



PERÚ

Ministerio
de la Producción

Oficina de Estudios Económicos

Mayo 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, Mayo 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 | Mayo 2023

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 abril de 2023	16
Otras variables del sector	19
Número de tiendas	20

Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Boletín Estadístico – Mayo 2023

Introducción

En mayo de 2023, las ventas del sector comercio interno¹ alcanzaron un ligero incremento de 0.1% interanual, como resultado del desempeño positivo registrado en algunas actividades que componen este sector, tales como: supermercados e hipermercados (+10.4%), y libros, periódicos y artículos de papelería (+7.5%). En contraste, dicho incremento fue atenuado parcialmente por la disminución en las ventas de la actividad de tiendas por departamento (-8.8%), ferreterías y acabados (-14.1%), equipamiento del hogar (-7.2%) y farmacias y boticas (-1.9%).

En el acumulado de enero a mayo de 2023, las ventas del comercio interno mostraron un leve avance de +1.5%, con relación al mismo periodo del 2022. Este resultado positivo se atribuye a una recuperación en las ventas de productos de consumo masivo, pese a los factores climáticos adversos y descenso de la demanda interna.

Entre las principales actividades que incidieron en este resultado positivo del sector destacan: Libros, periódicos y artículos de papelería (+26.7%), Farmacias y boticas (+0.2%) y Supermercados e hipermercados (+6.8%).



Ventas internas^{1/}

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

CIU ^(a)	Actividad	May-22 ^(b)	May-23 ^(b)	Var. (%) May (23/22)
	Total	3,964.1	3,968.4	0.1
4711	Supermercados e hipermercados ^{2/}	1,660.3	1,832.4	10.4
4719	Tiendas por departamento ^{3/}	707.7	645.7	-8.8
4752	Ferreterías y acabados para el hogar	570.4	489.9	-14.1
4759	Equipamiento del hogar	236.8	219.8	-7.2
4772	Farmacias y cuidado personal	719.9	706.4	-1.9
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	69.1	74.2	7.5

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.

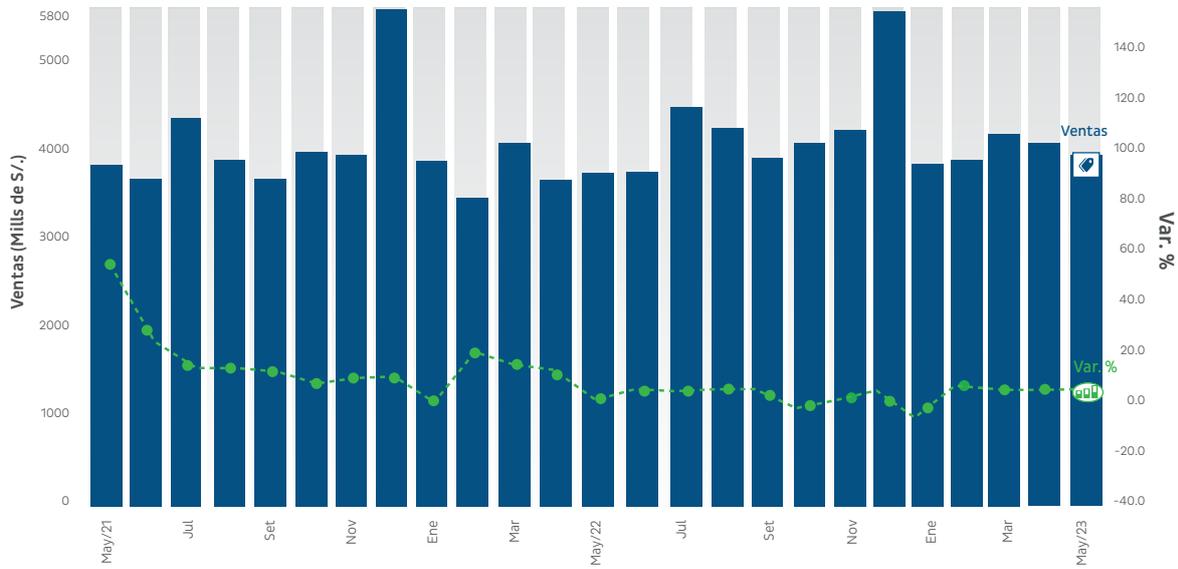
Fuente: Estadística mensual de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE-Oficina de Estudios Económicos (OEE)

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/}

(Mayo 2021 - Mayo 2023)



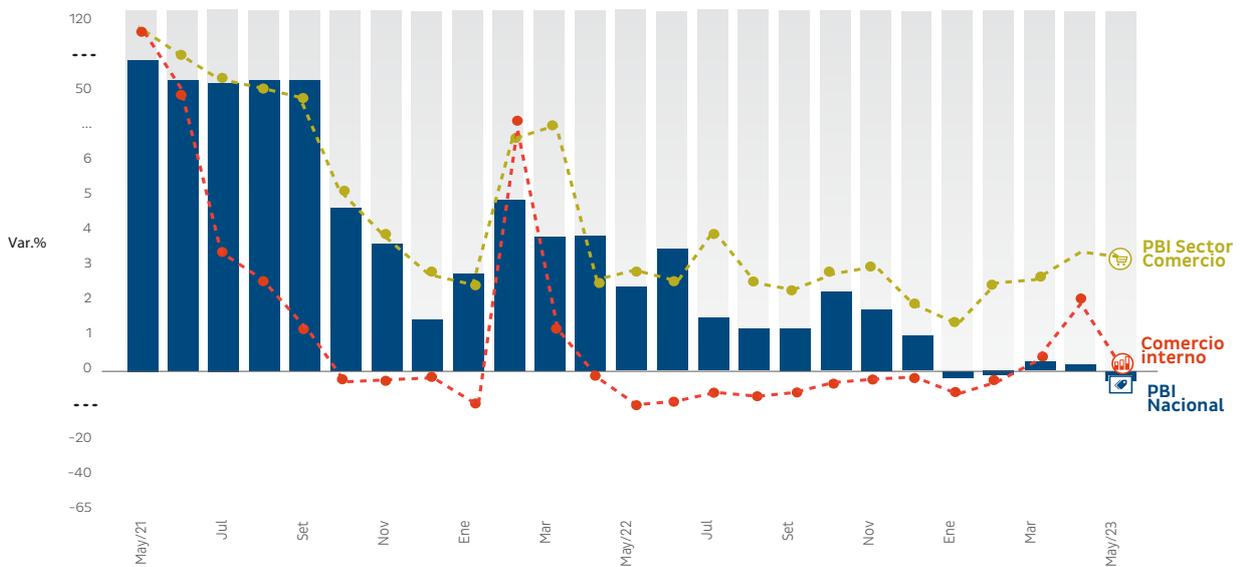
1/ Corresponden a las ventas de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas.
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración:PRODUCE-Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

Producción total nacional versus sector comercio

En mayo de 2023, el PBI nacional registra un desempeño negativo (-1.4% interanual). Sin embargo, el sector comercio registró un incremento interanual de +3.2%, 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 +3.4% interanual, respectivamente.



Variación porcentual^{2/} del PBI nacional, PBI sector comercio e índice de comercio interno^{1/} (Mayo 2021 - Mayo 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

La venta de supermercados e hipermercados es una de las actividades con mayor dinamismo y mayor crecimiento. En efecto, en mayo de 2023, las ventas de dicha actividad tuvieron una importante variación interanual positiva de +10.4%, como resultado del incremento en la demanda de productos esenciales de consumo masivo por parte de las familias.

Entre las principales líneas de productos con incremento en la facturación destacan: alimentos (+18.9%), bebidas y tabaco (+23.1%), y farmacéuticos y cosméticos (+16.5%).

Cabe indicar que, en este mes la mayor participación en las ventas se concentraron en las líneas de alimentos, artículos de uso doméstico, bebidas y tabaco y otros productos con 85.4% en el valor de ventas de la actividad de supermercados e hipermercados. Mientras que, el restante (14.6%) correspondió a los productos de prendas de vestir y calzado, y productos farmacéuticos y cosméticos.

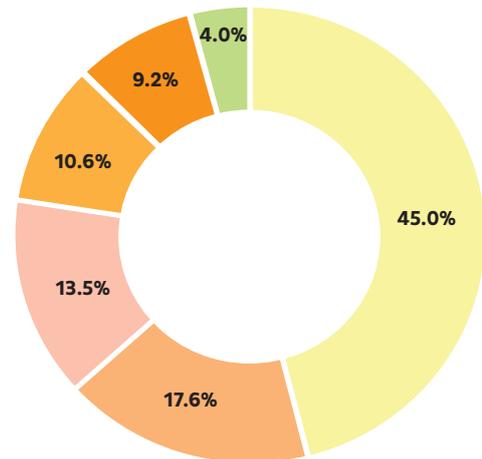
Entre las principales empresas con mayor incidencia en esta actividad según sus niveles de ventas figuran: Supermercados Peruanos, Cencosud Retail Perú, Hipermercados Tottus y Makro Supermayorista.

En los últimos 4 meses del año 2023, las ventas en los supermercados e hipermercados dan señales de recuperación, y mantienen un buen dinamismo luego de la caída experimentada en enero de 2023.



Participación %

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



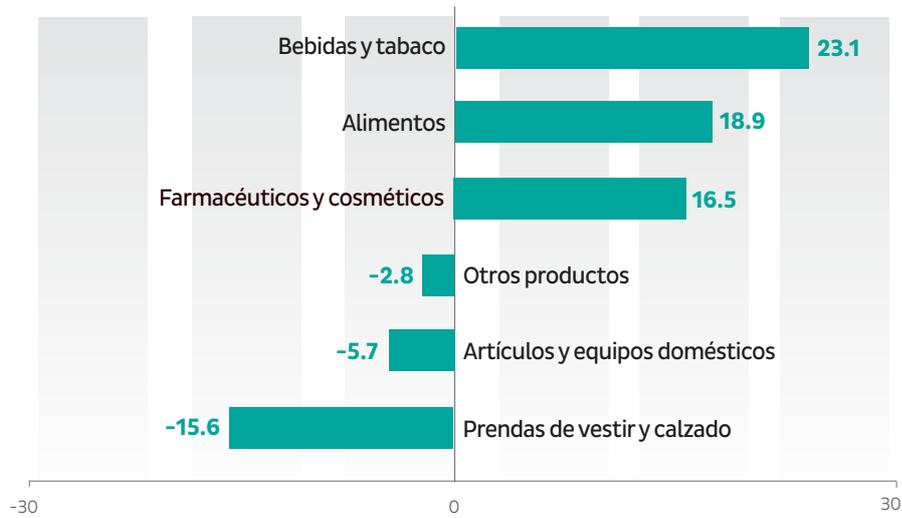
- Alimentos
- Otros productos
- Bebidas y tabaco
- Farmacéuticos y cosméticos
- Artículos de uso doméstico
- Prendas de vestir y calzado

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/}, Mayo 2023 (Var.%)



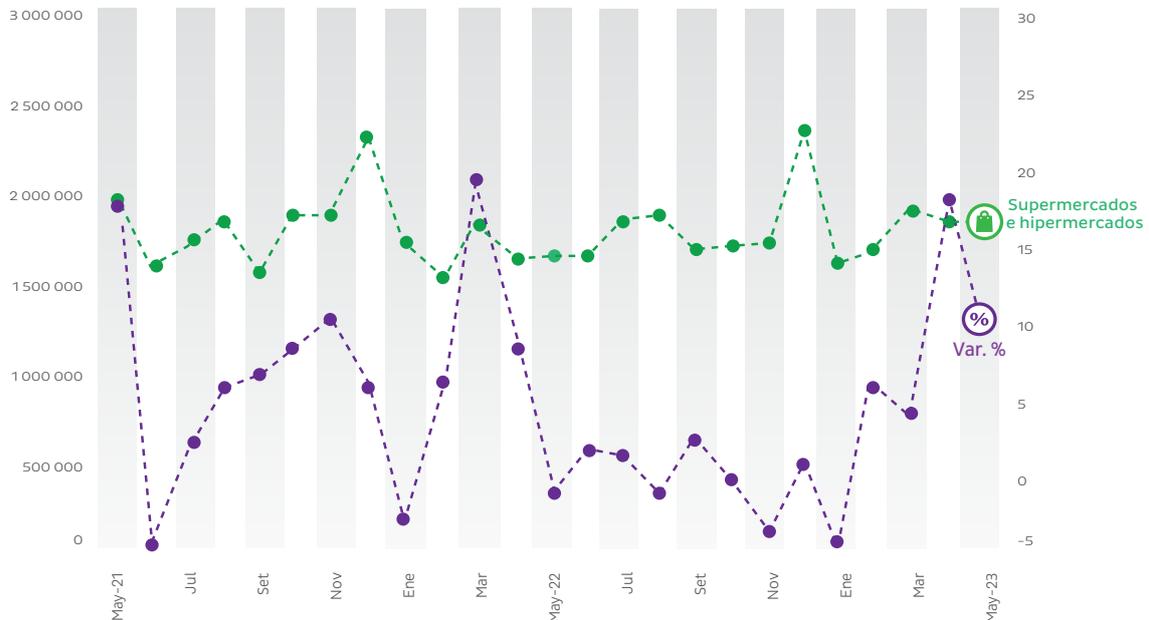
Nota: 1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos.
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Evolución y variación porcentual

Ventas internas de supermercados e hipermercados (Mayo 2021 - Mayo 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 mayo de 2023, las ventas de la actividad de tiendas por departamento, por tercer mes consecutivo disminuyen y registran una variación de -8.8%, respecto al mismo mes del año anterior, como resultado de las menores ventas de las líneas de artículos de uso doméstico (-42.2%), productos diversos (-15.7%) y muebles (-13.5%). En contraste, fue atenuado parcialmente por el incremento de las líneas de prendas de vestir y calzado (+18.5%), y farmacéuticos y cosméticos (+29.7%).

Cabe indicar que, en este mes las líneas de artículos de uso doméstico, prendas de vestir y calzados, concentraron en su conjunto el 91.4% del valor de ventas de la actividad de tiendas por departamento. Ello debido a las intensivas ofertas de prendas de vestir. Mientras que, el restante (8.6%) correspondió a muebles, farmacéuticos y otros productos.

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

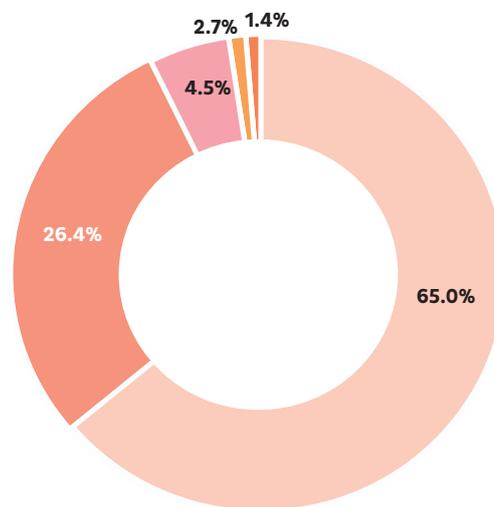
En los últimos tres meses las ventas de la actividad de tiendas por departamento sigue contraída, en línea con el descenso de la demanda interna. Ello se explica por una menor demanda de las líneas de prendas de vestir y calzado, así como de diversos productos de cuidado personal.



Participación %

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

(Mayo 2023)



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

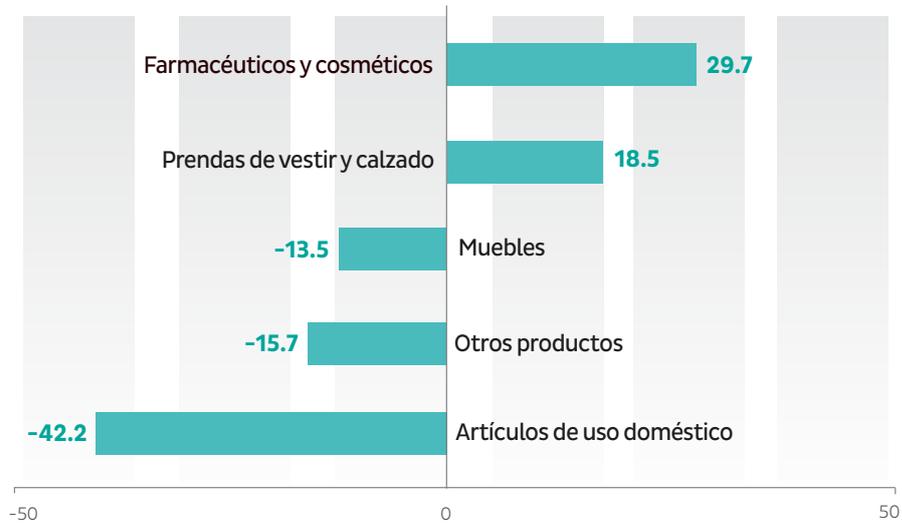
Nota: 1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos.

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/}, Mayo 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)

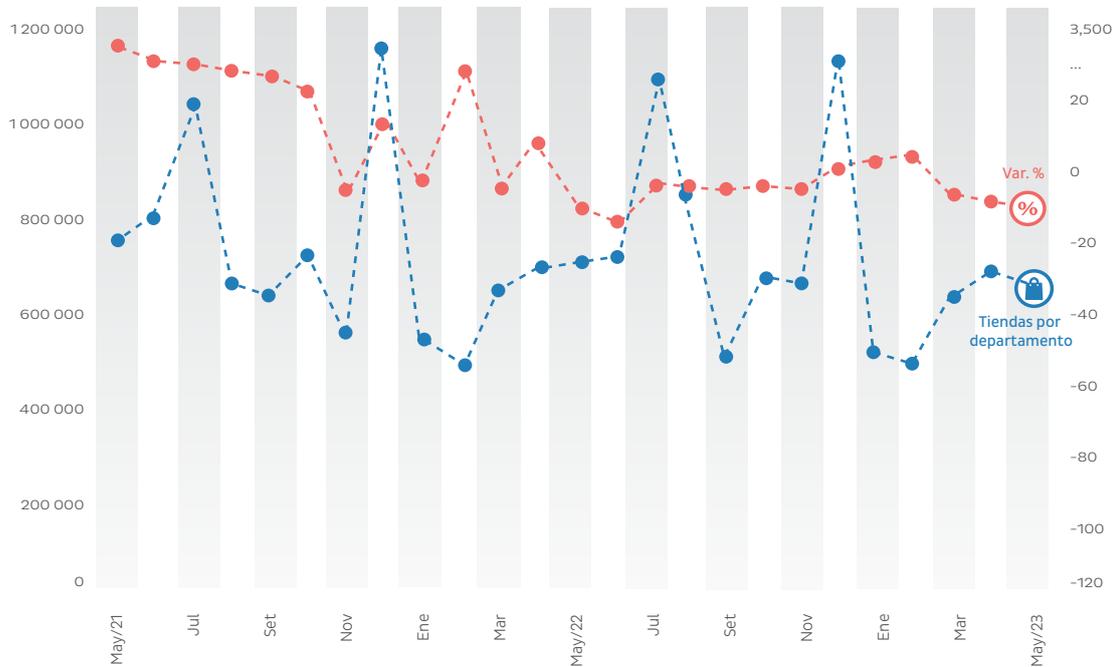


Evolución y variación porcentual

Ventas internas de tiendas por departamento¹
(Mayo 2021 - Mayo 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 mayo de 2023, esta actividad experimenta una significativa disminución de -14.1%, con respecto a similar mes del año 2022. Este resultado responde a una disminución en las ventas de artículos de ferretería (-9.4%), productos diversos (-17.6%) y artículos de uso doméstico (-37.0%), debido a una reducción en la ejecución de obras públicas y privadas, la cual estuvo asociada a la disminución de préstamos hipotecarios.

En el mes en referencia, la línea de productos diversos y artículos de ferreterías fue la que tuvo una mayor participación en las ventas de esta actividad (89.4%), mientras que, en menor medida, destacó la línea de artículos de uso doméstico, muebles y repuestos y accesorios, con una participación del 10.6%.

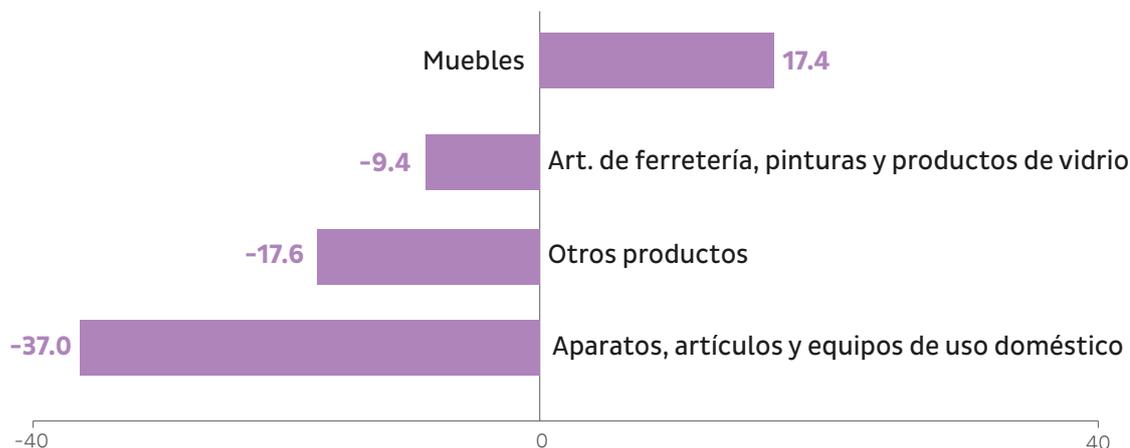
Entre las principales empresas que destacan en esta actividad por su mayor incidencia en las ventas se tienen a: Maestro Homecenter, Promart Homecenter, y Cemento y Acero.

El desempeño de las ventas de la actividad en el periodo de enero 2021 a mayo 2023, mayormente se mantuvo en terreno positivo; sin embargo, desde julio del 2022 viene mostrando resultados negativos, por una disminución en el desempeño productivo de la actividad del sector construcción (obras de remodelación y nuevas construcciones), el cual aún no muestra signos de recuperación.



Venta por líneas de productos

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

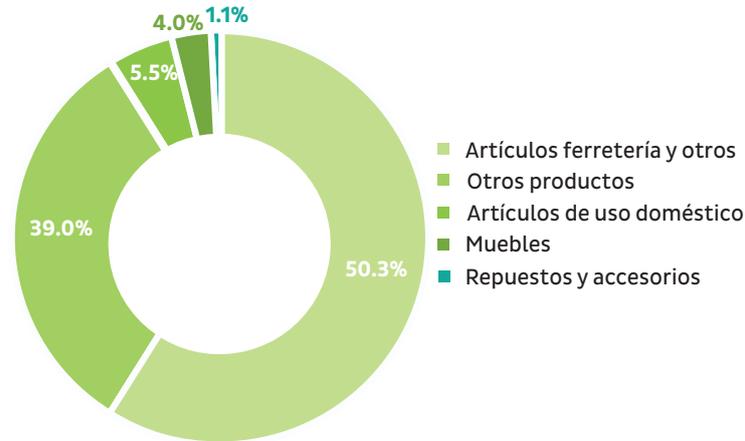


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Participación %

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



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

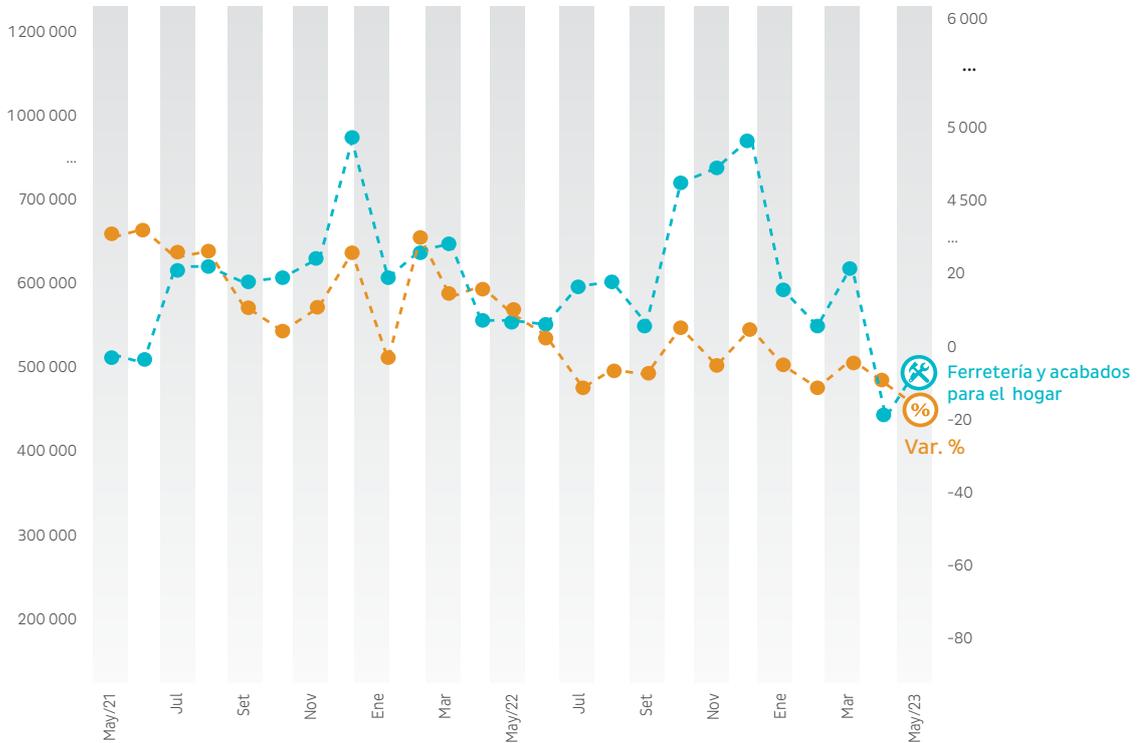


Evolución y variación porcentual

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

Miles de Soles

Var. %



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

Ventas de productos de equipamiento del hogar

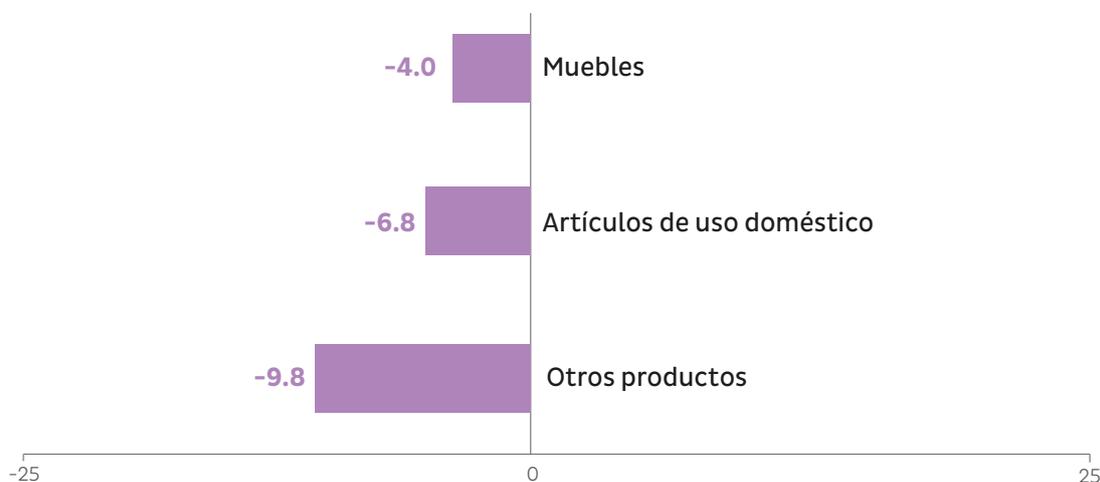
La actividad de equipamiento del hogar aún no da señales de recuperación y continúa en terreno negativo. Ello debido a la priorización de los hogares por productos de consumo de primera necesidad. Así, en mayo de 2023 reporta una disminución interanual de -7.2%. Ello como resultado de una caída en las ventas de muebles (-4.0%) y artículos domésticos (productos tecnológicos) en -6.8%, así como la línea de productos diversos (-9.8%).

En el mes en referencia, la línea de productos diversos y artículos de uso doméstico fueron las que tuvieron una mayor participación conjunta en las ventas (99.2%); mientras que, la participación restante correspondió a la línea de muebles con 0.8%.

Entre las principales empresas con mayor incidencia en las ventas de esta actividad figuran: Conecta Retail (Efe/Curacao), Importaciones Hiraoka y Elektra del Perú.

Durante el periodo enero 2021 a mayo 2023, se observa que, entre enero 2021 y febrero 2022 se registró un mayor dinamismo en las ventas de esta actividad; sin embargo, a partir de marzo 2022, las ventas de esta actividad descendieron, influenciado por la contracción de la demanda interna y el alza de los precios de la canasta básica, afectado por factores climáticos adversos.

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

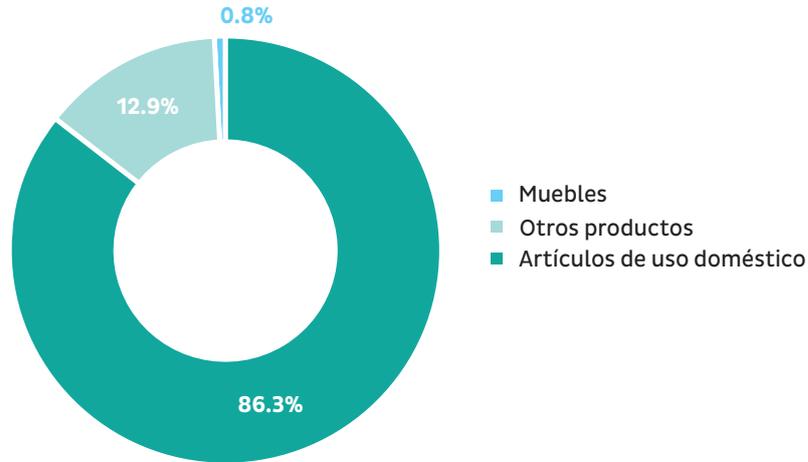


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Participación %

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



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

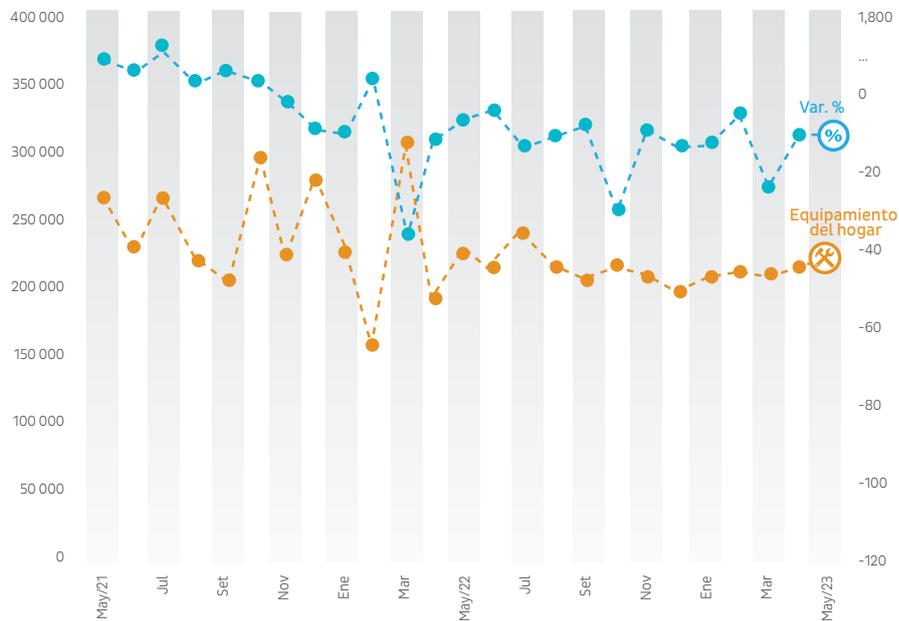


Evolución y variación porcentual

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

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

Las ventas de productos farmacéuticos y de cuidado personal registraron una ligera disminución de -1.9% en mayo de 2023. Dicha caída estuvo asociado principalmente a las menores ventas de productos farmacéuticos y medicinales (-1.8%), así como las menores ventas de productos de cuidado personal (-2.1%), principalmente de (cremas, champú, perfumes, joyas, entre otros).

Entre las principales farmacias que destacan con mayores niveles de ventas en este mes destacan: MiFarma, Ekerd Perú, CETCO, ALBIS y Productos Avon.

En cuanto a la participación por línea de productos de esta actividad, se observa que en mayo del 2023 la línea de productos farmacéuticos y medicinales alcanzó el 80.6% sobre las ventas totales, las cuales fueron impulsadas por la venta online y los nuevos canales de distribución; mientras que,

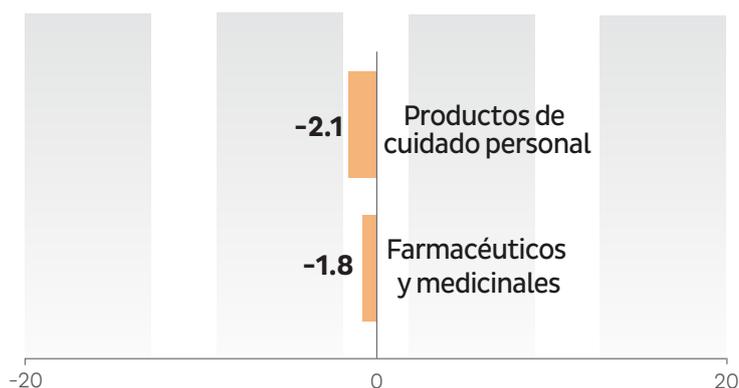
el otro restante (19.4%) correspondió a la línea de productos de cuidado personal.

Entre enero de 2021 y mayo de 2023, las ventas de la actividad de productos farmacéuticos y cuidado personal mantuvieron una ligera tendencia positiva. Dicha tendencia estuvo muy 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. Sin embargo, entre enero y mayo de 2023 se observa un menor dinamismo en las ventas.



Ventas por líneas de productos

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

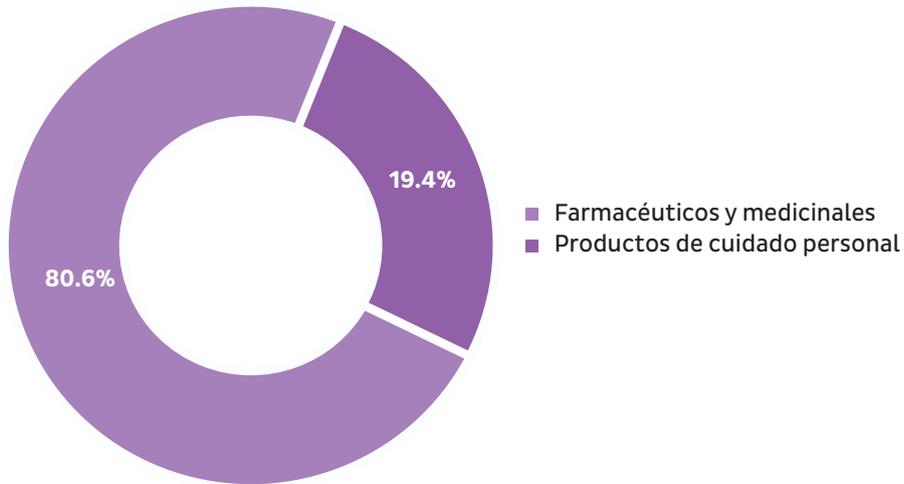


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Participación %

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

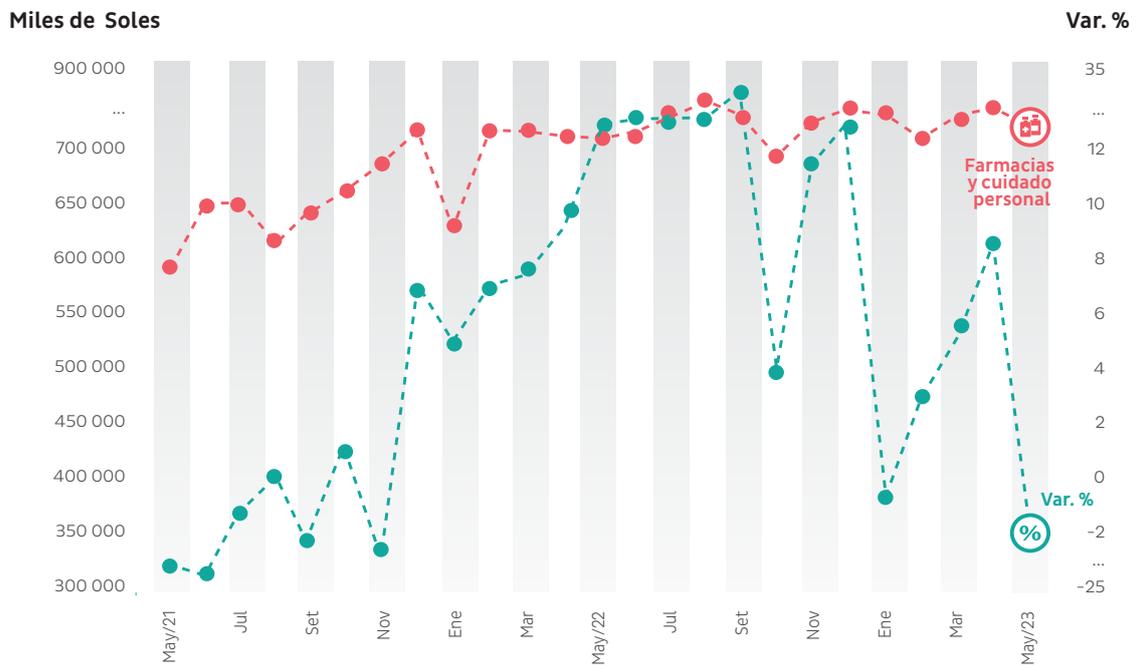


Fuente: Estadísticas de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Evolución y variación porcentual

Ventas internas de farmacias y productos de cuidado personal (May 21-May 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

La venta de la actividad de libros, periódicos y artículos de papelería registró en mayo de 2023 un incremento de +7.5% interanual, explicado por un aumento en la demanda artículos de oficina y escolares, registrándose mayores ventas en la línea de librerías (+7.9%), y productos diversos tecnológicos y otros (+4.3%).

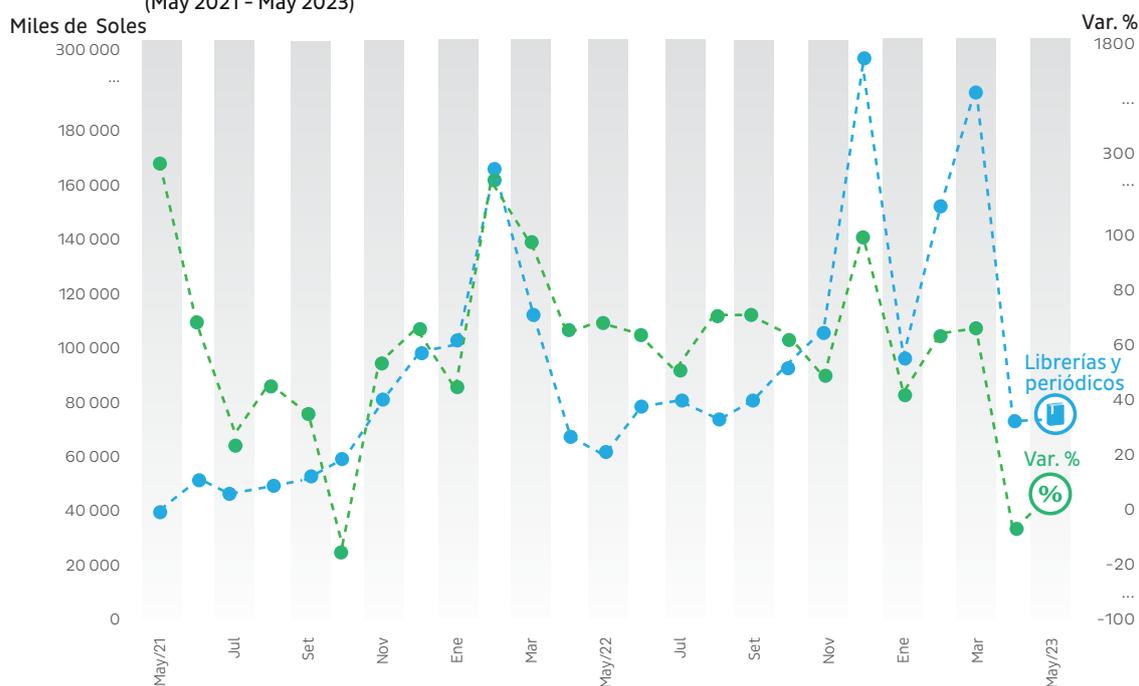
Entre las principales empresas que destacan en las ventas de esta actividad tenemos a: Distribuidora Navarrete, Ibero Librerías, Librerías Crisol y Tai Loy.



Evolución y variación porcentual

Ventas internas de libros, periódicos y artículos de papelería

(May 2021 - May 2023)



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

Desempeño del Factoring en el Sector Comercio a abril de 2023

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).

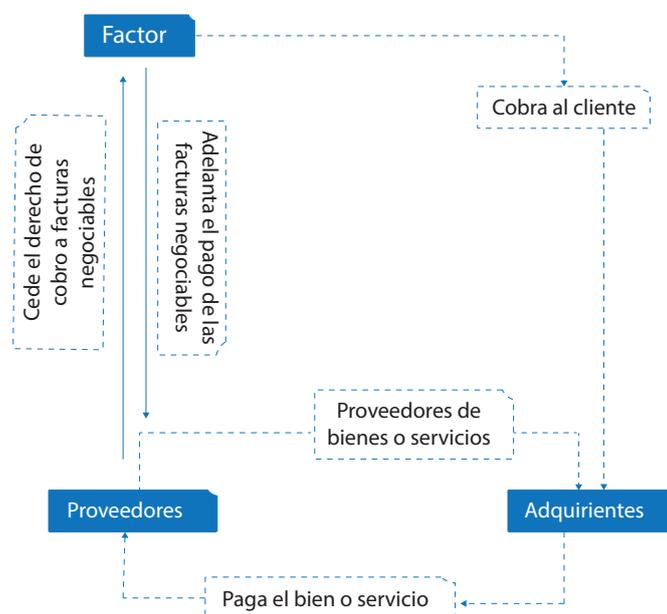
De acuerdo con el Registro Central de Valores y Liquidaciones (CAVALI), entre enero y abril de 2023, el financiamiento a través de facturas negociables benefició a más de 12 mil empresas a nivel nacional, de las cuales 9,683 fueron micro y pequeñas

empresas (MYPE), lo cual equivale al 76.6% del mercado, alcanzando un monto de S/ 11,112 millones, cifra mayor en 37.9%, respecto a similar periodo del año anterior. En cantidad de facturas, se registró un total de 432,871 facturas negociables acumuladas en el mercado nacional, significando ello un incremento de 33.5%, con relación a similar periodo de 2022.

En los últimos 8 años, la negociación en el mercado de Factoring con respecto al PBI ha ascendido de 0.4% en 2016 a 3.3% en 2023 (a Abril). Estos resultados evidencian 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, en la recuperación de las MYPE afectadas fuertemente en el 2020.

Figura 1

Mecanismo de manejo del factoring



Fuente: CAVALI

Elaboración: Produce-Oficina de Estudios Económicos

A nivel regional, Lima concentró el 81.6% del monto total negociado de las facturas negociables (S/ 9,063 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 13.8% 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, las mayores transacciones de facturas negociables se realizó en el sector comercio y servicios. Así, entre enero y abril de 2023, el monto de las facturas negociables por el sector servicios ascendió a S/ 3,430 millones (con una cantidad de 95,716 facturas), superior en 59.5%

con relación a similar periodo del año anterior. Y en el sector comercio, el monto de las facturas negociables ascendieron a S/ 3,339 millones (con una cantidad de 181,236 facturas), superior en 29.4% con respecto a igual periodo del año 2022.

Otro sector importante que contó con un elevado número de facturas negociables correspondió a la industria manufacturera, cuya cifra ascendió a 135,073 facturas entre enero y abril de 2023, siendo superior en 24.4%, con respecto a similar periodo del año 2022. En términos de valor, el monto negociado fue de a S/. 2,894 millones (+29.7%).

Gráfico 1

Número de facturas y montos emitidos por sector económico, Enero-Abril 2023
(Cantidad de facturas y monto)

Sector	Facturas	Monto Negociado Millones de S/.	Part.%*
Servicios	95,716	3,430	30.9
Comercio	181,236	3,339	30.1
Manufactura	135,073	2,894	26.0
Construcción	8,051	947	8.5
Minería	1,222	274	2.5
Agropecuario	11,199	213	1.9
Pesca	374	14	0.1
Total	432,871	11,112	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 abril de 2023, el monto negociado en esta actividad fue de S/. 2,816 millones, con un total de 146,132 facturas negociadas.

En tanto, la actividad que menos se financió a través de las facturas negociables fue la venta y mantenimiento de vehículos, emitiendo un total de 15,733 facturas negociables, cuyo valor ascendió a S/. 300 millones.

Gráfico 2

Facturas negociables por tipo de comercio, Abril 2023

(Cantidad de facturas y monto)

Sector	Cantidad de Facturas	Monto Negociado Millones de S/.	Part.%*
Comercio al por mayor	146,132	2,816	84.3
Venta y mantenimiento de vehículos	15,733	300	9.0
Comercio al por menor	19,371	224	6.7
Total	181,236	3,340	100.0

* Respecto al monto negociado

Fuente: CAVALI, SUNAT

Elaboración: Produce-OEE

Otras variables del sector

Personal Ocupado

En mayo de 2023, el personal ocupado del sector de comercio interno disminuyó ligeramente en -1.3% interanual. Este resultado se explica por el menor crecimiento del comercio interno y la contracción de la demanda interna, asociada en parte, a los factores climáticos adversos. Ello incidió en la disminución en las contrataciones de personal en las actividades de tiendas por departamento (-6.4%), farmacias y boticas (-3.9%), ferreterías y acabados del hogar (-1.5%), y equipamiento del hogar (-3.6%). En contraste, se observa un incremento del nivel de empleo en los supermercados e hipermercados (+2.4%), libros, periódicos y artículos de papelería (+1.2%).

Por tipo de empleo, disminuyeron las contrataciones del personal permanente en -0.1% interanual, así como el personal eventual que disminuyó en -5.1%.

Según el tipo de género, el sector de comercio interno registró una disminución en la contratación del personal masculino (-14.1%), mientras que, en el género femenino reportó un incremento de +11.9%.



Personal ocupado

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

Actividad		Permanentes	Eventuales	Varones	Mujeres	Total	Var.%
Var. ^{1/} (%) May 23/ May 22		-0.1	-5.1	-14.1	11.9		
CIU ^{a/}	Total	85,375	25,528	48,811	62,092	110,903	-1.3
4711	Supermercados e Hipermercados	38,975	8,656	23,394	24,237	47,631	2.4
4719	Tiendas por departamento ^{2/}	13,060	4,914	7,667	10,307	17,974	-6.4
4752	Ferreterías y acabados del hogar	15,268	516	9,328	6,456	15,784	-1.5
4759	Equipamiento del hogar	4,520	824	3,250	2,094	5,344	-3.6
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	1,186	794	1,084	896	1,980	1.2
4772	Boticas y Farmacias	12,366	9,824	4,088	18,102	22,190	-3.9

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 del sector comercio interno en mayo de 2023 ascendió a 5,240 establecimientos, cifra mayor en 377 locales, en comparación al total registrado en mayo de 2022. Entre las actividades que aumentaron la cantidad de locales figuran: farmacias y de cuidado personal (34 locales más), supermercados e hipermercados (337 locales más), ferreterías y acabados del hogar (2 locales más), tiendas por departamento (6 locales más) y libros, periódicos y artículos de papelería (7 locales más). En contraste, se observa una disminución en el número de locales de las tiendas de equipamiento del hogar (9 locales menos).



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

CIIU ^{a/}	Actividad	May - 22	May- 23	Var.(%) May 23/22
4711	Tiendas supermercados e hipermercados	1,467	1,804	23.0
4719	Tiendas por departamento ^{1/}	180	186	3.3
4752	Ferreterías y acabados del hogar	145	147	1.4
4759	Equipamiento del hogar	313	304	-2.9
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	146	153	4.8
4772	Farmacias y cuidado personal	2,612	2,646	1.3

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