



PERÚ

Ministerio
de la Producción

BOLETÍN
ESTADÍSTICO

Reporte de Comercio Interno

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

Junio 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, Junio 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

Junio 2025

Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

03 Introducción

04 Producción nacional y del sector comercio

04 Desempeño según actividades

16 Dinámica empresarial de las Mipyme del sector comercio interno 2024

19 Otras variables del sector

REPORTE DE COMERCIO INTERNO

Grandes almacenes e hipermercados minoristas

Junio 2025

Introducción

En junio de 2025, las ventas del sector comercio interno^{1/} crecieron en 1.5% interanual, acumulando cuatro meses consecutivos de crecimiento. El resultado fue impulsado por la campaña del Día del Padre y una mayor demanda interna (+8.7%), las cuales habrían incidido en las mayores ventas en el sector retail.

De acuerdo con la actividad económica, destacó el crecimiento de las ventas de las actividades de supermercados e hipermercados (+1.3%), ferreterías y acabados (+5.5%), equipamiento del hogar (+1.7%), farmacias y boticas (+4.2%) y librerías (+4.4%).

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

(Millones de soles a precios corrientes)

CIU (a)	Actividad	Jun-24	Jun-25 (b)	Var. % Jun 25/24
	Total	3,962	4,021	1.5
4711	Supermercados e hipermercados ^{3/}	1,857.6	1,882.0	1.3
4719	Tiendas por departamentos ^{4/}	708.4	683.0	-3.6
4752	Ferreterías y acabados	455.0	479.9	5.5
4759	Equipamiento del hogar	199.5	202.8	1.7
4772	Farmacias y boticas	685.5	714.5	4.2
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	56.3	58.7	4.4

Nota: Cifras sujetas a reajuste

(a) Clase CIU (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 CIU 4730.

3/ La CIU 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

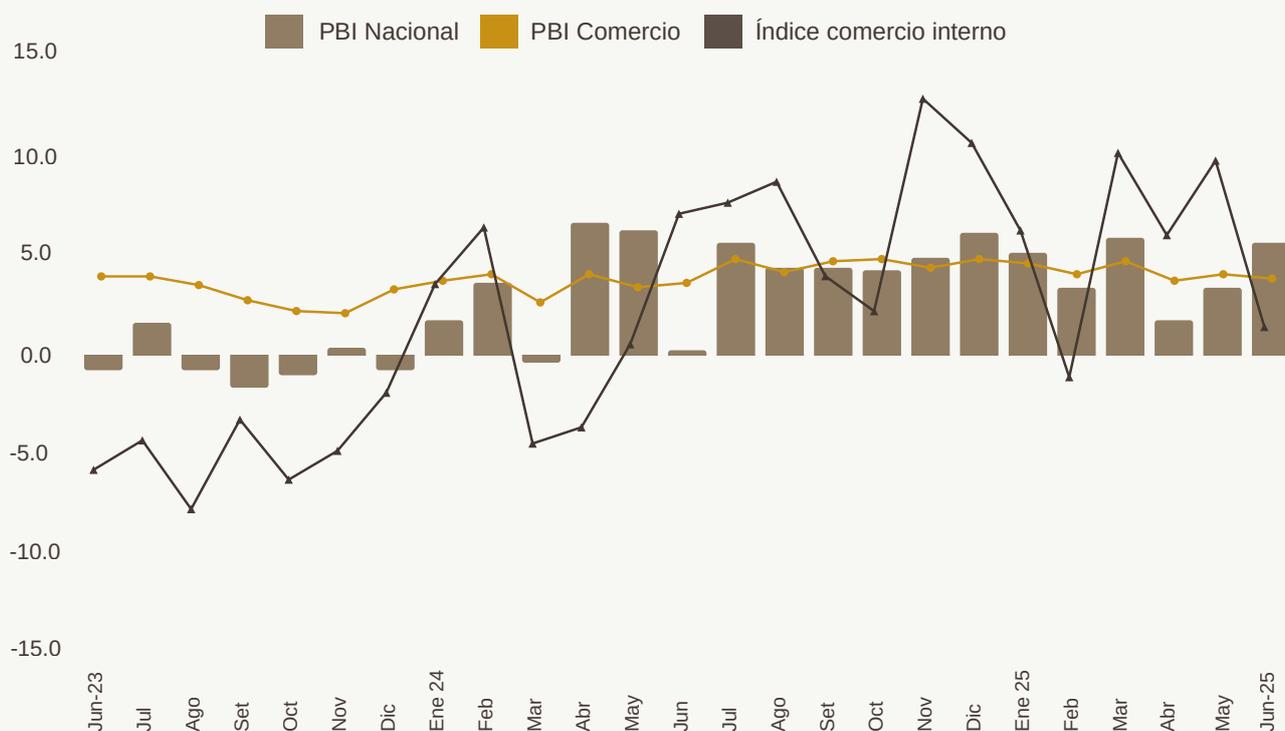
1/ En el presente boletín, las ventas del comercio interno se aproximan como las ventas de los grandes almacenes, supermercados y tiendas especializadas, agregando las actividades de las clases CIU 4711, 4719, 4752, 4759, 4772 y 4761 de revisión 4.

Producción nacional y del sector comercio

En junio de 2025, el PBI nacional experimentó un crecimiento del 4.5%, respecto al mismo mes del año 2024. Asimismo, el PBI del sector comercio mantuvo una tendencia positiva, registrando un incremento interanual de 2.9%,

influenciado por un aumento en la demanda de las actividades del comercio mayorista (+3.0%), así como del comercio minorista (+2.9%).

Evolución del PBI nacional, PBI comercio e Índice de comercio interno,¹ Junio 2023-Junio 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

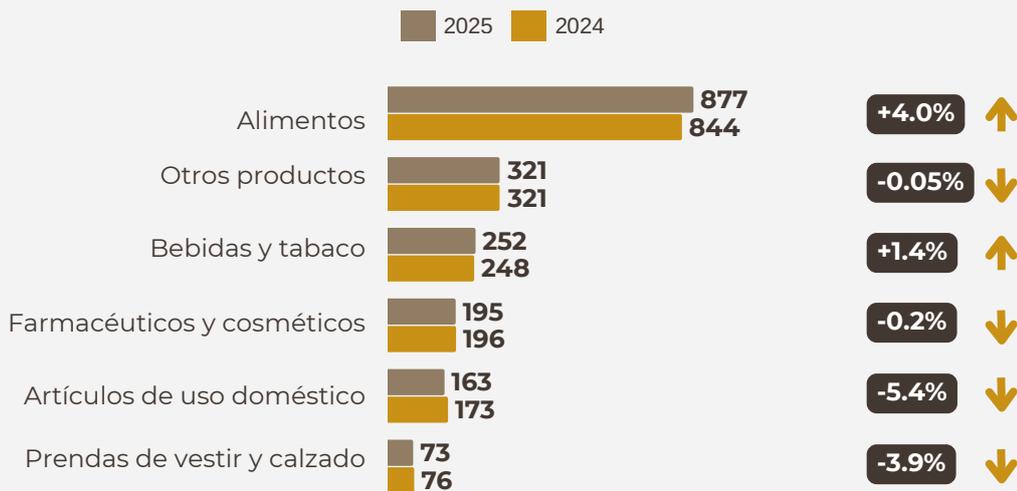
Ventas en tiendas por supermercados e hipermercados

En junio de 2025, las ventas de los supermercados e hipermercados registraron un ligero incremento de 1.3% interanual, como resultado de la mayor demanda de bebidas y tabaco (+1.4%) y alimentos (+4.0%).

Sin embargo, fue atenuado por las menores ventas registradas en las líneas de prendas de vestir y calzado, artículos de uso doméstico, entre otros.

Ventas por líneas de productos, Junio 2024 - Junio 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

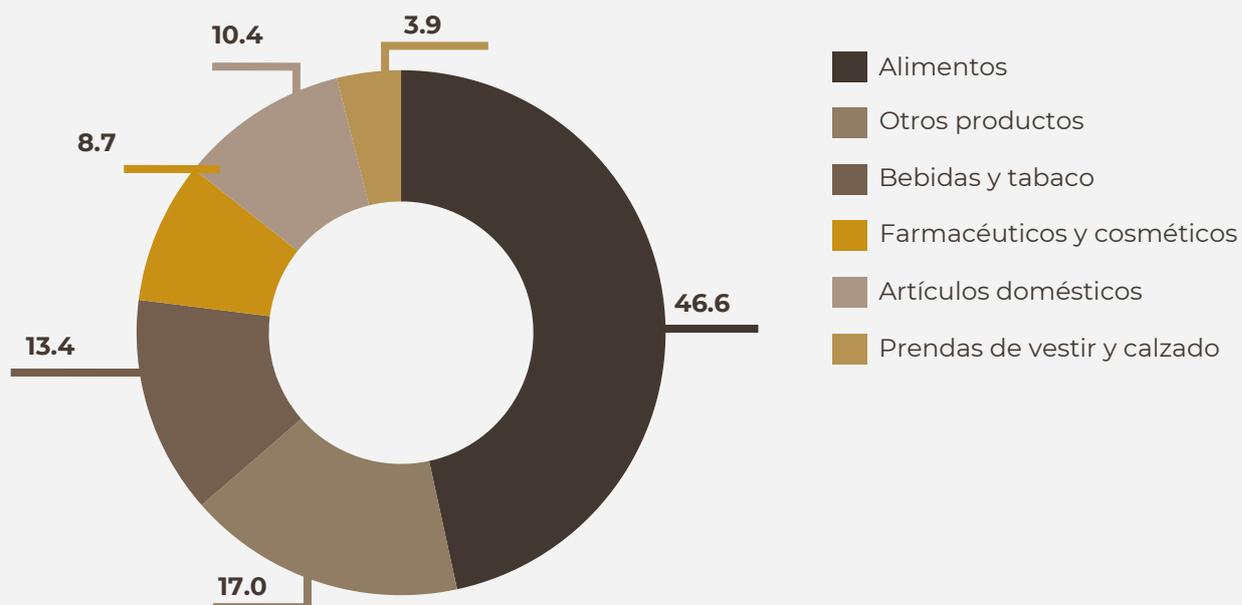


Las líneas de alimentos y bebidas concentraron el 60.0% del valor total de ventas facturadas por los supermercados e hipermercados; mientras que, el restante (40.0%) correspondió a productos de artículos de uso doméstico, farmacia y cosméticos, prendas de vestir y calzado, y otros productos.

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

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

(Porcentaje %)



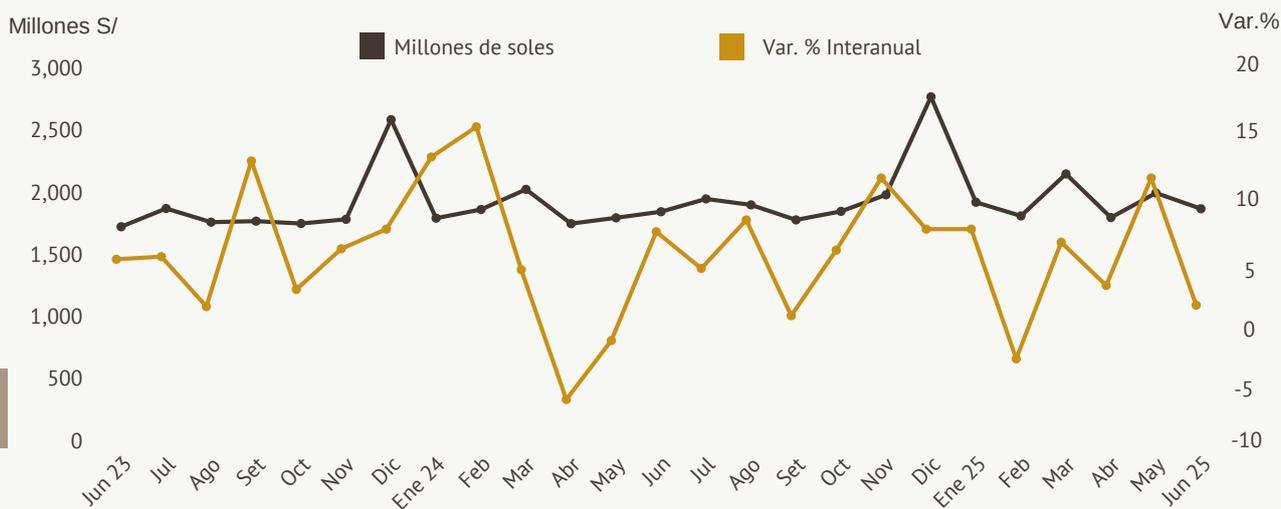
Nota: 1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos.
 Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
 Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

En cuanto a la evolución de las ventas de esta actividad, entre enero y junio de 2025 registró un crecimiento de 4.2%, con respecto a similar periodo del año anterior, como resultado de las mayores ventas en

alimentos (+4.7%), bebidas y tabacos (+4.9%) y otros productos (+9.5%).

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

Junio 2023 a Junio 2025



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

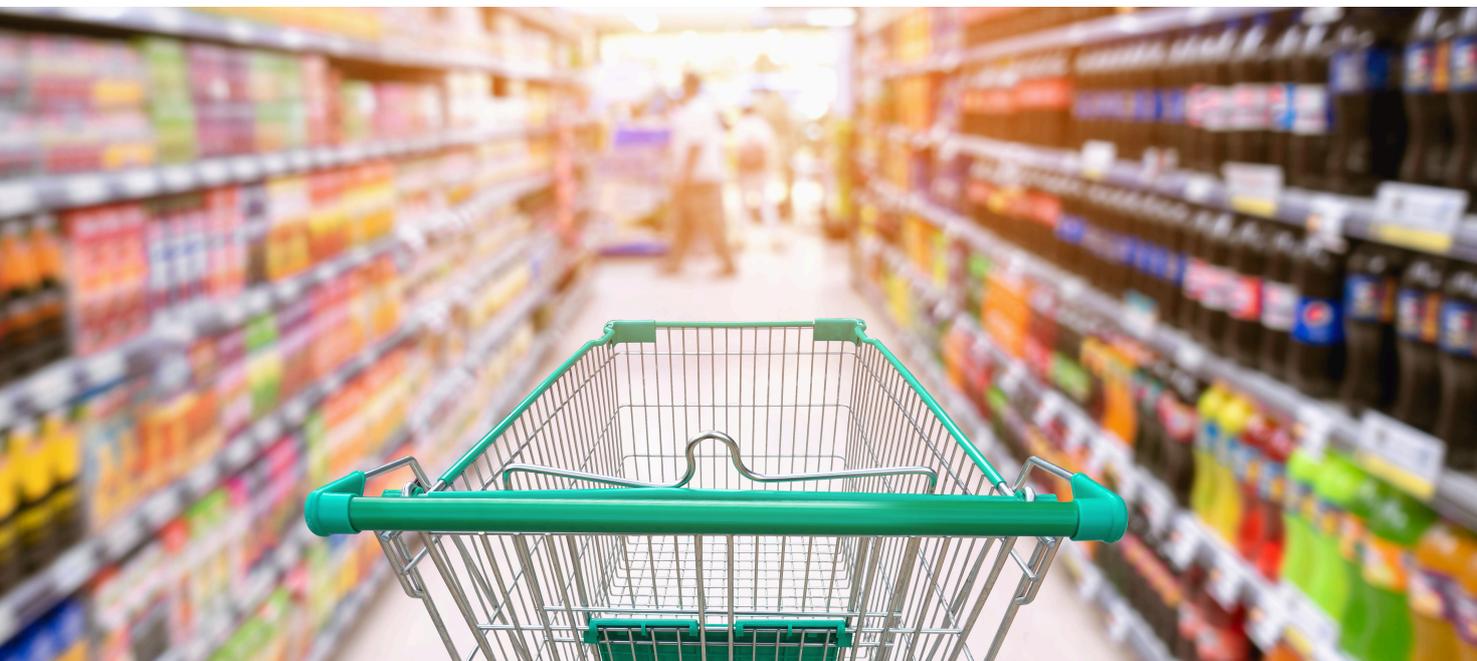
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas

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

Ventas en tiendas por departamento

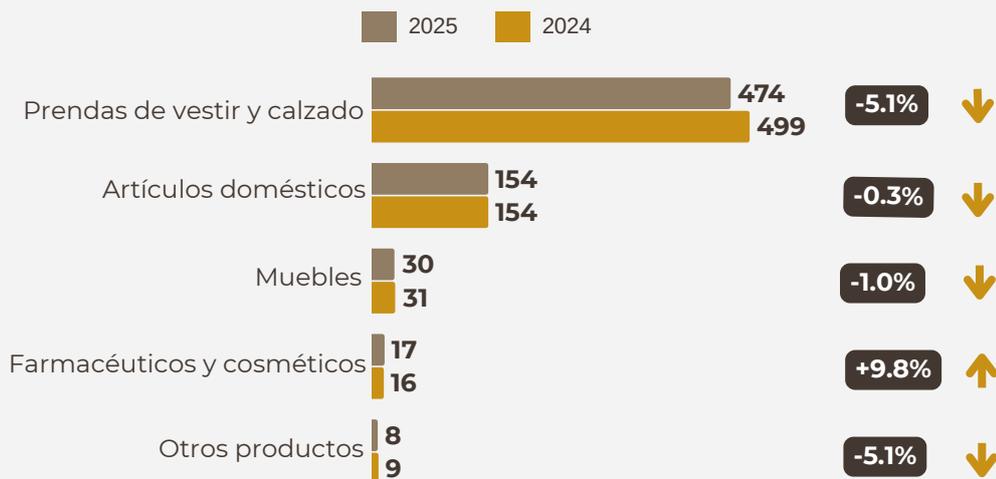
En junio de 2025, las ventas en las tiendas por departamento registraron una disminución de 3.6% en comparación al mismo mes del año anterior, explicado por

la disminución de las ventas en las categorías de prendas de vestir y calzado (-5.1%), artículos de uso doméstico (-0.3%), muebles (-1.0%) y productos diversos (-5.1%).



Ventas por líneas de productos, Junio 2024 - Junio 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

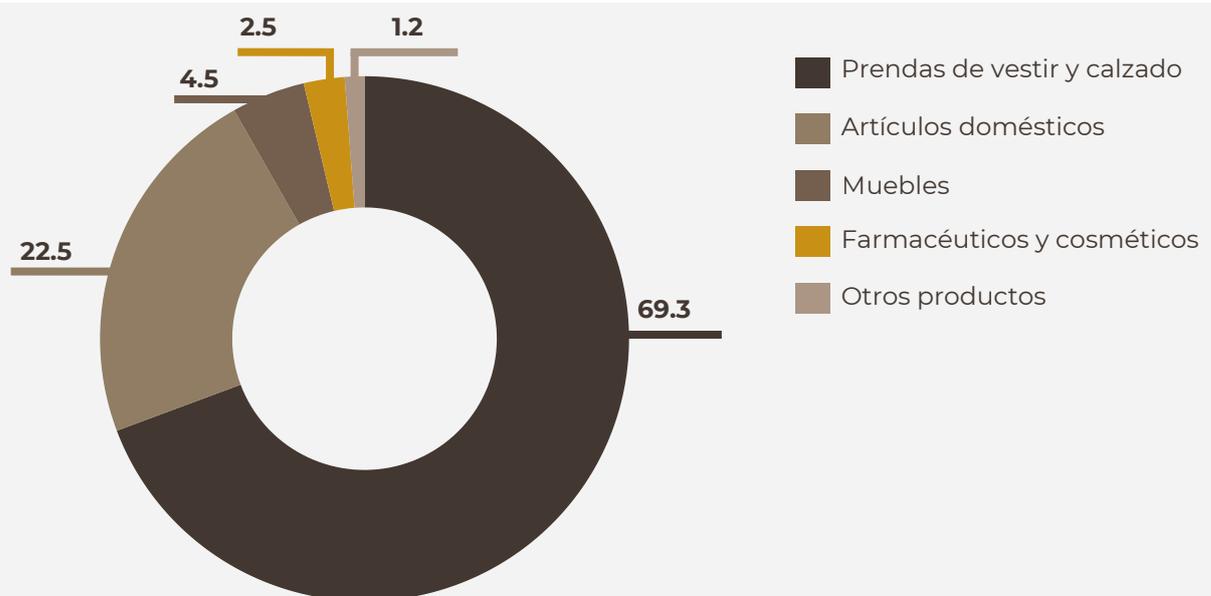


Las ventas de prendas de vestir y calzado, y artículos de uso doméstico representaron en conjunto el 91.8% del valor total facturado por esta actividad. Seguido por las ventas de muebles, productos farmacéuticos y otros productos, que concentraron el restante 8.2%.

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/} Junio 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 junio 2025, registró un crecimiento de 7.3% con respecto a similar periodo del 2024, debido a la mayor demanda de productos de las líneas de prendas de

vestir y calzado (+8.3%), muebles (+8.0%), farmacéuticos y cosméticos (+7.6%) y artículos y equipos doméstico (+5.5%), favorecidos por el desempeño positivo de la demanda local.

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

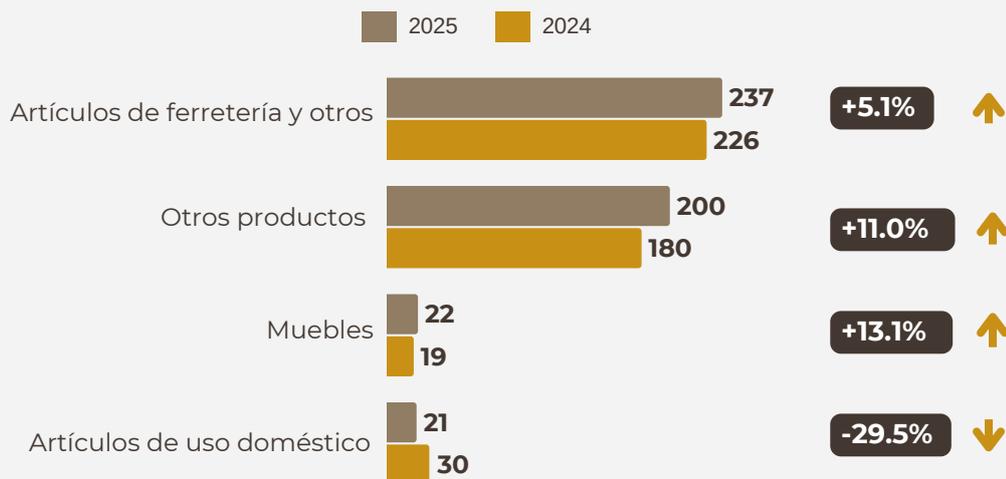
Ventas de productos de ferreterías y acabados

En junio de 2025, las ventas de productos de ferretería y acabados aumentaron en 5.5%. Dicho resultado se explica por el mayor dinamismo en las líneas de muebles (+13.1%), artículos de ferreterías (+5.1%) y otros productos (+11.0%). En contraste, este

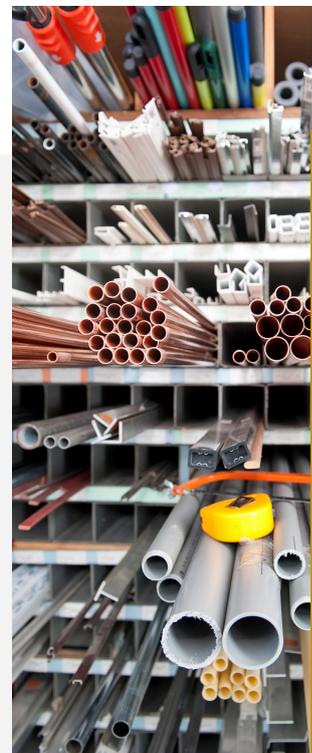
desempeño fue atenuado por las menores ventas en la línea de artículos de uso doméstico (-29.5%). Las empresas que destacaron en esta actividad por su mayor incidencia en las ventas fueron; Maestro Homecenter, Promart Homecenter, y Cemento y Acero.



Ventas por líneas de productos, Junio 2024 y 2025 (Millones de soles y Var. % interanual)



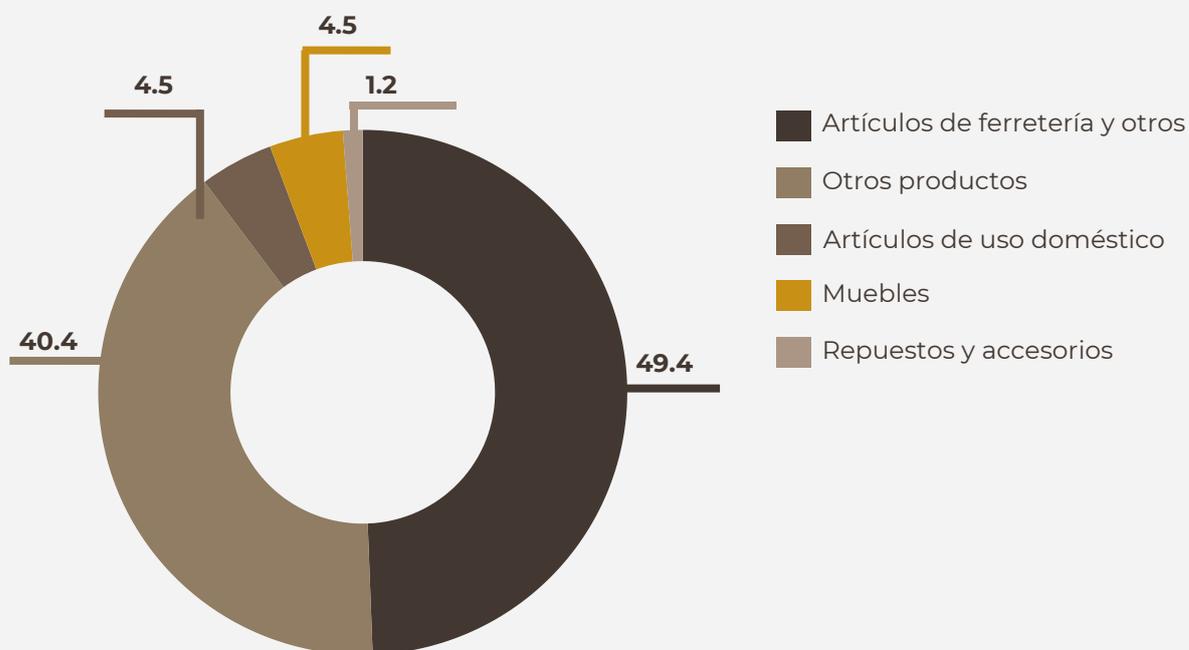
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE



Las líneas de artículos de ferreterías y otros productos registraron una mayor participación conjunta en las ventas de esta actividad (89.8%), seguida por la línea de artículos de uso

doméstico y muebles (9.0%) y repuestos y accesorios (1.2%).

Participación de líneas de productos de ferreterías y acabados del hogar, Junio 2025 (Porcentaje %)



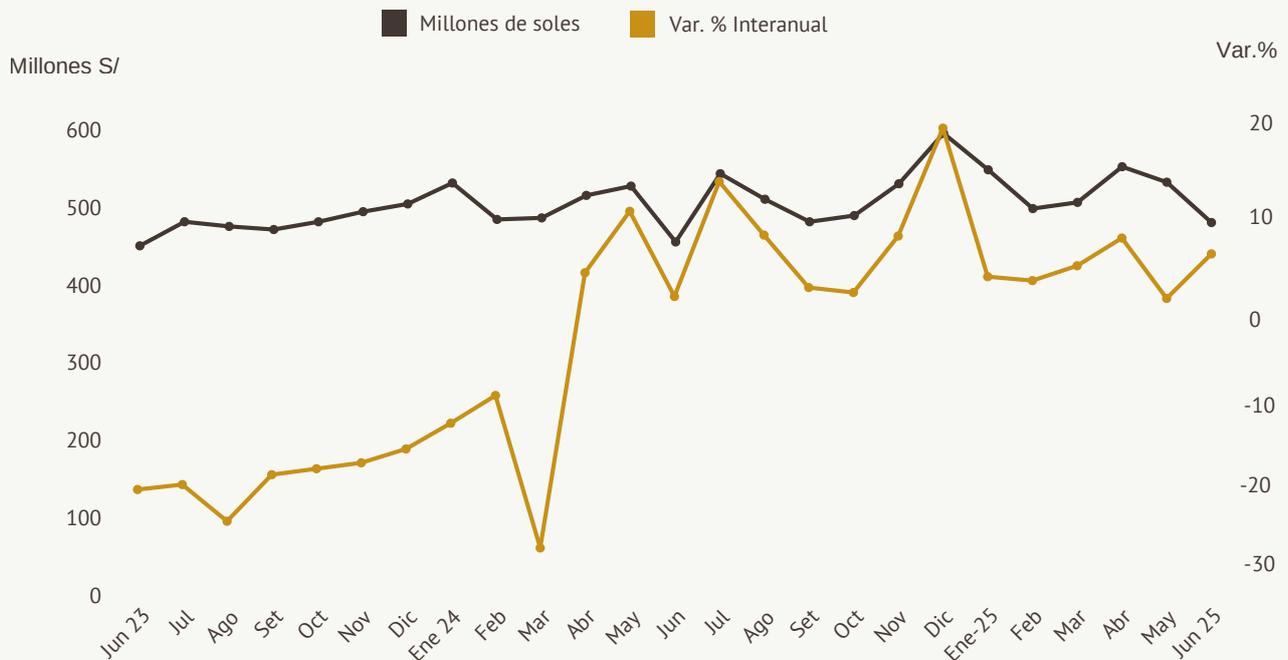
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

En el periodo de enero a junio 2025, la actividad de ferreterías y acabados para el hogar registró un avance de +3.9% interanual, debido principalmente al buen

desempeño de las líneas de artículos de muebles (+81.8%), otros productos (+3.1%) y artículos de ferreterías (+0.3%).

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

Junio 2023 a Junio 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

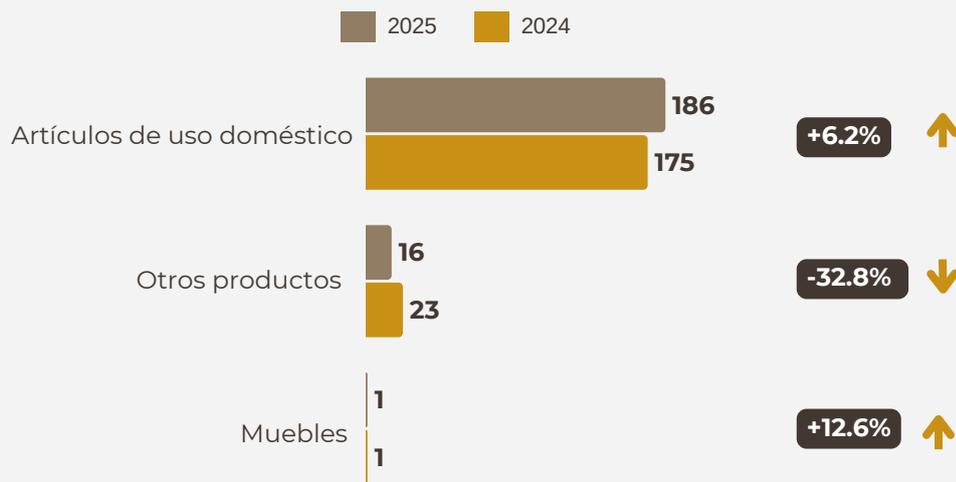
En junio de 2025, las ventas de equipamiento para el hogar aumentaron en 1.7% interanual, impulsadas por las compras en productos de las líneas marrón, blanca, equipos electrónicos. Asimismo, dicho aumento se vio favorecido por las intensas campañas por el Día del Padre.

Entre los principales productos que incrementaron sus ventas destacan los artículos de uso doméstico (+6.2%) y muebles (+12.6%). Sin embargo, fueron atenuados por una disminución en las ventas de los productos diversos (-32.8%).



Ventas por líneas de productos, Junio 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

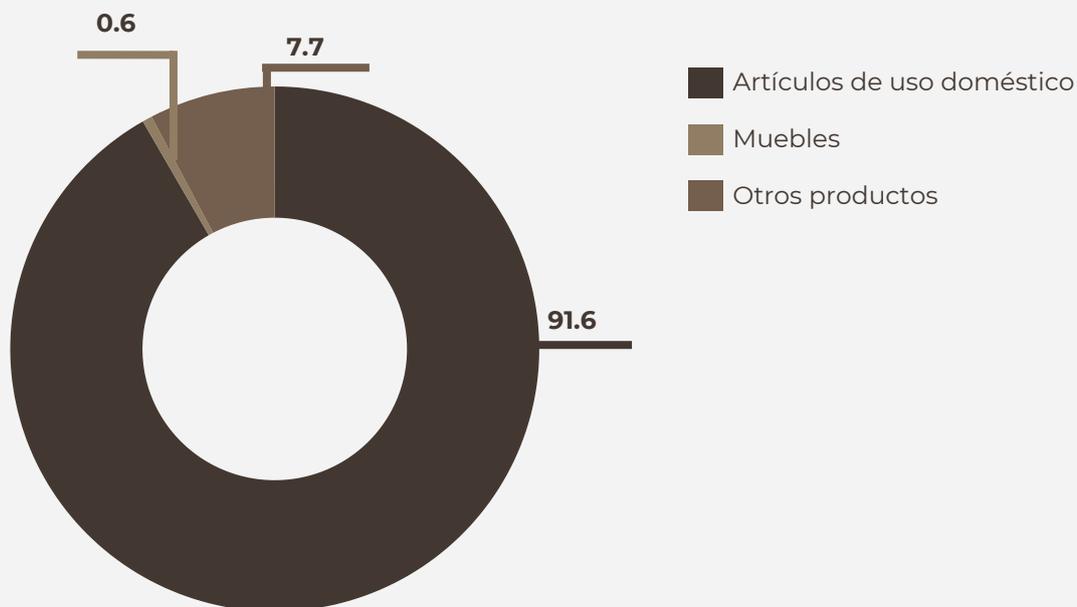


Las ventas de la línea de artículos de uso doméstico tuvieron una mayor participación (73.1%) en las ventas de la actividad de equipamiento del hogar; mientras que, las líneas de muebles y productos diversos registraron un aporte de 6.7%.

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, Junio 2025

(Porcentaje %)

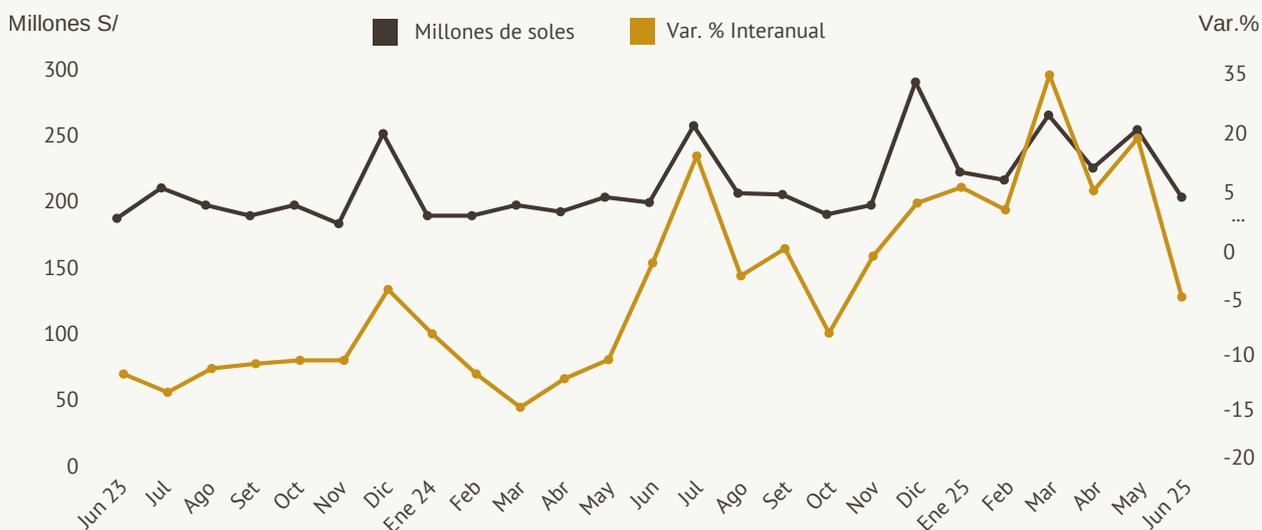


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
 Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

En el periodo acumulado de enero y junio de 2025, las ventas de equipamiento del hogar registraron un incremento interanual de 18.5%, asociado principalmente a las mayores ventas

de las líneas de artículos y equipos domésticos (+29.4%).

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

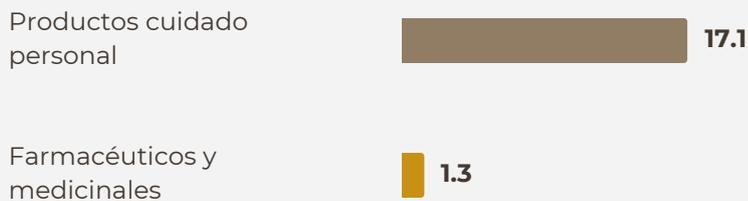
En junio de 2025, las ventas de productos farmacéuticos y de cuidado personal registraron un moderado incremento de 4.2%.

Este resultado responde a un aumento significativo en productos de cuidado personal (+17.1%), y en menor medida, en productos farmacéuticos (+1.3%).



Ventas por líneas de productos, Junio 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

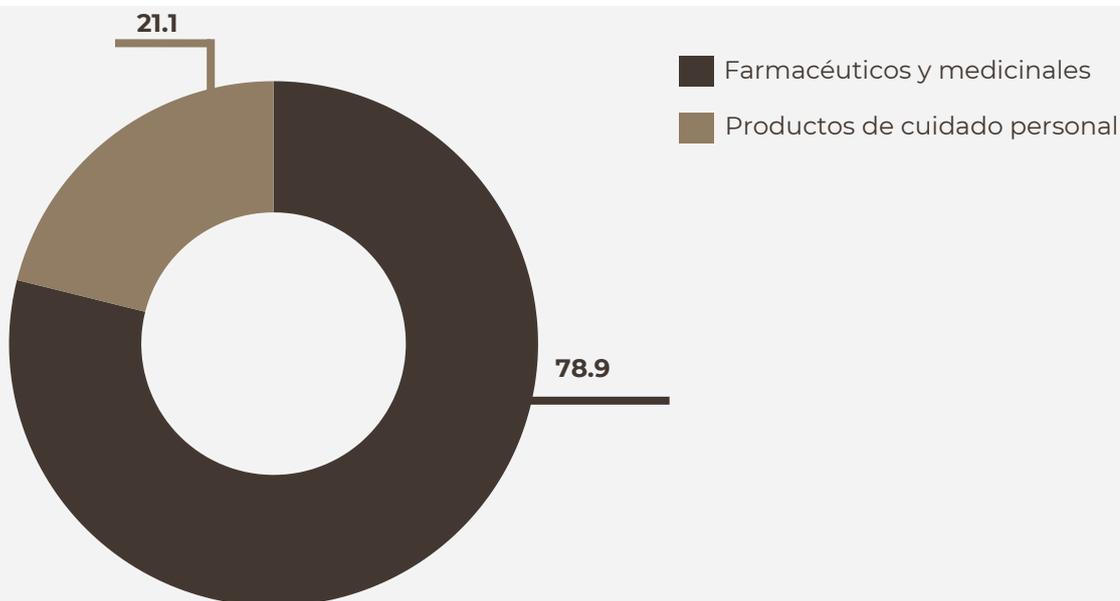


En cuanto a la participación de las líneas de productos de esta actividad, se observa que, en junio del 2025, las ventas de productos farmacéuticos y medicinales concentraron el 78.9% del total de las ventas; mientras que, las ventas de productos de cuidado personal representaron el 21.1%.

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, Junio 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

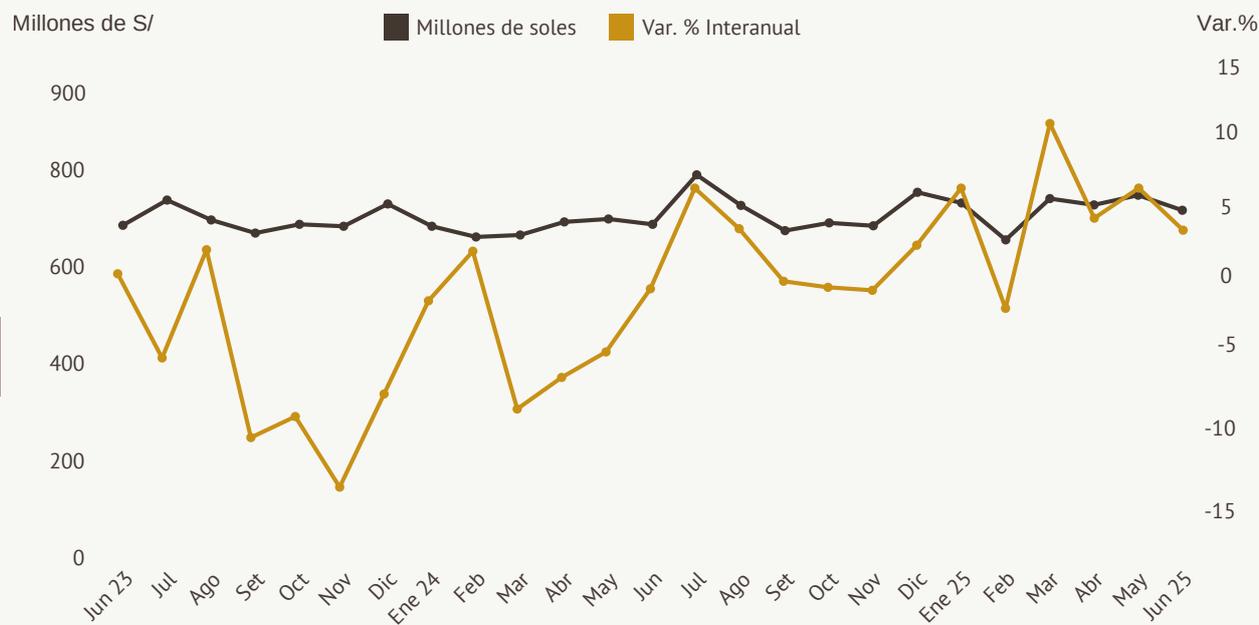


Las ventas de productos farmacéuticos y de cuidado personal en el periodo enero a junio de 2025, mostró un crecimiento de 5.6%, respecto al mismo periodo del 2024. Dicho avance, estuvo asociado a las

mayores ventas de las líneas de farmacéuticos (+7.9%). Sin embargo, este desempeño fue atenuado parcialmente por una disminución en la línea de productos de cuidado personal (-4.1%).

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

Junio 2023 a Junio 2025



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

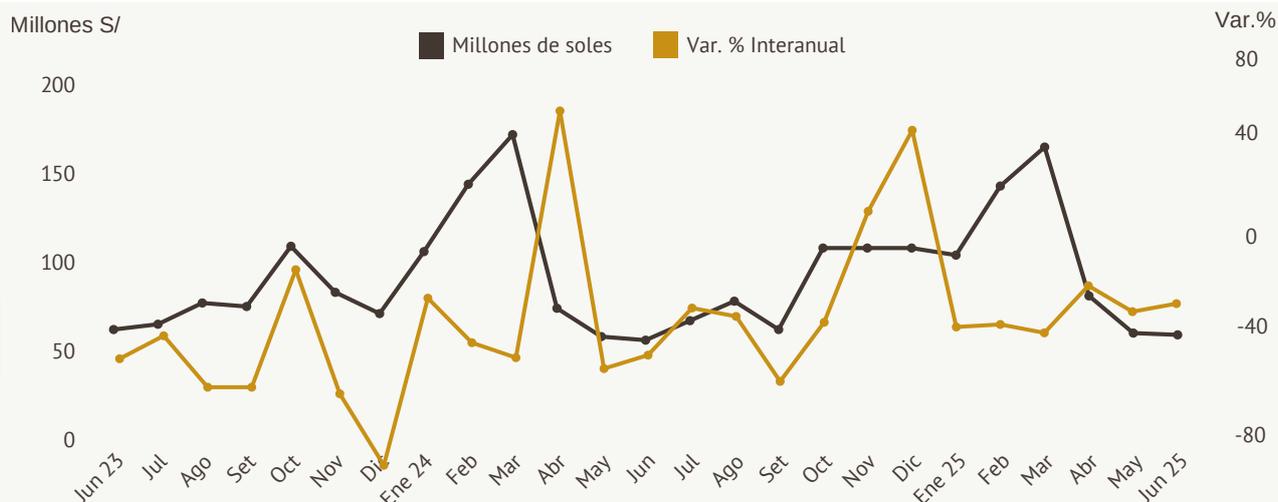
Ventas al por menor de libros, periódicos y artículos de papelería

En junio de 2025, las ventas de libros, periódicos y artículos de papelería, reportaron un incremento de 4.4% interanual, asociado principalmente a la mayor demanda de productos de librerías. Así como, por la apertura de nuevos puntos de venta.

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:

Junio 2023 a Junio 2025



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 enero a junio de 2025, las ventas de librerías alcanzaron un ligero incremento de 0.1% en relación a similar periodo del 2024, sustentado por las mayores ventas de

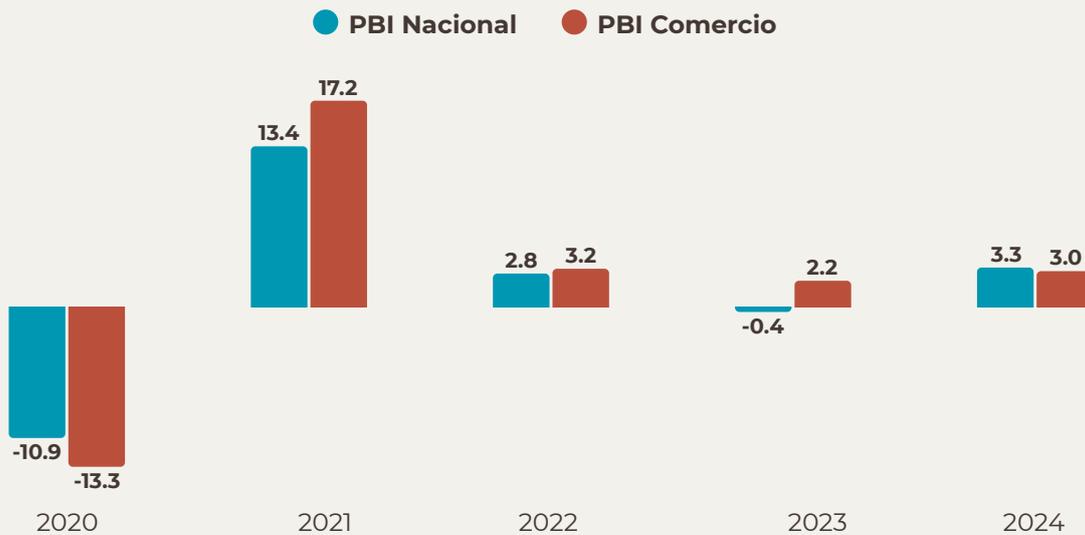
productos de útiles de escritorio y librería en 5.4%. No obstante, este comportamiento fue contrarrestado por la bajas ventas de productos diversos (-51.9%).

Dinámica empresarial de las Mipyme del sector comercio interno 2024

En los últimos cinco años (2020-2024), el Producto Bruto Interno (PBI) del sector comercio creció a una tasa de 2.0% en promedio anual (INEI, 2024). Este desempeño es consistente con la evolución de la economía nacional, que

en el mismo período creció a una tasa promedio anual de 1.3%. La contribución del sector comercio ha sido significativa, con una participación promedio del 10.5% en el PBI nacional, lo que evidencia su papel clave como motor de la actividad económica.

Evolución del dinamismo del PBI nacional y del sector comercio*, 2020-2024 (Var.%)



Nota: (*) A precios constantes de 2007

Fuente: INEI

Elaboración: PRODUCE-OEE

Dinámica y estructura empresarial

En este contexto, las Mipyme constituyen un segmento bastante importante y dinámico en cuanto a las tasas de creación y mortandad, ya que estas se caracterizan por su marcada heterogeneidad en cuanto a su desempeño productivo. Por ello, no resulta adecuado diseñar estrategias uniformes para fomentar su crecimiento sin tomar en cuenta sus particularidades (CEPAL, 2016).

En el Perú, la estructura empresarial formal estuvo conformada en 2024 en un 99.3 % por micro, pequeñas y medianas empresas (Mipyme).^{1/}

Este sector agrupa a agentes económicos que dinamizan la economía, contribuyen al desarrollo nacional y constituyen una importante fuente de generación de empleo.

En 2024, a nivel empresarial se contabiliza un total de 2,331,173 Mipyme formales inscritas en la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT), cifra superior en 1.6% a lo registrado en 2023. Dicho avance fue como resultado del incremento de empresas en los sectores agropecuario (+3.0%), servicios (+2.3%), comercio (+2.1%) y manufactura (+1.3%).

1 Se denomina Mipyme a aquellas empresas con ventas anuales menores o iguales a 2 300 UITs, según Ley N° 30056.

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

A nivel sectorial, en particular en el sector comercio, el número de Mipyme formales ascendió a 1,030,978 empresas, lo que representa el 44.2% del total de empresas formales que operaron en el país durante el 2024. En este sector, las Mipyme generaron alrededor de 2.1 millones de puestos de trabajo, lo que representa una disminución del 3.6% respecto al año 2023. Esta cifra equivale al 17.9% de la Población Económicamente Activa (PEA) privada ocupada a nivel nacional.

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

El análisis de la transición por tamaño empresarial realizado en los últimos cinco años (2020-2024) para el sector comercio interno revela que, del total de microempresas nacidas en 2020, el 97.7% (141,982 empresas) se mantuvo en la misma categoría empresarial hasta 2024. Solo el 2.2% (3,201) logró crecer y convertirse en pequeñas empresas, el 0.01% (18) en medianas, y apenas el 0.04% (61) en grandes empresas. Estos resultados evidencian que las Mipyme aún enfrentan importantes debilidades y fragilidades estructurales. Por ejemplo, permanecen al margen de los mercados más dinámicos, tienen una baja participación en las exportaciones y se

integran de manera marginal en cadenas productivas junto a grandes empresas. Además, rara vez se asocian para generar economías de escala o bienes colectivos, presentan bajos niveles de innovación y operan, en muchos casos, con un nivel bajo de tecnología y/o productividad (CEPAL, 2020).

Por otro lado, entre las pequeñas empresas nacidas en 2020, el 2.1% (103) evolucionó al estrato mediano en 2024, mientras que el 2.3% (116) migró al estrato de gran empresa. No obstante, el 29.5% (1,460) retrocedió al nivel de microempresa, lo cual evidencia las dificultades que enfrentan muchas pequeñas empresas para consolidarse y sostener su crecimiento en el tiempo.

En cuanto a las empresas registradas como medianas en 2020, el 45.8% (49) logró escalar a un estrato superior, lo que representa un desempeño destacable en términos de crecimiento empresarial. Sin embargo, también se observa que el 29.0% (31) descendió al estrato de pequeña empresa y el 7.5% (8) se convirtieron en microempresas, lo que refleja los riesgos asociados a la sostenibilidad en este segmento.

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

Matriz de transición de empresas del sector comercio interno nacidas en 2020 según tamaño empresarial, (2020-2024)

(En porcentaje)

En 2024 En 2020	Micro	Pequeña	Mediana	Gran empresa	Total
Micro	97.7	2.2	0.01	0.04	100.0
Pequeña	29.5	66.1	2.1	2.3	100.0
Mediana	7.5	29.0	17.8	45.8	100.0
Gran empresa	4.0	8.7	7.0	80.3	100.0
Total	95.2	4.3	0.1	0.3	100.0

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

Fuente: Sunat, Registro Único del Contribuyente 2020-2024

Elaboración: PRODUCE-OEE

Otras variables del sector

Personal Ocupado

En junio de 2025, el personal ocupado en el sector de comercio interno registró un moderado incremento interanual del 6.1%, impulsado por el aumento en las contrataciones en supermercados e hipermercados (+13.1%), farmacias y boticas (+2.5%), así como en el comercio de libros, periódicos y artículos de papelería (+22.3%). No obstante, este avance fue parcialmente contrarrestado por la reducción del personal en actividades como ferreterías y acabados (-3.4%), equipamiento del hogar (-1.4%) y tiendas por departamento (-0.1%).

Por tipo de empleo, las contrataciones de personal eventual disminuyeron en 16.5% interanual, mientras que el personal permanente registró un aumento de 13.6%.

Según género, el empleo en el sector de comercio interno creció tanto en el personal masculino (+6.3%) como en el femenino (+5.9%).

PERSONAL OCUPADO: Número de personas según grupo y clase CIU (Junio 2025)

CIU ^a	Actividad	Total		Tipo de empleo			
				Permanentes	Eventuales	Varones	Mujeres
	Var.% ¹ (Junio 25/Junio 24)	3.9		13.6	-16.5	6.3	5.9
	Mayo 2025	114,505	Var.%¹	92,127	22,378	49,516	64,989
4711	Supermercados e hipermercados	52,601	13.1	40,543	12,058	25,804	26,797
4719	Tiendas por departamentos ²	17,224	-0.1	12,413	4,811	7,303	9,921
4752	Ferreterías y acabados del hogar	13,705	-3.4	13,615	90	8,269	5,436
4759	Equipamiento del hogar	4,898	-1.4	4,082	816	2,829	2,069
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	2,692	22.3	1,291	1,401	1,394	1,298
4772	Farmacias y boticas	23,385	2.5	20,183	3,202	3,917	19,468

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

En junio de 2025, el número de locales del sector comercio interno ascendió a 6,678 establecimientos, cifra mayor en 595 locales, en comparación a junio del 2024. La principal actividad que incidió en dicho aumento fueron los supermercados e hipermercados (439 locales más), seguido

de las farmacias y de cuidado personal (123 locales más), libros periódicos y artículos de papelería (9 local más) y equipamiento del hogar (26 locales más). Sin embargo, se observa una disminución en los locales de las tiendas por departamento (2 locales menos).

Número de tiendas según clase CIIU (Junio 2025)

CIIU ^a	Actividad	Jun-24	Jun-25	Var.% (Jun 25/24)
4711	Supermercados e hipermercados	2,434	2,873	18.0
4719	Tiendas por departamentos	199	197	-1.0
4752	Ferreterías y acabados del hogar	152	152	0.0
4759	Equipamiento del hogar	352	378	7.4
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	166	175	5.4
4772	Farmacias y cuidado personal	2,780	2,903	4.4
	Total	6,083	6,678	9.8

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

