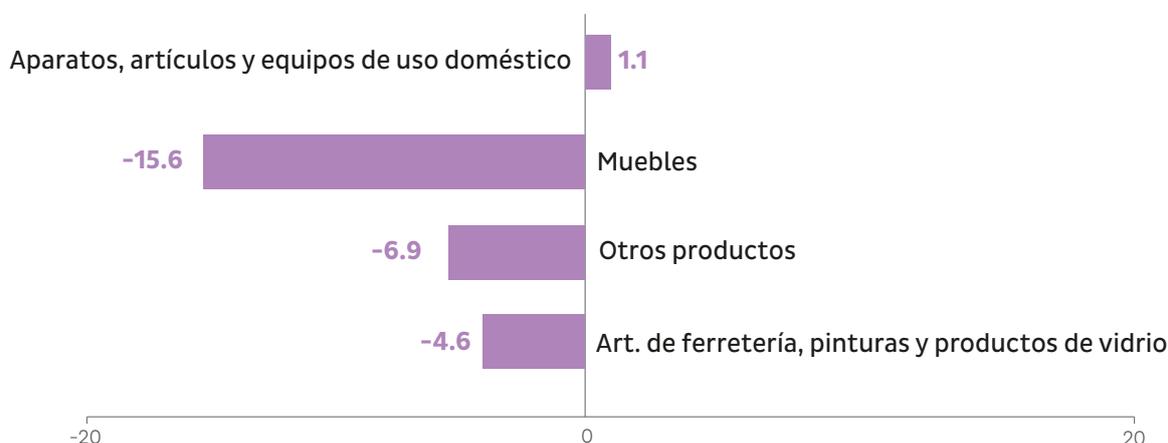
Entre las principales empresas que destacan en esta actividad por su mayor incidencia en las ventas tenemos a: Maestro Homecenter, Promart Homecenter, y Cemento y Acero.

El desempeño de las ventas de la actividad en el periodo de enero 2020 a octubre 2022, se observa que mayormente se mantuvo en terreno positivo; sin embargo, los últimos cuatro meses mostraron resultados negativos por una reducción en el desempeño de la actividad del sector construcción (obras de remodelación y nuevas construcciones).



Venta por líneas de productos

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

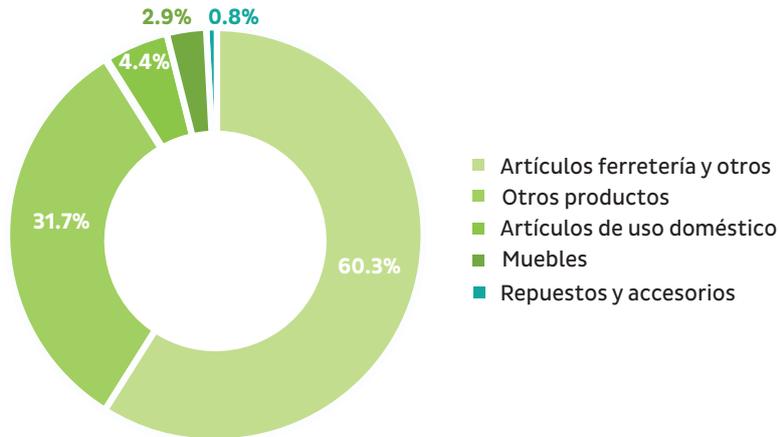


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Participación %

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

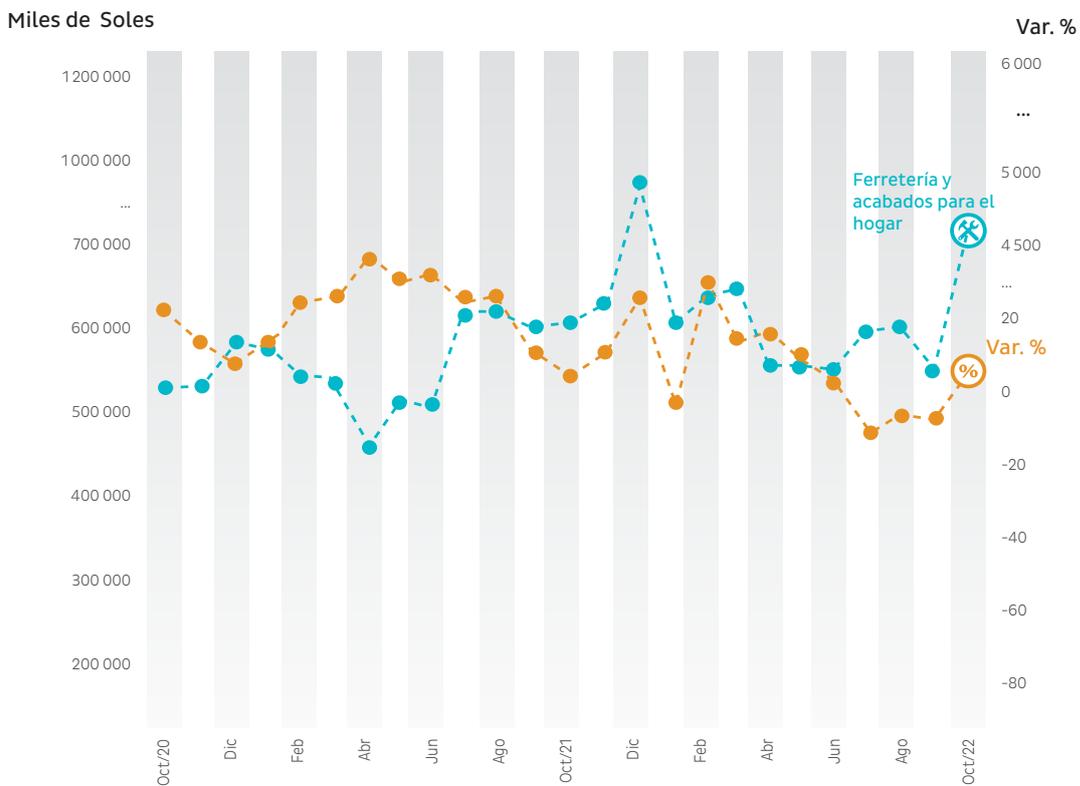


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE-Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Evolución y variación porcentual

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



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

Ventas de productos de equipamiento del hogar

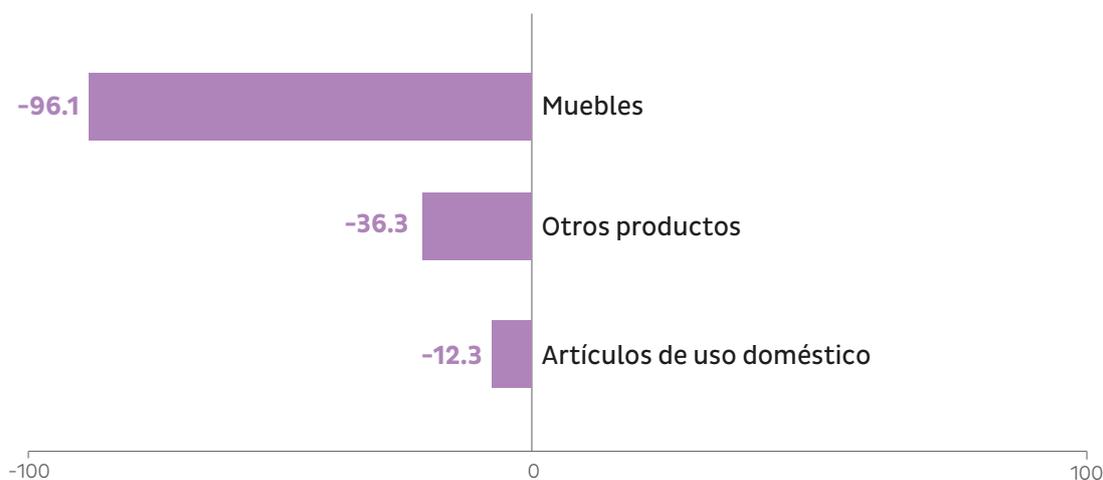
La actividad de equipamiento del hogar, por sexto mes consecutivo sigue en terreno negativo y registra una disminución interanual de 28.2%. Ello responde a una caída en las ventas de artículos domésticos (productos tecnológicos) en 12.3%, productos diversos (-35.7%) y muebles (-96.1%).

En el mes en referencia (octubre 2022), 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.

Durante el periodo analizado de enero 2020 a octubre 2022, en los últimos meses, se observa las bajas ventas de esta actividad que habrían sido influenciadas por la crisis de la guerra en Europa y por la lenta recuperación del comercio internacional.

Venta por líneas de productos Equipamiento del hogar, Octubre 2022 (Var.%)

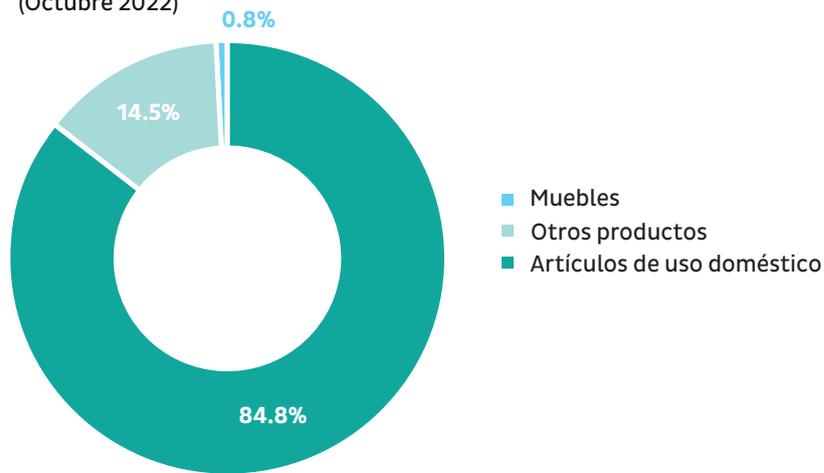


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Participación %

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

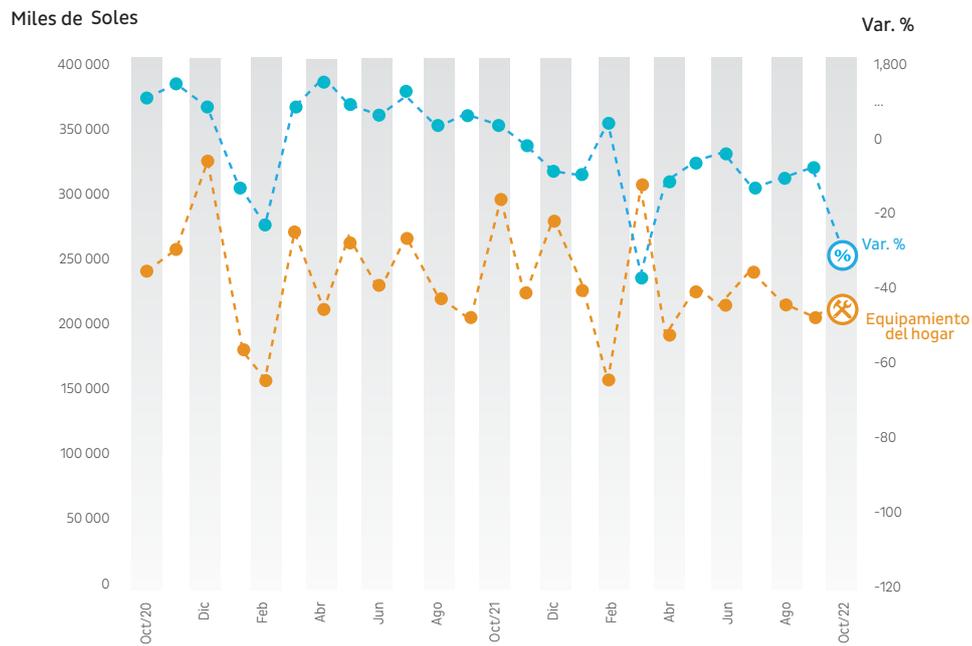


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE-Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Evolución y variación porcentual

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



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

Ventas de productos farmacéuticos y de cuidado personal

Las ventas de productos farmacéuticos y de cuidado personal registraron un incremento interanual de 4.0% en octubre de 2022. Dicho incremento en las ventas de la actividad estuvo asociado principalmente al mayor expendio de productos farmacéuticos y medicinales (+4.3%), así como por el aumento en las ventas de productos de cuidado personal en (+3.1), ello responde a un aumento en las ventas online.

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 octubre del 2022 la línea de productos farmacéuticos y medicinales representó el 77.9% sobre las ventas totales, la misma que tiene el mayor impulso en la venta online y los nuevos canales de distribución. Mientras que, el

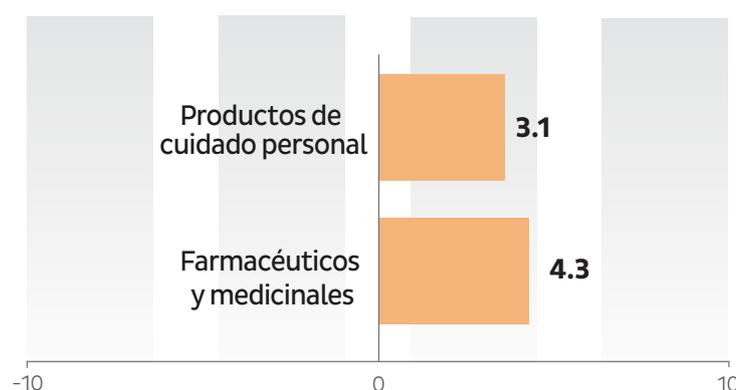
otro restante (22.1%) correspondió a la línea de productos de cuidado personal.

Entre enero de 2020 y octubre de 2022, se observa que el año 2022 el nivel de ventas de la actividad de productos farmacéuticos y cuidado personal mantiene una ligera tendencia positiva. En efecto, esta tendencia está relacionada a las 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. Así también, habría incidido el aumento de la demanda de productos medicinales para afrontar el rebrote de la pandemia del COVID-19, además, de los convenios que tienen actualmente algunas farmacias con el Estado para la provisión de medicinas en las zonas urbanas y rurales.



Ventas por líneas de productos

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

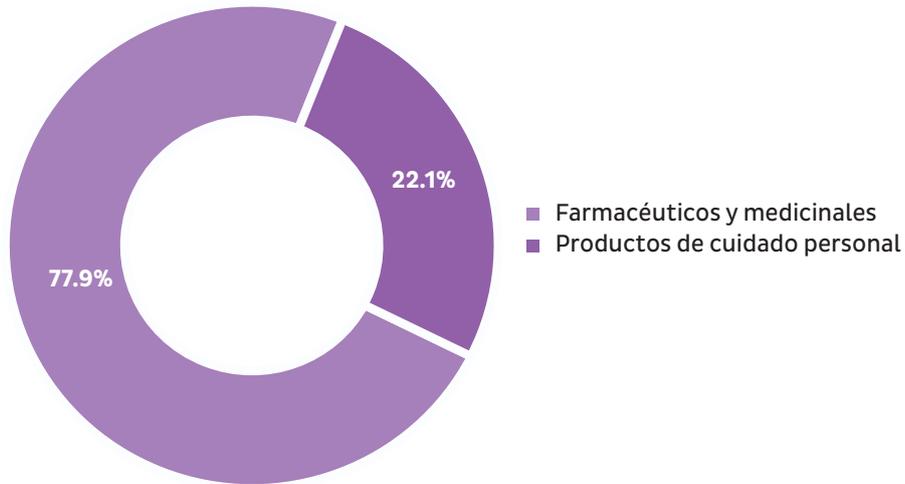


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Participación %

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



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

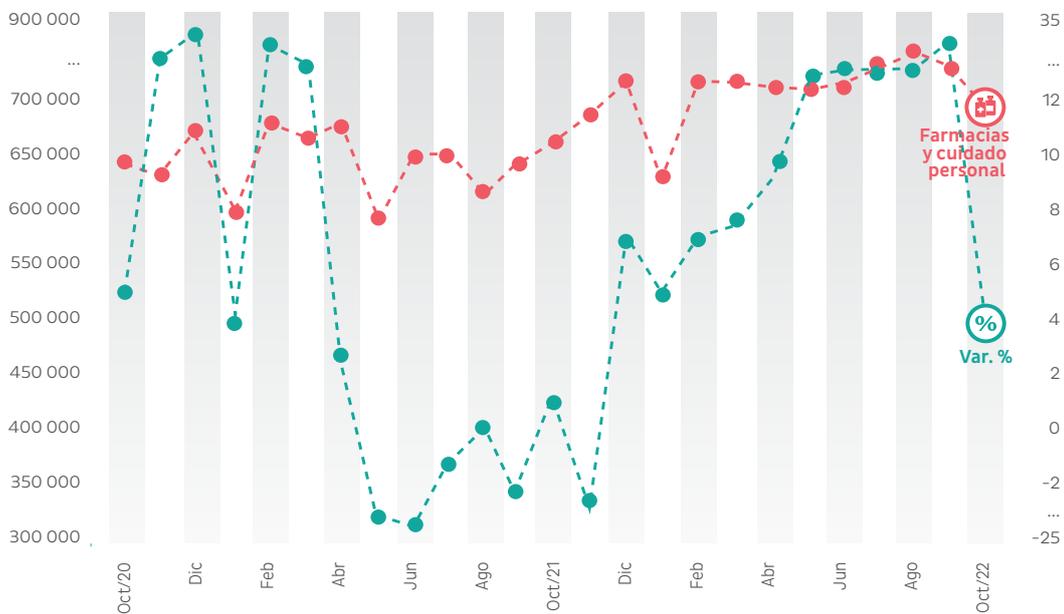


Evolución y variación porcentual

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

Miles de Soles

Var. %



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

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

En octubre de 2022, la venta de la actividad de libros, periódicos y artículos de papelería sigue en alza, este mes registró un importante incremento de 21.8% interanual. Con este resultado registra doce meses de crecimiento continuo, explicado por la mayor actividad en el sector educativo (clases presenciales y/o interdiarias).

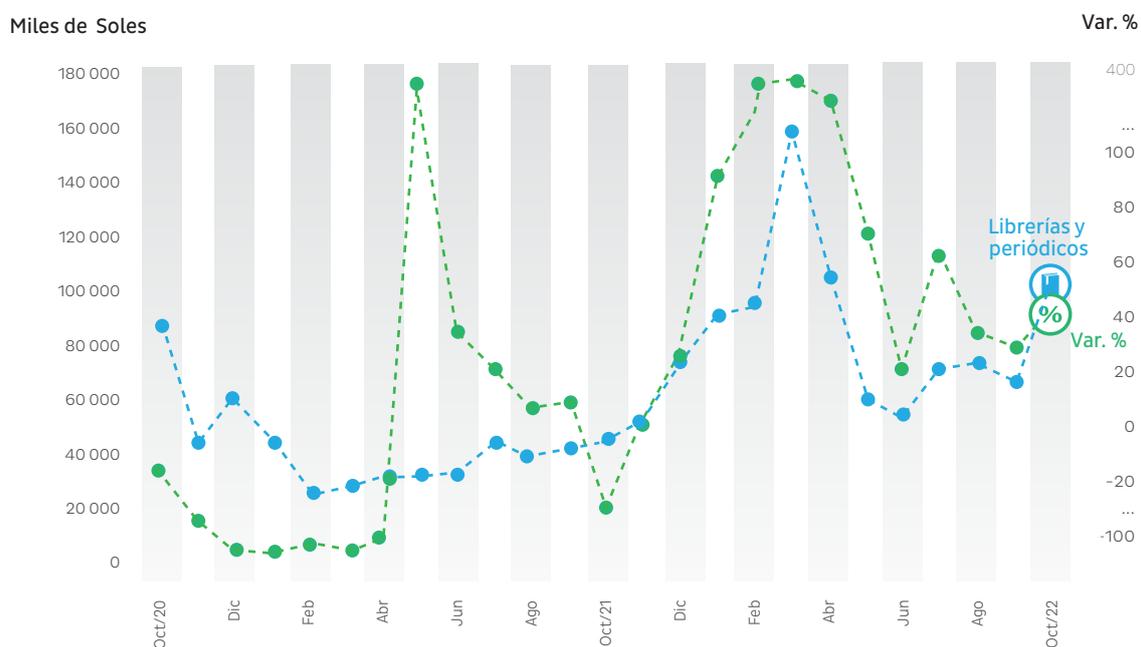
Entre las principales empresas que destacan en las ventas de esta actividad tenemos a: Distribuidora Navarrete, Ibero Librerías, Librerías Crisol y Tai Loy.



Evolución y variación porcentual

Ventas internas de libros, periódicos y artículos de papelería

(Oct 2020 - Oct 2022)



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

Desempeño del Factoring en el Sector Comercio a noviembre de 2022

El factoring es la operación mediante la cual el Factor adquiere, a título oneroso, de una persona, denominada cliente, instrumentos de contenido crediticio, prestando en algunos casos servicios adicionales a cambio de una retribución. El Factor asume el riesgo crediticio de los Deudores de los instrumentos adquiridos (SBS, 2015). Así también, el factoring se considera como una operación de adelanto de liquidez. En estos contratos, la entidad financiera recibe del cliente títulos valores (letras o facturas negociables), por los cuales le otorga una proporción del monto facturado en el título valor (Ver figura 1).

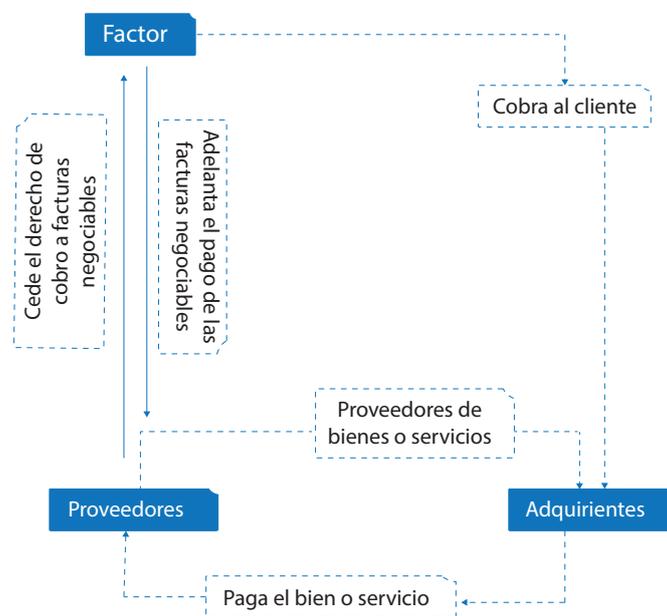
De acuerdo con el Registro Central de Valores y Liquidaciones (CAVALI), entre enero y noviembre de 2022, el financiamiento a través de facturas negociables benefició a más de 16 mil empresas a nivel nacional, de las cuales 14,196 fueron micro y

pequeñas empresas (MYPE), lo cual equivale al 84% del mercado, alcanzando un monto de S/ 27,123 millones, cifra mayor en 37.8%, respecto a similar periodo del año anterior. En cantidad de facturas, se registró un total de 1,027,675 facturas negociables acumuladas en el mercado nacional, significando ello un incremento de 26.4%, con relación a similar periodo de 2021.

En los últimos 7 años, la negociación en el mercado de factoring con respecto al PBI ha ascendido de 0.05% en 2015 a 2.58% en 2021. Estos resultados demuestran la fortaleza y dinamismo del mercado de facturas negociables en el país, lo que contribuye, en gran medida, con el acceso a capital de trabajo para las empresas, y en especial a la reactivación económica de las MYPE.

Figura 1

Mecanismo de manejo del factoring



Fuente: CAVALI

Elaboración: Produce-Oficina de Estudios Económicos

A nivel regional, Lima concentró el 82.0% del monto total negociado de las facturas negociables (S/ 22,232 millones). Entre otras regiones que más resaltan en el uso de facturas negociables lo conforman Callao, La Libertad, Arequipa, Piura e Ica, en su conjunto éstas representan el 13.4% del valor total de las facturas. Por su parte, entre las regiones con menor participación figuran Huancavelica y Madre de Dios (0.01% de participación en conjunto).

En términos de valor, el mayor volumen de transacciones de facturas negociables se realizó en el sector comercio y servicios. Así, entre enero y noviembre de 2022, el monto de las facturas negociables por el sector comercio ascendió a S/ 8,511 millones (con una cantidad de 417,260

facturas), mayor en 47.5% con relación a similar periodo del año anterior. Y en el sector servicios el monto de las facturas negociables ascendió a S/ 7,689 millones (con una cantidad de 227,645 facturas), superior en 39.5% con respecto a igual periodo del año 2021.

Otro sector importante que contó con un mayor número de facturas negociables correspondió a la industria manufacturera, cuya cifra ascendió a 335,094 facturas entre enero y noviembre de 2022, siendo superior en 19.1% con respecto a similar periodo del año 2021. En términos de valor, el monto negociado ascendió a S/. 7,178 millones (+33.1%).

Gráfico 1

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

Sector	Facturas	Monto Negociado Millones de S/.	Part.%*
Comercio	417,260	8,511	31.4
Servicios	227,645	7,689	28.3
Manufactura	335,094	7,178	26.5
Construcción	21,740	2,644	9.7
Agropecuario	22,145	549	2.0
Minería	2,932	529	2.0
Pesca	859	23	0.1
Total	1,027,675	27,123	100.0

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

Por otro lado, dentro del sector comercio, el mayor uso del factoring se registró en la actividad de comercio al por mayor. En efecto, entre enero y noviembre de 2022, el monto negociado en esta actividad fue de S/. 7,219 millones, con un total de 343,419 facturas negociadas.

En tanto, la actividad de comercio minorista es el que menos se financió a través de las facturas negociables, emitiendo un total de 33,701 facturas negociables, cuyo valor ascendió a S/. 499 millones.

Gráfico 2

Facturas negociables por tipo de comercio, Noviembre 2022

(Cantidad de facturas y monto)

Sector	Cantidad de Facturas	Monto Negociado Millones de S/.	Part.%*
Comercio al por mayor	343,419	7,219	84.8
Venta y mantenimiento de vehículos	40,140	794	9.3
Comercio al por menor	33,701	499	5.9
Total	417,260	8,511	100.0

* Respecto al monto negociado

Fuente: CAVALI

Elaboración: Produce-OEE

Otras variables del sector

Personal Ocupado

En octubre de 2022, el personal ocupado del sector de comercio interno disminuyó en 3.7% interanual. Ello debido a la reducción en las contrataciones de personal en las actividades de supermercados e hipermercados (-10.8%), ferreterías y acabados del hogar (-10.1%) y equipamiento del hogar (-1.5%). En contraste, se observa un incremento del nivel de empleo en las tiendas por departamento (+6.5%), farmacias y boticas (+7.7%) y libros, periódicos y artículos de papelería (+1.7%).

Por tipo de empleo, disminuyeron las contrataciones del personal permanente en (-12.1% interanual), mientras que el personal eventual aumentó en (+29.2% interanual).

Según el tipo de género, el sector de comercio interno registró una disminución en la contratación del personal masculino en (-7.6%), así como en el género femenino que registra una ligera disminución en 0.5%.



Personal ocupado

Número de personas según grupo y clase CIIU (Octubre 2022)

Actividad	Permanentes	Eventuales	Varones	Mujeres	Total	Var.%
Var. ^{1/} (%) Oct 22/ Oct 21	-12.1	29.2	-7.6	-0.5		
CIIU ^{a/} Total	80,188	30,062	48,292	61,958	110,250	-3.7
4711 Supermercados e Hipermercados	36,664	7,907	22,158	22,413	44,571	-10.8
4719 Tiendas por departamento ^{2/}	10,310	9,470	8,370	11,410	19,780	6.5
4752 Ferreterías y acabados del hogar	15,100	185	9,204	6,081	15,285	-10.1
4759 Equipamiento del hogar	4,593	857	3,282	2,168	5,450	-1.5
4761 Libros, periódicos y artículos de papelería	1,100	795	1,030	865	1,895	1.7
4772 Boticas y Farmacias	12,421	10,848	4,248	19,021	23,269	7.7

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 interno en octubre de 2022 ascendió a 4,775 establecimientos, cifra mayor en 850 locales, en comparación al total registrado en octubre de 2021. Entre las actividades que aumentaron la cantidad de locales tenemos a: Farmacias y de cuidado personal (899 local más), tiendas por departamento (31 locales más), y ferreterías y acabados del hogar (23 locales más).

En contraste, se observa una disminución en el número de locales en los Supermercados e hipermercados (89 locales menos), equipamiento del hogar (7 locales menos) y libros, periódicos y artículos de papelería (7 local menos).



Número de tiendas Según grupo y clase CIIU (Octubre 2022)

CIIU ^{a/}	Actividad	Oct - 21	Oct- 22	Var.(%) Oct 22/21
4711	Tiendas supermercados e hipermercados	1,447	1,358	-6.2
4719	Tiendas por departamento ^{1/}	177	208	17.5
4752	Ferreterías y acabados del hogar	160	183	14.4
4759	Equipamiento del hogar	318	311	-2.2
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	147	140	-4.8
4772	Farmacias y cuidado personal	1,676	2,575	53.6

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)



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