



PERÚ

Ministerio  
de la Producción

Oficina de Estudios Económicos

Junio 2023

**Boletín de  
Comercio Interno**

# Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

## **BOLETÍN DE COMERCIO INTERNO**

GRANDES ALMACENES, SUPERMERCADOS Y TIENDAS ESPECIALIZADAS

Editado por:

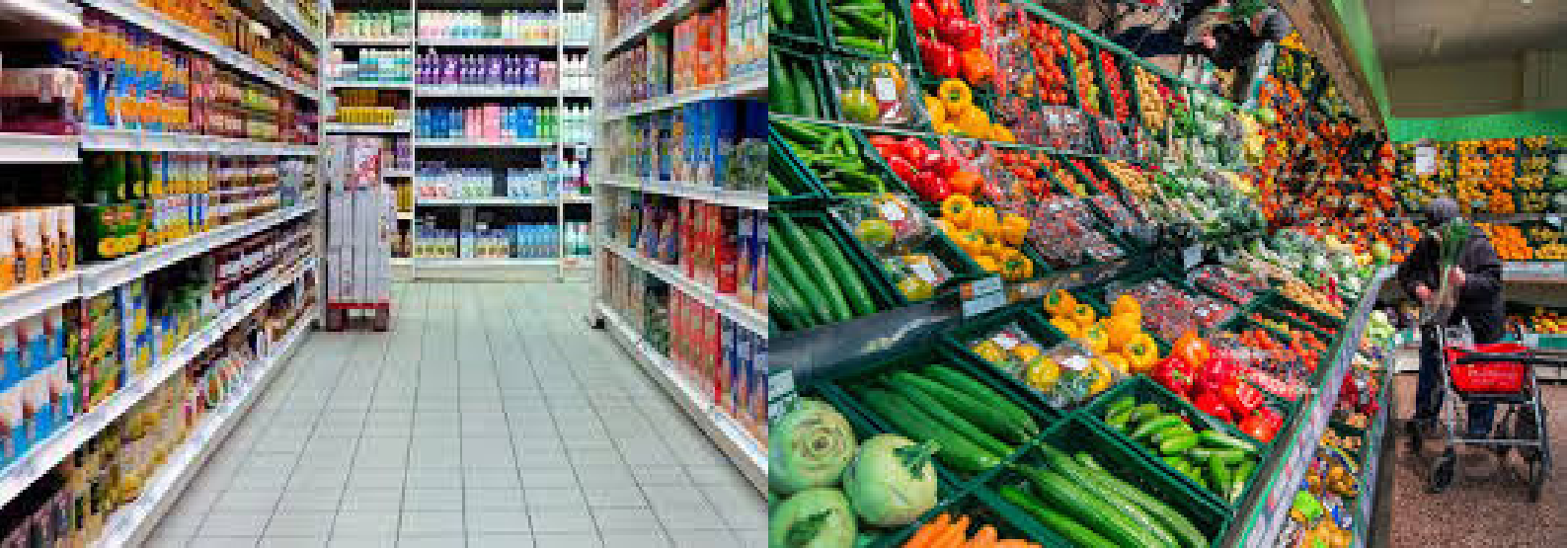
MINISTERIO DE LA PRODUCCIÓN

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

[www.produce.gob.pe](http://www.produce.gob.pe)

1era Edición, Junio 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 | Junio 2023

## Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Introducción	3
Producción total versus sector comercio	4
Desempeño de actividades	5
Dinámica empresarial de las Mipyme del sector comercio 2022	16
Otras variables del sector	19
Número de tiendas	20

# Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Boletín Estadístico – Junio 2023

## Introducción

En junio de 2023, las ventas del sector comercio interno<sup>1</sup> registraron una disminución de -2.5% interanual, como resultado del desempeño negativo registrado en algunas actividades que componen este sector, tales como: tiendas por departamento (-14.4%), ferreterías y acabados (-16.9%) y equipamiento del hogar (-0.8%). En contraste, dicha disminución fue atenuada parcialmente por el comportamiento positivo de las ventas en supermercados e hipermercados (+4.7%), libros, periódicos y artículos de papelería (+9.2%), y farmacias y boticas (+2.1%).

En el periodo acumulado de enero a junio de 2023, las ventas del comercio interno registraron una ligera variación positiva de +0.9%, con relación al mismo periodo del 2022. Este resultado positivo se atribuye a un mayor consumo masivo, pese a los factores climáticos adversos.

Entre las principales actividades que incidieron en este resultado positivo del sector: libros, periódicos, artículos de papelería (+24.4%), supermercados e hipermercados (+6.4%) y farmacias y boticas (+0.5%).



## Ventas internas<sup>1/</sup>

Según grupo y clase CIU, Junio 2022 - Junio 2023

(Millones de soles a precios corrientes)

CIU <sup>(a)</sup>	Actividad	Jun-22 <sup>(b)</sup>	Jun-23 <sup>(b)</sup>	Var. (%) Jun (23/22)
	<b>Total</b>	<b>3,850.7</b>	<b>3,756.2</b>	<b>-2.5</b>
4711	Supermercados e hipermercados <sup>2/</sup>	1,657.9	1,736.3	4.7
4719	Tiendas por departamento <sup>3/</sup>	690.8	591.6	-14.4
4752	Ferreterías y acabados para el hogar	550.5	457.6	-16.9
4759	Equipamiento del hogar	206.7	205.1	-0.8
4772	Farmacias y cuidado personal	69.7	76.1	2.1
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	675.0	689.4	9.2

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.

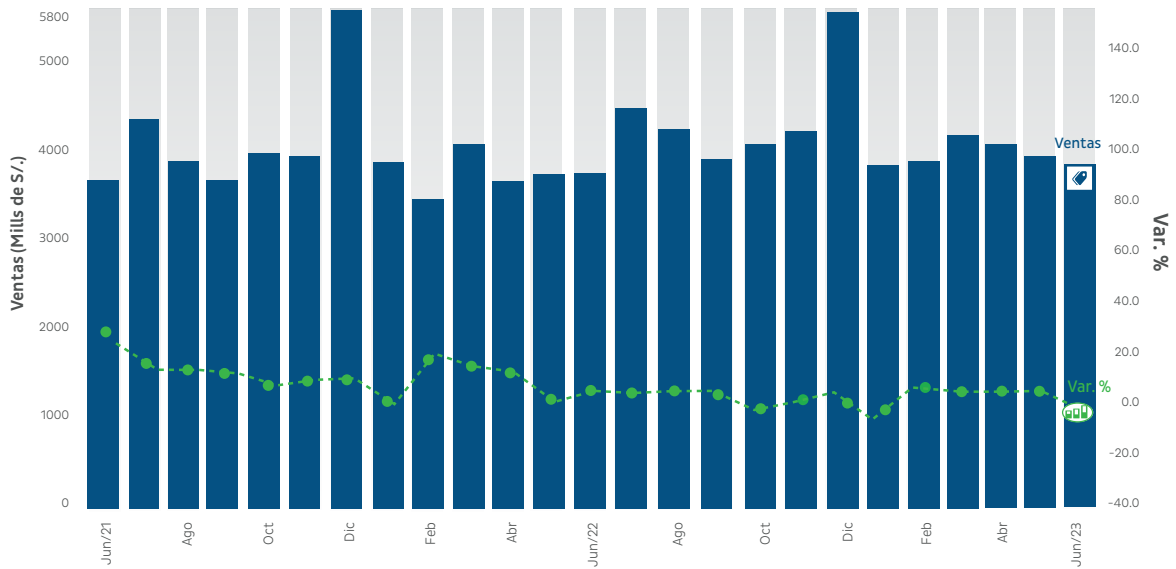
Fuente: Estadística mensual de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas  
Elaboración: PRODUCE-Oficina de Estudios Económicos (OEE)

<sup>1</sup> 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<sup>1/</sup>

(Junio 2021 - Junio 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

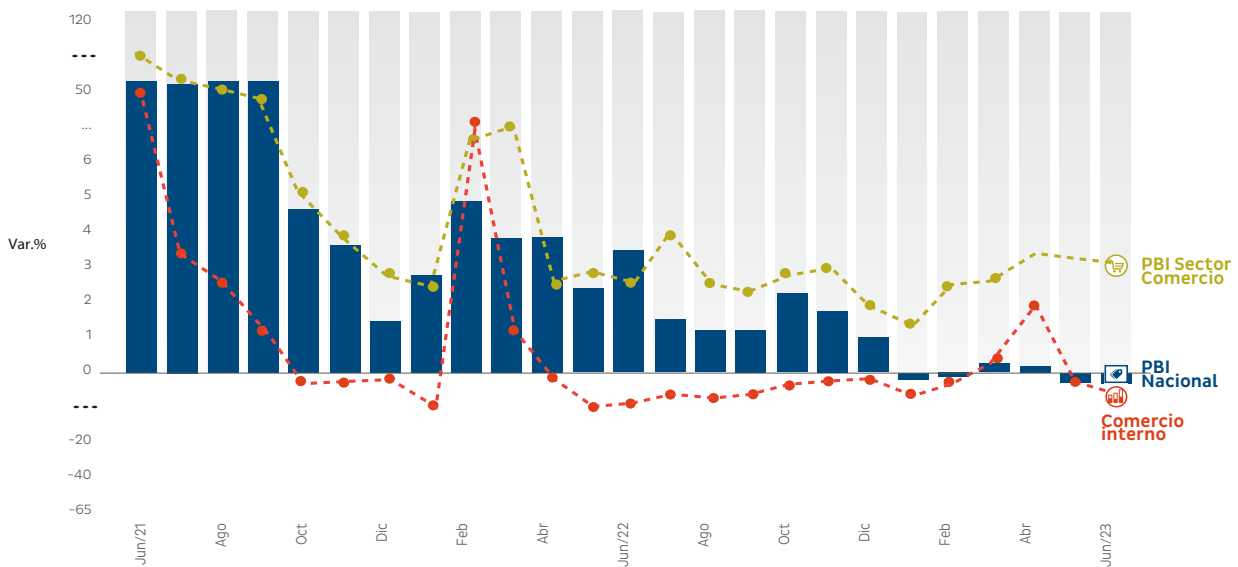
## Producción total nacional versus sector comercio

En junio de 2023, el PBI nacional registra un desempeño negativo (-0.6% interanual). En contraste, el sector comercio registró un incremento interanual de 3.1%; debido a los buenos resultados de los subsectores de comercio mayorista y minorista. En efecto, en este mes dichos subsectores registraron un incremento de 2.9% y 3.7% interanual, respectivamente.



## Variación porcentual<sup>2/</sup> del PBI nacional, PBI sector comercio e índice de comercio interno<sup>1/</sup>

(Junio 2021 - Junio 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 junio de 2023, las ventas de la actividad de supermercados e hipermercados tuvieron una variación interanual positiva de +4.7%. Asimismo, es una de las actividades con mayor dinamismo y mayor crecimiento, gracias al 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 tenemos a: alimentos (+12.6%), bebidas y tabaco (+20.1%) y farmacéuticos y cosméticos (+10.0%).

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 de 85.6% en el valor de ventas de la actividad de supermercados e hipermercados. Mientras que, el restante (14.4%) 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 Supermayorista.

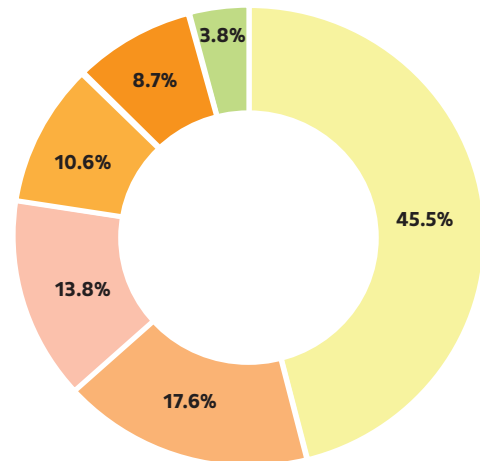
En los últimos 5 meses del año 2023, las ventas en los supermercados e hipermercados dan señales de recuperación, y mantienen un buen dinamismo luego de la caída experimentada en enero de 2023.



### Participación %

#### Líneas de productos en tiendas de supermercados<sup>1/</sup> e hipermercados

(Junio 2023)



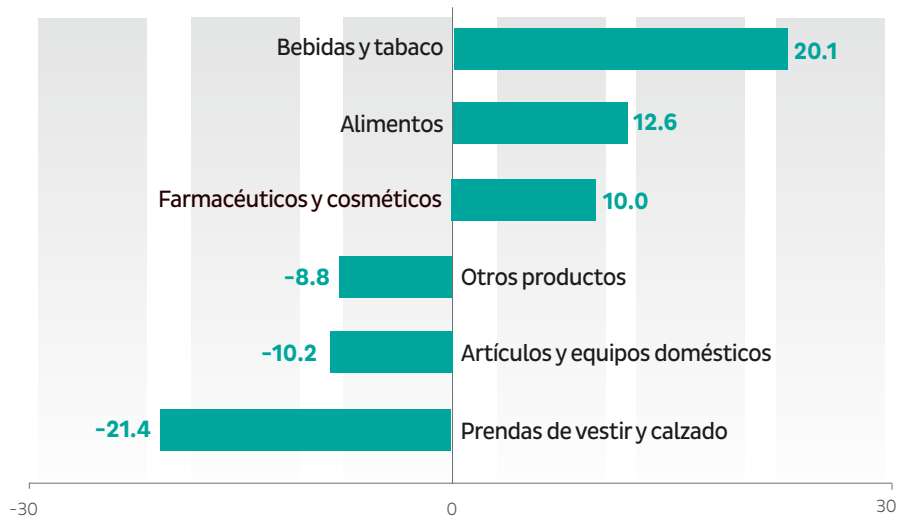
- Alimentos
- Otros productos
- Bebidas y tabaco
- Farmacéuticos y cosméticos
- Artículos de uso doméstico
- Prendas de vestir y calzado

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<sup>1/</sup>, Junio 2023 (Var.%)

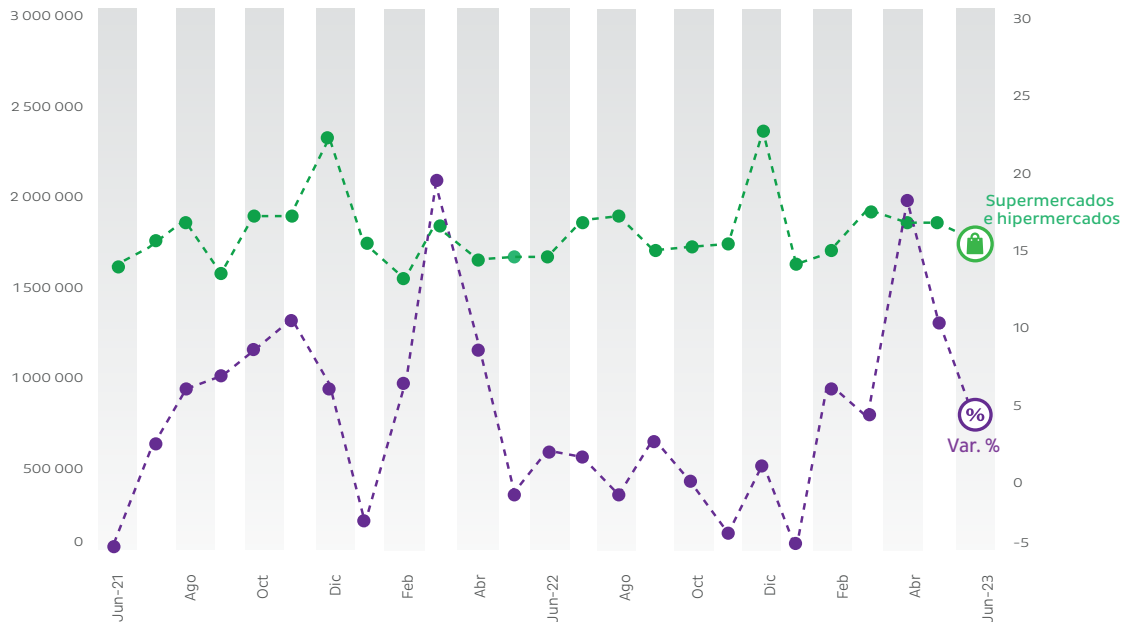


Nota: 1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos.  
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas  
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



## Evolución y variación porcentual Ventas internas de supermercados e hipermercados (Junio 2021 - Junio 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 junio de 2023, las ventas de la actividad de tiendas por departamento por quinto mes consecutivo registran un retroceso, siendo en este mes de -14.4%, respecto al mismo mes del año anterior, como resultado de la menor demanda de productos relacionados a la salud, belleza y decoración del hogar. Entre las líneas que registraron menores ventas se tienen a artículos de uso doméstico (-23.6%), prendas de vestir y calzado (-11.4%), productos diversos (-1.2%) y muebles (-21.8%); pero atenuados por el incremento de las ventas de productos farmacéuticos y cosméticos (+17.0%).

Cabe indicar que, en este mes las líneas de artículos de uso doméstico, prendas de vestir y calzados, concentraron en su conjunto el 91.6% 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 (8.4%) 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.

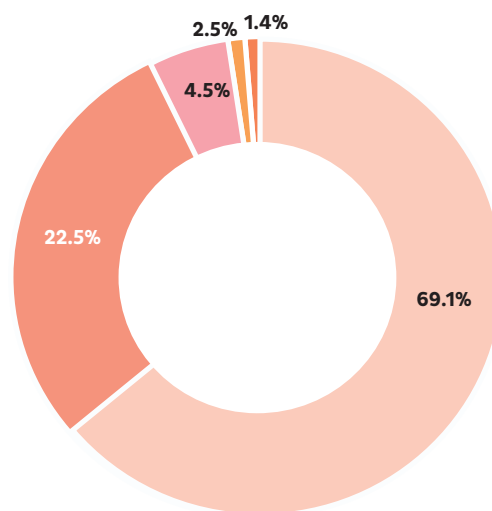
En el presente año las ventas de la actividad de tiendas por departamento, muestran un comportamiento decreciente afectado por la contracción de la demanda interna. Ante ello, se observa una menor demanda de las líneas de prendas de vestir y calzado, así como diversos productos de cuidado personal.



### Participación %

#### Líneas de productos en tiendas por departamento<sup>1/</sup>

(Junio 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.

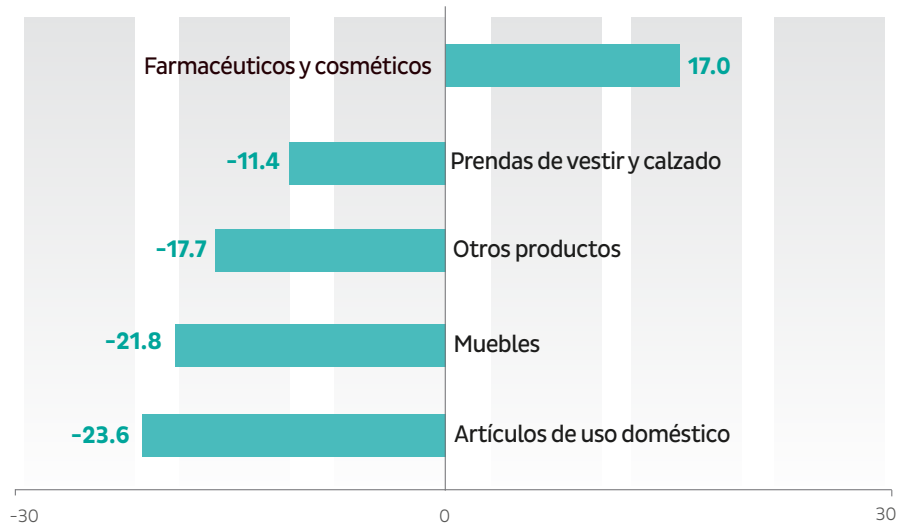
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas.  
Elaboración: PRODUCE–Oficina de Estudios Económicos (OEE)





# Ventas por líneas de productos

Tiendas por departamento<sup>1/</sup>, Junio 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)

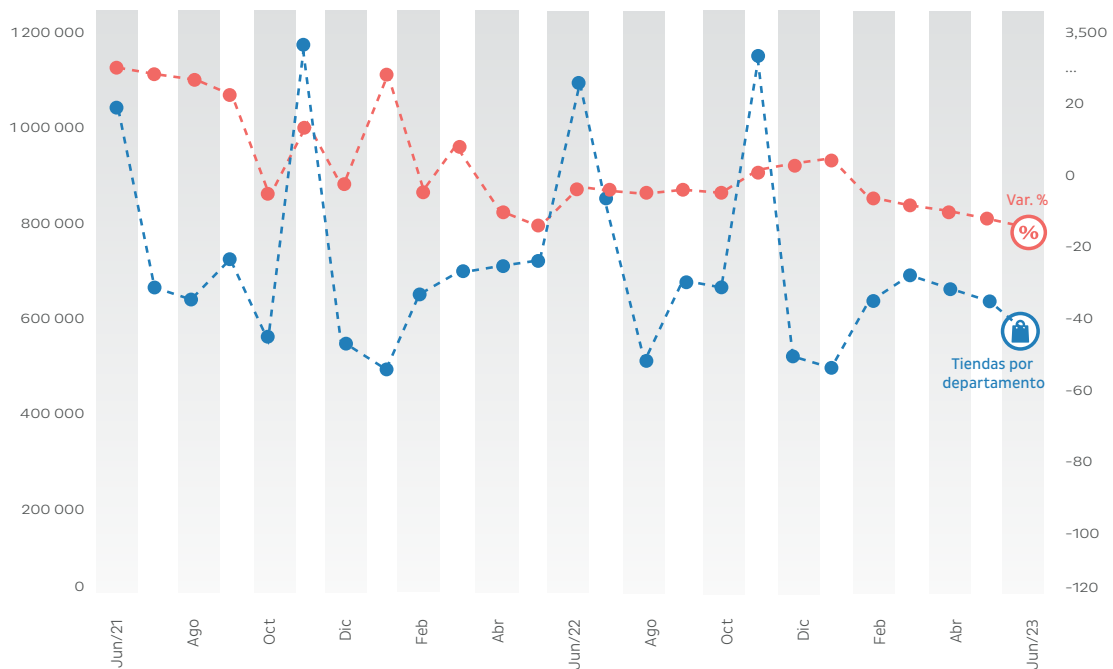


## Evolución y variación porcentual

Ventas internas de tiendas por departamento<sup>1</sup>  
(Junio 2021 - Junio 2023)

Miles de Soles

Var. %



Nota:<sup>1/</sup> 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 junio de 2023, esta actividad en este mes experimenta una disminución de -16.9%, con respecto a similar mes del año 2022, alcanzando una preocupante tendencia de doce meses con índices negativos. Este resultado responde a una disminución en las ventas de artículos de ferretería (-12.6%), productos diversos (-18.1%) y artículos de uso doméstico (-38.5%), debido a una reducción en la ejecución de obras públicas y privadas, dado la coyuntura política y social que vive el país.

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 (91.2%), mientras que, en menor medida, destacó la línea de artículos de uso doméstico, muebles y repuestos y accesorios, con una participación del 8.8%.

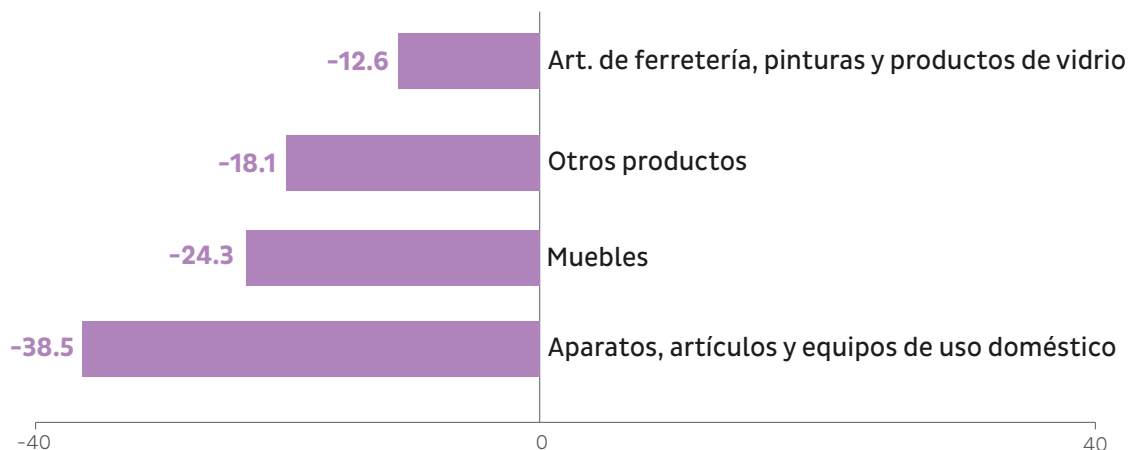
Entre las principales empresas que destacan en esta actividad por su mayor incidencia en las ventas tenemos a: Maestro Homecenter, Promart Homecenter, y Cemento y Acero.

El desempeño de las ventas de la actividad en el periodo de enero 2021 a junio 2023, muestra 2 tendencias diferenciadas. Así, para el periodo de enero 2021 a junio 2022, la tendencia fue creciente, alentado por un mayor dinamismo en el sector construcción; sin embargo, para el periodo de julio 2022 a junio 2023, la tendencia se revierte y registra un continuo descenso, como resultado del menor dinamismo de la actividad del sector construcción (obras de remodelación y nuevas construcciones), la cual todavía no muestra señales claras de recuperación.



## Venta por líneas de productos

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

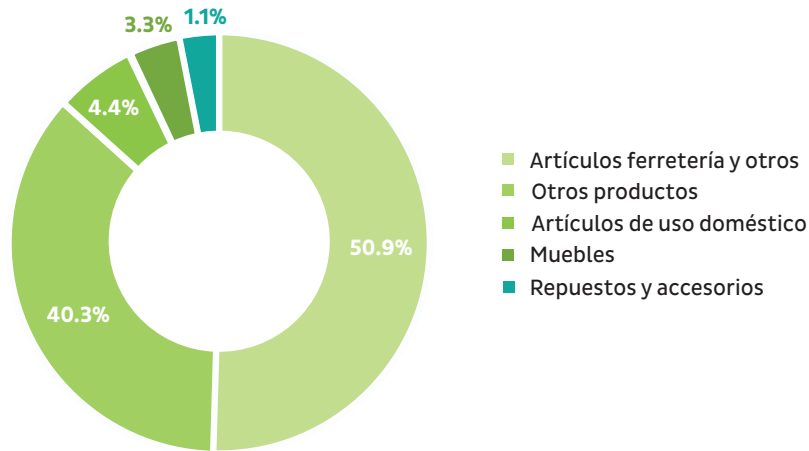


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas  
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



## Participación %

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



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

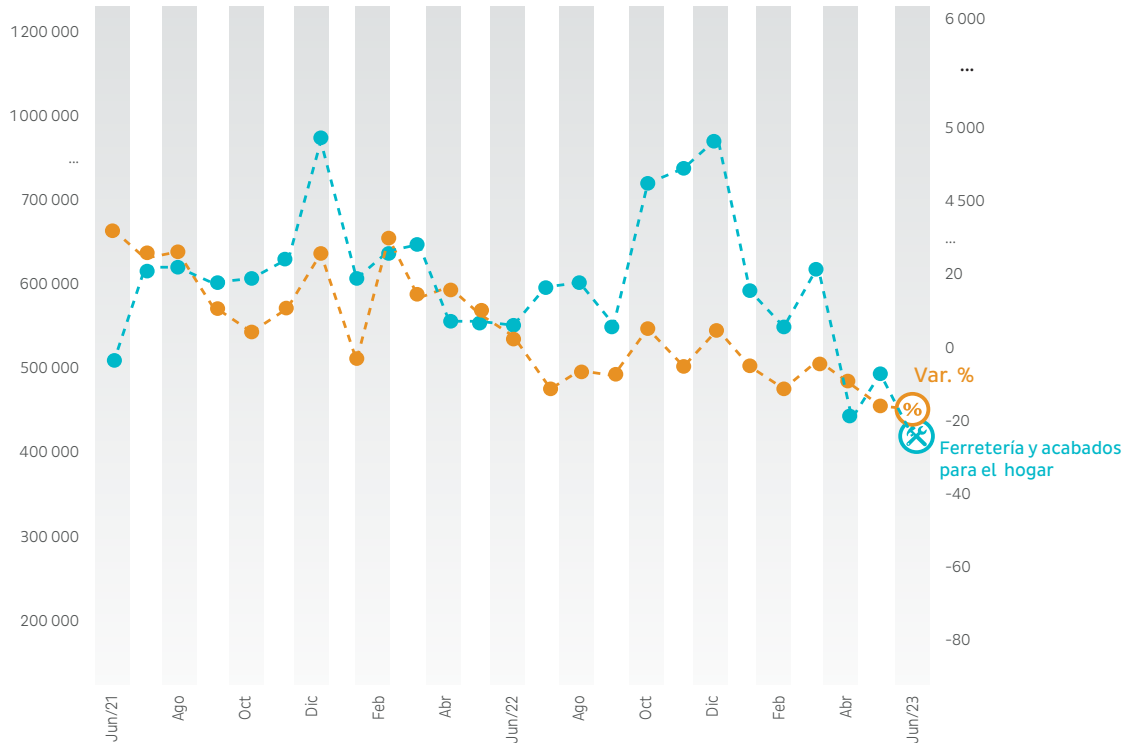


## Evolución y variación porcentual

Ventas internas de ferreterías y acabados para el hogar (Jun 2021-Jun 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

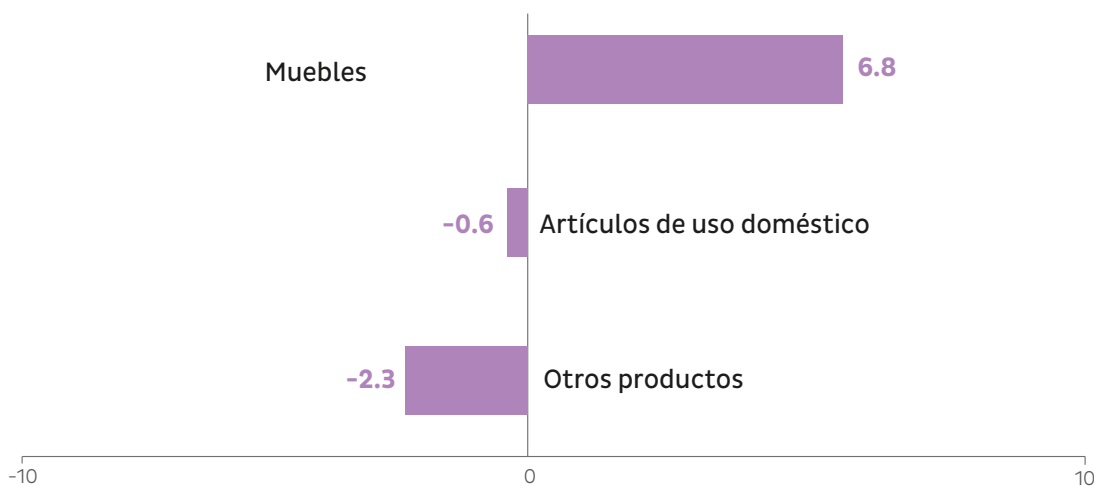
La actividad de equipamiento del hogar, aún se mantiene en terreno negativo. Así, en este mes reportó una disminución interanual de -0.8%. Ello responde a una caída en las ventas de artículos domésticos (productos tecnológicos) en -0.6% y en la línea de productos diversos (-2.3%), asociado a una reducción en la demanda interna.

En el mes en referencia, la línea de productos diversos y artículos de uso doméstico fueron las que tuvieron en conjunto, una mayor participación en las ventas de esta actividad (99.1%); mientras que, la línea de muebles registró un aporte de 0.9%.

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 el periodo de enero 2021 a junio 2023, las ventas de la presente actividad ha mostrado una tendencia mixta. Así, entre enero de 2021 y febrero de 2022 el nivel de ventas se mantuvo al alza; sin embargo, posterior a febrero de 2022, dicho nivel retrocede y mantiene una tendencia a la baja, ante la pérdida de dinamismo, influenciada por el alza de precio de los productos básicos ocasionados por los factores climáticos adversos, afectando el consumo de la población.

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

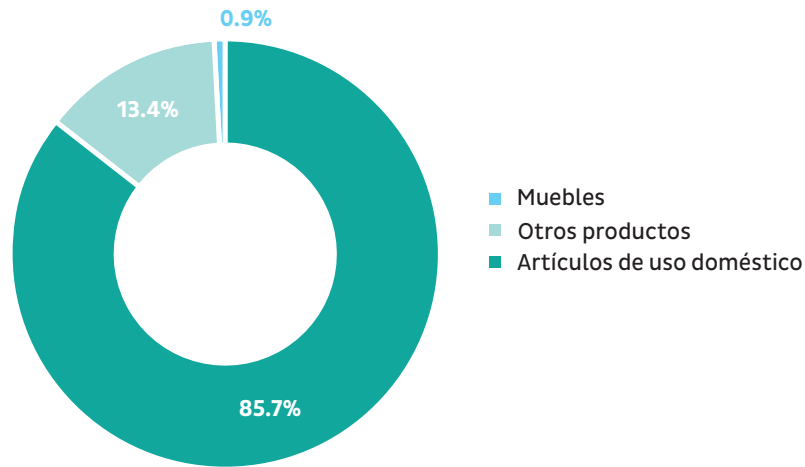


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas  
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



# Participación %

## Líneas de productos para el equipamiento del hogar (Junio 2023)



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

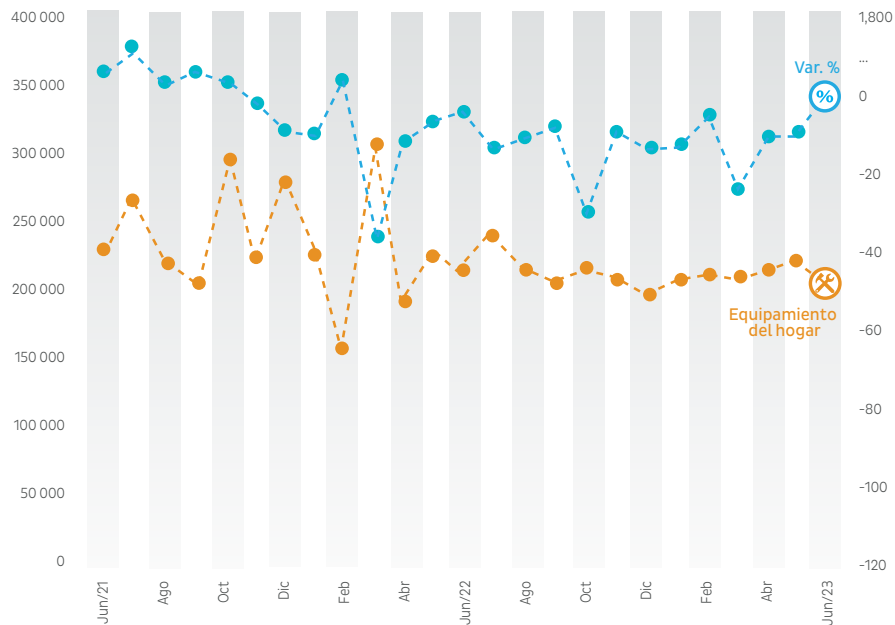


# Evolución y variación porcentual

## Ventas internas para el equipamiento del hogar (Jun 2021-Jun 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 un crecimiento de +2.1% en junio de 2023. Dicho incremento estuvo asociado principalmente a las ventas de productos de cuidado personal en +22.6%, básicamente en productos como cremas, champú, perfumes, joyas, entre otros. Sin embargo, dicho avance fue atenuado por las menores ventas de productos farmacéuticos y medicinales (-1.7%).

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 junio del 2023 la línea de productos farmacéuticos y medicinales alcanza el 80.9% sobre las ventas totales, la misma que tiene el impulso en la venta

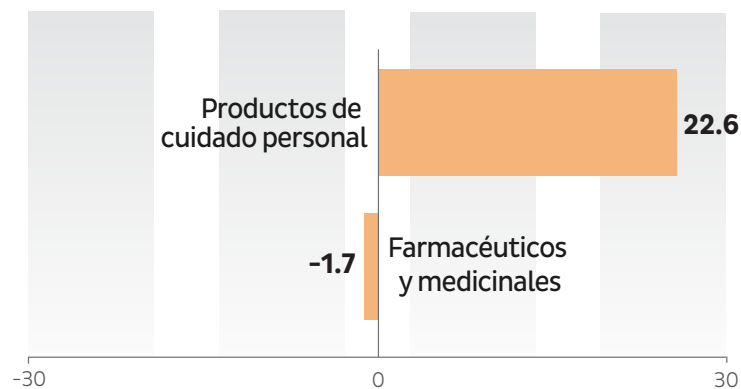
online y los nuevos canales de distribución; mientras que, el otro restante (19.1%) correspondió a la línea de productos de cuidado personal.

Entre enero de 2021 y junio de 2023, se observa que las ventas de la actividad de productos farmacéuticos y cuidado personal mantiene una ligera tendencia positiva. Esta tendencia está 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.



### Ventas por líneas de productos

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

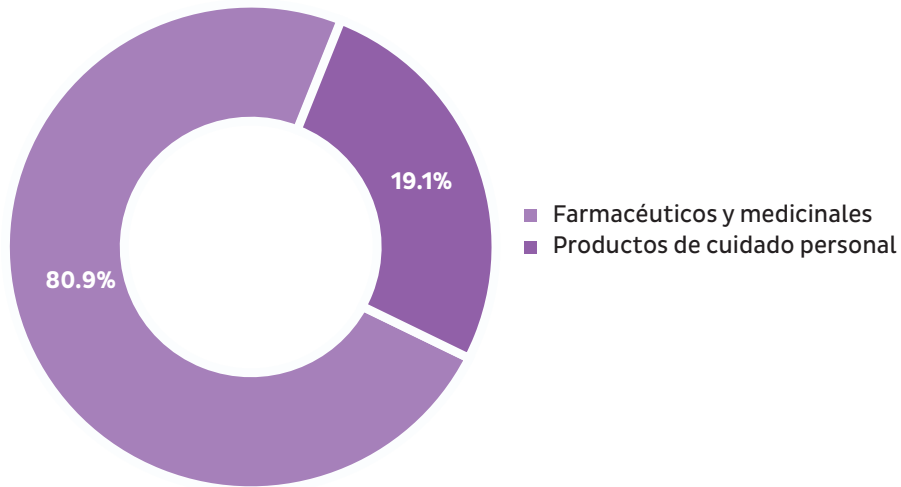


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas  
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



# Participación %

## Líneas de productos farmacéuticos y de cuidado personal (Junio 2023)



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

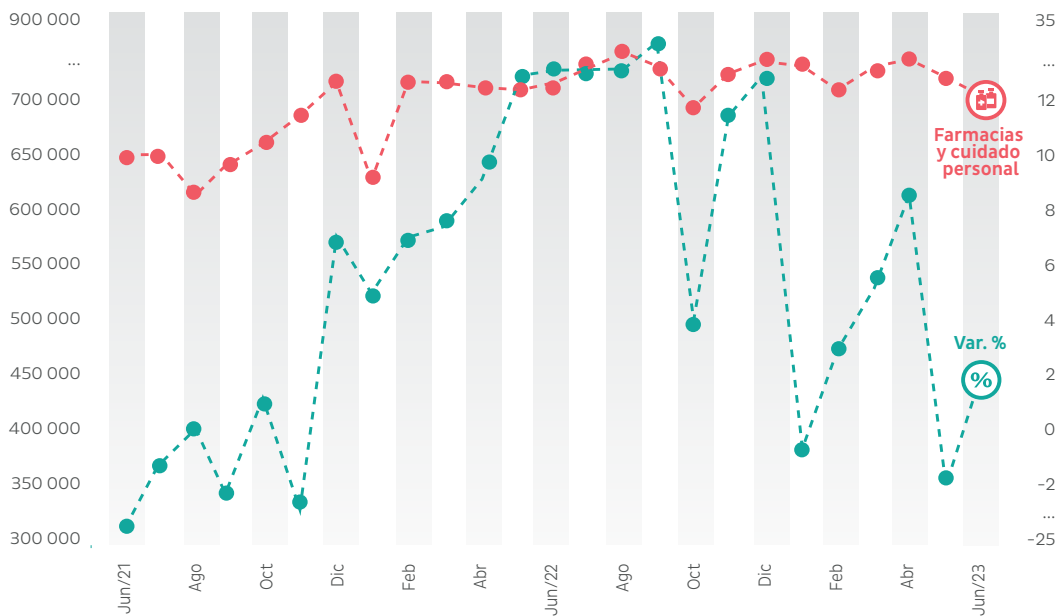


# Evolución y variación porcentual

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

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

La venta de la actividad de libros, periódicos y artículos de papelería en este mes registró un incremento de +9.2% interanual, explicado por un aumento en la demanda artículos escolares y de oficina, registrandose mayores ventas en la línea de librerías (+10.3%) y productos diversos tecnológicos y otros (+1.7%).

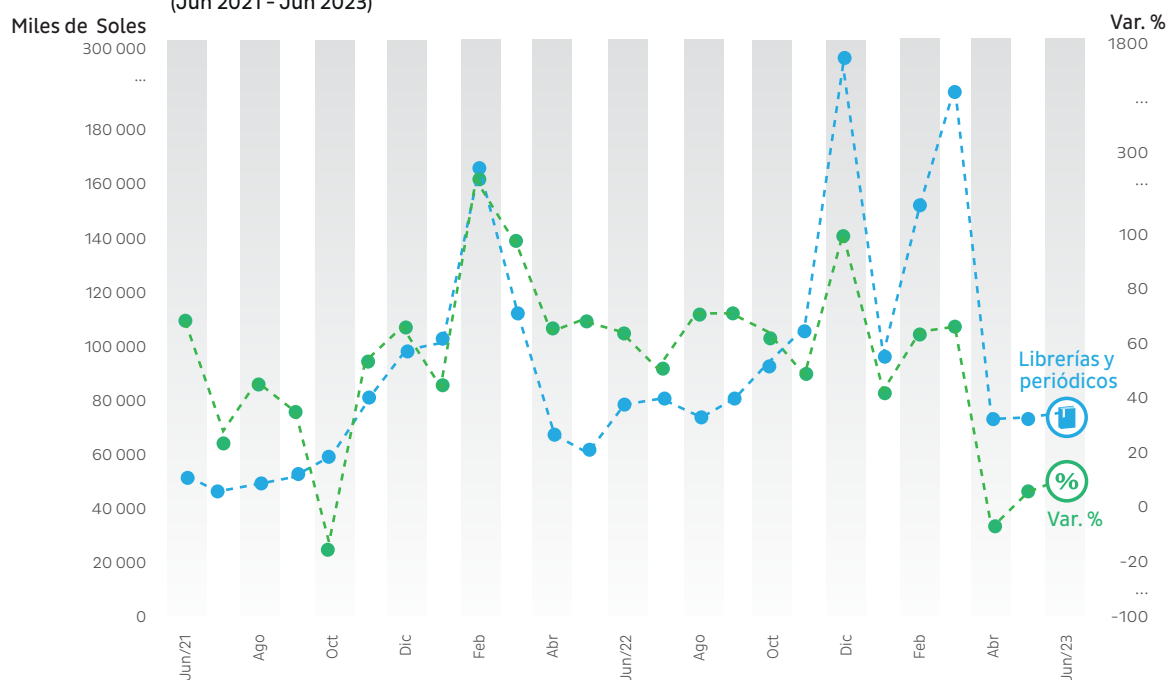
Entre las principales empresas que destacan en las ventas de esta actividad tenemos a: Distribuidora Navarrete, Ibero Librerías, Librerías Crisol y Tai Loy.



### Evolución y variación porcentual

#### Ventas internas de libros, periódicos y artículos de papelería

(Jun 2021 - Jun 2023)



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

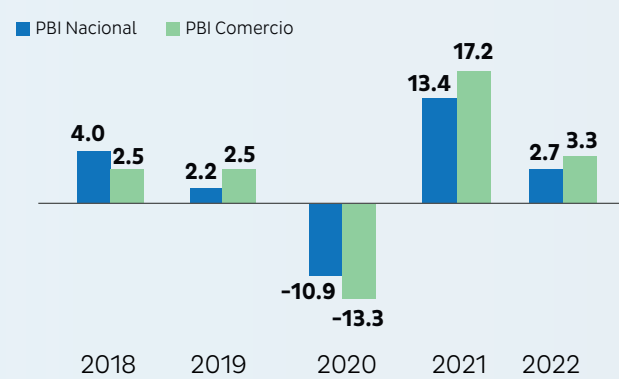


# Dinámica empresarial de las Mipymes del sector comercio 2022

De acuerdo con las cifras del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), entre 2018 y 2022, la actividad productiva del sector comercio creció a un ritmo promedio anual de 2.0%, que va en línea con el crecimiento de la economía nacional, debido a su gran aporte (para el periodo en referencia el sector comercio representó el 10.4% del PBI nacional). Sin embargo, el año 2020, el sector comercio experimentó una fuerte caída en -13.3%, respecto al 2019, como resultado de la pandemia del Covid-19 que generó la paralización de las actividades económicas; mientras que, en 2021, dicho sector logra recuperarse tras registrar un importante crecimiento de 17.2%, como resultado del efecto estadístico, ante la reactivación de la economía, que incidió en un aumento de la demanda interna (+14.7%). En tanto, en 2022 el crecimiento fue menor a lo registrado en 2021, debido a factores externos que afectaron al sector como la guerra de Ucrania con Rusia, la cual afectó a la cadena logística en la comercialización de alimentos, generando un aumento de la inflación a nivel internacional. Por su parte, la crisis política y social corresponde a los factores internos que afectaron la inversión privada<sup>1</sup>.

Gráfico 1

## Evolución del dinamismo del PBI nacional y del sector comercio\*, 2018-2022 (Var.%)



Nota: (\*) A precios constantes de 2007

Fuente: INEI

Elaboración: Produce - Oficina de Estudios Económicos (OFF)

## Dinámica y estructura empresarial

En este contexto, las Mipyme constituyen un segmento bastante importante y dinámico en cuanto a las tasas de creación y mortandad, ya que estas se caracterizan por su marcada heterogeneidad en cuanto a su desempeño productivo. Esto hace que no sea adecuado pensar en las Mipyme como un conjunto uniforme de unidades productivas y menos pretender que las estrategias para incentivar su crecimiento sean igualmente efectivas cuando se implementan sin tener en cuenta sus particularidades (CEPAL, 2016).

En el Perú, la estructura empresarial formal está conformado en un 99.4% por micro, pequeña y medianas empresas (Mipyme<sup>2</sup>) que operaron en el país en 2022. Este segmento está conformado por agentes económicos que dinamizan y contribuyen al desarrollo económico nacional, además, son fuente generadora de empleo.

En 2022, a nivel empresarial se contabiliza un total de 2,245,795 Mipyme formales<sup>3</sup> inscritas en la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT), cifra superior en 6.0% a lo registrado en 2021. Dicho avance fue como resultado del continuo dinamismo de las actividades económicas, principalmente de servicios (6.9% de crecimiento), manufactura (6.8%) y construcción (6.3%), las cuales favorecieron a un crecimiento del PBI nacional en 3.3%.

<sup>1</sup> En efecto, según el reporte de inflación de marzo 2023 del Banco Central de Reserva del Perú, la inversión privada se contrajo en 0.5%, respecto a 2022.

<sup>2</sup> Se denomina Mipyme a aquellas empresas con ventas anuales menores o iguales a 2 300 UITs, según Ley N° 30056.2

<sup>3</sup> A fin de obtener el número de empresas formales se siguen cuatro criterios: i) que la empresa haya tenido un RUC vigente en el año bajo análisis, ii) que la empresa perciba rentas de tercera categoría y que haya tenido actividad comercial, iii) que el tipo de contribuyente sea con fin lucrativo y iv) que la actividad económica declarada no corresponda a las categorías de intermediación financiera, administración pública y defensa, hogares privados con servicio doméstico, otras actividades de servicios comunitarios, sociales y personales y organizaciones y órganos extraterritoriales.

A nivel sectorial, en particular, en el sector comercio, el número de Mipymes formales ascendieron a 1,000,651 empresas, y representan el 44.3% del total de empresas formales que operaron en el país durante el 2022. En la actividad comercial, las Mipymes generan alrededor de 1.3 millones de puestos de trabajo formal (+4.0% adicional en relación a 2021), significando ello una participación del 20% de la Población Económica Activa ocupada a nivel nacional en el sector privado.

Uno de los enfoques que se utilizan para analizar la dinámica empresarial por tamaño y sector es considerar la matriz de transición<sup>4</sup>. En este caso particular, dicha matriz mide la migración de empresas Mipyme de un estrato a otro o de un sector económico a otro en un periodo determinado, ello debido al comportamiento de la actividad productiva que motiva a las empresas a cambiar de giro.

El análisis de la transición por tamaño empresarial efectuado en los últimos 10 años (período 2013 a 2022) para el sector comercio, se encontró que, del total de microempresas nacidas en el 2013, el 96.8% (279,987) de las empresas se mantienen en el mismo tamaño empresarial a 2022, y solo el 3.0% (8,688) pasaron a ser pequeñas, el 0.07% (189) a medianas y el 0.1% (316) a gran empresa. Ello evidencia que, la mayoría de las microempresas emergentes siguen siendo pequeñas, dado que estos emprendedores no siempre tienen como objetivo el crecimiento ni generar empleo, y encajan en la categoría de los llamados emprendedores de subsistencia (Schoar, 2010).

Por otro lado, las pequeñas empresas nacidas en 2013, el 3.4% (591) pasaron a ser medianas en el 2022, el 5.7% (996) migraron al estrato grande; mientras que, el 41.9% (7,321) descendieron al estrato microempresa. En el caso de las empresas registradas como medianas en el 2013, el 39.1% (315) empresas migraron a un estrato superior; mientras que, también se registra un 27.0% (218) pasaron al estrato pequeña empresa y el 20.1% (162) se convirtieron en microempresas, tal como se muestra en el siguiente cuadro.

Cuadro 1

### Matriz de transición de empresas del sector comercio nacidas en 2011 según tamaño empresarial, (2011-2021) (En porcentaje)

En 2021 En 2011	Microempresa	Pequeña	Mediana	Gran empresa	Total
<b>Microempresa</b>	96.8	3.0	0.07	0.1	100.0
<b>Pequeña</b>	41.9	49.0	3.4	5.7	100.0
<b>Mediana</b>	20.1	27.0	13.8	39.1	100.0
<b>Gran empresa</b>	15.7	9.7	4.4	70.2	100.0

Nota: El estrato empresarial es determinado de acuerdo con la Ley N° 30056. Se considera gran empresa a aquella cuyas ventas son mayores a 2 300 UIT.

Fuente: Sunat, Registro Único del Contribuyente 2013-2022

Elaboración: PRODUCE-OEE

<sup>3</sup> La matriz de transición proporciona información acerca de la transición o "migración" de Mipymes que operan en un determinado sector al inicio y que posteriormente se desplazan hacia otro sector. Asimismo, dicha matriz está compuesta por dos ejes: el vertical, que muestra las diferentes categorías en las que se encuentran las empresas al inicio del periodo, y el eje horizontal, que da cuenta de la categoría en que se encuentran las empresas al final del periodo considerado.

En el siguiente cuadro se puede observar que la transición de las empresas Mipyme de un sector a otro es baja, lo cual queda evidenciado en que más del 60% de las empresas se mantuvieron en su mismo sector entre 2013 y 2022. No obstante, una característica importante a resaltar fue la migración de empresas Mipyme de los sectores agropecuario, pesca, minería, manufactura y construcción al sector de comercio y servicios, ello debido al coyuntura adversa por la declaración de la emergencia sanitaria por la pandemia del Covid-19, la cual se extendió a 2022 y parte de 2023. Asimismo, el aumento de la inflación a nivel internacional en todo el 2022 afectó a la economía peruana, generando una pérdida del poder adquisitivo de las familias. En este contexto se verifica que, un 9.7% de Mipyme del sector agropecuario migraron al sector comercio, así como empresas Mipyme del sector pesca (10.0%), minería (9.4%), manufactura (10.9%), construcción (6.6%) y servicios (12.5%), tal como se aprecia en el siguiente cuadro.

Cuadro 2

**Matriz de transición de empresas Mipyme nacidas en 2013 por sector económico, (2013-2022)** (En porcentaje)

En 2021 En 2011	Agropecuario	Pesca	Minería	Manufactura	Construcción	Comercio	Servicios	Total
<b>Agropecuario</b>	<b>72.7</b>	0.2	0.7	3.5	0.6	10.2	12.2	100.0
<b>Pesca</b>	1.1	<b>64.7</b>	0.2	5.1	0.8	10.0	18.4	100.0
<b>Minería</b>	0.4	0.0	<b>70.8</b>	1.9	1.4	9.4	16.1	100.0
<b>Manufactura</b>	0.3	0.0	0.2	<b>80.6</b>	0.7	10.9	7.4	100.0
<b>Construcción</b>	0.2	0.0	0.5	1.8	<b>75.1</b>	6.6	15.8	100.0
<b>Comercio</b>	0.3	0.0	0.2	2.4	0.5	<b>87.9</b>	8.8	100.0
<b>Servicios</b>	0.4	0.1	0.3	3.5	1.7	12.5	<b>81.5</b>	100.0

Nota: El estrato empresarial es determinado de acuerdo con la Ley N° 30056. Se considera gran empresa a aquella cuyas ventas son mayores a 2 300 UIT.

Fuente: Sunat, Registro Único del Contribuyente 2013-2022

Elaboración: PRODUCE-OEE

## Otras variables del sector

### Personal Ocupado

En junio de 2023, el personal ocupado del sector comercio interno disminuyó en -1.4% interanual, debido a la ligera contracción de la demanda interna, el cual incidió en la disminución de las contrataciones de personal en las actividades de tiendas por departamento (-9.0%), farmacias y boticas (-5.1%), ferreterías y acabados del hogar (-0.4%) y equipamiento del hogar (-1.7%). En contraste, se observa un aumento en el nivel de empleo en la actividad de supermercados e hipermercados (+2.9%) y de libros, periódicos y artículos de papelería (+6.8%).

Por tipo de empleo, disminuyeron las contrataciones del personal permanente en (-0.2% interanual), así como del personal eventual (-5.2%).

Según el tipo de género, el sector de comercio interno registró una disminución en la contratación del personal de varones (-12.9%), mientras que, en el caso de las mujeres se registró un incremento en +10.0%.



## Personal ocupado

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

Actividad	Permanentes	Eventuales	Varones	Mujeres	Total	Var.%
Var. <sup>1/</sup> (%) Jun 23/ Jun 22	-0.2	-5.2	-12.9	10.0		
CIU <sup>a/</sup> Total	85,563	25,798	49,142	62,243	111,361	-1.4
4711 Supermercados e Hipermercados	39,187	9,011	23,748	24,474	48,198	2.9
4719 Tiendas por departamento <sup>2/</sup>	12,982	4,856	7,647	10,191	17,838	-9.0
4752 Ferreterías y acabados del hogar	15,238	510	9,284	6,464	15,748	-0.4
4759 Equipamiento del hogar	4,521	810	3,264	2,067	5,331	-1.7
4761 Libros, periódicos y artículos de papelería	1,195	797	1,085	907	1,992	6.8
4772 Boticas y Farmacias	12,440	9,814	4,114	18,140	22,254	-5.1

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 junio de 2023 ascendió a 5,263 establecimientos, cifra mayor en 414 locales, en comparación al total registrado en junio de 2022. Entre las actividades que aumentaron la cantidad de locales tenemos a: farmacias y de cuidado personal (33 locales más), supermercados e hipermercados (357 locales más), ferreterías y acabados del hogar (3 locales más), tiendas por departamento (8 locales más) y tiendas de equipamiento del hogar (8 locales más), y periódicos y artículos de papelería (7 locales más).



### Número de tiendas Según grupo y clase CIIU (Junio 2023)

CIIU <sup>a/</sup>	Actividad	Jun - 22	Jun- 23	Var.(%) Jun 23/22
4711	Tiendas supermercados e hipermercados	1,467	1,824	24.3
4719	Tiendas por departamento <sup>1/</sup>	179	187	4.5
4752	Ferreterías y acabados del hogar	145	148	2.1
4759	Equipamiento del hogar	298	304	2.0
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	146	153	4.8
4772	Farmacias y cuidado personal	2,614	2,647	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://www.produce.gob.pe)**

<http://ogeiee.produce.gob.pe>

 /minproduccion

 @minproduccion

 producegob

 minproduccion