



PERÚ

Ministerio  
de la Producción

Oficina de Estudios Económicos

Junio 2022

**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, Junio 2022

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 | Junio 2022

## Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Introducción	3
Producción total versus sector comercio	4
Desempeño de actividades	5
Caracterización del gasto en alimentos y bebidas de los hogares en bodegas	16
Otras variables del sector	19
Número de tiendas	20

# Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Boletín Estadístico – Junio 2022

## Introducción

En junio de 2022, las ventas del sector comercio interno<sup>1</sup> aumentaron en 1.2% interanual, como resultado del desempeño positivo de las actividades de supermercados e hipermercados (+2.2%), ferreterías y acabados (+4.7%), farmacias y boticas (+15.9%) y de la actividad de libros, periódicos y artículos de papelería (+21.0%). Sin embargo, el aumento de las ventas del subsector fue atenuado por la reducción en las ventas de tiendas por departamento (-14.0%) y equipamiento del hogar (-2.8%).

El resultado positivo que durante dieciséis meses viene alcanzando el sector de comercio interno, es alentado por el continuo dinamismo de la demanda de los hogares y por la mejora en las operaciones en las tiendas retail. Así también, por la implementación de nuevas modalidades de ventas, como el uso de canales online, ofertas por delivery, entre otras.



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

Según grupo y clase CIU, Junio 2021 - Junio 2022  
(Millones de soles a precios corrientes)

CIU <sup>(a)</sup>	Actividad	Jun-21 <sup>(b)</sup>	Jun-22 <sup>(b)</sup>	Var. (%) Jun (22/21)
	Total	3,814.2	3,860.1	1.2
4711	Supermercados e hipermercados <sup>2/</sup>	1,618.4	1,653.5	2.2
4719	Tiendas por departamento <sup>3/</sup>	803.2	690.8	-14.0
4752	Ferreterías y acabados para el hogar	531.8	556.8	4.7
4759	Equipamiento del hogar	217.6	211.5	-2.8
4772	Farmacias y cuidado personal	600.9	696.5	15.9
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	42.1	51.0	21.0

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.

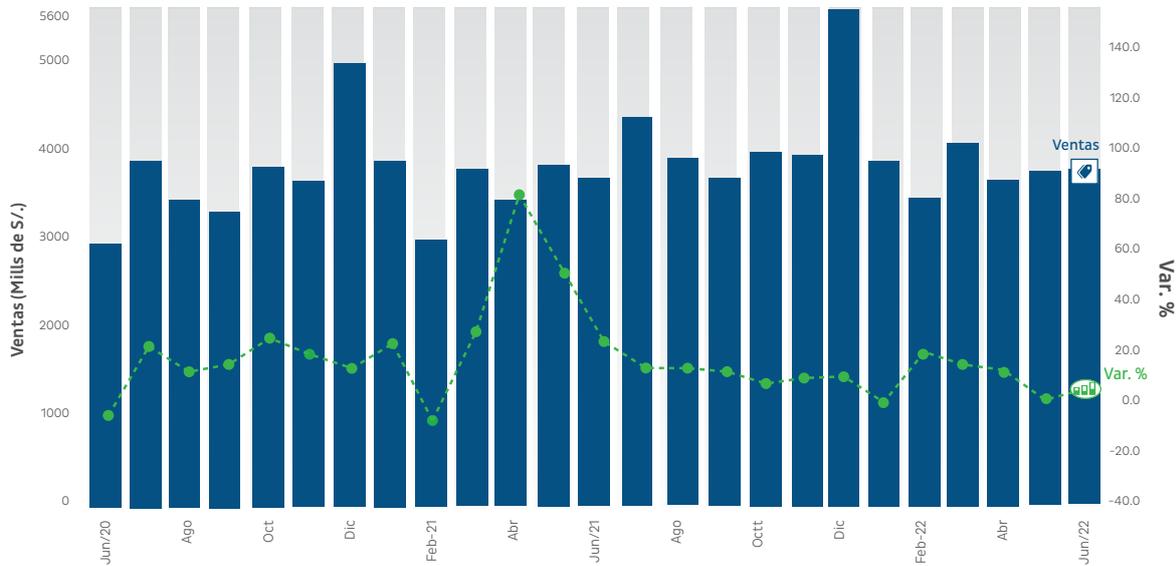
Fuente: Estadística mensual de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas  
Elaboración: PRODUCE-Oficina de Estudios Económicos (OEE)

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



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

(Junio 2020 - Junio 2022)



<sup>1/</sup> 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

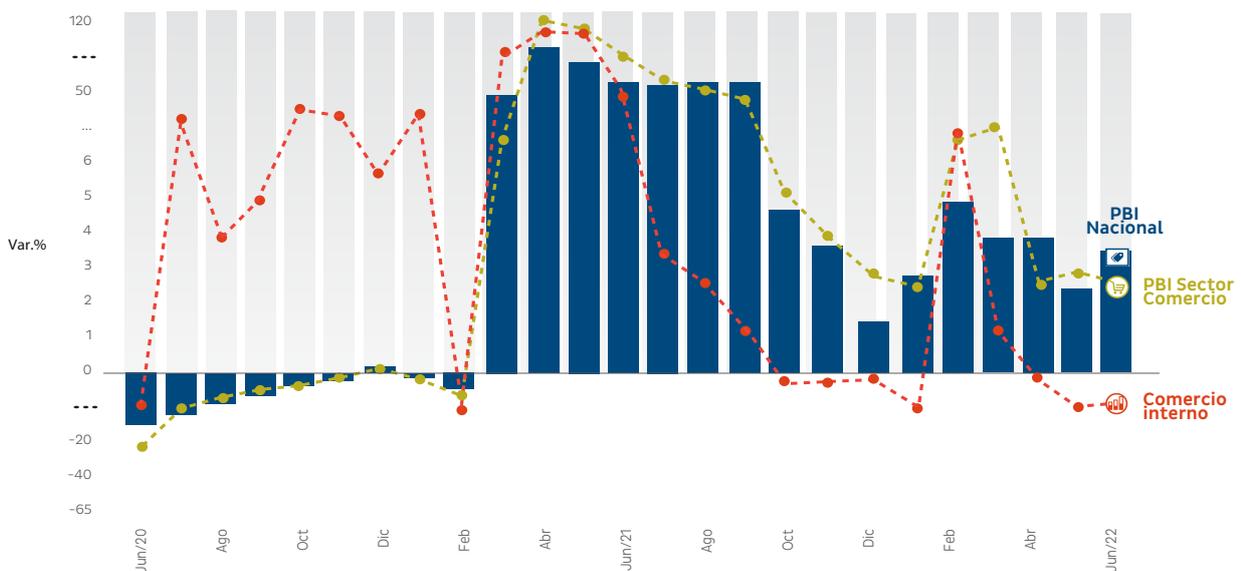
## Producción total nacional versus sector comercio

En junio de 2022, el PBI nacional mantiene un desempeño positivo (+3.4% interanual). En esa misma línea, el sector comercio registró un incremento interanual de 2.5%, debido a los buenos resultados de los subsectores de comercio mayorista y minorista. En efecto, en este mes dichos subsectores registraron un incremento de 2.7% y 0.9% interanual, respectivamente.



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

(Junio 2021 - Junio 2022)



Nota: <sup>1/</sup> El índice de ventas de comercio interno corresponden a las ventas de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas.  
<sup>2/</sup> 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 tiendas de supermercados e hipermercados

En junio de 2022, las ventas de la actividad de supermercados e hipermercados aumentaron en 2.2% interanual, debido al aumento en la demanda por parte de las familias de productos esenciales de la canasta básica. Entre las principales líneas de productos con incrementos en la facturación se tienen a: alimentos (+2.7%), bebidas y tabaco (15.6%), productos diversos (+3.8%), prendas de vestir y calzado (+0.2%) y farmacéuticos y cosméticos (3.4%).

En este mes las líneas de alimentos, artículos de uso doméstico, otros productos, y bebidas y tabaco, concentraron en su conjunto el 84.7% del valor de ventas de la actividad de supermercados e hipermercados; mientras que, el restante 15.3% correspondió a productos como, prendas de vestir y calzado, y productos farmacéuticos y cosméticos.

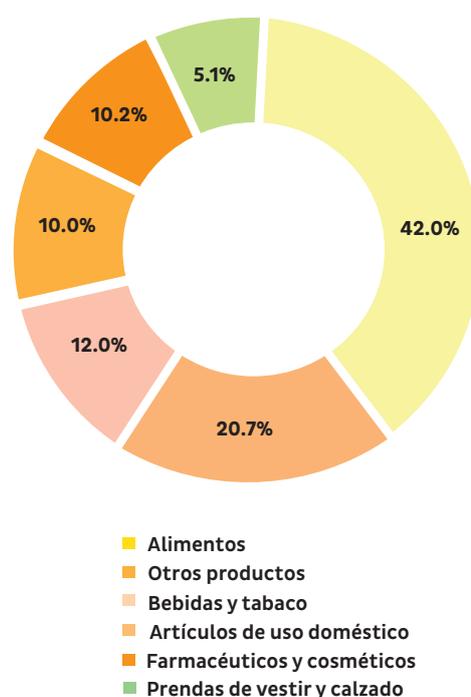
Entre las principales empresas que destacan en esta actividad según sus niveles de ventas tenemos a: Supermercados Peruanos, Cencosud Retail Perú, Hipermercados Tottus y Makro Supermayorista.

En junio de 2022, la actividad de supermercados e hipermercados mantiene una tendencia positiva, favorecido por la continua demanda de productos de primera necesidad y de vestir. Ello, a pesar de los efectos adversos del contexto de la economía internacional.



### Participación %

**Líneas de productos en tiendas de supermercados<sup>1/</sup> e hipermercados**  
(Junio 2022)



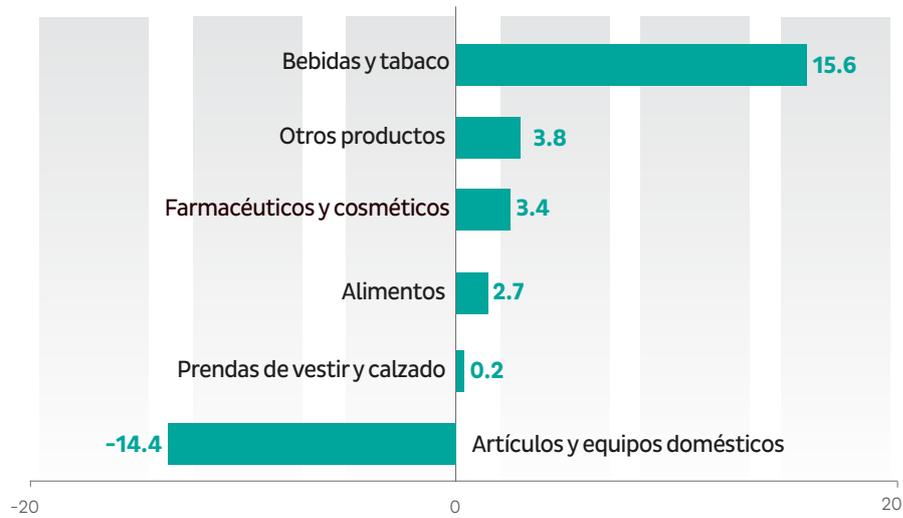
Nota: 1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos.

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>, Junio 2022 (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 (Junio 2020 - Junio 2022)

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 junio de 2022, las ventas de la actividad de tiendas por departamento disminuyeron en 14.0% con respecto al mismo mes del año anterior. Dicho resultado estuvo asociado a las menores ventas de la línea de prendas de vestir y calzados (-16.4%), artículos de uso doméstico (-12.1%) y muebles (-9.1%). Asimismo, por la priorización del consumidor en productos de salud y bienes de canasta básica, dado un contexto externo desfavorable como el conflicto armado entre Rusia y Ucrania, el cual ha afectado el servicio logístico a nivel internacional.

En este mes las líneas de artículos de uso doméstico, prendas de vestir y calzados, concentraron en su conjunto el 92.2% del valor de ventas de la actividad de tiendas por departamento, debido a las ofertas intensivas en prendas de vestir; mientras que, el restante 7.8%, correspondió a muebles, otros productos y farmacéuticos.

Entre las principales empresas que destacan en esta actividad según sus niveles de ventas figuran: Saga Falabella, Tiendas Ripley, Oeschle.

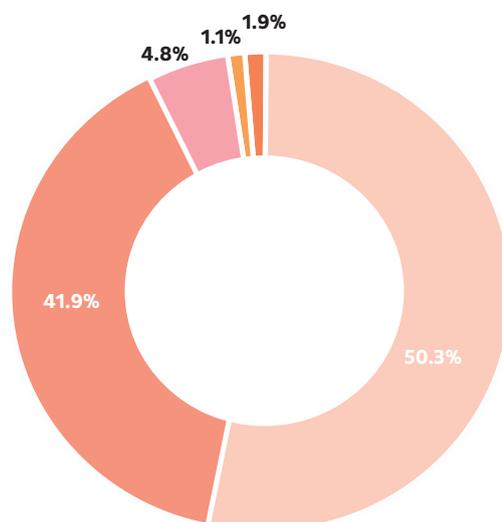
En el gráfico relacionado a la evolución de las ventas de la actividad de tiendas por departamento, se observa que desde abril de 2021, una tendencia decreciente, debido a la coyuntura adversa, tanto a nivel interno como externo.



### Participación %

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

(Junio 2022)



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

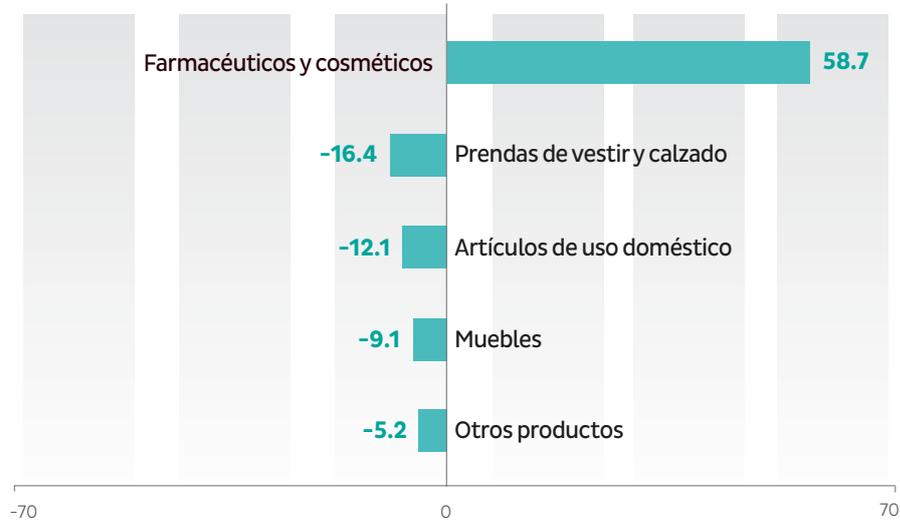
Nota: 1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos.

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>, Junio 2022 (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)



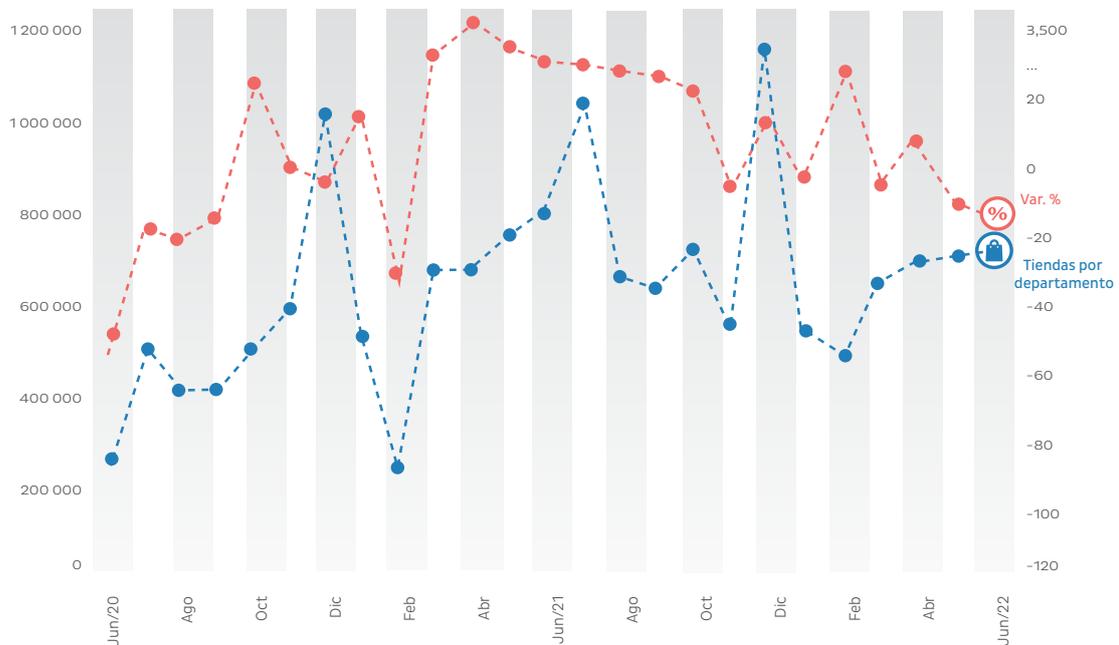
## Evolución y variación porcentual

Ventas internas de tiendas por departamento<sup>1</sup>

(Junio 2020 - Junio 2022)

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 junio del 2022, las ventas de productos de la actividad de ferreterías y acabados para el hogar se incrementaron en 4.7%, con respecto a similar mes del año 2021. Este resultado responde al avance del sector construcción en obras públicas y privadas, registrándose dicho aumento en las líneas de artículos de ferretería (+11.2%) y artículos de uso doméstico (+6.2%); no obstante, fue atenuada por la disminución en las ventas de los productos diversos (-0.6%) y muebles (-11.8%).

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 la actividad (89.3%), mientras que, en menor medida destacaron la línea de artículos de uso doméstico, muebles y repuestos y accesorios, con el 10.7% de participación.

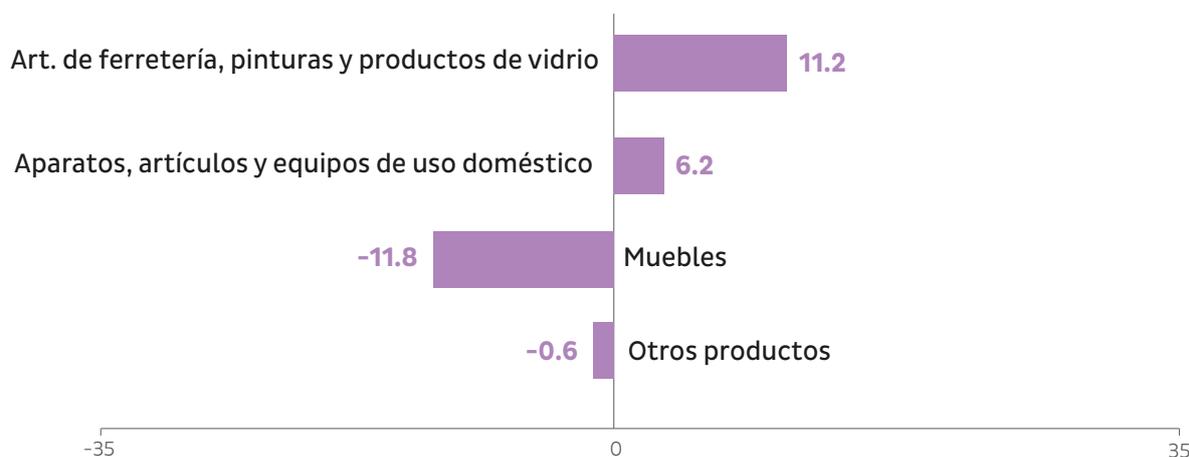
Entre las principales empresas que destacan en esta actividad figuran: Maestro Homecenter, Promart Homecenter y Cemento y Acero.

En el periodo de enero 2021 a junio 2022, el desempeño de las ventas de la actividad se mantuvo en terreno positivo, favorecido principalmente por el dinamismo de la actividad del sector construcción (obras de remodelación y nuevas construcciones).



## Venta por líneas de productos

Ferreterías y acabados para el hogar, Junio 2022 (Var.%)

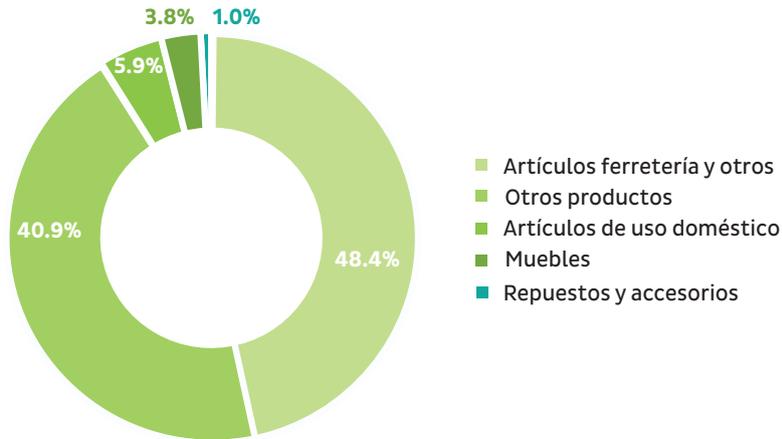


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas  
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



## Participación %

Líneas de productos de ferreterías y acabados para el hogar  
(Junio 2022)

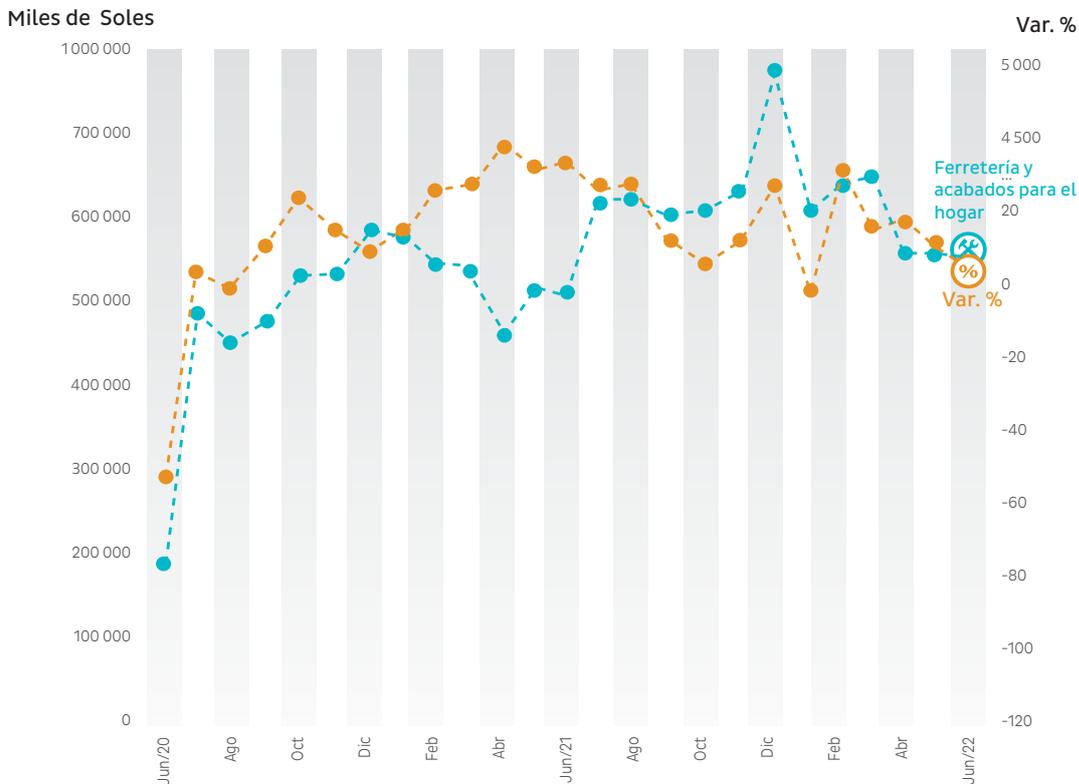


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas  
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



## Evolución y variación porcentual

Ventas internas de ferreterías y acabados para el hogar (Jun 2020 - Jun 2022)



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, en junio de 2022, registró una disminución interanual de 2.8%. Este resultado se explica por la incertidumbre de la situación política del país y el aumento de precios internacionales, conllevando a una reducción en las ventas de artículos domésticos (productos tecnológicos) en 6.8% y muebles (-12.6%). Sin embargo, esta caída fue atenuada por el crecimiento en las ventas de la línea de productos diversos (+27.6%).

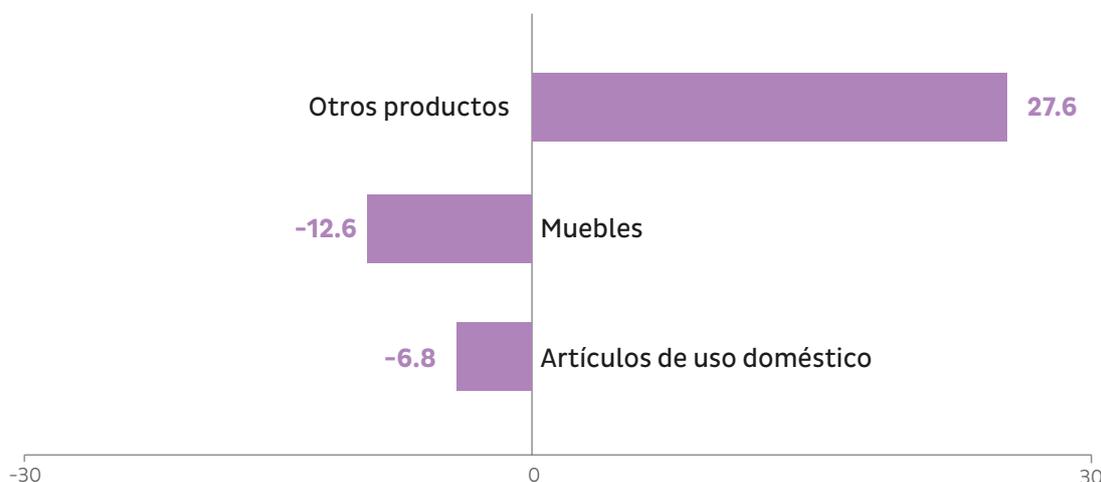
En el mes en referencia, la línea de productos diversos y artículos de uso doméstico fue la que tuvo una mayor participación en las ventas (99.2%); mientras que, la línea de muebles registró un aporte de 0.8%.

Entre las principales empresas más destacadas en esta actividad figuran: Conecta Retail (Efe/Curacao), Importaciones Hiraoka y Elektra del Perú.

El desempeño de las ventas de esta actividad en el periodo enero de 2021 a junio de 2022, muestra resultados mixtos, donde la demanda de los hogares es el factor principal del dinamismo de las ventas. Asimismo, otros factores que impulsan dicho dinamismo son: la recuperación de las actividades económicas, la apertura total de los centros comerciales y la eliminación de restricciones sanitarias.

## Venta por líneas de productos

### Equipamiento del hogar, Junio 2022 (Var.%)

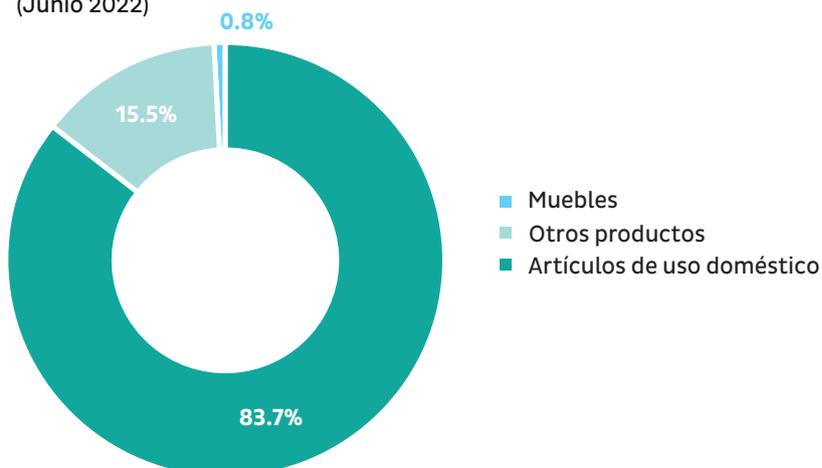


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas  
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



## Participación %

Líneas de productos para el equipamiento del hogar  
(Junio 2022)



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

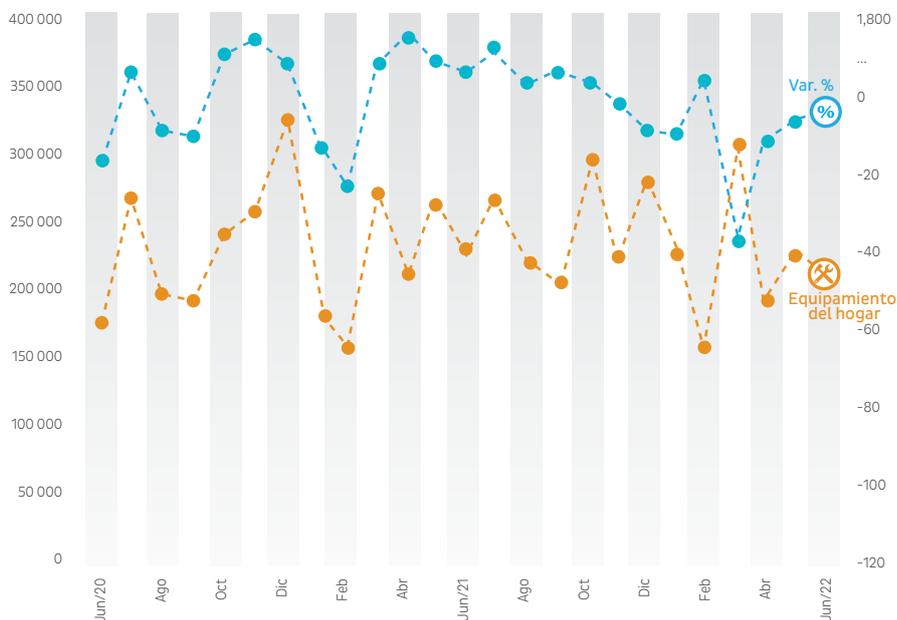


## Evolución y variación porcentual

Ventas internas para el equipamiento del hogar (Jun 2020-Jun 2022)

Miles de Soles

Var. %



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

## Ventas de productos farmacéuticos y de cuidado personal

Las ventas de productos farmacéuticos y de cuidado personal registraron un incremento interanual de 15.9% en junio de 2022. Dicho incremento estuvo asociado al mayor expendio de productos farmacéuticos y medicinales (+17.7%), así como el aumento en las ventas de productos de cuidado personal en +8.6, principalmente en las ventas online.

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

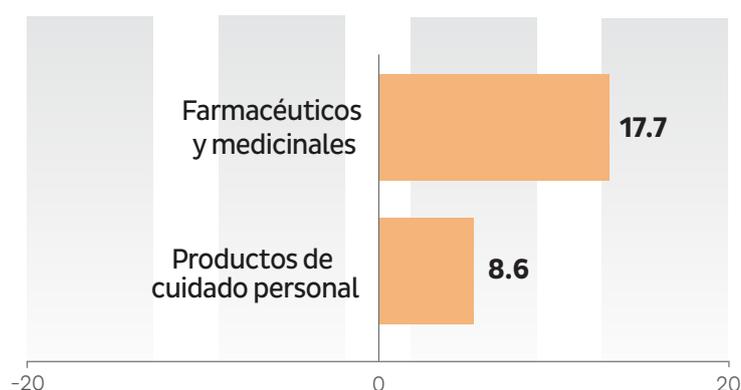
En cuanto a la participación de las líneas de productos de esta actividad, la línea de productos farmacéuticos y medicinales alcanza una participación de 81.5% en las ventas totales, la misma que fue favorecida por el impulso de la venta online y nuevos canales de distribución. En tanto, el restante (18.5%), correspondió a la línea de productos de cuidado personal.

Entre enero de 2021 y junio de 2022, el nivel de ventas de la actividad de productos farmacéuticos y cuidado personal mantiene una ligera tendencia creciente. En efecto, dicha tendencia está relacionada a las estrategias multiformato y multicategoría en las principales cadenas de farmacias (MiFarma e Inkafarma) que impulsaron las ventas de los productos de cuidado personal, alimentos para bebés, entre otros.



### Ventas por líneas de productos

Farmacéuticos y de cuidado personal, Junio 2022 (Var.%)

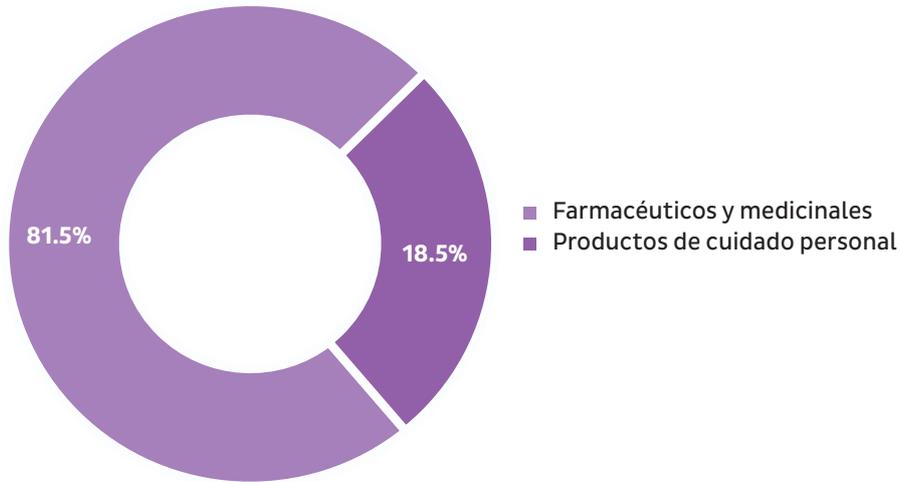


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas  
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



# Participación %

## Líneas de productos farmacéuticos y de cuidado personal (Junio 2022)



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

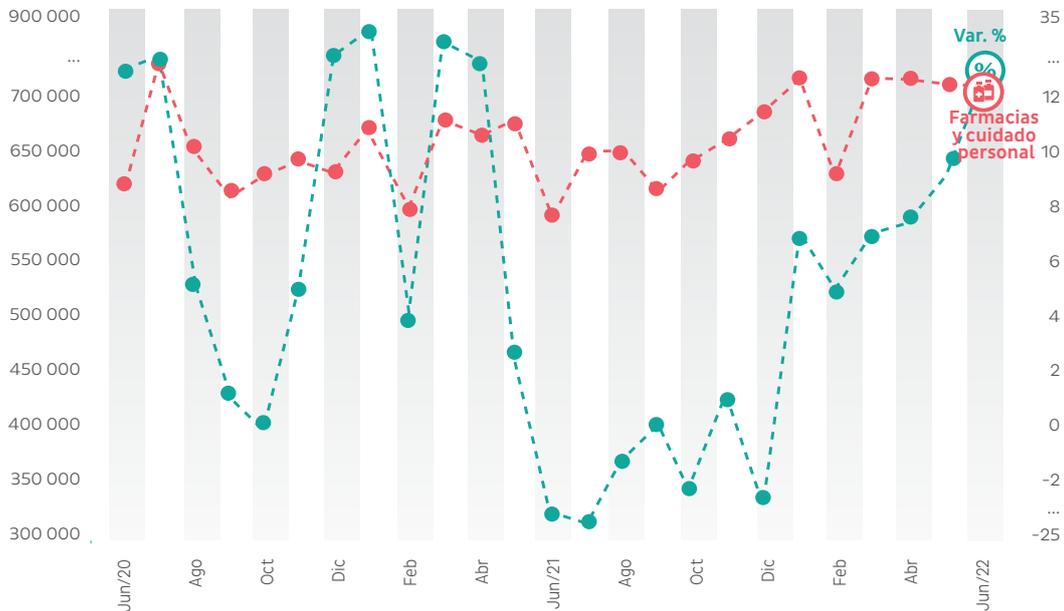


# Evolución y variación porcentual

## Ventas internas de farmacias y productos de cuidado personal (Jun 20–Jun 22)

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 junio de 2022, las ventas de la actividad de libros, periódicos y artículos de papelería se incrementaron en 21.0% interanual. Este resultado se explica por la continuidad en las actividades escolares tanto presenciales y mixtas (asistencia interdiaria), luego que estas estuvieron suspendidas por la emergencia sanitaria, por el Covid-19.

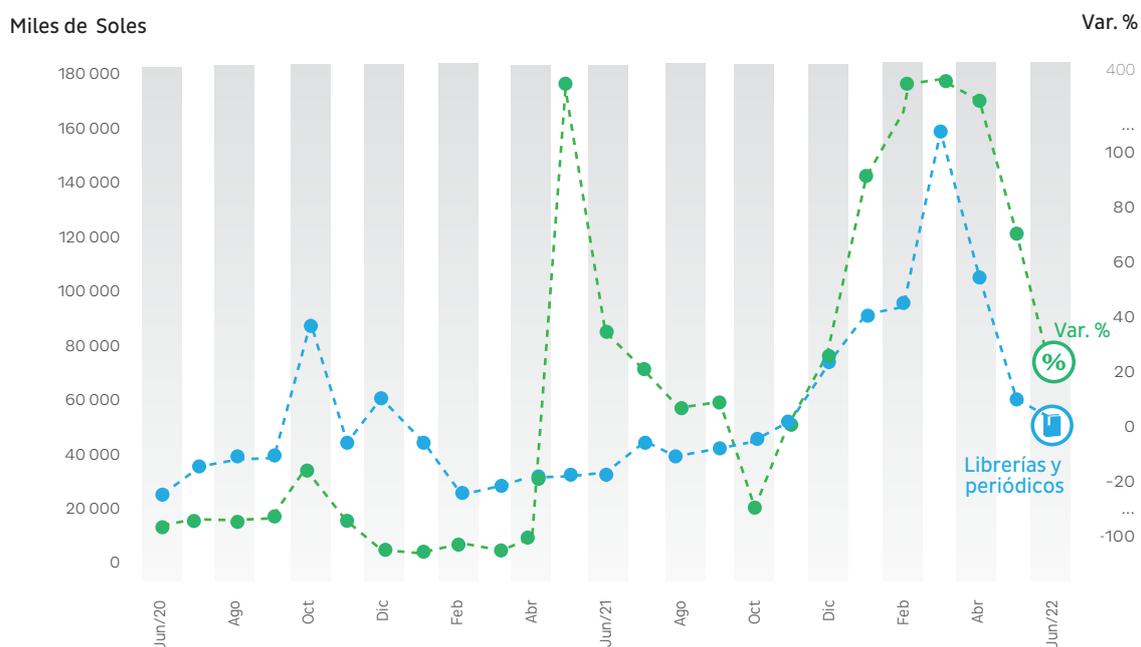
Entre las principales empresas que destacan en las ventas de esta actividad figuran: Distribuidora Navarrete, Ibero Librerías, Librerías Crisol y Tai Loy.



### Evolución y variación porcentual

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

(Jun 2020 - Jun 2022)



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

# Caracterización del gasto en alimentos y bebidas de los hogares en bodegas

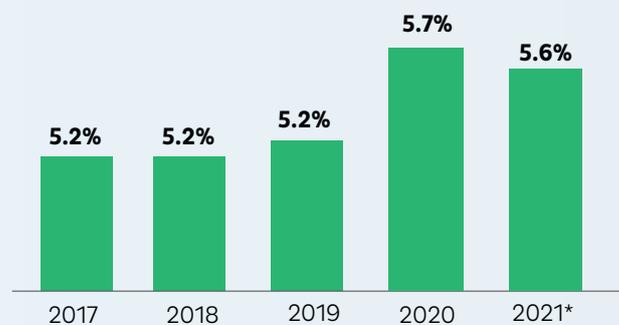
El sector comercio es uno de los principales sectores que aporta al crecimiento de la economía peruana, pues contribuye con el 13.0% en el Producto Bruto Interno Nacional y es el tercer sector que demanda el mayor nivel de empleo, después del sector servicios y agropecuario en 2021. Además, su aporte en la Población Económicamente Activa (PEA) ocupada representa el 19.5% del empleo a nivel nacional (17.1 millones de personas) consolidándose como el tercer sector que genera mayores puestos de trabajo, según la Encuesta Nacional de Hogares (ENAHOG) en 2021.

Asimismo, en los últimos 7 años (2015-2021), el sector comercio ha mantenido su dinamismo y ha influido positivamente en el crecimiento del Producto Bruto Interno (PBI). En dicho periodo, se identifica un crecimiento diferenciado. Así, entre 2015 y 2019 el PBI del sector comercio creció a un ritmo de 2.4% en promedio anual; mientras que el PBI lo hizo en 3.2%. Luego en 2020, con la llegada de la pandemia del Covid-19 al Perú, y la paralización de la mayoría de actividades económicas, el sector comercio tuvo un retroceso 13.3%, por lo cual el PBI se redujo en 11.0%. Sin embargo, en 2021, con la masificación y aplicación de las vacunas contra el Covid-19, la reducción de las medidas sanitarias y la mayor apertura de los centros comerciales, el sector comercio llegó a recuperarse y creció en 18.0%; en tanto, el PBI nacional avanzó en 13.3%, como resultado de este efecto estadístico.

El comercio interno (retail) que es parte del sector comercio, representa a uno de los subsectores más dinámicos en la economía y es esencial en el sistema productivo de cualquier economía desarrollada. De acuerdo con datos de PRODUCE, entre los años 2017-2021 este subsector tuvo una participación promedio de 5.4% en el PBI Nacional. Asimismo, se estima genera 2.6 millones de puestos de trabajo, lo que representa el 15.3% de la PEA ocupada a nivel nacional en 2021.

Gráfico 1

## Evolución de la participación del comercio interno<sup>1/</sup> en el PBI Nacional, 2017-2021 (%)



Nota (\*)

1/. La estimación de la participación en el PBI Nacional se realizó en función a las Ventas de comercio interno que comprende a las ventas de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas especializadas. La participación de las ventas del comercio interno se efectuó a precios corrientes del PBI nacional.

Fuente: INEI, Estadística de Comercio Interno

Elaboración: Produce-OEE

Dentro del comercio minorista es importante resaltar el aporte y desempeño de las actividades que directa e indirectamente influyen sobre éste, siendo una de ellas la actividad comercial de las bodegas.

Según la Asociación de Bodegueros del Perú (ABP), las bodegas son típicos negocios familiares que operan como micro y pequeñas empresas (MYPEs), las cuales son generadoras de empleo para miles de peruanos. La mayor parte de los emprendimientos que emergen por necesidad dentro de la economía están fuertemente orientados al comercio, como el negocio propio de las bodegas.

Al cierre de 2021, se estima un total de 368,461 bodegas en el Perú<sup>1</sup>, según información de la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria y Aduanas (SUNAT). De dicho total, el 42% correspondió a bodegas que expendieron alimentos y bebidas. Asimismo, por regiones se identificó que, el 41.4% de las bodegas se concentran en Lima y Callao, respecto del total de bodegas a nivel nacional; mientras que el 58.6% correspondió a las demás regiones, donde destacan las regiones de Arequipa (7.0%), La Libertad (6.3%) y Piura (5.4%).

De acuerdo con la ENAHO, en los últimos cinco años (2017-2021) la participación promedio del gasto de los hogares en alimentos y bebidas que realizan en bodegas fue de 23.7%. En dicho periodo, el gasto se mantuvo en alza, pues registró una tasa de crecimiento promedio anual de 5.2%. Ello debido al creciente consumo de bienes de primera necesidad (alimentos y bebidas), así como por la apertura de nuevas bodegas.

Asimismo, se estima que en 2021 el gasto de los hogares sólo en el rubro de alimentos y bebidas ascendió a S/. 18 mil millones, lo que representó un crecimiento de 6.6%, respecto al 2020. Dicho crecimiento estuvo asociado a la recuperación en la capacidad adquisitiva de las familias en 2021, y que según cifras del INEI registran un crecimiento de 8.3% en los ingresos promedio mensual. Así, se puede apreciar que, en 2021, el gasto de los hogares en bodegas continuó con su dinamismo, debido a que se mantenía el Estado de Emergencia Nacional, a fin de reducir los contagios en la población por COVID-19.

Gráfico 2

## Evolución del gasto de los hogares en alimentos y bebidas realizados en bodegas (Millones de S/ y Var.%)



Fuente: INEI-ENAHO  
Elaboración: Produce-OEE

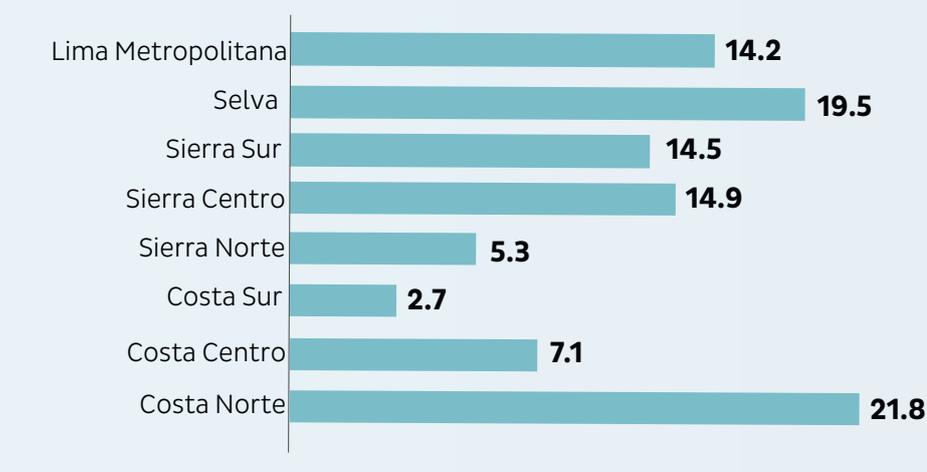
A nivel regional en 2021, se ha identificado que las principales regiones donde las familias realizan el mayor consumo de alimentos y bebidas en bodegas son Lima, con una participación de 15.2%, seguido de Piura (11.8%), Junín (5.9%), Arequipa (5.9%), La Libertad (5.4%), Lambayeque (5.2%), entre otros. En conjunto, estas 6 regiones representan el 50% del gasto de los hogares en alimentos y bebidas en bodegas. Por su parte, a nivel macrorregional se tiene que el mayor gasto de las familias en bodegas se realizó en la Costa Norte (21.8%) y la Selva (19.5%), tal como se aprecia en el siguiente gráfico.

<sup>1</sup> Se considera a las empresas con Régimen Único Simplificado y con división CIU 52 - Revisión 3.

<sup>2</sup> El ingreso promedio mensual de las familias es una cifra estimada usando la base de INEI-ENAHO del 2020 y 2021.

Gráfico 3

### Gasto de los hogares en alimentos y bebidas realizados en bodegas según macrorregión, 2021 (%)

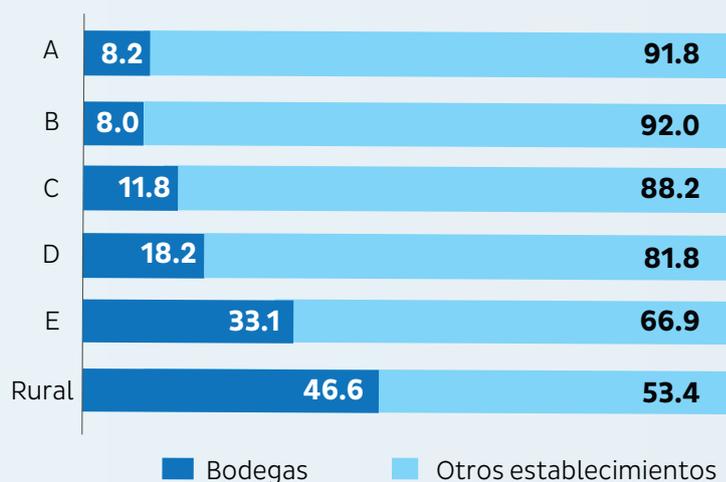


Fuente: INEI-Produce  
Elaboración: Produce-OEE

A nivel nacional para 2021, se registraron 8.6 millones de hogares que realizan gasto de alimentos y bebidas en bodegas. De dicho total, el mayor gasto de alimentos y bebidas en bodegas se realiza en el estrato D y E (conformado por 5,7 millones de hogares), ambos concentran el 65.6% del gasto total en bodegas. En contraste, el estrato A, corresponde al nivel socioeconómico con menor consumo en bodegas. Cabe resaltar que, el estrato A es quien realiza un mayor consumo en bodegas, pero su población es menor en comparación con los estratos D y E.

Gráfico 4

### Participación del gasto en alimentos y bebidas según establecimiento y por NSE\* 2021 (%)



\*Participación respecto del gasto nacional anual en alimentos y bebidas.  
NSE es la abreviación de Nivel Socioeconómico.  
Fuente: INEI-ENAHO  
Elaboración: Produce-OEE

## Otras variables del sector

### Personal Ocupado

En junio de 2022, el personal ocupado del sector de comercio interno aumentó en 1.3% interanual, debido a las mayores contrataciones de personal en las actividades de tiendas por departamento (+25.5%), equipamiento del hogar (+4.2%), ferreterías y acabados del hogar (+0.4%), farmacias y boticas (+1.7%), libros, periódicos y artículos de papelería (+5.0%), principalmente.

Por tipo de empleo, disminuyeron las contrataciones del personal permanente (-1.2% interanual); mientras que, el personal eventual aumentó en (+11.5% interanual).

Por tipo de género, el sector de comercio interno registró un incremento en la contratación del personal masculino (+9.5%); en contraste, con la disminución en el personal femenino (-5.8%).



## Personal ocupado

Número de personas según grupo y clase CIU (Junio 2022)

Actividad	Permanentes	Eventuales	Varones	Mujeres	Total	Var.%
Var. <sup>1/</sup> (%) Jun 22/ Jun 21	-1.2	11.5	9.5	-5.8		
CIU <sup>a/</sup> Total	88,072	24,432	56,057	56,447	112,504	1.3
4711 Supermercados e Hipermercados	39,840	6,024	22,959	22,905	45,864	-6.8
4719 Tiendas por departamento <sup>2/</sup>	14,205	5,404	8,328	11,281	19,609	25.5
4752 Ferreterías y acabados del hogar	15,915	397	9,755	6,557	16,312	0.4
4759 Equipamiento del hogar	4,663	864	3,316	2,211	5,527	4.2
4761 Libros, periódicos y artículos de papelería	1,074	806	1,081	799	1,880	5.0
4772 Boticas y Farmacias	12,375	10,937	10,618	12,694	23,312	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 junio de 2022 fue de 4,643, cifra mayor en 183 locales, en comparación al total registrado en junio de 2021. Entre las actividades que aumentaron la cantidad de locales figuran: Supermercados e hipermercados (338 locales más) y ferreterías y acabados del hogar (12 locales más); sin embargo, en el resto de actividades, se registró una disminución de tiendas, como en tiendas por departamento (30 locales menos), farmacias y de cuidado personal (109 locales menos), equipamiento del hogar (10 locales menos), y en libros, periódicos y artículos de papelería (18 locales menos).



## Número de tiendas Según grupo y clase CIIU (Junio 2022)

CIIU <sup>a/</sup>	Actividad	Jun - 21	Jun - 22	Var.(%) Jun 22/21
4711	Tiendas supermercados e hipermercados	1,045	1,383	-8.4
4719	Tiendas por departamento <sup>1/</sup>	170	140	-20.7
4752	Ferreterías y acabados del hogar	145	157	0.0
4759	Equipamiento del hogar	319	309	-7.2
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	150	132	-19.9
4772	Farmacias y cuidado personal	2,631	2,522	-0.2

Notas:

Cifras sujetas a reajuste.

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

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

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

Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



**MINISTERIO DE LA PRODUCCIÓN**

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

Central Telefónica: 616 2222

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

<http://ogeiee.produce.gob.pe>

 /minproduccion

 @minproduccion

 producegob

 minproduccion