



PERÚ

Ministerio
de la Producción

Oficina de Estudios Económicos

Octubre 2023

**Boletín de
Comercio Interno**

Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

BOLETÍN DE COMERCIO INTERNO

GRANDES ALMACENES, SUPERMERCADOS Y TIENDAS ESPECIALIZADAS

Editado por:

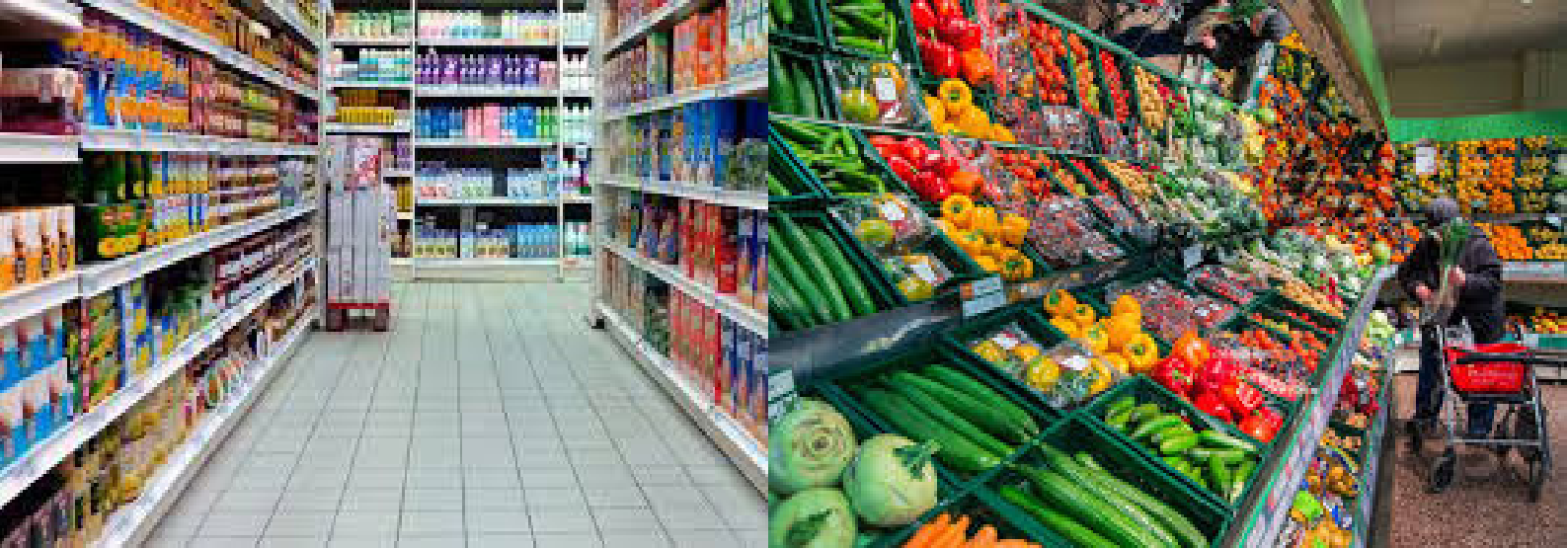
MINISTERIO DE LA PRODUCCIÓN

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

www.produce.gob.pe

1era Edición, Octubre 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 | Octubre 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 noviembre 2023	16
Otras variables del sector	19
Número de tiendas	20

Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Boletín Estadístico – Octubre 2023

Introducción

En octubre de 2023, las ventas del sector comercio interno¹ registraron una disminución de -4.9% interanual, como resultado de las menores facturación en las ventas en las actividades que componen este sector, tales como: tiendas por departamento (-12.8%), ferreterías y acabados (-16.3%), equipamiento del hogar (-7.7%) y la de farmacias y boticas (-6.4%). Sin embargo, esta disminución fue atenuada por el comportamiento positivo de los supermercados e hipermercados (+2.3%), y libros, periódicos y artículos de papelería (+9.7%).

Entre enero y octubre de 2023, las ventas del comercio interno registran una ligera disminución en -0.5% interanual. Este resultado negativo se atribuye a una caída en las ventas de productos de consumo masivo y la contracción de la demanda interna.

Entre las actividades que habrían incidido en dicho retroceso de las ventas figuran las tiendas por departamento (-6.8%), equipamiento del hogar (-7.4%), y ferreterías y acabados del hogar (-12.6%). Sin embargo, este retroceso fue parcialmente atenuado por el crecimiento en las ventas de los supermercados e hipermercados (+5.8%), libros, periódicos y artículos de papelería (+13.8%) y Farmacias y boticas (+0.6%).



Ventas internas^{1/}

Según grupo y clase CIIU, Octubre 2022 - Octubre 2023

(Millones de soles a precios corrientes)

CIIU ^(a)	Actividad	Oct-22 ^(b)	Oct-23 ^(b)	Var. (%) Oct (23/22)
	Total	4,043.7	3,847.1	-4.9
4711	Supermercados e hipermercados ^{2/}	1,719.6	1,759.8	2.3
4719	Tiendas por departamento ^{3/}	693.2	604.8	-12.8
4752	Ferreterías y acabados para el hogar	574.1	480.8	-16.3
4759	Equipamiento del hogar	213.8	197.3	-7.7
4772	Farmacias y cuidado personal	746.9	699.0	-6.4
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	96.0	105.3	9.7

Notas:

(a) Clase CIIU (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 CIIU 4730.

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

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

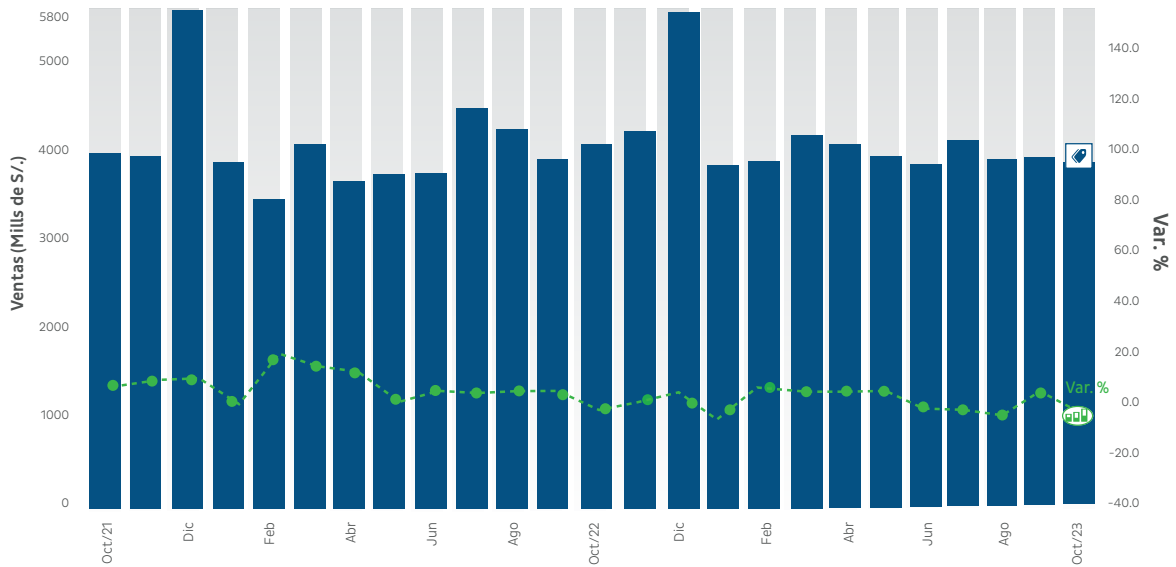
Fuente: Estadística mensual de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE-Oficina de Estudios Económicos (OEE)

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 CIIU 4711, 4719, 4752, 4759, 4772 y 4761 de revisión 4.



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

(Octubre 2021 - Octubre 2023)



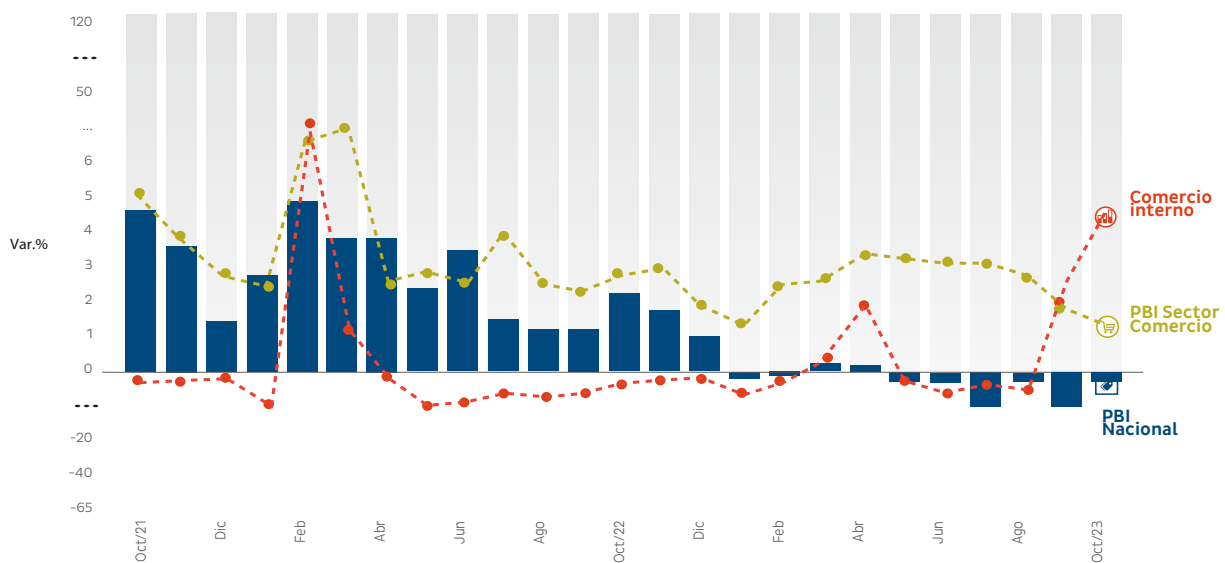
1/ Corresponden a las ventas de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas.
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE-Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

Producción total nacional versus sector comercio

En el mes de octubre de 2023, el PBI nacional registra un desempeño negativo (-0.8% interanual). En contraste, el sector comercio registró un ligero aumento interanual de +1.4%, debido a los buenos resultados de los subsectores de comercio mayorista y minorista. En efecto, en este mes dichos subsectores registraron un incremento de +1.5% y +1.8% interanual, respectivamente.



Variación porcentual^{2/} del PBI nacional, PBI sector comercio e índice de comercio interno^{1/} (Octubre 2021 - Octubre 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 octubre de 2023, las ventas de la actividad de supermercados e hipermercados obtuvieron una variación interanual positiva de +2.3%. Con dicho avance, esta actividad mantiene un ritmo de crecimiento continuo de nueve meses, debido al aumento gradual de la demanda de productos básicos de consumo masivo por parte de las familias.

Entre las principales líneas de productos con incremento en la facturación tenemos a: farmacéuticos y cosméticos (+50.4%), bebidas y tabaco (+8.9%), alimentos (+1.8%).

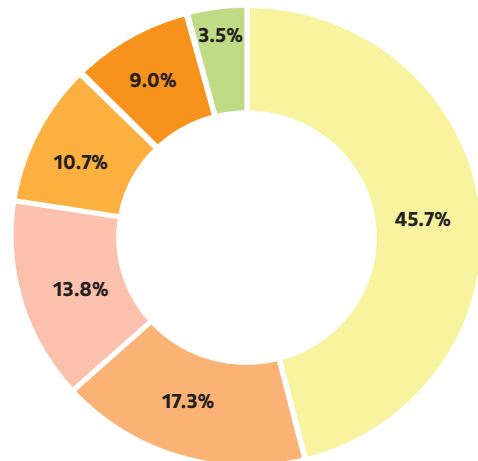
Cabe indicar que, en este mes se mantiene la concentración de las líneas de alimentos, bebidas y tabaco y otros productos, con una participación de 76.8% en el valor de ventas de la actividad de supermercados e hipermercados; mientras que, el restante (23.2%) correspondió a los productos de artículos de uso doméstico, farmacia y cosméticos y prendas de vestir y calzado.

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



Participación %

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



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

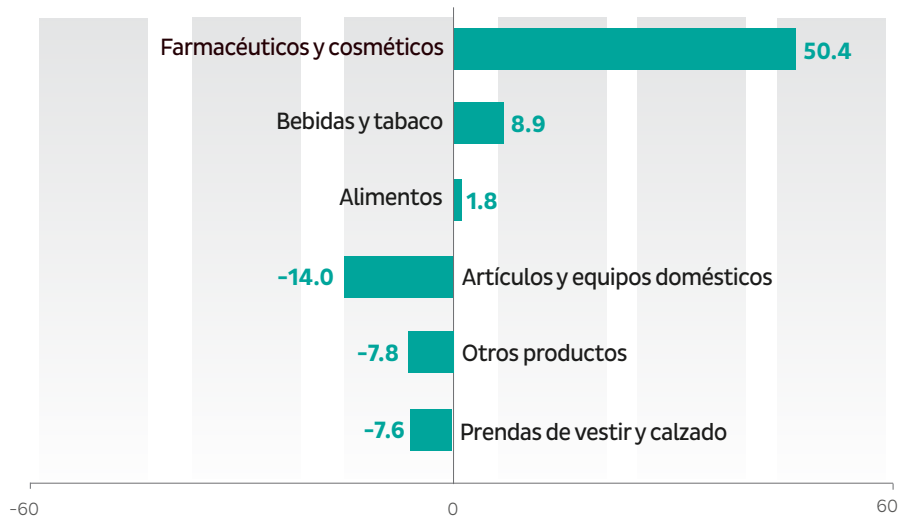
Nota: 1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos.

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/}, Octubre 2023 (Var.%)



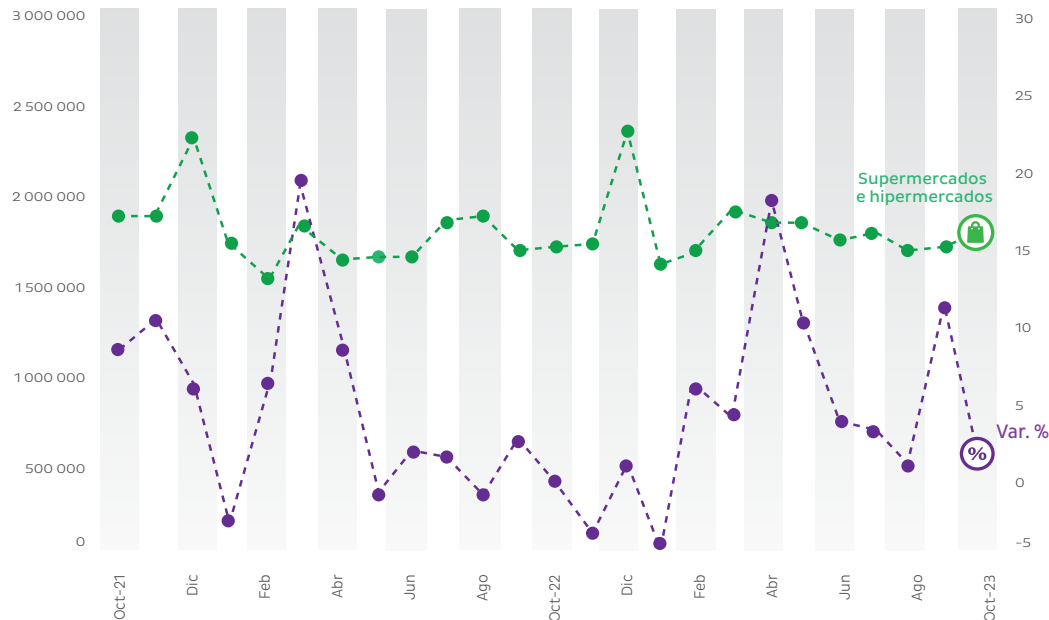
Nota: 1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Evolución y variación porcentual

Ventas internas de supermercados e hipermercados (Octubre 2021 - Octubre 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 octubre de 2023, las ventas de la actividad de tiendas por departamento registra una disminución de -12.8% respecto al mismo mes del año anterior, como resultado de la menor demanda en las ventas de la línea de prendas de vestir y calzado (-34.1%), muebles (-54.4%) y artículos de uso doméstico (-6.9%). Sin embargo, dicha caída fue atenuada por el avance en la línea de productos farmacéuticos y cosméticos (+52.6%) y productos diversos (+127.2%).

En este mes las líneas de artículos de uso doméstico y, prendas de vestir y calzados, concentraron en su conjunto una participación de 78.1% del valor de ventas de la actividad de tiendas por departamento. Ello debido a las ofertas intensivas en productos como 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 figuran: Saga Falabella, Tiendas Ripley y Oeschle.

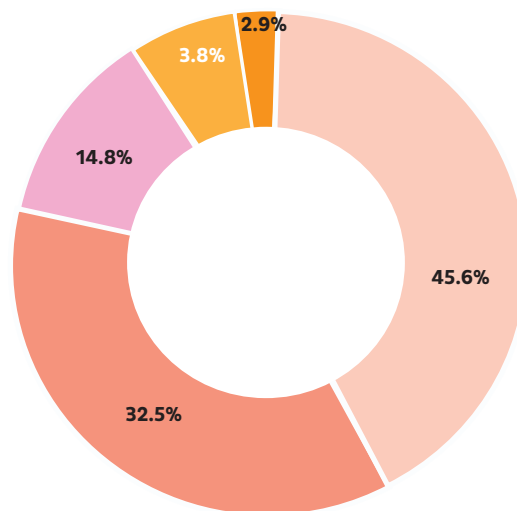
Al analizar la serie histórica de las ventas de la actividad de tiendas por departamento, desde diciembre de 2022 aún no logra recuperarse y se encuentra en terreno negativo. Al respecto, se observa una menor demanda de las líneas de prendas de vestir y calzado, así como diversos productos de cuidado 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^{1/}

(Octubre 2023)



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

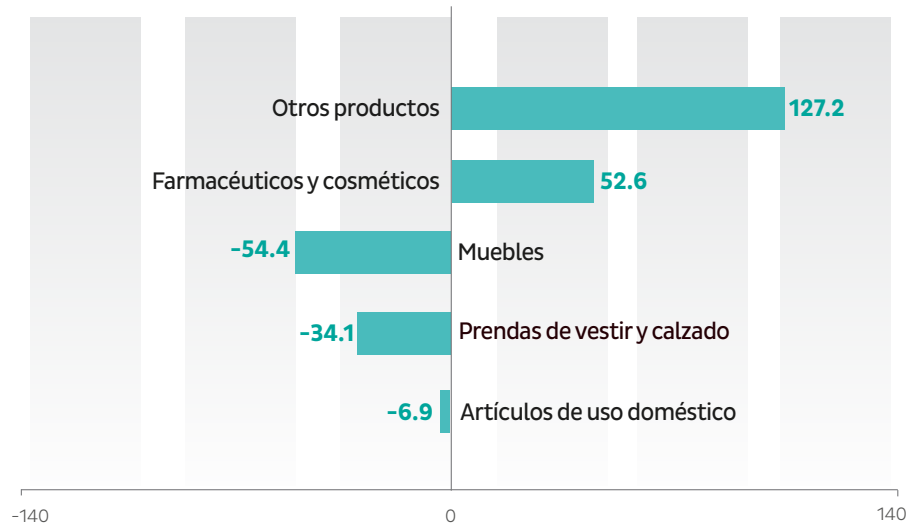
Nota: 1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos.

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/}, Octubre 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)

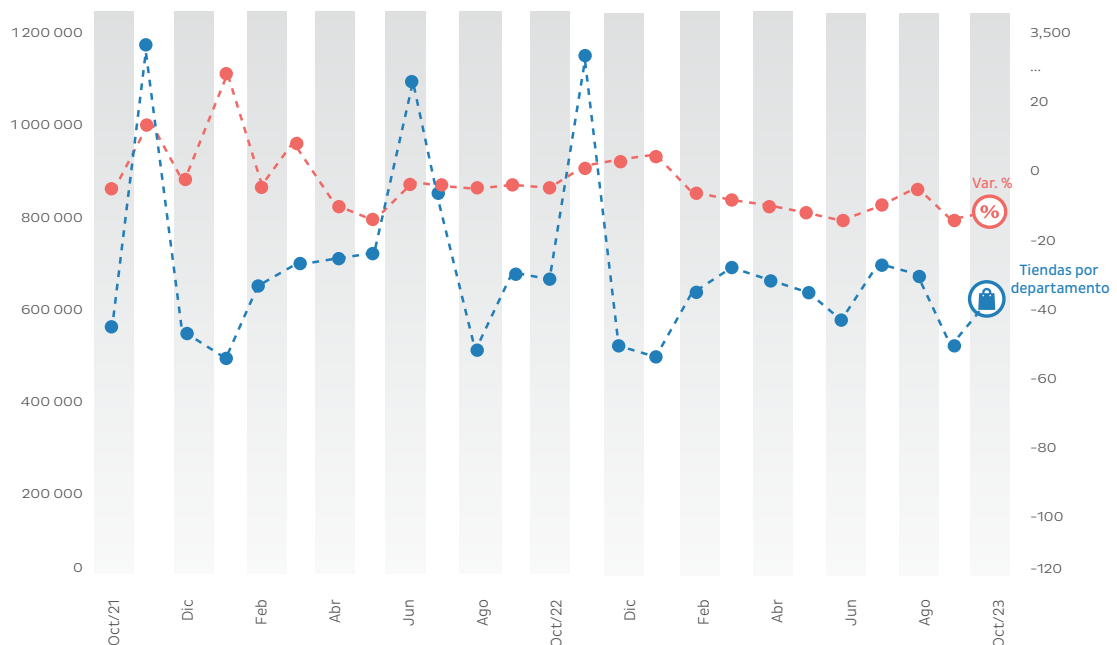


Evolución y variación porcentual

Ventas internas de tiendas por departamento¹
(Octubre 2021 - Octubre 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 octubre del 2023, la actividad se contrae en -16.3%, con respecto a similar mes del año 2022. Dicho resultado responde a una disminución en las ventas de artículos de ferretería (-9.4%), artículos de uso doméstico (-21.3%), otros productos diversos (-21.8%) y muebles (-27.4%), bajo un escenario de reducción de las inversiones privadas en el sector construcción, tanto en la ejecución de obras públicas 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 (89.8%); mientras que, en menor medida, destacó la línea de artículos de uso doméstico, muebles y repuestos y accesorios, con una participación del 10.2%.

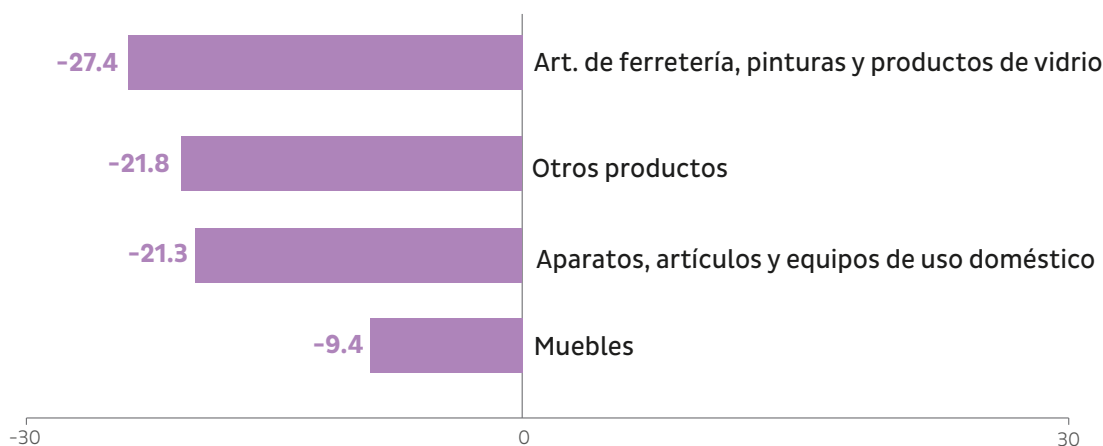
Entre las principales empresas que destacan en esta actividad por su mayor incidencia en las ventas tenemos a: Maestro Homecenter, Promart Homecenter, y Cemento y Acero.

El desempeño de las ventas de esta actividad a partir de diciembre 2021 comenzó a descender. Ello debido al menor dinamismo de la actividad del sector construcción (obras de remodelación y nuevas construcciones) y que aún no muestra signos de recuperación.



Venta por líneas de productos

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

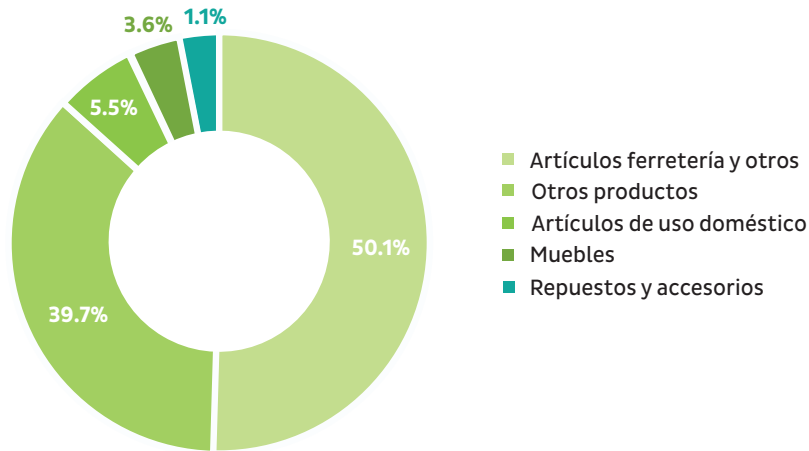


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Participación %

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



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

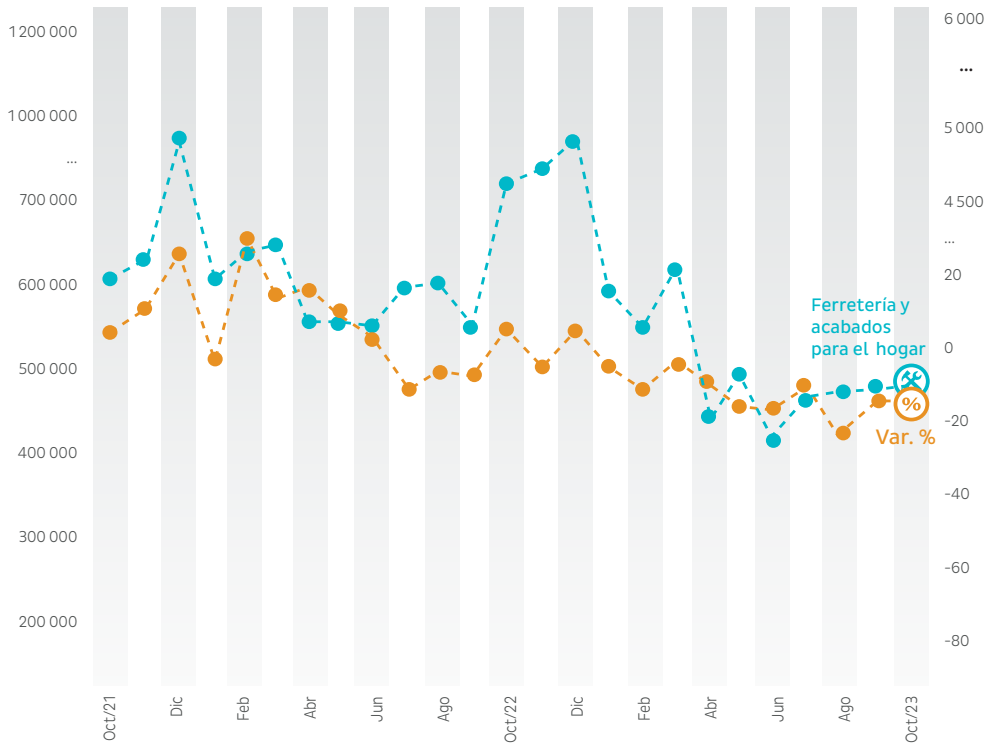


Evolución y variación porcentual

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

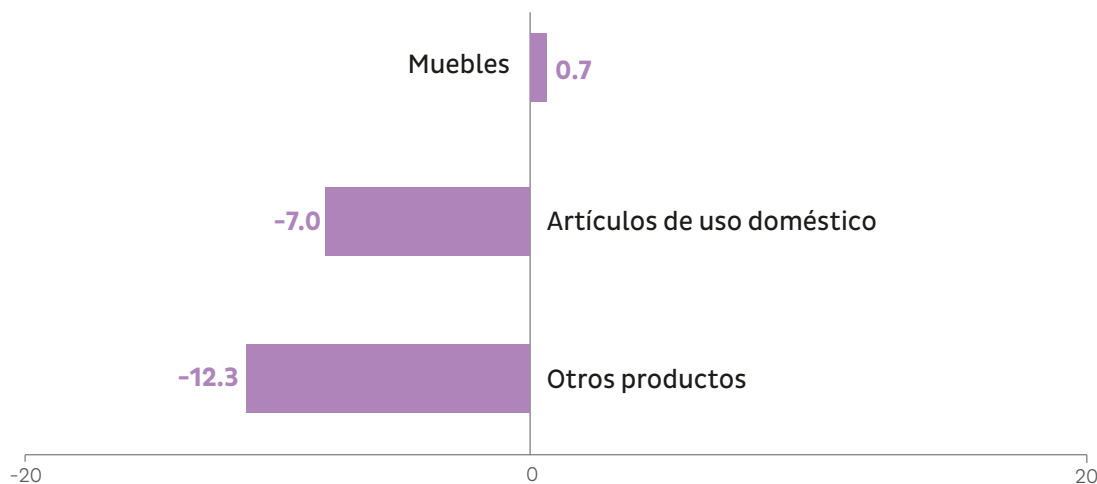
La actividad de equipamiento del hogar registra, ocho meses consecutivos en terreno negativo, y en octubre registra una tasa de -7.7% interanual. Dicha caída estaría asociada a la pérdida de la capacidad adquisitiva de las familias, considerando que los productos de esta actividad no son de consumo prioritario. Por su parte, a nivel de línea de productos, se registra una caída en las ventas de artículos domésticos (productos tecnológicos) en -7.0% , así como en la línea de productos diversos (-12.3%). En contraste, fue atenuada por el leve avance de la línea de muebles ($+0.7\%$).

En el mes en referencia, la línea de productos diversos y artículos de uso doméstico fueron las que tuvieron una mayor participación en conjunto

en las ventas de la actividad con un 99.2% ; mientras que, la línea de muebles registró un aporte de 0.8% . 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 analizado (enero 2021 a octubre 2023), se observa que, en los últimos meses de este periodo, las ventas de esta actividad se han contraído en menor magnitud, aunque no se avisa una recuperación clara debido a la reducción del consumo privado.

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

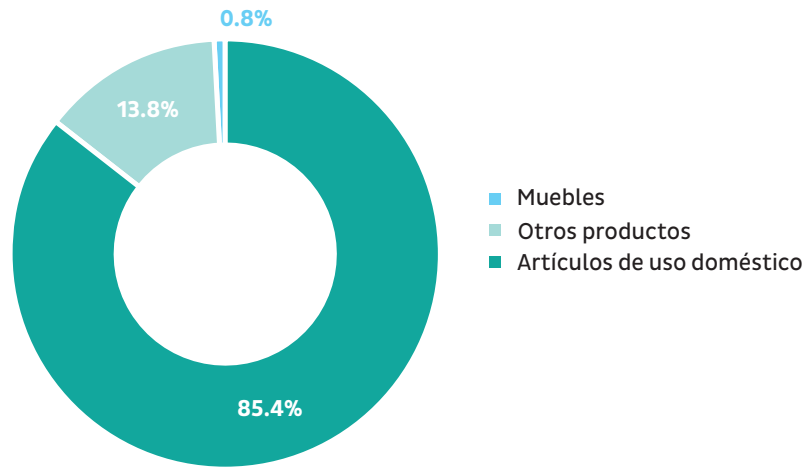


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Participación %

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

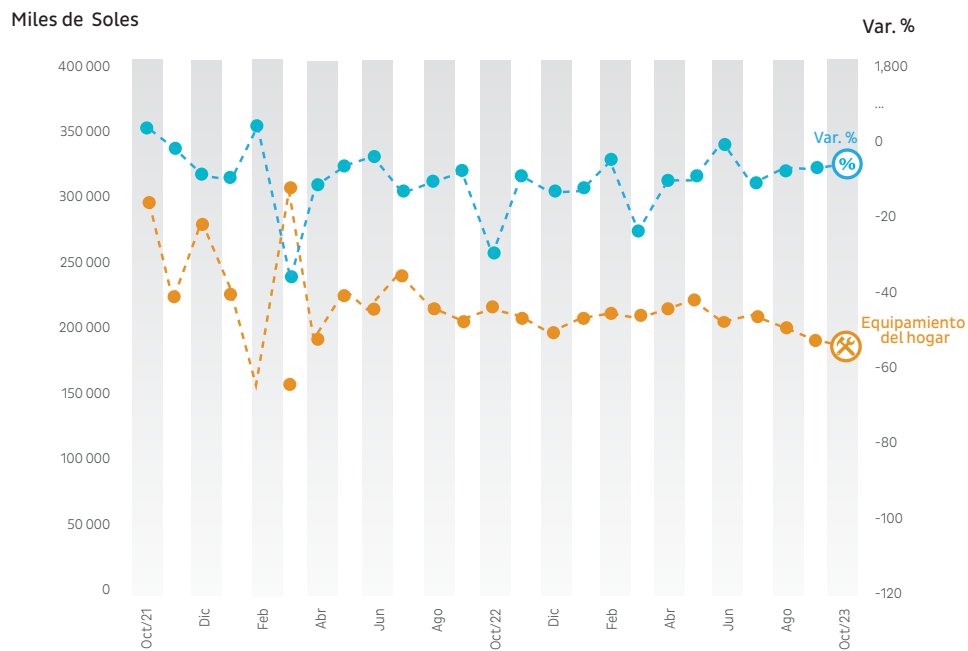


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE-Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Evolución y variación porcentual

Ventas internas para el equipamiento del hogar (Oct 2021-Oct 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

En octubre de 2023, las ventas de productos farmacéuticos y de cuidado personal disminuyó en -6.4% interanual. Dicha disminución estuvo asociado principalmente a la reducción en las ventas de productos farmacéuticos y medicinales (-6.3%) y cuidado personal en (-6.9%).

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

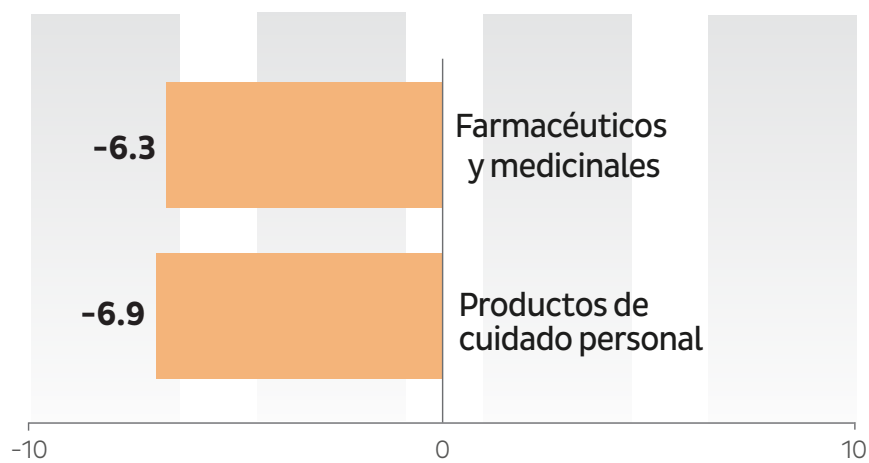
En cuanto a la participación de las líneas de productos de esta actividad, se observa que la línea de productos farmacéuticos y medicinales alcanza el 77.3% y productos cuidado personal 22.7% sobre las ventas totales.

Entre enero de 2021 y octubre de 2023, se observa que las ventas de la actividad de productos farmacéuticos y cuidado personal registran resultados mixtos, en particular, en los meses del año 2023, asociado a la menor demanda de productos de cuidado personal y alimentos para bebés.



Ventas por líneas de productos

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

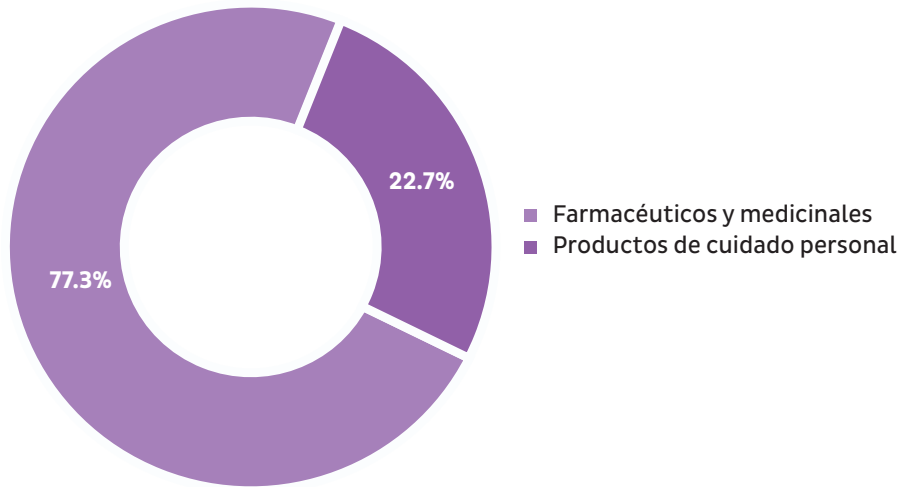


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Participación %

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



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

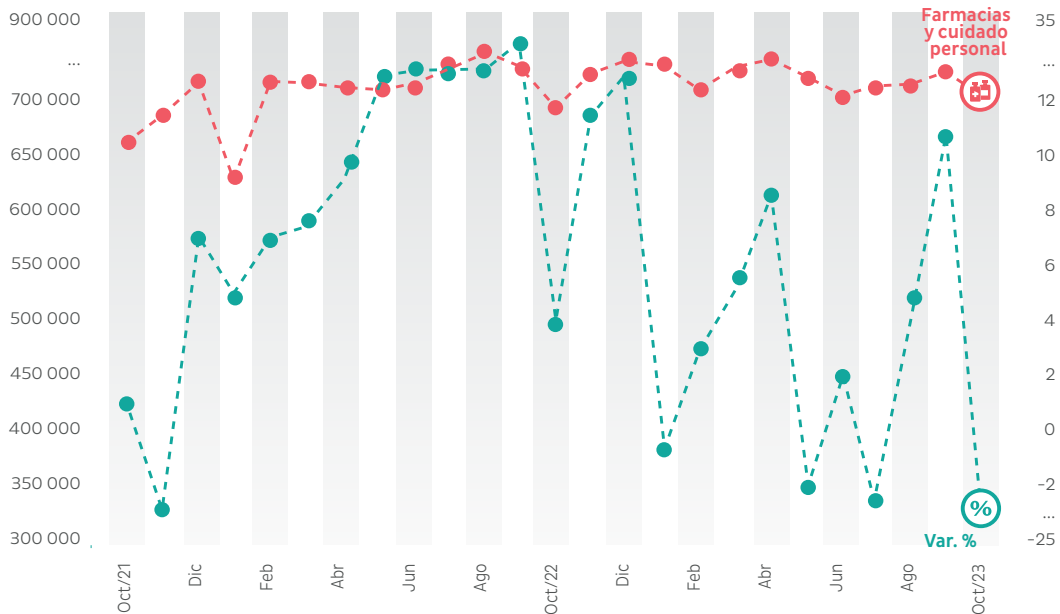


Evolución y variación porcentual

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

En octubre de 2023, las ventas de la actividad de libros, periódicos y artículos de papelería registraron un crecimiento de 9.7% interanual. Dicho incremento se explica por el aumento en la demanda artículos de oficina y escolares, reportándose mayores ventas en la línea de librerías (+22.3%); pese a que fue atenuado por las menores ventas de productos tecnológicos y otros (-34.0%).

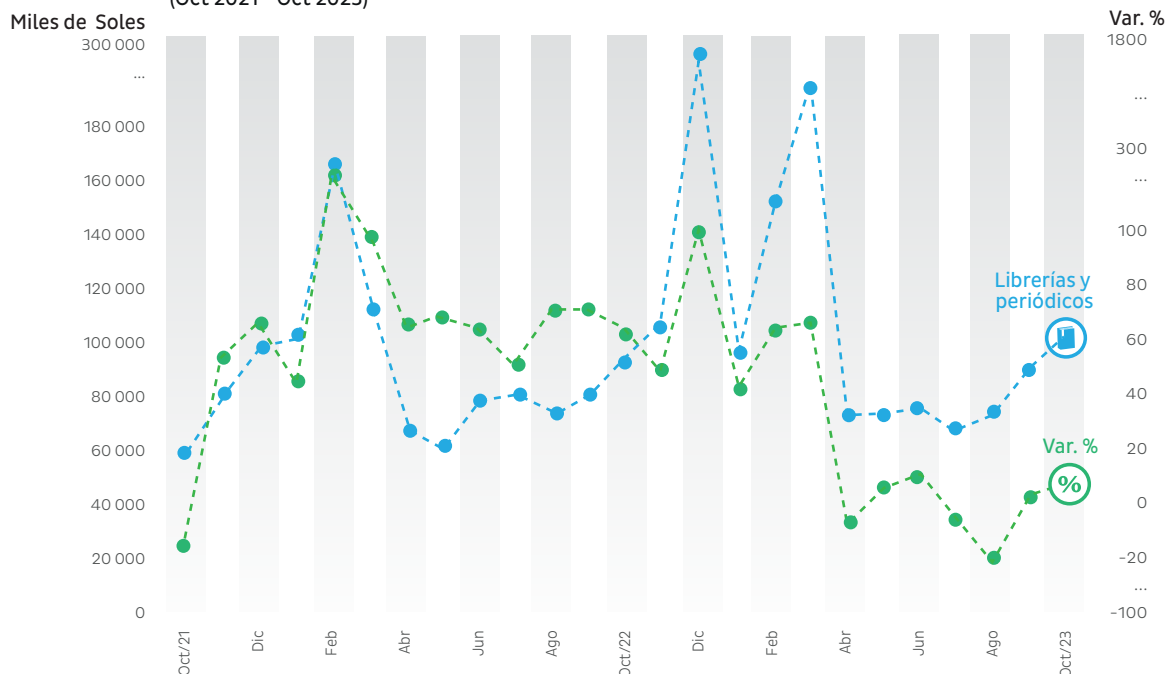
Entre las principales empresas que destacan en las ventas de esta actividad tenemos a: Distribuidora Navarrete, Ibero Librerías, Librerías Crisol y Tai Loy.



Evolución y variación porcentual

Ventas internas de libros, periódicos y artículos de papelería

(Oct 2021 - Oct 2023)



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

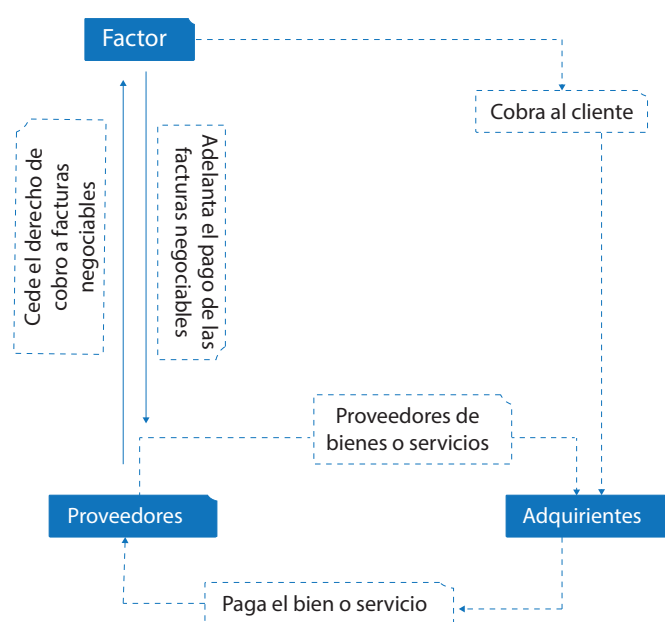
Desempeño del Factoring en el Sector Comercio a noviembre 2023

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).

Figura 1

Mecanismo de manejo del factoring



Fuente: CAVALI

Elaboración: Produce-Oficina de Estudios Económicos

• Desempeño de las facturas negociables en el Sector Comercio

De acuerdo con el Registro Central de Valores y Liquidaciones (CAVALI), entre enero y noviembre de 2023, el financiamiento a través de facturas negociables benefició a más de 20 mil empresas a nivel nacional, de las cuales 16,825 fueron micro y pequeñas empresas (MYPE), lo cual equivale al 80.9% del mercado, alcanzando un monto de S/ 34,015 millones, cifra mayor en 26.1%, respecto a similar periodo del año anterior. En cantidad de facturas, se registró un total de 1,283,505 facturas negociables acumuladas en el mercado nacional, significando ello un importante incremento de 25.3%, 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 0.37% en 2016 a 3.71% en 2023 (a noviembre). Estos resultados evidencian la gran importancia del mercado de facturas negociables en el país para las firmas, lo que contribuye, en gran medida, con el acceso a capital de trabajo para las empresas, y en especial a la mejora en el desempeño y reactivación económica de las MYPE.

¹ VAB: Valor Agregado Bruto ² Valores a precios constantes de 2007

A nivel regional, Lima concentró el 81.6% del monto total negociado de las facturas negociables (S/ 27,749 millones) a noviembre 2023. 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 13.6% del valor total de las facturas. Por su parte, entre las regiones con menor participación figuran Huancavelica y Madre de Dios (0.02% de participación en conjunto).

En términos de valor, las mayores transacciones de facturas negociables se realizaron en el sector comercio y servicios, que en su conjunto representan el 61.0% del valor total negociado a nivel nacional. Así, entre enero y noviembre de 2023, el monto de las facturas negociables por el sector servicios ascendió a S/ 10,938 millones (con una cantidad de 289,962 facturas), mayor en 42.8% con relación a similar

periodo del año anterior. Asimismo, en el sector comercio el monto de las facturas negociables ascendió a S/ 9,795 millones (con una cantidad de 542,529 facturas), superior en 28.0%, con respecto a igual periodo del año 2022.

Otro sector importante que contó con un mayor número de facturas negociables correspondió a la industria manufacturera, cuya cifra ascendió a 398,504 facturas entre enero y noviembre de 2023, siendo superior en 19.2%, con respecto a similar periodo del año 2022. En términos de valor, el monto negociado ascendió a S/. 8,431 millones (+17.8%).

Gráfico 1

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

Sector	Facturas	Monto Negociado Millones de S/.	Part.%*
Servicios	289,962	10,938	32.2
Comercio	542,529	9,795	28.8
Manufactura	398,504	8,431	24.8
Construcción	27,455	3,343	9.8
Minería	3,705	946	2.8
Agropecuario	20,572	525	1.5
Pesca	778	37	0.1
Total	1,283,505	34,015	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 del comercio al por mayor. En efecto, entre enero y noviembre de 2023, el monto negociado en esta actividad fue de S/. 8,076 millones, con un total de 440,535 facturas negociadas. En tanto, la actividad de que menos se financió a través

de las facturas negociables fue comercio al por menor de vehículos, emitiendo un total de 55,052 facturas negociables, cuyo valor ascendió a S/. 691 millones.

Gráfico 2

Facturas negociables por tipo de comercio, Noviembre 2023

(Cantidad de facturas y monto)

Sector	Cantidad de Facturas	Monto Negociado Millones de S/.	Part.%*
Comercio al por mayor	440,535	8,076	82.4
Venta y mantenimiento de vehículos	46,942	1,028	10.5
Comercio al por menor	55,052	691	7.1
Total	542,529	9,795	100.0

* Respecto al monto negociado

Fuente: CAVALI, SUNAT

Elaboración: Produce-OEE

Otras variables del sector

Personal Ocupado

En octubre de 2023, el personal ocupado del sector de comercio interno disminuyó en -3.8% interanual, como resultado de la reducción en las contrataciones de personal en las actividades de supermercados e hipermercados (-0.7%), tiendas por departamento (-8.8%), ferreterías y acabados del hogar (-5.2%), equipamiento del hogar (-7.6%), libros, periódicos y artículos de papelería (-0.8%) y farmacias y boticas (-4.4%).

Por tipo de empleo, disminuyeron las contrataciones del personal eventual en (-6.1% interanual) y del personal permanente (-3.0%).

Según el tipo de género, el sector de comercio interno registró una disminución en las contrataciones del personal femenino (-13.6%). En contraste, se aprecia un aumento en el personal masculino (+8.7%).



Personal ocupado

Número de personas según grupo y clase CIU (2023)

Actividad	Permanentes	Eventuales	Varones	Mujeres	Total	Var.%
Var. ^{1/} (%) Oct 23/ Oct 22	-3.0	-6.1	8.7	-13.6		
CIU ^{a/} Total	84,386	25,392	54,522	55,256	109,778	-3.8
4711 Supermercados e Hipermercados	38,344	9,258	29,924	17,678	47,602	-0.7
4719 Tiendas por departamento ^{2/}	12,955	5,037	7,680	10,312	17,992	-8.8
4752 Ferreterías y acabados del hogar	14,383	184	8,792	5,775	14,567	-5.2
4759 Equipamiento del hogar	4,307	682	2,953	2,036	4,989	-7.6
4761 Libros, periódicos y artículos de papelería	1,195	803	1,100	898	1,998	-0.8
4772 Boticas y Farmacias	13,202	9,428	4,073	18,557	22,630	-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

El número de locales del sector comercio interno en octubre de 2023 ascendió a 5,403 establecimientos, cifra mayor en 306 locales, en comparación al total registrado en octubre de 2022. Entre las actividades que incrementaron la cantidad de sus locales se tienen a: supermercados e hipermercados (245 locales más), farmacias y de cuidado personal (37 locales más), ferreterías y acabados del hogar (4 locales más), tiendas por departamento (9 locales más), tiendas de equipamiento del hogar (7 locales más), y libros periódicos y artículos de papelería (4 locales más).



Número de tiendas

Según grupo y clase CIIU (Octubre 2023)

CIIU ^{a/}	Actividad	Oct- 22	Oct- 23	Var.(%) Oct 23/22
4711	Tiendas supermercados e hipermercados	1,689	1,934	14.5
4719	Tiendas por departamento ^{1/}	181	190	5.0
4752	Ferreterías y acabados del hogar	146	150	2.7
4759	Equipamiento del hogar	298	305	2.3
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	149	153	2.7
4772	Farmacias y cuidado personal	2,634	2,671	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)



Calle Uno Oeste 060 Urb. Córpac - San Isidro - Lima
Central Telefónica 6162222



BICENTENARIO
PERÚ
2024