



PERÚ

Ministerio
de la Producción

Oficina de Estudios Económicos

Febrero 2024

Boletín de
Comercio Interno

Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

BOLETÍN DE COMERCIO INTERNO

GRANDES ALMACENES, SUPERMERCADOS Y TIENDAS ESPECIALIZADAS

Editado por:

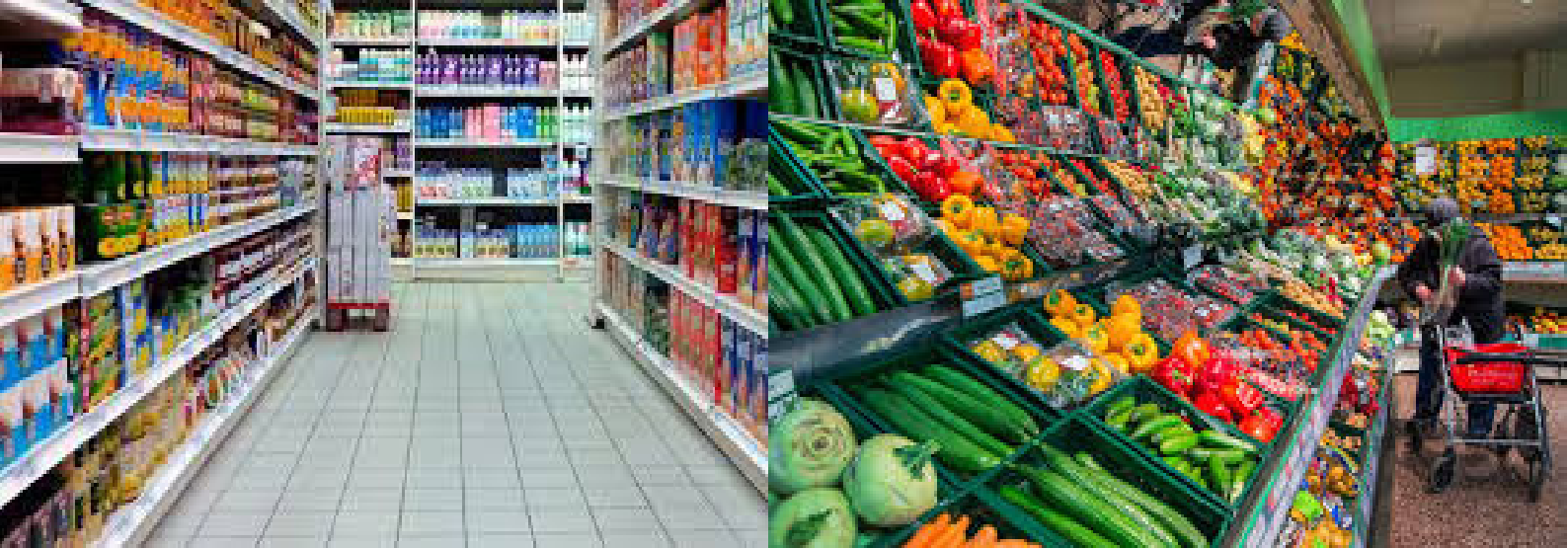
MINISTERIO DE LA PRODUCCIÓN

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

www.produce.gob.pe

1era Edición, Febrero 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 | Febrero 2024

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 febrero 2024	16
Otras variables del sector	19
Número de tiendas	20

Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Boletín Estadístico – Febrero 2024

Introducción

En febrero de 2024, las ventas del sector comercio interno¹ anotaron un aumento de 7.9% interanual, como resultado de la mayor facturación registrada en las ventas de las actividades que componen este sector, tales como: supermercados e hipermercados (+18.5%), libros, periódicos y artículos de papelería (+23.7%) y la de equipamiento del hogar (+6.4%). En contraste, este resultado fue atenuado por la disminución en las ventas de las tiendas por departamento (-2.7%), farmacias y boticas (-0.3%) y ferreterías y acabados (-7.6%).

En el acumulado de enero a febrero de 2024, las ventas del comercio interno reportó un avance de 7.0% con relación al mismo mes del 2023. Este resultado positivo se debe a una ligera recuperación de la demanda interna (+2.5%).

Entre las actividades que más crecieron y se recuperaron entre enero y febrero 2024 destacan: Libros, periódicos y artículos de papelería (+17.7%), Farmacias y boticas (+0.3%), Supermercados e hipermercados (+17.7%), Equipamiento del hogar (+8.1%).



Ventas internas^{1/}

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

CIIU ^(a)	Actividad	Feb-23 ^(b)	Feb-24 ^(b)	Var. (%) Feb (24/23)
	Total	3,709.0	4,002.9	7.9
4711	Supermercados e hipermercados ^{2/}	1,629.2	1,931.0	18.5
4719	Tiendas por departamento ^{3/}	557.7	542.5	-2.7
4752	Ferreterías y acabados para el hogar	531.1	490.7	-7.6
4759	Equipamiento del hogar	208.9	222.2	6.4
4772	Farmacias y cuidado personal	630.2	628.4	-0.3
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	151.9	188.0	23.7

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.

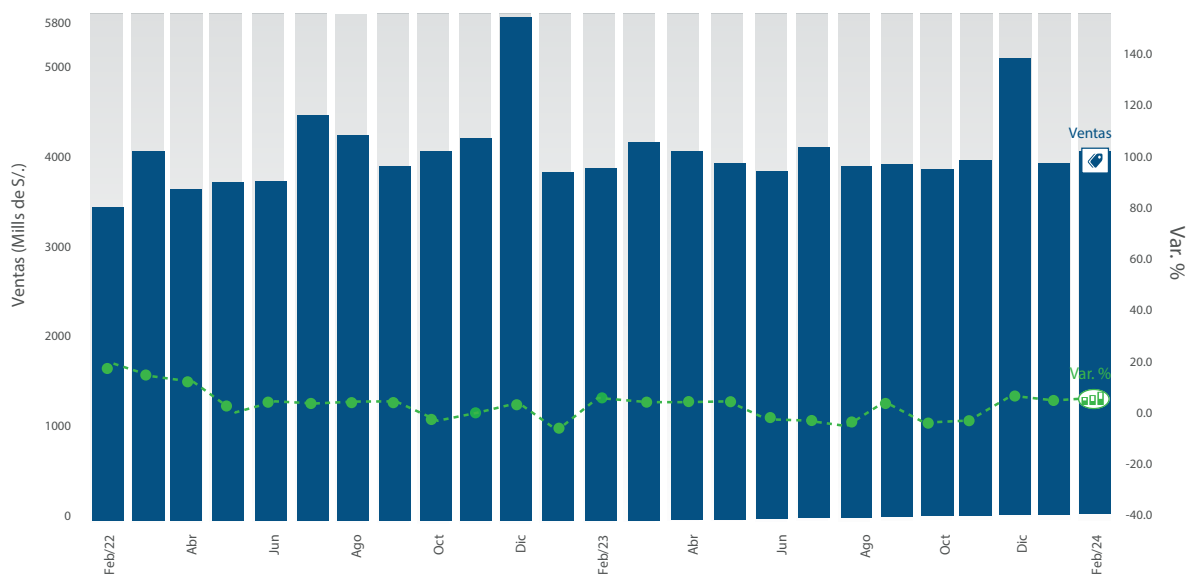
Fuente: Estadística mensual de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE-Oficina de Estudios Económicos (OEE)

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/}

(Febrero 2022 - Febrero 2024)



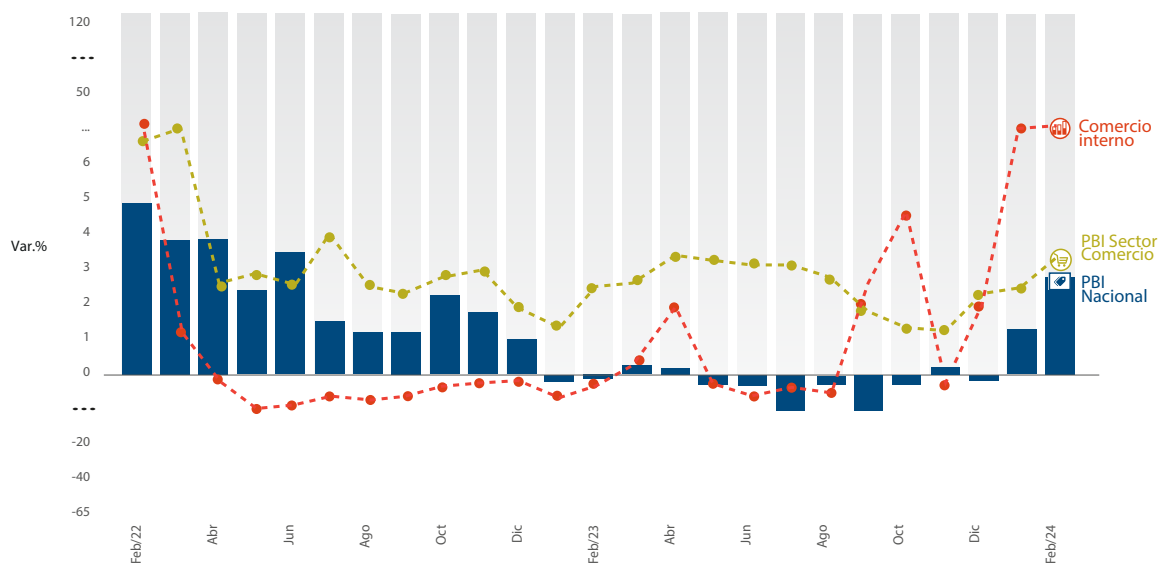
1/ Corresponden a las ventas de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas.
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE-Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

Producción total nacional versus sector comercio

En febrero de 2024, el PBI nacional registró un desempeño positivo (+2.9% interanual). En esa misma línea, el sector comercio registró un incremento interanual de +3.0%; debido a los buenos resultados de los subsectores de comercio mayorista y minorista impulsado por la recuperación de la demanda interna. En efecto, en este mes dichos subsectores registraron un incremento de 3.1% y 3.1% interanual, respectivamente.



Variación porcentual^{2/} del PBI nacional, PBI sector comercio e índice de comercio interno^{1/} (Febrero 2022 - Febrero 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 febrero de 2024, las ventas de la actividad de supermercados e hipermercados obtuvieron un importante crecimiento de +18.5%. Es una de las actividades que continua en la senda con resultados positivos, por trece meses continuos, impulsado 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 (+77.7%), bebidas y tabaco (+21.4%), alimentos (+16.6%).

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 77.4% en el valor de ventas de la actividad de supermercados e hipermercados. Mientras que, el restante (22.6%) correspondió a los productos de artículos de uso doméstico, farmacia y cosméticos, y prendas de vestir y calzado.

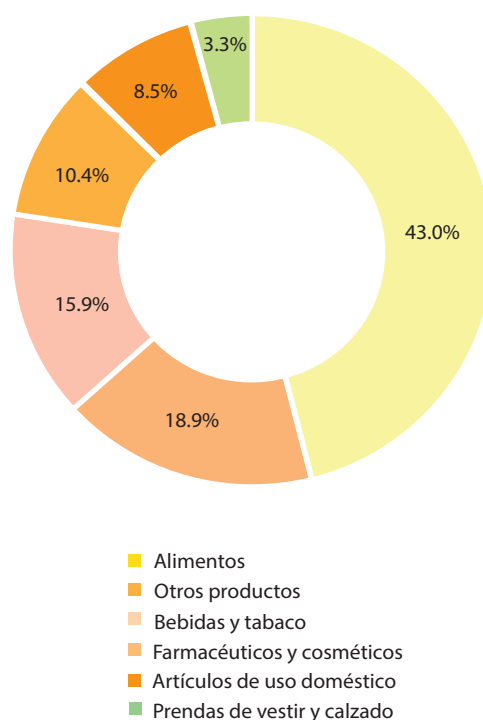
Entre las principales empresas con mayor incidencia en esta actividad según sus niveles de ventas tenemos a: Supermercados Peruanos, Cencosud Retail Perú, Hipermercados Tottus y Makro Supermayorista.

En el acumulado de enero a febrero de 2024, las ventas de de los supermercados e hipermercados reportó un avance de 17.7% con relación al mismo periodo del 2023. Este resultado positivo se debe a una recuperación de la demanda interna (+2.1%).



Participación %

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

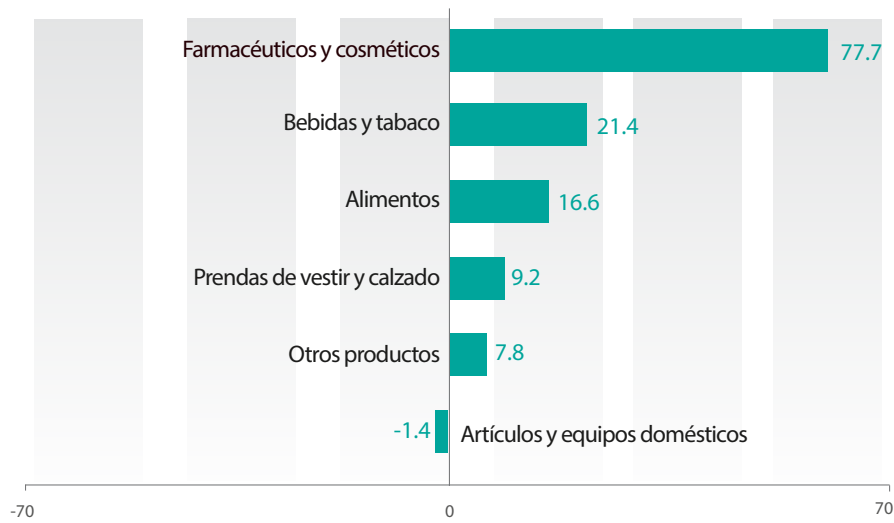


Nota: 1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos.
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas.
Elaboración: PRODUCE-Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Ventas por líneas de productos

Supermercados e hipermercados^{1/}, Febrero 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)

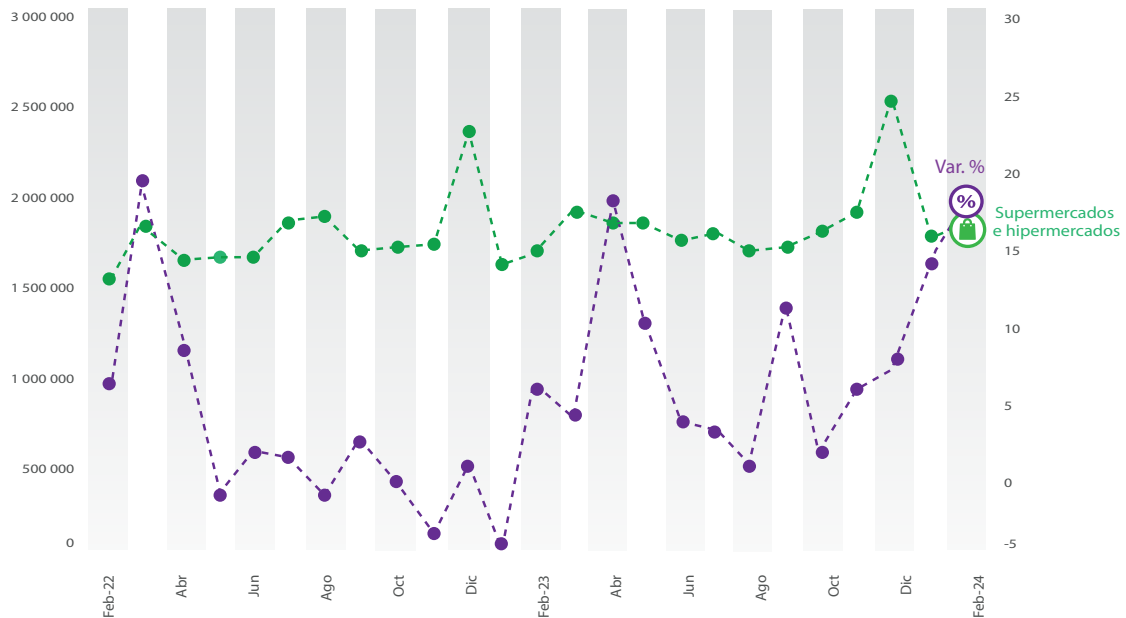


Evolución y variación porcentual

Ventas internas de supermercados e hipermercados

(Febrero 2022 - Febrero 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 febrero de 2024, las ventas de la actividad de tiendas por departamento registran una disminución de 2.7% 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 (-2.8%), muebles (-2.3%) y artículos de uso doméstico (-4.4%). En contraste, dicha caída fue atenuada por el incremento en las ventas de productos farmacéuticos y cosméticos (+2.2%) y productos diversos (+18.6%).

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 90.6% 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 (9.4%) 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.

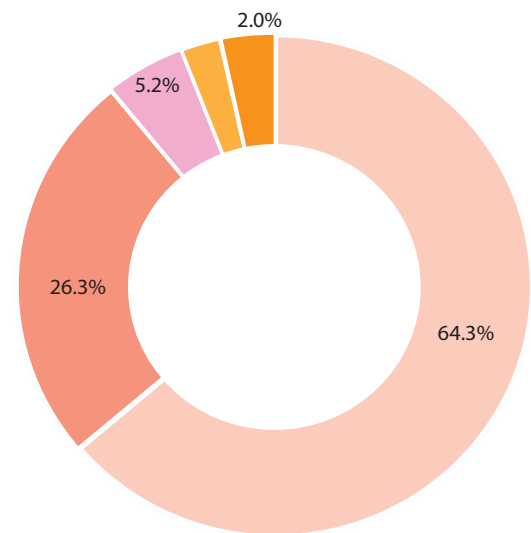
La serie histórica de las ventas de la actividad de tiendas por departamento, se visualiza un comportamiento negativo a partir de enero de 2023 afectada por los factores climáticos adversos. Ello incidió en la disminución de la demanda interna en las líneas de prendas de vestir y calzado, cuidado personal entre otros productos diversos.



Participación %

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

(Febrero 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.

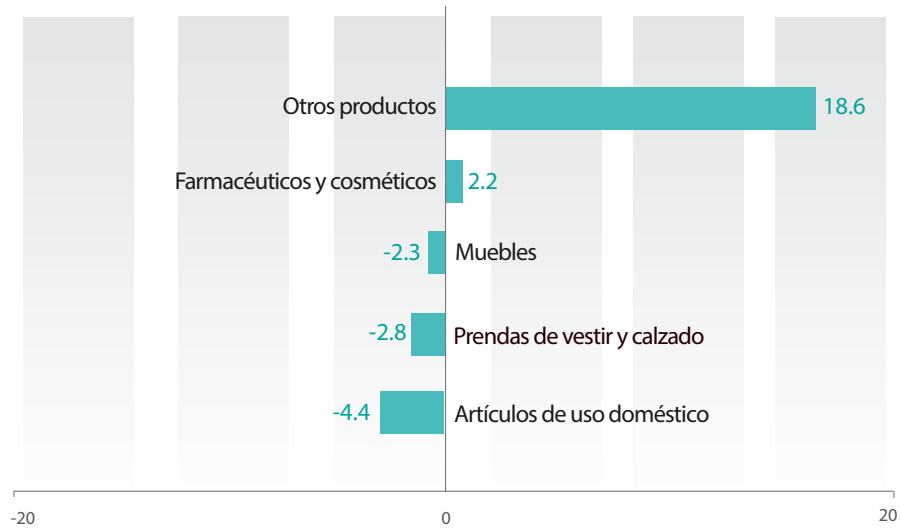
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas.

Elaboración: PRODUCE-Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Ventas por líneas de productos

Tiendas por departamento^{1/}, Febrero 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)

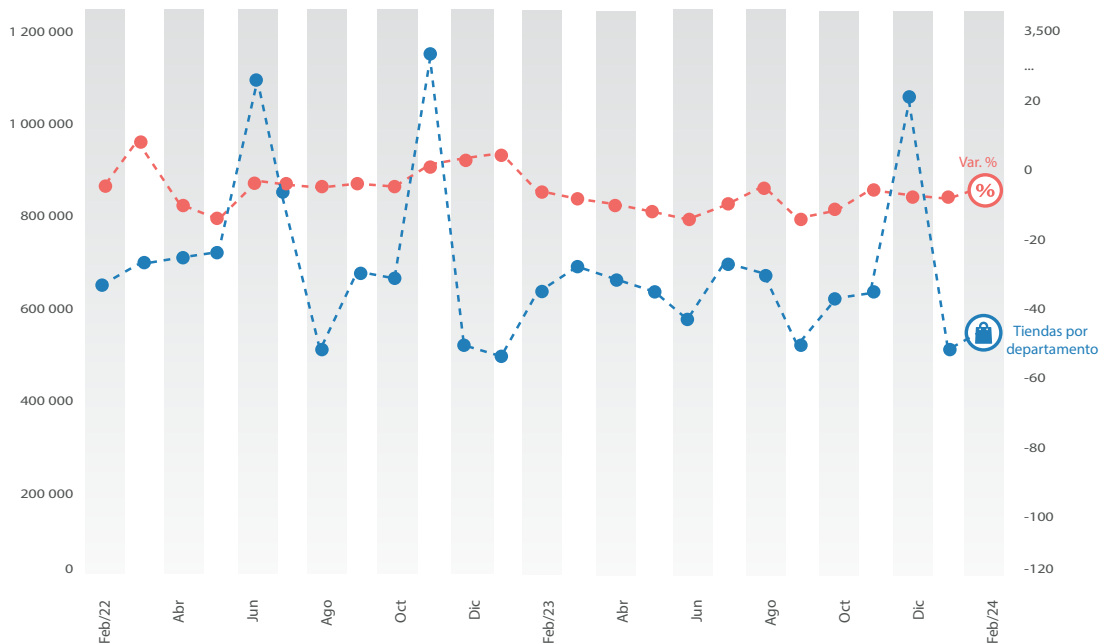


Evolución y variación porcentual

Ventas internas de tiendas por departamento¹
(Febrero 2022 - Febrero 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 febrero del 2024, esta actividad registró una disminución de 7.6%, con respecto a similar mes del año 2023, obteniendo una tendencia de veinte meses con series negativos. Este resultado responde a un retroceso en las ventas de Otros productos diversos (-19.5%) y muebles (-6.5%), asociado a la reducción de las inversiones en ejecución de 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 (87.4%), mientras que, en menor medida, destacó la línea de artículos de uso doméstico, muebles y repuestos y accesorios, con una participación del 12.6%.

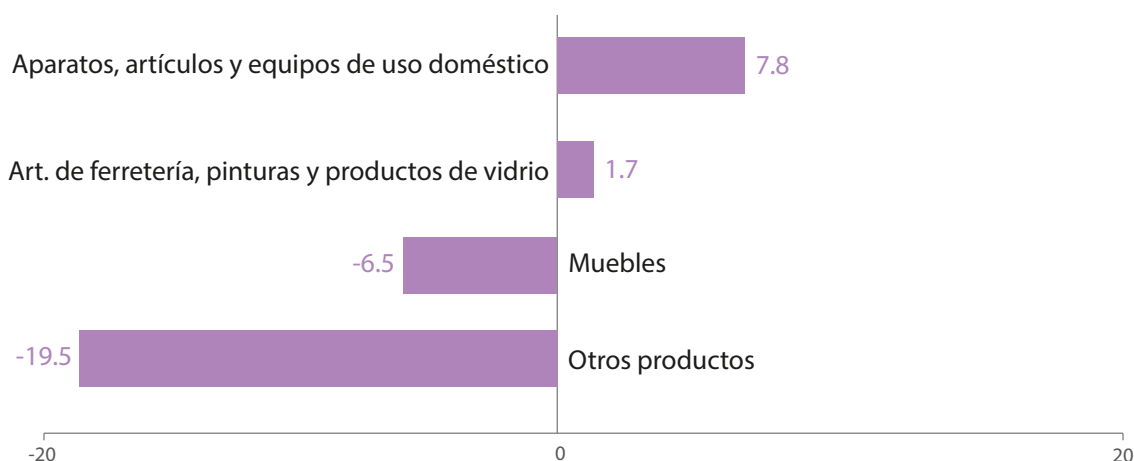
Entre las principales empresas que destacan en esta actividad por su mayor incidencia en las ventas tenemos a: Maestro Homecenter, Promart Homecenter, y Cemento y Acero.

El desempeño de las ventas de la actividad en el periodo de 2022 a febrero 2024, se observa que durante el 2023 registró una significativa disminución afectada por la contracción de la demanda interna. En este año su recuperación aún es débil.



Venta por líneas de productos

Ferreterías y acabados para el hogar, Febrero 2024 (Var.%)

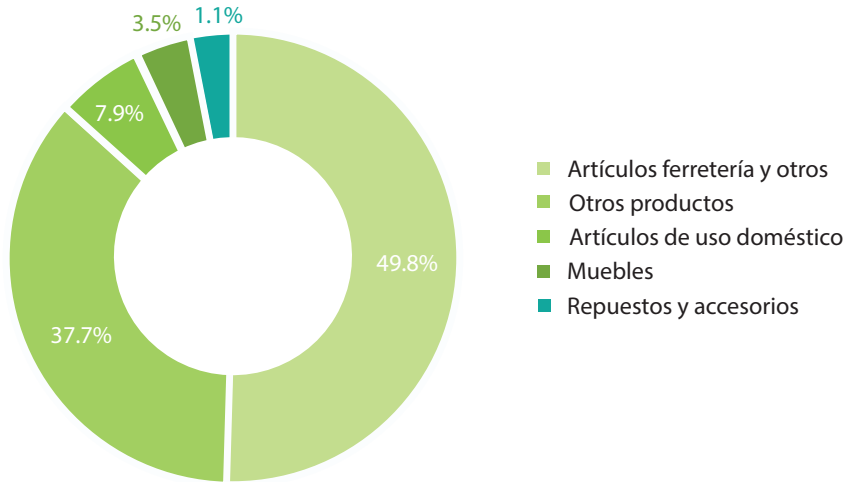


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Participación %

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



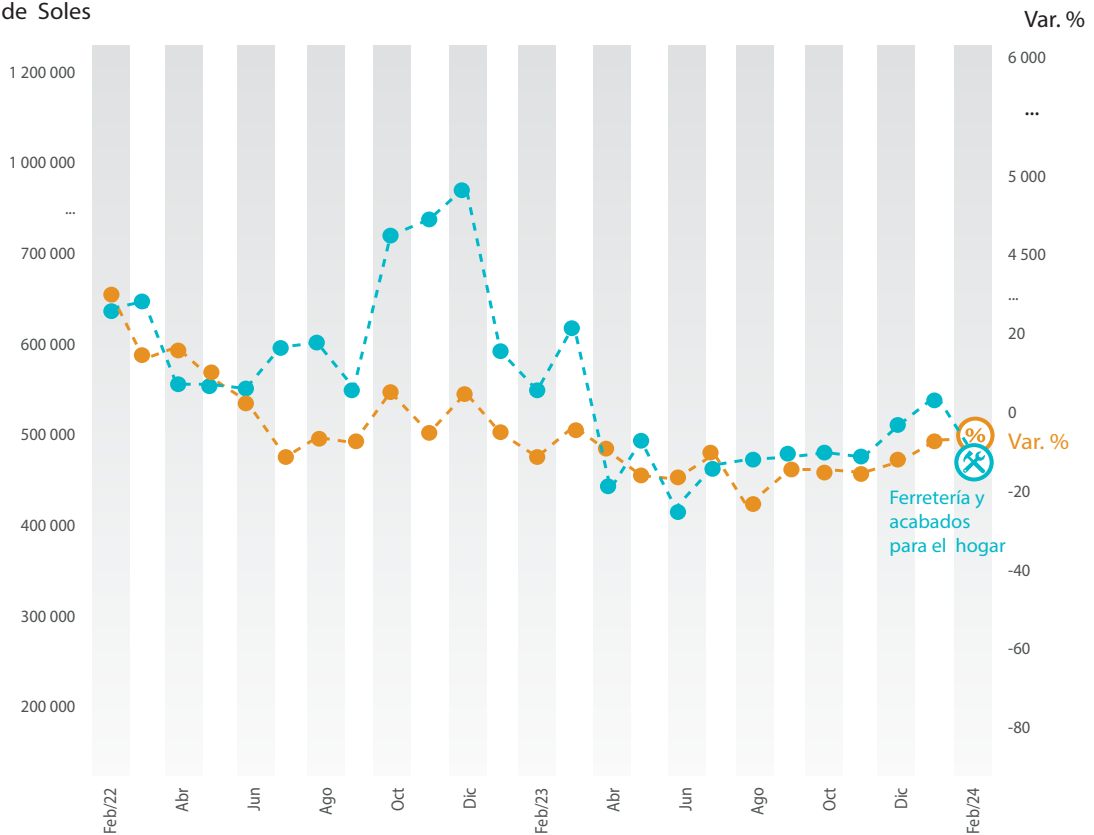
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE-Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Evolución y variación porcentual

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

Miles de Soles



Ventas de productos de equipamiento del hogar

La actividad de equipamiento del hogar, después de muchos meses de registrar resultado negativo; este mes alcanza un incremento de 6.4%, debido al factor climatológico (ola de calor) que generó una mayor demanda de artículos domésticos (refrigeradores, congeladores, ventiladores, etc.) en +16.0%. En contraste, se observa una caída en los productos diversos (-55.9%) y la línea de muebles (-4.9%).

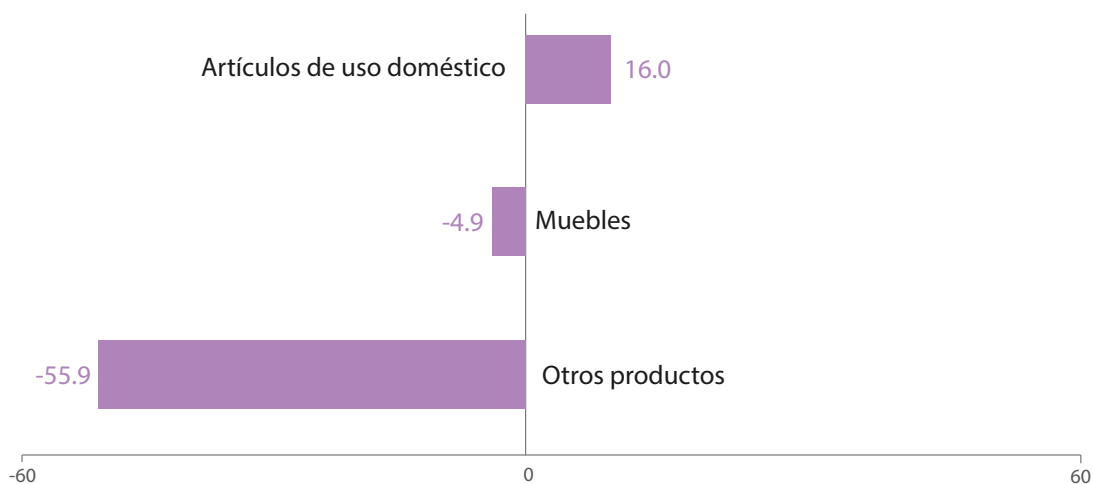
Para el mes de febrero, la línea de productos diversos y artículos de uso doméstico fueron las que tuvieron una mayor participación en conjunto en las ventas (99.2%); mientras que, la línea de muebles registró un aporte de 0.8%.

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.

Según el periodo analizado a partir de febrero 2022 a febrero 2024, los últimos meses se observa que se mantienen bajas las ventas de esta actividad, ello debido a una reducción de la demanda interna y priorización de la población por los productos de consumo básico.

Venta por líneas de productos Equipamiento del hogar, Febrero 2024 (Var.%)

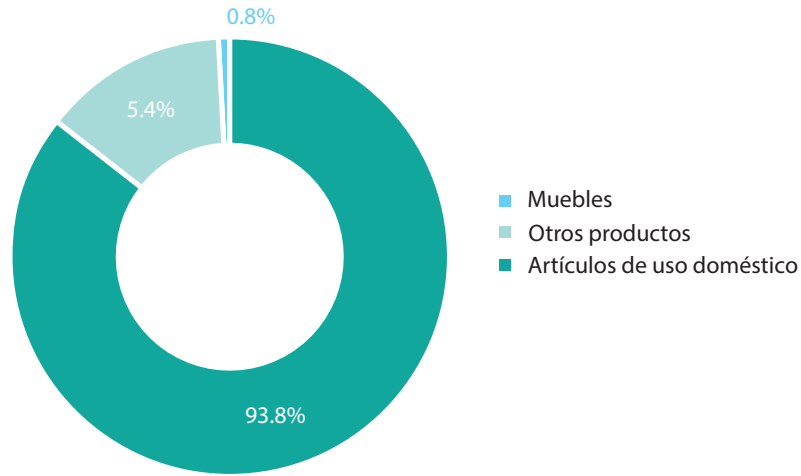


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Participación %

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

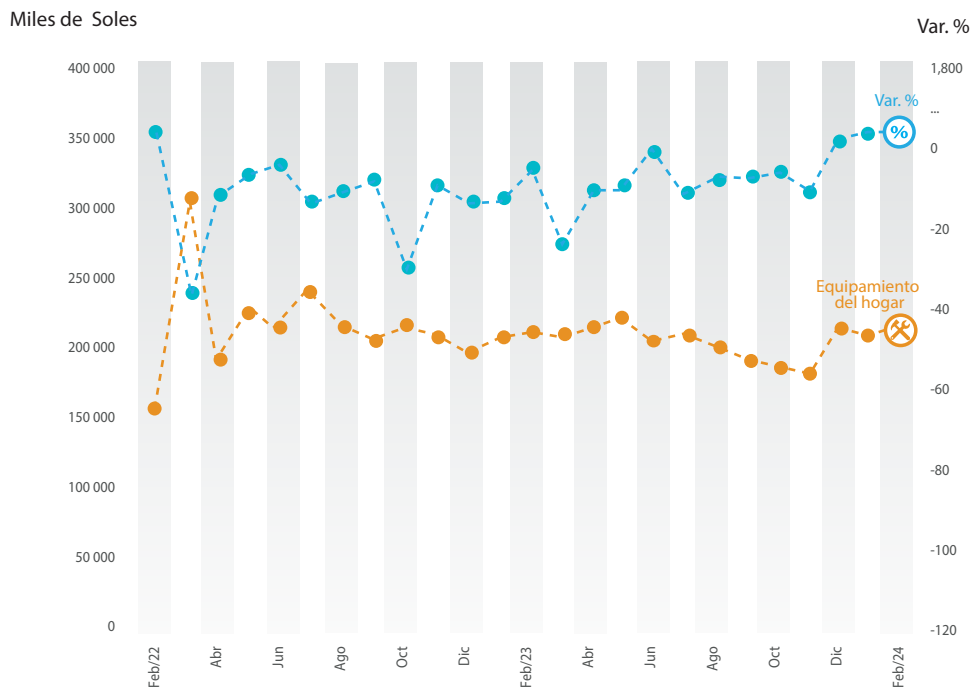


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE-Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Evolución y variación porcentual

Ventas internas para el equipamiento del hogar (Feb 2022-Feb 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 disminuyó en 0.3% en febrero de 2024. Dicho aumento en las ventas de la actividad estuvo asociado principalmente a las ventas de productos farmacéuticos y medicinales (-4.2%). En contraste, este comportamiento fue atenuado parcialmente por un incremento en la línea de cuidado personal en (+17.3%).

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

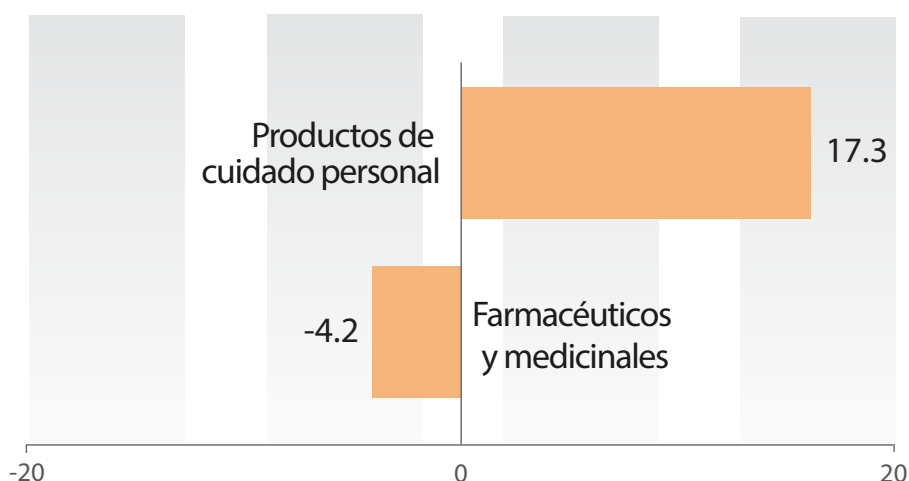
En cuanto a la participación de las líneas de productos de esta actividad, se observa que en febrero del 2024 la línea de productos farmacéuticos y medicinales alcanza el 78.8% y mientras que los productos cuidado personal 21.2% sobre las ventas totales.

Entre febrero de 2022 y febrero de 2024, se observa que las ventas de la actividad de productos farmacéuticos y cuidado personal mantiene una ligera tendencia positiva, salvo el mes de febrero, donde experimentó un resultado negativo ante la menor demanda de los productos de cuidado personal y alimentos para bebés.



Ventas por líneas de productos

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

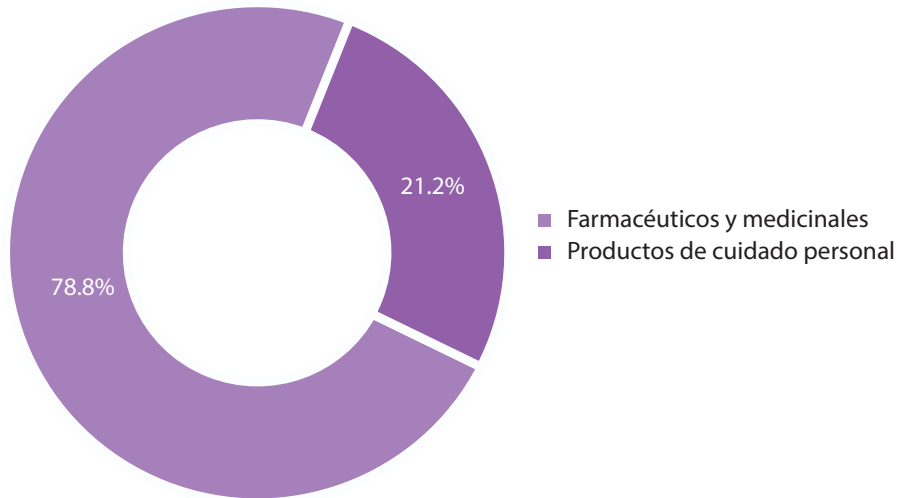


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



Participación %

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



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

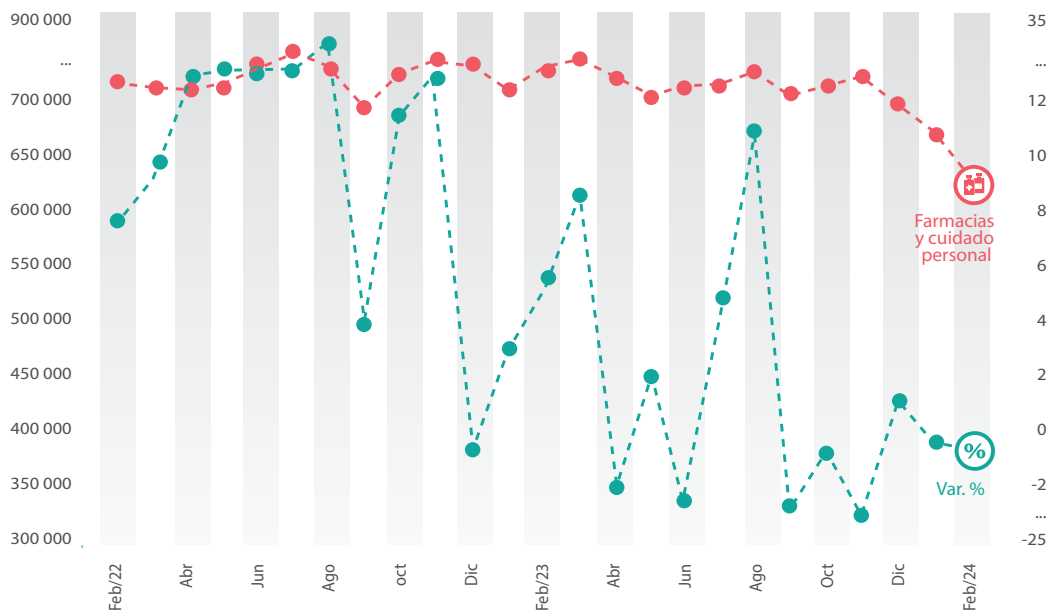


Evolución y variación porcentual

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

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

Las ventas de la actividad de libros, periódicos y artículos de papelería, continúa en positivo y este mes creció en 23.7% interanual. Explicado por las ventas del inicio de campaña escolar, incrementándose la demanda de libros, cuadernos y diversos útiles escolares, entre otros productos y el aumento en la demanda artículos de oficina y escolares, donde se observa mayores ventas en la línea de librerías (+35.3%), ello a pesar de que fue atenuado por la caída de productos diversos tecnológicos y otros (-85.6%).

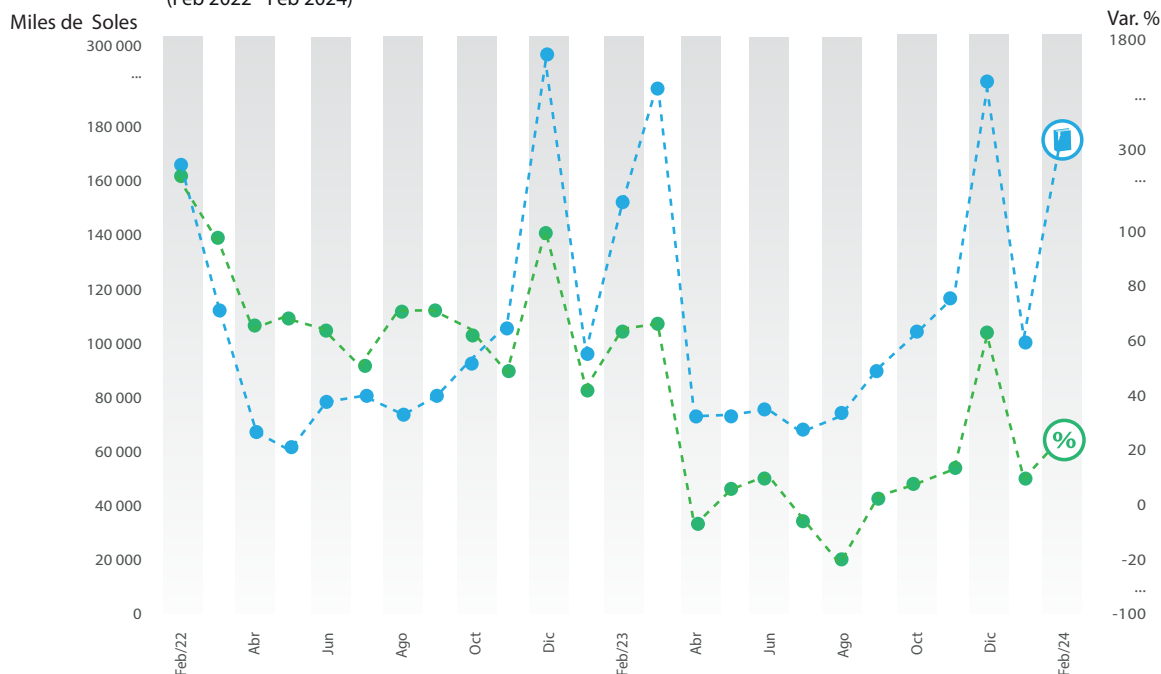
Entre las principales empresas que destacan en las ventas de esta actividad tenemos a: Distribuidora Navarrete, Ibero Librerías, Librerías Crisol y Tai Loy.



Evolución y variación porcentual

Ventas internas de libros, periódicos y artículos de papelería

(Feb 2022 - Feb 2024)



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

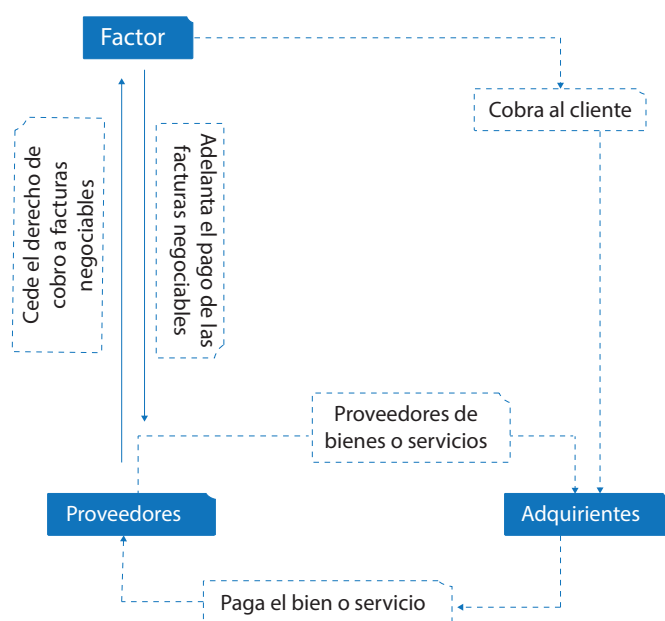
Desempeño del Factoring en el Sector Comercio a febrero 2024

El Factoring es un proceso en el cual una entidad, conocida como el Factor, adquiere, a cambio de una compensación, instrumentos de naturaleza crediticia de un individuo denominado cliente. En ocasiones, el Factor proporciona servicios adicionales como parte del acuerdo. Dentro de esta transacción, el Factor asume el riesgo asociado al crédito de los Deudores de los instrumentos adquiridos (SBS, 2015). Además,

el Factoring se considera una forma de obtención anticipada de liquidez. En estos acuerdos, la entidad financiera recibe títulos valores, como letras o facturas negociables, del cliente, a cambio de una porción del importe total facturado en dichos títulos (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 la información del Registro Central de Valores y Liquidaciones (CAVALI), entre enero y febrero de 2024, el financiamiento a través de facturas negociables benefició a más de 11 mil empresas a nivel nacional, de las cuales 8,998 fueron micro y pequeñas empresas (MYPE), lo cual equivale al 77.2% del mercado nacional, alcanzando un monto de S/ 6,561 millones, cifra mayor en 25.8%, con respecto a similar periodo del año anterior. En cantidad de facturas, se registró un total de 269,425 facturas negociables acumuladas en el mercado nacional, significando ello un importante incremento de 35.4%, con relación a similar periodo del año 2023.

En los últimos 5 años, el monto de negociación en el mercado de Factoring con respecto al PBI nacional ha ascendido, de 1.75% en 2019 a 3.76% en 2023 (a diciembre). 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 81.3% del monto total negociado de las facturas negociables (S/ 5,336 millones) a febrero 2024. 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 13.5% 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 febrero de 2024, el monto de las facturas negociables por el sector servicios ascendió a S/ 2,143 millones (con una cantidad de 65,875 facturas), mayor en 38.0% con relación a similar periodo del año anterior. Asimismo, en el sector comercio el monto de las facturas negociables ascendió

a S/ 1,855 millones (con una cantidad de 107,604 facturas), superior en 16.3%, con respecto a similar periodo de 2023.

Otro sector importante que contó con un mayor número de facturas negociables correspondió a la industria manufacturera, cuya cifra ascendió a 85,667 facturas entre enero y febrero de 2024, siendo superior en 36.8%, con respecto a similar periodo del 2023. En términos de valor, el monto negociado ascendió a S/. 1,594 millones (+17.5%).

Gráfico 1

Número de facturas y montos emitidos por sector económico, Enero-Febrero 2024 (Cantidad de facturas y monto)

Sector	Facturas	Monto Negociado Millones de S/.	Part.%*
Servicios	65,875	2,143	32.7
Comercio	107,604	1,855	28.3
Manufactura	85,667	1,594	24.3
Construcción	5,332	633	9.6
Minería	781	236	3.6
Agropecuario	4,092	92	1.4
Pesca	74	7	0.1
Total	269,425	6,561	100.0

* Respecto al monto negociado

Fuente: CAVALI

Elaboración: Produce-OEE

A nivel de actividad económica en el sector comercio, el mayor uso del Factoring se registró en la actividad del comercio al por mayor. En efecto, entre enero y febrero de 2024, el monto negociado en esta actividad ascendió a S/. 1,553 millones, con un total de 87,515 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 11,251 facturas negociables, cuyo valor ascendió a S/. 125 millones.

Gráfico 2

Facturas negociables por tipo de comercio, Febrero 2024

(Cantidad de facturas y monto)

Sector	Cantidad de Facturas	Monto Negociado Millones de S/.	Part.%*
Comercio al por mayor	87,515	1,553	83.7
Venta y mantenimiento de vehículos	8,838	177	9.6
Comercio al por menor	11,251	125	6.8
Total	107,604	1,855	100.0

* Respecto al monto negociado

Fuente: CAVALI, SUNAT

Elaboración: Produce-OEE

Otras variables del sector

Personal Ocupado

Para febrero de 2024, el personal ocupado del sector de comercio interno disminuyó en 9.7% interanual. Ello es debido a la disminución en la facturación de las ventas de tiendas especializadas, generando la reducción en las contrataciones de personal en las actividades de supermercados e hipermercados (-6.6%), tiendas por departamento (-8.0%), ferreterías y acabados del hogar (-9.2%), equipamiento del hogar (-6.3%), libros, periódicos y artículos de papelería (-41.5%) y farmacias y boticas (-14.9%).

Por tipo de empleo, disminuyeron las contrataciones del personal eventual en (-25.1% interanual), mientras que, el personal permanente disminuyó (-4.4%).

Según el tipo de género, el sector de comercio interno registró una disminución en la contratación del personal masculino (-5.5%) y en el género femenino (-12.8%).



Personal ocupado

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

Actividad	Permanentes	Eventuales	Varones	Mujeres	Total	Var.%
Var ^{1/} (%) Feb 24/ Feb 23	-4.4	-25.1	-5.5	-12.8		
CIU ^{a/} Total	83,195	22,467	47,539	58,123	105,662	-9.7
4711 Supermercados e Hipermercados	38,494	9,844	23,748	24,590	48,338	-6.6
4719 Tiendas por departamento ^{2/}	12,441	4,515	7,262	9,694	16,956	-8.0
4752 Ferreterías y acabados del hogar	14,375	160	8,480	6,055	14,535	-9.2
4759 Equipamiento del hogar	4,197	737	2,919	2,015	4,934	-6.3
4761 Libros, periódicos y artículos de papelería	1,351	465	1,140	676	1,816	-41.5
4772 Boticas y Farmacias	12,337	6,746	3,990	15,093	19,083	-14.9

Notas :

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

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

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

Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)

Número de tiendas

El número de locales del sector comercio interno en febrero de 2024 ascendió a 5,605 establecimientos, cifra mayor en 449 locales, en comparación al total registrado en febrero de 2023. La principal actividad que incrementó la cantidad de locales es Supermercados e hipermercados (+358 locales más), así también, las tiendas de farmacias y de cuidado personal (72 locales más), ferreterías y acabados del hogar (3 local más), tiendas por departamento (15 locales más) y libros periódicos y artículos de papelería (1 local más).



Número de tiendas

Según grupo y clase CIU (Febrero 2024)

CIU ^{a/}	Actividad	Feb- 23	Feb- 24	Var.(%) Feb 24/23
4711	Tiendas supermercados e hipermercados	1,745	2,103	20.5
4719	Tiendas por departamento ^{1/}	183	198	8.2
4752	Ferreterías y acabados del hogar	149	152	2.0
4759	Equipamiento del hogar	299	299	0.0
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	153	154	0.7
4772	Farmacias y cuidado personal	2,627	2,699	2.7

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