



PERÚ

Ministerio
de la Producción

**BOLETÍN
ESTADÍSTICO**

Reporte de Comercio Interno

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

Mayo 2025





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, Mayo 2025

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

Mayo 2025

Grandes Almacenes, Supermercados y
Tiendas Especializadas

03 Introducción

04 Producción
nacional y del
sector comercio

04 Desempeño
según
actividades

16 Desempeño del
gasto de los
hogares en
alimentos y bebidas
en bodegas a junio
de 2025

19 Otras variables
del sector

REPORTE DE COMERCIO INTERNO

Grandes almacenes e hipermercados minoristas

Mayo 2025

Introducción

En mayo de 2025, las ventas del sector comercio interno ^{1/} crecieron en 8.8% interanual, impulsadas principalmente por el dinamismo de la demanda interna (+9.0%). Este resultado se vio favorecido por las intensas campañas por el Día de la Madre, que estimularon un mayor nivel de ventas en el sector retail.

Por actividad económica, destacaron los incrementos en las ventas de supermercados e hipermercados (+10.8%), tiendas por departamento (+11.8%), comercios de equipamiento del hogar (+11.8%), farmacias y boticas (+7.1%), así como librerías, periódicos y artículos de papelería (+8.7%).

Desempeño de las ventas internas según grupo y clase CIIU, ^{2/} Mayo 2025

(Millones de soles a precios corrientes)

CIIU ^(a)	Actividad	May-24	May-25 ^(b)	Var. % May 25/24
	Total	3,992	4,344	8.8
4711	Supermercados e hipermercados ^{3/}	1,807.8	2,003.2	10.8
4719	Tiendas por departamentos ^{4/}	673.8	753.2	11.8
4752	Ferreterías y acabados	528.1	527.8	-0.1
4759	Equipamiento del hogar	227.3	254.2	11.8
4772	Farmacias y boticas	696.8	746.2	7.1
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	58.2	59.7	2.4

Nota: Cifras sujetas a reajuste

(a) Clase CIIU (cuatro dígitos en Rev.4)

(b) Cifras sujetas a reajuste

2/ 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.

3/ La CIIU 4711 considera también a las tiendas de conveniencias

4/ 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

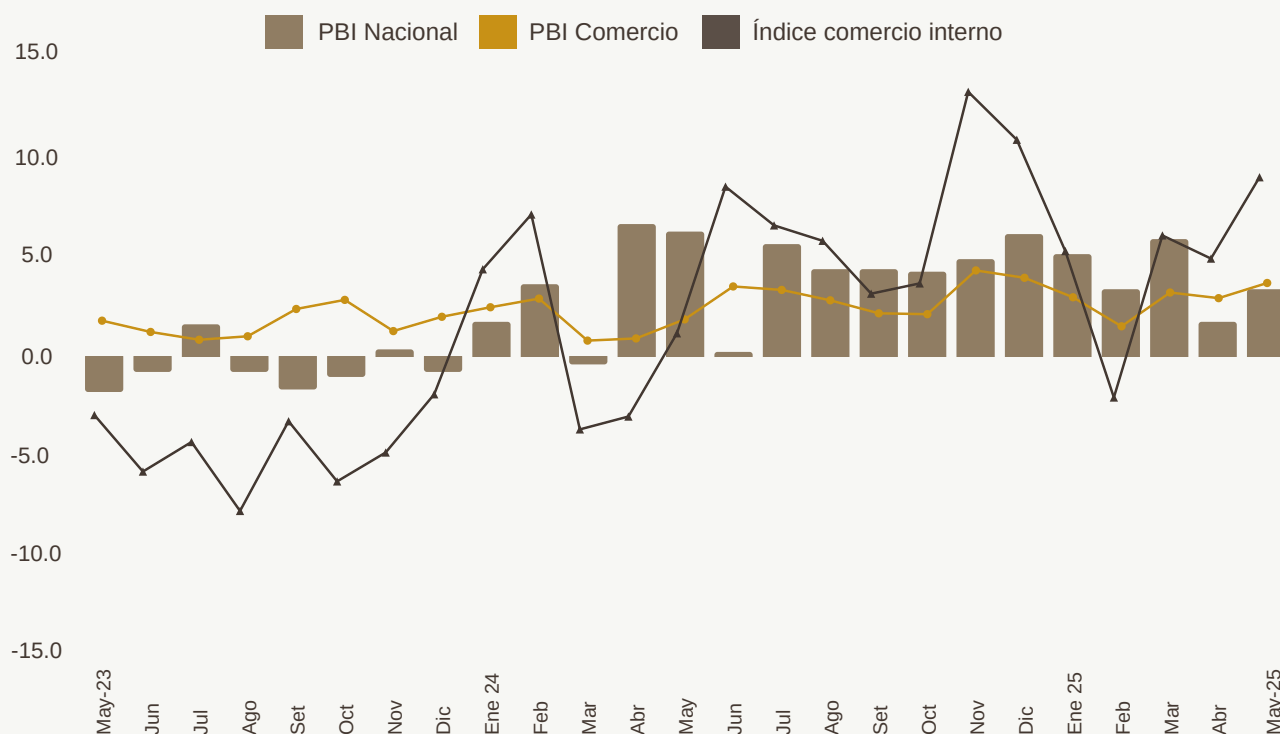
1/ En el presente boletín, las ventas del comercio interno se aproximan como las ventas de los grandes almacenes, supermercados y tiendas especializadas, agregando las actividades de las clases CIIU 4711, 4719, 4752, 4759, 4772 y 4761 de revisión 4.

Producción nacional y del sector comercio

En mayo de 2025, el PBI nacional experimentó un crecimiento del 2.7%, respecto al mismo mes del año 2024. Asimismo, el PBI del sector comercio mantuvo una tendencia positiva, registrando un incremento interanual de 3.1%,

influenciado por un aumento en la demanda de las actividades del comercio mayorista (+2.9%) y minorista (+2.8%).

Evolución del PBI nacional, PBI comercio e Índice de comercio interno,¹ Mayo 2023-Mayo 2025 (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

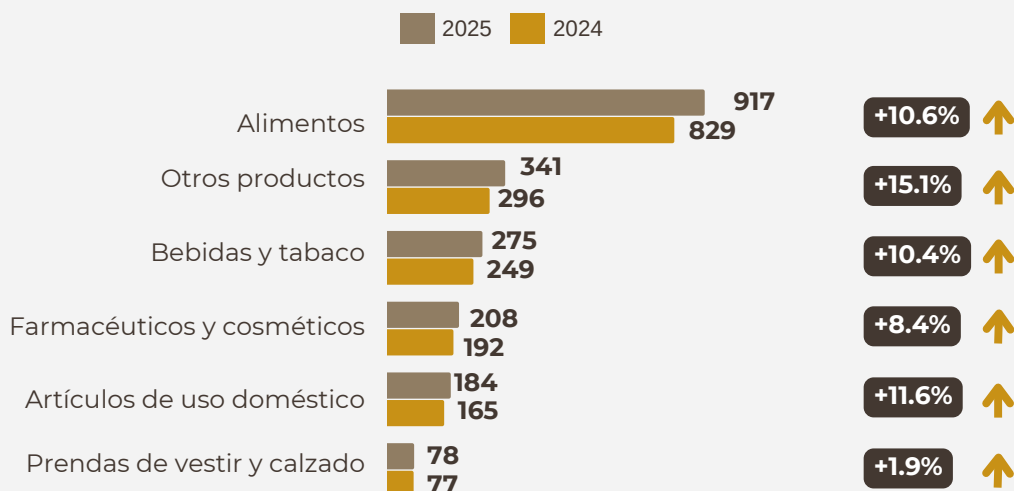
Ventas en tiendas por supermercados e hipermercados

En mayo de 2025, las ventas de los supermercados e hipermercados registraron un incremento de 10.8% interanual, como resultado de la mayor demanda de otros productos (+15.1%), Bebidas y tabaco (+10.4%),

artículos de uso doméstico (+11.6%), farmacéuticos y cosméticos (+8.4%), alimentos (+10.6%), y menor medida, por las prendas de vestir y calzado (+1.9%).

Ventas por líneas de productos, Mayo 2024 y 2025

(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

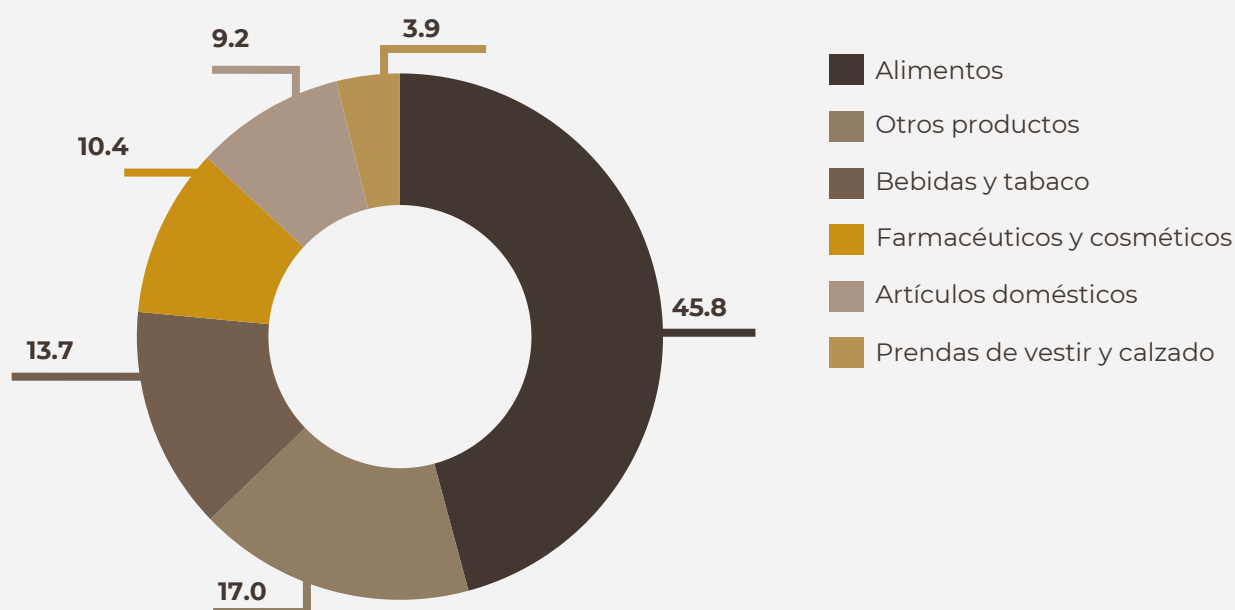


Las líneas de alimentos y bebidas concentraron el 59.5% del valor total de ventas facturadas por los supermercados e hipermercados; mientras que, el restante (40.5%) correspondió a productos de artículos de uso doméstico, farmacia y cosméticos, prendas de vestir y calzado, y otros productos.

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

Participación de líneas de productos en supermercados e hipermercados,^{1/} Mayo 2025

(Porcentaje %)



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

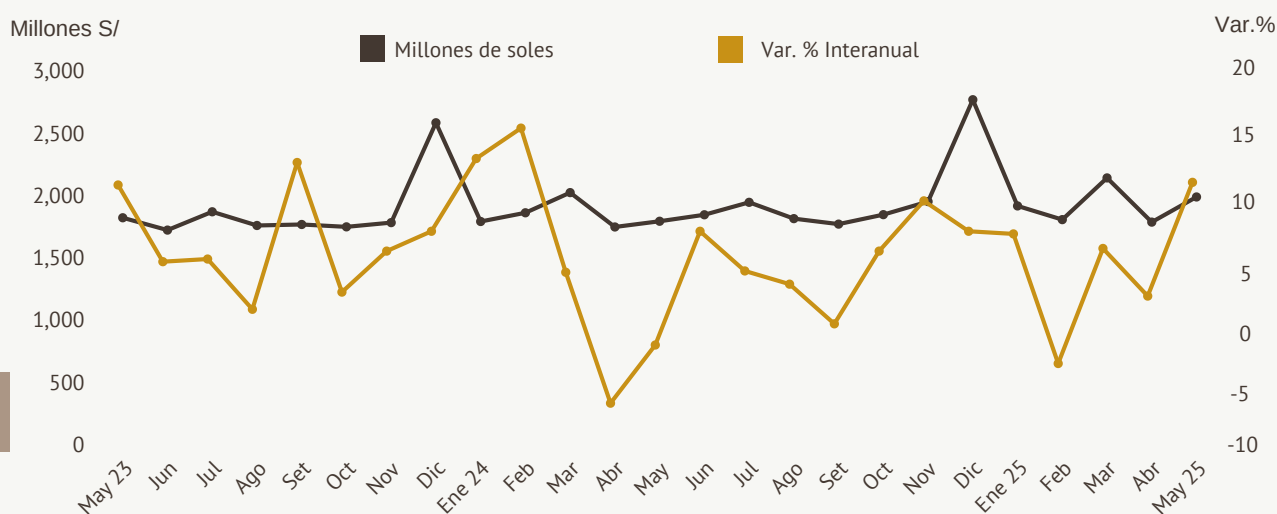
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

En cuanto a la evolución de las ventas de esta actividad, entre enero y mayo de 2025 registró un crecimiento de 4.5%, con respecto a similar periodo del año anterior. Este resultado responde principalmente a

las mayores ventas en alimentos (+4.6%). En contraste, atenuaron este crecimiento las menores ventas de bebidas y tabacos (-15.4%) y otros productos (-9.6%).

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

Mayo 2023 a Mayo 2025



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

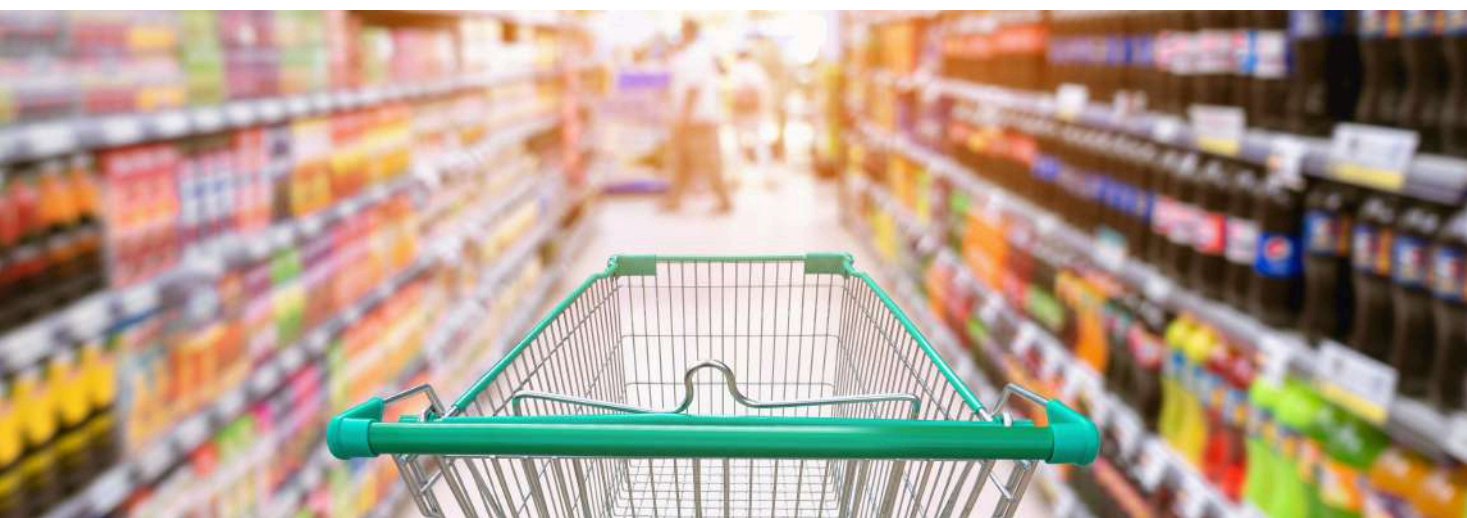
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas

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

Ventas en tiendas por departamento

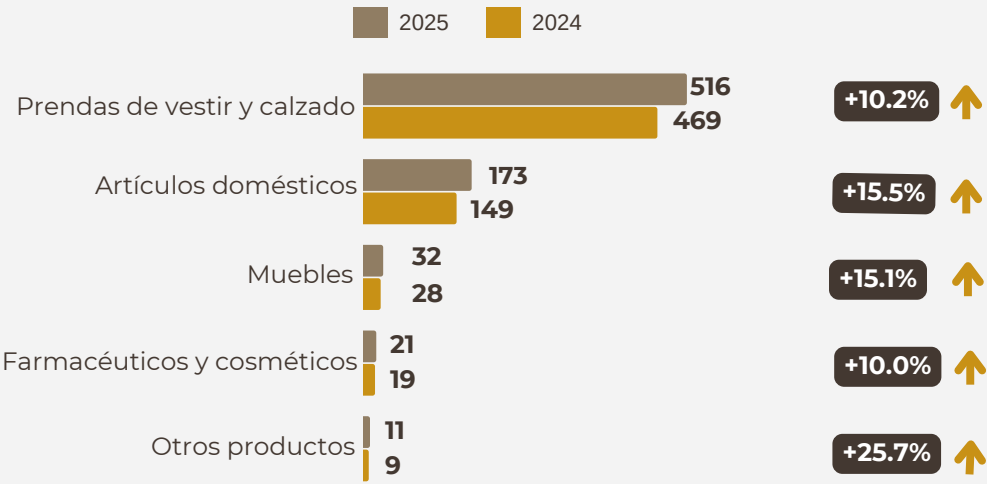
En mayo de 2025, las ventas en las tiendas por departamento registraron un importante crecimiento de 11.8% en comparación con el mismo mes del año anterior. Este resultado se explica por las mayores ofertas que se registraron por la campaña del Día de la Madre.

Entre las categorías que impulsaron el crecimiento de este rubro destacan las prendas de vestir y calzado (+10.2%), artículos de uso doméstico (+15.5%), muebles (+15.1%), farmacéuticos y cosméticos (+10.0%).



Ventas por líneas de productos, Mayo 2024 y 2025

(Millones de soles y Var. % interanual)



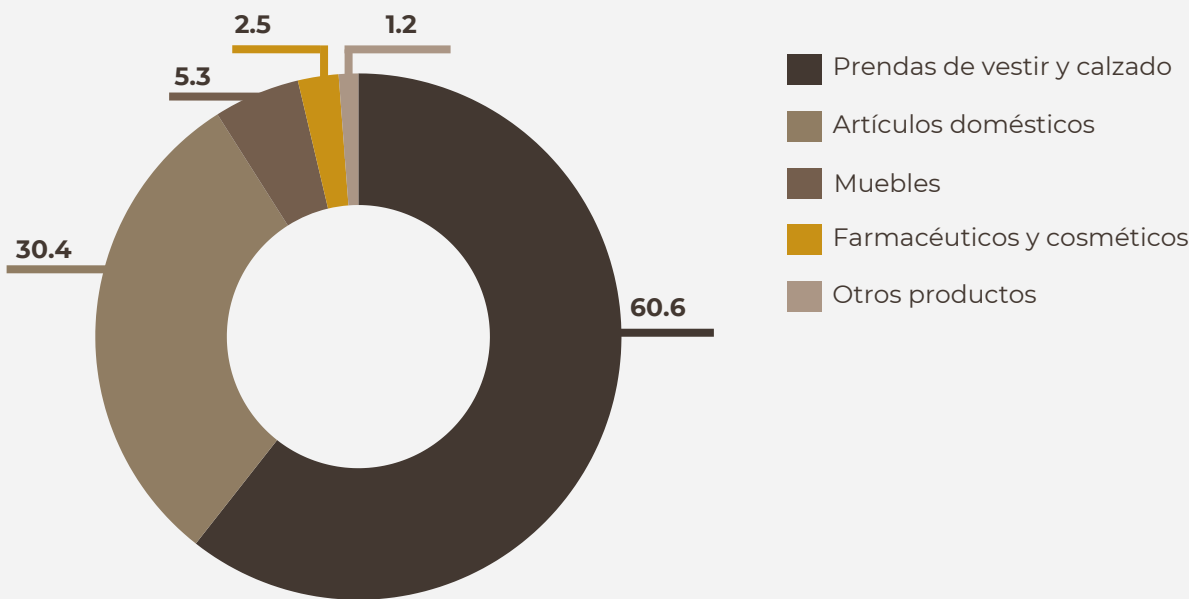
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

Las ventas de prendas de vestir y calzado, y artículos de uso doméstico representaron en conjunto el 91.0% del valor total facturado por las tiendas por departamento. En menor medida, les siguieron las ventas de muebles, productos farmacéuticos y otros productos.

Entre las principales 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/} Mayo 2025

(Porcentaje %)



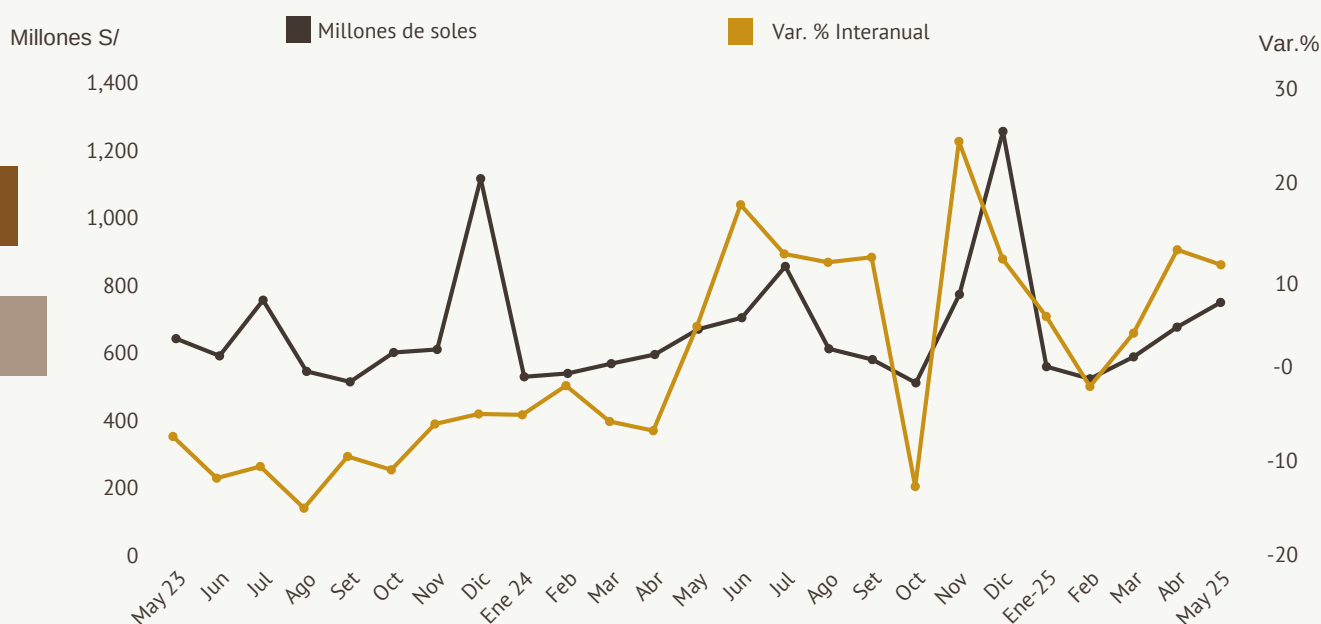
Nota: 1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos.
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE



Esta actividad en el periodo de enero a mayo 2025, registró un crecimiento de 6.7% con respecto a similar periodo del 2024, debido a un aumento en la demanda de productos de

las líneas de muebles (+9.8%), farmacéuticos y cosméticos (+7.0%) y artículos y equipos doméstico (+6.6%).

Evolución y variación % de las ventas internas en tiendas por departamentos^{1/} Mayo 2023 a Mayo 2025



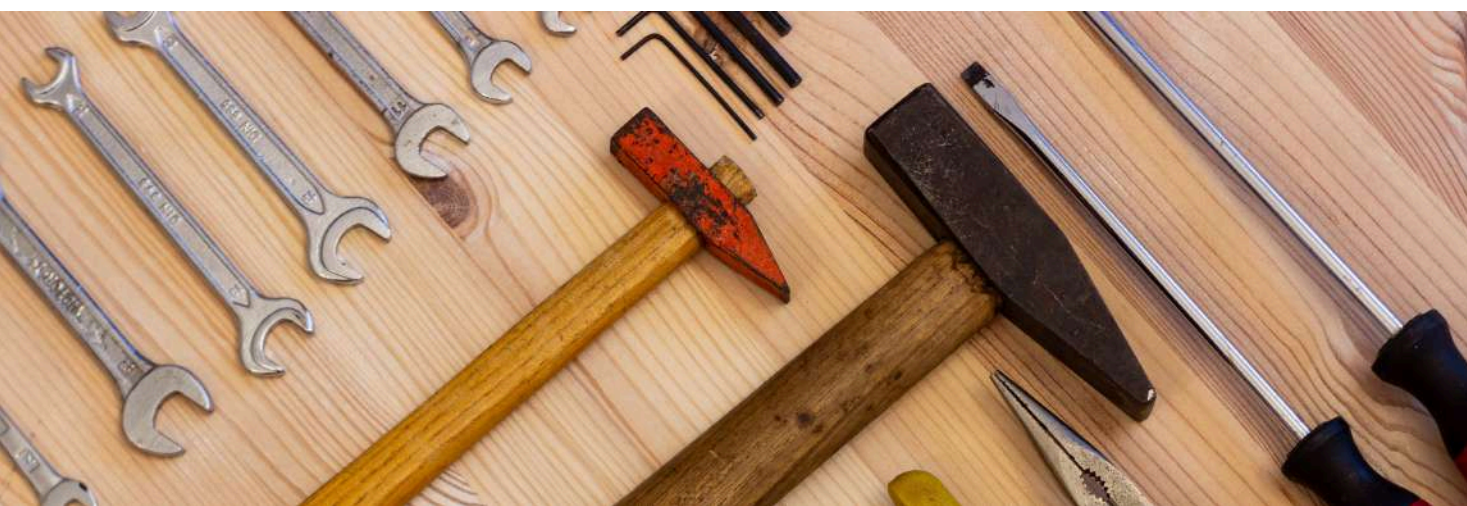
Nota: 1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos.
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

Ventas de productos de ferreterías y acabados

En mayo de 2025, las ventas de productos de ferreterías y acabados, disminuyó en 0.1%. Este resultado se explica por las menores ventas de artículos de ferretería (-18.2%), productos diversos (-9.6%) y artículos de uso doméstico (-33.5%), que fueron afectados

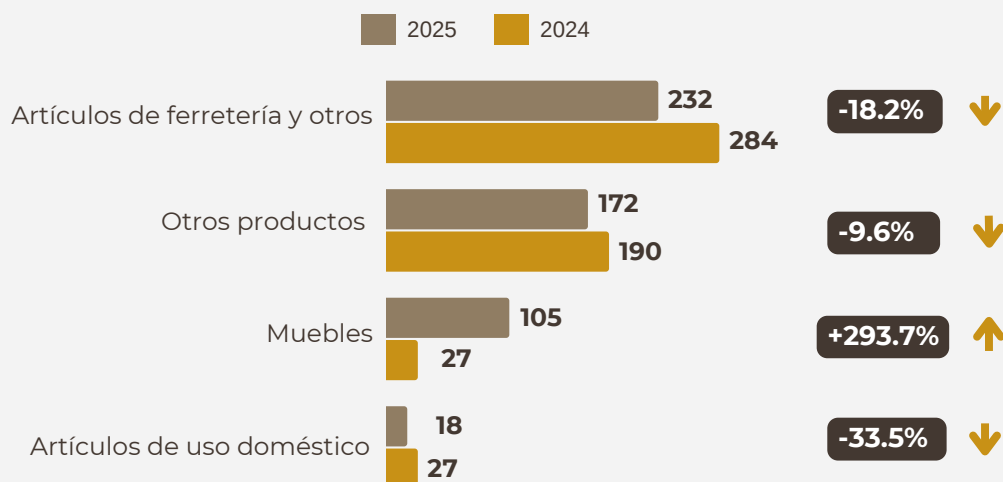
por el menor dinamismo de las inversiones en ejecución de obras locales y regionales.

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



Ventas por líneas de productos, Mayo 2024 y 2025

(Millones de soles y Var. % interanual)



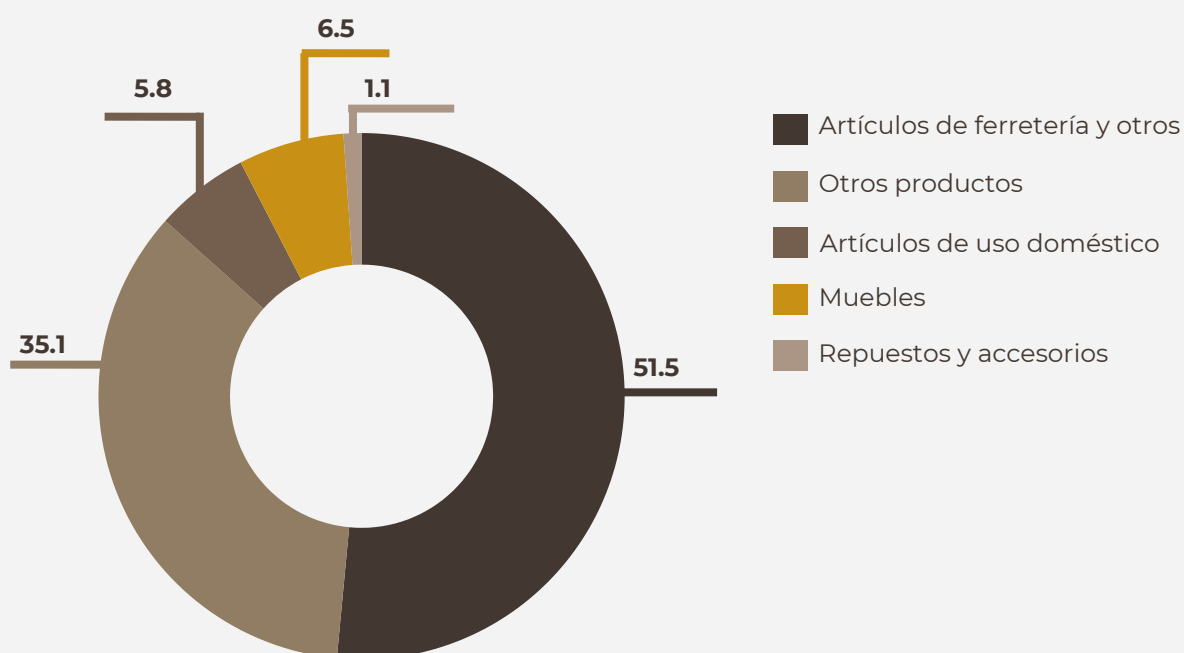
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

La línea de artículos de ferreterías y productos diversos registró una mayor participación en las ventas de esta actividad (75.6%), seguida por la

línea de artículos de uso doméstico y muebles (23.4%) y repuestos y accesorios (0.9%).

Participación de líneas de productos de ferreterías y acabados del hogar, Mayo 2025

(Porcentaje %)



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

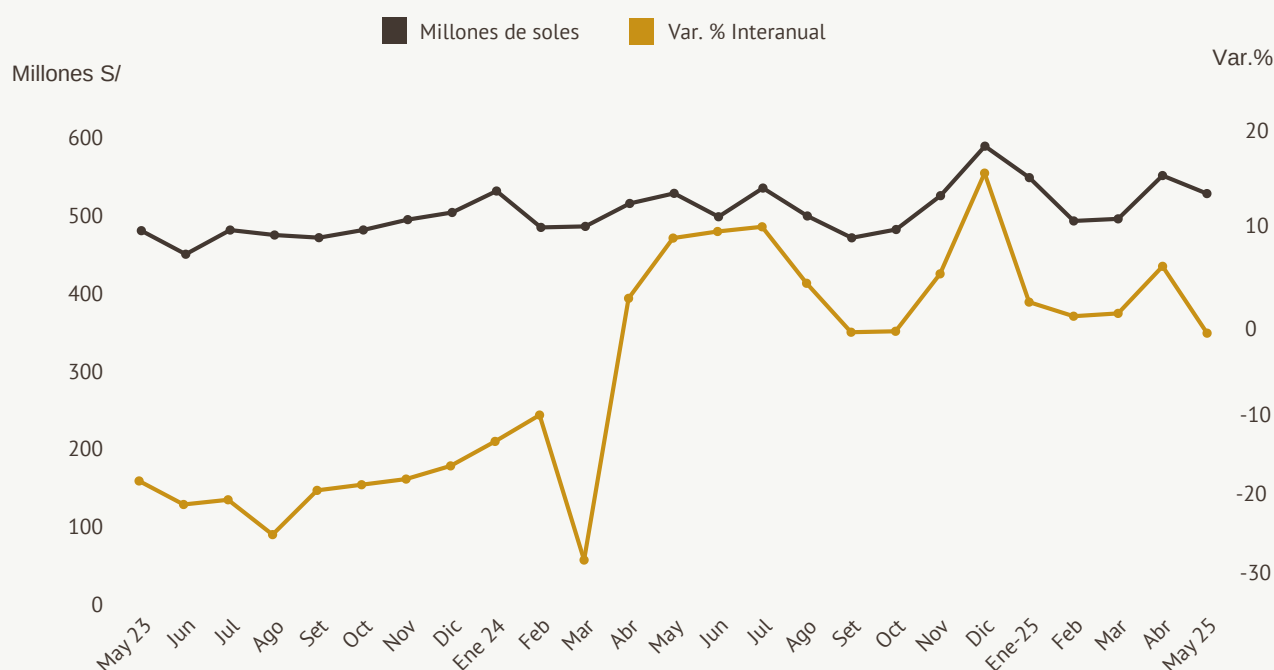


En el periodo acumulado de enero a mayo 2025, las ventas internas en ferreterías y acabados crecieron ligeramente en 2.8% interanual debido

a las mayores ventas de muebles (+94.9%). En contraste, este resultado fue atenuado por la disminución en la demanda de la línea de productos de ferreterías (-2.2%).

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

Mayo 2023 a Mayo 2025



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

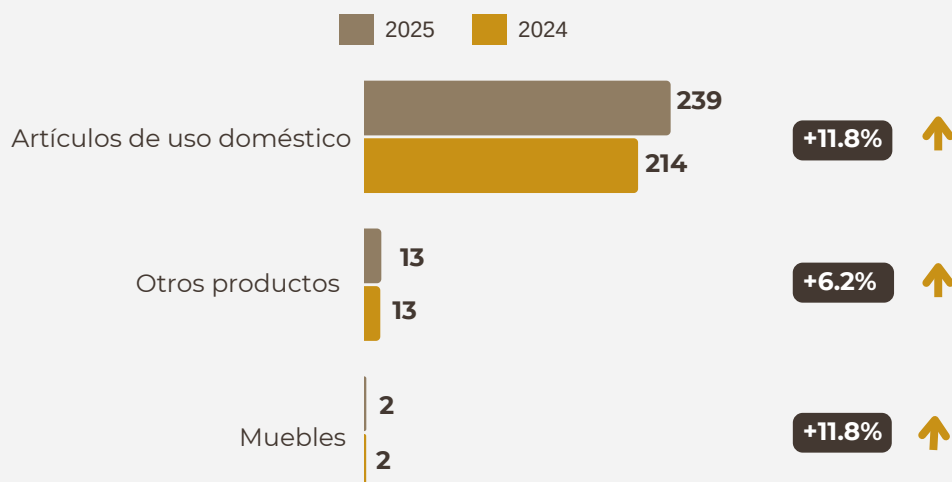
En mayo de 2025, las ventas de equipamiento para el hogar incrementó en 11.8% interanual, impulsadas por la mayor demanda de productos de la línea marrón, blanca y equipos electrónicos; favorecidas por la campaña del Día de la Madre.

Entre los principales productos que incrementaron sus ventas tenemos a los artículos de uso doméstico (+11.8%), muebles (+11.8%) y productos diversos (+6.2%)



Ventas por líneas de productos, Mayo 2024 y 2025

(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

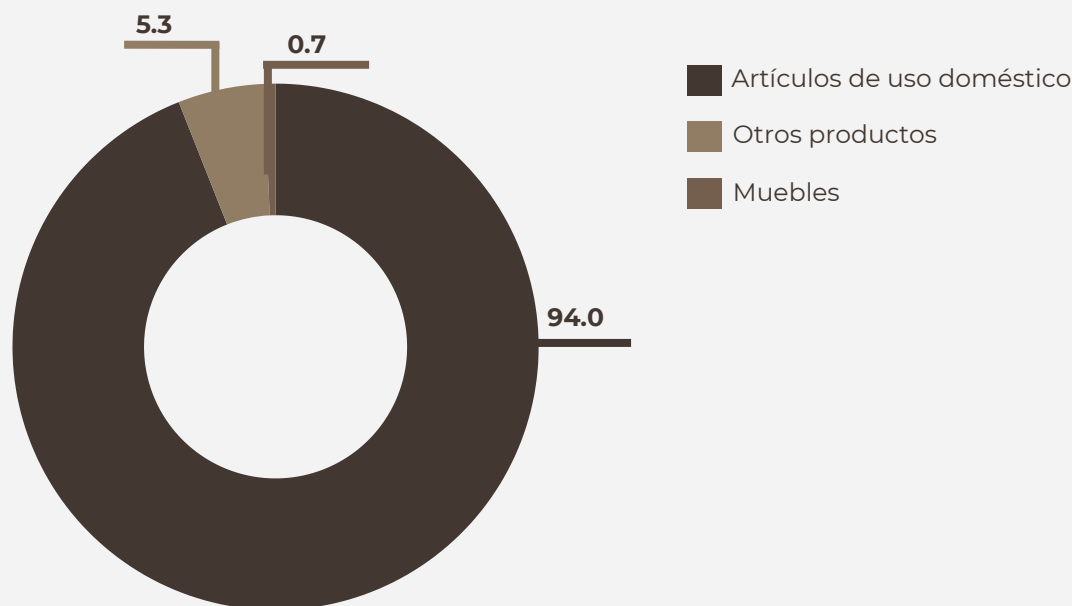


Las ventas de la línea de artículos de uso doméstico tuvieron una mayor participación (94.0%) en las ventas de la actividad de equipamiento del hogar. Mientras que, la línea de muebles y productos diversos registraron un aporte de 6.0%.

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, Mayo 2025

(Porcentaje %)

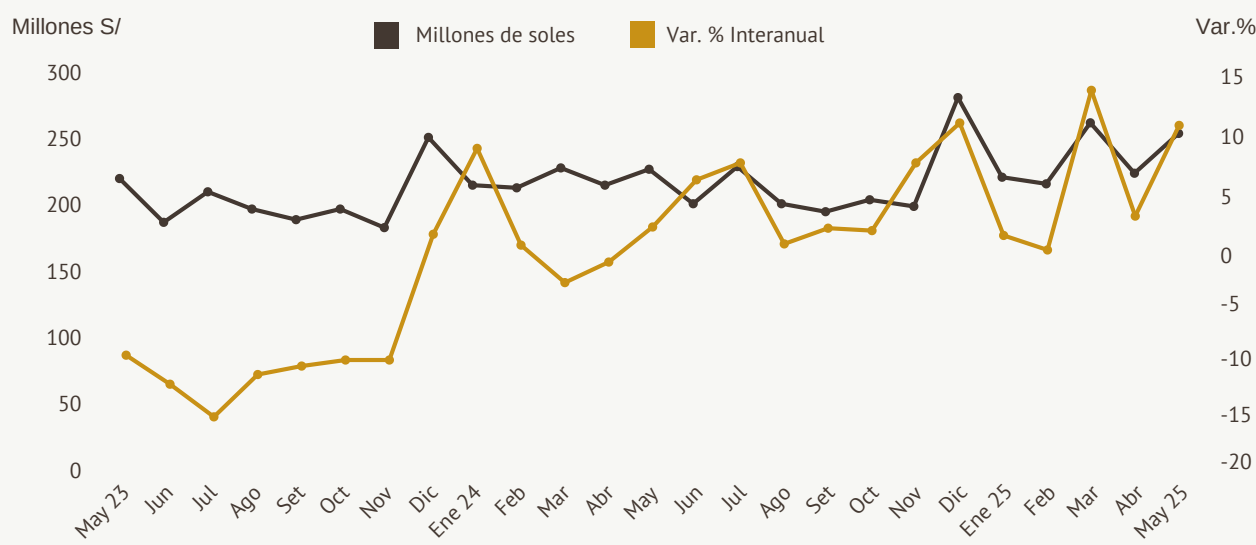


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

En el periodo de enero a mayo 2025, las ventas de equipamiento del hogar registraron un moderado aumento de 7.2% en relación con similar periodo del

daño 2024. Este resultado fue debido principalmente al crecimiento de la línea de artículos y equipos domésticos (+11.8%).

Evolución y variación % de las ventas internas de equipamiento del hogar
Mayo 2023 a Mayo 2025



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 mayo de 2025, las ventas de productos farmacéuticos y de cuidado personal registraron un incremento en del 7.1%, justificado por el aumento en productos de cuidado personal y productos farmacéuticos.

Se observa que las ventas de productos de cuidado personal crecieron en (+11.4%), mientras que los productos farmacéuticos y medicinales aumentaron en (+6.0%).



Ventas por líneas de productos, Mayo 2025

(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

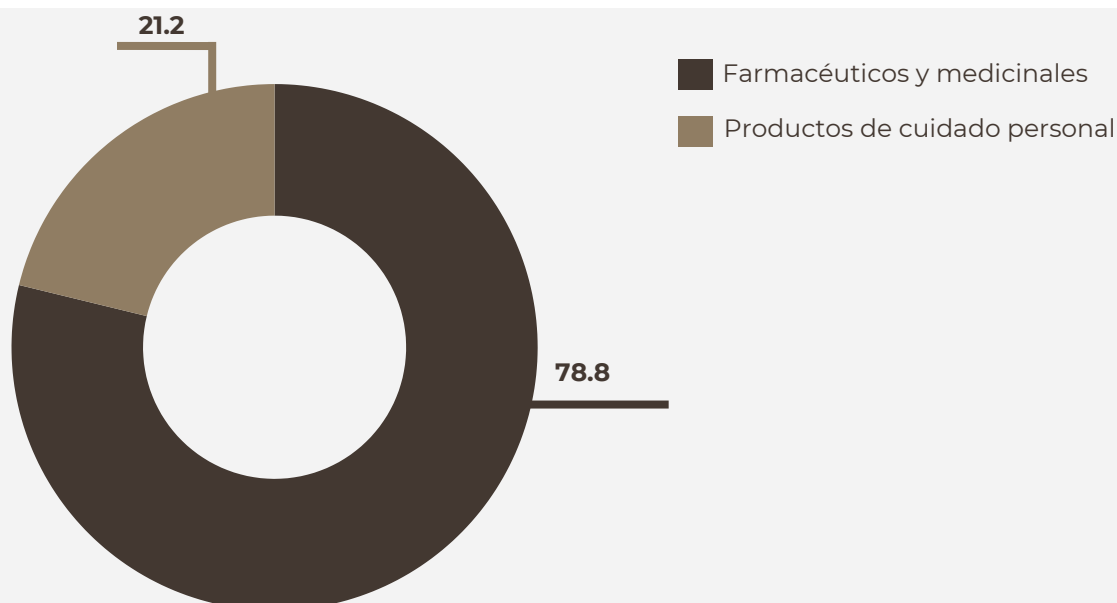


En cuanto a la participación de las líneas de productos de esta actividad, se observa que, en mayo del 2025, las ventas de productos farmacéuticos y medicinales concentraron el 78.8% del total de las ventas, mientras que las ventas de productos de cuidado personal representaron el 21.2%.

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

Participación de líneas de productos farmacéuticos y cuidado personal, Mayo 2025

(Porcentaje %)



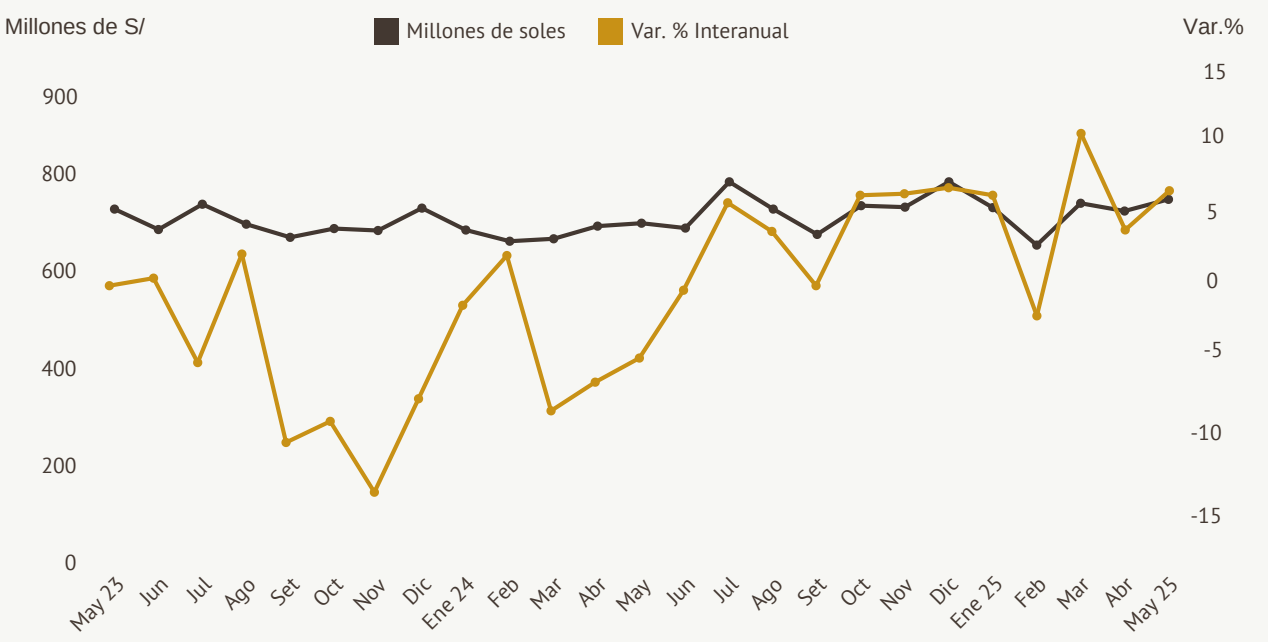
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE



Las ventas de productos farmacéuticos y de cuidado personal en el periodo enero a mayo, mostró un crecimiento de 5.6% respecto al mismo periodo del 2024,

sustentando por el crecimiento de la línea de farmacéuticos (+4.1%) y cuidado personal (+12.0%).

Evolución y variación % de las ventas internas de productos farmacéuticos y cuidado personal
 Mayo 2023 a Mayo 2025



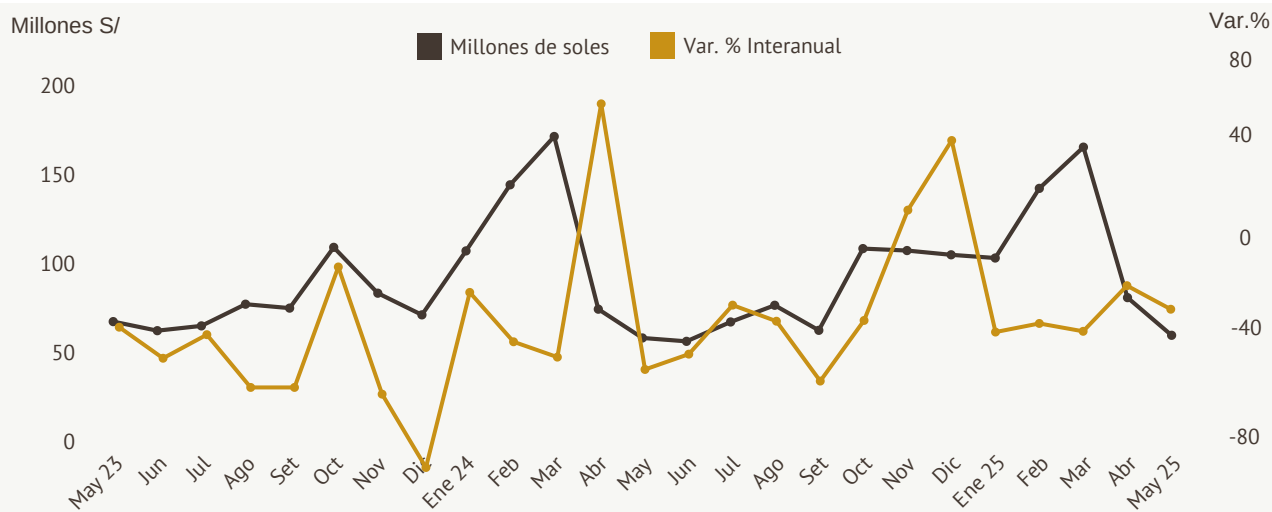
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
 Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

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

"En mayo de 2025, las ventas de libros, periódicos y artículos de papelería aumentaron en 2.4% respecto al mismo mes del año anterior, impulsadas por una mayor demanda de productos de papelería y artículos de oficina, así como por la apertura de nuevos puntos de venta.

Entre las principales empresas que destacan con mayores ventas en esta actividad se encuentra: Distribuidora Navarrete, Ibero Librerías, Librerías Crisol y Tai Loy.

Evolución y variación % de las ventas internas de libros, periódicos y artículos de papelería: Mayo 2023 a Mayo 2025



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 mayo de 2025, las ventas de las librerías registraron una ligera disminución de 0.7% en relación a similar periodo del 2024. Este resultado estaría asociado a una reducción en las ventas de productos diversos, tales como:

regalos, artículos de cómputo, entre otros, los cuales disminuyeron en 47.5%. En contraste, este desempeño fue atenuado parcialmente por las mayores ventas registradas en útiles de escritorio y librería (+3.6%).

Desempeño del gasto de los hogares en alimentos y bebidas en bodegas a junio 2025

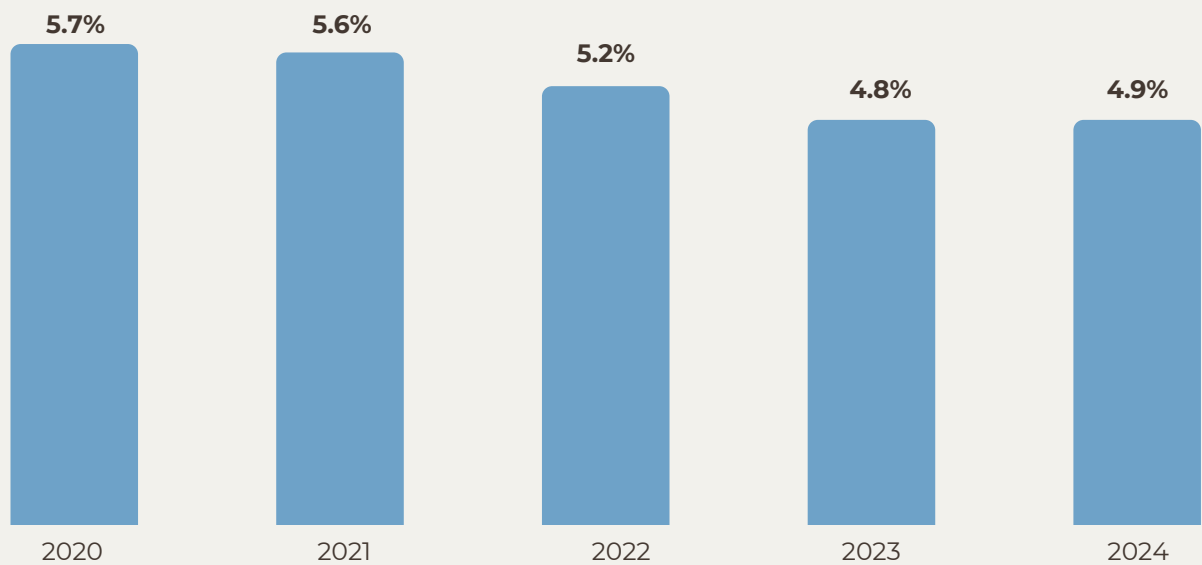
El sector comercio es uno de los principales sectores que aporta al crecimiento de la economía peruana, pues contribuye con el 11.0% en el Producto Bruto Interno Nacional (PBI) y es el tercer sector que demanda el mayor nivel de empleo, después del sector servicios y agropecuario en 2024. En efecto, se estima que en 2024 su aporte en la Población Económicamente Activa (PEA) ocupada representó el 19.1% del empleo a nivel nacional (17.3 millones de personas), según la Encuesta Nacional de Hogares (ENAHOG).

Asimismo, en los últimos 5 años (2020-2024), el sector comercio ha mantenido su dinamismo productivo y ha influido positivamente en el crecimiento del Producto Bruto Interno (PBI). En dicho periodo, se identifica un crecimiento diferenciado. Así, en 2020, el PBI del sector comercio el PBI del sector

comercio decreció en 13.3%; mientras que, en 2021, se recuperó y creció en 17.2%, debido a recuperación de las actividades económicas, que estuvieron afectadas en el año previo por la pandemia del Covid-19. Luego en 2022, el crecimiento se estabilizó, registrando una tasa de 3.2%, similar a los años de pre-pandemia, en tanto, en 2023 se registró una tasa de 2.2%, cerrando el 2024 con una tasa de 3.0%.

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 2020-2024* este subsector tuvo una participación promedio de 5.2% en el PBI Nacional. Asimismo, se estima que genera 2.6 millones de puestos de trabajo, lo que representa el 14.8% de la PEA ocupada a nivel nacional en 2024.

Gráfico 1: Evolución de la participación del comercio interno en el PBI Nacional, 2020-2024 (%)^{1/}*



Nota (*): Cifra estimada en 2024

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.

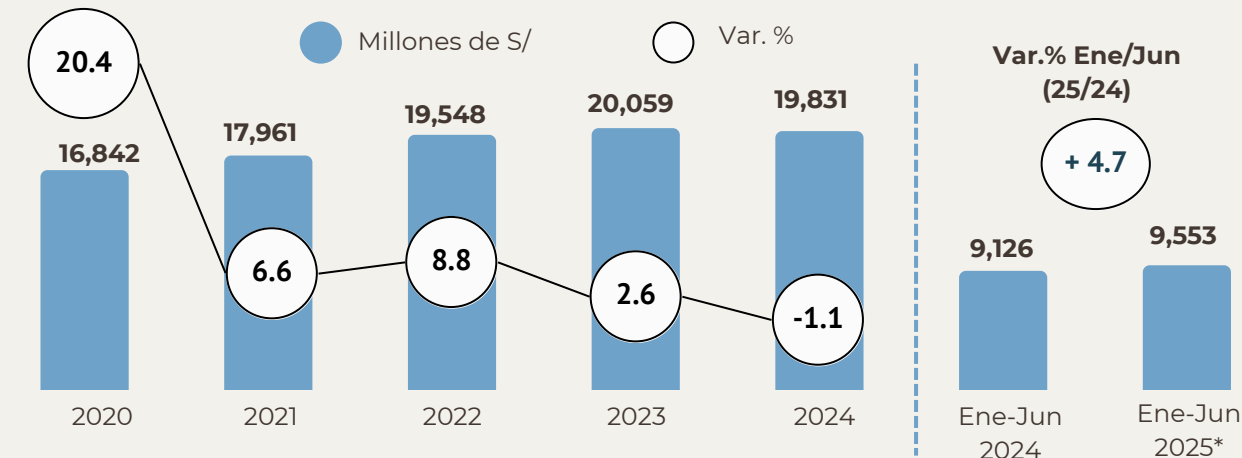
Las bodegas son típicos negocios familiares que operan como micro y pequeñas empresas (MYPEs), las cuales son generadoras de empleo para miles de peruanos. La mayor parte de los emprendimientos que emergen por necesidad dentro de la economía están fuertemente orientados al comercio, como el negocio propio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

Por su parte, según la información de la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT), al cierre de 2024, se estima más de 400 mil bodegas formales en el Perú. El 42.2% se concentra en Lima y Callao, mientras que el 57.8% restante se distribuye en otras regiones, destacando Arequipa (6.8%), La Libertad (6.4%) y Piura (5.3%).

De acuerdo con la ENAHO, en los últimos cinco años (2020-2024) la participación promedio del gasto de los hogares en alimentos y bebidas que realizan en bodegas fue de 24.7%. En dicho periodo, el gasto se mantuvo en alza, registrando una tasa de crecimiento promedio anual de 8.0%. Ello debido al aumento en el consumo de bienes de primera necesidad (alimentos y bebidas), así como por la apertura de nuevas bodegas.

En el primer semestre de 2025, se estima que el gasto de los hogares en alimentos y bebidas realizados en las bodegas ascendieron a S/ 9,553 millones, lo que representó un incremento interanual de 4.7%. Dicho avance habría sido favorecido por la recuperación de la demanda interna alrededor del 6%, y el continuo dinamismo del gasto de los hogares en productos de primera necesidad.

Gráfico 2: Evolución del gasto de los hogares en alimentos y bebidas realizados en bodegas, 2020-2025*
(Millones de Soles y Var.%)



* Cifra estimada la primer semestre 2025.
Fuente: INEI-ENAH0
Elaboración: Produce-OEE
1/ Se considera a las empresas con Régimen Único Simplificado y con división CIU 52 - Revisión 3.

A nivel regional, se estima que, las principales regiones donde las familias realizan el mayor consumo de alimentos y bebidas en bodegas corresponden a Lima, con una participación de 19.0%, seguido de Piura (10.1%), Arequipa (6.5%), Junín (5.9%), Áncash (4.5%), Cajamarca (4.5%), entre otros. En conjunto, estas 6 regiones representan el 50.6% del gasto total de los hogares en alimentos y bebidas en bodegas.

A nivel nacional, se estima que alrededor de 3 millones de hogares realizaron gasto de alimentos y bebidas en bodegas. De dicho total, el mayor gasto se generó en los estratos D y E (conformado por 1.7 millones de hogares), ambos concentraron el 61% del gasto total en bodegas.

Otras variables del sector

Personal Ocupado

En mayo de 2025, el personal ocupado en el sector de comercio interno registró un incremento interanual del 3.9%. Debido al aumento en las contrataciones en actividades como supermercados e hipermercados (+5.1%), tiendas por departamento (+6.0%), equipamiento del hogar (+14.9%), farmacias y boticas (+1.6%). En contraste, se registró una reducción en la contratación del personal en ferreterías y acabados (-1.0%) y en librerías y artículos de papelería (-6.6%).

Por tipo de empleo, el personal permanente registró un crecimiento interanual de 13.2%, mientras que las contrataciones de personal eventual se redujeron en 25.5%.

Según el género, el sector comercio interno registró un aumento en la contratación de personal masculino (+4.0%) y femenino (+3.7%).

PERSONAL OCUPADO: Número de personas según grupo y clase CIIU (Mayo 2025)

CIIU ^a	Actividad	Total		Tipo de empleo			
				Permanentes	Eventuales	Varones	Mujeres
	Var.% ¹ (Mayo 25/Mayo 24)	3.9		13.2	-25.5	4.0	3.7
	Mayo 2025	113,019	Var.%¹	93,434	19,585	49,061	63,958
4711	Supermercados e hipermercados	51,295	5.1	40,591	10,704	25,209	26,086
4719	Tiendas por departamentos ²	17,686	6.0	12,800	4,886	7,373	10,313
4752	Ferreterías y acabados del hogar	14,066	-1.0	13,974	92	8,508	5,558
4759	Equipamiento del hogar	4,886	14.9	4,087	799	2,822	2,064
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	1,740	-6.6	1,137	603	1,239	501
4772	Farmacias y boticas	23,346	1.6	20,845	2,501	3,910	19,436

Notas: (a) Grupo CIIU (tres dígitos), Clase CIIU (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

En mayo de 2025, el número de locales del sector comercio interno ascendió a 6,473 establecimientos, cifra mayor en 650 locales, en comparación a mayo del 2024. La principal actividad que incidió en dicho aumento fueron los supermercados e hipermercados (516 locales más), seguido de farmacias y de cuidado personal (140 locales

más), y libros periódicos y artículos de papelería (7 local más). Sin embargo, se observa una disminución en los locales de las tiendas por departamento (4 locales menos), ferreterías y acabados (1 local menos) y equipamiento del hogar (8 locales menos).

Número de tiendas según clase CIIU (Mayo 2025)

CIIU ^a	Actividad	May-24	May-25	Var.% (May 25/24)
4711	Supermercados e hipermercados	2,249	2,765	22.9
4719	Tiendas por departamentos	201	197	-2.0
4752	Ferreterías y acabados del hogar	153	152	-0.7
4759	Equipamiento del hogar	299	291	-2.7
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	168	175	4.2
4772	Farmacias y cuidado personal	2,753	2,893	5.1
	Total	5,823	6,473	11.2

Notas: Cifras sujeta 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 e Hipermercados Minoristas

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



PERÚ

Ministerio
de la Producción