



PERÚ

Ministerio
de la Producción

Oficina de Estudios Económicos

Marzo 2023

**Boletín de
Comercio Interno**

Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

BOLETÍN DE COMERCIO INTERNO

GRANDES ALMACENES, SUPERMERCADOS Y TIENDAS ESPECIALIZADAS

Editado por:

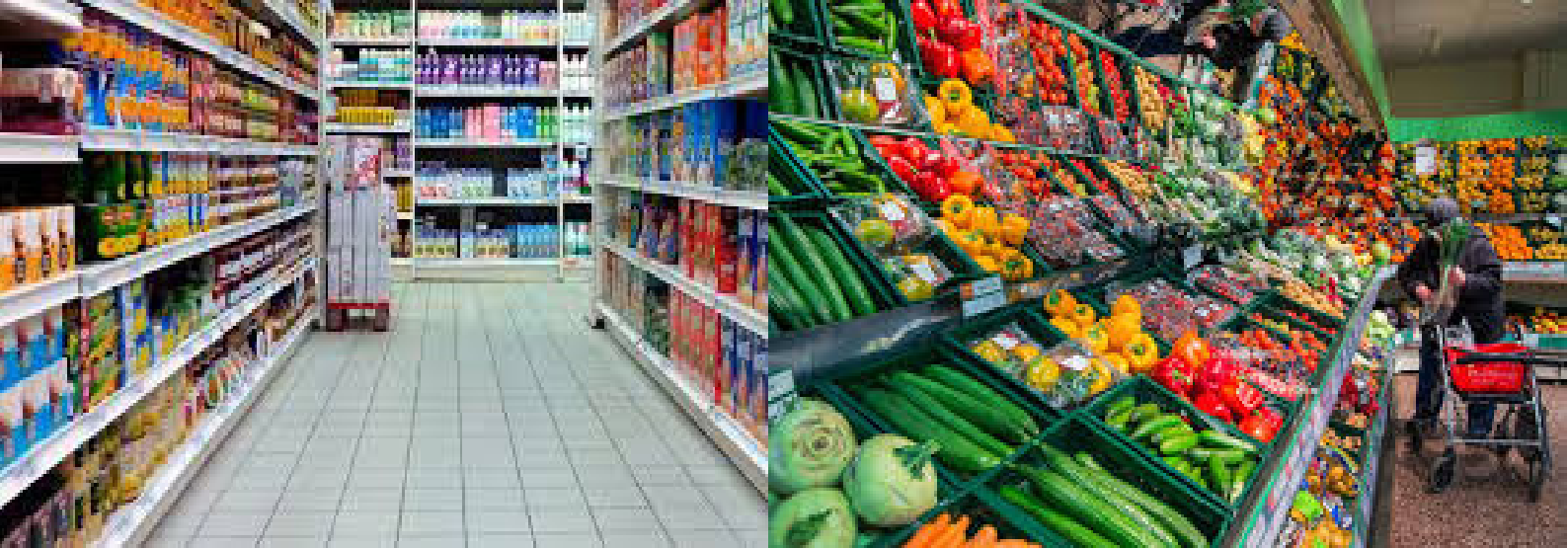
MINISTERIO DE LA PRODUCCIÓN

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

www.produce.gob.pe

1era Edición, Marzo 2023

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 | Marzo 2023

Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Introducción	3
Producción total versus sector comercio	4
Desempeño de actividades	5
Desempeño de la fuerza laboral en el comercio minorista durante el 2022	16
Otras variables del sector	19
Número de tiendas	20

Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Boletín Estadístico – Marzo 2023

Introducción

En marzo de 2023, las ventas del sector comercio interno¹ aumentaron en 2.4% interanual, como resultado del desempeño positivo registrado en algunas actividades que componen este sector, tales como: supermercados e hipermercados (+4.7%), farmacias y boticas (+5.9%), y libros, periódicos y artículos de papelería (+64.6%). En contraste, este resultado fue atenuado parcialmente por el comportamiento negativo registrado por las ventas en la actividad de tiendas por departamento (-6.6%), ferreterías y acabados (-2.2%) y equipamiento del hogar (-25.6%).

Con este resultado, en el acumulado de enero a marzo de 2023, las ventas del comercio interno reportaron un avance de 1.4%, con relación al mismo periodo de 2022. Este desempeño positivo se debe a una recuperación en las ventas de productos de consumo masivo.

Entre las actividades que más crecieron e incidieron en el resultado positivo del sector el primer trimestre de 2023 se tienen a: Libros, periódicos y artículos de papelería (+60.2%), Farmacias y boticas (+2.4%), Supermercados e hipermercados (+2.3%) y Tiendas por departamento (+2.2%).



Ventas internas^{1/}

Según grupo y clase CIU, Marzo 2022 - Marzo 2023
(Millones de soles a precios corrientes)

CIU ^(a)	Actividad	Mar-22 ^(b)	Mar-23 ^(b)	Var. (%) Mar (23/22)
	Total	4,332.2	4,438.2	2.4
4711	Supermercados e hipermercados ^{2/}	1,867.8	1,955.9	4.7
4719	Tiendas por departamento ^{3/}	658.4	614.7	-6.6
4752	Ferreterías y acabados para el hogar	654.4	640.2	-2.2
4759	Equipamiento del hogar	268.9	200.1	-25.6
4772	Farmacias y cuidado personal	725.2	767.9	5.9
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	157.5	259.3	64.6

Notas:

(a) Clase CIU (cuatro dígitos en Rev.4)

(b) Cifras sujetas a reajuste.

1/ Las ventas de comercio interno corresponden a Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas y representan aproximadamente el 98.5% del total; sin incluir las ventas al por menor de combustibles de la actividad CIU 4730.

2/ La CIU 4711 considera también a las tiendas de conveniencia.

3/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones con variedad de productos.

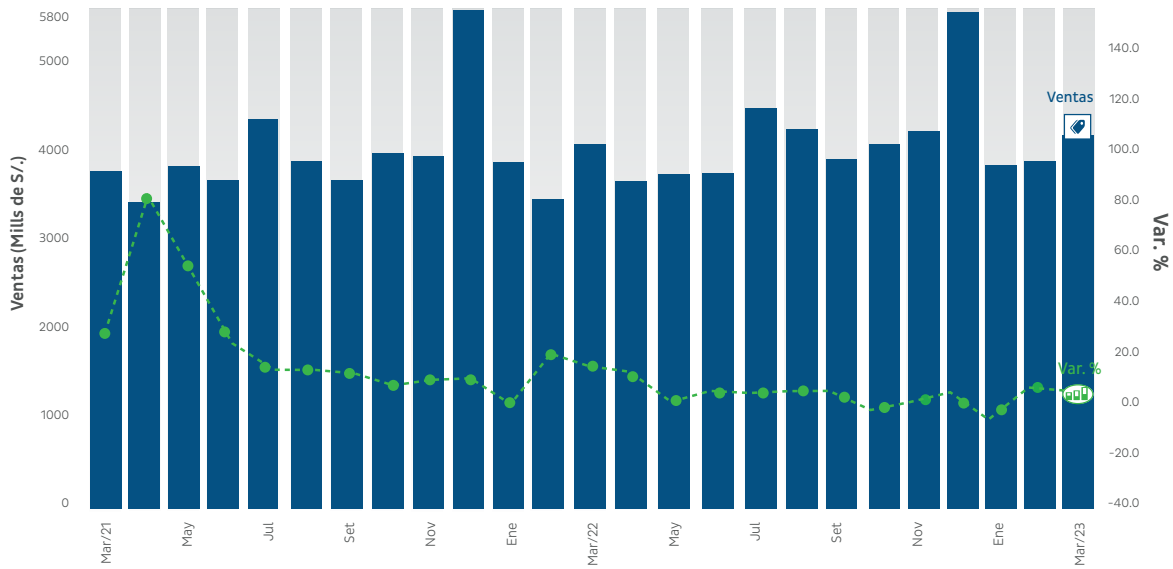
Fuente: Estadística mensual de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE-Oficina de Estudios Económicos (OEE)

¹ En el presente boletín, las ventas del comercio interno se aproximan como las ventas de los grandes almacenes, supermercados y tiendas especializadas, agregando las actividades de las clases CIU 4711, 4719, 4752, 4759, 4772 y 4761 de revisión 4.



Valor y variación porcentual de las ventas internas^{1/}

(Marzo 2021 - Marzo 2023)



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

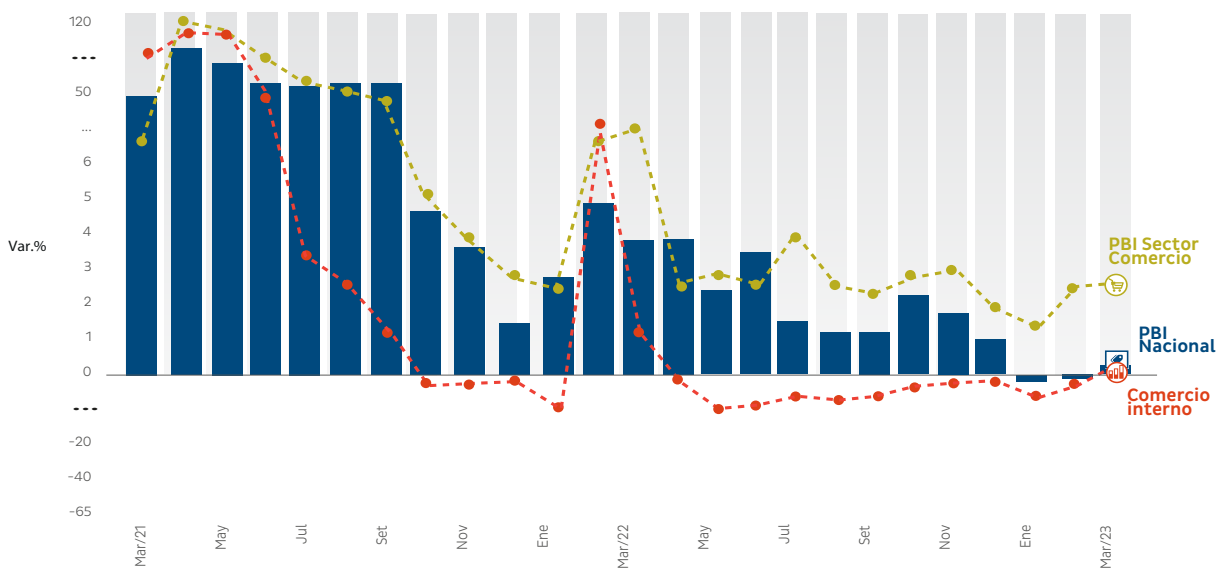
Producción total nacional versus sector comercio

En marzo de 2023, el PBI nacional registra un desempeño positivo (+0.2% interanual). En esa misma línea, el sector comercio registró un incremento interanual de 3.0%; debido a los buenos resultados de los subsectores de comercio mayorista y minorista. En efecto, en este mes dichos subsectores registraron un incremento de 3.1% y 2.6% interanual, respectivamente.



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

(Marzo 2021 - Marzo 2023)



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 supermercados e hipermercados

En marzo de 2023, las ventas de la actividad de supermercados e hipermercados tuvieron una variación interanual positiva de +4.7%. Es una de las actividades con mayor participación en este sector y, en este mes registró un incremento de la demanda de productos esenciales de consumo masivo por parte de las familias.

Entre las principales líneas de productos con incremento en la facturación se tienen: alimentos (+16.6%), bebidas y tabaco (+18.4%) y farmacéuticos y cosméticos (+16.0%).

En este mes las líneas de alimentos, artículos de uso doméstico, bebidas y tabaco y otros productos, concentraron el 86.1% del valor total de las ventas en la actividad de supermercados e hipermercados. Mientras que, el restante (13.9%) correspondió a los productos de prendas de vestir y calzado, y productos farmacéuticos y cosméticos.

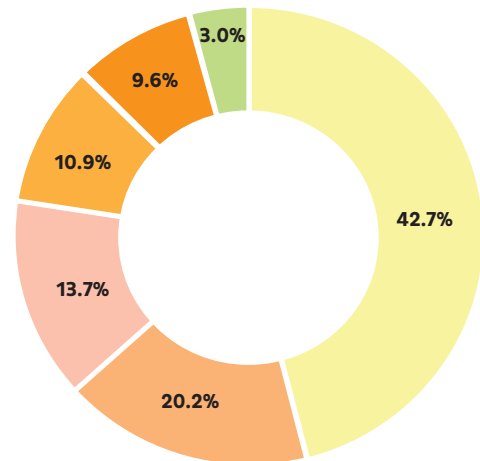
Entre las principales empresas con mayor incidencia en esta actividad según sus niveles de ventas destacan: Supermercados Peruanos, Cencosud Retail Perú, Hipermercados Tottus y Makro Supermayorista.

En los dos últimos meses del año 2023, las ventas en los supermercados e hipermercados dan señales de recuperación, luego de la caída experimentada en enero de 2023.



Participación %

Líneas de productos en tiendas de supermercados^{1/} e hipermercados (Marzo 2023)



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

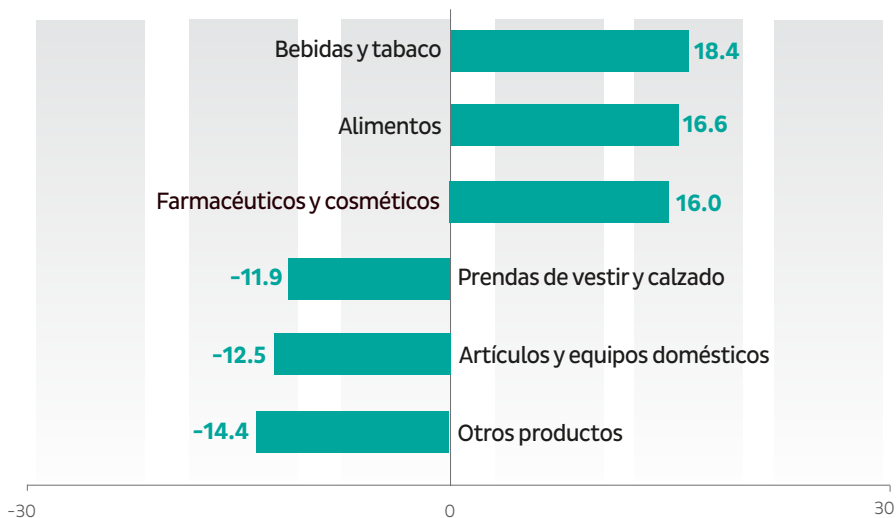
Nota: 1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos.

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/}, Marzo 2023 (Var.%)



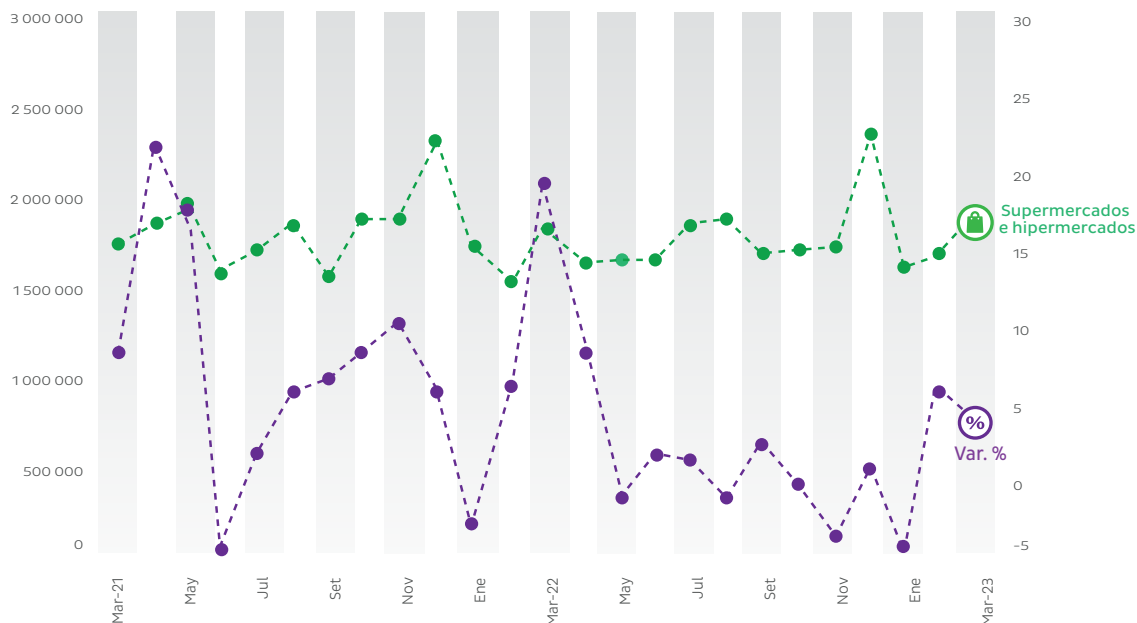
Nota: 1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos.
 Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
 Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Evolución y variación porcentual

Ventas internas de supermercados e hipermercados (Marzo 2021 - Marzo 2023)

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 marzo de 2023, las ventas de la actividad de tiendas por departamento registran una disminución de -6.6% respecto al mismo mes del año anterior, como resultado de las menores ventas de la línea de prendas de vestir y calzado (-1.6%), artículos de uso doméstico (-16.3%) y muebles (-15.3%). En contraste, este desempeño fue atenuado parcialmente por el incremento de farmacéuticos y cosméticos (+41.9%) y productos diversos (+16.5%). Las ventas en esta actividad aún registran una baja demanda, principalmente, lo relacionado a la decoración del hogar.

Cabe indicar que, en este mes las líneas de artículos de uso doméstico, prendas de vestir y calzados, concentraron en su conjunto el 91.0% del valor de ventas de la actividad de tiendas por departamento. Ello debido a las ofertas intensivas para la compra de prendas de vestir. En tanto, el restante (9.0%) 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.

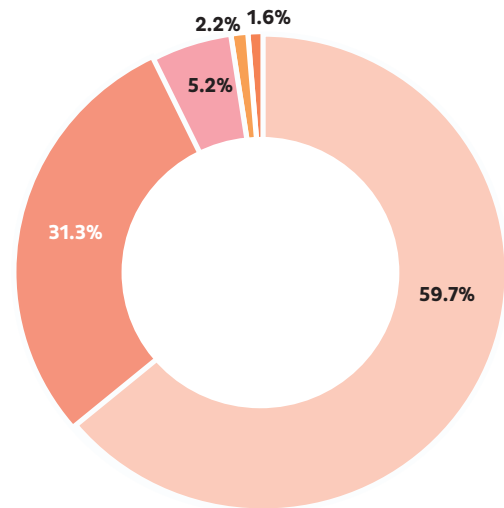
En la serie histórica de ventas de la actividad de tiendas por departamento, se observa resultados mixtos, en ello habría incidido los conflictos sociales y las anomalías climáticas por el evento del Niño Costero.



Participación %

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

(Marzo 2023)



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

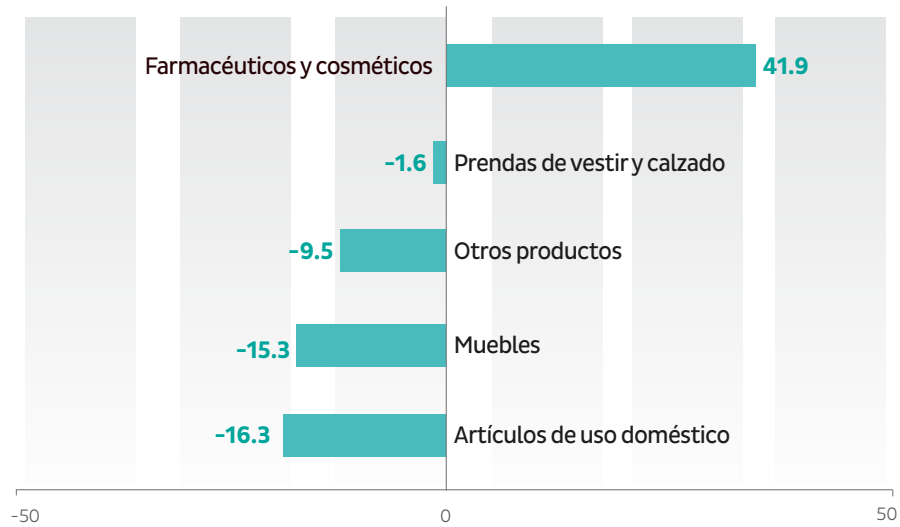
Nota: 1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos.

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/}, Marzo 2023 (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)

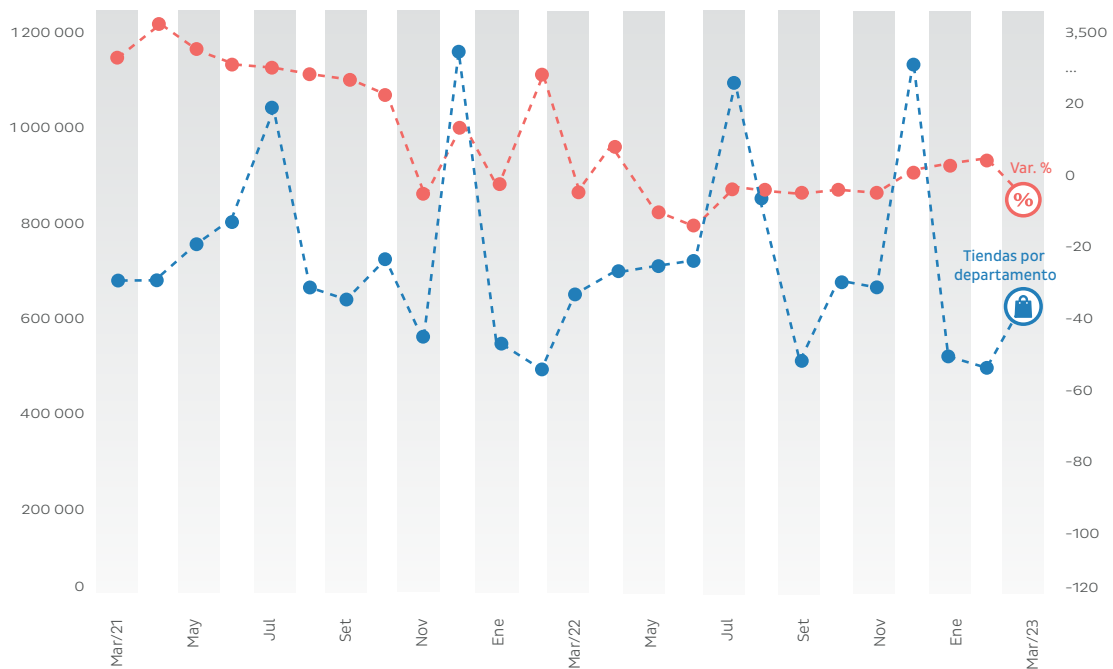


Evolución y variación porcentual

Ventas internas de tiendas por departamento¹
(Marzo 2021 - Marzo 2023)

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 marzo del 2023, esta actividad en este mes experimenta una disminución de -2.2%, con respecto a similar mes del año 2022. Dicho resultado responde a una disminución en las ventas de productos diversos (-17.4%), artículos de uso doméstico (-5.0%) y muebles (-24.7%), debido a una reducción en la ejecución de obras públicas y privadas que incidieron en la menor actividad productiva e inversiones. En contraste, la línea de artículos de ferretería registró un incremento de 15.0%.

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 (88.4%), mientras que, en menor medida, destacó la línea de artículos de uso doméstico, muebles y repuestos y accesorios, con una participación del 11.2%.

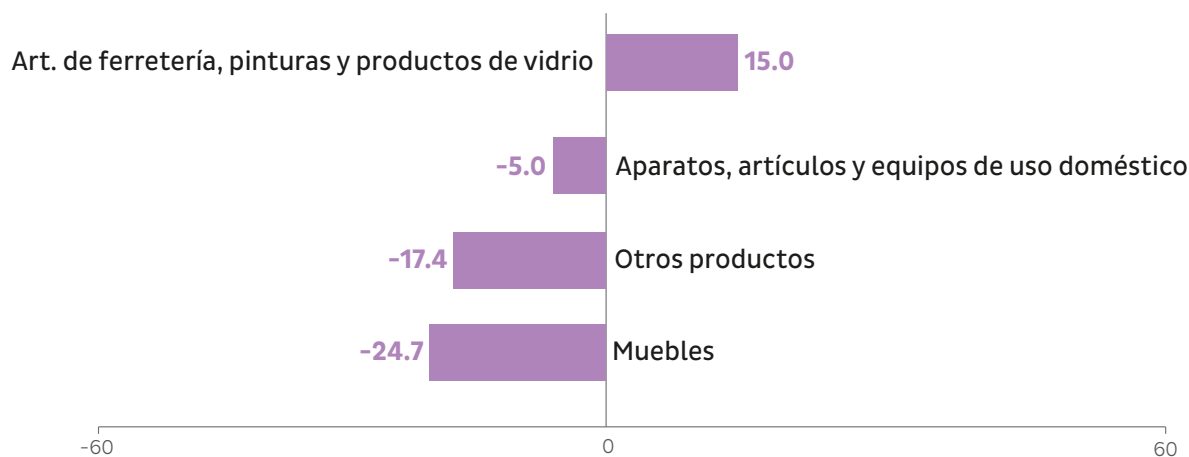
Entre las principales empresas que destacan en esta actividad por su mayor incidencia en las ventas tenemos a: Maestro Homecenter, Promart Homecenter, y Cemento y Acero.

El desempeño de las ventas de la actividad en el periodo de enero 2022 a marzo 2023, se observa que desde julio del 2022 viene mostrando resultados negativos, ello debido a una reducción de la actividad productiva del sector construcción (obras de remodelación y nuevas construcciones); solo en diciembre de 2022 experimentó un resultado positivo (+3.4%).



Venta por líneas de productos

Ferreterías y acabados para el hogar, Marzo 2023 (Var.%)

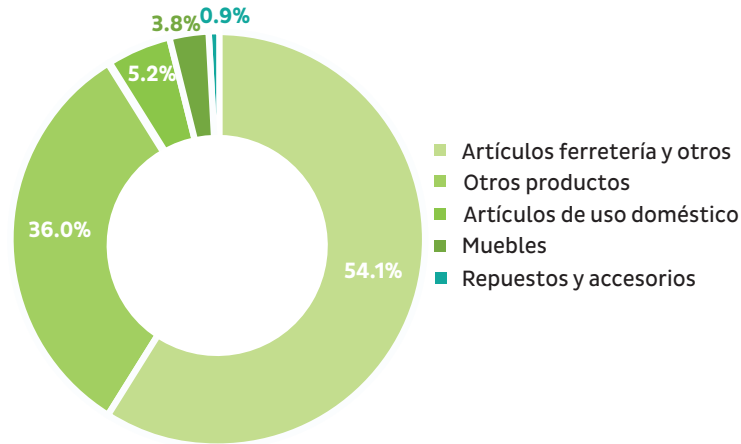


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Participación %

Líneas de productos de ferreterías y acabados para el hogar (Marzo 2023)

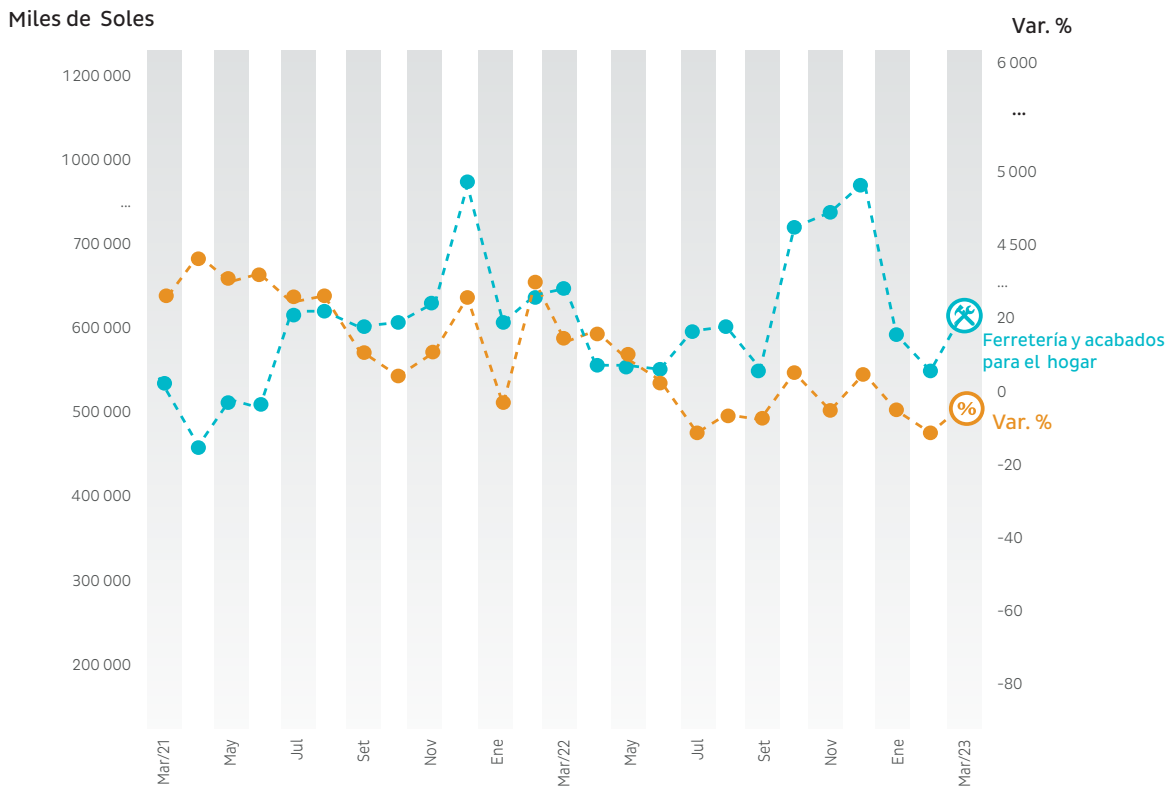


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Evolución y variación porcentual

Ventas internas de ferreterías y acabados para el hogar (Mar 2021-Mar 2023)



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

Ventas de productos de equipamiento del hogar

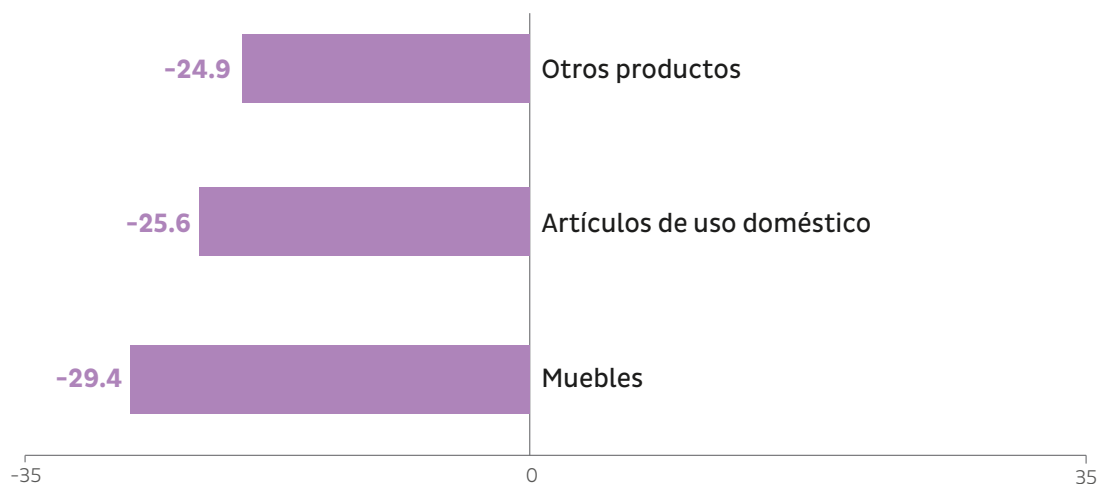
La actividad de equipamiento del hogar, por onceavo mes consecutivo sigue en terreno negativo; en marzo de 2023, registró una disminución interanual de -25.6%. Ello responde a una caída en las ventas de muebles (-29.4%) y artículos domésticos (productos tecnológicos) en -25.6% y la línea de productos diversos (-24.9%).

En el mes en referencia (marzo 2023), 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.

Durante el periodo analizado de enero 2022 a marzo 2023, a partir de mayo de 2022 aún esta actividad no da señales de recuperación. El alza de precios de los productos de la canasta básica incide en la priorización del gasto de los hogares por los alimentos y necesidades básicas.

Venta por líneas de productos Equipamiento del hogar, Marzo 2023 (Var.%)

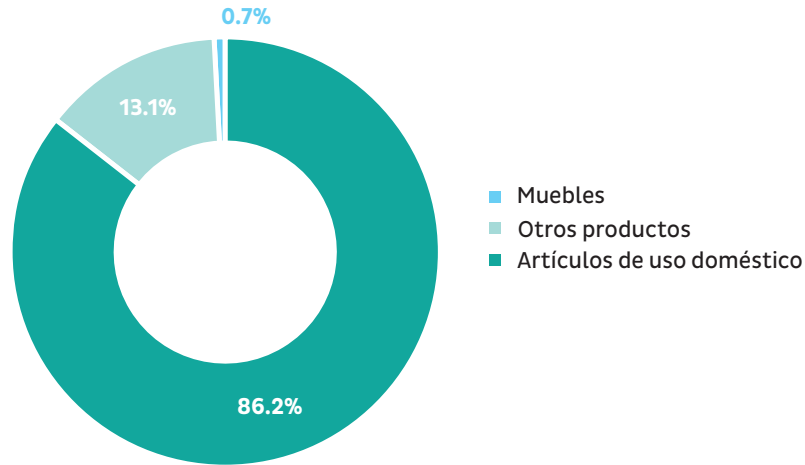


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Participación %

Líneas de productos para el equipamiento del hogar
(Marzo 2023)

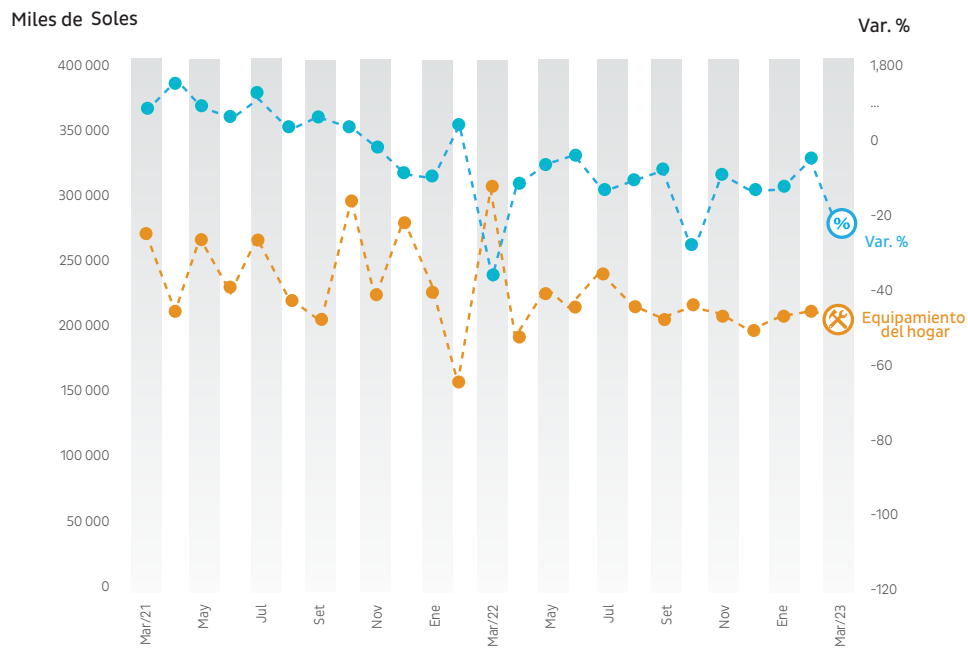


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Evolución y variación porcentual

Ventas internas para el equipamiento del hogar (Mar 2021-Mar 2023)



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 de +5.9% en marzo de 2023. Dicho aumento en las ventas de la actividad estuvo asociado principalmente al mayor expendio de productos farmacéuticos y medicinales (+7.6%), pese a haber sido atenuado por la disminución en las ventas de productos de cuidado personal en (-1.7), principalmente de (cremas, champú, perfumes, joyas, etc.).

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 marzo del 2023 la línea de productos farmacéuticos y medicinales alcanza el 82.7% sobre las ventas totales, la misma que tiene el impulso en la venta

online y los nuevos canales de distribución. Mientras que, el otro restante (17.3%) correspondió a la línea de productos de cuidado personal.

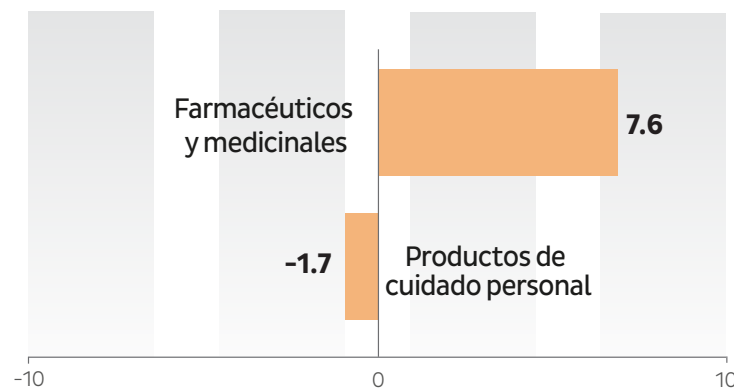
Entre enero de 2022 y marzo de 2023, se observa que en 2022 el nivel de ventas de la actividad de productos farmacéuticos y cuidado personal mantuvo una tendencia positiva, a excepción de agosto donde experimentó una caída de 5.2%.

El desempeño positivo registrado por la actividad está asociado a las nuevas estrategias multiformato y multicategoría, adoptadas por las principales cadenas de farmacias (MiFarma e Inkafarma) que impulsaron las ventas de los productos de cuidado personal, alimentos para bebés, entre otros.



Ventas por líneas de productos

Farmacéuticos y de cuidado personal, Marzo 2023 (Var.%)

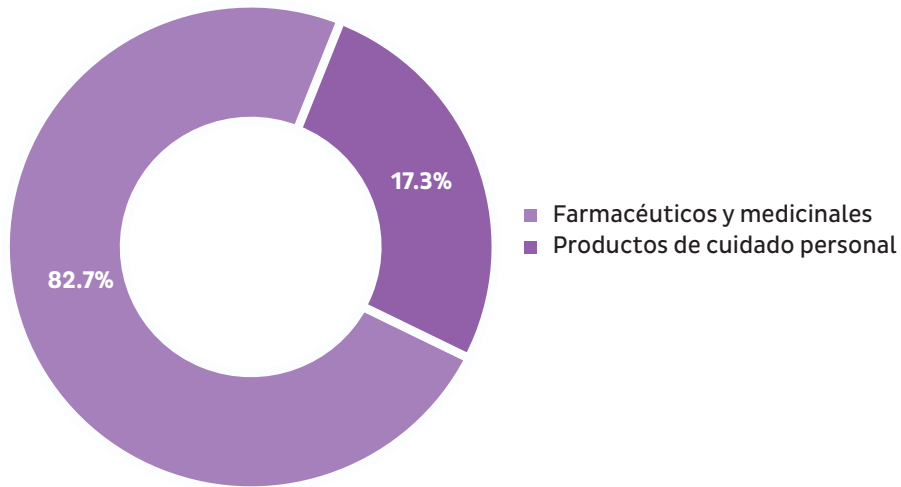


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Participación %

Líneas de productos farmacéuticos y de cuidado personal (Marzo 2023)

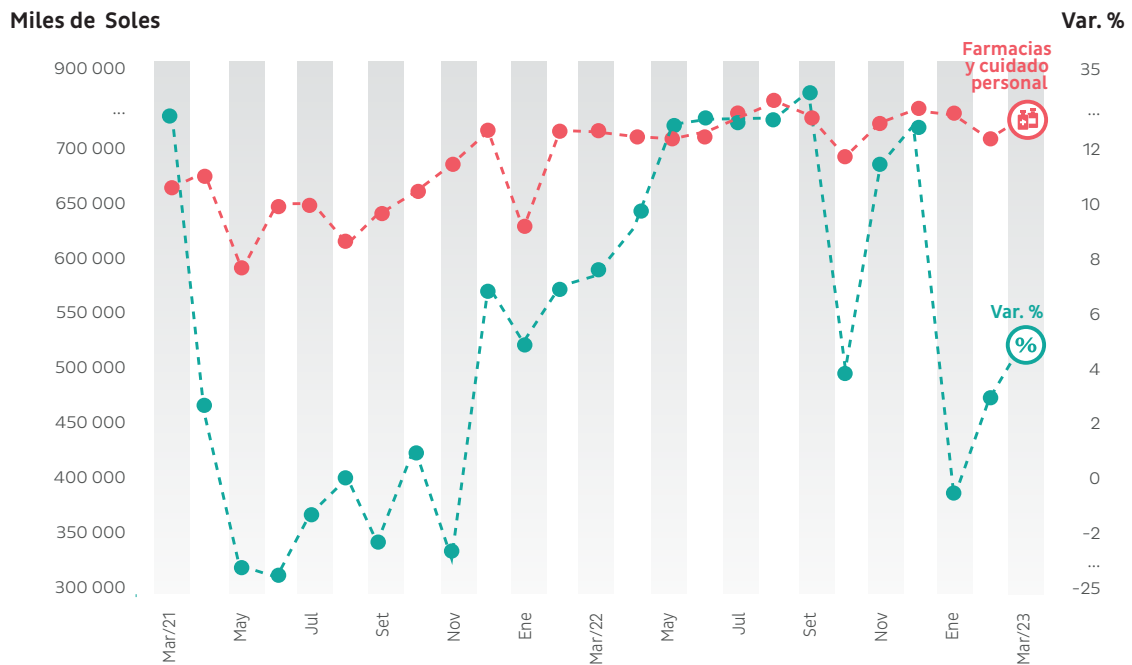


Fuente: Estadísticas de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Evolución y variación porcentual

Ventas internas de farmacias y productos de cuidado personal (Mar 21-Mar 23)



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 marzo de 2023, la venta de la actividad de libros, periódicos y artículos de papelería sigue en alza, este mes registró un importante incremento de 64.6% interanual. Este resultado viene siendo explicado por el inicio de la campaña escolar y labores presenciales dejando atrás el confinamiento producto de la pandemia del COVID-19.

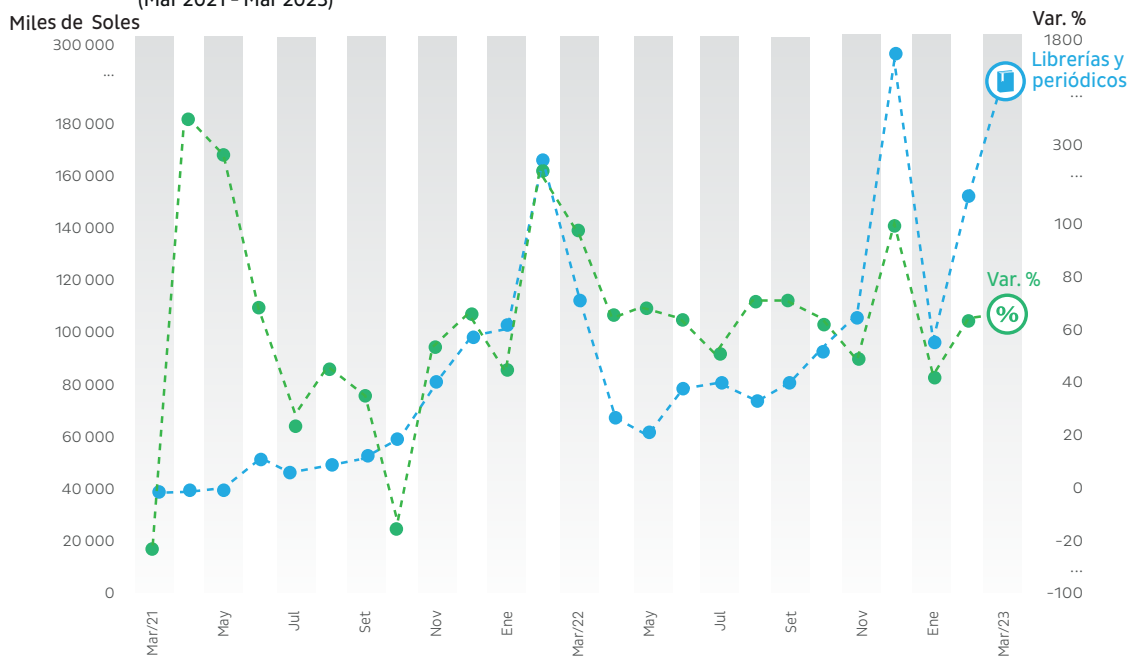
Entre las principales empresas que destacan en las ventas de esta actividad tenemos a: Distribuidora Navarrete, Ibero Librerías, Librerías Crisol y Tai Loy.



Evolución y variación porcentual

Ventas internas de libros, periódicos y artículos de papelería

(Mar 2021 - Mar 2023)



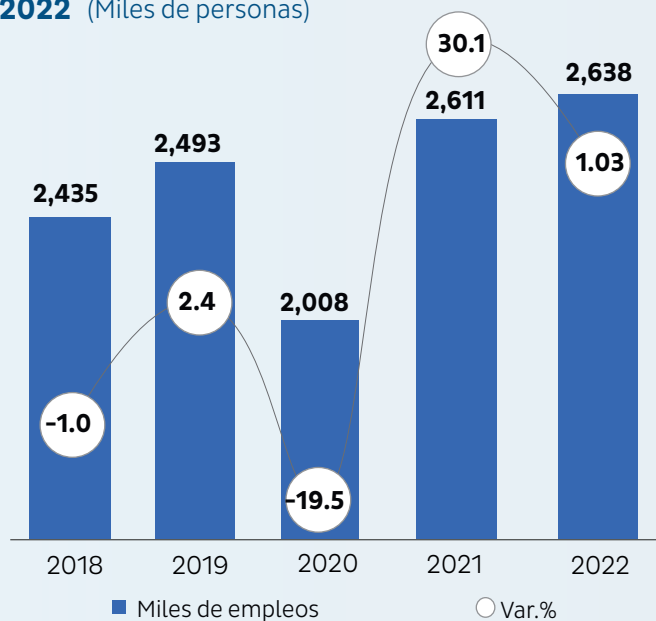
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)

Desempeño de la fuerza laboral en el comercio minorista durante el 2022

El comercio en el Perú, es uno de sectores más importantes en la economía nacional. Dicho sector contribuye con el 10.4% en el Producto Bruto Interno Nacional y es el tercer sector que demanda el mayor nivel de empleo, después del sector servicios y agropecuario. El último año, la Población Económicamente Activa (PEA) ocupada en el Perú ascendió a 17.8 millones de personas, cifra de la cual la actividad de comercio concentró el 19.4% y fue mayor en 3.4%, en relación al año previo, según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). Este resultado es explicado por la recuperación de la demanda interna (2.3%) y las medidas de reactivación económica.

El comercio minorista que representa a una parte del sector comercio, representa a uno de los subsectores más dinámicos en la economía. Tal es así que en el último quinquenio (2018-2022) las ventas totales del comercio minorista¹ crecieron a una tasa promedio anual de 9.4%, según cifras de la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT). Asimismo, este subsector generó alrededor de 2.6 millones de puestos de trabajo en 2022, lo que representó el 14.9% de la PEA ocupada a nivel nacional y el 76.5% del empleo en el sector comercio. Además, el nivel de empleo de este subsector reportó un ligero crecimiento de 1.03% con respecto al 2021, según la Encuesta Nacional de Hogares (ENAH)².

Perú: Evolución de la PEA ocupada del comercio minorista, 2018-2022 (Miles de personas)



* Cifras sujetas a reajuste

Fuente: INEI-ENAH

Elaboración: PRODUCE-Oficina de Estudios Económicos

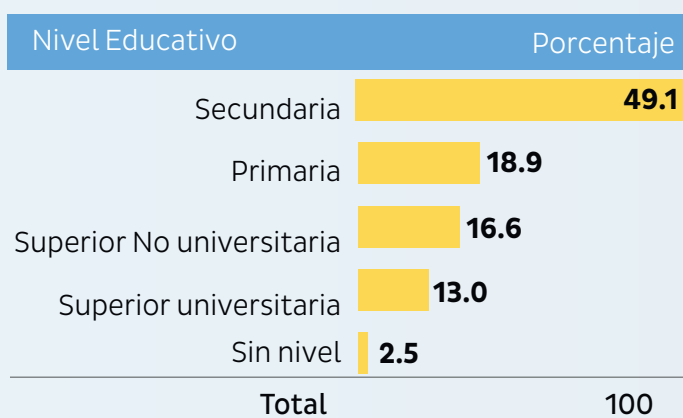
Es importante resaltar que, en 2022, la PEA ocupada del comercio minorista representó la mayor fuerza laboral dentro de la actividad del comercio (76.5% de la PEA ocupada del sector comercio nacional), seguido por la actividad del comercio al por mayor (14.1%), y de las ventas, mantenimiento y reparación de vehículos (9.4%).

Por otro lado, en este subsector existe una mayor participación de las mujeres, representan el 70.4% de la fuerza laboral; mientras que los hombres representaron la tercera parte (29.6%). Asimismo, por nivel educativo, el 68.0% de los trabajadores que conforman la PEA del comercio minorista tienen principalmente educación primaria y secundaria; mientras que, solo el 32.0% tienen educación superior.

¹ Corresponde a la División 47: Ventas al por menor, contempladas en la Clasificación Industrial Internacional Uniforme-CIIU, en revisión 4.

² Encuesta Nacional de Hogares Trimestral del año 2022.

PEA ocupada del comercio minorista según nivel educativo, 2022 (%)



Fuente: INEI-ENAHO
Elaboración: PRODUCE-Oficina de Estudios Económicos

A nivel regional en 2022, la PEA ocupada del comercio minorista registró un mayor dinamismo e incremento en las regiones de La Libertad (24.0%), Áncash (16.4%), Lima (12.8%), Puno (11.9%), entre otros; sin embargo, en relación a la participación en la PEA del comercio minorista, la región Lima concentra el 35.6%; mientras que, las otras regiones poseen una menor participación en comparación con Lima, tal como se muestra en el siguiente cuadro.

Dinamismo de la PEA ocupada del comercio minorista según principales regiones, 2022

Departamento	(Var.% 22/21)	Part. % 2022
Lima	12.8	35.6
Piura	6.2	5.9
La Libertad	24.0	5.8
Lambayeque	4.1	4.4
Arequipa	-14.1	4.4
Cusco	-14.0	4.3
Puno	11.9	4.1
Callao	3.1	3.9
Loreto	-4.1	3.6
Áncash	16.4	3.4

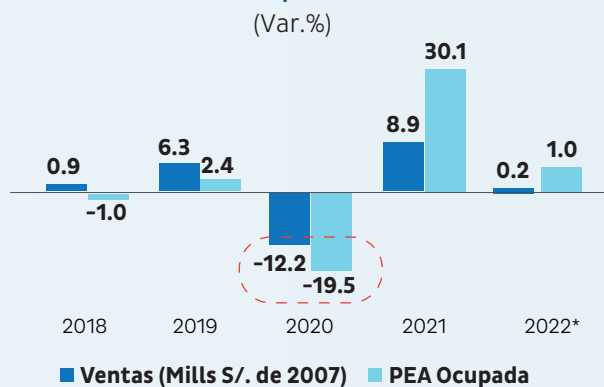
Fuente: INEI-ENAHO
Elaboración: PRODUCE-Oficina de Estudios Económicos

La productividad laboral es un indicador económico importante, estrechamente vinculado al crecimiento económico, la competitividad, los salarios y el nivel de desarrollo de un país. El crecimiento económico puede atribuirse al aumento de la ocupación, o a un mayor rendimiento del trabajo de quienes están ocupados, es decir un aumento de la productividad laboral (CEPAL,2021³).

La productividad laboral⁴ del comercio minorista ha registrado una ligera tendencia a la baja en los últimos cinco años (2018-2022); sin embargo, dicha tendencia se ha visto atenuada por el impulso del sector retail, en particular, por las mayores ventas de las tiendas por departamento y supermercados, debido a la implementación de diversas estrategias de ofertas y promociones a fin de captar un mayor número de clientes.

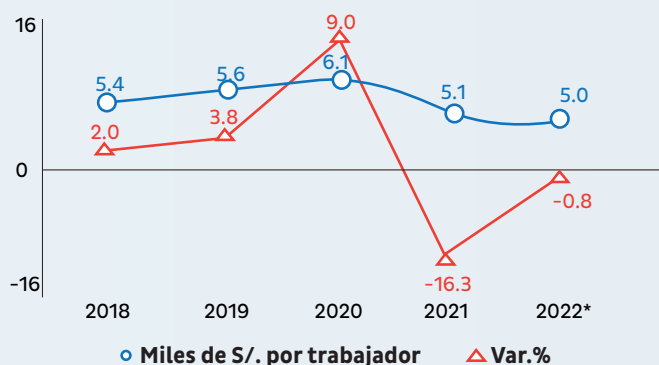
En efecto, en 2020 la productividad fue una de las más altas (6.1 miles de soles por trabajador), como resultado de la alta demanda por productos de primera necesidad en el contexto de la pandemia del Covid-19, lo que conllevó a un aumento en los canales de distribución online y delivery de muchos otros productos que demandan los hogares. No obstante, ésta se redujo a 5.1 miles de soles por trabajador en 2021 con un retroceso de 16.3%. En tanto, el 2022, la productividad todavía muestra un ligero retroceso al registrar una caída de 0.8%, pero manteniéndose aún alrededor de 5.0 miles de soles por trabajador, debido al bajo crecimiento registrado en las ventas minoristas (0.2%) y por tanto en el nivel de empleo (1.03%).

Dinamismo del VAB y la PEA del comercio minorista, 2017-2021



* Información en base a la PEA estimada para el 2022
Fuente: Sunat, INEI-ENAH0
Elaboración: PRODUCE-Oficina de Estudios Económicos

Evolución de la productividad laboral en la actividad del comercio minorista**



* Información en base a la PEA estimada para el 2021
** Indicador calculado entre el VAB y PEA ocupada de Comercio Minorista
Fuente: Sunat, INEI-ENAH0
Elaboración: PRODUCE-Oficina de Estudios Económicos

³ CEPAL (2021). La especialización sectorial, un determinante clave de la brecha de productividad entre Mipymes y grandes empresas, Caso de México.

⁴ La productividad laboral se calcula como el ratio de VAB y PEA ocupada.

Otras variables del sector

Personal Ocupado

En marzo de 2023, el personal ocupado del sector de comercio interno disminuyó ligeramente en 4.2% interanual. Ello debido a la coyuntura económica que vive el país (crecimiento bajo e inflación) a la disminución en las contrataciones de personal en las actividades de supermercados e hipermercados (-7.4%), tiendas por departamento (-0.8%), farmacias y boticas (-2.3%), ferreterías y acabados del hogar (-4.5%) y equipamiento del hogar (-2.5%). En contraste, se observa un incremento del nivel de empleo en la actividad de libros, periódicos y artículos de papelería (+12.8%).

Por tipo de empleo, disminuyeron las contrataciones del personal permanente en (-6.2% interanual), mientras que el personal eventual aumentó en (+3.1% interanual).

Según el tipo de género, el sector de comercio interno registró una disminución en la contratación del personal masculino en (-15.9%), mientras que en el género femenino registra un incremento de +7.7%.



Personal ocupado

Número de personas según grupo y clase CIU (Marzo 2023)

Actividad	Permanentes	Eventuales	Varones	Mujeres	Total	Var.%
Var. ^{1/} (%) Mar 23/ Mar 22	-6.2	3.1	-15.9	7.7		
CIU ^{a/} Total	86,584	25,883	49,840	62,627	112,467	-4.22
4711 Supermercados e Hipermercados	38,707	8,493	23,289	23,911	47,200	-7.4
4719 Tiendas por departamento ^{2/}	13,282	5,055	7,834	10,503	18,337	-0.8
4752 Ferreterías y acabados del hogar	15,698	167	9,542	6,323	15,865	-4.5
4759 Equipamiento del hogar	4,553	828	3,257	2,124	5,381	-2.5
4761 Libros, periódicos y artículos de papelería	1,240	1,904	1,812	1,332	3,144	12.8
4772 Boticas y Farmacias	13,104	9,436	4,106	18,434	22,540	-2.3

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

El número de locales en marzo de 2023 ascendió a 5,203 establecimientos, cifra mayor en 953 locales, en comparación al total registrado en marzo de 2022. Entre las actividades que aumentaron la cantidad de locales se tienen a: Farmacias y de cuidado personal (555 locales más), Supermercados e hipermercados (360 locales más), ferreterías y acabados del hogar (4 locales más) y tiendas por departamento (43 locales más). En contraste, se observa una disminución en el número de locales de equipamiento del hogar (8 locales menos) y de libros, periódicos y artículos de papelería (1 local menos).



Número de tiendas Según grupo y clase CIIU (Marzo 2023)

CIIU ^{a/}	Actividad	Mar - 22	Mar- 23	Var.(%) Mar 23/22
4711	Tiendas supermercados e hipermercados	1,409	1,769	25.6
4719	Tiendas por departamento ^{1/}	142	185	30.3
4752	Ferreterías y acabados del hogar	144	148	2.8
4759	Equipamiento del hogar	312	304	-2.6
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	154	153	-0.6
4772	Farmacias y cuidado personal	2,089	2,644	26.6

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

 @minp roduccion

 producegob

 minproduccion