



PERÚ

Ministerio  
de la Producción

Oficina de Estudios Económicos

Setiembre 2023

**Boletín de  
Comercio Interno**

# Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

## **BOLETÍN DE COMERCIO INTERNO**

GRANDES ALMACENES, SUPERMERCADOS Y TIENDAS ESPECIALIZADAS

Editado por:

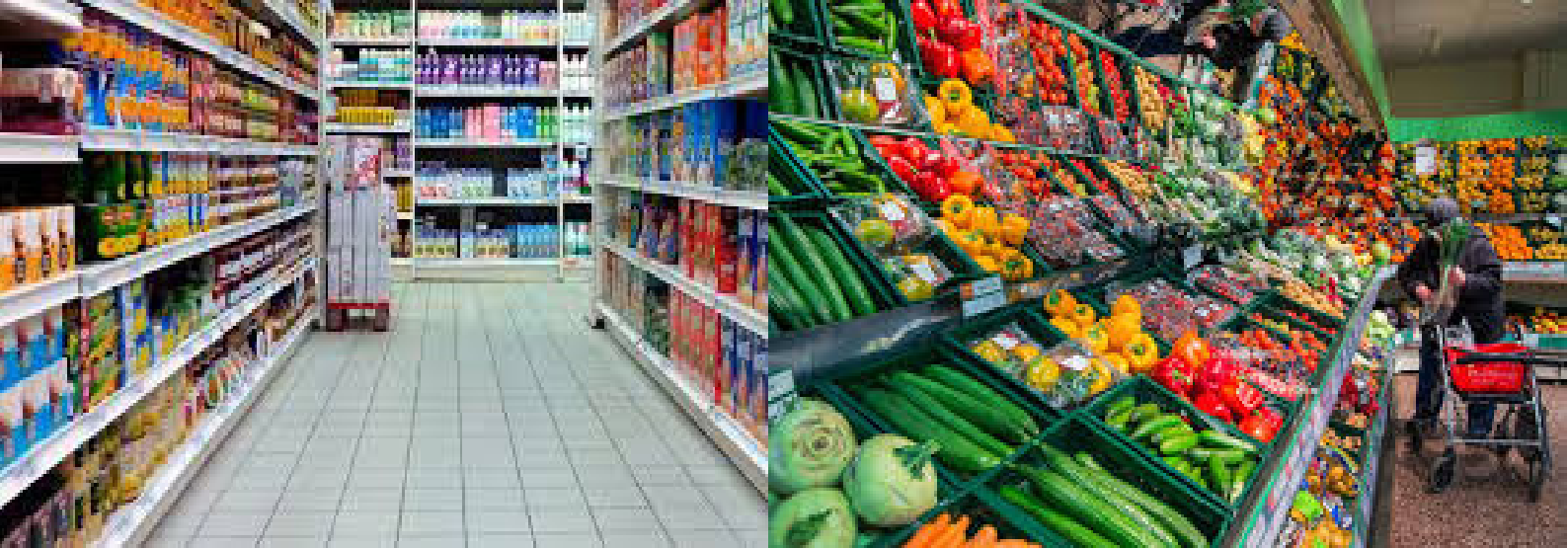
MINISTERIO DE LA PRODUCCIÓN

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

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

1era Edición, Setiembre 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 | Setiembre 2023

## Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Introducción	3
Producción total versus sector comercio	4
Desempeño de actividades	5
Desempeño de los supermercados a setiembre 2023	16
Otras variables del sector	19
Número de tiendas	20

# Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Boletín Estadístico – Setiembre 2023

## Introducción

En setiembre de 2023, las ventas del sector comercio interno<sup>1</sup> registraron un aumento de +2.8% interanual, como resultado del desempeño positivo registrado en algunas actividades que componen este sector, tales como: supermercados e hipermercados (+12.4%), farmacias y boticas (+10.3%), y libros, periódicos y artículos de papelería (+6.7%). En contraste, este resultado fue atenuado parcialmente por el desempeño negativo registrado por las ventas en tiendas por departamento (-11.2%), ferreterías y acabados (-16.4%), y equipamiento del hogar (-7.7%).

En el periodo acumulado de enero a setiembre de 2023, las ventas del comercio interno registraron una leve caída de -0.04% interanual, con relación al mismo periodo del 2022. Este resultado negativo se atribuye al retroceso en las ventas de productos de consumo masivo y la contracción de la demanda interna.

Entre las actividades que habrían incidido en la disminución de ventas del comercio interno figuran: tiendas por departamento (-6.1%), equipamiento del hogar (-7.4%), y ferreterías y acabados del hogar (-12.2%); estas dos últimas actividades fueron influenciadas por la reducción en la demanda del sector construcción.



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

Según grupo y clase CIU, Setiembre 2022 - Setiembre 2023

(Millones de soles a precios corrientes)

CIU <sup>(a)</sup>	Actividad	Set-22 <sup>(b)</sup>	Set-23 <sup>(b)</sup>	Var. (%) Set (23/22)
	Total	3,773.9	3,878.9	2.8
4711	Supermercados e hipermercados <sup>2/</sup>	1,587.6	1,784.4	12.4
4719	Tiendas por departamento <sup>3/</sup>	583.3	517.8	-11.2
4752	Ferreterías y acabados para el hogar	566.4	473.7	-16.4
4759	Equipamiento del hogar	205.4	189.5	-7.7
4772	Farmacias y cuidado personal	739.2	815.3	10.3
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	92.1	98.2	6.7

Notas:

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

(b) Cifras sujetas a reajuste.

<sup>1/</sup> 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.

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

<sup>3/</sup> 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)

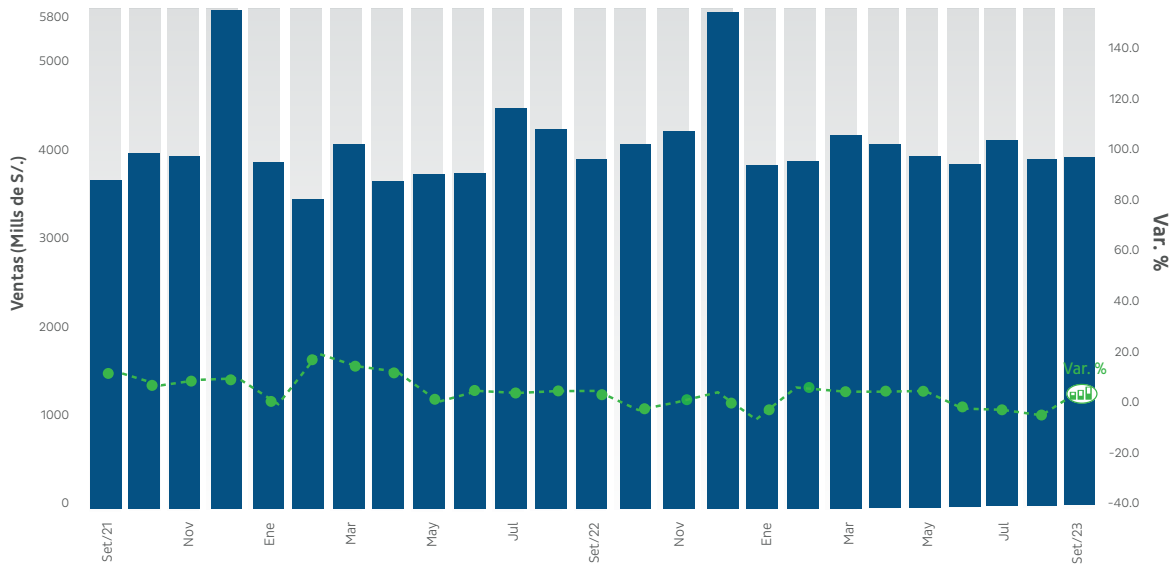
<sup>1</sup> En el presente boletín, las ventas del comercio interno se aproximan como las ventas de los grandes almacenes, supermercados y tiendas especializadas, agregando las actividades de las clases CIU 4711, 4719, 4752, 4759, 4772 y 4761 de revisión 4.





## Valor y variación porcentual de las ventas internas<sup>1/</sup>

(Setiembre 2021 - Setiembre 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

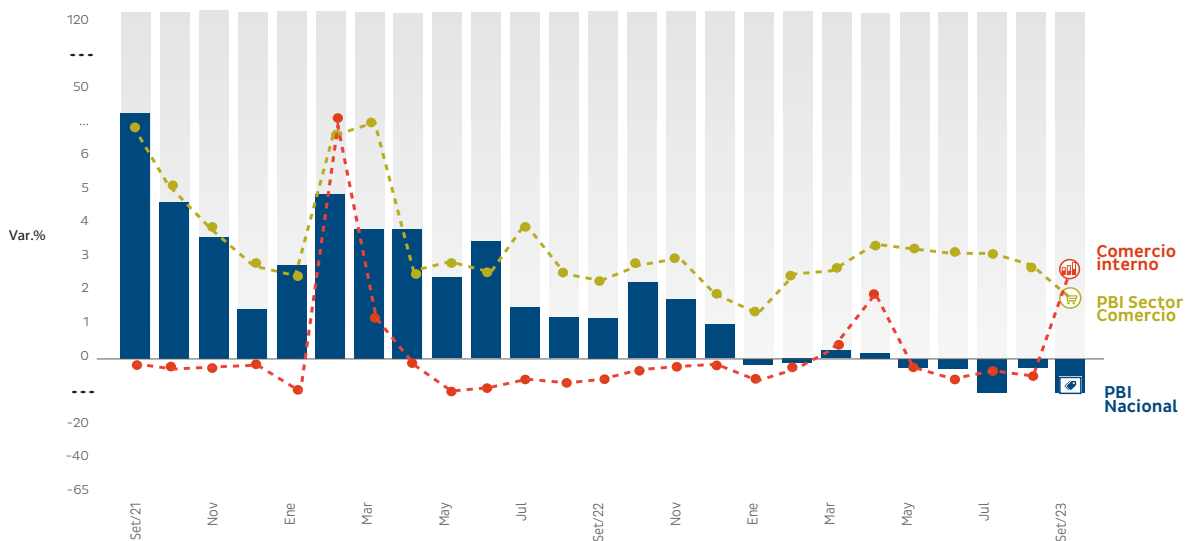
## Producción total nacional versus sector comercio

En setiembre de 2023, el PBI nacional registra un desempeño negativo (-1.3% interanual). En contraste, el sector comercio registró un incremento interanual de 1.9%; debido a los buenos resultados de los subsectores de comercio mayorista y minorista. En efecto, en este mes dichos subsectores registraron un incremento de 2.0% y 2.2% interanual, respectivamente.



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

(Setiembre 2021 - Setiembre 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 setiembre de 2023, las ventas de la actividad de supermercados e hipermercados tuvieron una variación interanual positiva de +12.4%. El buen desempeño se mantiene por ocho meses continuos debido 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 destacan: alimentos (+10.4%), bebidas y tabaco (+16.9%) y farmacéuticos y cosméticos (+64.5%).

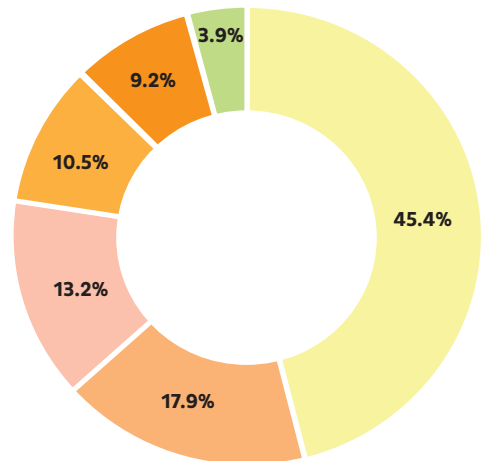
Cabe indicar que, en este mes se mantiene la concentración de las líneas de alimentos, artículos de uso doméstico, bebidas y tabaco y otros productos, con una participación de 85.6% en el valor de ventas de la actividad de supermercados e hipermercados; mientras que, el restante (14.4%) correspondió 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.



### Participación %

**Líneas de productos en tiendas de supermercados<sup>1/</sup> e hipermercados**  
(Setiembre 2023)



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

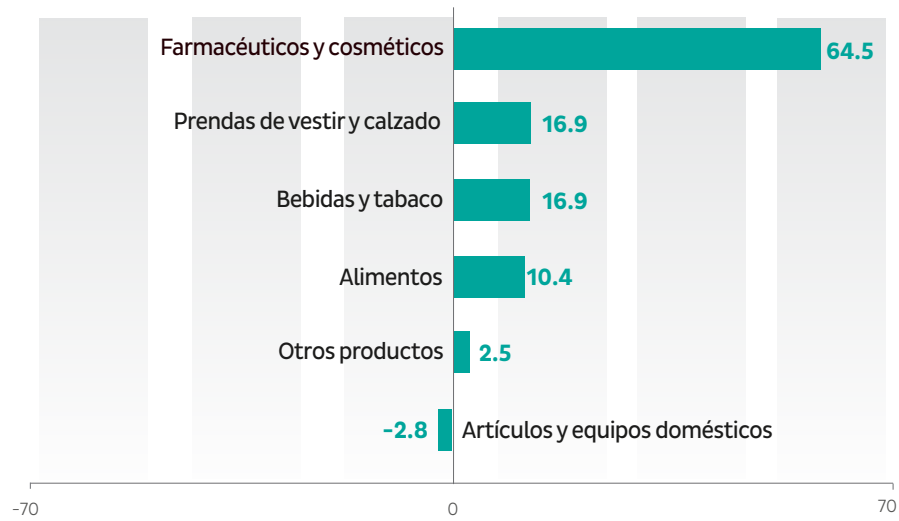
Nota: 1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos.

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>, Setiembre 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)

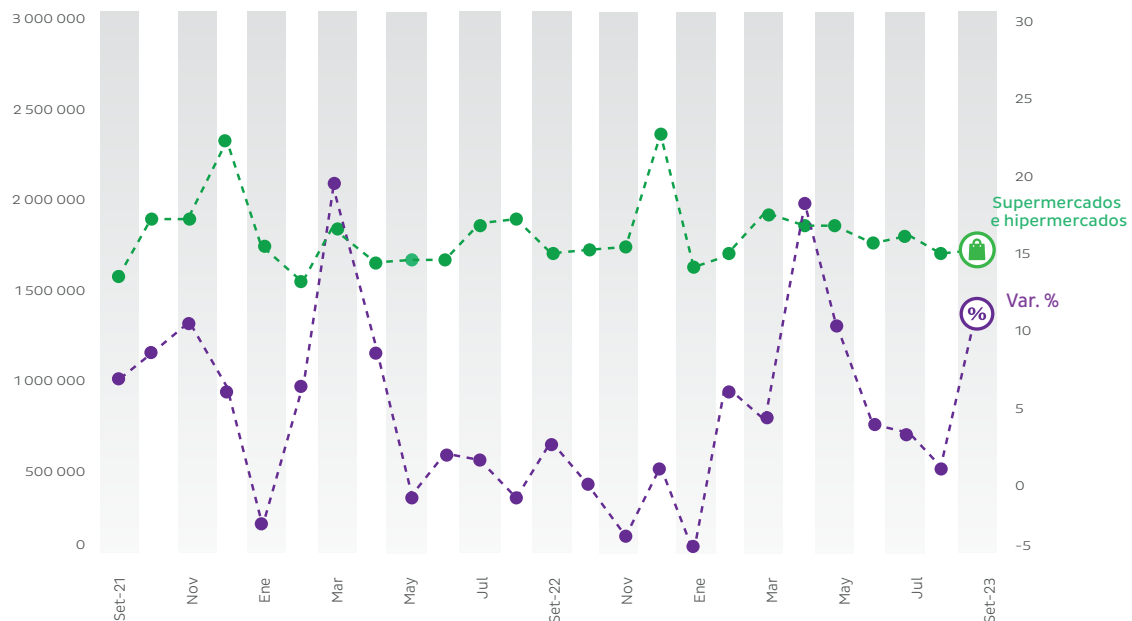


## Evolución y variación porcentual

Ventas internas de supermercados e hipermercados

(Setiembre 2021 - Setiembre 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 setiembre de 2023, las ventas de la actividad de tiendas por departamento aún no dan señales de recuperación y registran una disminución interanual de -11.2%, como resultado de la menor demanda en las ventas de las líneas de prendas de vestir y calzado (-37.2%) y muebles (-56.2%), pero atenuado por el incremento en las ventas de artículos de uso doméstico (+8.9%), productos farmacéuticos y cosméticos (+65.5%) y productos diversos (+978.3%).

Cabe indicar que, en este mes las líneas de artículos de uso doméstico, prendas de vestir y calzados, concentraron en su conjunto el 78.7% del valor de ventas de la actividad de tiendas por departamento. Ello debido a las ofertas intensivas que fomentaron una mayor compra de prendas de vestir; mientras que, el restante (21.3%) 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.

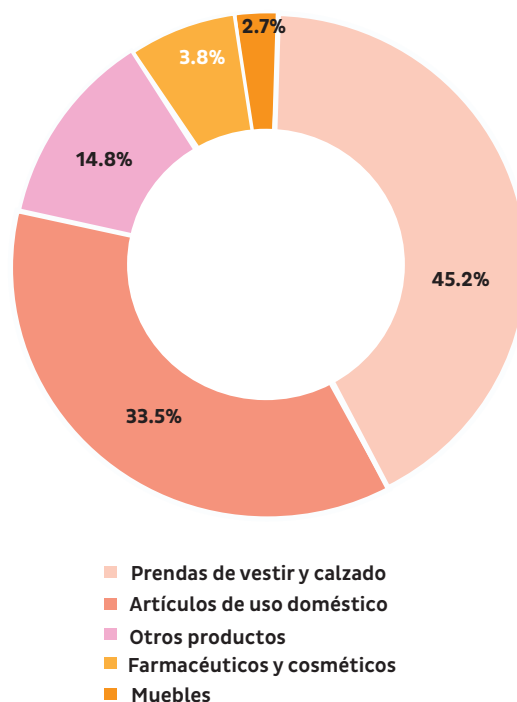
Al analizar la serie histórica de las ventas de la actividad de tiendas por departamento, desde el tercer trimestre de 2021 aún no logra recuperarse y se encuentra en terreno negativo. Al respecto, se observa una menor demanda de las líneas de prendas de vestir y calzado, así como diversos productos de cuidado personal debido a los efectos de la inflación y factores climáticos adversos que inciden en la priorización del gasto de los hogares.



### Participación %

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

(Setiembre 2023)



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

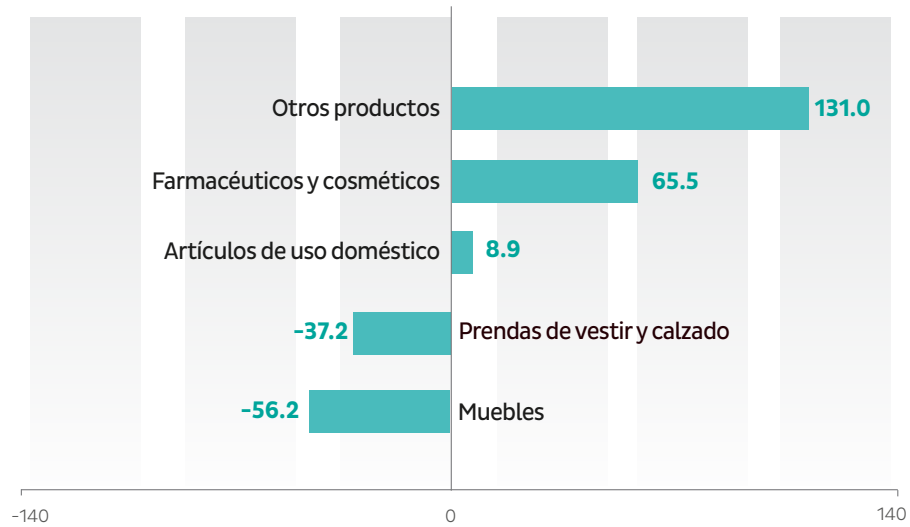
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas.  
Elaboración: PRODUCE-Oficina de Estudios Económicos (OEE)





# Ventas por líneas de productos

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

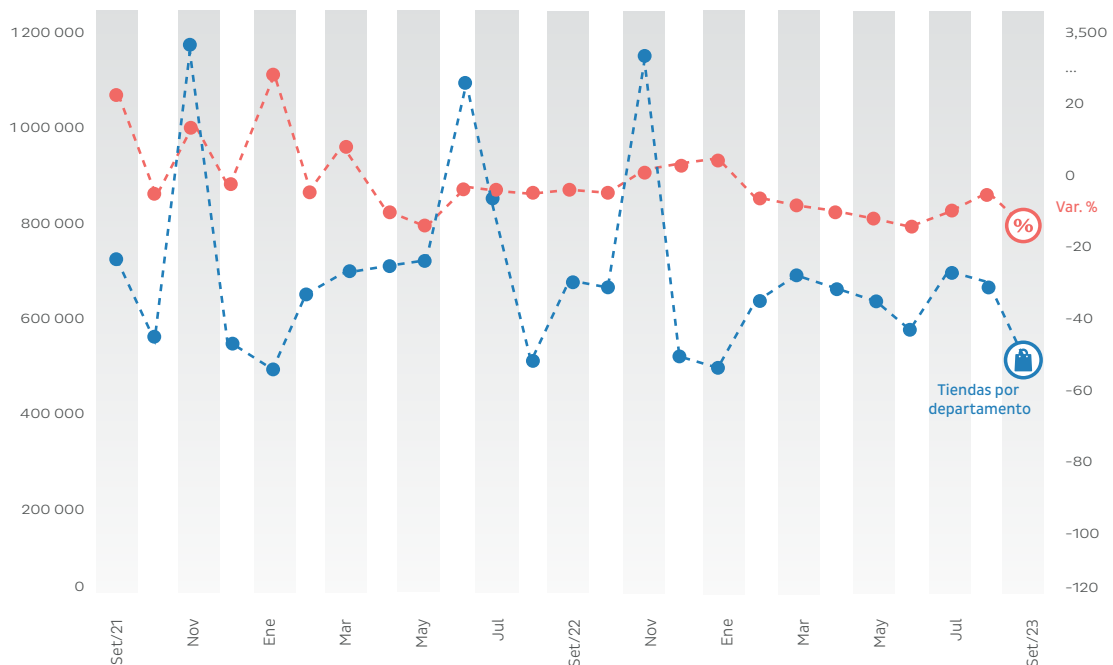


## Evolución y variación porcentual

Ventas internas de tiendas por departamento<sup>1</sup>  
(Setiembre 2021 - Setiembre 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 setiembre de 2023, esta actividad disminuyó en -16.4% interanual y continua en terreno negativo. Dicho resultado responde a una disminución en las ventas de artículos de ferretería (-13.5%), productos diversos (-17.3%) y artículos de uso doméstico (-25.2%) y muebles (-29.4%), en un contexto de menores inversiones en el sector construcción, tanto en obras pública y privadas.

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 (90.7%); mientras que, en menor medida, destacó la línea de artículos de uso doméstico, muebles y repuestos y accesorios, con una participación del 9.3%.

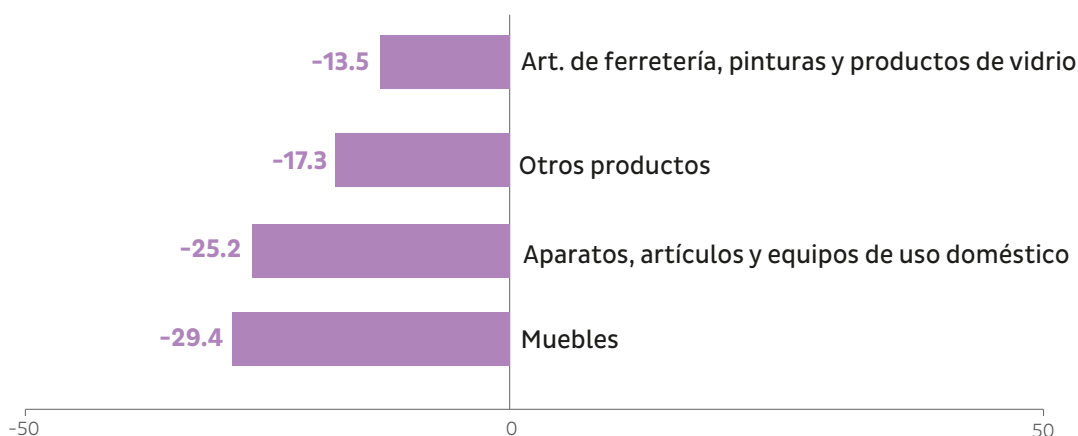
Entre las principales empresas que destacan en esta actividad por su mayor incidencia en las ventas destacan: Maestro Homecenter, Promart Homecenter, y Cemento y Acero.

En el periodo de enero 2021 a setiembre 2023, el desempeño de esta actividad se mantuvo en terreno positivo; sin embargo, desde agosto del 2022 viene registrando resultados negativos, por una disminución en el dinamismo de la actividad del sector construcción (obras de remodelación y nuevas construcciones); que aún no muestra signos de recuperación.



### Venta por líneas de productos

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

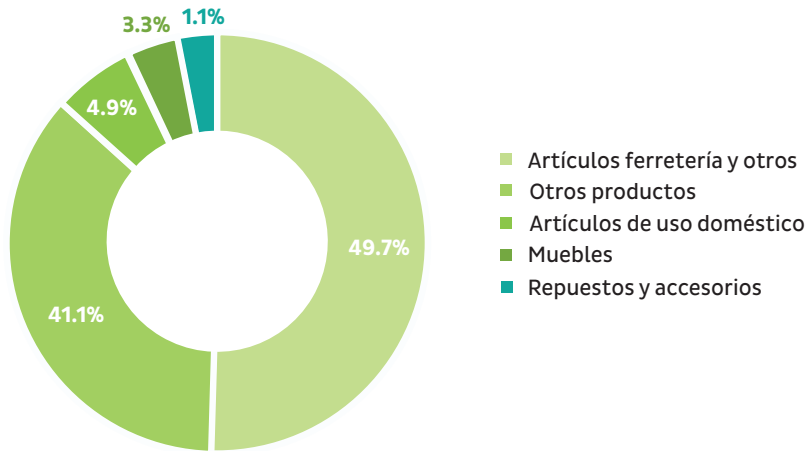


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas  
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



## Participación %

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



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

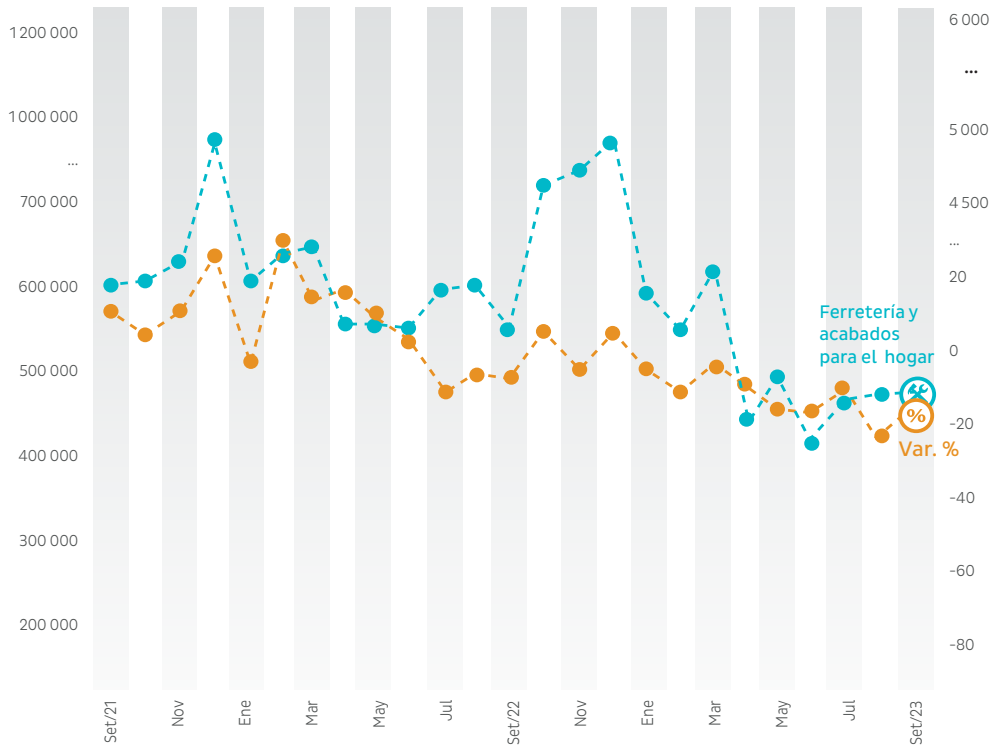


## Evolución y variación porcentual

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

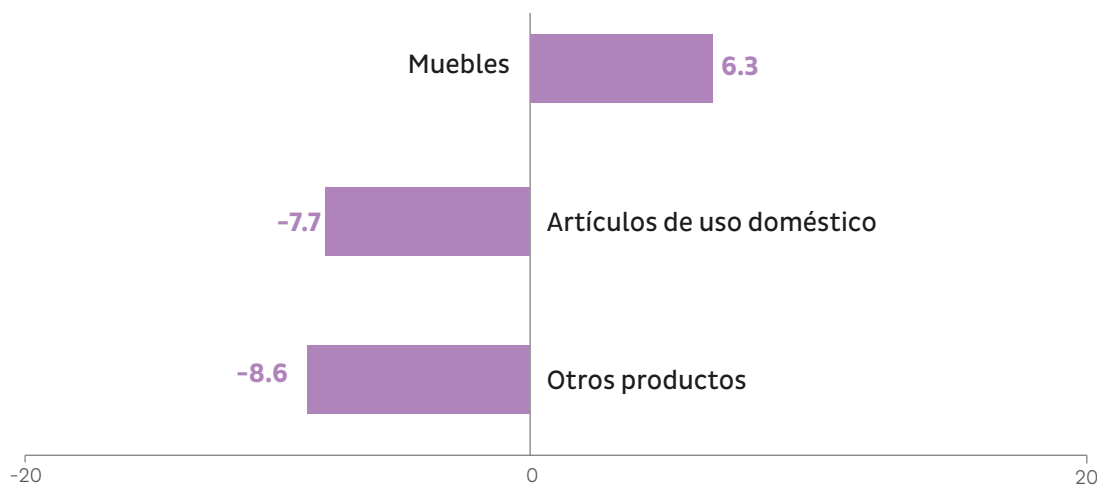
La actividad de equipamiento del hogar, aún se mantiene en terreno negativo, debido a que este rubro agrupa productos que no son esenciales y prioritarios en el hogar. Así, en setiembre de 2023 registró una disminución interanual de -7.7%. Ello responde a una caída en las ventas de artículos domésticos (productos tecnológicos) en -7.7%, así como la línea de productos diversos (-8.6%).

En el mes en referencia (setiembre 2023), la línea de productos diversos y artículos de uso doméstico fueron las que tuvieron una mayor participación en conjunto en las ventas (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.

Según el periodo analizado (enero de 2021 a setiembre de 2023), se observa que, en los últimos meses de este periodo, las ventas de la actividad se han contraído, por lo que aún no hay señales claras de recuperación, debido a que habrían incidido los factores climáticos adversos y la contracción de la demanda interna.

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



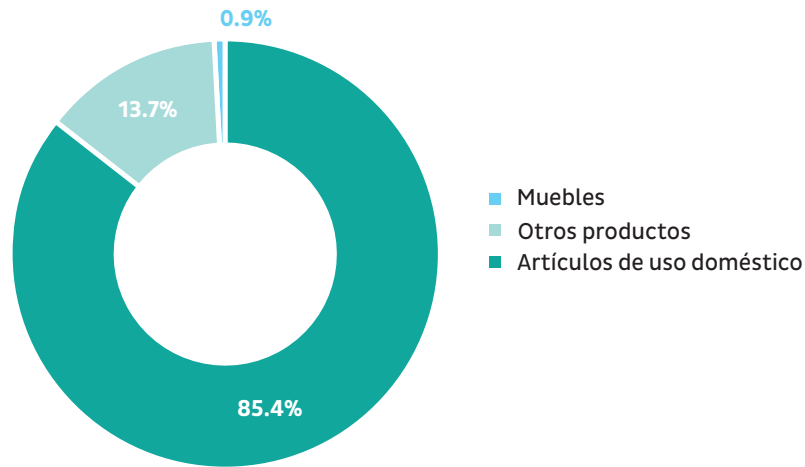
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas  
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)





## Participación %

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

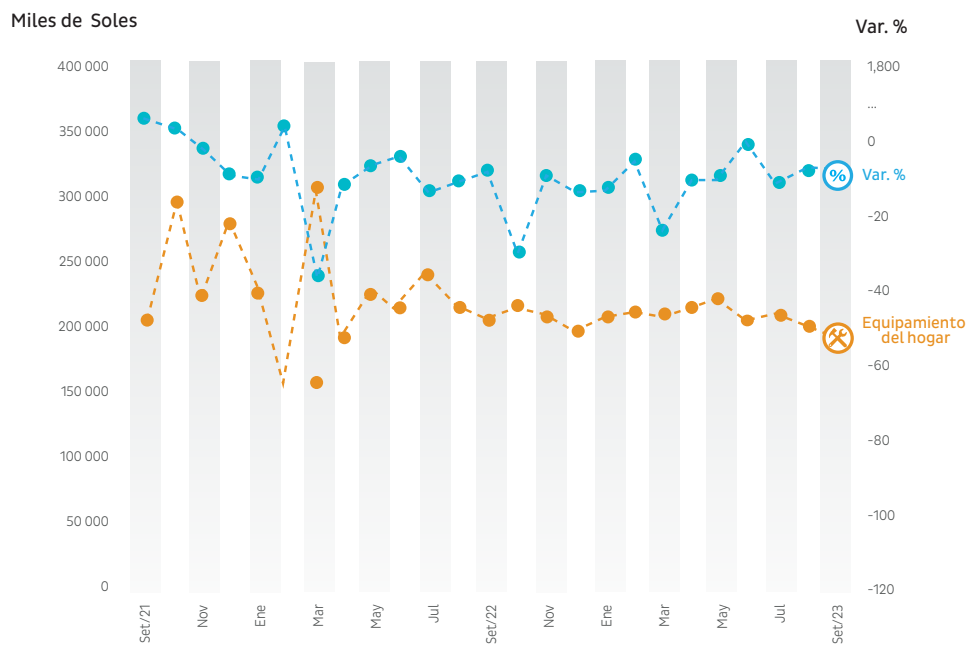


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas  
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



## Evolución y variación porcentual

Ventas internas para el equipamiento del hogar (Set 2021-Set 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 crecimiento de +10.3% interanual en setiembre de 2023, asociado principalmente a las ventas de productos farmacéuticos y medicinales (+14.0%), pero atenuado por las menores ventas de productos de cuidado personal en (-5.3%).

Entre las principales farmacias que destacan con mayores niveles de ventas se pueden mencionar a: MiFarma, Ekerd Perú, CETCO, ALBIS y Productos Avon.

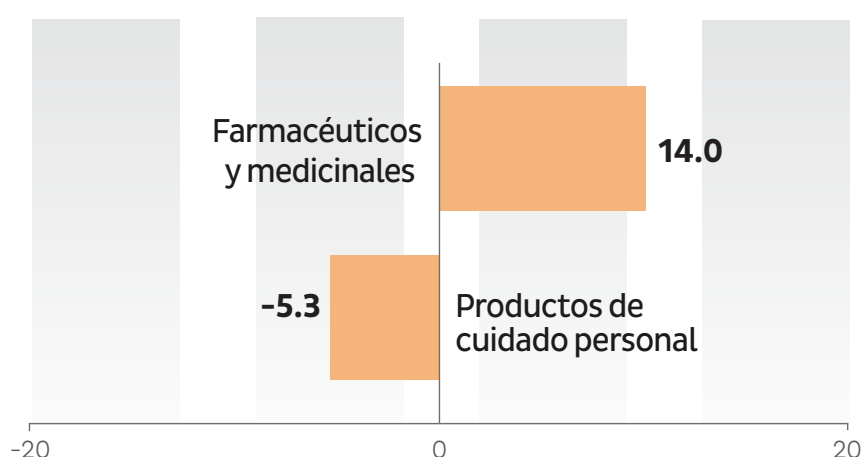
En cuanto a la participación de las líneas de productos de esta actividad, se observa que, en setiembre de 2023 la línea de productos farmacéuticos y medicinales representó el 83.5% sobre las ventas totales; mientras que, el otro restante (16.5%) correspondió a la línea de productos de cuidado personal.

Entre enero de 2021 y setiembre de 2023, se observa que las ventas de la actividad de productos farmacéuticos y cuidado personal mantienen una ligera tendencia positiva. Dicha tendencia está muy relacionada a las estrategias multiformato y multicategoría en las principales cadenas de farmacias (MiFarma e Inkafarma) que impulsan las ventas de los productos de cuidado personal, alimentos para bebés, entre otros.



### Ventas por líneas de productos

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

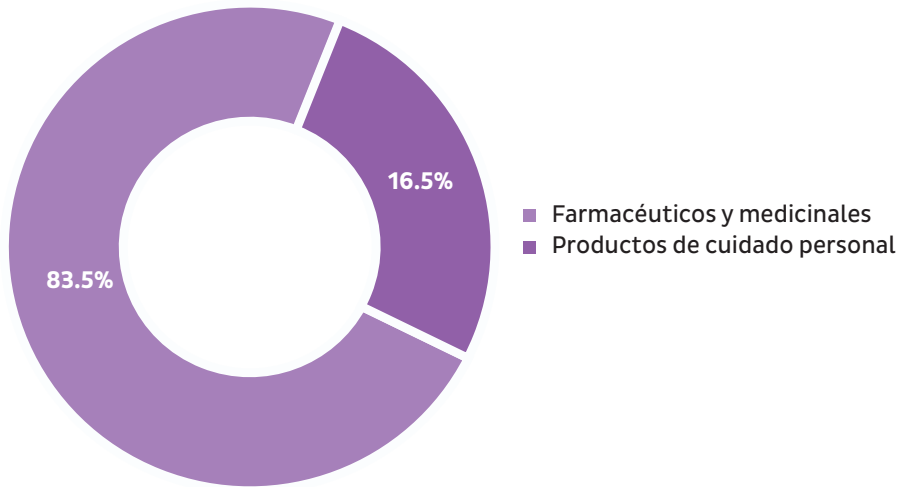


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas  
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



# Participación %

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



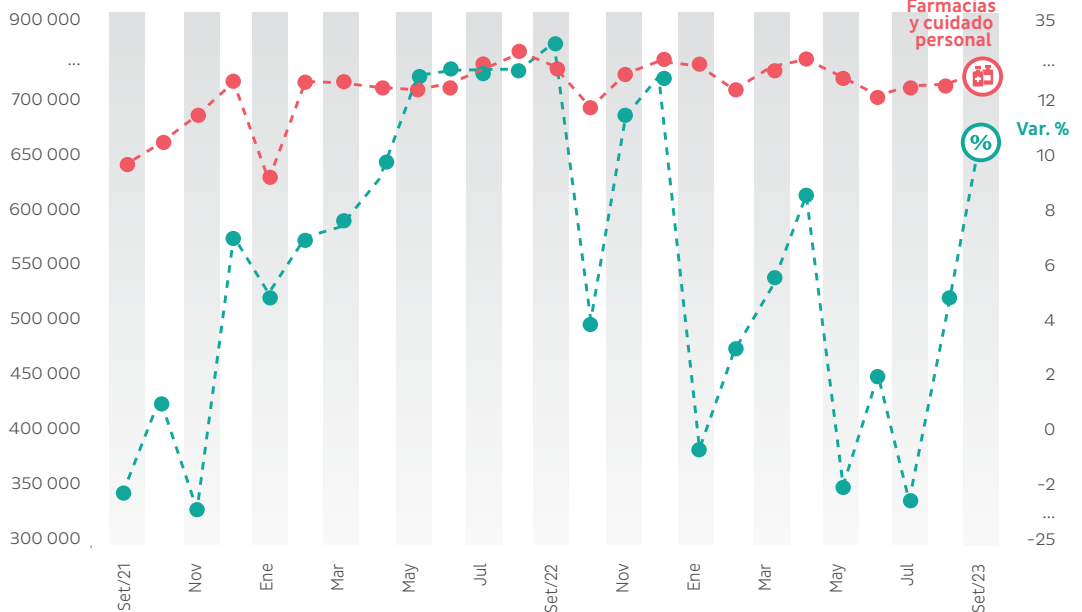
Fuente: Estadísticas de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas  
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



# Evolución y variación porcentual

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

Miles de Soles



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 de setiembre registró un incremento de 6.7% interanual. Entre algunos factores que explican dicho incremento se pueden mencionar el inicio de la campaña navideña y la mayor demanda de artículos de oficina, las cuales generaron mayores ventas en la línea de librerías (+32.6%).

En contraste, se reportaron menores ventas de productos diversos, tecnológicos y otros (-52.8%).

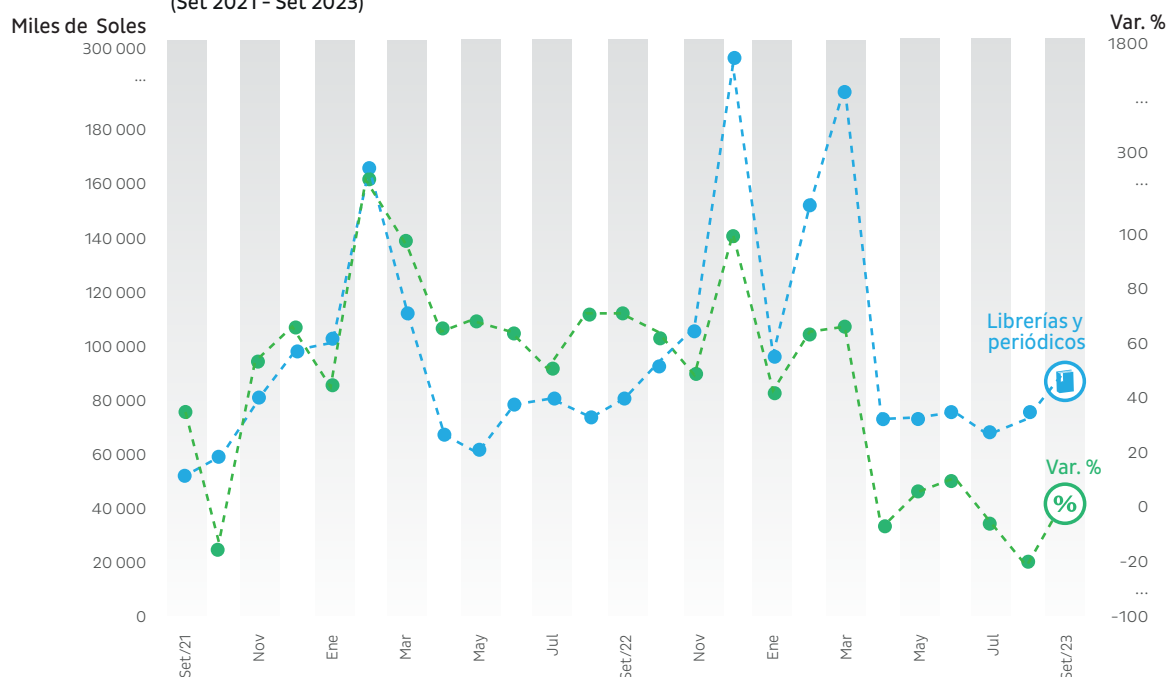
Entre las principales empresas que destacan en las ventas de esta actividad tenemos a: Distribuidora Navarrete, Ibero Librerías, Librerías Crisol y Tai Loy.



### Evolución y variación porcentual

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

(Set 2021 - Set 2023)



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



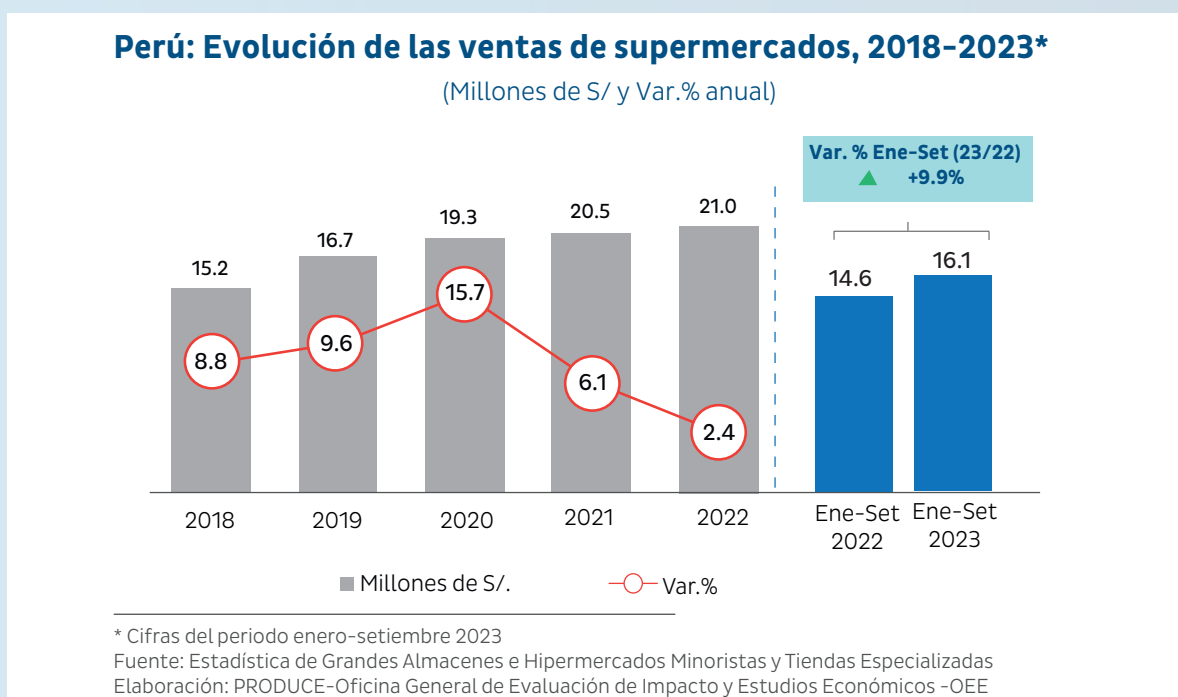
## Desempeño de los supermercados a setiembre 2023

- Los supermercados son establecimientos comerciales que se dedican a la venta de productos alimenticios y otros artículos de consumo masivo. Los supermercados tienen una gran importancia en la actividad económica, debido a que cumplen varias funciones, tales como ofrecer productos a precios accesibles y competitivos, fomentar el consumo local y el desarrollo regional, facilitar el acceso a créditos personales, entre otras. Por ello, es que desempeñan un papel importante en la economía y tienen un impacto en las economías locales. Asimismo, proporcionan oportunidades de empleo y contribuyen al gasto de los consumidores (Reinvestmen Brief, 2007).

- En este contexto, entre 2018 y 2022 las ventas de los supermercados crecieron a un ritmo promedio

anual de 2.8%, pasando de S/ 15.2 millones en 2018 a S/ 21.0 millones en 2022. Dicho crecimiento fue como resultado de la reactivación de la economía, ello acompañada con el avance del proceso de vacunas y la flexibilización de las medidas sanitarias entre 2020 y 2021, principalmente. En este contexto, se produce una recuperación gradual de la demanda de los hogares por parte de las familias en particular de productos de la canasta básica de alimentos y bebidas, y otros bienes.

- En lo que va de enero a setiembre de 2023 las ventas acumuladas ascendieron a S/ 16.1 millones lo que representó un avance de 9.9% interanual, debido a la mayor demanda de los hogares por alimentos de la canasta básica familiar.

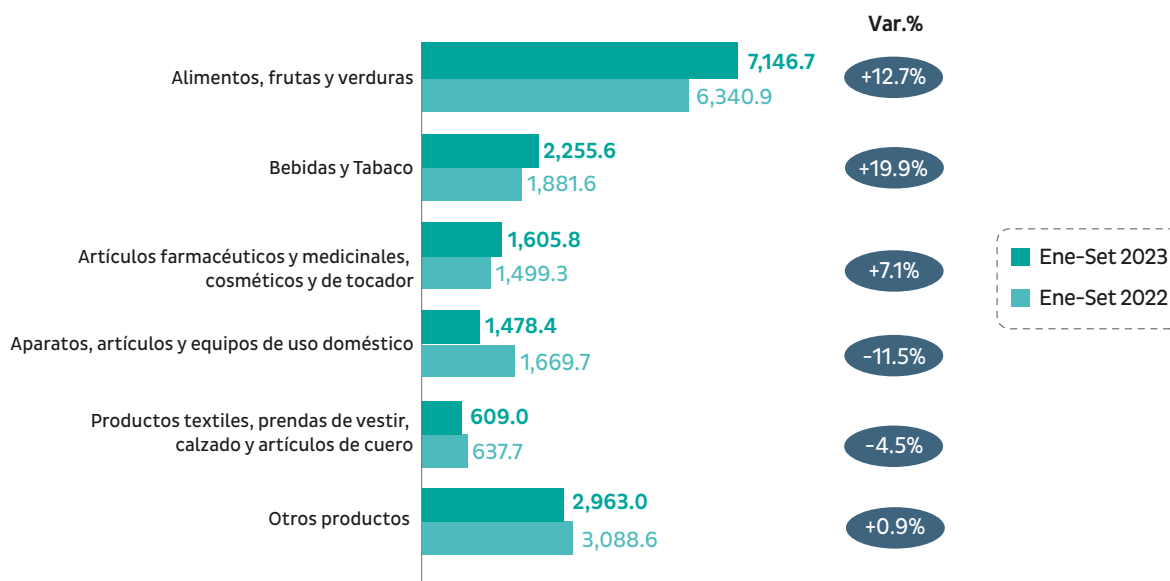


- Por línea de producto, el gasto de los hogares entre enero y setiembre de 2023, se concentró principalmente en el rubro de alimentos, frutas y verduras, el cual registró un crecimiento de +12.7%

interanual, seguido de la línea de bebidas y tabaco (+19.9%), artículos farmacéuticos y medicinales (+7.1%), pero atenuado por la línea de aparatos y artículos de uso doméstico (-11.5%), entre otros.

### Perú: Evolución de las ventas de supermercados según línea de producto, Ene-Set (2022-2023)\*

(Millones de S/ y Var.% anual)

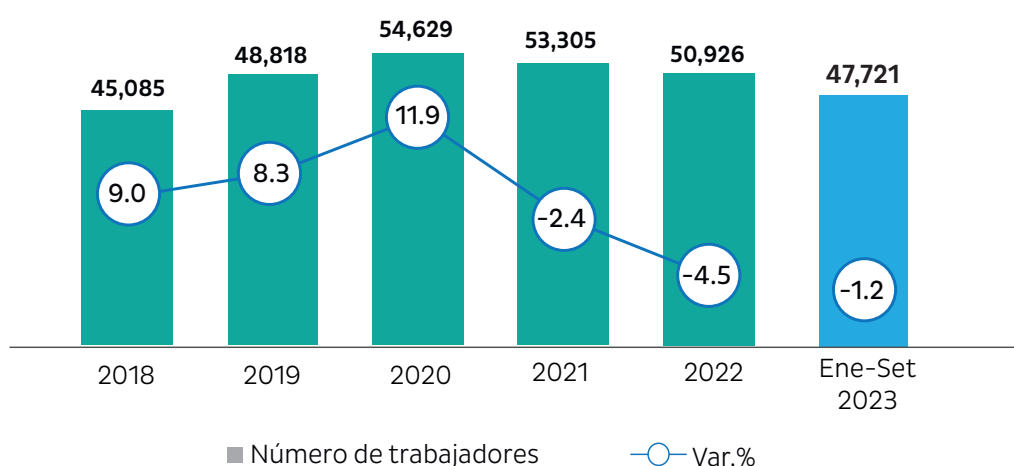


• El nivel de empleo en los supermercados registra una tendencia mixta entre 2018 y 2022. En efecto, entre 2018 y 2020 el empleo creció en 21.2% acumulado; mientras que entre 2020 y 2022 (periodo de pandemia) el nivel de empleo decreció en -6.8%, debido al menor dinamismo de las actividades económicas que conllevó a menores contrataciones de personal.

• Por su parte, entre enero y setiembre de 2023 el nivel de empleo asciende a cerca de 48 mil empleados, dando como resultado una disminución de -1.2% interanual. Ello debido al menor dinamismo de la economía ante la desaceleración de la demanda interna (-0.3%).

### Perú: Evolución del nivel de empleo en supermercados, 2018-2023\*

(Nro de trabajadores)








\* Cifras del periodo enero-setiembre 2023

Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas  
Elaboración: PRODUCE-Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos -OEE

- En 2022, el 59.3% del gasto de los hogares en alimentos lo realizaron mercados de abastos y supermercados (54.7% Mercados y 4.5% supermercados). Luego le siguen las bodegas (25.2%), restaurantes 2.7%, entre otros.

### Gasto de los hogares en alimentos según lugar de compra, 2022

(Millones de S/ y Part.%)

			<b>Part.%</b>
Mercado de abastos		42,459	<b>54.7%</b>
Bodegas		19,548	<b>25.2%</b>
Supermercado		3,528	<b>4.5%</b>
Restaurantes		2,071	<b>2.7%</b>
Otros		10,005	<b>12.9%</b>

Fuente: ENAHO (2022)

Elaboración: PRODUCE-Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos -OEE

- A nivel regional, Lima representa el 48.2% del gasto total de alimentos a nivel nacional, luego le siguen La Libertad (5.8%), Lambayeque (5.7%), Callao (4.7%) e Ica (4.1%).

- Lima registra el mayor gasto mensual promedio en productos alimenticios de la canasta básica alrededor de S/ 480.0; en La Libertad, S/ 441.0; mientras que, en la región Tumbes, S/ 384.0.

## Otras variables del sector

### Personal Ocupado

En setiembre de 2023, el personal ocupado del sector de comercio interno disminuyó en -4.1% interanual, debido a la disminución en las contrataciones de personal en las actividades de supermercados e hipermercados (-1.2%), tiendas por departamento (-10.1%), farmacias y boticas (-4.4%), ferreterías y acabados del hogar (-5.4%), equipamiento del hogar (-3.8%) y, de libros, periódicos y artículos de papelería (-2.4%).

Por tipo de empleo, disminuyeron las contrataciones del personal eventual en -4.6% interanual, mientras que, en el caso del personal permanente disminuyó en -3.9%.

Según el tipo de género, el sector de comercio interno registró una disminución en la contratación de varones en -3.1% y en el caso de mujeres una disminución de -4.9%.



## Personal ocupado

Número de personas según grupo y clase CIU (2023)

Actividad	Permanentes	Eventuales	Varones	Mujeres	Total	Var.%
Var <sup>1/</sup> (%) Set 23/ Set 22	-3.9	-4.6	-3.1	-4.9		
CIU <sup>a/</sup> Total	83,591	25,690	48,749	60,532	109,281	-4.1
4711 Supermercados e Hipermercados	38,454	9,267	24,301	23,420	47,721	-1.2
4719 Tiendas por departamento <sup>2/</sup>	12,588	4,652	7,362	9,878	17,240	-10.1
4752 Ferreterías y acabados del hogar	14,442	185	8,818	5,809	14,627	-5.4
4759 Equipamiento del hogar	4,467	686	3,103	2,050	5,153	-3.8
4761 Libros, periódicos y artículos de papelería	1,145	804	1,072	877	1,949	-2.4
4772 Boticas y Farmacias	12,495	10,096	4,093	18,498	22,591	-4.4

Notas:

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

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

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

Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



## Número de tiendas

En setiembre de 2023 el número de locales del sector comercio interno ascendió a 5,380 establecimientos, cifra menor en 220 locales, en comparación al total registrado en setiembre de 2022. La principal actividad que disminuyó su cantidad de locales fue la de supermercados e hipermercados (-289 locales menos); mientras que, en las tiendas de farmacias y de cuidado personal (36 locales más), ferreterías y acabados del hogar (4 locales más), tiendas por departamento (7 locales más), tiendas de equipamiento del hogar (7 locales más) y libros periódicos y artículos de papelería (15 locales más).



## Número de tiendas

Según grupo y clase CIIU (Setiembre 2023)

CIIU <sup>a/</sup>	Actividad	Set- 22	Set- 23	Var.(%) Set 23/22
4711	Tiendas supermercados e hipermercados	2,197	1,908	-13.2
4719	Tiendas por departamento <sup>1/</sup>	182	189	3.8
4752	Ferreterías y acabados del hogar	143	147	2.8
4759	Equipamiento del hogar	298	305	2.3
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	149	164	10.1
4772	Farmacias y cuidado personal	2,631	2,667	1.4

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