



PERÚ

Ministerio  
de la Producción

Oficina de Estudios Económicos

Abril 2024

Boletín de  
Comercio Interno

# Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

BOLETÍN DE COMERCIO INTERNO

GRANDES ALMACENES, SUPERMERCADOS Y TIENDAS ESPECIALIZADAS

Editado por:

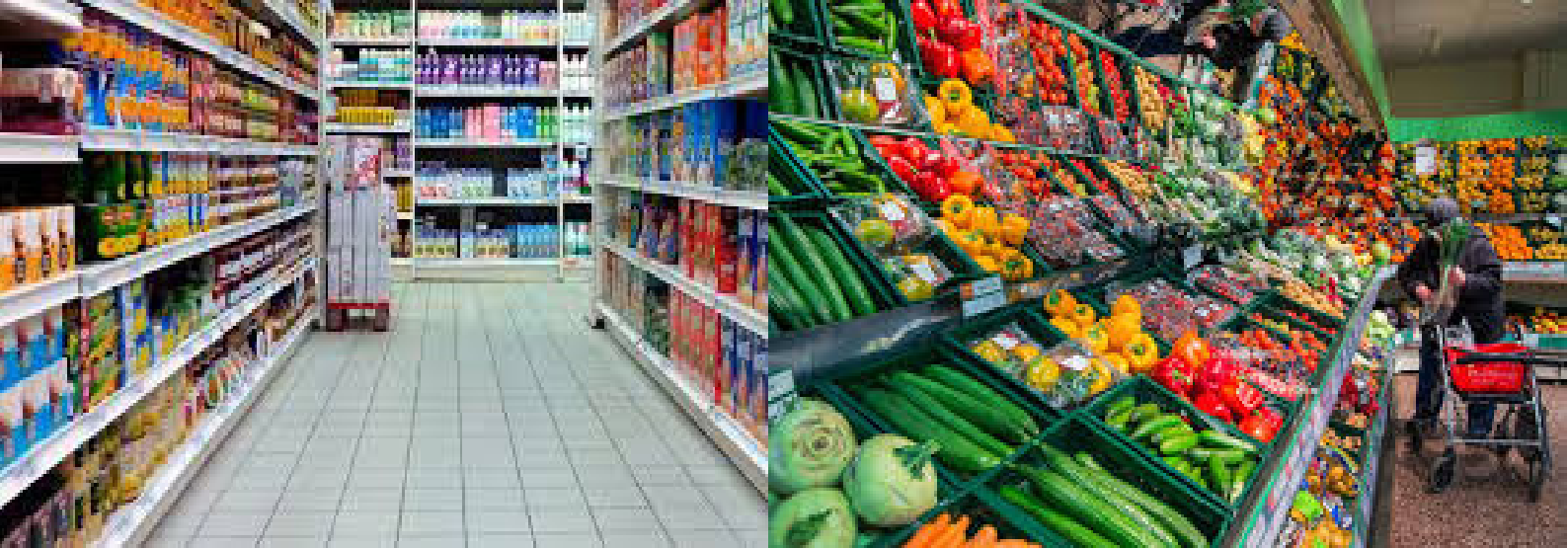
MINISTERIO DE LA PRODUCCIÓN

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

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

1era Edición, Abril 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 | Abril 2024

## Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Introducción	3
Producción total versus sector comercio	4
Desempeño de actividades	5
Dinámica empresarial de las Mipymes del sector comercio 2023	16
Otras variables del sector	19
Número de tiendas	20

# Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Boletín Estadístico – Abril 2024

## Introducción

En abril de 2024, las ventas del sector comercio interno<sup>1</sup> registraron una ligera disminución de 2.6% interanual, como resultado de la caída en las ventas de las actividades que componen este sector, tales como: supermercados e hipermercados (-6.0%), tiendas por departamento (-8.2%) y ferreterías y acabados (-5.2%). Sin embargo, dicho resultado fue atenuado por el comportamiento positivo, registrado por la venta de libros, periódicos y artículos de papelería (+30.9%), equipamiento del hogar (+3.7%) y farmacias y boticas (+6.8%).

En el periodo acumulado enero-abril de 2024, las ventas del comercio interno reportaron un avance de 3.5%, con relación a similar periodo del 2023. Este resultado positivo se debe a la recuperación de la demanda interna. Entre las actividades que más crecieron y se recuperaron se tienen a supermercados e hipermercados (+9.3%), libros, periódicos y artículos de papelería (+16.9%), farmacias y boticas (+6.3%) y equipamiento del hogar (+4.5%).



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

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

CIIU <sup>(a)</sup>	Actividad	Abr-23 <sup>(b)</sup>	Abr-24 <sup>(b)</sup>	Var. (%) Abr (24/23)
	Total	4,095.7	3,987.9	-2.6
4711	Supermercados e hipermercados <sup>2/</sup>	1,874.1	1,762.0	-6.0
4719	Tiendas por departamento <sup>3/</sup>	652.1	598.9	-8.2
4752	Ferreterías y acabados para el hogar	497.8	472.2	-5.2
4759	Equipamiento del hogar	214.4	222.3	3.7
4772	Farmacias y cuidado personal	787.5	841.0	6.8
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	69.9	91.5	30.9

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)

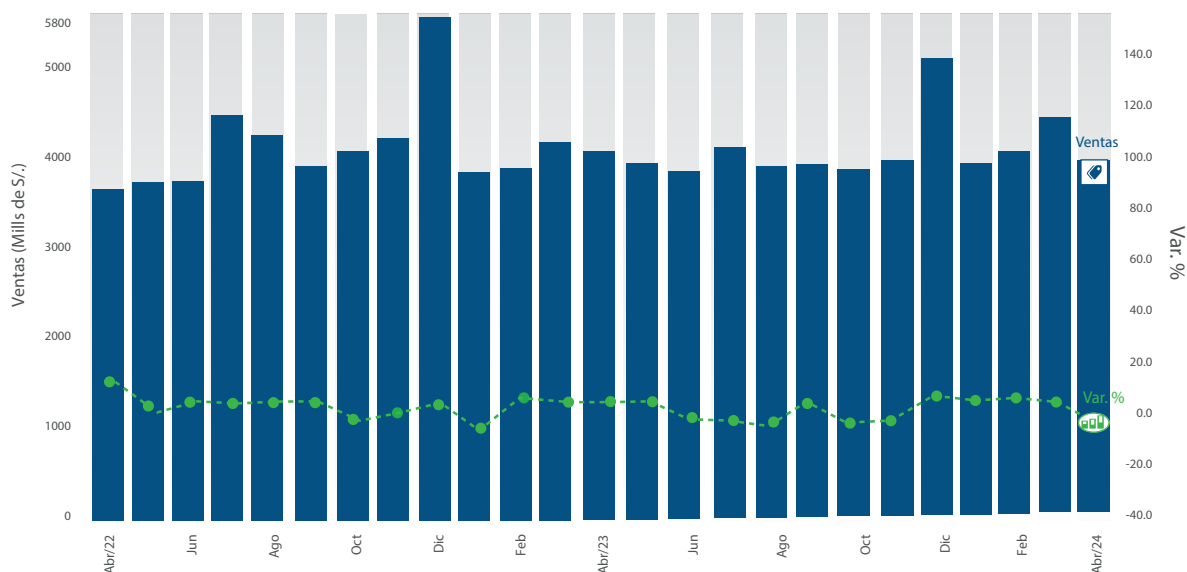
<sup>1</sup> En el presente boletín, las ventas del comercio interno se aproximan como las ventas de los grandes almacenes, supermercados y tiendas especializadas, agregando las actividades de las clases CIIU 4711, 4719, 4752, 4759, 4772 y 4761 de revisión 4.





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

(Abril 2022 - Abril 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

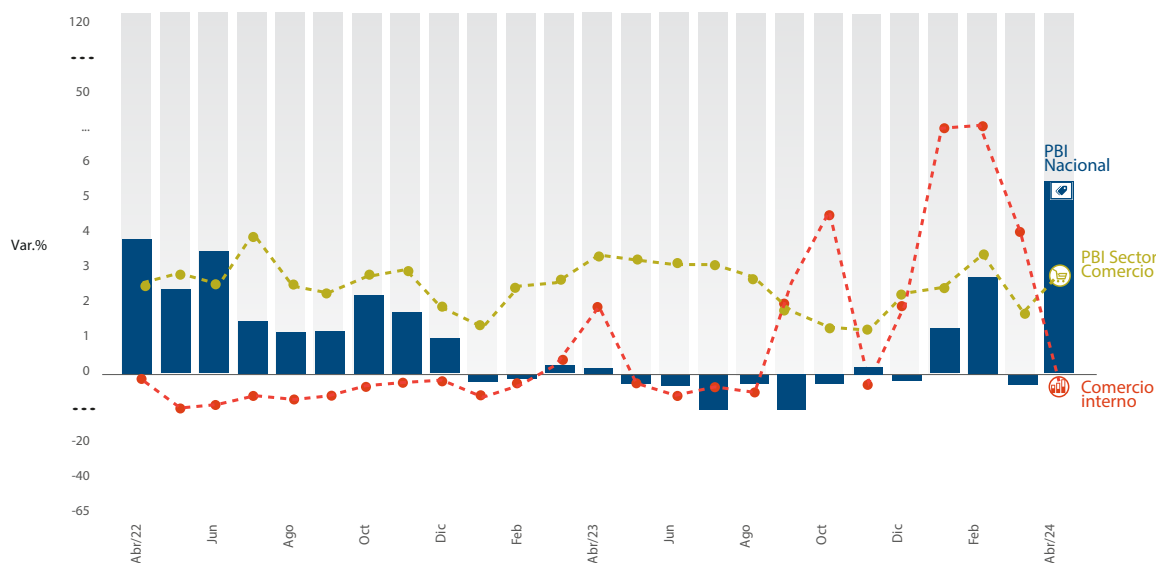
## Producción total nacional versus sector comercio

En abril de 2024, el PBI nacional experimentó un importante crecimiento (+5.3% interanual). Asimismo, el sector comercio registró un incremento interanual de +3.1%, debido a los buenos resultados de los subsectores de comercio mayorista y minorista. En efecto, en este mes ambos subsectores crecieron en 3.1% y 3.0%, respectivamente.



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

(Abril 2022 - Abril 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 abril de 2024, las ventas de la actividad de supermercados e hipermercados registraron una variación interanual negativa de 6.0%. Esta actividad registra un resultado negativo, por la menor demanda de productos básicos y consumo masivo. Entre las principales líneas de productos con disminución en la facturación tenemos a: bebidas y tabaco (-8.0%), prendas de vestir y calzado (-7.6%), farmacéuticos y cosméticos (-6.2%) y alimentos (-4.1%).

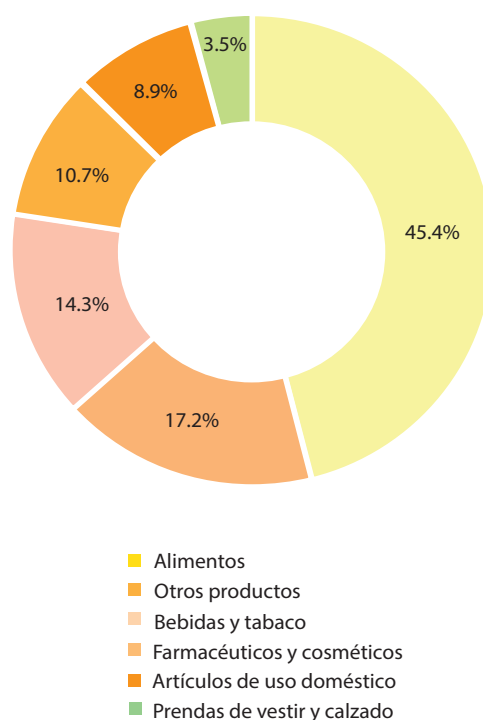
Cabe indicar que, en este mes se mantiene la concentración de las líneas de alimentos, bebidas y tabaco y otros productos, con una participación de 76.9% en el valor de ventas de la actividad de supermercados e hipermercados; mientras que, el restante (23.1%) correspondió a los productos de artículos 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<sup>1/</sup> e hipermercados (Abril 2024)

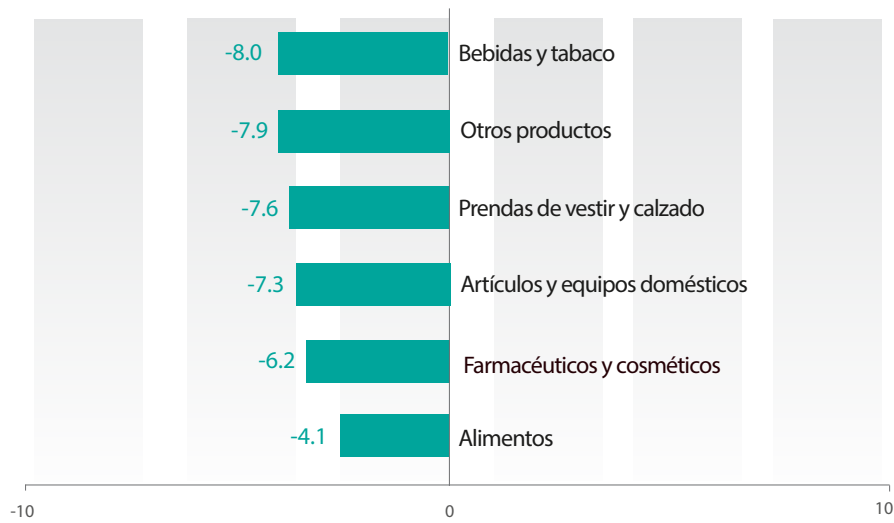


Nota: 1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos.  
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas.  
Elaboración: PRODUCE-Oficina de Estudios Económicos (OEE)



## Ventas por líneas de productos

Supermercados e hipermercados<sup>1/</sup>, Abril 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)

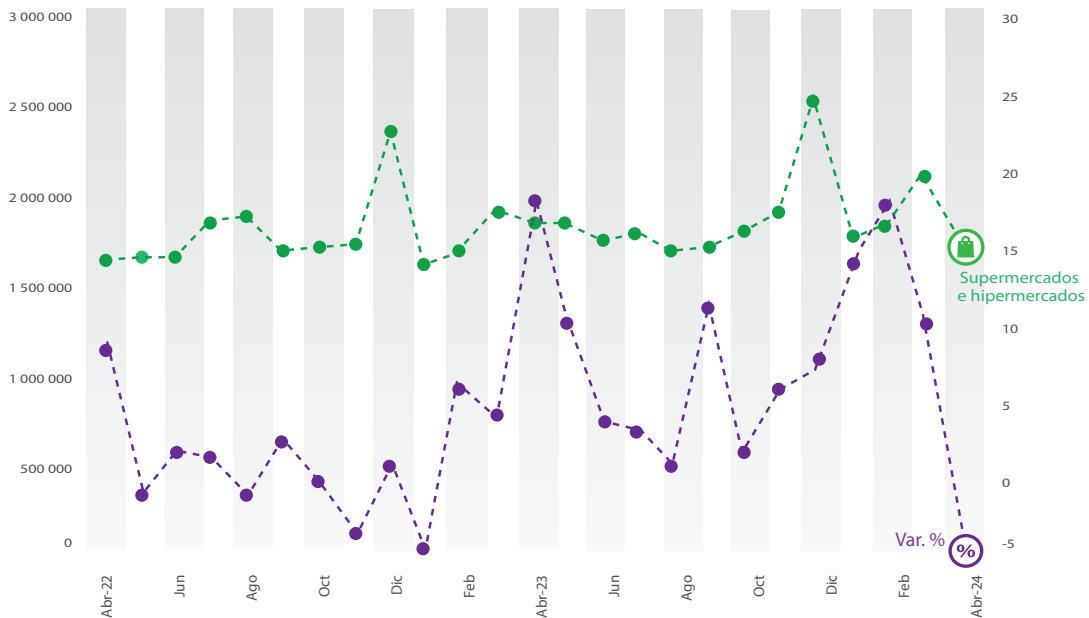


## Evolución y variación porcentual

Ventas internas de supermercados e hipermercados

(Abr 2022 - Abr 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 abril de 2024, las ventas de la actividad de tiendas por departamento registraron una disminución de 8.2% interanual, respecto al mismo mes del año anterior. Dicho resultado estuvo asociado a una reducción en la demanda, que incidió en las menores ventas de las líneas de prendas de vestir y calzado (-6.1%), muebles (-14.1%), artículos de uso doméstico (-11.5%) y productos diversos (-12.0%). En contraste, dicha caída fue atenuada por el incremento en las ventas de productos farmacéuticos y cosméticos (+3.0%).

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 90.8% del valor de ventas de la actividad de tiendas por departamento. Ello debido a las ofertas intensivas para la compra de prendas de vestir, aunque no superaron las ventas registradas en abril de 2023. Mientras que, el restante (9.2%) 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.

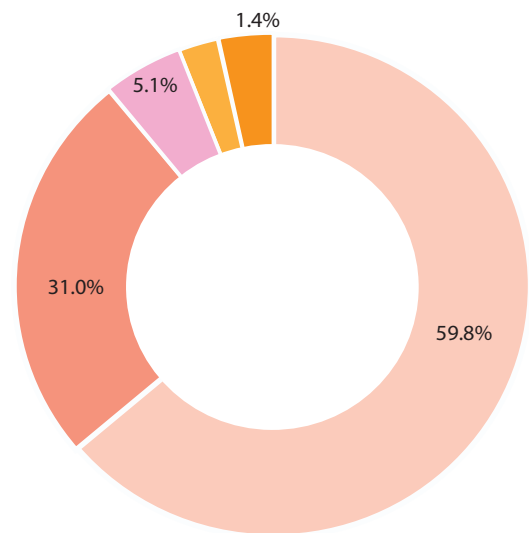
Las ventas de la actividad de tiendas por departamento a partir de abril de 2023 han registrado resultados negativos debido a la disminución de la demanda interna, principalmente, en las líneas de prendas de vestir y calzado, cuidado personal entre otros productos diversos.



### Participación %

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

(Abril 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.

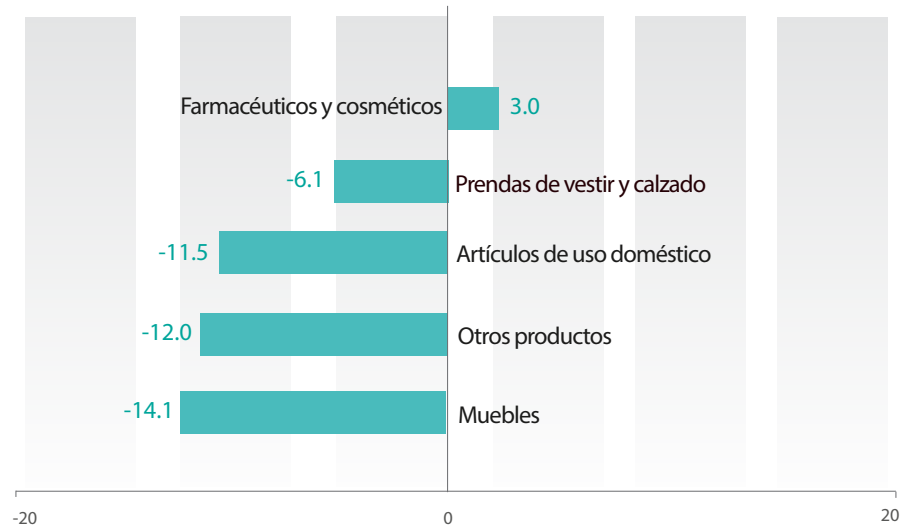
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas.  
Elaboración: PRODUCE-Oficina de Estudios Económicos (OEE)





## Ventas por líneas de productos

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

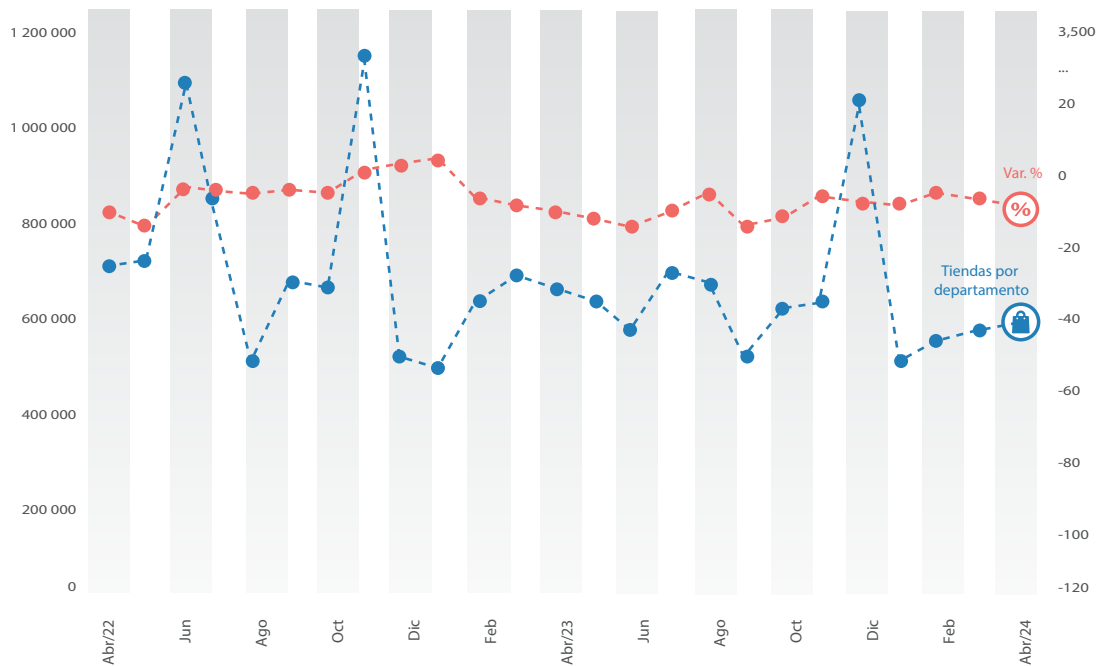


## Evolución y variación porcentual

Ventas internas de tiendas por departamento<sup>1</sup>  
(Abril 2022 - Abril 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 abril de 2024, esta actividad experimentó una disminución de 5.2%, con respecto a similar mes del año 2023. Este resultado se debe a un retroceso en las ventas de productos diversos (-7.2%), artículos de ferretería (-3.1%) y artículos de uso doméstico (-13.9%); influenciado por el bajo nivel de inversiones en la ejecución de obras públicas y privadas, el cual se ve reflejado en el menor desempeño del sector construcción.

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 (89.1%), mientras que, en menor medida, destacó la línea de artículos de uso doméstico y muebles, con una participación del 10.9%.

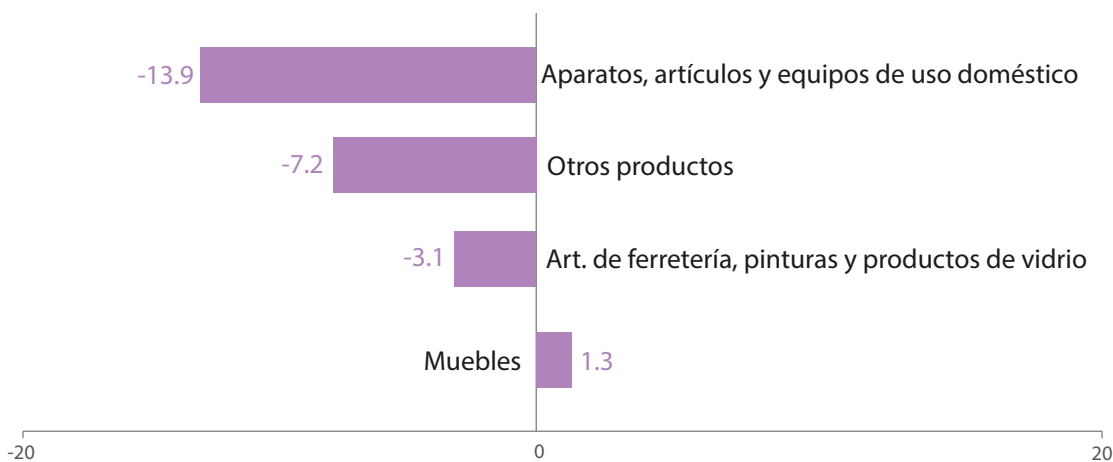
Entre las principales empresas que destacan en esta actividad por su mayor incidencia en las ventas tenemos a: Maestro Homecenter, Promart Homecenter, y Cemento y Acero.

El desempeño de las ventas de la actividad en el periodo de 2023 a abril 2024, se observa que mayormente se mantuvo en terreno negativo; en ello incidió el bajo dinamismo de la actividad del sector construcción (obras sector público y privado); que aún no muestra señales claras de recuperación.



## Venta por líneas de productos

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

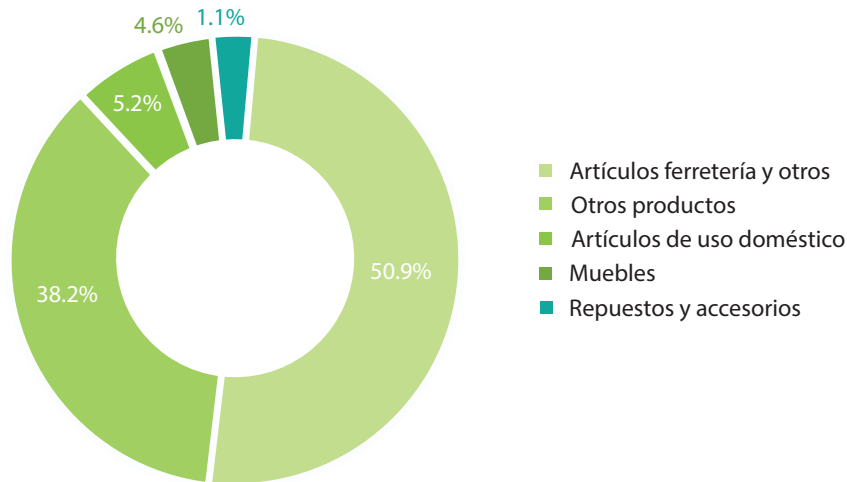


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas  
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



## Participación %

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



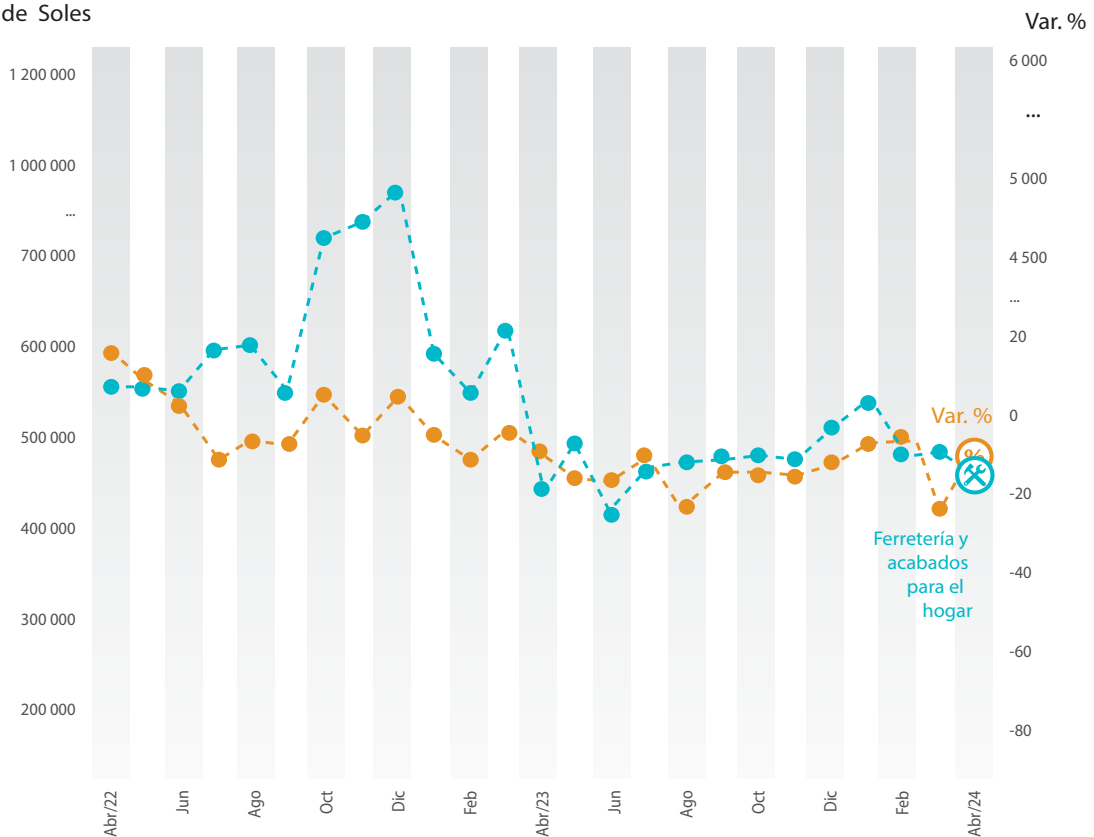
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas  
Elaboración: PRODUCE-Oficina de Estudios Económicos (OEE)



## Evolución y variación porcentual

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

Miles de Soles



## Ventas de productos de equipamiento del hogar

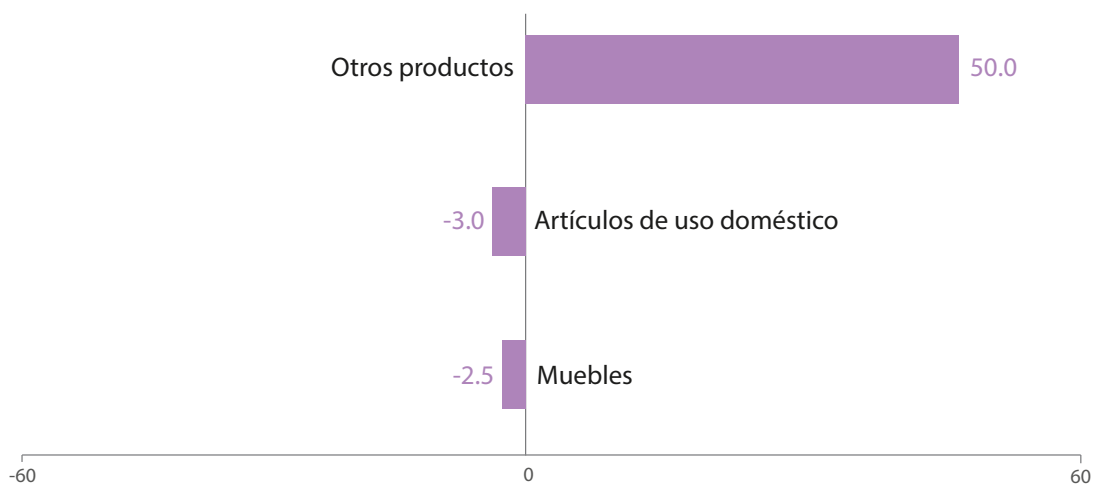
La actividad de equipamiento del hogar, este mes registró un ligero incremento de 3.7%, debido a un aumento en la demanda interna y priorización por productos de consumo masivo. La línea de producto que incidió en el crecimiento fue productos diversos (+50.0%). En contraste, este resultado sería atenuado por una disminución en la venta de artículos de uso doméstico (-3.0%) y muebles (-2.5%).

En abril de 2024, 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.

De acuerdo con el periodo analizado de enero 2023 a abril 2024, el comportamiento de esta actividad muestra resultados mixtos, donde las menores ventas vienen siendo influenciadas por una mayor priorización de los hogares por productos de consumo masivo.

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



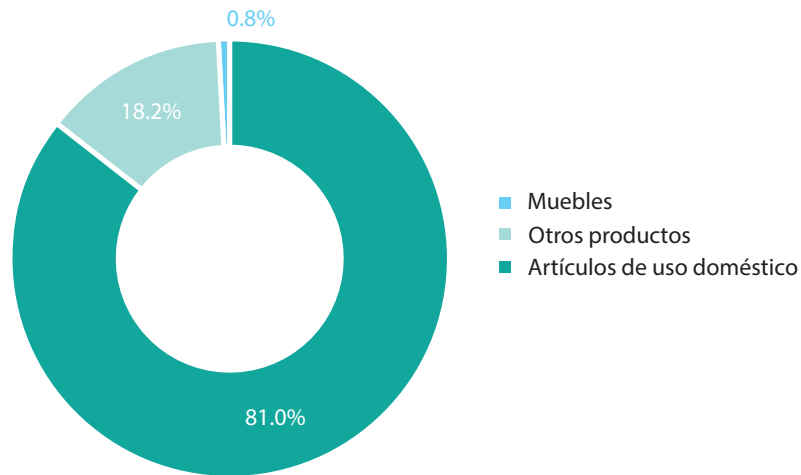
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas  
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)





## Participación %

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

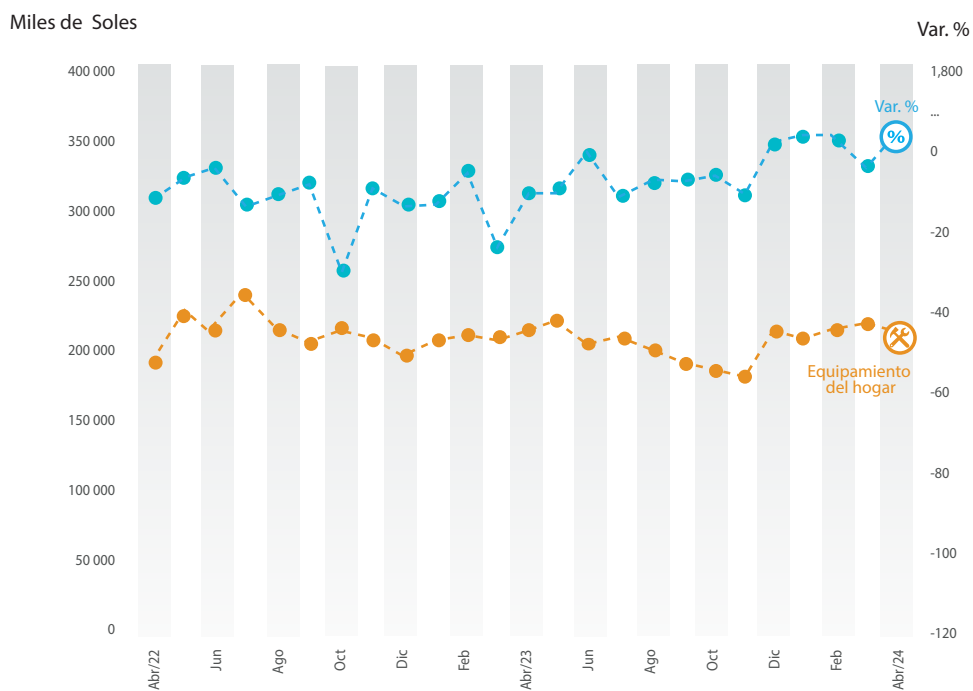


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas  
Elaboración: PRODUCE-Oficina de Estudios Económicos (OEE)



## Evolución y variación porcentual

Ventas internas para el equipamiento del hogar (Abr 2022-Abr 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 +6.8% en abril de 2024. Este resultado estuvo asociado principalmente a un significativo incremento en la demanda de productos farmacéuticos y medicinales (+8.0%) y en menor medida, por los productos de cuidado personal en (+1.5%).

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

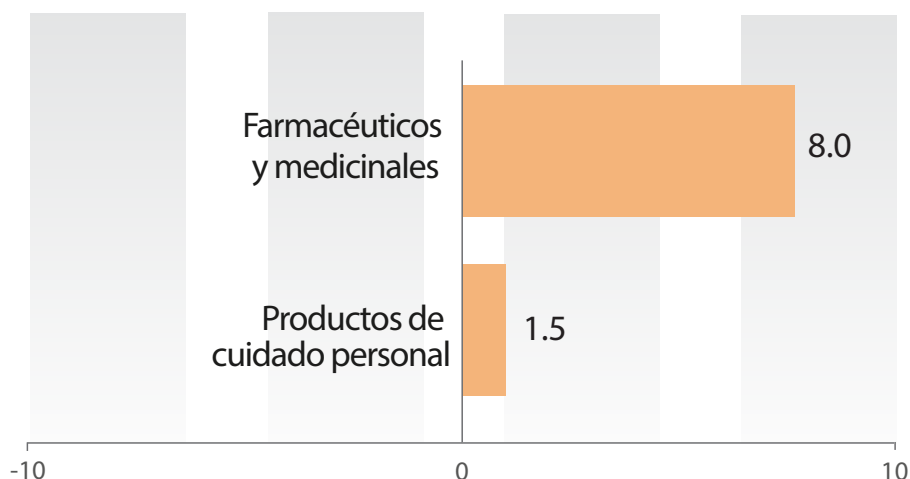
En cuanto a la participación de las líneas de productos de esta actividad, se observa que en abril del 2024 la línea de productos farmacéuticos y medicinales alcanzó el 82.0%, mientras que, los productos cuidado personal representaron el 18.0% sobre las ventas totales.

Entre enero de 2023 y abril de 2024, se observa que las ventas de la actividad de productos farmacéuticos y cuidado personal mantiene una ligera tendencia positiva, principalmente, en el primer trimestre donde da señales de recuperación, luego de la caída registrada el último trimestre del año 2023.



### Ventas por líneas de productos

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

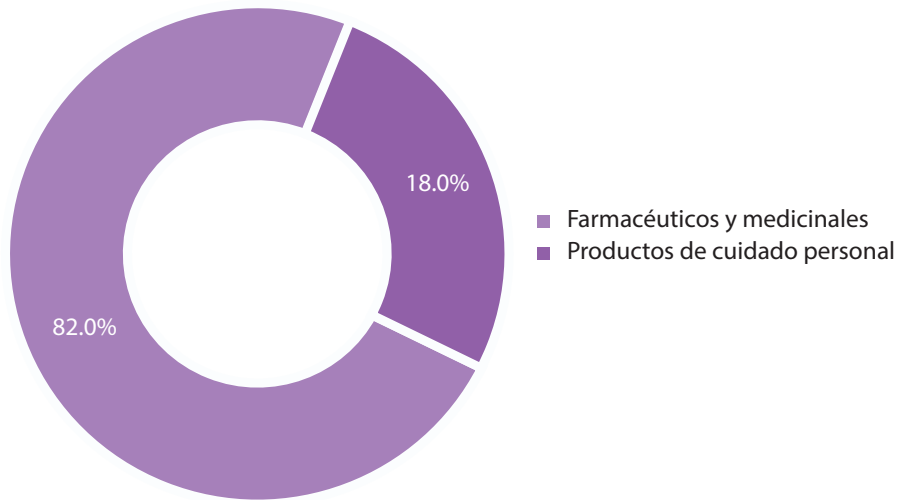


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas  
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



# Participación %

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

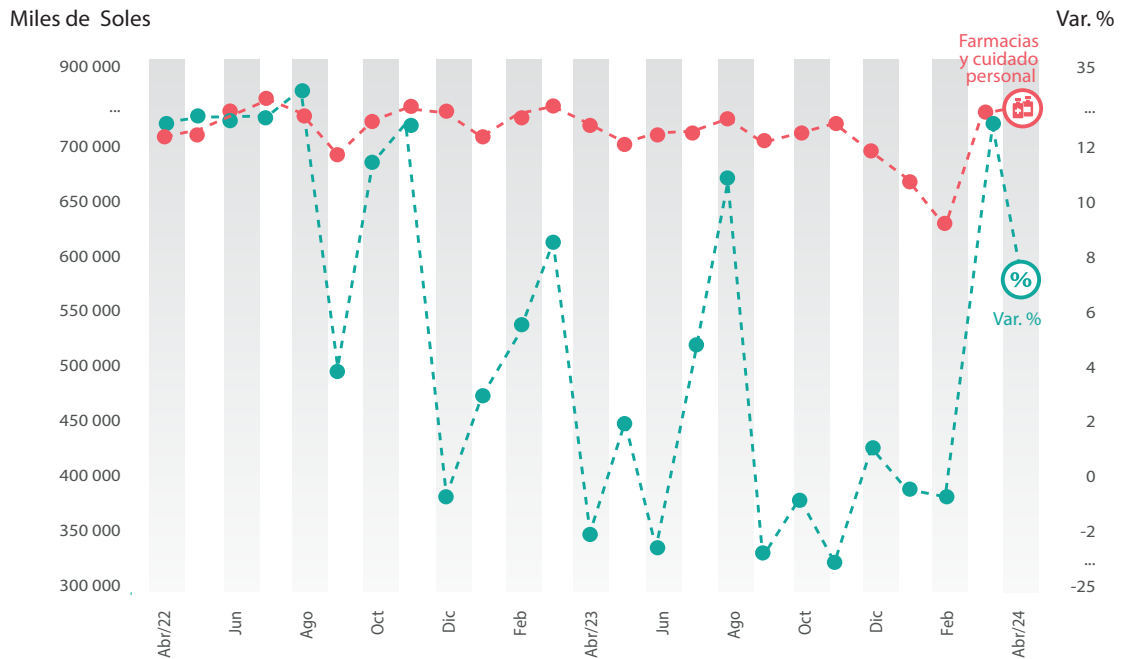


Fuente: Estadísticas de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas  
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



# Evolución y variación porcentual

Ventas internas de farmacias y productos de cuidado personal (Abr 22-Abr 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 experimentaron un importante incremento de 30.9% interanual en abril de 2024. Este resultado fue favorecido por las mayores ventas de productos escolares y eventos como la Feria del Libro. Entre los productos que aumentaron sus ventas tenemos a los libros, cuadernos y diversos útiles escolares, así como, los artículos de oficina y escolares. A nivel de líneas, se aprecia un aumento en las ventas de la línea de librerías (+36.4%).

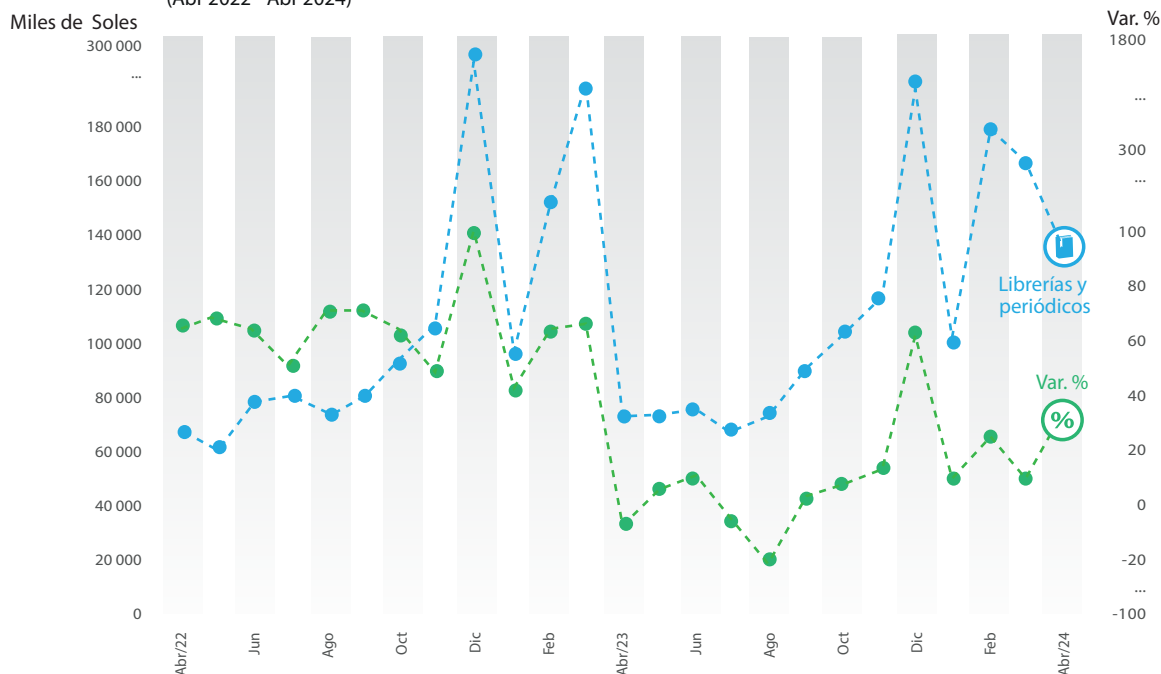
Entre las principales empresas que destacan en las ventas de esta actividad tenemos a: Distribuidora Navarrete, Ibero Librerías, Librerías Crisol y Tai Loy.



### Evolución y variación porcentual

Ventas internas de libros, periódicos y artículos de papelería

(Abr 2022 - Abr 2024)



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



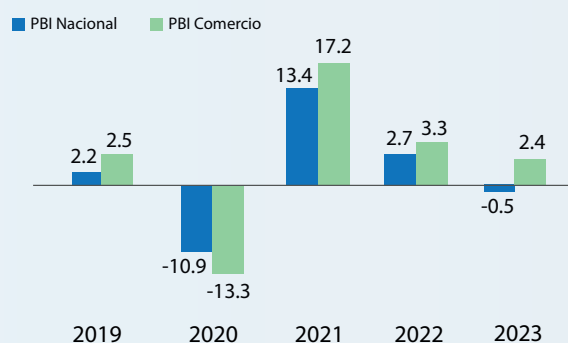
# Dinámica empresarial de las Mipymes del sector comercio 2023

Según las cifras del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), entre 2019 y 2023, el Producto Bruto Interno (PBI) del sector comercio creció a una tasa de 1.9% en promedio anual. Dicho avance está en línea con el crecimiento de la economía nacional (+1.1%), debido a su importante aporte (10.8% de participación promedio en el PBI nacional en 2023).

En 2019, el PBI del sector comercio se mantuvo en positivo (+2.5%); mientras que, en 2020 registró una reducción (-13.3%), debido a la pandemia del Covid-19. Posteriormente, se recupera en 2021, reportando un alto crecimiento (+17.2%) debido a un efecto estadístico. En 2022 y 2023, las tasas de crecimiento fueron leves en 3.3% y 2.4%, respectivamente.

Al cierre de 2023, la caída en la actividad económica nacional (-0.5%) y el menor dinamismo del sector comercio se debió a factores climáticos adversas que afectaron a las actividades productivas en su conjunto, así como por los conflictos sociales, que incidieron en la débil confianza del sector privado en cuanto a las decisiones de inversión. A dichos eventos, se atribuye también la disminución del poder adquisitivo de los hogares, en un contexto de aumento de precio de los alimentos, conllevando así a una menor demanda interna (-1.7%) (BCRP,2024).

Gráfico 1  
Evolución del dinamismo del PBI nacional y del sector comercio\*, 2019-2023 (Var.%)



Nota: (\*) A precios constantes de 2007  
Fuente: INEI  
Elaboración: Produce- Oficina de Estudios Económicos (OEE)

## Dinámica y estructura empresarial

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

En el Perú, la estructura empresarial formal está conformado en un 99.4% por micro, pequeña y medianas empresas (Mipyme<sup>1</sup>) que operaron en el país en 2023. Este segmento está conformado por agentes económicos que dinamizan y contribuyen al desarrollo económico nacional, además, son fuente generadora de empleo.

En 2023, a nivel empresarial se contabiliza un total de 2,294,284 Mipyme formales<sup>2</sup> inscritas en la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT), cifra superior en 2.2% a lo registrado en 2022. Dicho avance fue como resultado del incremento de empresas en los sectores de construcción (+7.8%), pesca (+5.4%), servicios (+3.5%), manufactura (1.5%) y comercio (+1.0%).

<sup>1</sup> Se denomina Mipyme a aquellas empresas con ventas anuales menores o iguales a 2 300 UITs, según Ley N° 30056.2

<sup>2</sup> A fin de obtener el número de empresas formales se siguen cuatro criterios: i) que la empresa haya tenido un RUC vigente en el año bajo análisis, ii) que la empresa perciba rentas de tercera categoría y que haya tenido actividad comercial, iii) que el tipo de contribuyente sea con fin lucrativo y iv) que la actividad económica declarada no corresponda a las categorías de intermediación financiera, administración pública y defensa, hogares privados con servicio doméstico, otras actividades de servicios comunitarios, sociales y personales y organizaciones y órganos extraterritoriales.

A nivel sectorial, en particular, en el sector comercio, el número de Mipyme formales ascendieron a 1,016,218 empresas, y representan el 44.0% del total de empresas formales que operaron en el país durante el 2023. En la actividad comercial, las Mipyme generan alrededor de 3.2 millones de puestos de trabajo (-1.4% menos en relación a 2022), significando ello una participación del 18.3% de la Población Económica Activa ocupada a nivel nacional.

Uno de los enfoques que se utilizan para analizar la dinámica empresarial por tamaño y sector es considerar la matriz de transición<sup>3</sup>. En este caso particular, dicha matriz mide la migración de empresas Mipyme de un estrato a otro o de un sector económico a otro en un periodo determinado, ello debido al comportamiento de la actividad productiva que motiva a las empresas a cambiar de giro.

El análisis de la transición por tamaño empresarial efectuado en los últimos 5 años (período 2019 a 2023) para el sector comercio, se encontró que, del total de microempresas nacidas en el 2019, el 92.2% (30,986) de las empresas se mantienen en el mismo tamaño empresarial a 2022, y solo el 7.3% (2,464) pasaron a ser pequeñas, el 0.2% (65) a medianas y el 0.3% (99) a gran empresa. Estos resultados evidencian que las Mipyme aún presentan debilidades y fragilidades, por ejemplo, continúan fuera de los mercados más dinámicos, aportan poco a las exportaciones, y participan marginalmente en relaciones productivas con grandes empresas. Muy pocas veces se integran en asociaciones para generar economías de escala y bienes colectivos, no aceleran su innovación y operan con tecnología obsoleta o poco productiva (CEPAL,2020).

Por otro lado, las pequeñas empresas nacidas en 2019, el 4.0% (33) pasaron a ser medianas en el 2023, el 8.5% (70) migraron al estrato grande; mientras que, el 38.7% (320) descendieron al estrato microempresa. En el caso de las empresas registradas como medianas en el 2019, el 70.0% (7) empresas migraron a un estrato superior; mientras que, también se registra un 20.0% (2) pasaron al estrato pequeña empresa y el 10.0% (1) se convirtieron en microempresas, tal como se muestra en el siguiente cuadro.

**Cuadro 1**  
**Matriz de transición de empresas del sector comercio nacidas en 2019**  
**según tamaño empresarial, (2019-2023) (En porcentaje)**

En 2021 En 2011	Microempresa	Pequeña	Mediana	Gran empresa	Total
<b>Microempresa</b>	92.2	7.3	0.2	0.3	100
<b>Pequeña</b>	38.7	48.8	4.0	8.5	100
<b>Mediana</b>	10	20	0.0	70.0	100
<b>Gran empresa</b>	40	4	0.0	56.0	100

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

Fuente: Sunat, Registro Único del Contribuyente 2013-2022

Elaboración: PRODUCE-OEE

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

En el siguiente cuadro se puede observar que la transición de las empresas Mipyme de un sector a otro es baja, donde más del 60% de las empresas se mantuvieron en el mismo sector entre 2019 y 2023. No obstante, una característica importante a resaltar fue la migración de empresas Mipyme de los sectores agropecuario, pesca, minería, manufactura y construcción al sector de comercio y servicios, explicado por la coyuntura adversa en el contexto de la pandemia del Covid-19, factores climáticos adversos que ocasionaron el alza de precios de la canasta básica en el Perú en 2022, afectando el poder adquisitivo de las familias.

En este contexto se aprecia que, un 6.9% de Mipyme del sector agropecuario migraron al sector comercio, lo mismo ocurrió con las empresas Mipyme del sector pesca (4.9%), minería (11.0%), manufactura (6.9%), construcción (4.6%) y servicios (5.4%), tal como se aprecia en el siguiente cuadro.

**Cuadro 2**  
**Matriz de transición de empresas Mipyme nacidas en 2019 por sector económico,**  
**(2019-2023) (En porcentaje)**

<b>En 2023 En 2019</b>	<b>Agropecuario</b>	<b>Pesca</b>	<b>Minería</b>	<b>Manufactura</b>	<b>Construcción</b>	<b>Comercio</b>	<b>Servicios</b>	<b>Total</b>
<b>Agropecuario</b>	85.7	0.1	0.0	1.0	0.7	6.9	5.7	100.0
<b>Pesca</b>	0.0	86.1	0.0	0.4	0.0	4.9	8.5	100.0
<b>Minería</b>	0.4	0.0	77.9	0.9	0.6	11.0	9.1	100.0
<b>Manufactura</b>	0.2	0.0	0.1	88.2	0.6	6.9	4.0	100.0
<b>Construcción</b>	0.2	0.0	0.1	1.5	86.7	4.6	6.8	100.0
<b>Comercio</b>	0.2	0.1	0.2	1.6	0.6	92.0	5.5	100.0
<b>Servicios</b>	0.1	0.0	0.1	1.1	0.8	5.4	92.4	100.0

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

Fuente: Sunat, Registro Único del Contribuyente 2019-2023

Elaboración: PRODUCE-OEE

## Otras variables del sector

### Personal Ocupado

En abril de 2024, el personal ocupado del sector de comercio interno disminuyó en 3.7% interanual. Ello debido a la reducción en las contrataciones de personal en las actividades como: supermercados e hipermercados (-4.2%), tiendas por departamento (-5.3%), ferreterías y acabados del hogar (-5.4%), equipamiento del hogar (-7.1%) y libros, periódicos y artículos de papelería (-14.6%). En contraste, se aprecia un aumento del personal ocupado en las tiendas de farmacias y boticas (+1.7%).

Por tipo de empleo, disminuyeron las contrataciones del personal eventual en (-8.3% interanual), como también del personal permanente (-2.1%).

Según el tipo de género, el sector de comercio interno registró una disminución en la contratación del personal masculino (-2.4%) y en el sexo femenino (-4.7%).



## Personal ocupado

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

Actividad		Permanentes	Eventuales	Varones	Mujeres	Total	Var.%
Var <sup>1/</sup> . (%) Abr 24/ Abr 23		-2.1	-8.3	-2.4	-4.7		
CIU <sup>a/</sup>	Total	83,396	26,976	47,795	62,577	110,372	-3.7
4711	Supermercados e Hipermercados	38,886	9,713	23,739	24,860	48,599	-4.2
4719	Tiendas por departamento <sup>2/</sup>	12,456	4,743	7,357	9,842	17,199	-5.3
4752	Ferreterías y acabados del hogar	14,806	158	8,733	6,231	14,964	-5.4
4759	Equipamiento del hogar	3,496	1,465	2,947	2,014	4,961	-7.1
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	1,230	473	1,086	617	1,703	-14.6
4772	Boticas y Farmacias	12,522	10,424	3,933	19,013	22,946	1.7

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 abril de 2024 ascendió a 5,757 establecimientos, cifra mayor en 533 locales, en comparación al total registrado en abril del 2023. La principal actividad que incidió en dicho aumento fueron los supermercados e hipermercados (+423 locales más), y en menor medida, incidieron la actividad de farmacias y de cuidado personal (93 locales más), ferreterías y acabados del hogar (5 locales más), tiendas por departamento (15 locales más) y libros periódicos y artículos de papelería (2 locales más).



## Número de tiendas Según grupo y clase CIU (Abril 2024)

CIU <sup>a/</sup>	Actividad	Abr- 23	Abr- 24	Var.(%) Abr 24/23
4711	Tiendas supermercados e hipermercados	1,789	2,212	23.6
4719	Tiendas por departamento <sup>1/</sup>	186	201	8.1
4752	Ferreterías y acabados del hogar	148	153	3.4
4759	Equipamiento del hogar	304	299	-1.6
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	152	154	1.3
4772	Farmacias y cuidado personal	2,645	2,738	3.5

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