



PERÚ

Ministerio
de la Producción

Oficina de Estudios Económicos

Diciembre 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, Diciembre 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 | Diciembre 2022

Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

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

Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Boletín Estadístico – Diciembre 2022

Introducción

En diciembre de 2022, las ventas del sector comercio interno¹ aumentaron en 4.4% interanual, como resultado del desempeño positivo registrado en la mayoría de actividades que componen este sector, tales como: supermercados e hipermercados (+1.8%), tiendas por departamento (+0.4%), ferreterías y acabados (+3.4%), farmacias y boticas (+14.6%) y libros, periódicos y artículos de papelería (+141.9%). Sin embargo, el avance del sector fue atenuado parcialmente por la disminución en las ventas en la actividad de equipamiento del hogar (-24.6%).

El buen desempeño mostrado por el sector en este último mes, fue debido al continuo dinamismo de las compras de productos de la canasta básica por parte de los hogares. Ello a pesar de la situación económica (alza de precio de alimentos), política y conflictos social que viene atravesando el país.



Ventas internas^{1/}

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

CIU ^(a)	Actividad	Dic-21 ^(b)	Dic-22 ^(b)	Var. (%) Dic (22/21)
	Total	5,554.3	5,800.8	4.4
4711	Supermercados e hipermercados ^{2/}	2,374.8	2,416.4	1.8
4719	Tiendas por departamento ^{3/}	1,188.4	1,193.6	0.4
4752	Ferreterías y acabados para el hogar	908.3	939.4	3.4
4759	Equipamiento del hogar	301.0	227.0	-24.6
4772	Farmacias y cuidado personal	681.1	780.8	14.6
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	100.7	243.5	141.9

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.

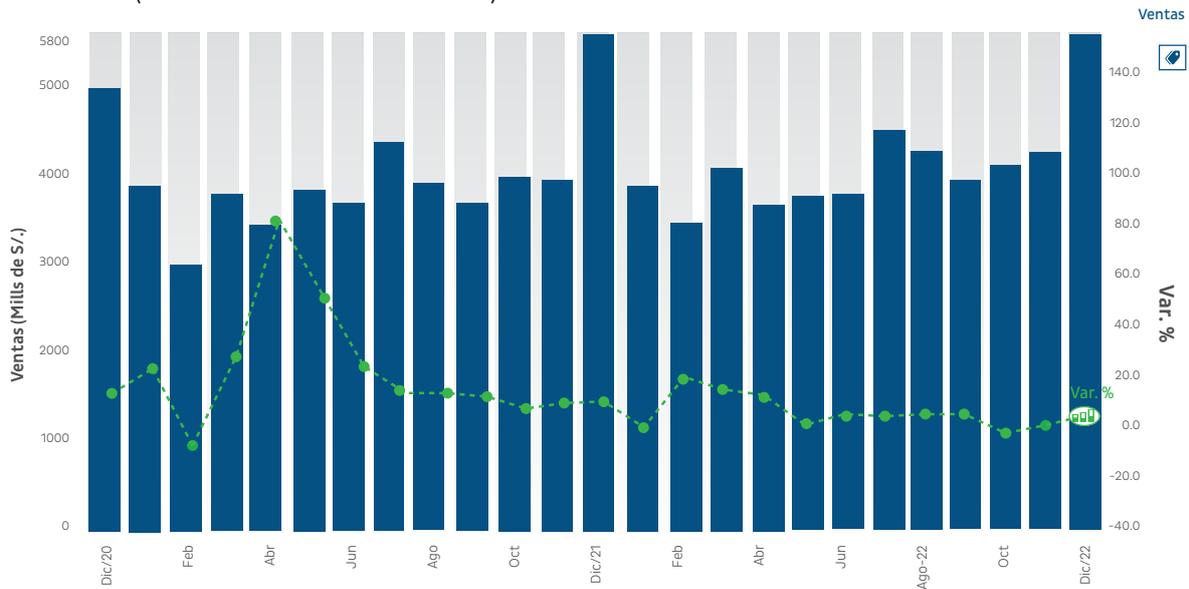
Fuente: Estadística mensual de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE-Oficina de Estudios Económicos (OEE)

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/}

(Diciembre 2020 - Diciembre 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

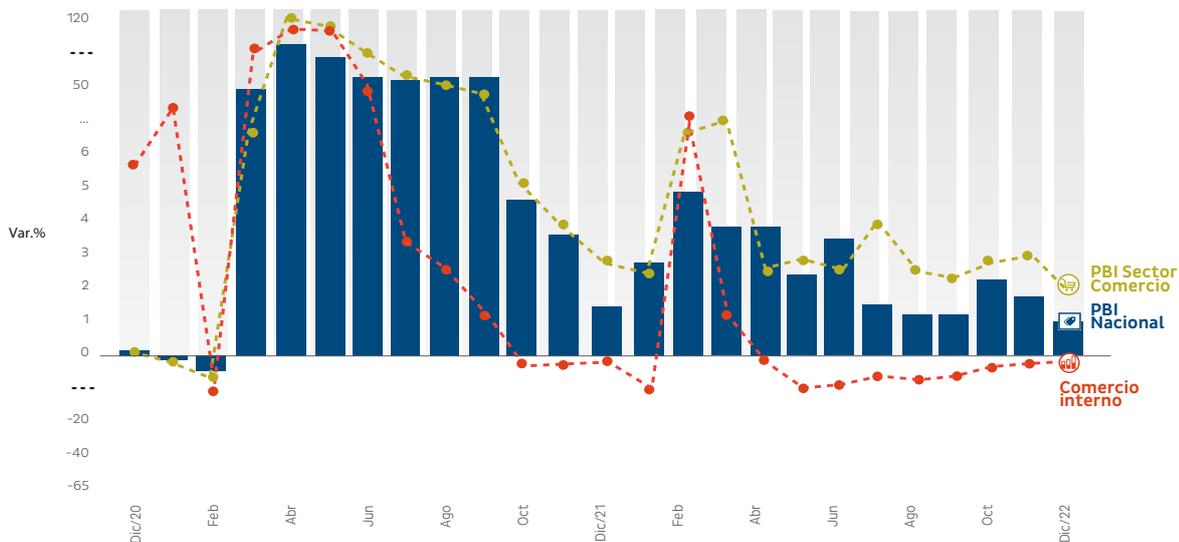
Producción total nacional versus sector comercio

En diciembre de 2022, el PBI nacional mantiene un desempeño positivo (+0.9% interanual). En esa misma línea el sector comercio registró un incremento interanual de 1.8%, debido a los buenos resultados de los subsectores de comercio mayorista y minorista. En efecto, en este mes dichos subsectores registraron un incremento de 1.9% y 2.5% interanual, respectivamente.



Variación porcentual^{2/} del PBI nacional, PBI sector comercio e índice de comercio interno^{1/}

(Diciembre 2020 - Diciembre 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 diciembre de 2022, las ventas de la actividad de supermercados e hipermercados tuvieron una ligera variación interanual positiva de +1.8%. Es una de las actividades con mayor participación en este sector y que en este mes presenta un aumento en 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 (+9.8%), artículos de uso doméstico (+0.2%) y bebidas y tabaco (+1.0%).

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 conjunta de 88.7% en el valor de ventas de la actividad de supermercados e hipermercados; mientras que, el restante (11.3%) correspondió a productos como prendas de vestir y calzado, y productos farmacéuticos y cosméticos.

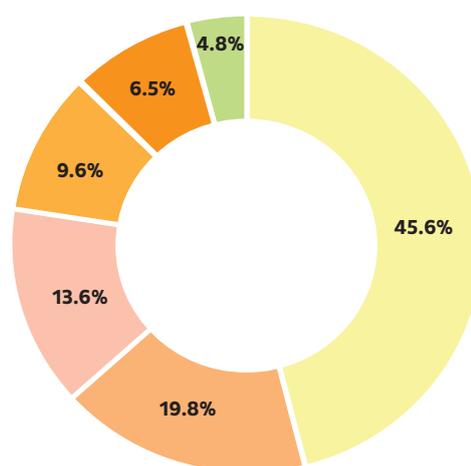
Entre las principales empresas con mayor incidencia en esta actividad según sus niveles de ventas tenemos a: Supermercados Peruanos, Cencosud Retail Perú, Hipermercados Tottus y Makro Supermayorista.



Participación %

Líneas de productos en tiendas de supermercados^{1/} e hipermercados

(Diciembre 2022)



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

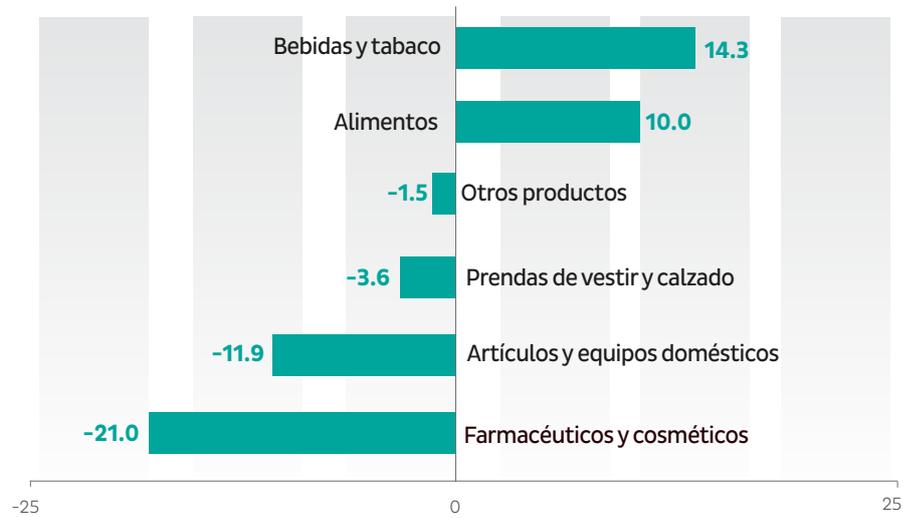
Nota: 1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos.

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/}, Diciembre 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

(Diciembre 2020 - Diciembre 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 diciembre de 2022, las ventas de la actividad de tiendas por departamento, continúan siendo afectadas por la inestabilidad de la economía mundial y la inflación de la economía nacional. A pesar de ello, alcanza un ligero crecimiento de +0.4%, respecto al mismo mes del año anterior, como resultado de las mayores ventas en las líneas de prendas de vestir y calzado (+5.3%), productos diversos (+9.2%), y farmacéuticos y cosméticos (+25.3%). Este resultado viene respondiendo a la priorización del gasto en 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 92.3% del valor de ventas de la actividad de tiendas por departamento. Ello debido a las ofertas y campañas intensivas que alentaban la compra en la línea de estos productos; mientras que, el restante (7.7%) correspondió a muebles, farmacéuticos y otros productos.

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

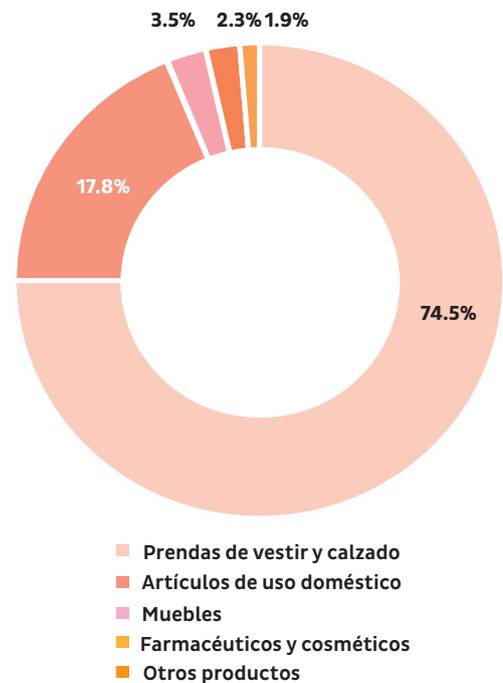
En la serie histórica de las ventas de la actividad de tiendas por departamento, se observa que en los últimos cuatro meses registran una tendencia positiva, asociada a la recuperación de las ventas, así como nuevas aperturas de tiendas.



Participación %

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

(Diciembre 2022)



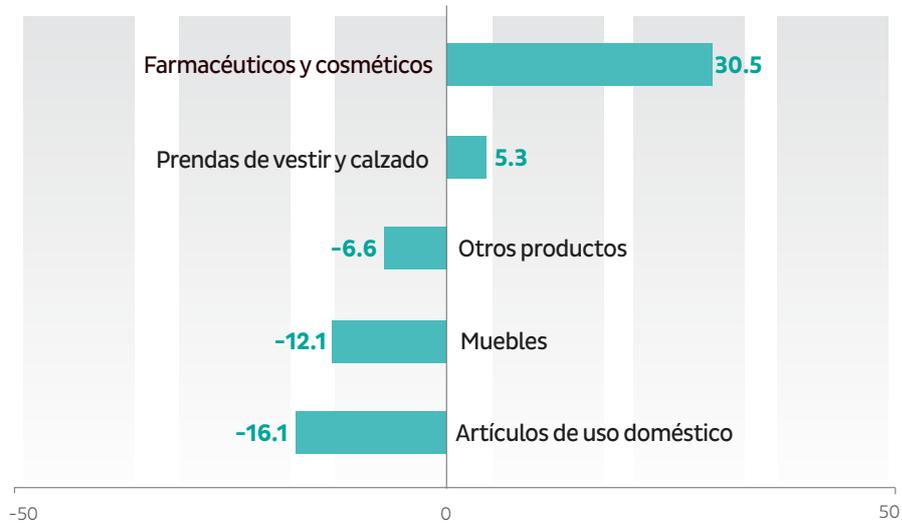
Nota: 1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos.

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/}, Diciembre 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)

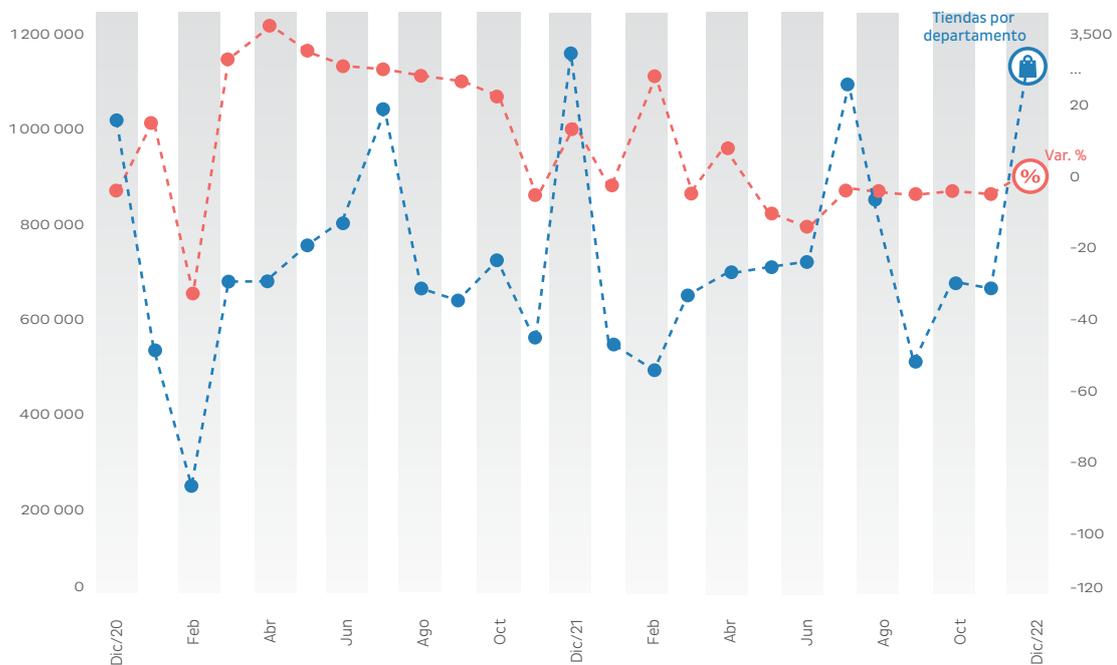


Evolución y variación porcentual

Ventas internas de tiendas por departamento¹
(Diciembre 2020 - Diciembre 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 diciembre de 2022, esta actividad experimentó un crecimiento de 3.4%, con respecto a similar mes de 2021. Este resultado responde a un incremento en las ventas de artículos de ferretería (+5.7%) y muebles (+100.8%), debido a una reducción en la ejecución de obras privadas. En contraste, las líneas de artículos de uso doméstico y productos diversos registraron una disminución de 2.0% y 8.9% respectivamente.

En el mes en referencia, la línea de productos diversos y artículos de ferreterías fueron las que tuvieron una mayor participación conjunta en las ventas de esta actividad (88.9%), mientras que, en menor medida, destacó la línea de artículos de uso doméstico, muebles y repuestos y accesorios, con una participación del 11.1%.

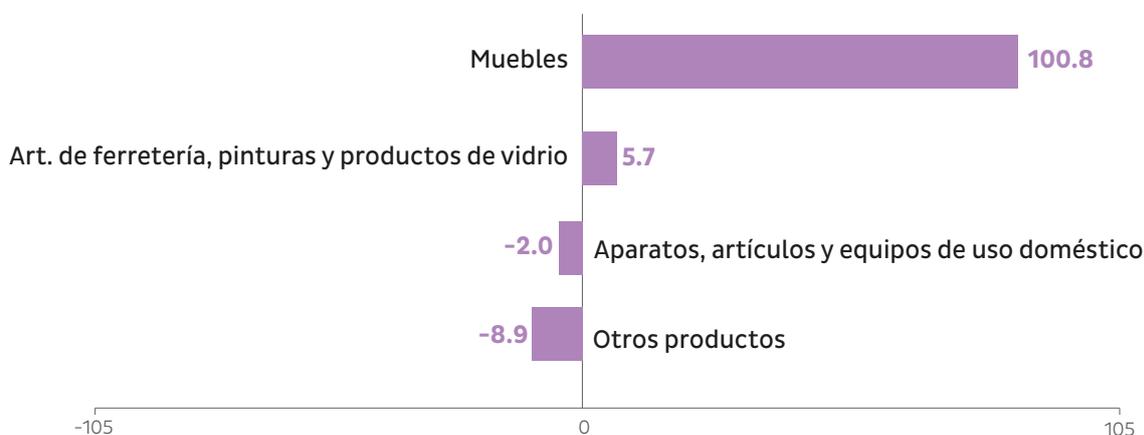
Entre las principales empresas que destacan en esta actividad por su mayor incidencia en las ventas se tienen a: Maestro Homecenter, Promart Homecenter, y Cemento y Acero.

El desempeño de las ventas de la actividad en el periodo de enero 2020 a diciembre 2022, se observa que mayormente se mantuvo en terreno positivo; sin embargo, los últimos cinco meses mostraron resultados negativos por una ligera disminución en el dinamismo de la actividad del sector construcción (obras de remodelación y nuevas construcciones), solo recuperándose el último mes.



Venta por líneas de productos

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

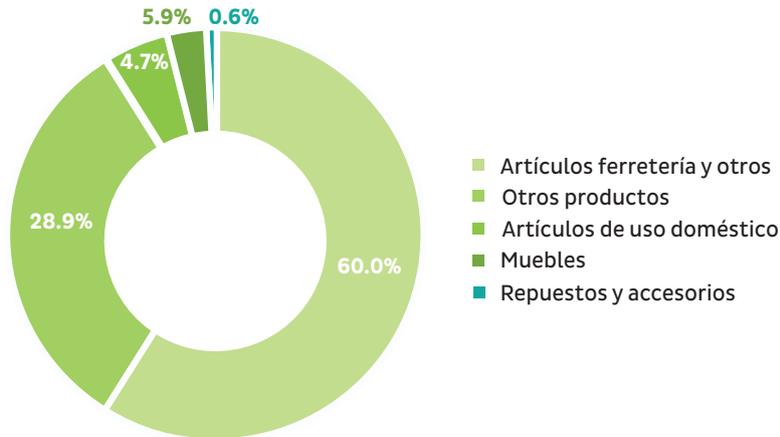


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Participación %

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

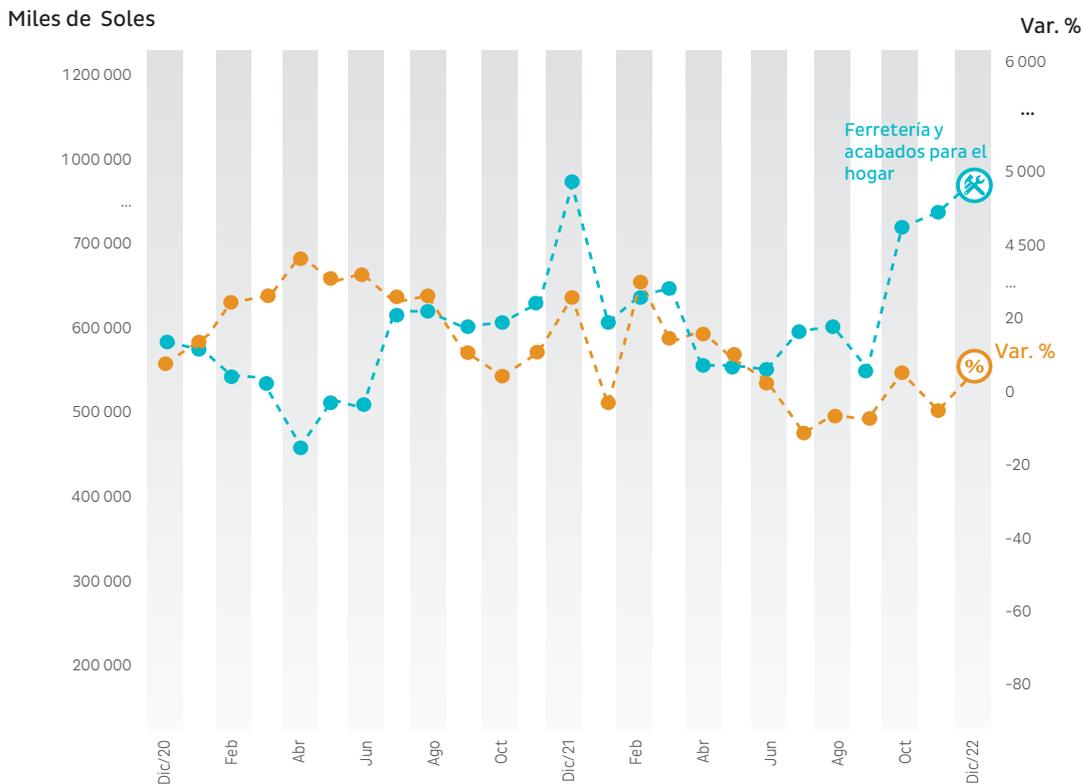


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE-Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Evolución y variación porcentual

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



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

Ventas de productos de equipamiento del hogar

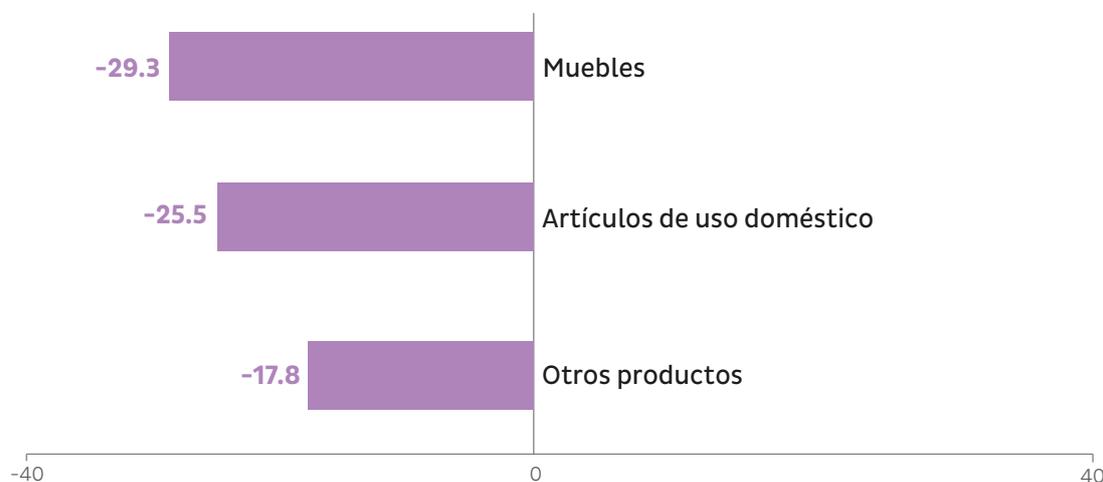
La actividad de equipamiento del hogar, por séptimo mes consecutivo sigue en terreno negativo y registra una disminución interanual de 24.6%. Ello responde a una caída en las ventas de muebles (-29.3%), artículos domésticos (productos tecnológicos) en -25.5%, productos diversos (-29.3%).

En el mes en referencia (diciembre 2022), la línea de productos diversos y artículos de uso doméstico fueron las que tuvieron una mayor participación en conjunto en las ventas (99.3%), mientras que, la línea de muebles registró un aporte de 0.7%.

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.

En los últimos 12 meses de 2022, se observa una tendencia bajista en las ventas de esta actividad, dado que fueron afectadas por la crisis económica internacional, la guerra en Europa, la lenta recuperación del comercio internacional, así como los efectos negativos de la inflación en el mercado local.

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

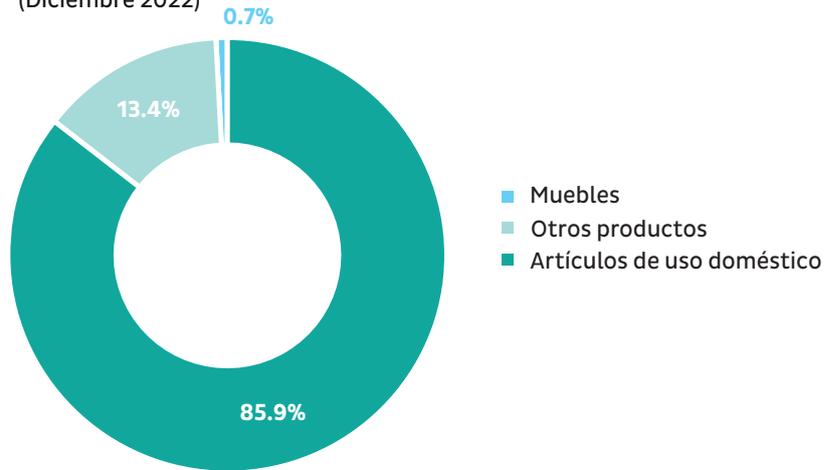


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Participación %

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

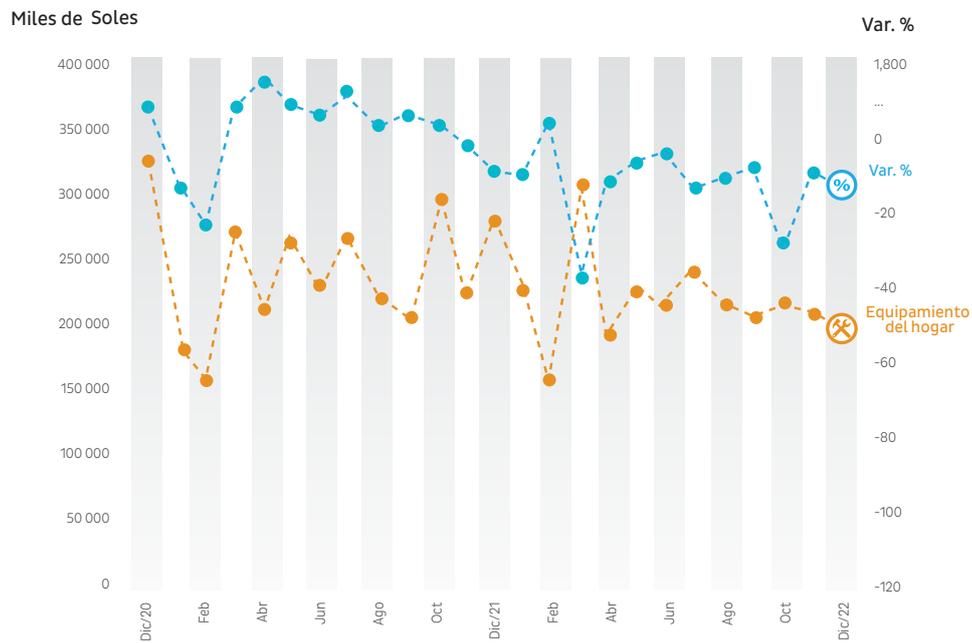


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Evolución y variación porcentual

Ventas internas para el equipamiento del hogar (Dic 2020 - Dic 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 14.6% en diciembre de 2022. Dicho incremento en las ventas de la actividad estuvo asociado principalmente al mayor expendio de productos farmacéuticos y medicinales (+15.8%), así como por el aumento en las ventas de productos de cuidado personal en (+10.2), principalmente de (cremas, champú, perfumes, joyas, etc.).

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 la línea de productos farmacéuticos y medicinales alcanzó el 80.2% sobre las ventas totales, la misma que tiene el impulso en la venta online y los nuevos

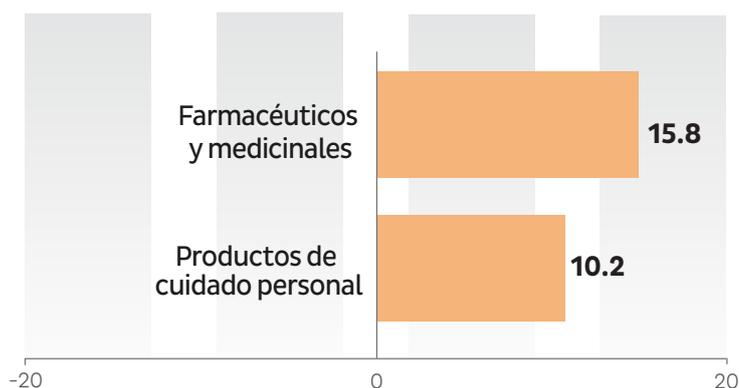
canales de distribución; mientras que el restante (19.8%) correspondió a la línea de productos de cuidado personal.

A lo largo del 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 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, Diciembre 2022 (Var.%)

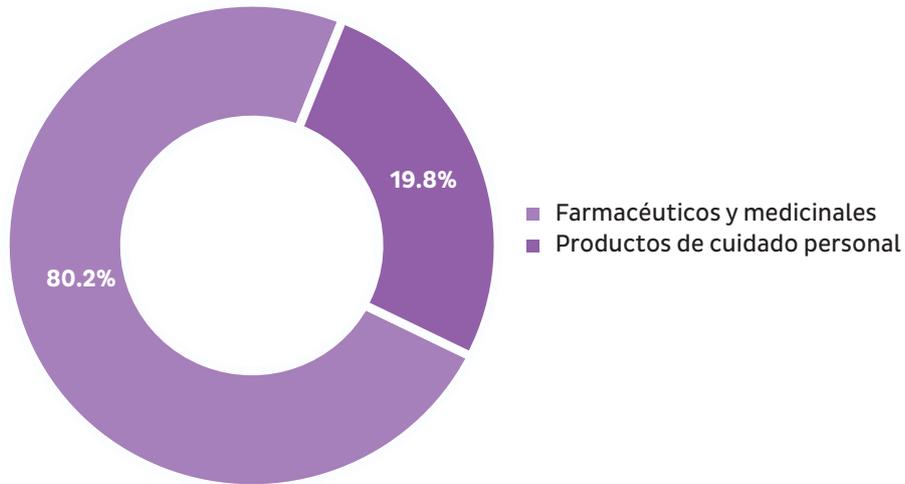


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Participación %

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

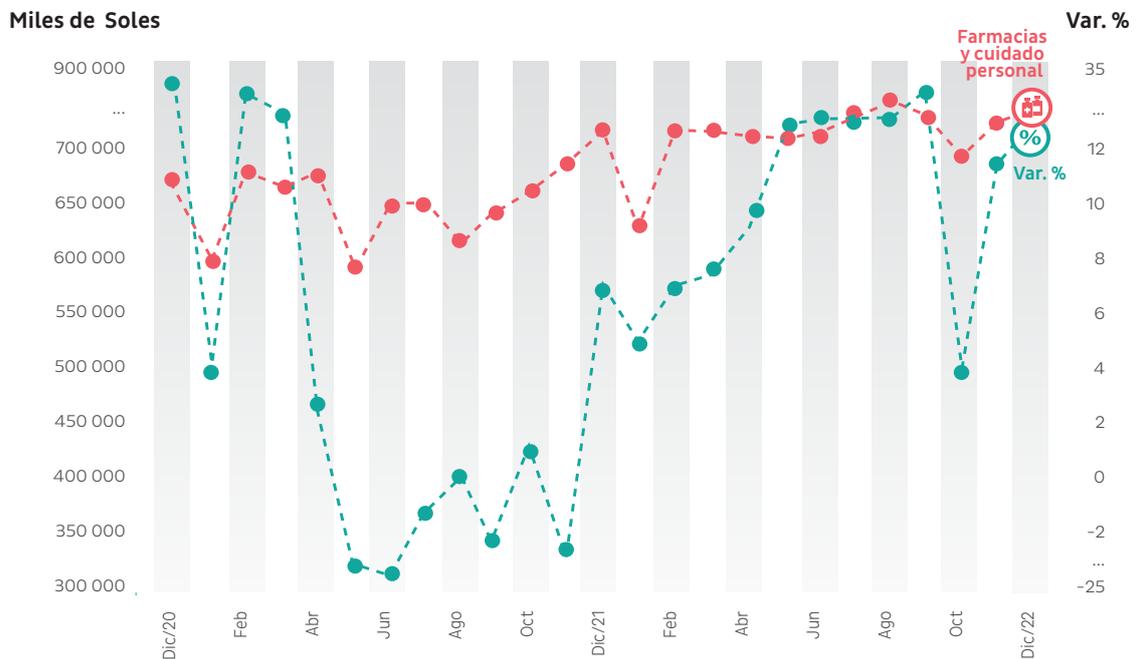


Fuente: Estadísticas de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Evolución y variación porcentual

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



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 diciembre de 2022, la venta de la actividad de libros, periódicos y artículos de papelería se mantuvo al alza. Así en este mes registró un importante incremento de 141.9% interanual. Dicho resultado se explica por la apertura las actividades relacionadas a esta actividad como son la de educación y servicios (oficinas, locales).

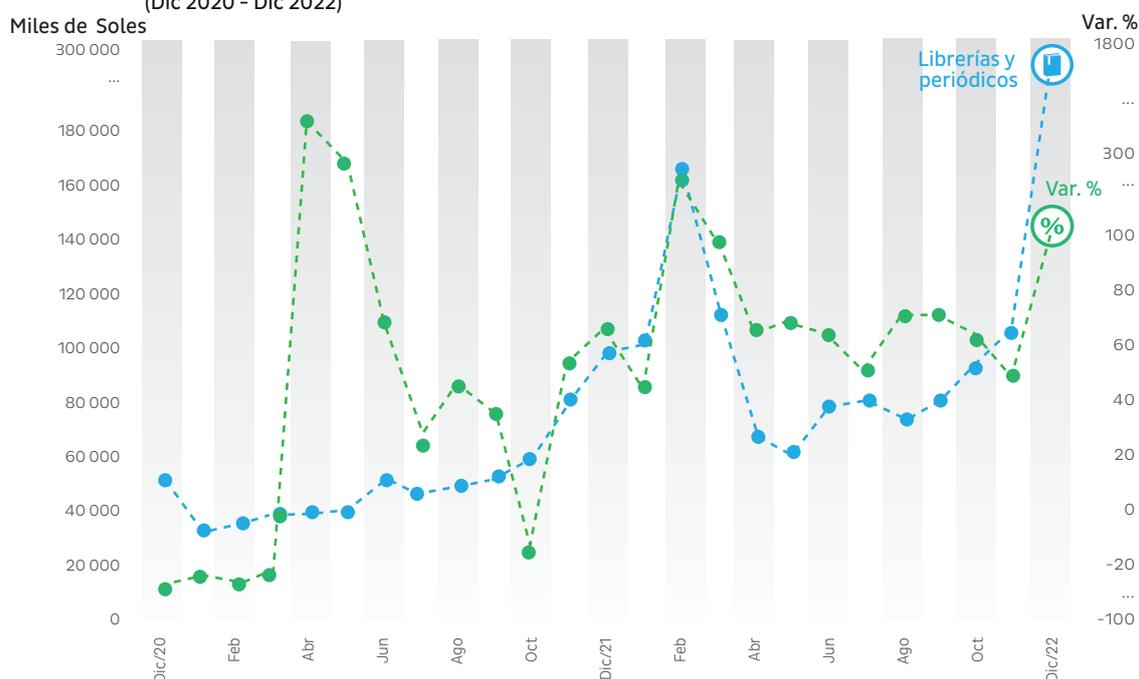
Entre las principales empresas que destacan en las ventas de esta actividad destacan: Distribuidora Navarrete, Ibero Librerías, Librerías Crisol y Tai Loy.



Evolución y variación porcentual

Ventas internas de libros, periódicos y artículos de papelería

(Dic 2020 - Dic 2022)



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

Desempeño crediticio en las Mipyme del sector comercio

El sistema financiero tiene por objetivo canalizar de manera eficiente recursos desde los agentes superavitarios (con capacidad de ahorro) hacia los agentes deficitarios (aquellos que necesitan financiamiento). En ese sentido, el sistema financiero constituye un componente fundamental que facilita el crecimiento de las economías a través de la dotación de recursos a los proyectos más innovadores. Esta asignación de recursos tendría como objetivo promover la producción de nuevos bienes y aplicar nuevas formas de producción y comercialización, Schumpeter (1912)¹. Inclusive los mercados crediticios más profundos también pueden impulsar innovaciones tecnológicas mediante la identificación, selección y financiamiento de emprendedores (Schumpeter, 1912; Levine, 1997).

En el sector empresarial resulta crucial disponer y acceder a las fuentes de financiamiento para aumentar el capital y sostener el crecimiento de la actividad económica que se lleva a cabo. En efecto, la importancia de las empresas Mipyme en la economía como generadoras de empleo y de tejido empresarial ha sido analizada en diferentes estudios desde hace varios años. Estos trabajos enfatizan la necesidad de encontrar fuentes alternativas de financiamiento que permita su formalización y crecimiento (IIMV)².

En este contexto, las Mipyme representan un segmento empresarial potencial para el acceso al crédito financiero, pues dicho segmento permite dinamizar y contribuyen al desarrollo económico del país. En efecto, una parte significativa de la población y de la economía dependen del desempeño de este segmento empresarial debido a su reconocida capacidad para generar empleo y su participación en la actividad productiva del país. Así, a partir de los datos de Sunat³ (2021), las Mipyme en el Perú representan el 99.5% del tejido empresarial, asimismo, aportan cerca del 31.2% del valor agregado nacional y generan el 91% del empleo en el sector privado⁴.

A nivel sectorial, las Mipyme juegan un rol importante en la economía, en particular, dentro del sector comercio

representan el 99.5% de las empresas formales en este sector. Es importante resaltar que, según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), en los últimos 5 años (2017 - 2021), el sector comercio ha mantenido un buen dinamismo que ha influido positivamente en el crecimiento del Producto Bruto Interno (PBI), con un crecimiento promedio anual de 1.6%, lo cual conllevó a alcanzar un crecimiento en el PBI nacional de 2.0%, en el periodo en referencia.

Bajo este contexto, el empuje y dinamismo que generan las Mipyme dentro del sector comercio se hace relevante dentro de la economía. A su vez, esto no sería posible en parte sin el crédito que se destinan a las Mipyme, principal fuente de financiamiento para el buen desempeño y dinamizar la actividad productiva. Así, de acuerdo con (Salloum & Vigier, 1997), a nivel de empresas, el financiamiento eficiente y efectivo ha sido reconocido como factor clave para asegurar que aquellas firmas con potencial genuino de crecimiento puedan expandirse y ser más competitivas.

En los últimos 5 años (2018-2022), los créditos otorgados a las Mipyme registraron un crecimiento de 8.3% en promedio anual, pasando de S/ 85,435 millones en 2018 a S/121,123 millones en 2022. Sin embargo, cabe mencionar que el mayor crecimiento de las colocaciones se registró en 2020 (40.6% de crecimiento), debido a la pandemia del Covid-19, por lo cual el gobierno tuvo que implementar programas de reactivación financiera en 2020-2021 ("Reactiva Perú", "Fondo de Apoyo Empresarial a las MYPE", "Fondo de Apoyo Empresarial para el Sector Turismo", entre otros), cuyo objetivo era apoyar a las empresas para que puedan acceder a créditos de capital de trabajo, y puedan cumplir de esta manera con sus obligaciones de corto plazo con sus trabajadores y proveedores de bienes y servicios.

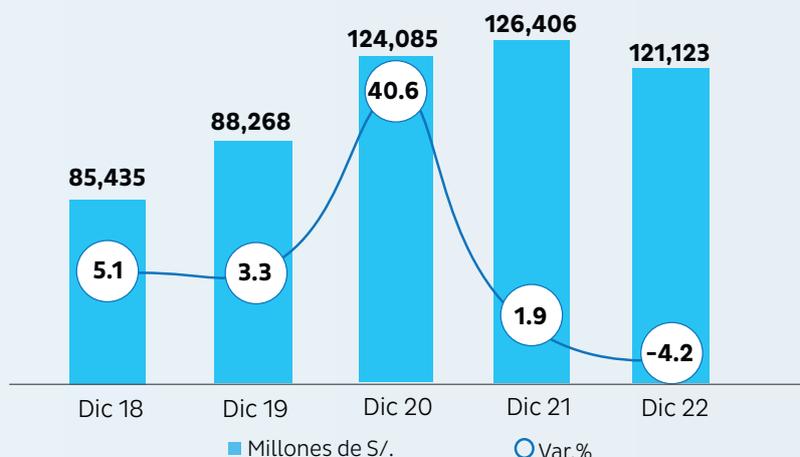
¹ Schumpeter, J. A. (1961). The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle (1912/1934).²

² Fundación Instituto Iberoamericano de Mercados de Valores (IIMV), (2017): La financiación de las micro, pequeñas y medianas empresas a través de los mercados de capitales en Iberoamérica.

³ Superintendencia Nacional de Administración Tributaria.

⁴ Información disponible según la Encuesta Nacional de Hogares del INEI y de la Encuesta Nacional de Empresas (ENE) 2019.

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



Fuente: SBS
Elaboración: Produce-Oficina de Estudios Económicos

En 2022, el saldo de créditos directos del sistema financiero otorgados a las empresas ascendió a S/. 417.3 mil millones. De dicho monto, los créditos corporativos representaron el 63.1% (S/. 263,4 mil millones). En relación al crédito corporativo, el sector comercio fue

el segundo sector después de servicios que concentró el mayor porcentaje de los créditos asignados por el sistema financiero (27.8%) con un monto de S/. 73,221 millones, tal como se aprecia en el siguiente gráfico.

Perú: Créditos otorgados por el sistema financiero según sector económico, 2022* (Porcentaje)



Nota: (*) Corresponden a los créditos empresariales.
Fuente: SBS
Elaboración: Produce-Oficina de Estudios Económicos

En el sector comercio, se estima que las Mipyme participaron con el 52.7% de los créditos corporativos del sistema financiero a diciembre de 2022. Cabe resaltar que, al interior de las Mipyme, el estrato de medianas empresas

fueron las que registraron una mayor participación en los créditos corporativos (27.2%), seguido de las pequeñas empresas (21.7%) y microempresas con 3.8%.

Participación de las colocaciones de las Mipyme en el sector comercio según tamaño empresarial, 2022* (Porcentaje)



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

A nivel departamental, los mayores créditos otorgados al segmento empresarial se registraron en Lima, alcanzando una participación de 55.2.0% en las colocaciones totales otorgados al sector privado. En contraste, Huancavelica es la región que concentra la menor cantidad de empresas Mipyme con menor acceso al crédito (0.1%).

Participación de los créditos de las Mipyme del sector comercio según departamento, 2022* (Porcentaje)



Lima
(55.2%)

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

Otras variables del sector

Personal Ocupado

En diciembre de 2022, el personal ocupado del sector de comercio interno disminuyó en 3.7% interanual, como resultado en la disminución en las contrataciones de personal en las actividades de supermercados e hipermercados (-4.9%), farmacias y boticas (-2.5%), ferreterías y acabados del hogar (-11.7%) y equipamiento del hogar (-5.5%). En contraste, se observa un incremento del nivel de empleo en las tiendas por departamento (+2.8%) y libros, periódicos y artículos de papelería (+26.7%).

Por tipo de empleo, disminuyeron las contrataciones del personal permanente en 5.4% interanual, mientras que el personal eventual aumentó en 2.8% interanual.

Según el tipo de género, el sector de comercio interno registró una disminución en la contratación del personal masculino (-15.5%): mientras que, en el género femenino se registró un incremento de 8.4%.



Personal ocupado

Número de personas según grupo y clase CIU (Diciembre 2022)

Actividad	Permanentes	Eventuales	Varones	Mujeres	Total	Var.%
Var. ^{1/} (%) Dic 22/ Dic 21	83.6	-41.2	322.4	361.9		
CIU ^{a/} Total	90,447	27,289	52,040	65,696	117,736	23.1
4711 Supermercados e Hipermercados	42,296	8,410	24,995	25,711	50,706	9.2
4719 Tiendas por departamento ^{2/}	14,063	6,736	8,746	12,053	20,799	48.6
4752 Ferreterías y acabados del hogar	15,129	189	9,246	6,072	15,318	-10.7
4759 Equipamiento del hogar	4,548	1,113	3,437	2,224	5,661	21.5
4761 Libros, periódicos y artículos de papelería	1,235	1,173	1,291	1,117	2,408	120.3
4772 Boticas y Farmacias	13,176	9,668	4,325	18,519	22,844	85.5

Notas:

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

1/ Variación porcentual respecto al mismo mes del año anterior.

2/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos.

Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)

Número de tiendas

En el mes en referencia, el número de locales del sector comercio interno ascendió a 5,068 establecimientos, cifra mayor en 1,093 locales, en comparación al total registrado en diciembre de 2021. Entre las actividades que aumentaron su cantidad de locales se tienen a: Farmacias y de cuidado personal (920 locales más), supermercados e hipermercados (179 locales más), ferreterías y acabados del hogar (13 locales más), libros, periódicos y artículos de papelería (11 locales más) y tiendas por departamento (6 locales más). En contraste, se observa una disminución en el número de locales de equipamiento del hogar (39 locales menos).



Número de tiendas

Según grupo y clase CIIU (Diciembre 2022)

CIIU ^{a/}	Actividad	Dic - 21	Dic- 22	Var.(%) Dic 22/21
4711	Tiendas supermercados e hipermercados	1,460	1,639	12.3
4719	Tiendas por departamento ^{1/}	178	184	3.4
4752	Ferreterías y acabados del hogar	132	148	12.1
4759	Equipamiento del hogar	345	306	-11.3
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	139	150	7.9
4772	Farmacias y cuidado personal	1,721	2,641	53.5

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