



PERÚ

Ministerio
de la Producción

Oficina de Estudios Económicos

Enero 2024

**Boletín de
Comercio Interno**

Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

BOLETÍN DE COMERCIO INTERNO

GRANDES ALMACENES, SUPERMERCADOS Y TIENDAS ESPECIALIZADAS

Editado por:

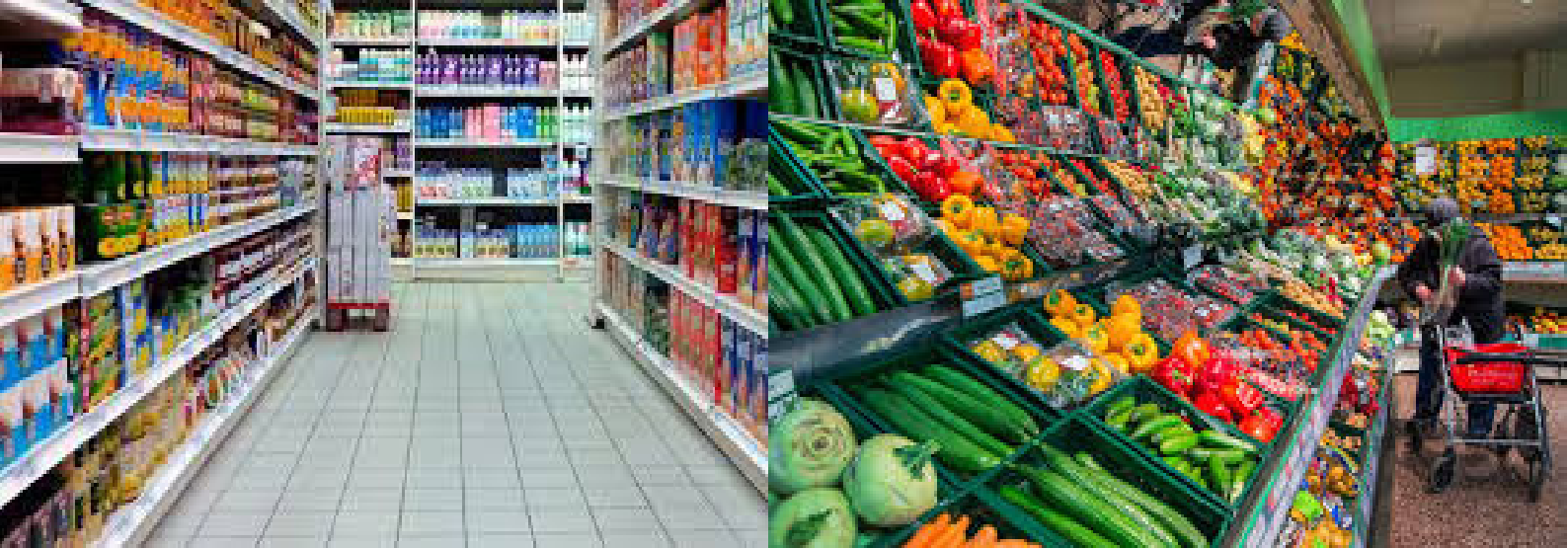
MINISTERIO DE LA PRODUCCIÓN

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

www.produce.gob.pe

1era Edición, Enero 2024

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 | Enero 2024

Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Introducción	3
Producción total versus sector comercio	4
Desempeño de actividades	5
Desempeño crediticio en las Mipyme del sector comercio en 2023	16
Otras variables del sector	19
Número de tiendas	20

Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Boletín Estadístico – Enero 2024

Introducción

En enero de 2024, las ventas del sector comercio interno¹ anotaron un aumento de 6.1% interanual, como resultado de la mayor facturación en las ventas y en las actividades que componen este sector, tales como: supermercados e hipermercados (+16.8%), libros, periódicos y artículos de papelería (+8.3%), equipamiento del

hogar (+9.9%) y la de farmacias y boticas (+0.8%). En contraste, este resultado fue atenuado por el comportamiento negativo los tiendas por departamento (-6.2%), y ferreterías y acabados (-6.0%).



Ventas internas^{1/}

Según grupo y clase CIU, Enero 2023 - Enero 2024
(Millones de soles a precios corrientes)

CIU ^(a)	Actividad	Ene-23 ^(b)	Ene-43 ^(b)	Var. (%) Ene (23/22)
	Total	3,743.4	3,972.0	6.1
4711	Supermercados e hipermercados ^{2/}	1,594.5	1,861.7	16.8
4719	Tiendas por departamento ^{3/}	568.5	533.1	-6.2
4752	Ferreterías y acabados para el hogar	600.6	564.6	-6.0
4759	Equipamiento del hogar	195.9	215.3	9.9
4772	Farmacias y cuidado personal	686.2	691.6	0.8
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	97.6	105.7	8.3

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.

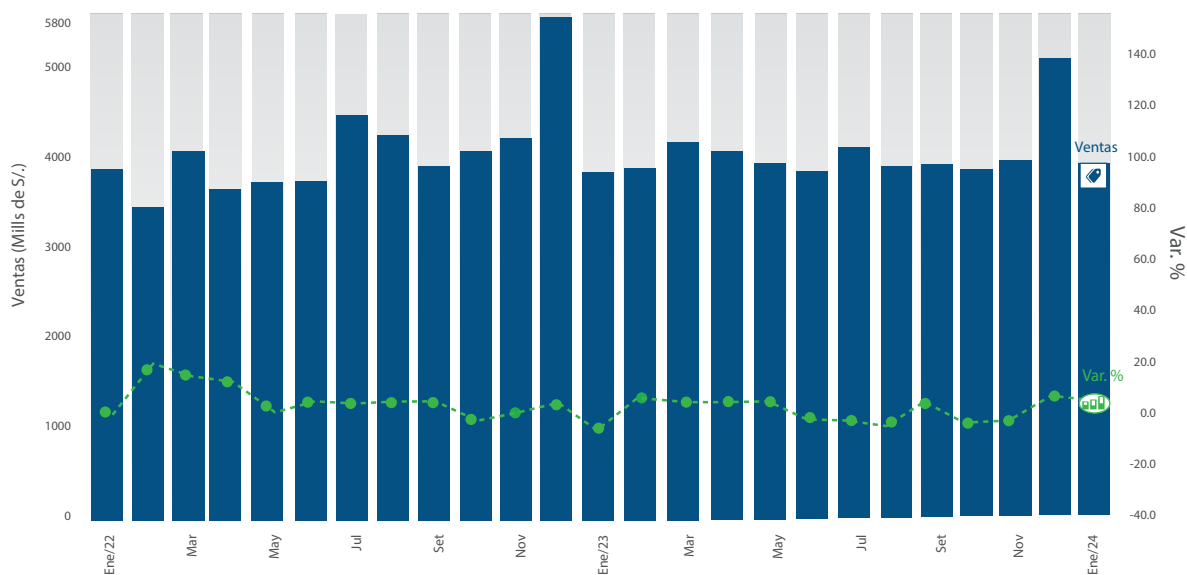
Fuente: Estadística mensual de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE-Oficina de Estudios Económicos (OEE)

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/}

(Enero 2022 - Enero 2024)



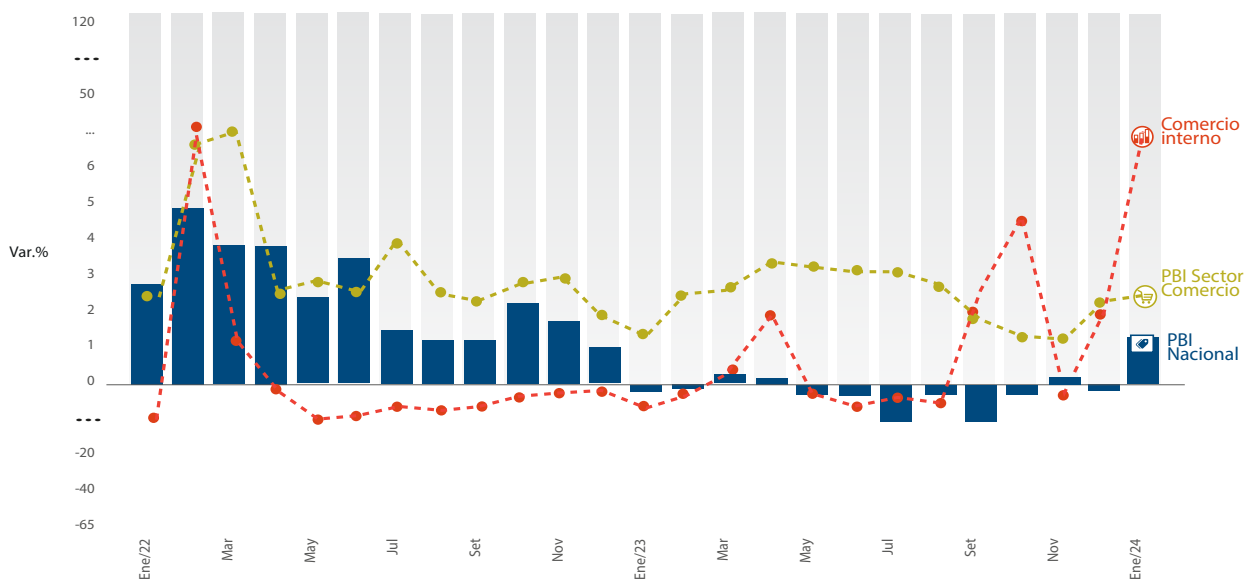
1/ Corresponden a las ventas de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas.
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE-Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

Producción total nacional versus sector comercio

En el mes de enero de 2024, el PBI nacional registra un desempeño positivo (+1.4% interanual). En misma línea, el sector comercio registró un incremento interanual de +2.4%; debido a los buenos resultados de los subsectores de comercio mayorista y minorista. En efecto, en este mes dichos subsectores registraron un incremento de 2.4% y 2.8% interanual, respectivamente.



Variación porcentual^{2/} del PBI nacional, PBI sector comercio e índice de comercio interno^{1/} (Enero 2022 - Enero 2024)



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 enero de 2024, las ventas de la actividad de supermercados e hipermercados obtuvieron una variación interanual positiva de +16.8%. Es una de las actividades que continua en la senda con resultados positivos, conserva este comportamiento por doce meses continuos, por la mayor demanda de productos básicos del consumo masivo por parte de las familias. Entre las principales líneas de productos con incremento en la facturación tenemos a: farmacéuticos y cosméticos (+61.1%), bebidas y tabaco (+26.4%), alimentos (+21.3%).

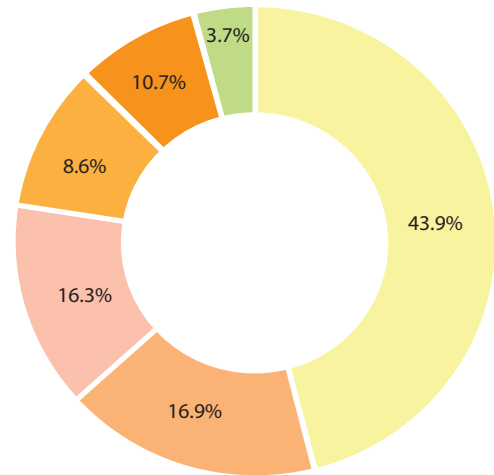
Cabe indicar que, en este mes se mantiene la concentración de las líneas de alimentos, bebidas y tabaco y otros productos, con una participación de 77.1% en el valor de ventas de la actividad de supermercados e hipermercados. Mientras que, el restante (22.9%) correspondió a los productos de artículos 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 Supermajorista.



Participación %

Líneas de productos en tiendas de supermercados^{1/} e hipermercados (Enero 2024)



- Alimentos
- Otros productos
- Bebidas y tabaco
- Artículos de uso doméstico
- Farmacéuticos y cosméticos
- 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/}, Enero 2024 (Var.%)



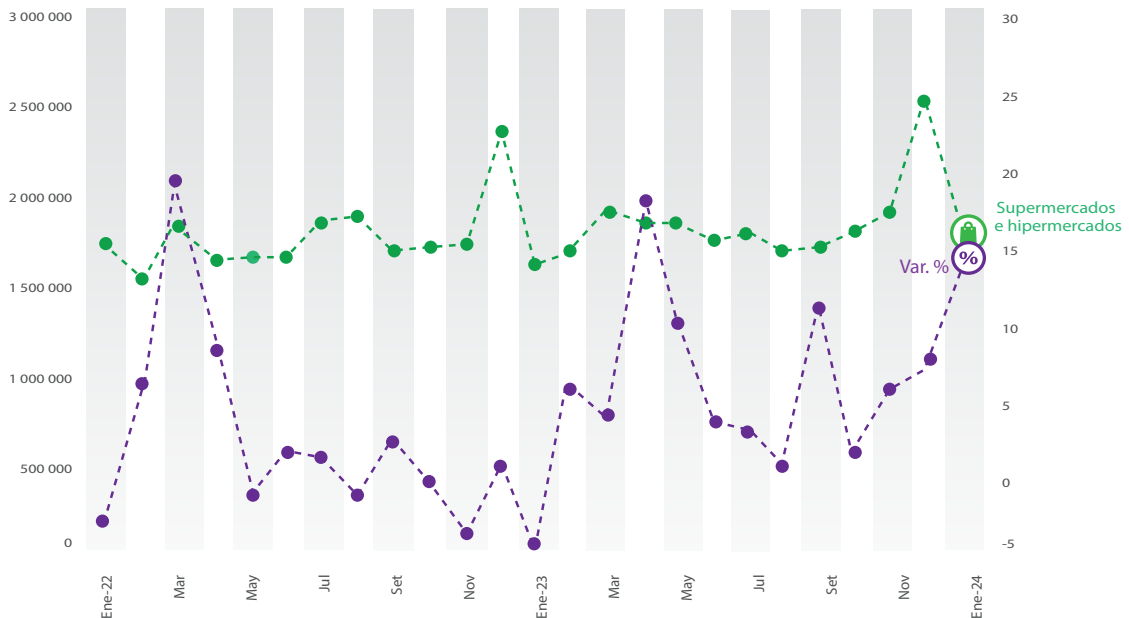
Nota: 1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Evolución y variación porcentual

Ventas internas de supermercados e hipermercados
(Enero 2022 - Enero 2024)

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 enero de 2024, las ventas de la actividad de tiendas por departamento registran una disminución de 6.2% 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 (-5.9%), muebles (-10.9%) y artículos de uso doméstico (-9.1%). Por otro lado, dicha caída fue atenuada por el avance positivo en las ventas de productos farmacéuticos y cosméticos (+12.3%) y productos diversos (+26.2%).

Cabe indicar que, la participación en este mes las líneas de artículos de uso doméstico, prendas de vestir y calzados, concentraron en su conjunto el 90.4% 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 (9.6%) 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.

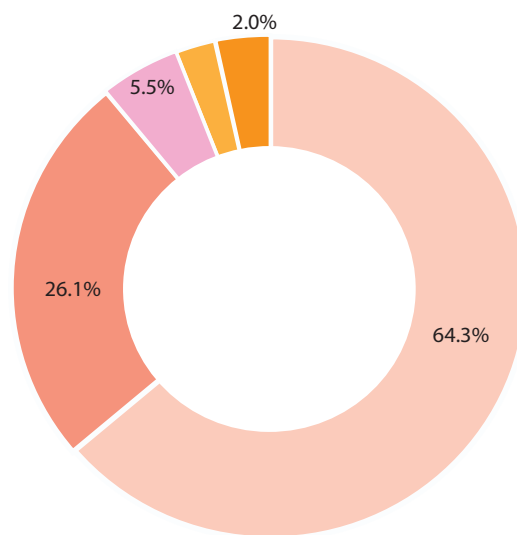
La serie histórica de las ventas de la actividad de tiendas por departamento, se visualiza un comportamiento negativo durante el 2023, y que aún no da señales de recuperación, este resultado se explica por la disminución de la demanda interna en las líneas de prendas de vestir y calzado, cuidado personal entre otros productos diversos.



Participación %

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

(Enero 2024)



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

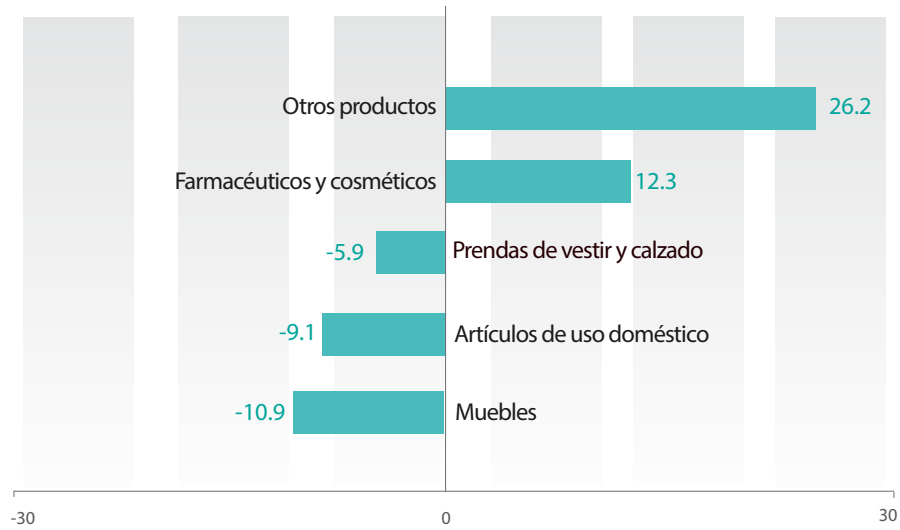
Nota: 1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos.

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/}, Enero 2024 (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)

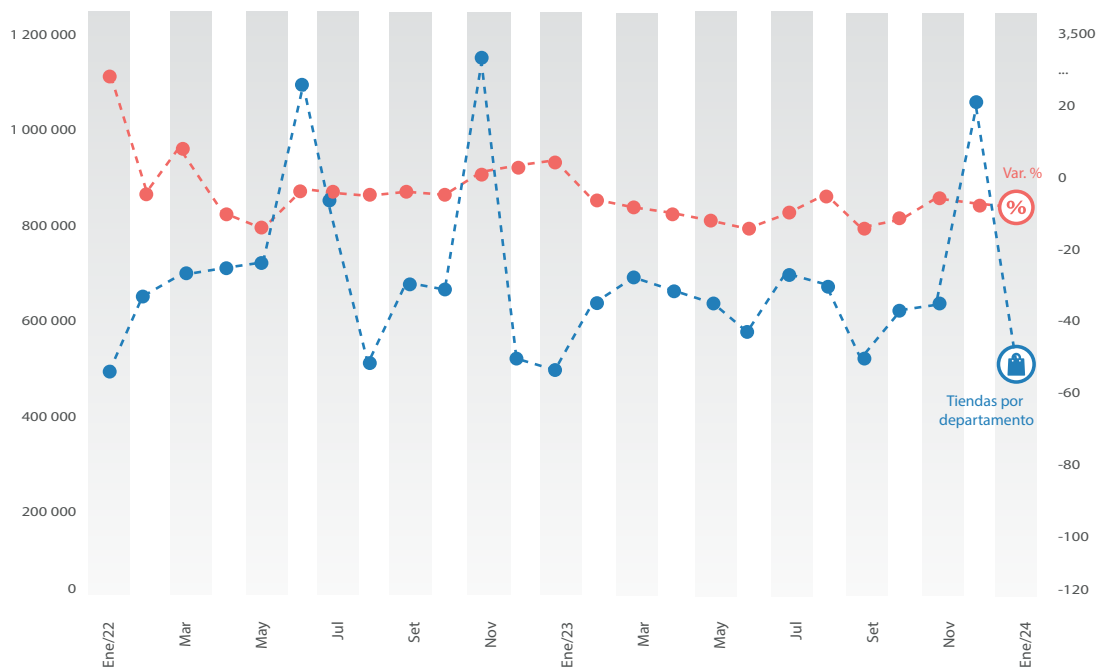


Evolución y variación porcentual

Ventas internas de tiendas por departamento¹
(Enero 2022 - Enero 2024)

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 enero del 2024, esta actividad en este mes se observa una disminución de 6.0%, con respecto a similar mes del año 2023, obteniendo una tendencia de diecinueve meses con series negativos. Este resultado responde a un retroceso en las ventas de otros productos diversos (-12.6%) y muebles (-61.3%), dado a la reducción de las inversiones en ejecución de obras pública y privadas, esto generado por la contracción de la demanda interna.

En el mes en referencia, la línea de productos diversos y artículos de ferreterías fueron las que tuvieron una mayor participación en las ventas de esta actividad (88.6%), mientras que, en menor medida, destacó la línea de artículos de uso doméstico, muebles y repuestos y accesorios, con una participación del 11.4%.

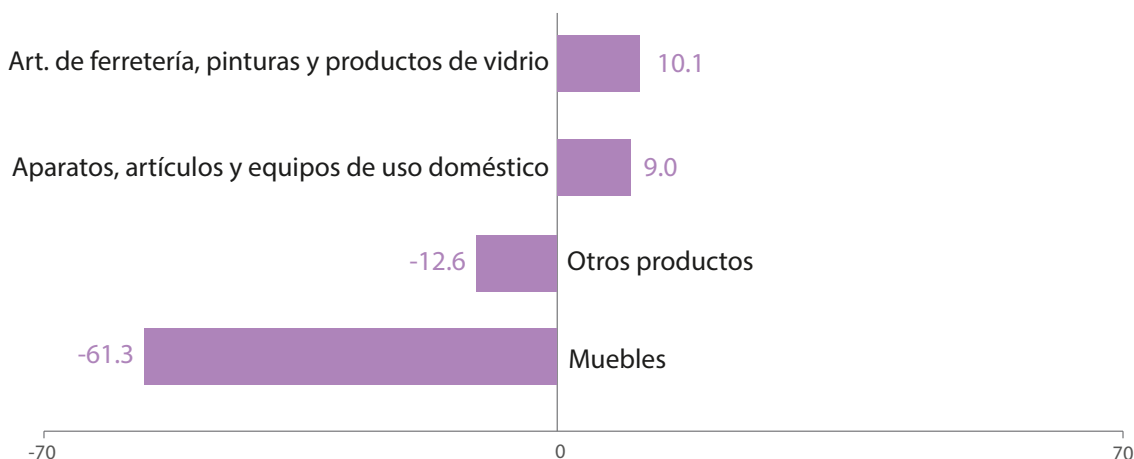
Entre las principales empresas que destacan en esta actividad por su mayor incidencia en las ventas tenemos a: Maestro Homecenter, Promart Homecenter, y Cemento y Acero.

El desempeño de las ventas de la actividad en el periodo de 2022 a enero 2024, se observa que mayormente se mantuvo en terreno positivo; sin embargo, desde setiembre del 2022 viene mostrando resultados negativos, por una ligera 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, Enero 2024 (Var.%)

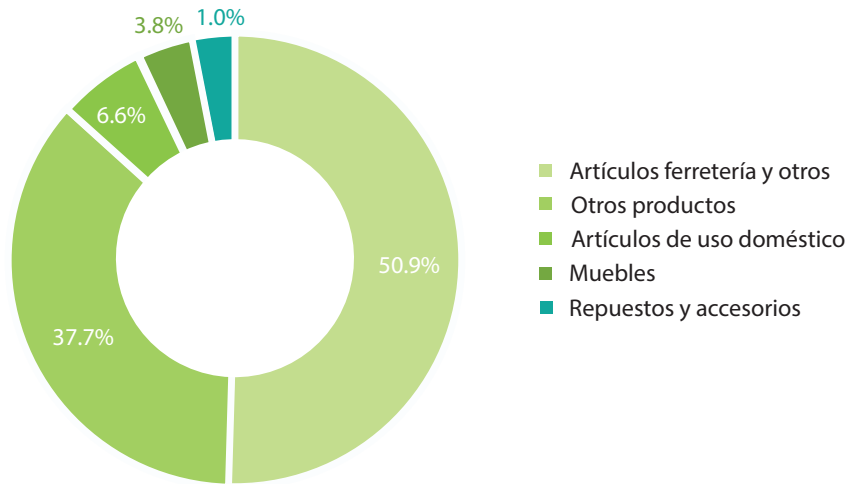


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Participación %

Líneas de productos de ferreterías y acabados para el hogar
(Enero 2024)



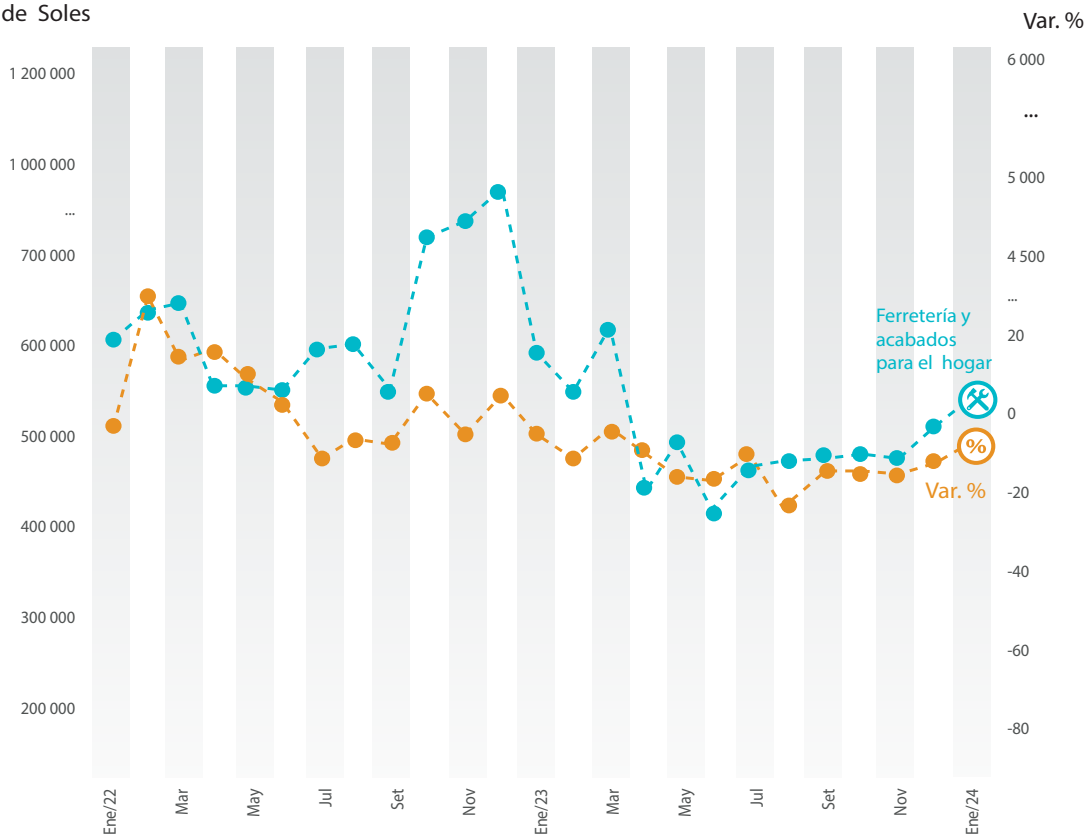
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE-Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Evolución y variación porcentual

Ventas internas de ferreterías y acabados para el hogar (Ene 2023-Ene 2024)

Miles de Soles



Ventas de productos de equipamiento del hogar

La actividad de equipamiento del hogar, este mes registra un incremento de 9.9%, debido al factor climatológico (ola de calor) que generó una mayor demanda de artículos domésticos (refrigeradores, congeladores, ventiladores, etc.) en +18.3%. En contraste, se observa una caída en las ventas de muebles (-77.9%) y la línea de productos diversos (-43.5%).

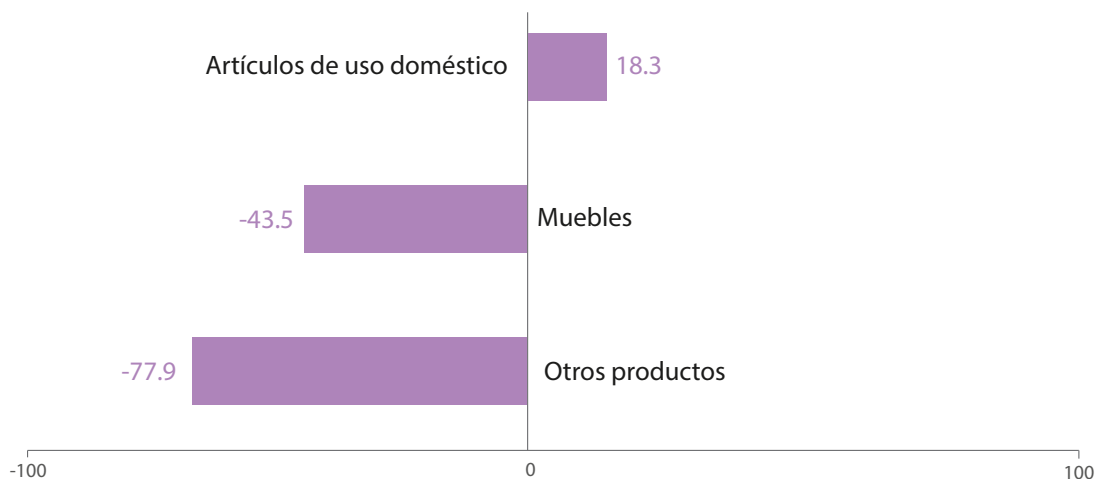
Para el mes de enero, la línea de productos diversos y artículos de uso doméstico fueron las que tuvieron una mayor participación en conjunto en las ventas (99.7%); mientras que, la línea de muebles registró un aporte de 0.3%.

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 de 2022 a enero 2024, los últimos meses se observa que se mantienen bajas las ventas de esta actividad, ello debido a la contracción de la demanda interna.

Venta por líneas de productos

Equipamiento del hogar, Enero 2024 (Var.%)

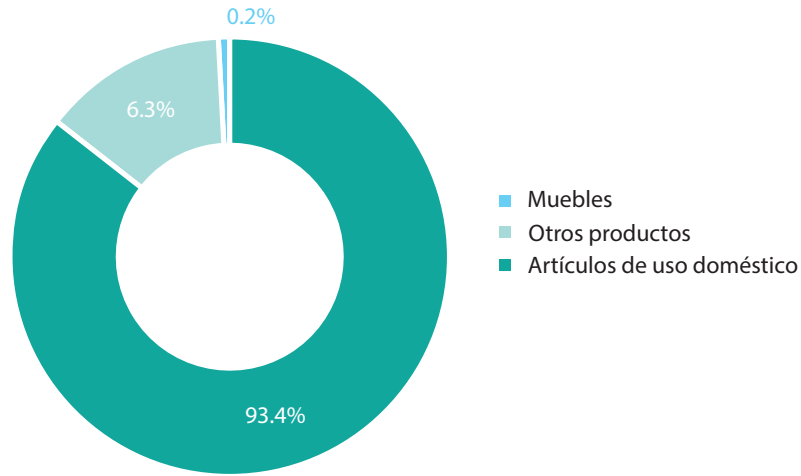


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Participación %

Líneas de productos para el equipamiento del hogar
(Enero 2024)

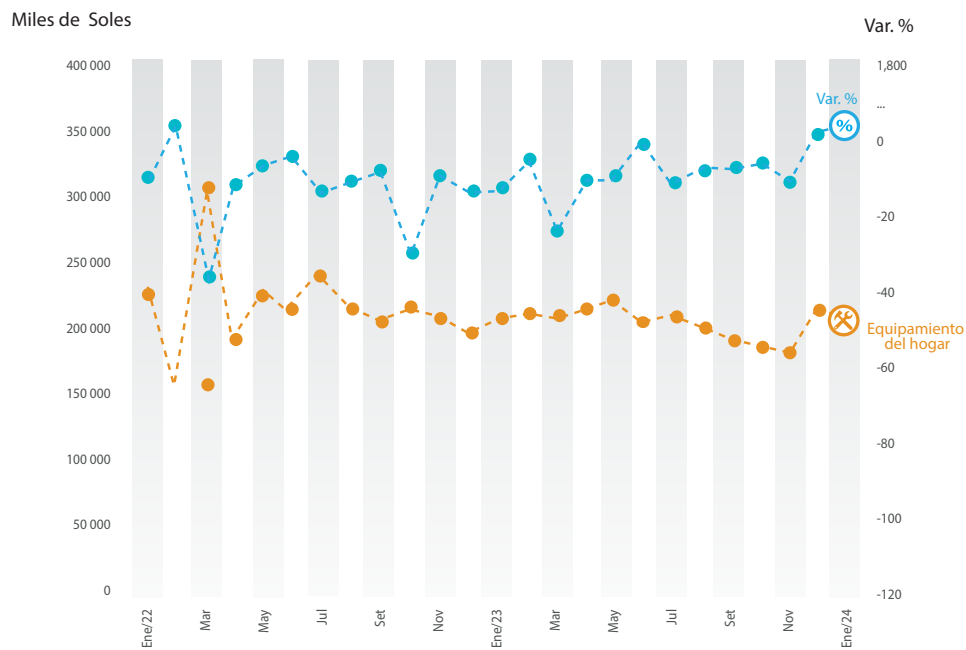


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE-Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Evolución y variación porcentual

Ventas internas para el equipamiento del hogar (Ene 2022-Ene 2024)



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 aumentó en +0.8% en enero de 2024. Dicho aumento en las ventas de la actividad estuvo asociado principalmente a las ventas de productos farmacéuticos y medicinales (+0.6%) y cuidado personal en (+1.6%).

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

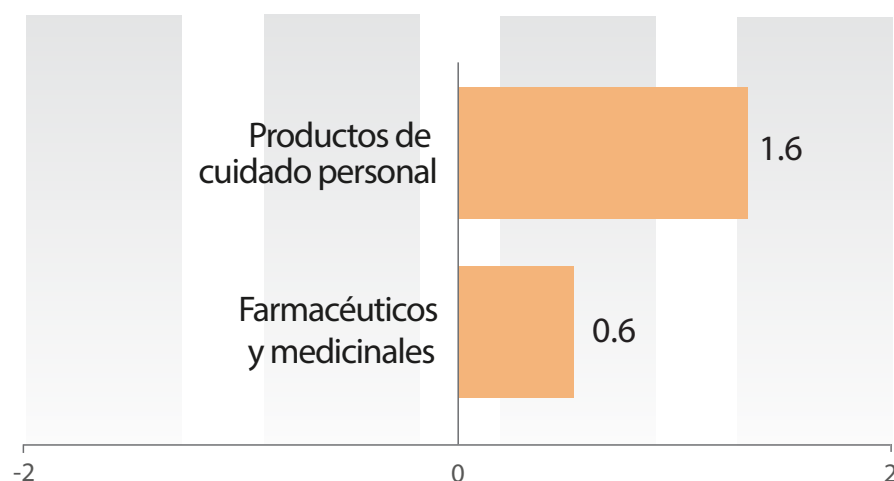
En cuanto a la participación de las líneas de productos de esta actividad, se observa que en enero del 2024 la línea de productos farmacéuticos y medicinales alcanza el 82.0% y mientras que los productos cuidado personal 18.0% sobre las ventas totales.

Entre enero de 2022 y enero de 2024, se observa que las ventas de la actividad de productos farmacéuticos y cuidado personal mantiene una ligera tendencia positiva salvo los últimos meses del 2023 registró resultado negativos, ante la menor demanda de los productos de cuidado personal, alimentos para bebés.



Ventas por líneas de productos

Farmacéuticos y de cuidado personal, Enero 2024 (Var.%)

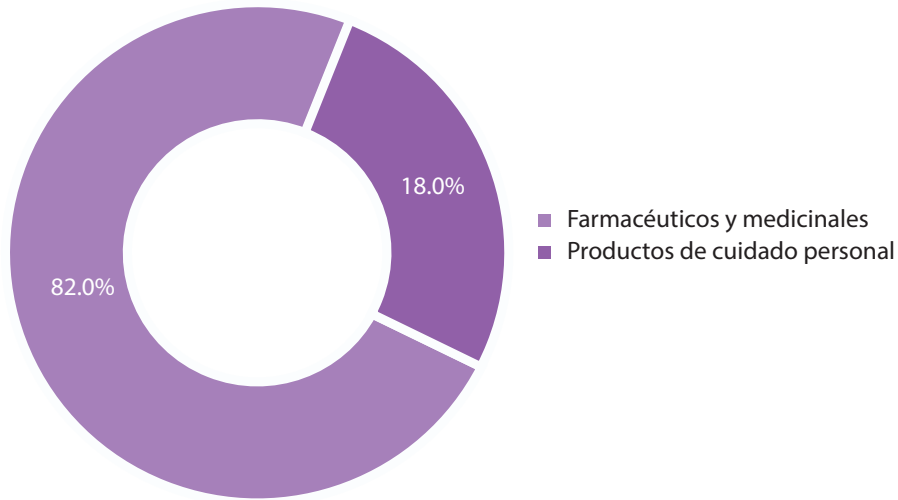


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Participación %

Líneas de productos farmacéuticos y de cuidado personal
(Enero 2024)

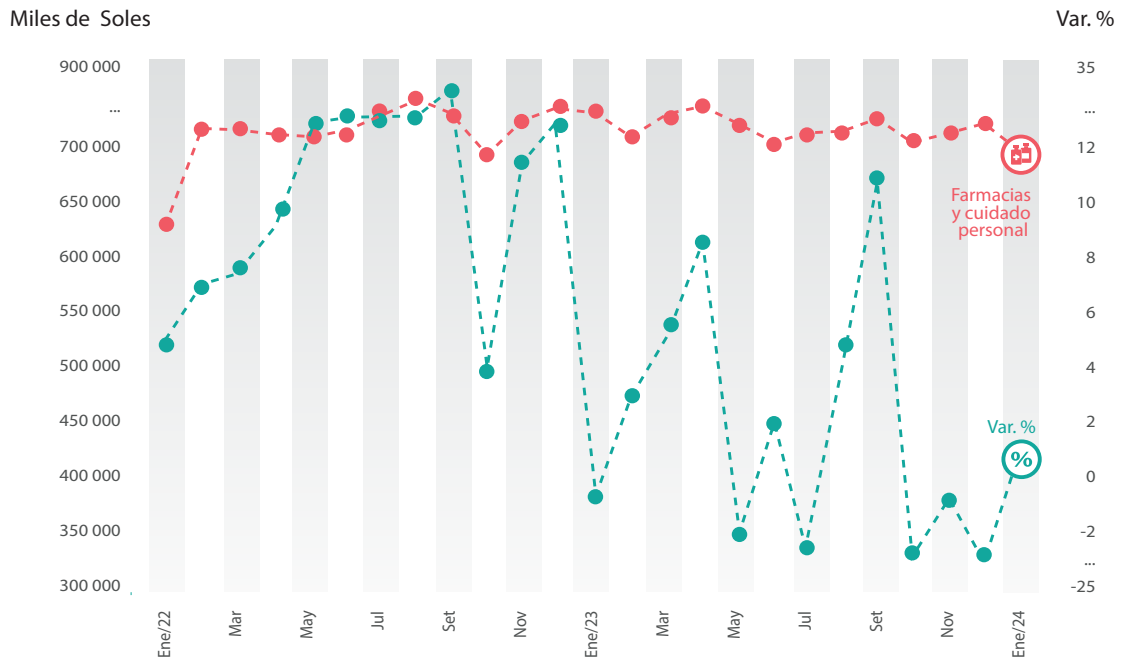


Fuente: Estadísticas de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Evolución y variación porcentual

Ventas internas de farmacias y productos de cuidado personal (Ene 22-Ene 24)



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

Las ventas de la actividad de libros, periódicos y artículos de papelería registró un incremento de 8.3% interanual. Explicado por las ventas del inicio de campaña escolar, incrementándose la demanda de libros, cuadernos y diversos útiles escolares, entre otros productos, así como por el aumento en la demanda artículos de oficina y escolares, donde se observa mayores ventas en la línea de librerías (+8.6%) y de productos diversos tecnológicos y otros (+5.8%).

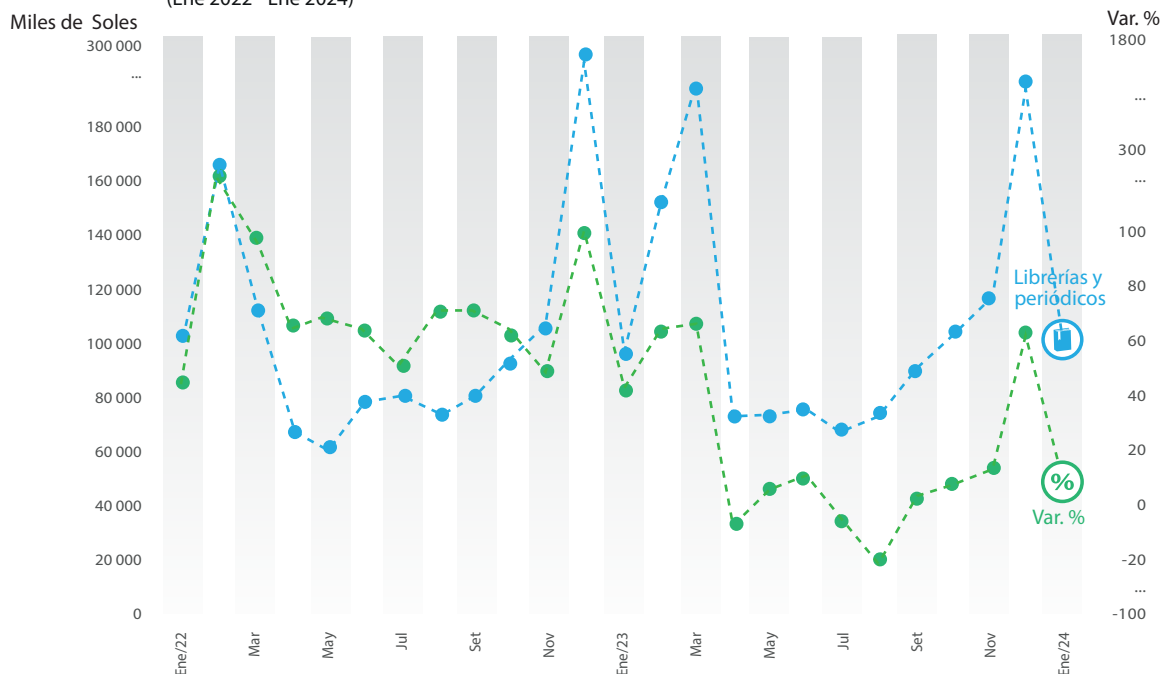
Entre las principales empresas que destacan en las ventas de esta actividad tenemos a: Distribuidora Navarrete, Ibero Librerías, Librerías Crisol y Tai Loy.



Evolución y variación porcentual

Ventas internas de libros, periódicos y artículos de papelería

(Ene 2022 - Ene 2024)



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

Desempeño crediticio en las Mipyme del sector comercio en 2023

Uno de los factores que incide en el crecimiento de las firmas es el acceso adecuado al financiamiento, el cual contribuye significativamente en el proceso productivo, considerando un entorno globalizado y cada vez más competitivo, no sólo para continuar con su crecimiento y expansión, sino incluso para mantenerse en los mercados. Por ello, es esencial contar con acceso a diversas fuentes de financiamiento para incrementar el capital y respaldar el continuo desarrollo de las operaciones económicas. El acceso a financiamiento juega un papel fundamental en la viabilidad y el crecimiento de las empresas al posibilitar la realización de nuevos proyectos, fortalecer la economía interna y hacer frente a desafíos financieros y económicos (Erdogan, 2018), (Beck & Demircuc-Kunt, 2006).

En este contexto, las Mipyme representan a un segmento empresarial potencial para el acceso al crédito financiero, ya que dinamizan y contribuyen al desarrollo económico del país. En efecto, una parte significativa de la población y de la economía dependen del desempeño de este segmento debido a su reconocida capacidad para generar empleo y su participación en la actividad productiva del país. Así, a partir de los datos de Sunat¹, las Mipyme en el Perú representan el 99.4% del tejido empresarial, asimismo, aportan cerca del 31.4% del valor agregado nacional y generan el 84.7% del empleo en el sector privado².

A nivel sectorial, las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipyme) del sector comercio juegan un rol importante en la economía. Dentro de este sector, el 99.4% de las empresas formales son Mipyme. Es importante resaltar que, en los últimos 5 años (2019 - 2023), la actividad productiva del sector comercio se ha mantenido en terreno positivo con un crecimiento promedio anual de 1.9%, resultado que contribuyó en el crecimiento del Producto Bruto Interno (PBI) nacional de 1.1%, en el periodo en referencia.

En este contexto, la energía y la vitalidad que aportan las Mipyme al sector comercial adquieren una importancia significativa en la economía. Un elemento crucial que influye en el rendimiento productivo de este sector es el acceso al crédito, que constituye la principal fuente de financiamiento para impulsar un desempeño óptimo y dinamizar la actividad económica. Según (Salloum & Vigier, 1997), a nivel empresarial, se reconoce que un financiamiento eficiente y efectivo es un factor determinante para garantizar que las empresas con un auténtico potencial de crecimiento puedan expandirse y mejorar su competitividad.

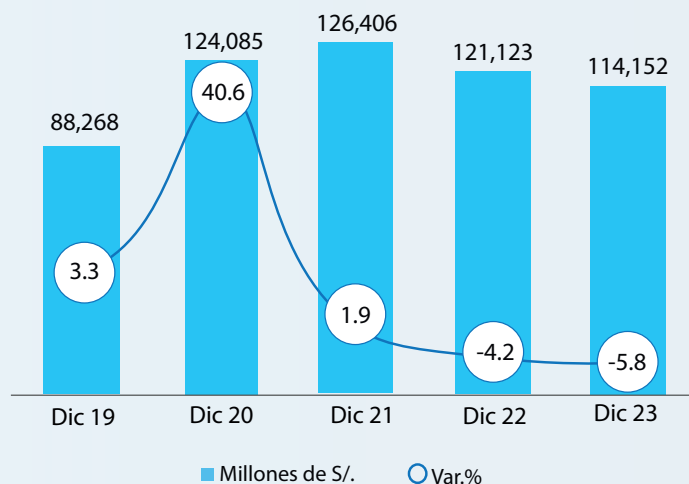
En los últimos 5 años (2019-2023), los créditos otorgados a las Mipyme registraron un crecimiento de 6.0% en promedio anual, pasando de S/ 85,435 millones en 2019 a S/114,151 millones en 2023. Cabe mencionar que el mayor crecimiento de las colocaciones se registró en 2020 (40.6% de crecimiento), debido a los efectos de la pandemia del Covid-19, por lo cual el gobierno tuvo que implementar programas de reactivación financiera en 2020-2021 (“Reactiva Perú”, “Fondo de Apoyo Empresarial a las MYPE”, “Fondo de Apoyo Empresarial para el Sector Turismo”, entre otros), cuyo objetivo era apoyar a las empresas para que puedan acceder a créditos de capital de trabajo, y puedan cumplir de esta manera con sus obligaciones de corto plazo con sus trabajadores y proveedores de bienes y servicios. Sin embargo, cabe resaltar que, el monto total de colocaciones en 2023, retrocedió en 5.8%, respecto a 2022. Dicho retroceso es debido al reajuste de las carteras de financiamiento de las entidades financieras en un contexto de menor previsión de crecimiento de la actividad económica, ello debido a la contracción experimentada por la demanda interna (-1.7%). Así, la demanda interna pasa de una proyección de 0.3% a -1.7% al cierre de 2023³, en tanto la inversión privada, variable de la cual depende el empleo, pasa de -5.3% a -7.3% en 2023.

¹ Superintendencia Nacional de Administración Tributaria.

² Información disponible según la Encuesta Nacional de Hogares del INEI y de la Encuesta Nacional de Empresas (ENE) 2019.

³ Cifras tomadas del reporte de inflación del BCRP de diciembre 2023.

Evolución del crédito otorgado a las Mipyme, 2019-2023 (Millones de S/.)

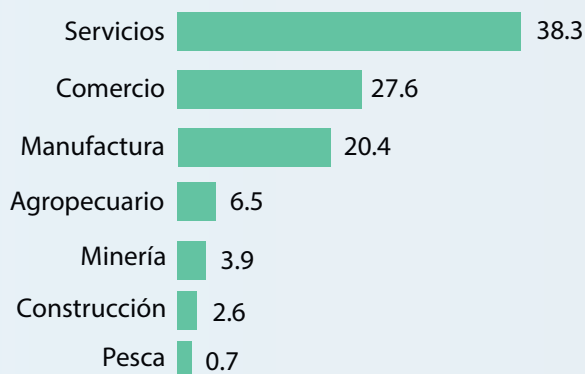


Fuente: SBS
Elaboración: Produce-Oficina de Estudios Económicos

A diciembre de 2023, el saldo de créditos directos del sistema financiero otorgadas a las empresas⁴ tráfico en S/. 416 mil millones. De dicho monto, los créditos corporativos representaron el 60.3% (S/. 251.1 mil millones). En relación al crédito corporativo, el sector

comercio fue el segundo sector después de servicios que concentró el mayor porcentaje de los créditos asignados por el sistema financiero (27.6%) con un monto de S/. 69,350 millones, tal como se aprecia en el siguiente gráfico.

Perú: Créditos otorgados por el sistema financiero según sector económico, a diciembre de 2023* (Porcentaje)



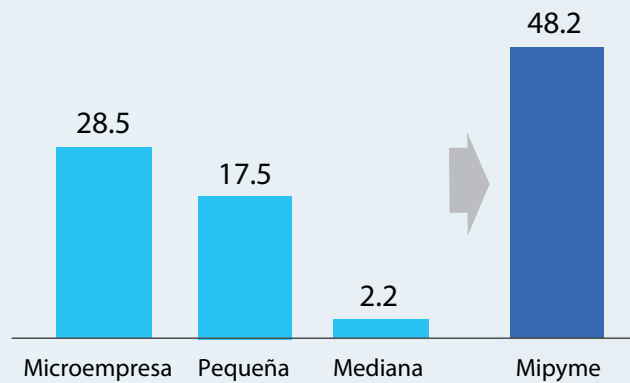
* Corresponden principalmente a los créditos corporativos, a grandes empresas, a medianas empresas, a pequeñas empresas y microempresas.
Fuente: SBS
Elaboración: Produce-Oficina de Estudios Económicos

En el sector comercio, las colocaciones crediticias en las Mipyme participaron con el 48.2% de los créditos totales del sistema financiero a diciembre de 2023. Cabe resaltar que, al interior de las Mipyme, el estrato de medianas

empresas presentan una menor participación en los créditos (2.2%); mientras que, la de mayor participación corresponde a las microempresas con 28.5%. En un nivel intermedio se ubican las pequeñas empresas con 17.5%.

⁴ Los créditos o colocaciones corporativos son aquellos dirigidos a los estratos de micro, pequeña, mediana y gran empresa, así como el segmento corporativo, de acuerdo a cifras de la SBS a diciembre 2023.

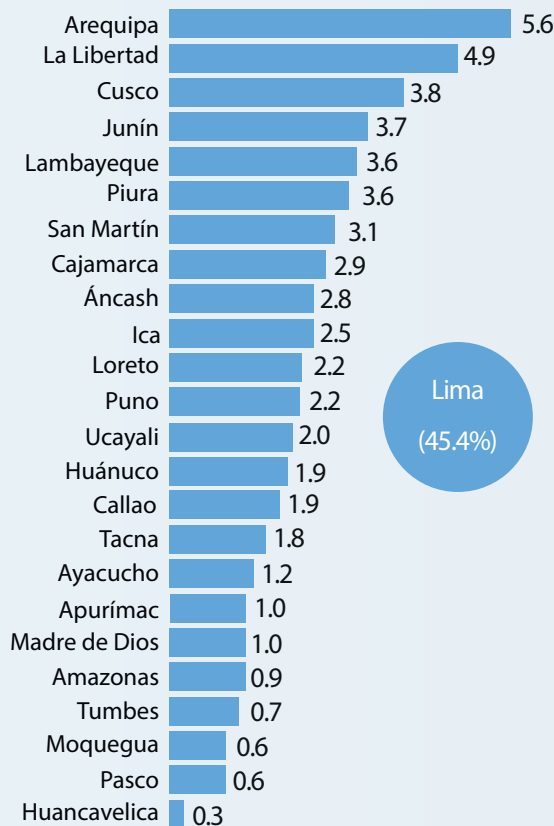
Participación de las colocaciones de las Mipyme en el sector comercio según tamaño empresarial, Dic-2023* (%)



*Porcentajes estimados en base a las participaciones de los créditos empresariales.
Fuente: SUNAT, RCC
Elaboración: Produce-Oficina de Estudios Económicos

A nivel departamental, los mayores créditos otorgados al segmento empresarial Mipyme del sector comercio se registraron en Lima, alcanzando una participación de 45.4% en las colocaciones totales otorgados al sector privado a diciembre 2023. En contraste, Huancavelica es la región que concentra el menor monto de colocaciones asignadas a las Mipyme (0.3%).

Participación de los créditos a las Mipyme del sector comercio según departamento, a diciembre de 2023* (Porcentaje)



Nota: (*) Porcentajes estimados en base a las participaciones de los créditos empresariales.
Fuente: SUNAT, RCC
Elaboración: Produce-Oficina de Estudios Económicos

Otras variables del sector

Personal Ocupado

En enero de 2024, el personal ocupado del sector de comercio interno disminuyó en 10.4% interanual. Ello es debido a la disminución en la facturación de las ventas de tiendas especializadas, generando la reducción en las contrataciones del personal en las actividades de supermercados e hipermercados (-6.6%), tiendas por departamento (-11.1%), ferreterías y acabados del hogar (-8.8%), equipamiento del hogar (-7.2%), libros, periódicos y artículos de papelería (-34.2%) y farmacias y boticas (-17.4%).

Por tipo de empleo, disminuyeron las contrataciones del personal eventual en (-28.1% interanual), así también, el personal permanente disminuyó (-4.3%).

Según el tipo de género, el sector de comercio interno registró una disminución en la contratación del personal masculino en (-5.7%) y en el género femenino (-14.0%).



Personal ocupado

Número de personas según grupo y clase CIU (Enero 2024)

Actividad	Permanentes	Eventuales	Varones	Mujeres	Total	Var.%
Var ^{1/} (%) Ene 24/ Ene 23	-4.3	-28.1	-5.7	-14.0		
CIU ^{a/} Total	84,193	21,838	47,644	58,387	106,031	-10.4
4711 Supermercados e Hipermercados	38,661	9,804	23,786	24,679	48,465	-6.6
4719 Tiendas por departamento ^{2/}	12,611	4,588	7,342	9,857	17,199	-11.1
4752 Ferreterías y acabados del hogar	14,421	152	8,496	6,077	14,573	-8.8
4759 Equipamiento del hogar	4,210	737	2,938	2,009	4,947	-7.2
4761 Libros, periódicos y artículos de papelería	1,385	465	1,161	689	1,850	-34.2
4772 Boticas y Farmacias	12,905	6,092	3,921	15,076	18,997	-17.4

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 enero de 2024 ascendió a 5,604 establecimientos, cifra mayor en 436 locales, en comparación al total registrado en enero de 2023. La principal actividad que incremento su cantidad de locales es la de Supermercados e hipermercados (+350 locales más); seguido de las tiendas de Farmacias y de cuidado personal (63 locales más), ferreterías y acabados del hogar (1 local más), tiendas por departamento (14 locales más) y libros periódicos y artículos de papelería (14 locales más). En contraste, se observa una disminución en tiendas de equipamiento del hogar (6 locales menos).



Número de tiendas Según grupo y clase CIU (Enero 2024)

CIU ^{a/}	Actividad	Ene- 23	Ene- 24	Var.(%) Ene 24/23
4711	Tiendas supermercados e hipermercados	1,745	2,095	20.1
4719	Tiendas por departamento ^{1/}	184	198	7.6
4752	Ferreterías y acabados del hogar	148	149	0.7
4759	Equipamiento del hogar	310	304	-1.9
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	153	167	9.2
4772	Farmacias y cuidado personal	2,628	2,691	2.4

Notas:

Cifras sujetas a reajuste.

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