



PERÚ

Ministerio
de la Producción

BOLETÍN
ESTADÍSTICO

Reporte de Comercio Interno

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

Noviembre 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
Tera Edición, Noviembre 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

Noviembre 2024

Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

03 Introducción

04 Producción nacional y del sector comercio

04 Desempeño según actividades

15 Desempeño e importancia de los supermercados en el sector retail a noviembre de 2024

19 Otras variables del sector

REPORTE DE COMERCIO INTERNO

Grandes almacenes e hipermercados minoristas

Noviembre 2024

Introducción

En noviembre de 2024, las ventas del sector comercio interno experimentaron un importante crecimiento de 11.7% interanual, como resultado de la mayor facturación de los supermercados e hipermercados (+9.4%), tiendas por departamento (+26.6%), equipamiento del hogar (+8.7%), libros, periódicos y artículos de papelería (+28.9%), ferreterías y acabados (+6.2%), y farmacias y boticas (+6.9%). Dicho desempeño fue impulsado por los eventos de comercio electrónicos celebrados durante este mes como el Cyber Wow y Black Friday. Asimismo, contribuyó el significativo incremento de la demanda interna (+5.2%).

Desempeño de las ventas internas según grupo y clase CIIU, Noviembre 2024 ^[1]

(Millones de soles a precios corrientes)

CIIU ^(a)	Actividad	Nov-23	Nov-24 ^(b)	Var. % Nov 24/23
	Total	3,855	4,305	11.7
4711	Supermercados e hipermercados ^{2/}	1,797.5	1,966.0	9.4
4719	Tiendas por departamentos ^{3/}	614.1	777.4	26.6
4752	Ferreterías y acabados	494.3	525.1	6.2
4759	Equipamiento del hogar	183.3	199.2	8.7
4772	Farmacias y boticas	682.1	729.5	6.9
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	83.4	107.4	28.9

Nota: Cifras sujetas a reajuste

(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 aprox. 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 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 acumulado de enero a noviembre de 2024, las ventas del comercio interno reportaron un avance del 3.1% en comparación al mismo periodo del 2023. Este resultado positivo se debe a un mayor consumo en el mercado interno, especialmente crecieron las ventas en los

supermercados e hipermercados (+4.6%), tiendas por departamentos (+4.5%), equipamiento del hogar (+4.2%), y en menor medida, libros, periódicos y artículos de papelería (+0.2%) y farmacias y boticas (+0.9%). En contraste, atenuaron la ligera disminución las ventas de productos de ferretería y acabados (-0.8%).

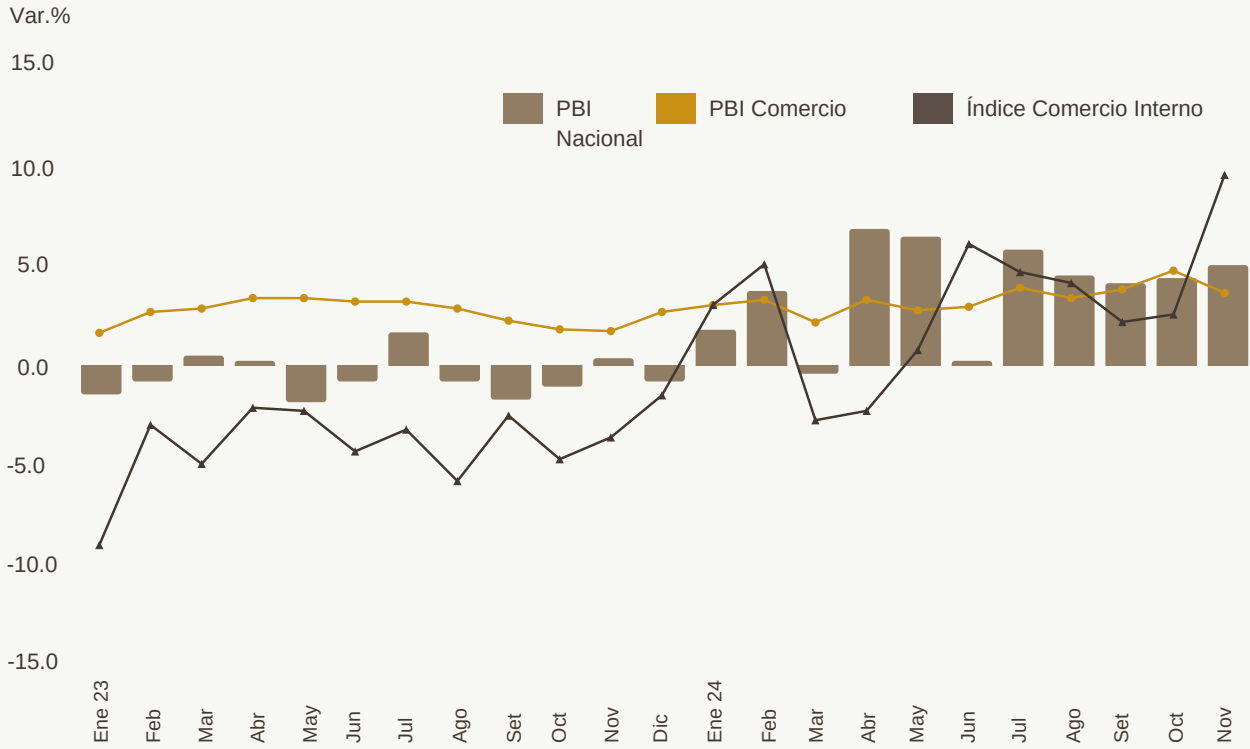
1/ En el presente boletín, las ventas del comercio interno se aproximan como las ventas de los grandes almacenes, supermercados y tiendas especializadas, agregando las actividades de las clases CIIU 4711, 4719, 4752, 4759, 4772 y 4761 de revisión 4.

Producción nacional y del sector comercio

En noviembre de 2024, el PBI nacional experimentó un crecimiento del 3.9%, respecto al mismo mes del año 2023. Asimismo, el sector comercio siguió la tendencia positiva, registrando un incremento

interanual del 3.5%, influenciado por la mayor demanda de las actividades de comercio mayorista (+3.4%) y minorista (+3.4%).

Evolución del PBI nacional, PBI comercio e Índice de comercio interno¹, Enero 2023-Noviembre 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

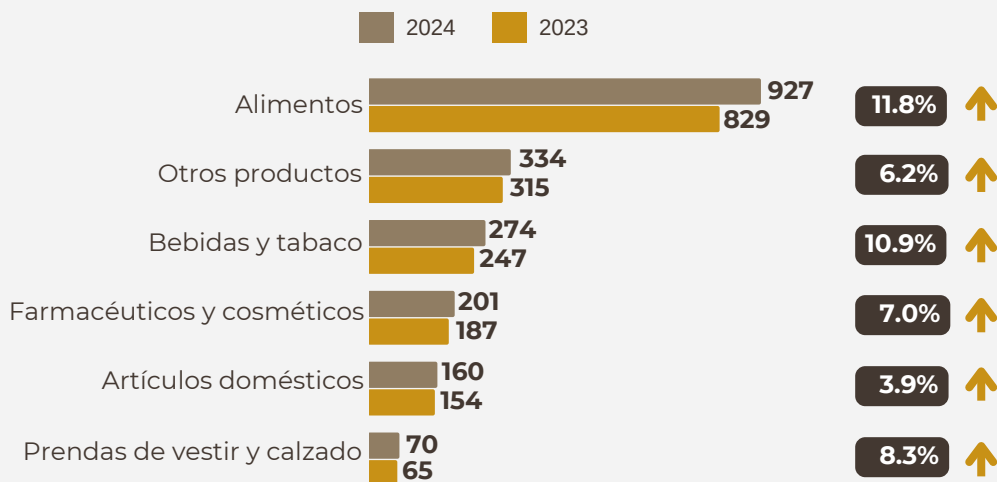
Desempeño según actividades

Ventas en tiendas por supermercados e hipermercados

En noviembre de 2024, las ventas de los supermercados e hipermercados registraron un aumento del 9.4%, debido a la mayor facturación en las ventas de productos

básicos como los alimentos (+11.8%), bebidas y tabaco (+10.9%), y productos farmacéuticos y cosméticos (+7.0%).

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



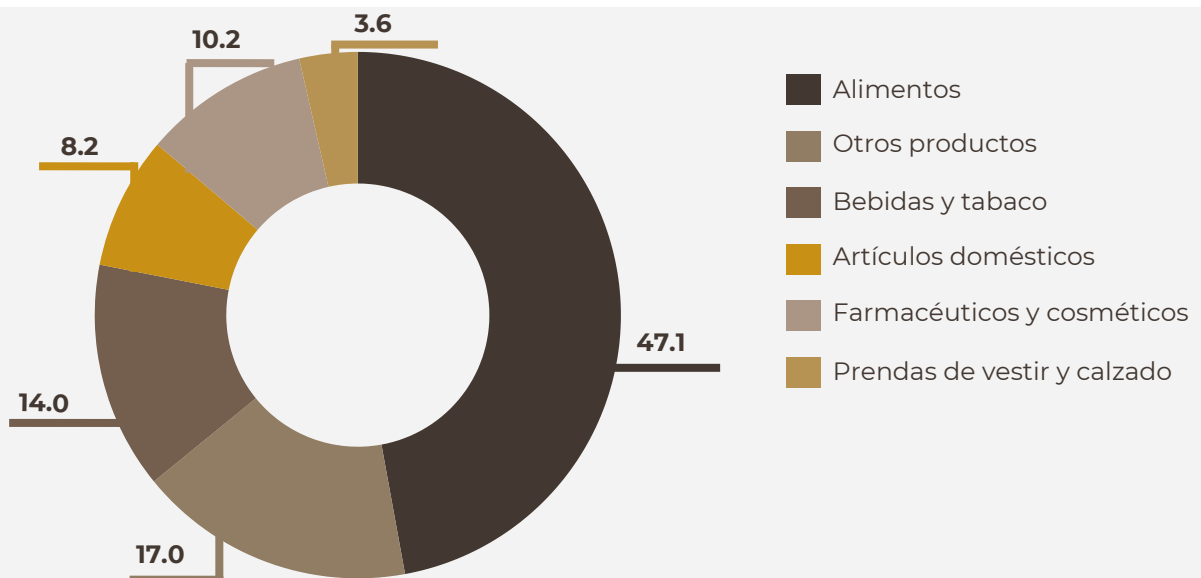
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE



Las ventas de alimentos, bebidas y tabaco concentraron el 61.1% del valor total de ventas facturadas por los supermercados e hipermercados. Mientras que, el restante (38.9%) 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, Wong, Metro, Hipermercados Tottus y Makro Supermayorista.

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



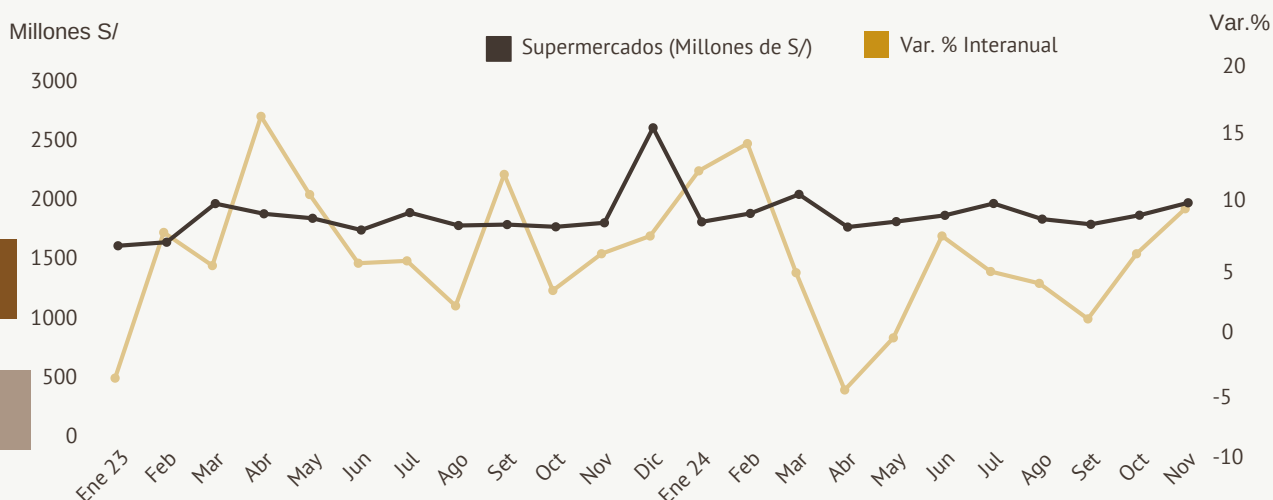
Nota: 1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos.
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

En cuanto a la evolución de las ventas de esta actividad, entre enero y noviembre de 2024 registró un moderado crecimiento de 4.6%, con respecto a similar periodo del año anterior.

Asimismo, se aprecia una importante recuperación en los meses de octubre y noviembre de 2024, asociado al importante aumento de la demanda interna.

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

Enero 2023 a Noviembre 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

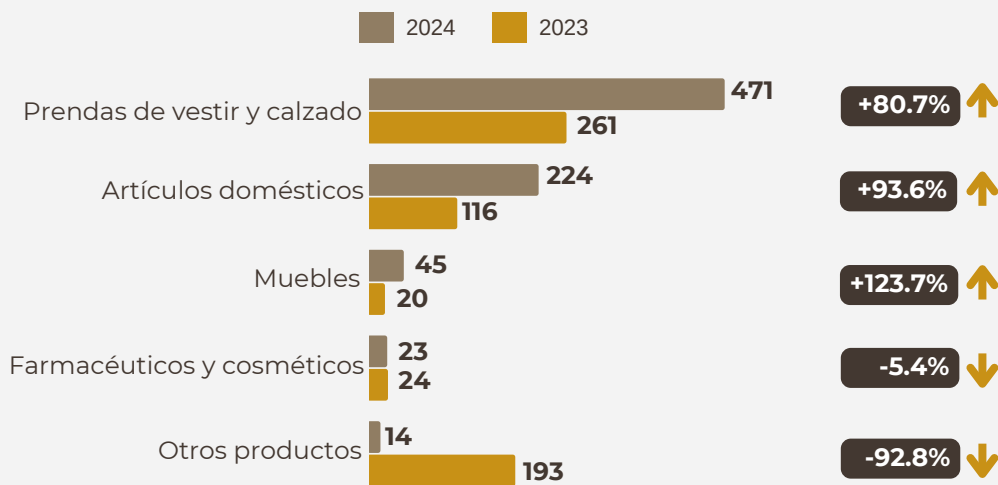
Ventas en tiendas por departamento

En noviembre de 2024, las ventas en las tiendas por departamento registraron un importante aumento del 26.6% con relación al mismo mes del año anterior, debido principalmente a un aumento en la demanda de prendas de vestir y calzado.

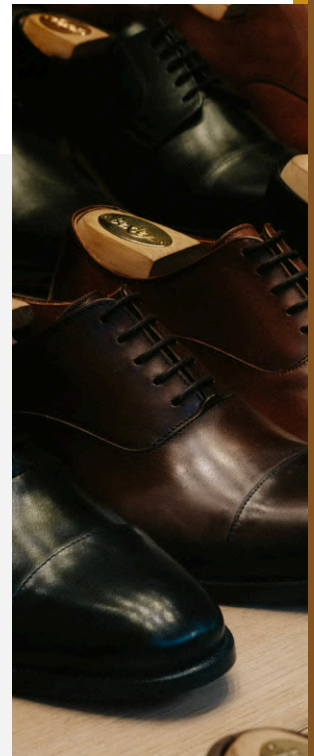
Asimismo, se observa una mayor demanda en las líneas de muebles (+123.7%) y artículos de uso doméstico (+93.6%). En contraste, dicho incremento de la actividad fue atenuada por la caída en las ventas de artículos farmacéuticos y cosméticos (-5.4%) y otros productos (-92.8%).



Ventas por líneas de productos, Noviembre 2023 y Noviembre 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

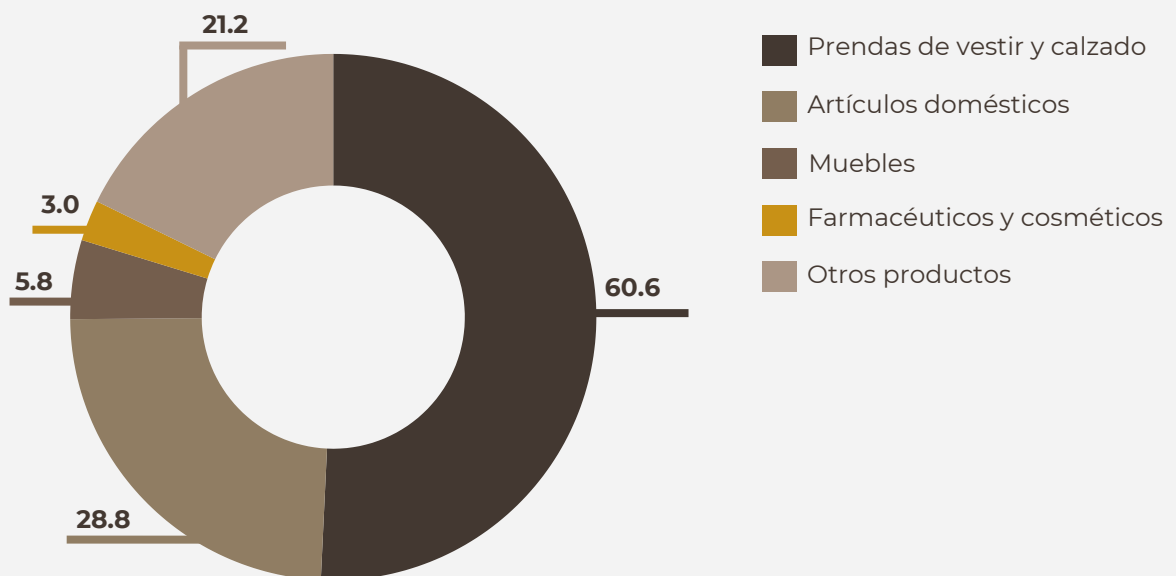


Las ventas de las líneas prendas de vestir, calzados y artículos de uso doméstico constituyeron, en su conjunto, el 89.4% del total de las ventas facturadas en las tiendas por departamento. Luego, le siguen en menor medida las ventas de muebles, productos

farmacéuticos y otros productos.

Entre las empresas de la actividad de tiendas por departamento que destacan por sus niveles de ventas tenemos a Saga Falabella, Tiendas Ripley y Oeschle.

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



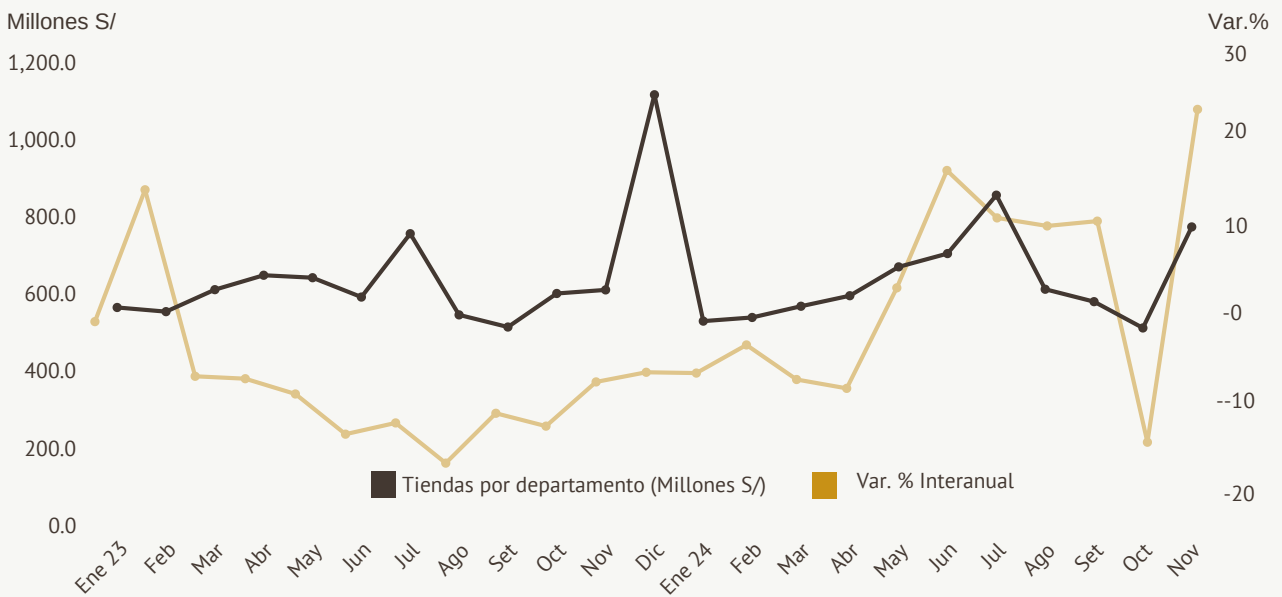
Nota: 1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos.
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

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

En el periodo acumulado de enero a noviembre de 2024, las ventas de esta actividad crecieron en 4.5% con respecto a similar periodo del año anterior, impulsadas por diversas campañas promocionales.

Evolución y variación % de las ventas internas en tiendas por departamentos 1/

Enero 2023 a Noviembre 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

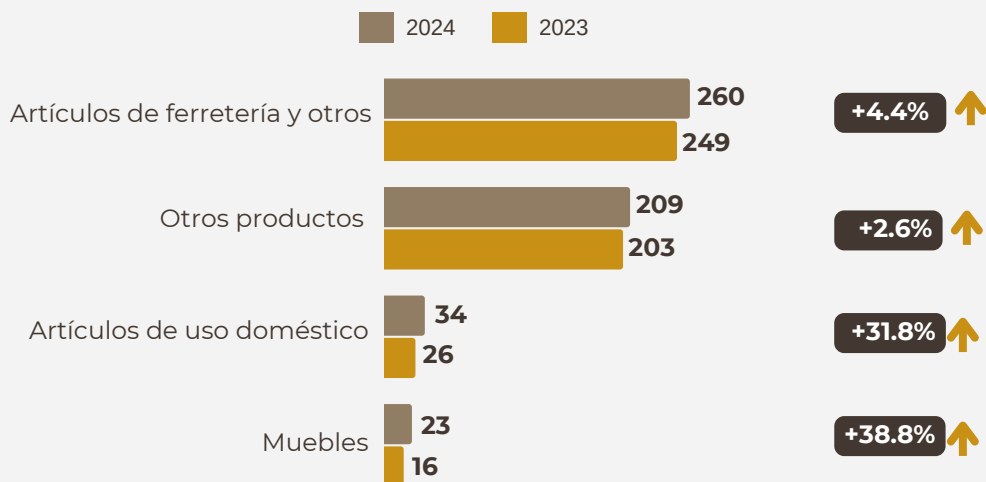
En noviembre de 2024, las ventas de los productos de ferretería y acabado registraron un incremento de 6.2% con relación a noviembre de 2023.

Este resultado responde al aumento en las ventas de muebles (+38.8%), artículos de uso doméstico

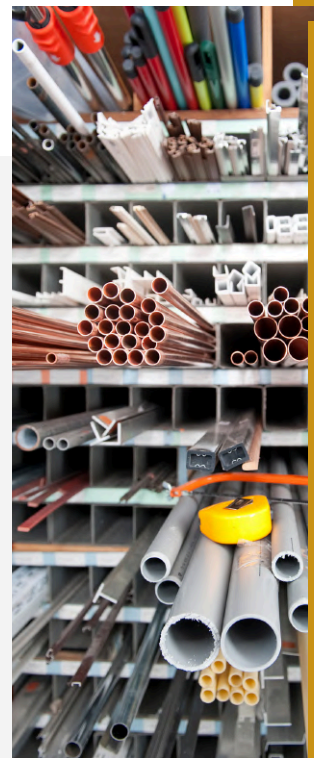
(+31.8%), y en menor medida, artículos de ferretería y otros (+4.4%) y productos diversos (+2.6%), a razón de las mayores inversiones en la ejecución de obras públicas, privadas y de autoconstrucción.



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



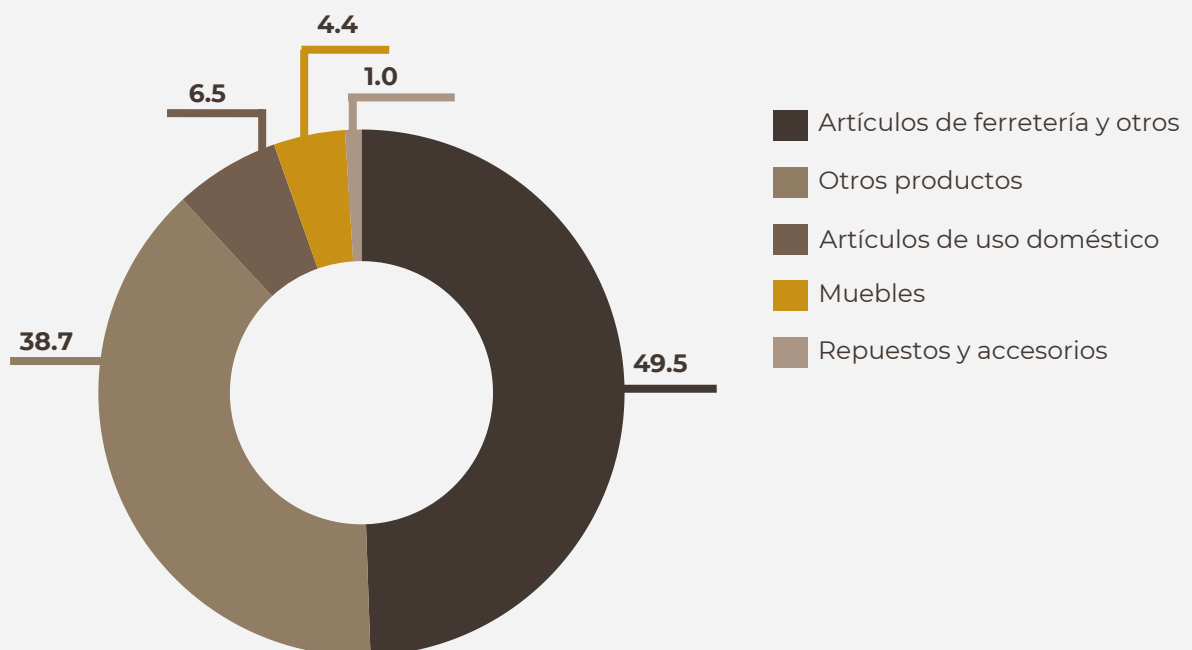
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE



En el mes de noviembre de 2024, la línea de productos de artículos de ferreterías registró una mayor participación en las ventas de esta actividad (49.5%), seguida por la línea de artículos de uso doméstico y muebles, con una

participación del 6.5%, y otros productos (38.7%). 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, Noviembre 2024 (Porcentaje %)



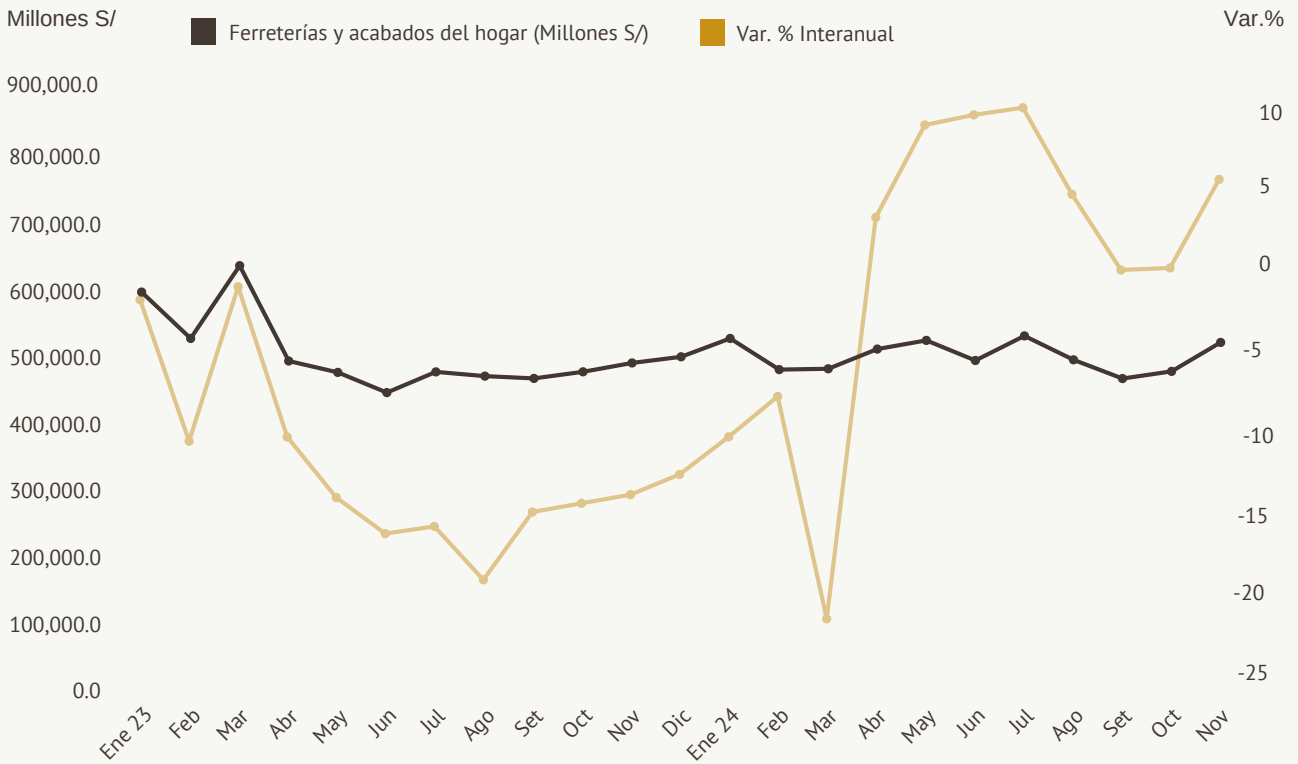
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

Entre enero y noviembre de 2024, la actividad de ferreterías y acabados del hogar registró una ligera caída de 0.8%, con relación a similar periodo del año anterior. Ello debido al 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 Noviembre 2024



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

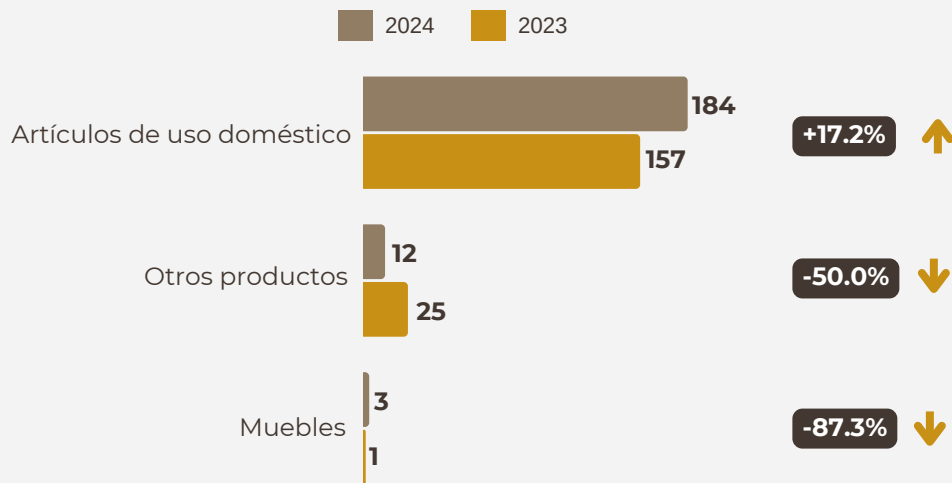
Ventas de productos de equipamiento del hogar

En noviembre de 2024, las ventas de equipamiento del hogar crecieron en 8.7%, debido al aumento del consumo de productos tecnológicos (aparatos y dispositivos digitales). En efecto, se observa un incremento en la

facturación de las ventas de artículos de uso doméstico (+17.2%). En contraste, este resultado fue atenuado por una disminución en las ventas de muebles (-87.3%) y productos diversos (-50.0%).



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



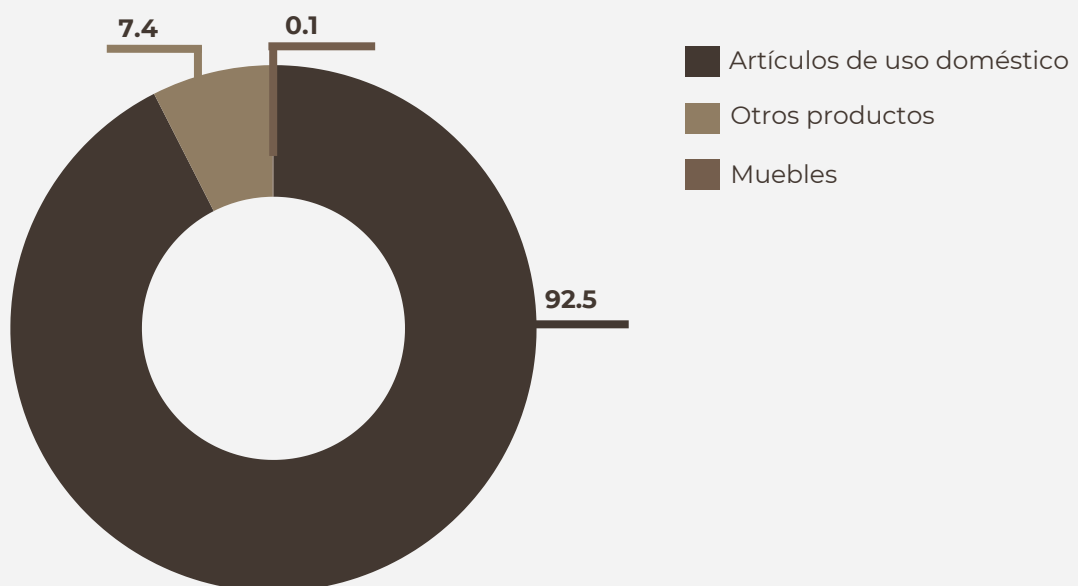
Fuente: INEI, Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE



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 el 7.5%.

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

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

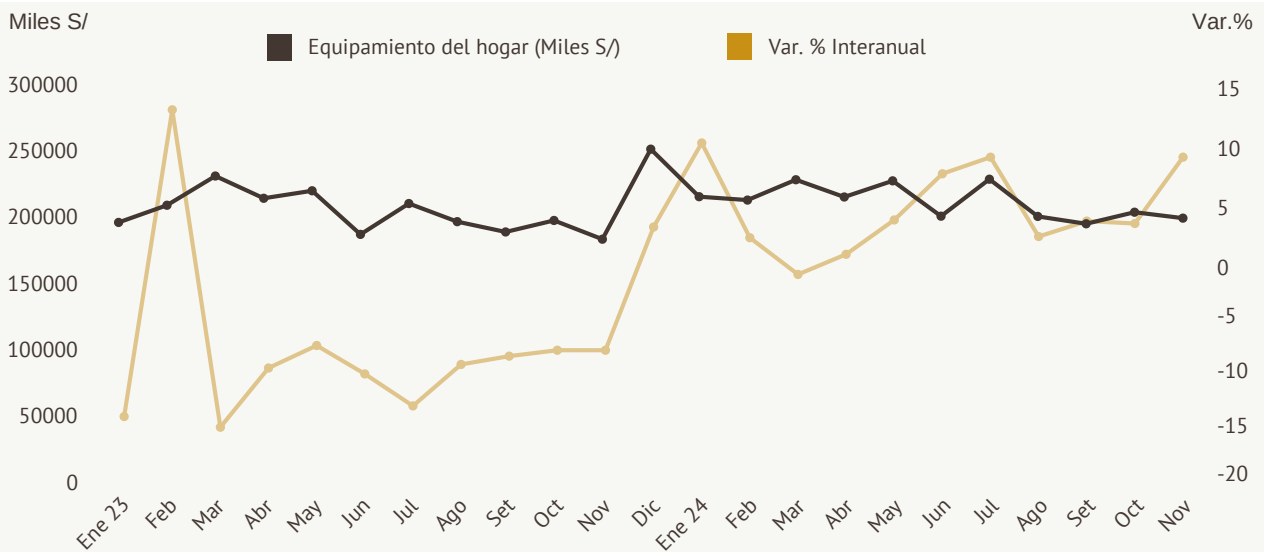


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

Entre enero y noviembre de 2024, las ventas de equipamientos del hogar registraron un crecimiento de 4.2%, impulsadas por la

renovación de sus equipos en la línea blanca, marrón y tecnología, así como, por la recuperación de la demanda interna.

Evolución y variación % de las ventas internas de equipamiento del hogar Enero 2023 a Noviembre 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

En noviembre de 2024, las ventas de farmacias y boticas registraron un moderado crecimiento de 6.9% interanual, impulsado principalmente por un aumento en las ventas de productos farmacéuticos

y medicinales (+8.6%), y en menor medida, por los productos de cuidado personal (+0.7%). Este desempeño refleja el dinamismo de las ventas a través de canales modernos.



Ventas por líneas de productos, Noviembre 2024

(Var. % interanual)

Farmacéuticos y medicinales **8.6**

Productos cuidado personal **0.7**

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

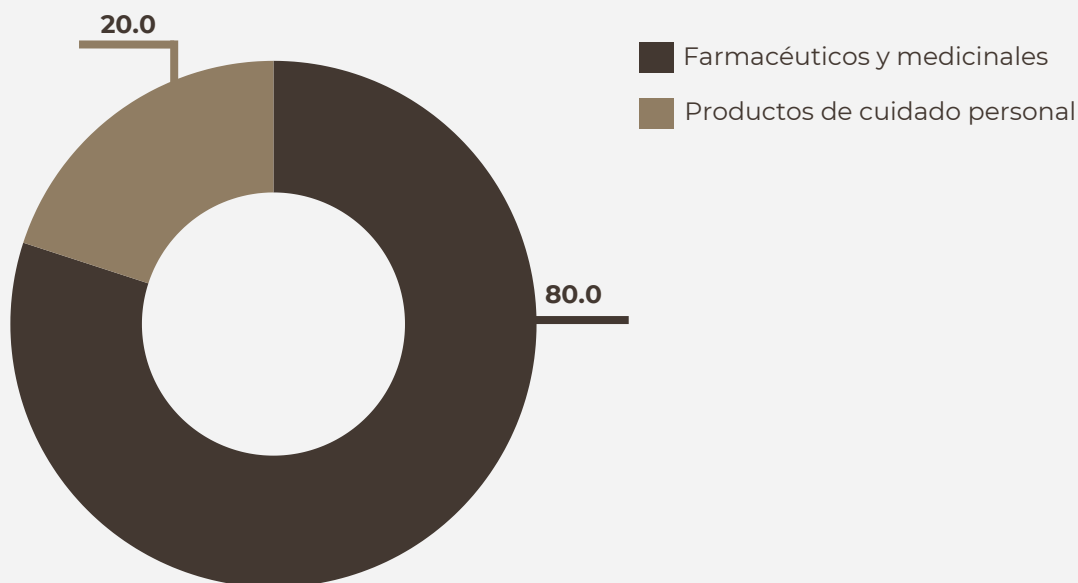


En cuanto a la participación de las líneas de productos de esta actividad, se observa que, en noviembre del 2024, las ventas de productos farmacéuticos y medicinales concentraron el 80.0%, seguido de las ventas

de productos de cuidado personal (20.0%). Entre las principales farmacias que destacan con mayores niveles de ventas en este mes se encuentran MiFarma, Ekerd Perú, CETCO, ALBIS y Productos Avon.

Participación de líneas de productos farmacéuticos y cuidado personal, Noviembre 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

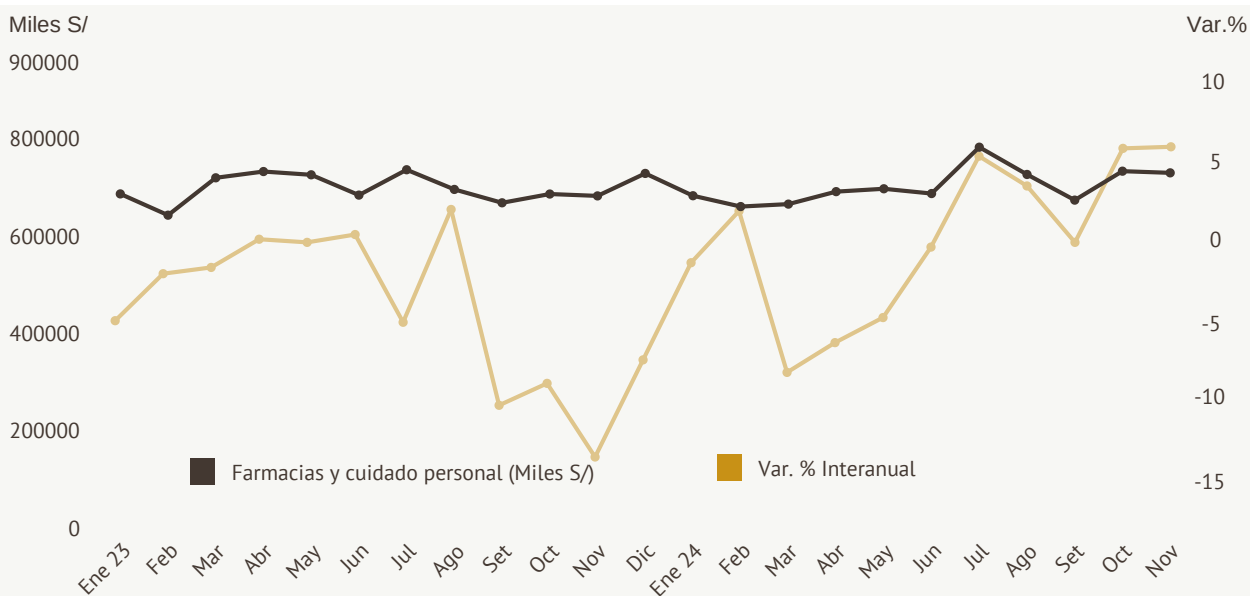


Entre enero y noviembre de 2024, las ventas de las farmacias y boticas registraron un ligero incremento de 0.9%, con respecto a similar periodo del año anterior.

Impulsado, principalmente, por un moderado incremento registrado en los dos últimos meses (octubre y noviembre) en la actividad de productos farmacéuticos y de cuidado personal.

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

Enero 2023 a Noviembre 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

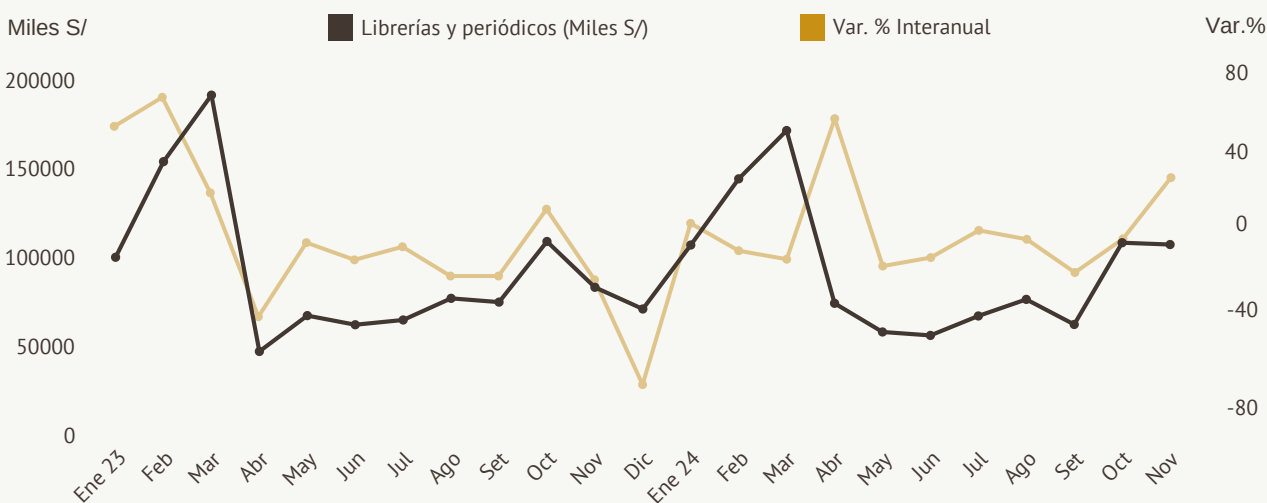
En noviembre de 2024, las ventas de libros, periódicos y artículos de papelería experimentaron un importante crecimiento de 28.9% interanual. Este resultado fue impulsado por el aumento en las ventas de productos diversos como papeles de regalo, calendarios

y almanques; favorecidas por las campañas de fiestas navideñas.

Entre las principales empresas que destacan en las ventas de esta actividad se encuentran la 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 Noviembre 2024



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

Desempeño e importancia de los supermercados en el sector retail a noviembre de 2024

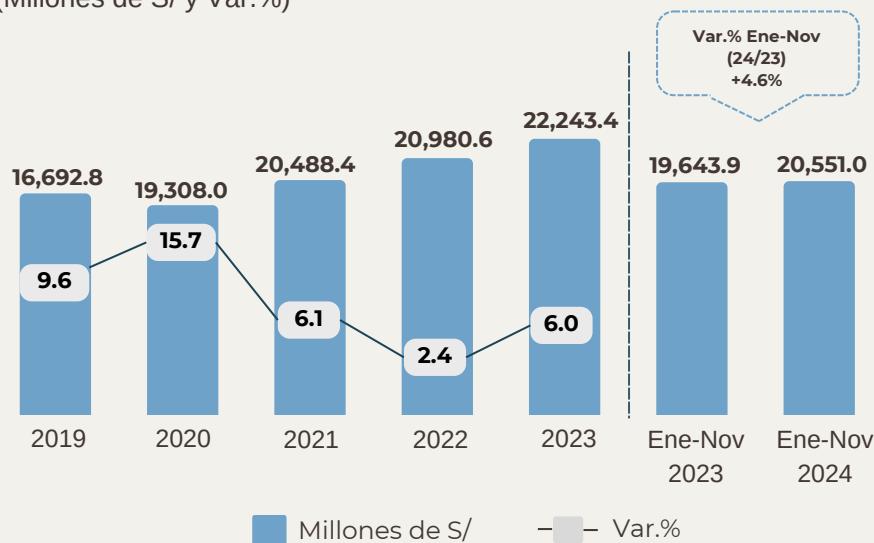
Los supermercados son establecimientos que ofrecen una amplia variedad de productos de consumo tales como alimentos, bebidas, artículos y equipamientos del hogar, productos de limpieza, entre otros (Ullah et al., 2022). Esta actividad del comercio interno se ha vuelto cada vez más competitiva y compleja, evolucionando hacia grandes cadenas de supermercados a nivel país, ofreciendo miles de productos en la mayor parte del mundo, atendiendo a millones de hogares a través de múltiples canales (físicos y digitales) con bajos márgenes en comparación con otras industrias

(Deloitte, 2023). Asimismo, desempeñan un papel importante en la economía en cuanto a la generación de empleo, debido a los importantes niveles de inversión que conlleva incursionar en este modelo de negocio (Zipitría, 2011).

Entre los años 2019 y 2023, las ventas de los supermercados registraron un crecimiento promedio anual de 7.9%, al pasar de S/ 16.6 mil millones en 2019 a S/ 22.2 mil millones en 2023.

Evolución de las ventas de supermercados, 2019 - 2024*

(Millones de S/ y Var.%)



Nota(*): Cifra del periodo acumulado de enero a noviembre

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

Elaboración: PRODUCE-OGEIEE-OEE

Dicho crecimiento estuvo asociado al buen desempeño del consumo de los hogares, principalmente, en productos de la canasta básica (alimentos y bebidas), el cual se vio reflejado en la recuperación del consumo privado (+1.7% en promedio por año).

Entre enero y noviembre de 2024, las ventas registradas por los supermercados acumularon un total de S/ 20.5 mil millones, lo que representó un avance de 4.6% interanual,

debido al mayor consumo de los hogares, principalmente, en alimentos y bebidas ante una recuperación de la demanda interna alrededor de 3.3%.

Asimismo, se estima que la actividad de supermercados habría aportado con el 1.4% al PBI nacional y generado cerca de 50 mil puestos de trabajo, cifra que representó el 45% del empleo total privado registrado en el comercio interno.

Por línea de producto, entre enero y noviembre 2024, el gasto de los hogares se concentró principalmente en el rubro de alimentos, el cual registró un crecimiento de 6.4% interanual.

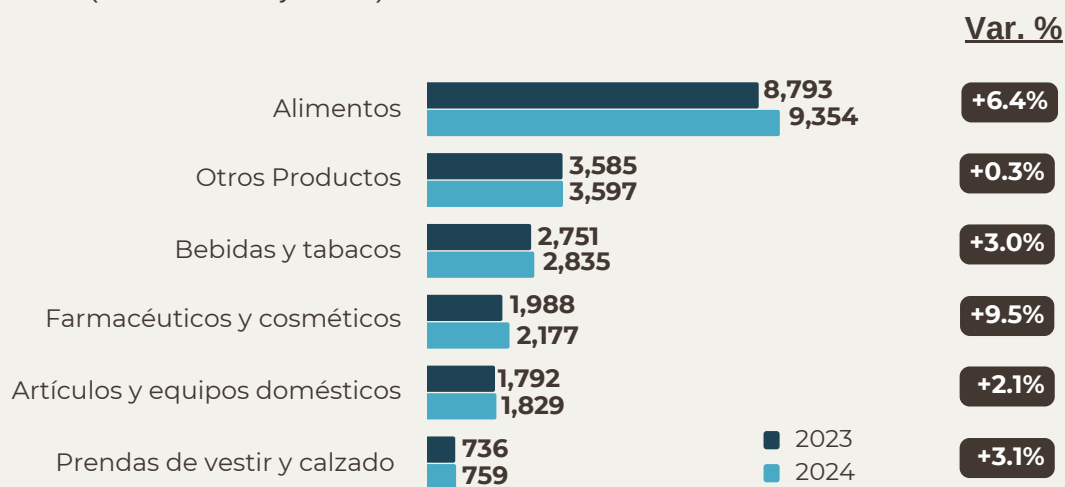
Asimismo, incidieron en el aumento las líneas de bebidas y tabaco (+3.0%), artículos farmacéuticos y cosméticos (+9.5%), artículos y equipos de uso doméstico (+2.1%), prendas de vestir y

calzado (+3.1%) y otros productos (+0.3%). En cuanto al nivel de empleo generado en los supermercados, éste registra un crecimiento de 2.3%, en promedio anual, entre 2019 y 2023.

En 2023, el nivel de empleo disminuyó ligeramente en 0.8%, debido a la contracción de la demanda interna que conllevó a menores contrataciones del personal.

Ventas de los supermercados según línea de producto, 2023-2024 (Ene-Nov)

(Millones de S/ y Var %)



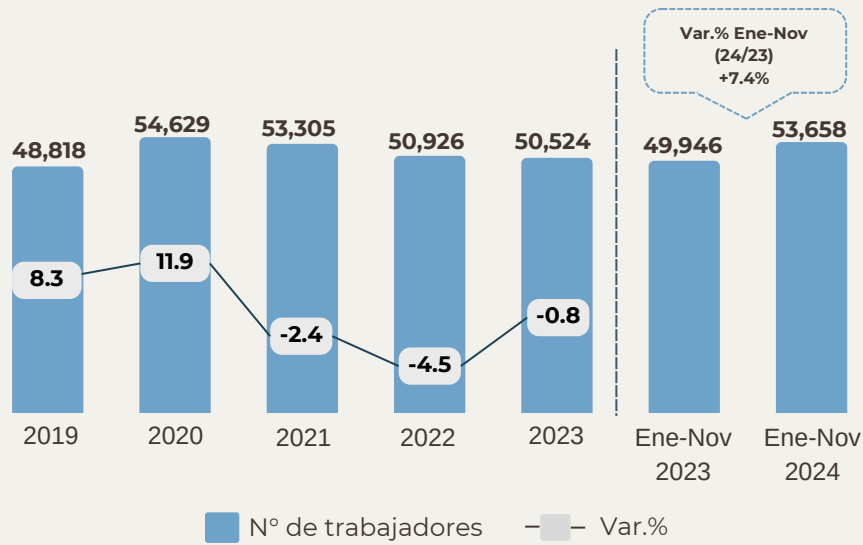
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE-OGEIEE-OEE

Sin embargo, en el periodo de enero y noviembre 2024, se estima que el nivel de empleo ascendió a 53 mil 648 trabajadores, significando un crecimiento de 7.4%, con respecto a similar periodo del año anterior.

Dicho avance fue resultado de un aumento en el empleo permanente (+6.9%), que representa el 80% del empleo total en los supermercados. Así también, incidió el incremento del nivel de empleo eventual (+9.4%).

Evolución del nivel de empleo en supermercados, 2019-2024

(Número de trabajadores y Var.%)



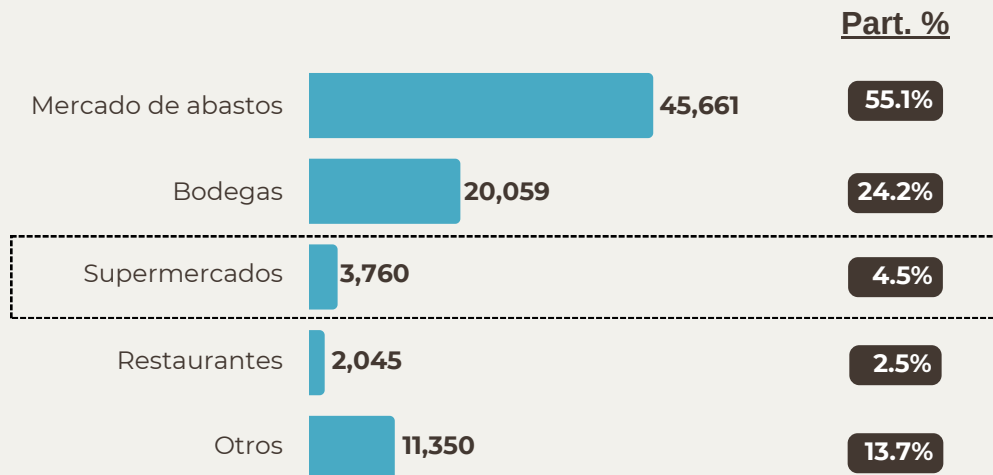
Fuente: Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE-OGEIEE-OEE

Según la estructura del gasto de los hogares en alimentos y bebidas por lugar o canal de compra, los supermercados se ubican como el tercer canal de compra con una participación de 4.5% en el total

del gasto de los hogares por alimentos; después de los mercados de abastos (55.1%) y bodegas (24.2%), que en su conjunto representan el 79.3% del gasto de los hogares en alimentos y bebidas.

Estructura del gasto de los hogares en alimentos según lugar de compra

(Millones de S/ y Part. %)

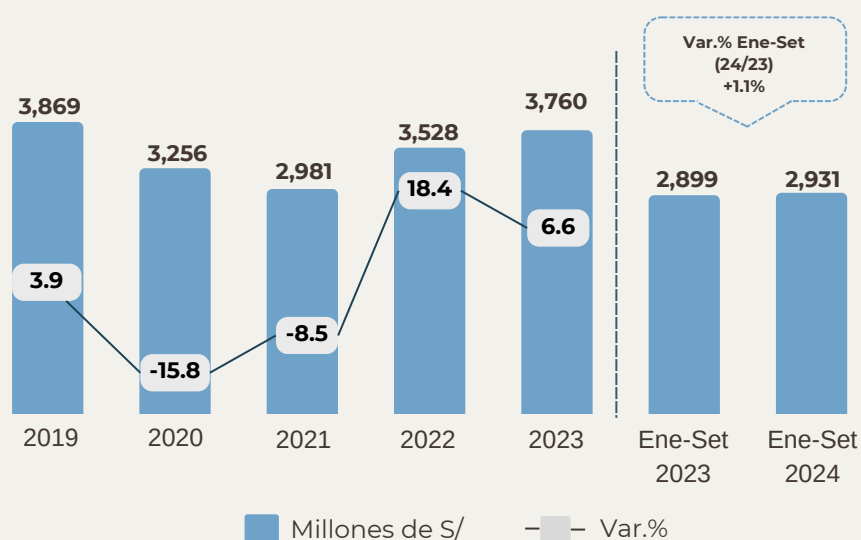


Fuente: ENAHO (2023)
Elaboración: PRODUCE-OGEIEE-OEE

Al tercer trimestre de 2024, el gasto de los hogares por alimentos en supermercados ascendió a S/ 2,605 millones, lo que representó un ligero crecimiento de 1.1% interanual, asociado a un aumento en el consumo de los hogares en alimentos y bebidas, favorecido por la recuperación de la

demanda interna. A nivel regional, Lima habría representado el 73.3% del gasto total de alimentos y bebidas en supermercados a nivel nacional, seguido de Piura (4.6%), Callao (3.5%), Arequipa (3.3%) y La Libertad (2.8%), al tercer trimestre del 2024.

Gasto de los hogares en alimentos según lugar de compra, 2019-2024 (Ene-Set)
(Millones de S/ y Var.%)



Fuente: INEI - ENAHO (Al tercer trimestre de 2024)
Elaboración: PRODUCE-OGEIEE-OEE

Otras variables del sector

Personal Ocupado

En noviembre de 2024, el personal ocupado del sector de comercio interno disminuyó en 0.2% interanual. Ello debido a la reducción en las contrataciones de personal en las actividades como tiendas por departamento (-2.6%), ferreterías y acabados del hogar (-5.9%) y equipamiento del hogar (-0.3%). En contraste, se aprecia un aumento del personal ocupado en la actividad de los supermercados e hipermercados (+1.3%), libros, periódicos y artículos de papelería (+4.9%) y farmacias y boticas (+1.5%).

Por tipo de empleo, disminuyeron las contrataciones del personal eventual (-13.0% interanual). En contraste, se observa un incremento en el personal permanente (+4.4%).

Según el tipo de género, el sector de comercio interno registró una disminución en la contratación del personal femenino (-2.3%). En contraste, se aprecia un incremento en la demanda del personal masculino (+2.4%).

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

CIU ^a	Actividad	Total		Tipo de empleo			
				Permanentes	Eventuales	Varones	Mujeres
	Var.% ¹ (Nov 24/Nov 23)	-0.2		4.4	-13.0	2.4	-2.1
	Noviembre 2024	115,996	Var.%¹	89,134	26,862	50,338	65,658
4711	Supermercados e hipermercados	53,658	1.3	42,820	10,838	26,392	27,266
4719	Tiendas por departamentos ²	17,678	-2.6	11,568	6,110	7,501	10,177
4752	Ferreterías y acabados del hogar	14,426	-5.9	14,335	91	8,463	5,963
4759	Equipamiento del hogar	5,013	-0.3	4,200	813	2,969	2,044
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	2,155	4.9	1,267	888	1,150	1,005
4772	Farmacias y boticas	23,066	1.5	14,944	8,122	3,863	19,203

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 que operaron en el sector comercio interno, en noviembre de 2024 ascendió a 6,144 establecimientos, cifra mayor en 638 locales, en comparación a noviembre del 2023. La principal actividad que incidió en dicho aumento fueron los supermercados e hipermercados (475 locales más), seguido de farmacias y de

cuidado personal (155 locales más), y en menor medida, las tiendas por departamento (2 locales más), ferreterías y acabados del hogar (1 locales más), equipamiento del hogar (4 locales más) y libros periódicos y artículos de papelería (1 local más).

Número de tiendas según clase CIU (Noviembre 2024)

CIU ^a	Actividad	Nov-23	Nov-24	Var.% Nov (24/23)
4711	Supermercados e hipermercados	2,007	2,482	23.7
4719	Tiendas por departamentos	195	197	1.0
4752	Ferreterías y acabados del hogar	151	152	0.7
4759	Equipamiento del hogar	297	301	1.3
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	170	171	0.6
4772	Farmacias y cuidado personal	2,686	2,841	5.8
	Total	5,506	6,144	11.6

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

