



PERÚ

Ministerio
de la Producción

**BOLETÍN
ESTADÍSTICO**

Reporte de Comercio Interno

OFICINA GENERAL DE EVALUACIÓN DE IMPACTO Y ESTUDIOS
ECONÓMICOS - OFICINA DE ESTUDIOS ECONÓMICOS

Octubre 2024



BOLETÍN DE COMERCIO INTERNO

REPORTE DE COMERCIO INTERNO

Editado por: MINISTERIO DE LA PRODUCCIÓN
Calle Uno Oeste N° 060 - Urb. Córpac - San Isidro, Lima, Perú
www.produce.gob.pe
1era Edición, Octubre 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



INDICE

Octubre 2024

Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

03 Introducción

04 Producción nacional y del sector comercio

04 Desempeño según actividades

15 Importancia del consumo de alimentos en los mercados de abastos a octubre 2024

17 Otras variables del sector

REPORTE DE COMERCIO INTERNO

Grandes almacenes e hipermercados minoristas

Octubre 2024

Introducción

En octubre de 2024, las ventas del sector comercio interno^[1] aumentaron ligeramente en 1.6% interanual, como resultado de las mayores ventas de las actividades asociadas al sector, tales como: supermercados e hipermercados (+5.6%), farmacias y boticas (+6.8%), equipamiento del hogar (+3.1%), y ferreterías y acabados (0.1%). Sin embargo, el avance del sector fue atenuado por las menores ventas registradas en las tiendas por departamento (-14.8%), y libros, periódicos y artículos de papelería (-0.6%)

Desempeño de las ventas internas según grupo y clase CIU, Octubre 2024^{1/}

(Millones de soles a precios corrientes)

CIU (a)	Actividad	Oct-23	Oct-24 ^(b)	Var. % Oct 24/23
	Total	3,841.5	3,903.3	1.6
4711	Supermercados e hipermercados ^{2/}	1,763.2	1,861.2	5.6
4719	Tiendas por departamentos ^{3/}	604.8	515.4	-14.8
4752	Ferreterías y acabados	481.0	481.6	0.1
4759	Equipamiento del hogar	197.4	203.6	3.1
4772	Farmacias y boticas	686.0	732.9	6.8
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	109.2	108.5	-0.6

Nota: Cifras sujetas a reajuste

(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 aprox. 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 conveniencias

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

Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas

Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

En el periodo acumulado de enero a octubre 2024, las ventas del comercio interno crecieron 2.2%, en comparación al mismo periodo del 2023. Este crecimiento estuvo asociado a un mayor consumo en el mercado interno. Particularmente, crecieron las ventas en los supermercados

e hipermercados (+4.1%), tiendas por departamentos (+2.3%) y equipamiento del hogar (+3.8%). En contraste, disminuyeron las ventas de productos de ferretería y acabados (-1.5%), libros, periódicos y artículos de papelería (-2.4%), y farmacias y boticas (+0.3%).

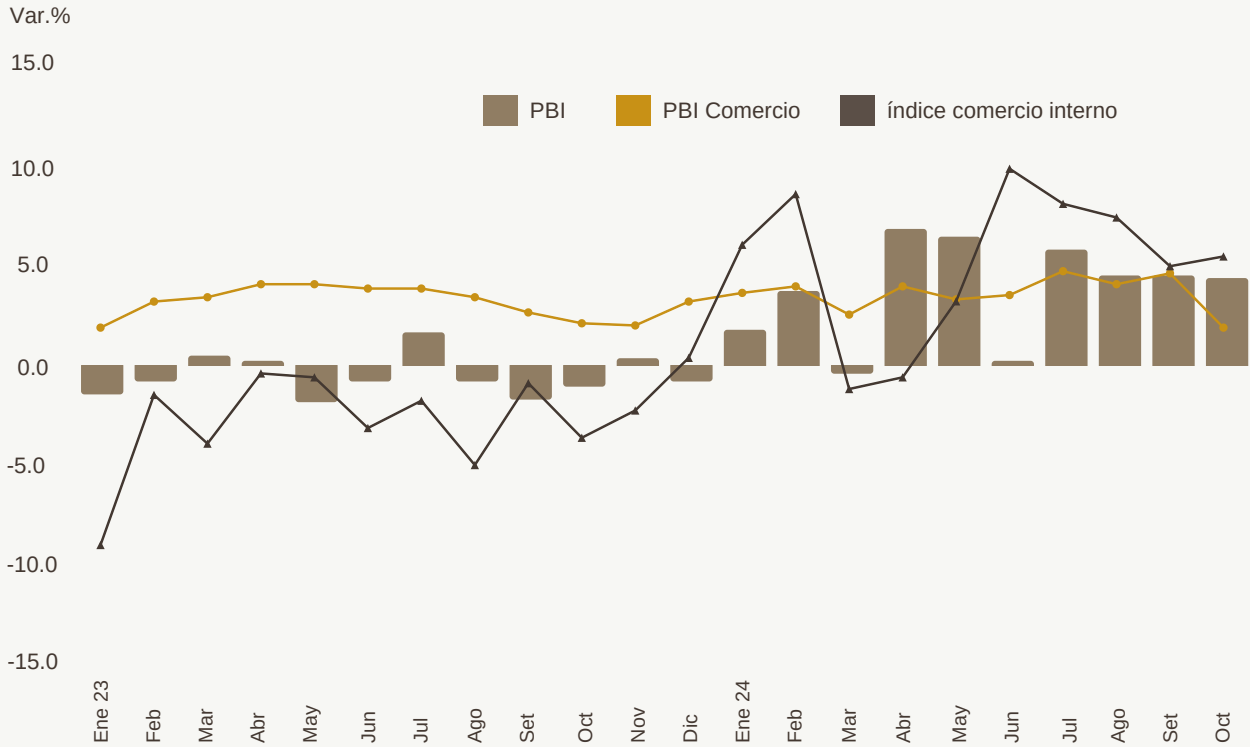
1/ En el presente boletín, las ventas del comercio interno se aproximan como las ventas de los grandes almacenes, supermercados y tiendas especializadas, agregando las actividades de las clases CIU 4711, 4719, 4752, 4759, 4772 y 4761 de revisión 4.

Producción nacional y del sector comercio

En octubre de 2024, el PBI nacional registró un crecimiento de 3.4%, respecto a similar periodo del año anterior. Asimismo, el sector comercio registró un avance interanual del

2.2%, asociado a la buena performance de los subsectores del comercio mayorista (+3.8%) y minorista (+3.9%).

Evolución del PBI nacional, PBI comercio e Índice de comercio interno¹, Enero 2023-October 2024 (Var.%)²



Notas:

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 (cifras sujetas a reajuste). Por su parte, a manera referencial, la variación porcentual del comercio interno se calculó respecto de su índice con año base 2012.

Fuente: INEI, Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

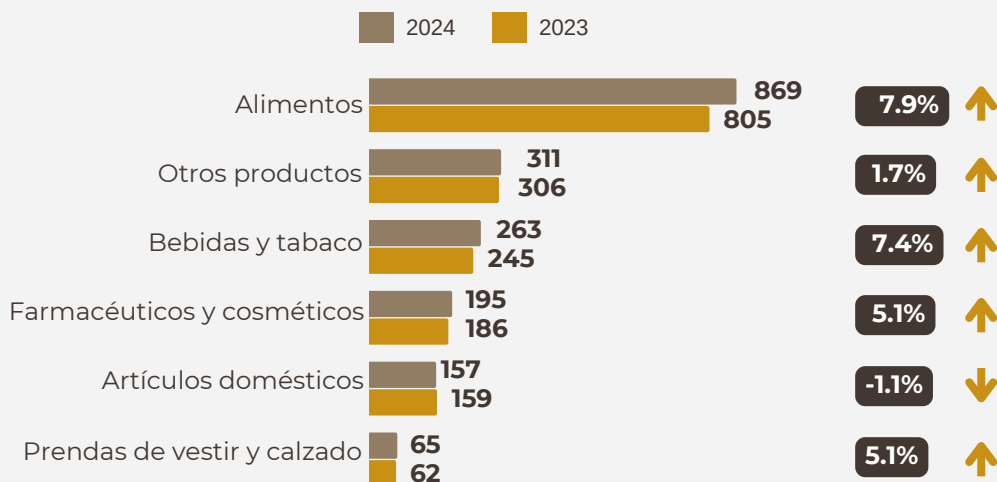
Desempeño según actividades

Ventas en tiendas por supermercados e hipermercados

En octubre de 2024, las ventas de los supermercados e hipermercados registraron un incremento del 5.6%, como resultado del mayor consumo de productos como

alimentos (+7.9%), bebidas y tabaco (+7.4%), farmacias, cosméticos (+5.1%) y prendas de vestir (+5.1%).

Ventas por líneas de productos, Octubre 2023 y Octubre 2024 (Millones de soles y Var. % interanual)



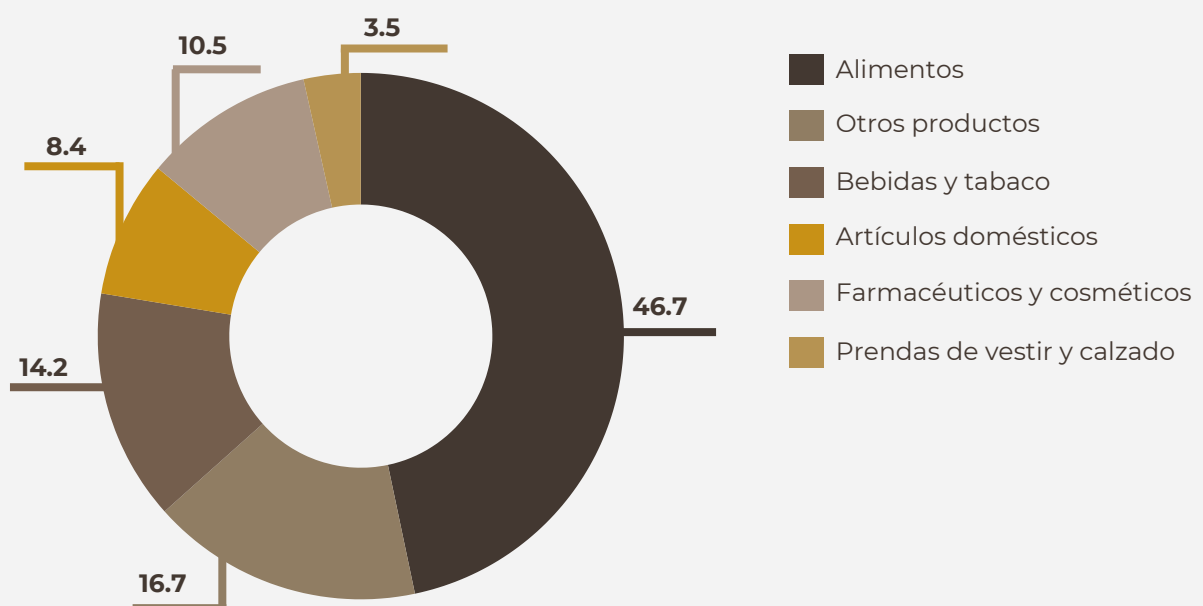
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE



Las ventas de alimentos, bebidas y tabaco concentraron el 60.9% del valor total de ventas facturadas por los supermercados e hipermercados; mientras que, el restante (39.1%) correspondió a los productos de artículos de uso doméstico, farmacia y cosméticos, prendas de vestir y calzado, y otros productos.

Las principales empresas del giro supermercados e hipermercado que presentaron mayor incidencia en esta actividad, según sus niveles de ventas, fueron Supermercados Peruanos, Cencosud Retail Perú, Hipermercados Tottus y Makro Supermayorista.

Participación de líneas de productos en supermercados e hipermercados,^{1/} Octubre 2024 (Porcentaje %)



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

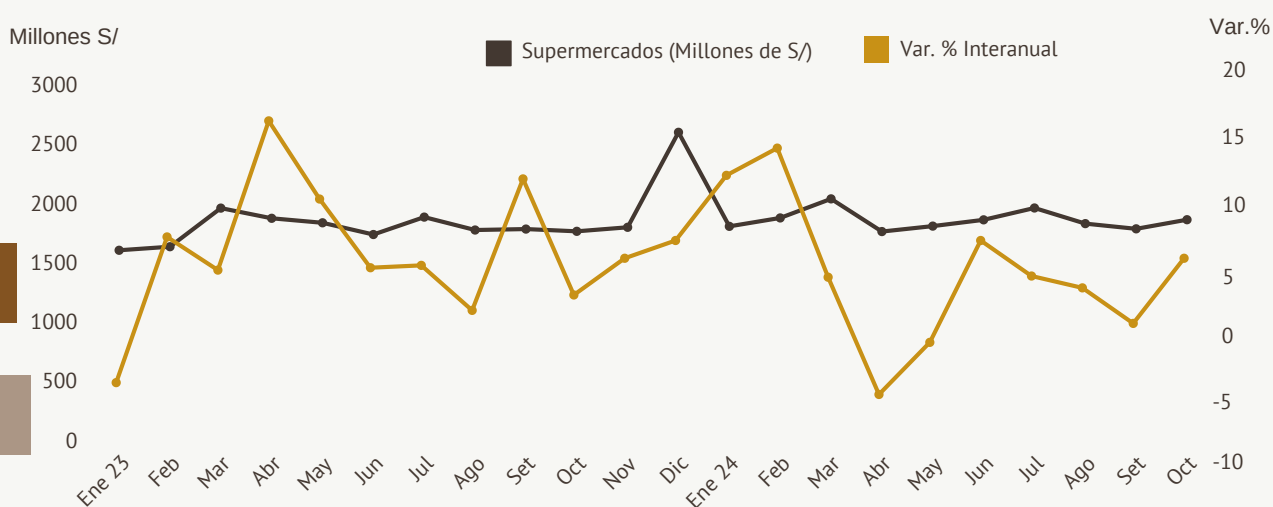
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

En cuanto a la evolución de las ventas de esta actividad durante el periodo de enero de 2023 y octubre de 2024, se observa un comportamiento estacional, en particular, en los meses de mayo - junio (día de la madre y el padre) y diciembre (campaña navideña). Por su parte, la tasa de variación de las ventas se muestra más fluctuante. En efecto, a lo largo del periodo en referencia las tasas

se mantuvieron en terreno positivo, con excepción, de los meses de enero 2023, abril y mayo de 2024, donde se contrajeron por una disminución en la demanda interna. A partir de junio de 2024, esta actividad registró tasas positivas favorecido por la recuperación de la demanda interna.

Evolución y variación % de las ventas internas en supermercados e hipermercados^{1/}

Enero 2023 a Octubre 2024



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

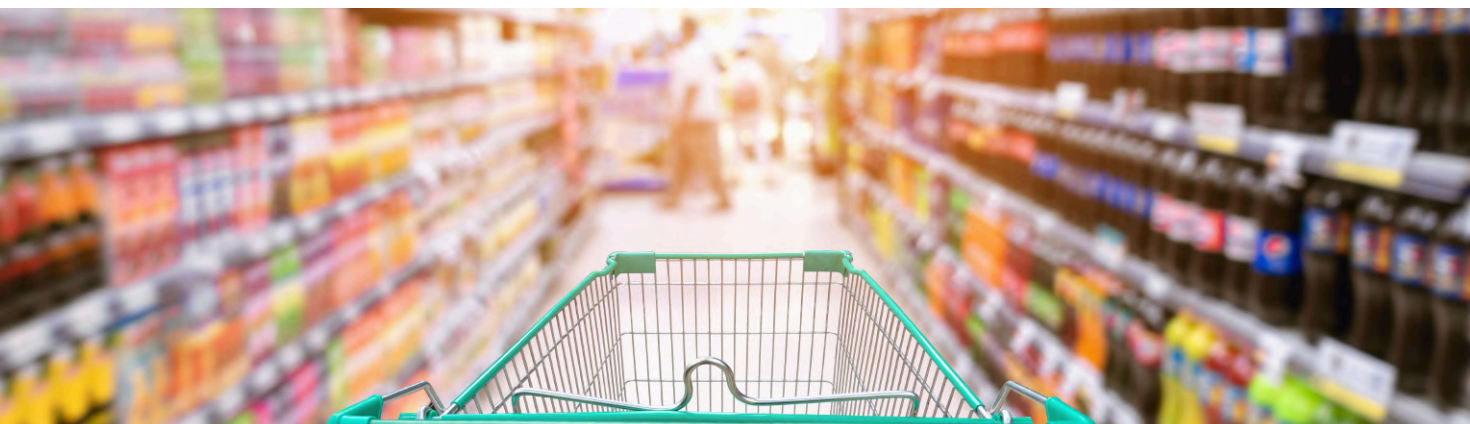
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas

Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

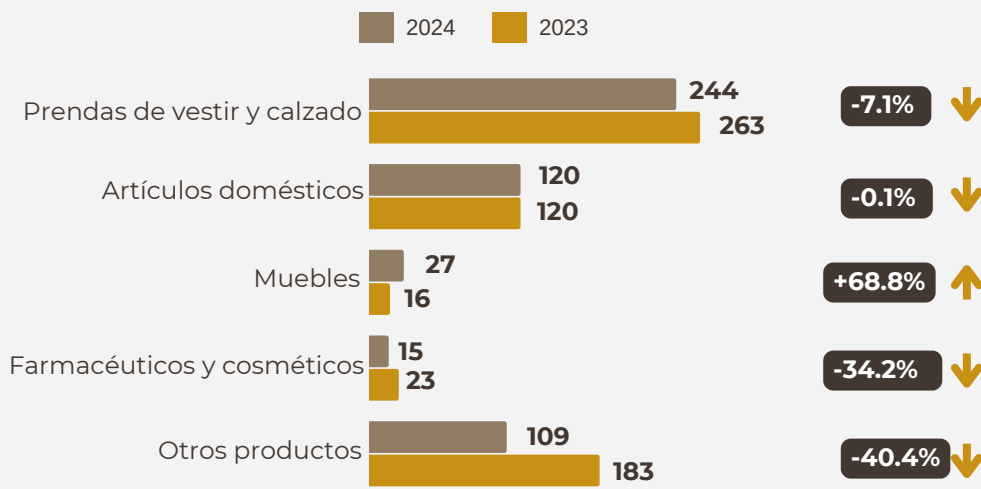
Ventas en tiendas por departamento

En octubre de 2024, las ventas en las tiendas por departamento registraron una disminución del 14.8% en comparación al mismo mes del año anterior; a razón de la menor demanda de prendas de vestir, calzado y otras líneas, debido a la culminación de la temporada de invierno.

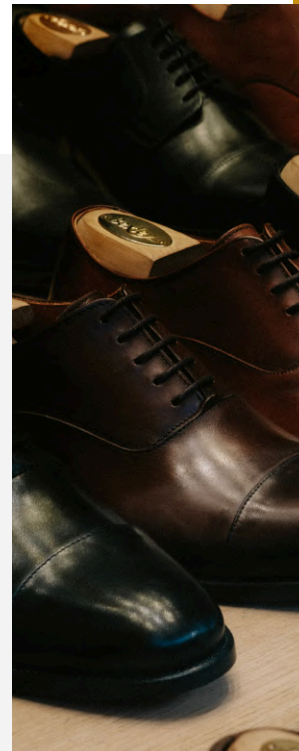
En efecto, se observó una disminución en las ventas de las líneas de prendas de vestir y calzado (-7.1%), artículos domésticos (-0.1%), artículos farmacéuticos y cosméticos (-34.2%) y otros productos (-40.4%).



Ventas por líneas de productos, Octubre 2023 y Octubre 2024 (Millones de soles y Var. % interanual)



Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

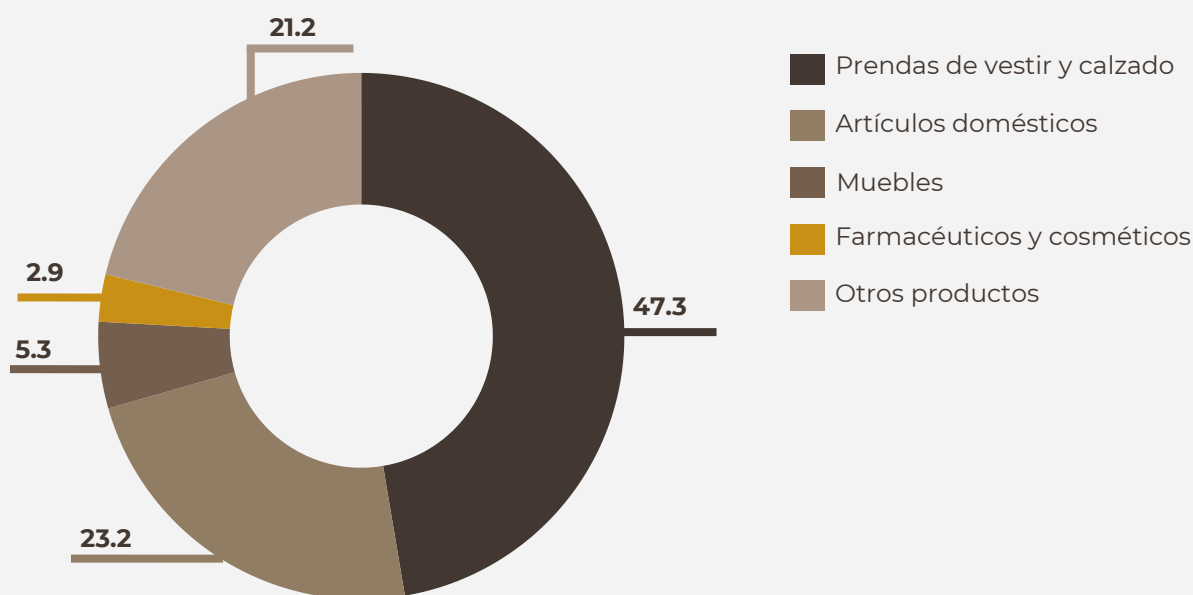


En términos de participación, las ventas de las líneas de prendas de vestir, calzados y artículos de uso doméstico constituyeron, en su conjunto, el 70.6% del valor total de ventas facturadas por las tiendas por departamento. En menor medida, le siguen las ventas de

muebles, productos farmacéuticos y otros productos.

Entre las principales empresas que destacan en esta actividad de acuerdo a sus niveles de ventas destacan Saga Falabella, Tiendas Ripley y Oeschle.

Participación de líneas de productos en tiendas por departamento,^{1/} Octubre 2024 (Porcentaje %)

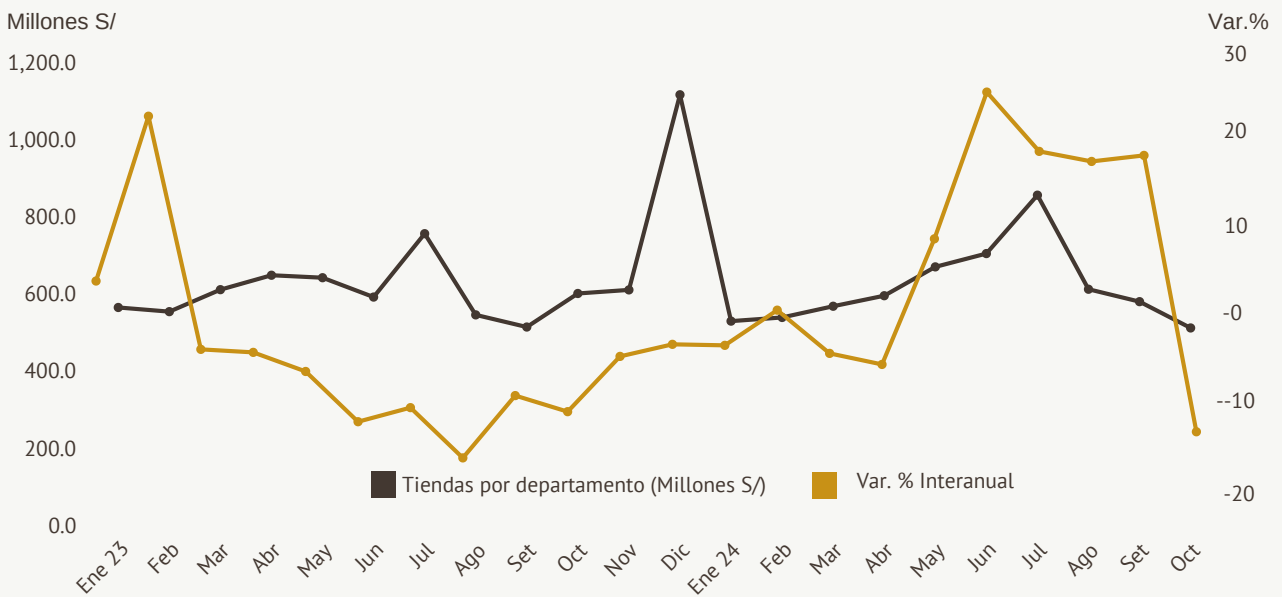


Nota: 1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos.
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

Durante los cuatro primeros meses del 2024, las ventas de la actividad de tiendas por departamento registraron resultados negativos debido a un menor consumo. A partir de mayo, las ventas de las tiendas por departamento se recuperaron y registraron

resultados positivos; principalmente, en las líneas de prendas de vestir y calzado, cuidado personal entre otros productos diversos ante los cambios de la coyuntura económica que conllevaron a priorizar las compras del consumidor peruano.

Evolución y variación % de las ventas internas en tiendas por departamentos 1/ Enero 2023 a Octubre 2024



Nota: 1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos.
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

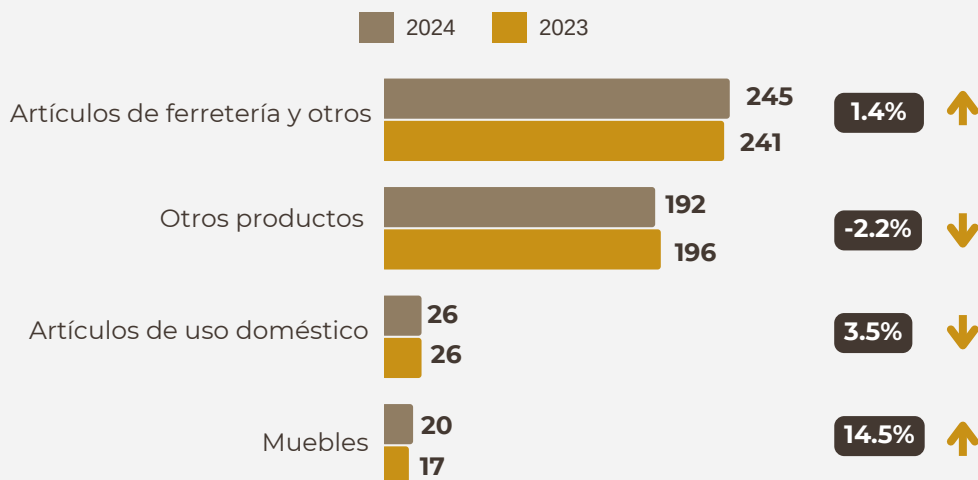
Ventas de productos de ferreterías y acabados

En octubre de 2024 las ventas de los productos de ferretería y acabado aumentaron en 0.1 % interanual. Este resultado responde al incremento en las ventas de muebles (+14.5%) y artículos de ferreterías (+1.4%), a razón de mayores inversiones en la ejecución de obras pública y privadas.

Sin embargo, dicho aumento fue atenuado por la disminución de las ventas en las líneas de artículos de equipos de uso doméstico (-3.5%) y otros productos (-2.2%).



Ventas por líneas de productos, Octubre 2023 y Octubre 2024 (Millones de soles y Var. % interanual)



Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE



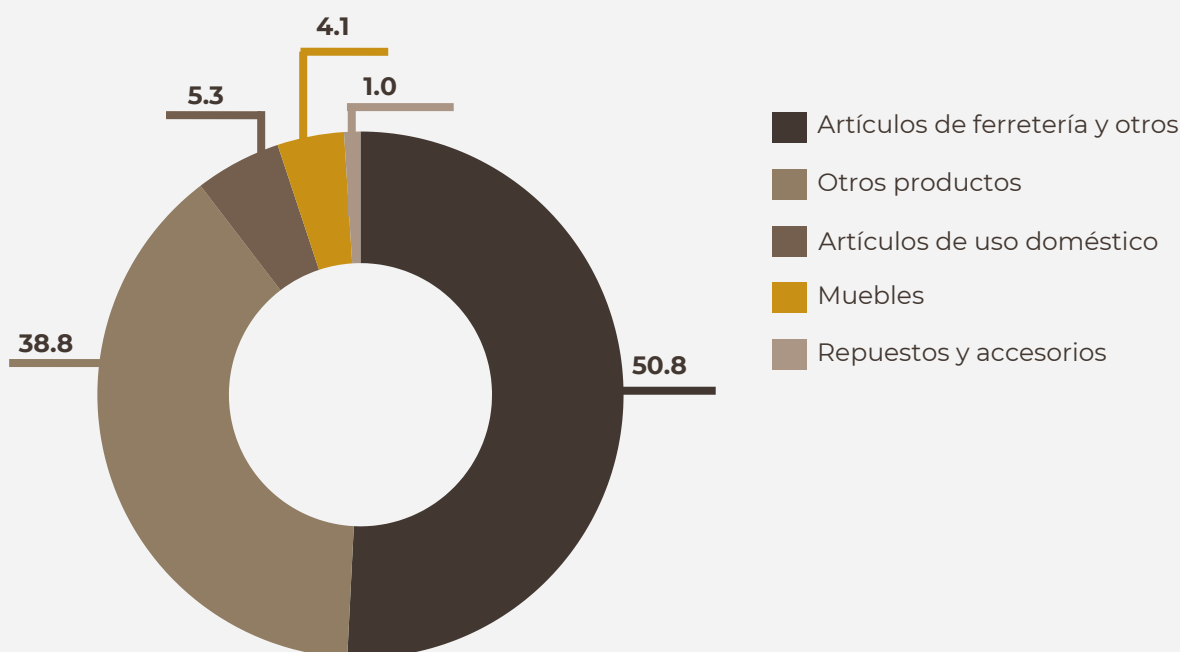
En el mes en referencia, la línea de productos de artículos de ferreterías registró una mayor participación en las ventas de esta actividad (50.8%), seguida por la línea de otros productos y artículos de uso doméstico, con una participación conjunta del 44.1%, mientras que,

muebles y repuestos concentraron el 5.1% restante.

Las empresas que destacaron en esta actividad por su mayor incidencia en las ventas fueron: Maestro Homecenter, Promart Homecenter, y Cemento y Acero.

Participación de líneas de productos de ferreterías y acabados del hogar, Octubre 2024

(Porcentaje %)



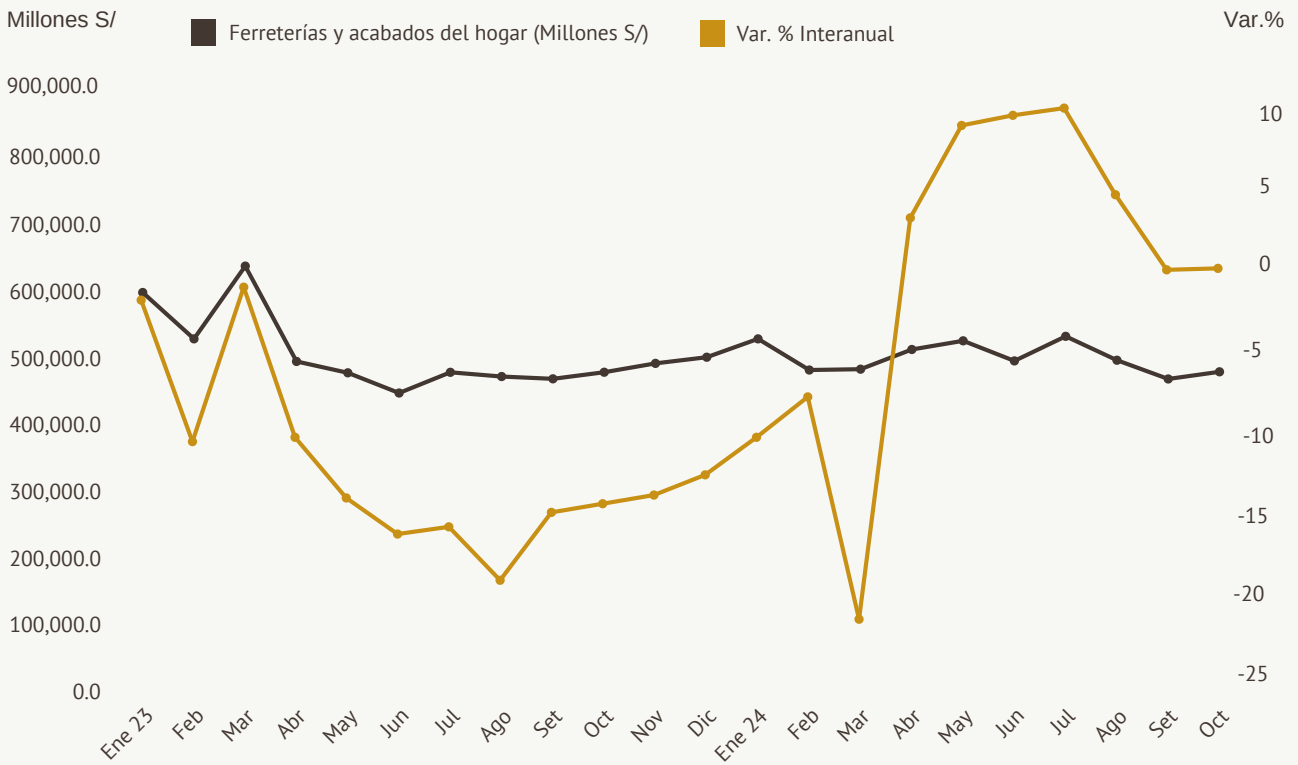
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

Entre enero y octubre de 2024, se observa un lento crecimiento en las ventas de los productos de ferreterías y acabados del hogar, a razón del menor dinamismo de las inversiones ejecutadas

en el sector construcción, específicamente en obras del sector público y privado.

Evolución y variación % de las ventas internas en ferreterías y acabados del hogar

Enero 2023 a Octubre 2024



Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

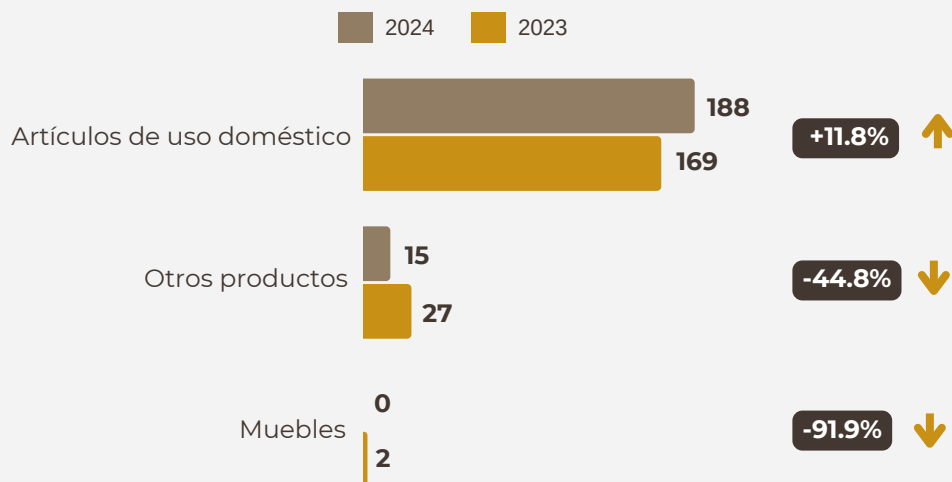
Ventas de productos de equipamiento del hogar

En octubre de 2024, las ventas de equipamiento del hogar se incrementaron en 3.1%, con relación a octubre 2023. Dicho avance responde al aumento de la tendencia en el consumo de productos tecnológicos (aparatos y dispositivos digitales).

En efecto, se reporta un aumento en la facturación de artículos de uso doméstico (+11.8%), aunque, fue atenuado por las menores ventas de productos diversos (-44.8%) y muebles (-91.9%).



Ventas por líneas de productos, octubre 2023 y octubre 2024 (Millones de soles y Var. % interanual)



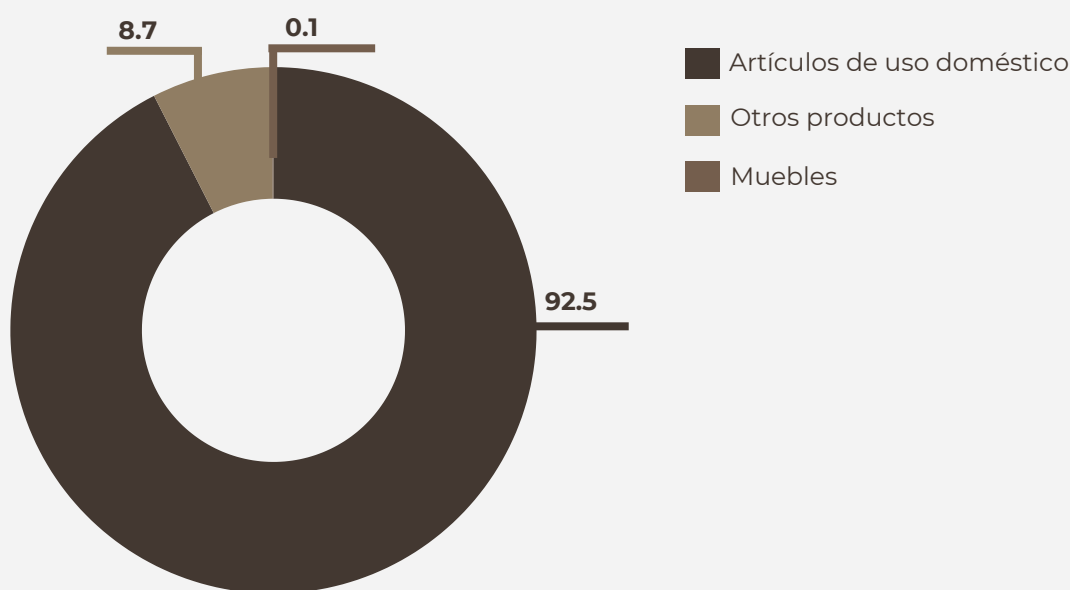
Fuente: INEI, Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE



Las ventas de la línea de artículos de uso doméstico registraron una participación de 92.5% en las ventas totales de la actividad; mientras que, la línea de muebles y otros productos concentraron una participación de 7.5%.

Entre las principales empresas con mayor incidencia en las ventas de esta actividad tenemos a Conecta Retail (Efe/Curacao), Importaciones Hiraoka y Representaciones Vargas.

Participación de líneas de productos de equipamientos del hogar, Octubre 2024 (Porcentaje %)



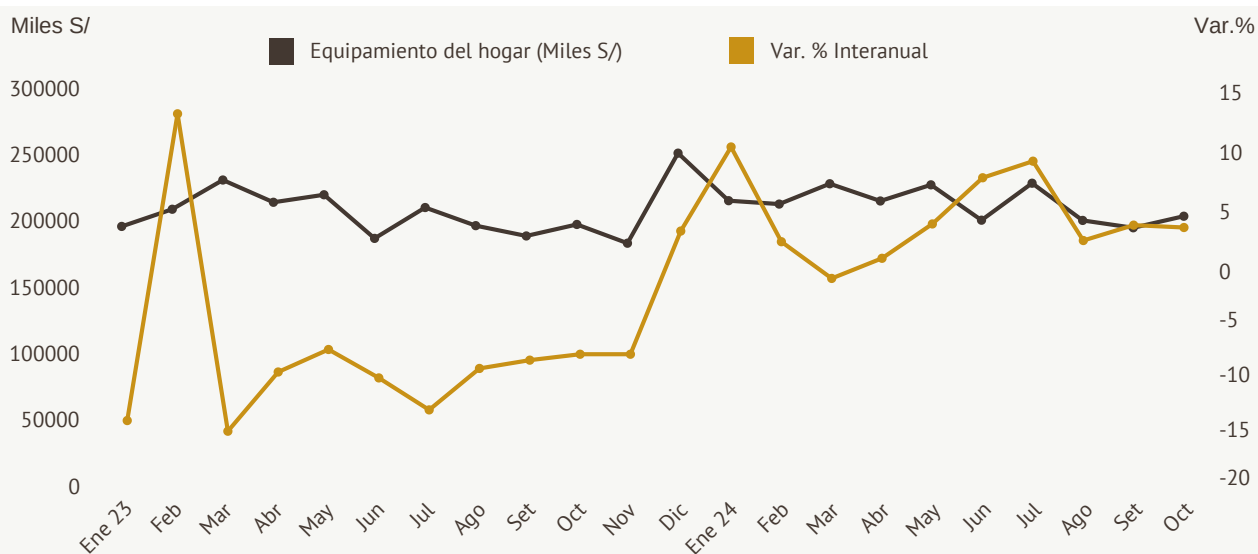
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

Entre enero y octubre de 2024, las ventas de equipamientos del hogar mostraron resultados mixtos, donde las mayores ventas se vienen dando en la renovación de

sus equipos en la línea blanca, marrón y tecnología. Ello favorecido por una recuperación de la demanda interna.

Evolución y variación % de las ventas internas de equipamiento del hogar

Enero 2023 a Octubre 2024



Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

Ventas de productos farmacéuticos y cuidado personal

Las ventas de los productos farmacéuticos y de cuidado personal aumentaron en 6.8% interanual en octubre de 2024, como resultado del mayor consumo de productos farmacéuticos (+4.7%) y productos de cuidado personal (+14.7%).

Asimismo, se debe resaltar que, el avance de la actividad estuvo asociado a estrategias de ventas e innovación de nuevos productos de belleza, cuidado de la piel, joyería entre otros productos.

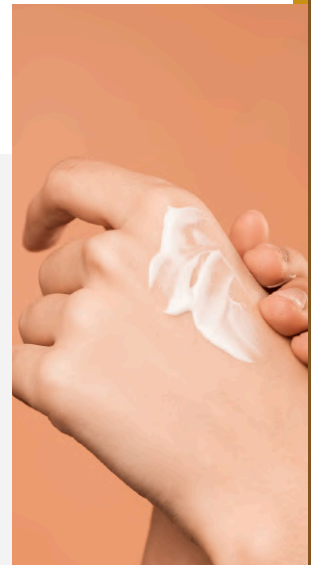


Ventas por líneas de productos, Octubre 2024

(Var. % interanual)



Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

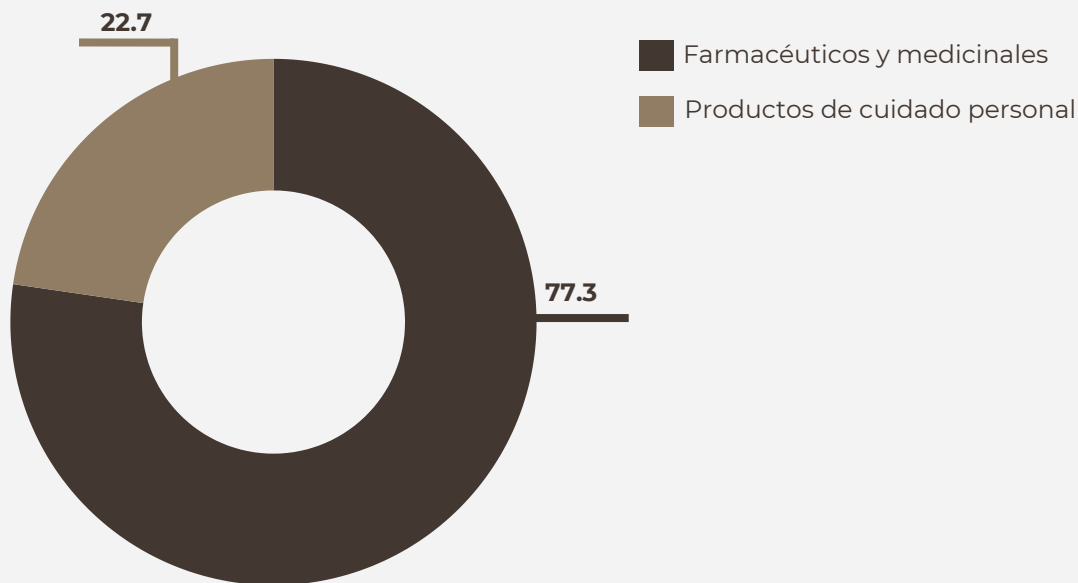


En cuanto a la participación de las líneas de productos de esta actividad, se observa que, en octubre del 2024, las ventas de productos farmacéuticos y medicinales concentraron el 77.3%, seguido de las ventas de productos de

cuidado personal (22.7%). Entre las principales farmacias que destacan con mayores niveles de ventas en este mes se encuentran MiFarma, Ekerd Perú, CETCO, Boticas y Salud y Productos Avon.

Participación de líneas de productos farmacéuticos y cuidado personal, Octubre 2024

(Porcentaje %)



Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

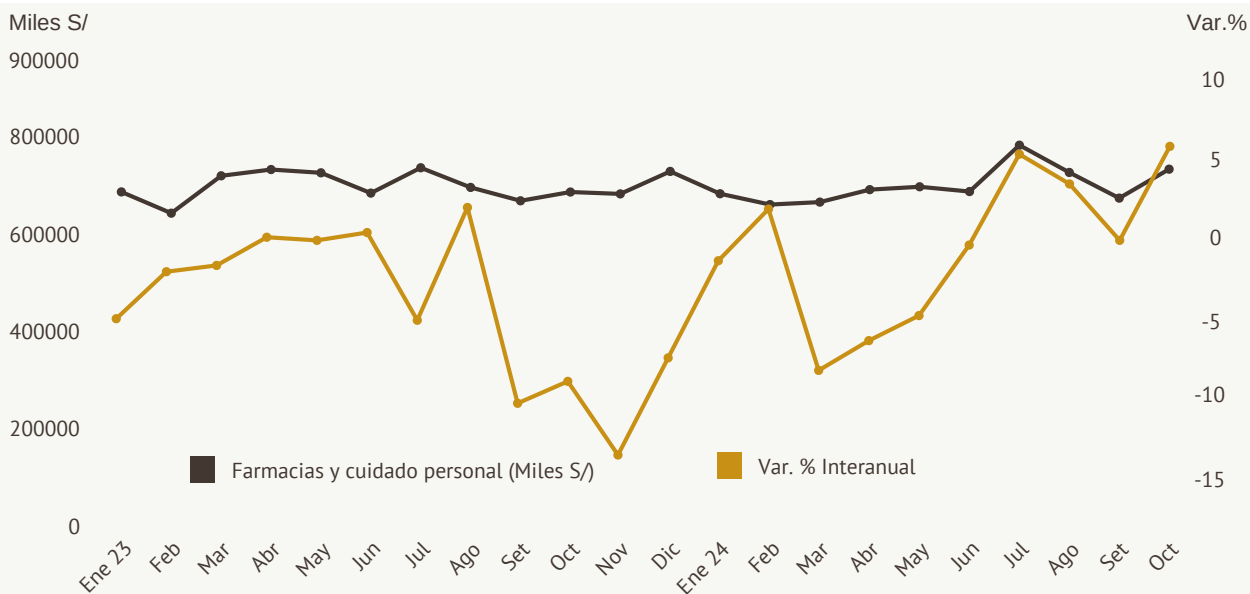


Entre enero y octubre de 2024, se observa que las ventas de la actividad de productos farmacéuticos y cuidado personal mantiene una ligera tendencia positiva.

Desde abril de 2024, la actividad viene recuperándose, tal es así que, en los últimos cuatro meses registró tasas positivas.

Evolución y variación % de las ventas internas de productos farmacéuticos y cuidado personal

Enero 2023 a Octubre 2024



Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

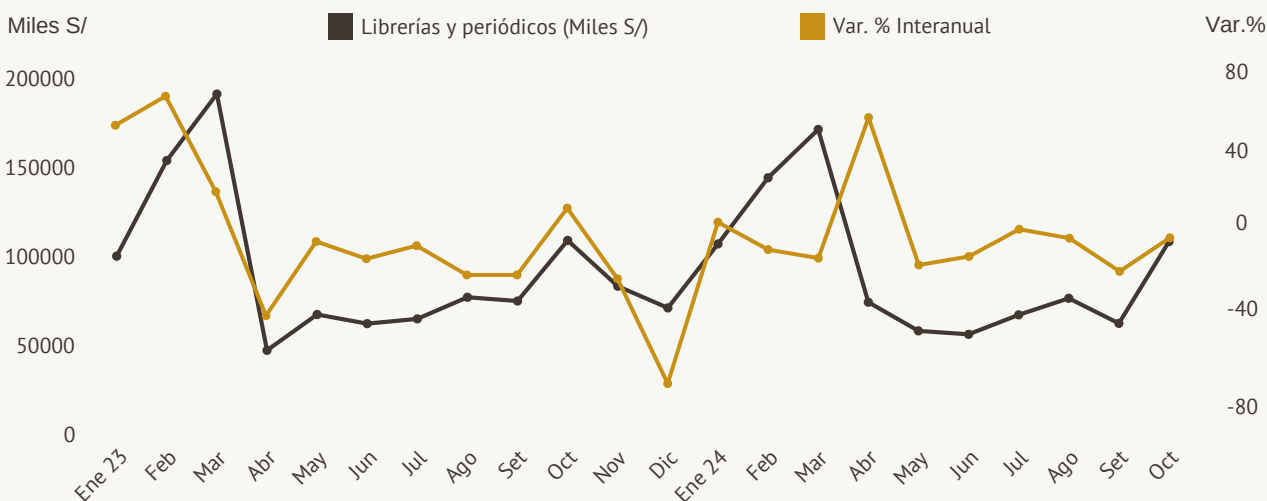
Ventas al por menor de libros, periódicos y artículos de papelería

En octubre de 2024, las ventas de libros, periódicos y artículos de papelería registraron una disminución 0.6% con respecto al mismo mes del año anterior. Este retroceso obedece a la menor facturación registrada en la línea de productos de librería (-16.1%).

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

Evolución y variación % de las ventas internas de libros, periódicos y artículos de papelería:

Enero 2023 a Octubre 2024



Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

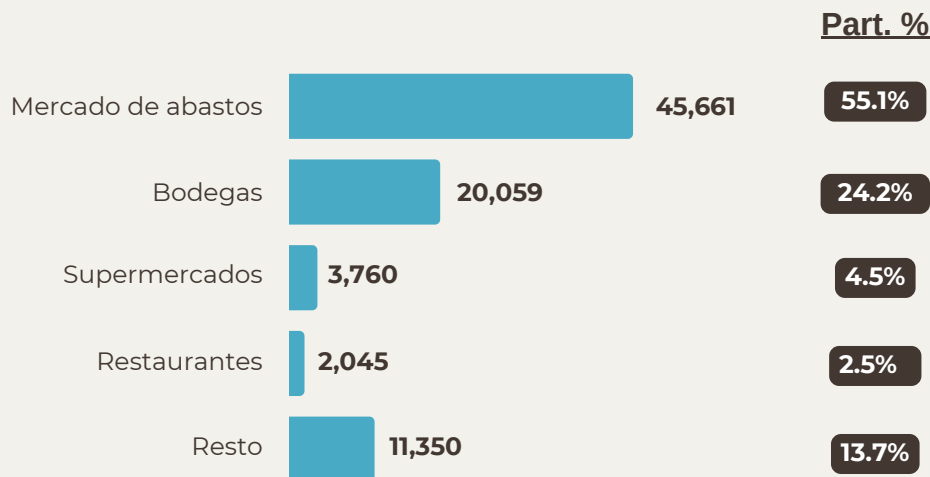
Importancia del Consumo de Alimentos en los Mercados de Abastos a Octubre 2024

Los mercados de abastos juegan un rol primordial en el sistema de abastecimiento de productos alimenticios y de primera necesidad a los hogares del Perú, sobre todo para aquella población de menores recursos. Según el último Censo Nacional del Mercado de Abastos CENAMA (2016), existen 2,612 mercados de abastos operativos en el Perú, de los cuales el 87.8% (2,294) se ubican en zonas urbanas y el 12.1% (318) en zonas rurales. Lima y Callao concentran el 53.7% del total de mercados de abastos, seguido por La Libertad (6.1%), Junín (4.6%), Arequipa (4.5%), Ancash (4.2%), y el resto (26.9%).

En los últimos cinco años (2019–2023), se aprecia que el gasto de los hogares en alimentos aumentó 5.3% en promedio por año, en los mercados de abastos; de S/ 36,614 millones en 2019 ascendió a S/ 45,661 millones en 2023. Siendo las regiones de Apurímac, Áncash, Puno, Amazonas y Huancavelica con un incremento superior al 9% por año.

En 2023, el 55.1% del gasto de los hogares en alimentos lo realizaron en los mercados de abastos, seguido de las bodegas (24.2%) y los supermercados (4.5%), entre otros.

Gráfico 1: Gasto de los hogares en alimentos según lugar de compra
(Millones de S/ y Participación %)



Fuente: ENAHO (2023)
Elaboración: PRODUCE-OGEIEE-OEE

Durante el año 2023, la cantidad de hogares que realizaron gastos en alimentos y bebidas en mercado de abastos ascendió a 8.5 millones de hogares. A nivel de regiones, los hogares pertenecientes a la zona norte fueron las que registraron el mayor gasto en alimentos en mercados de abastos, destacando principalmente a Lima (47.7% de participación en el gasto), seguido de La Libertad (6.2%), Lambayeque (5.4%) y Callao (5.0%).

Por estrato socioeconómico, el 89% del gasto de los hogares se concentran en los estratos C, D y E; y el 5% en los estratos A y B.

Por su parte, Lima registra el mayor gasto promedio mensual en productos alimenticios de la canasta básica alrededor de S/ 480.0; en La Libertad, S/ 441.0; mientras que, en la región Tumbes, S/ 384.0.

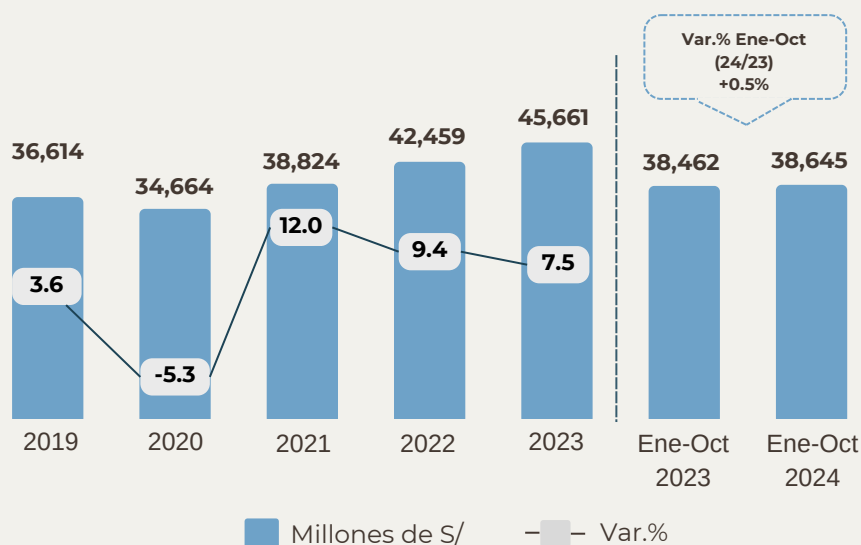
Cabe mencionar que, uno de los mercados más importantes del país es el Gran Mercado Mayorista de Lima (GMML) con más de 1,300 puestos que abastecen 20 giros de productos de primera necesidad, más de 6,000 TM de productos que ingresan diariamente al GMML, generando un ingreso alrededor de 14 millones de soles por día.

Asimismo, en Lima, la provisión de alimentos (hortalizas, tubérculos y legumbres) a los comerciantes minoristas y a las amas de casa, también se realiza a través de los mercados

alternativos de comercio al por mayor en Lima Metropolitana. Por ejemplo, en el mercado La Parada (La Victoria), mercado Tierra prometida (Santa Anita), Unicachi Sur (Villa el Salvador), Unicachi Norte (San Martín de Porres), Huamantanga Norte (Puente Piedra) y mercado El Valle (Carabaylo).

En el acumulado de enero a octubre del 2024, se estima que el gasto de los hogares en alimentos realizado en los mercados de abastos ascendió a S/ 38,645 millones, cifra que representó un ligero incremento de 0.5% interanual.

Gráfico 2: Evolución del gasto de los hogares en alimentos en Mercados de Abastos
(Millones de S/ y Var.%)



Fuente: ENAHO
Elaboración: PRODUCE-OGEIIEE-OEE

En un análisis de la demanda regional, se aprecia que las regiones que habrían aumentado el gasto en alimentos con relación al periodo de enero y octubre del 2023 destacan: Huánuco (+17.0%), Huancavelica (+11.3%), Piura (+8.3%), Moquegua (+6.6%), Arequipa (+6.2%), Loreto (+5.9%) y Lima (+5.1%).

En contraste, atenuaron este desempeño el menor gasto efectuado en este rubro en las regiones de Puno (-27.6%), Tumbes (-25.5%), Apurímac (-20.3%), Ayacucho (-18.8%) y Lambayeque (-15.0%).

Otras variables del sector

Personal Ocupado

En octubre de 2024, el personal ocupado del sector de comercio interno disminuyó en 2.9% interanual. Dicha disminución estuvo asociada a la reducción en las contrataciones de personal en las actividades como supermercados e hipermercados (-4.4%), tiendas por departamento (-2.9%), ferreterías y acabados del hogar (-6.4%); pero atenuada por el avance de las contrataciones en las actividades de libros, periódicos y artículos de papelería (+8.5%), boticas y farmacias (+1.2%)y equipamiento del hogar (+0.4%).

Por tipo de empleo, disminuyeron las contrataciones del personal eventual (-15.8% interanual); pero aumentaron ligeramente en el caso del personal permanente (+1.7%).

Según género, se redujo las contrataciones del personal masculino en 11.3%; mientras que, en el caso del personal femenino aumentó en 4.6%.

PERSONAL OCUPADO: Número de personas según grupo y clase CIU (Octubre 2024)

CIU ^a	Actividad	Total		Tipo de empleo			
				Permanentes	Eventuales	Varones	Mujeres
	Var.% ¹ (Oct 24/Oct 23)	-2.9		1.7	-15.8	-11.3	4.6
	Octubre 2024	113,056	Var.%¹	87,281	25,775	48,756	64,300
4711	Supermercados e hipermercados	51,122	-4.4	40,720	10,402	25,031	26,091
4719	Tiendas por departamentos ²	17,473	-2.9	12,519	4,954	7,383	10,090
4752	Ferreterías y acabados del hogar	14,260	-6.4	14,168	92	8,354	5,906
4759	Equipamiento del hogar	5,009	0.4	4,200	809	2,966	2,043
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	2,167	8.5	1,264	903	1,148	1,019
4772	Farmacias y boticas	23,025	1.2	14,410	8,615	3,874	19,151

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 e Hipermercados Minoristas

Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

Número de tiendas

El número de locales del sector comercio interno, en octubre de 2024, ascendió a 6,120 establecimientos, cifra mayor en 692 locales, en comparación a octubre del 2023. La principal actividad que incidió en dicho aumento fueron los supermercados e hipermercados (513 locales más), y de farmacias y de cuidado personal (161 locales más).

En menor medida aumentaron en tiendas por departamento (8 locales más), ferreterías y acabados del hogar (3 locales más), equipamiento del hogar (5 locales más) y libros periódicos y artículos de papelería (2 locales más).

Número de tiendas según clase CIU (Octubre 2024)

CIU ^a	Actividad	Oct-23	Oct-24	Var.% Oct(24/23)
4711	Supermercados e hipermercados	1,954	2,467	26.3
4719	Tiendas por departamentos	190	198	4.2
4752	Ferreterías y acabados del hogar	150	153	2.0
4759	Equipamiento del hogar	296	301	1.7
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	167	169	1.2
4772	Farmacias y cuidado personal	2,671	2,832	6.0
	Total	5,428	6,120	12.7

Notas: Cifras sujeta 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 e Hipermercados Minoristas

Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

