



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 2025





INDICE

Noviembre 2025

Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

03 Introducción

04 Producción nacional y del sector comercio

04 Desempeño según actividades

16 Desempeño e importancia de los Supermercados en el sector retail en 2025

20 Otras variables del sector

REPORTE DE COMERCIO INTERNO

Grandes almacenes e hipermercados minoristas

Noviembre 2025

Introducción

En noviembre de 2025, las ventas del sector comercio interno ^{1/} experimentaron un aumento significativo de 9.4% interanual, impulsado por la mayor demanda en las actividades de supermercados (+9.1%), tiendas por departamentos (+15.8%), ferreterías y acabados (+5.0%), equipamiento del hogar (+16.6%), librerías y artículos de papelería (+1.6) y farmacias y boticas (+5.2%).

En el periodo acumulado de enero a noviembre de 2025, las ventas del comercio interno registraron un crecimiento de 4.7%, con respecto a similar periodo del año anterior, como resultado de las mayores ventas en supermercados e hipermercados (+4.6%), tiendas por departamento (+5.6%), ferreterías y acabados (+1.7%), equipamiento del hogar (+12.2%), farmacias y boticas (+5.1%).

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

(Millones de soles a precios corriente)

CIIU ^(a)	Actividad	Nov-24	Nov-25 ^(b)	Var. % Nov 25/24
	Total	4,291	4,692	9.4
4711	Supermercados e hipermercados ^{3/}	1,994	2,177	9.1
4719	Tiendas por departamentos ^{4/}	777	900	15.8
4752	Ferreterías y acabados	530	557	5.0
4759	Equipamiento del hogar	197	230	16.6
4772	Farmacias y boticas	683	719	5.2
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	108	110	1.6

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

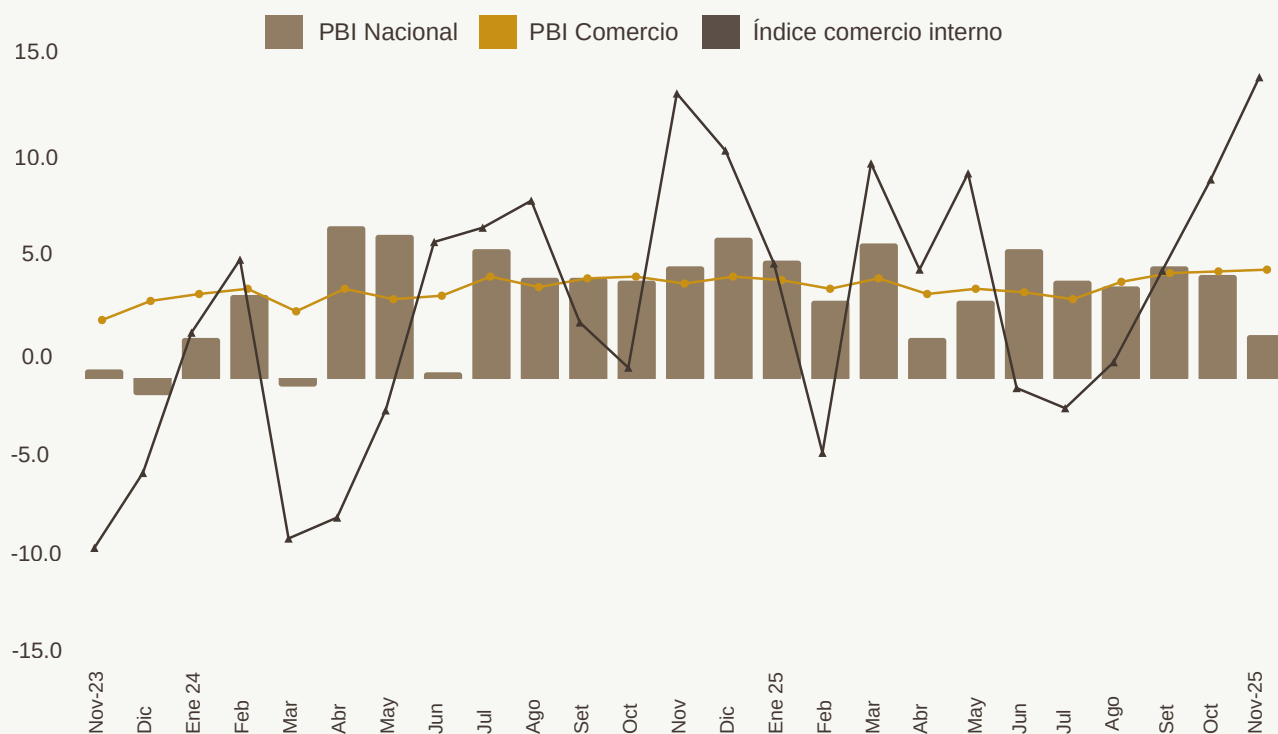
1/ En el presente boletín, las ventas del comercio interno se aproximan como las ventas de los grandes almacenes, supermercados y tiendas especializadas, agregando las actividades de las clases CIIU 4711, 4719, 4752, 4759, 4772 y 4761 de revisión 4.

Producción nacional y del sector comercio

En noviembre de 2025, el PBI nacional registró un crecimiento del 1.5% interanual. Asimismo, el PBI del sector comercio mantuvo una tendencia positiva, registrando un incremento

interanual de 4.2%, influenciado por un aumento en la demanda de las actividades de comercio mayorista (+3.5%) y minorista (+4.0%).

Evolución del PBI nacional, PBI comercio e Índice de comercio interno, Noviembre 2023-Noviembre 2025¹(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

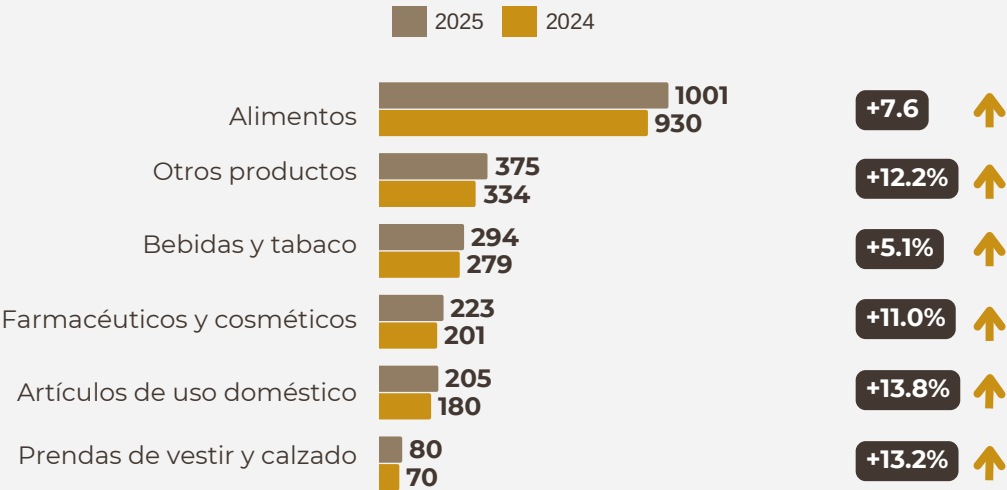
Ventas en tiendas por supermercados e hipermercados

En noviembre de 2025, las ventas de los supermercados e hipermercados registraron un incremento de 9.1% interanual, como resultado de la mayor

demanda de alimentos (+7.6%), bebidas y tabaco (+5.1%), de productos diversos (+12.2%), artículos de uso doméstico (+13.8%), entre otros.

Ventas por líneas de productos, Noviembre 2024 - Noviembre 2025

(Millones de soles y Var. % interanual)



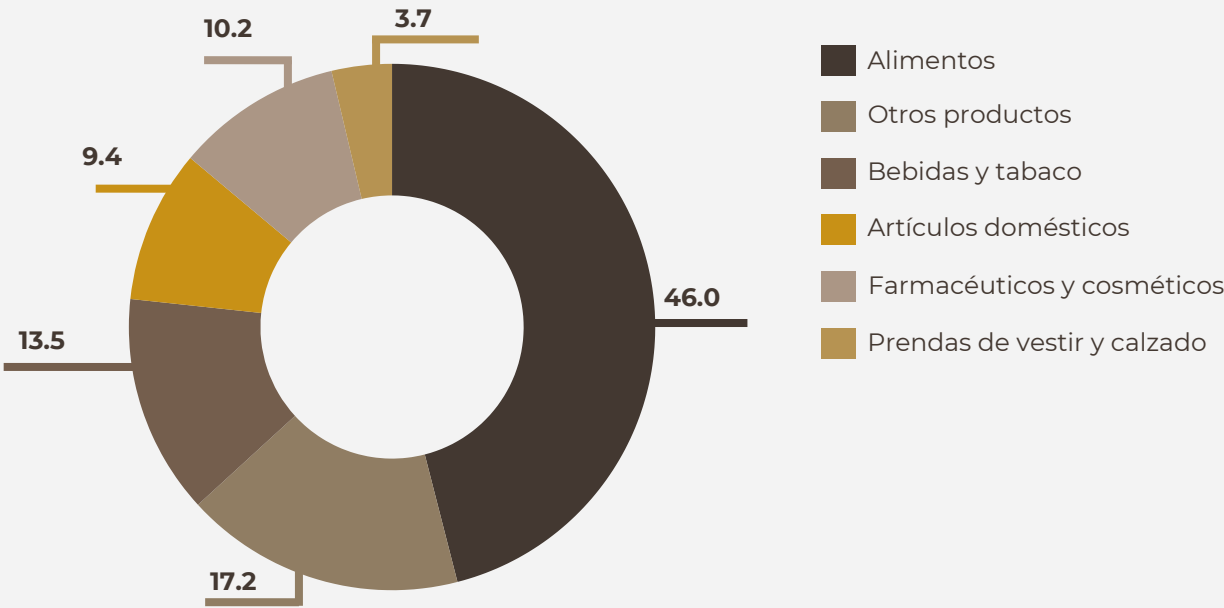
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

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.

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

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

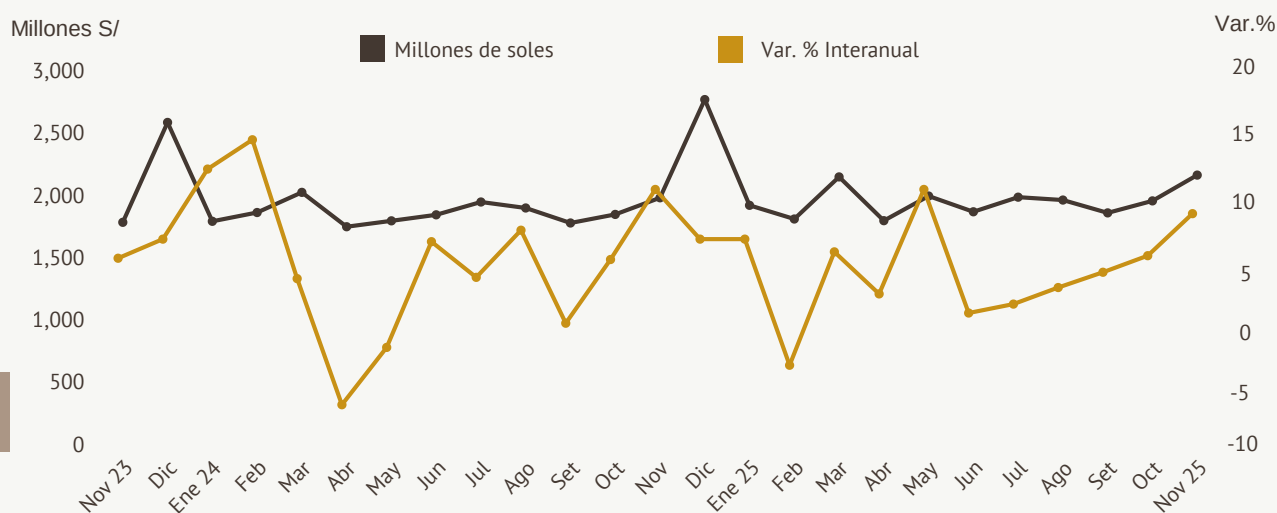


En el periodo acumulado de enero a noviembre de 2025, las ventas en supermercados e hipermercados, registraron un crecimiento de 4.6%, con respecto a similar

periodo del año anterior, como resultado de las mayores ventas en alimentos (+5.1%), bebidas y tabacos (+5.4%) y otros productos (+7.3%).

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

Noviembre 2023 a Noviembre 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

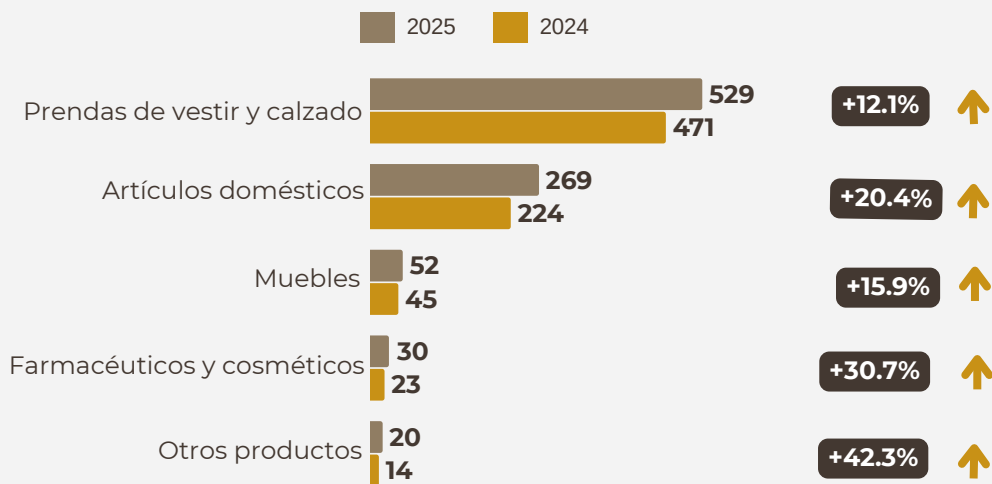
En noviembre de 2025, las ventas en tiendas por departamento registraron un significativo aumento de 15.8% interanual, explicado por el aumento de las ventas en las categorías de prendas de vestir y

calzado (+12.1%), artículos de uso doméstico (+20.4%), productos diversos (+42.3%), farmacéuticos y cosméticos (+30.7) y muebles (+15.9).



Ventas por líneas de productos, Noviembre 2024 - Noviembre 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

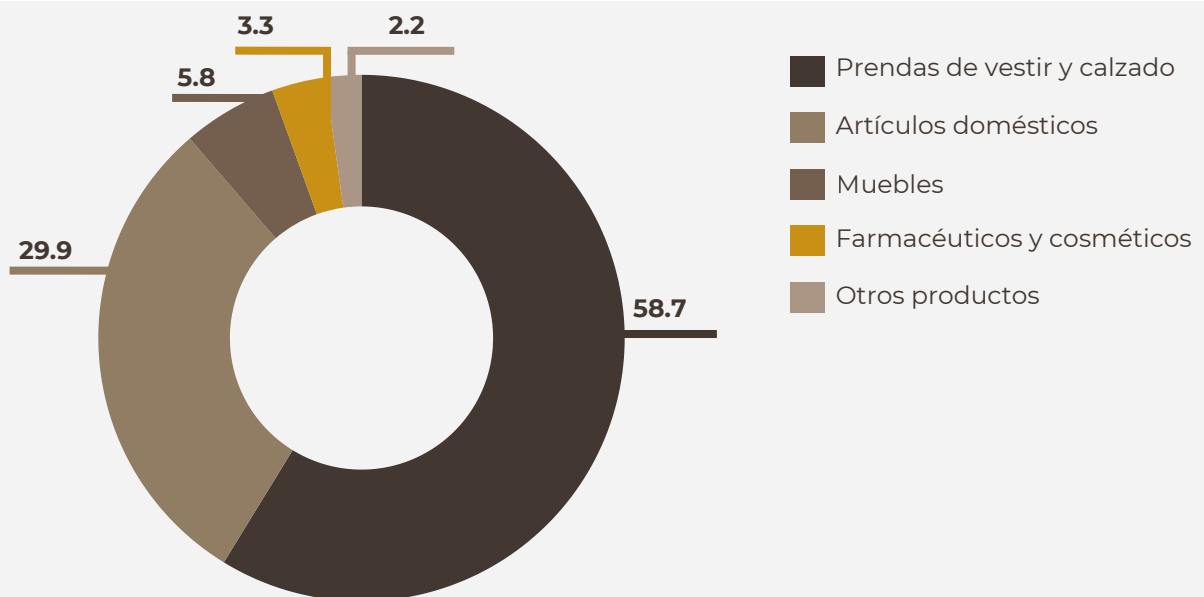


Las ventas de prendas de vestir y calzado, y artículos de uso doméstico representaron en conjunto el 88.6% del valor total facturado por las tiendas por departamento. En menor medida, siguieron las líneas de muebles, productos farmacéuticos y otros productos, que concentraron el restante 11.4%.

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/} Noviembre 2025

(Porcentaje %)

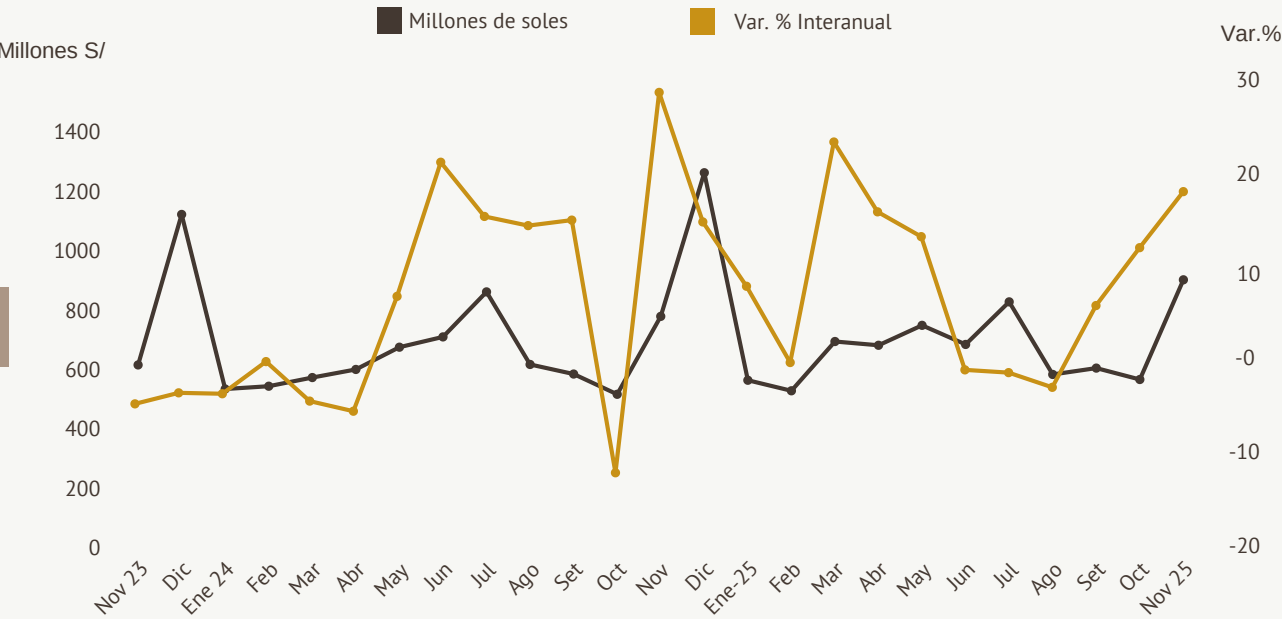


Nota: 1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos.
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

En el periodo acumulado de enero a noviembre de 2025, las ventas en tiendas por departamentos registraron un crecimiento de 5.6%, con respecto a similar periodo del año anterior, debido a la mayor

demanda de productos de las líneas de prendas de vestir y calzado (+4.7%), muebles (+6.2%), farmacéuticos y cosméticos (+15.3%), y artículos y equipos doméstico (+6.1%).

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

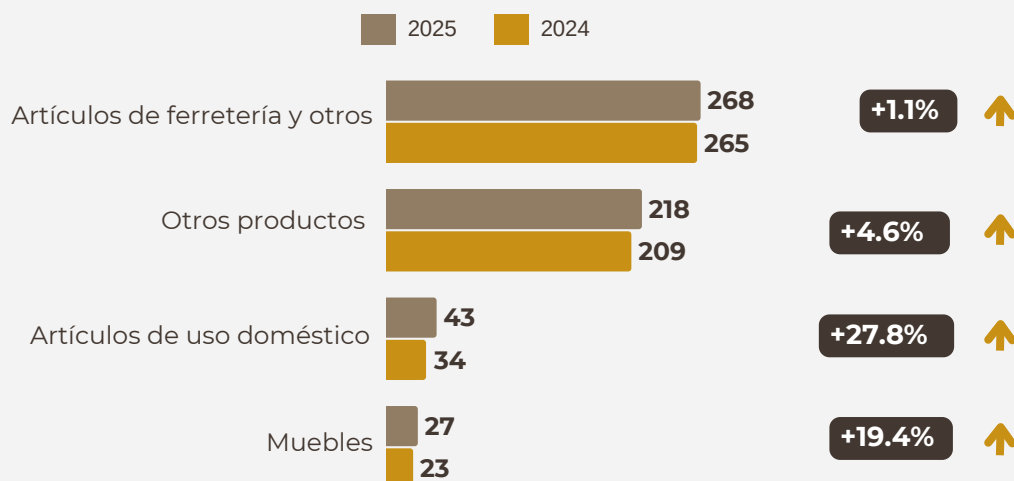
En noviembre de 2025, las ventas de productos de ferretería y acabados aumentaron en 5.0%. Dicho resultado se explica por el mayor dinamismo en las líneas de muebles (+19.4%), artículos de uso doméstico (+27.8%), ferreterías (+1.1%) y otros productos (+4.6%).

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

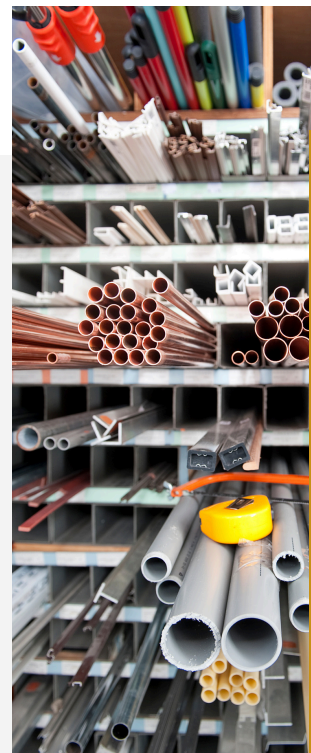


Ventas por líneas de productos, Noviembre 2024 y 2025

(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

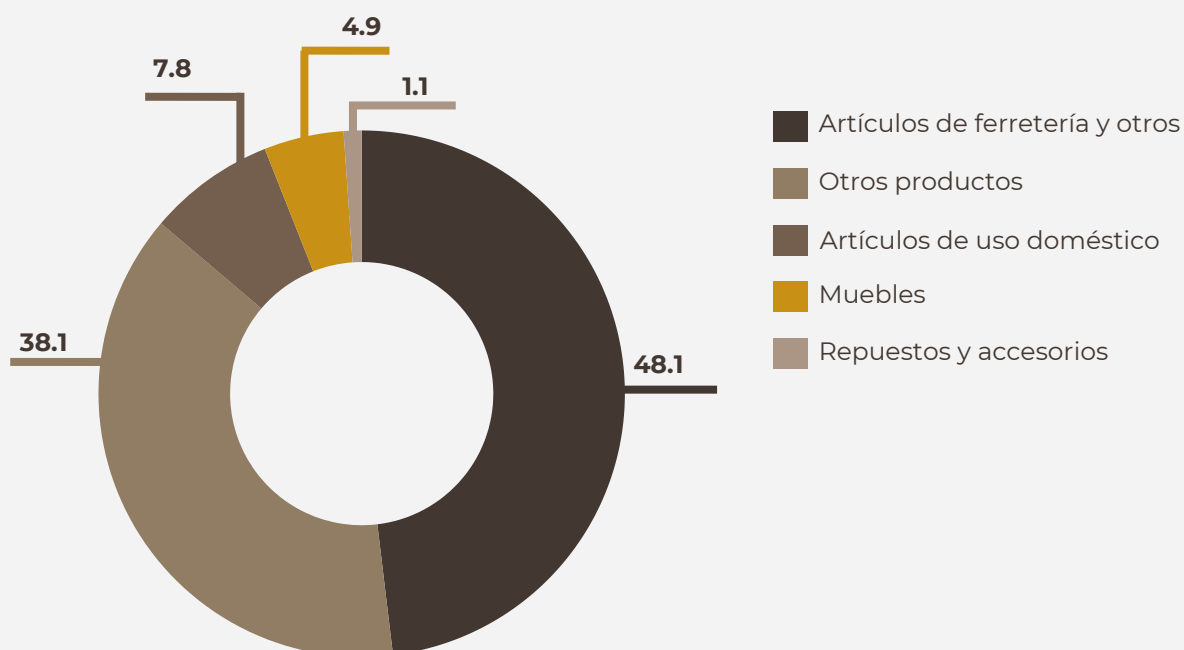


Las líneas de artículos de ferreterías y otros productos registraron una mayor participación conjunta en las ventas de esta actividad (86.2%),

seguida por la línea de artículos de uso doméstico y muebles (12.7%), y repuestos y accesorios (1.1%).

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

(Porcentaje %)



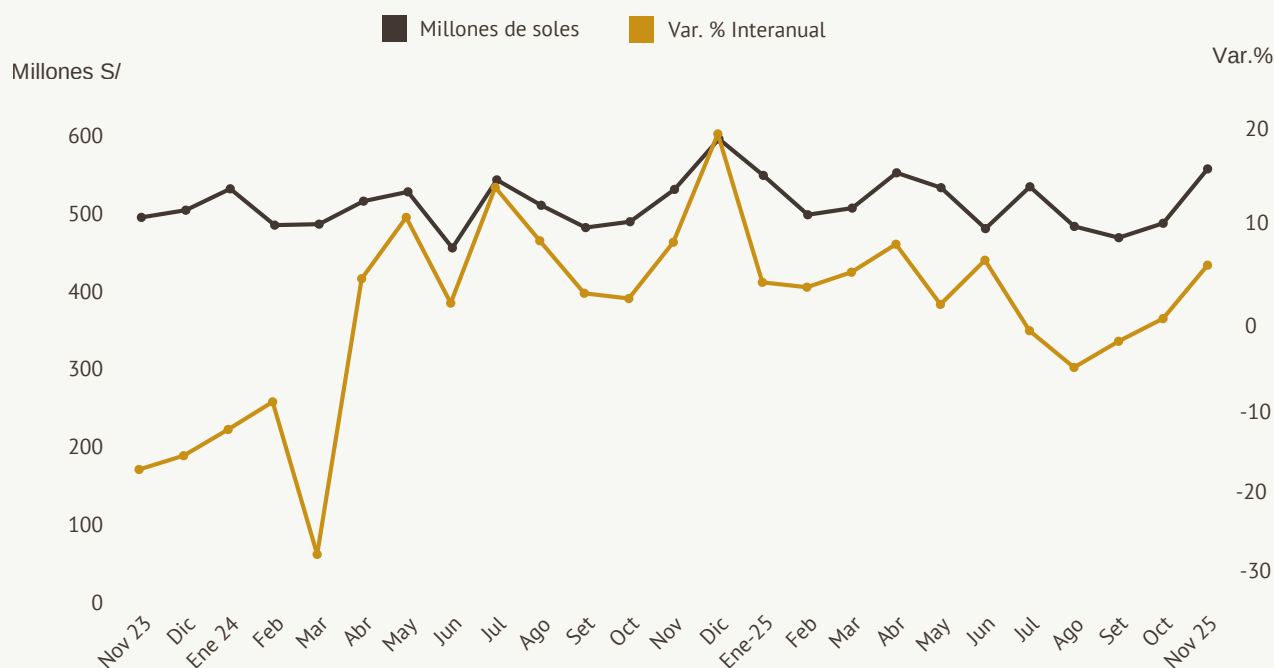
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

En el periodo acumulado de enero a noviembre de 2025, las ventas en ferreterías y acabados del hogar registraron un ligero incremento de 1.7%, con relación a similar

periodo del año anterior, impulsado por el dinamismo de la línea de muebles (+48.5%), y en menor medida, por artículos y productos diversos (+2.0%).

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

Noviembre 2023 a Noviembre 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

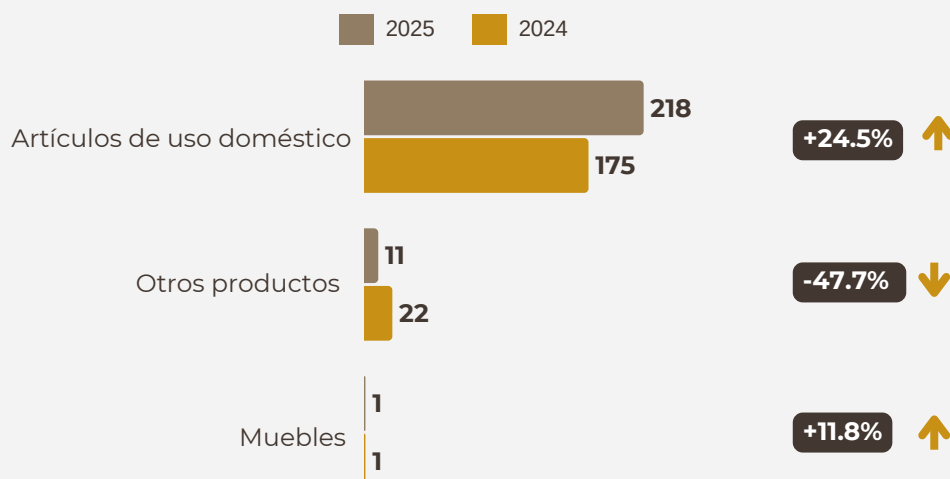
En noviembre de 2025, las ventas de equipamiento para el hogar aumentaron significativamente en 16.6% interanual, debido a la mayor demanda de productos de las líneas marrón, blanca y equipos

electrónicos, donde destacan principalmente la línea de muebles (+11.8%) y artículos de uso doméstico (+24.5%).



Ventas por líneas de productos, Noviembre 2024 y 2025

(Millones de soles y Var. % interanual)



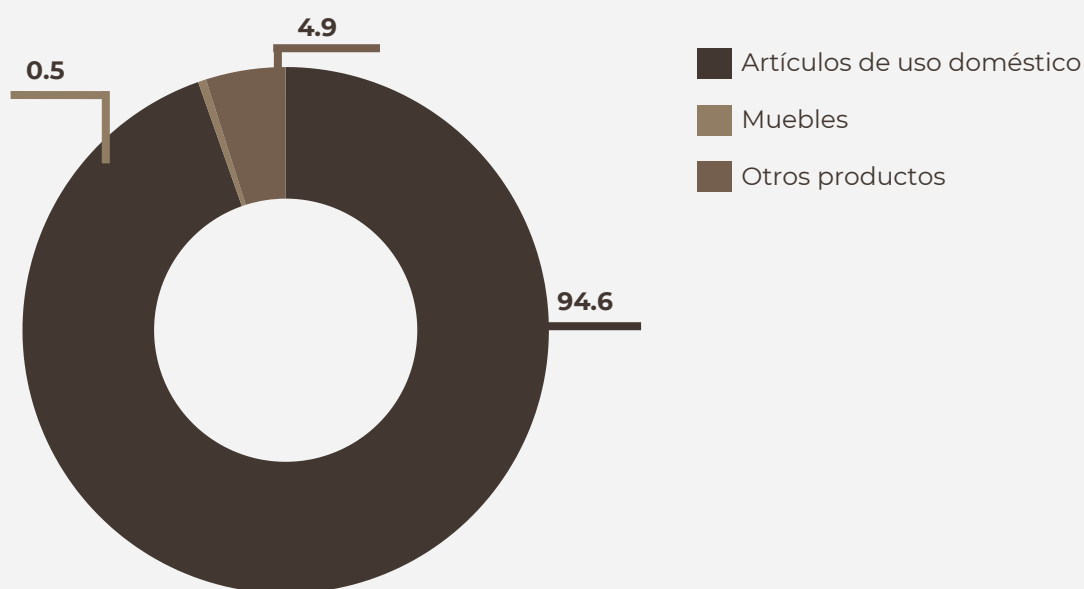
Fuente: INEI, Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

Las ventas de la línea de artículos de uso doméstico tuvieron una mayor participación (94.6%) en las ventas de la actividad de equipamiento del hogar; mientras que, las líneas de muebles con una ligera participación 0.5% y productos diversos registraron un aporte de 4.9%.

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 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

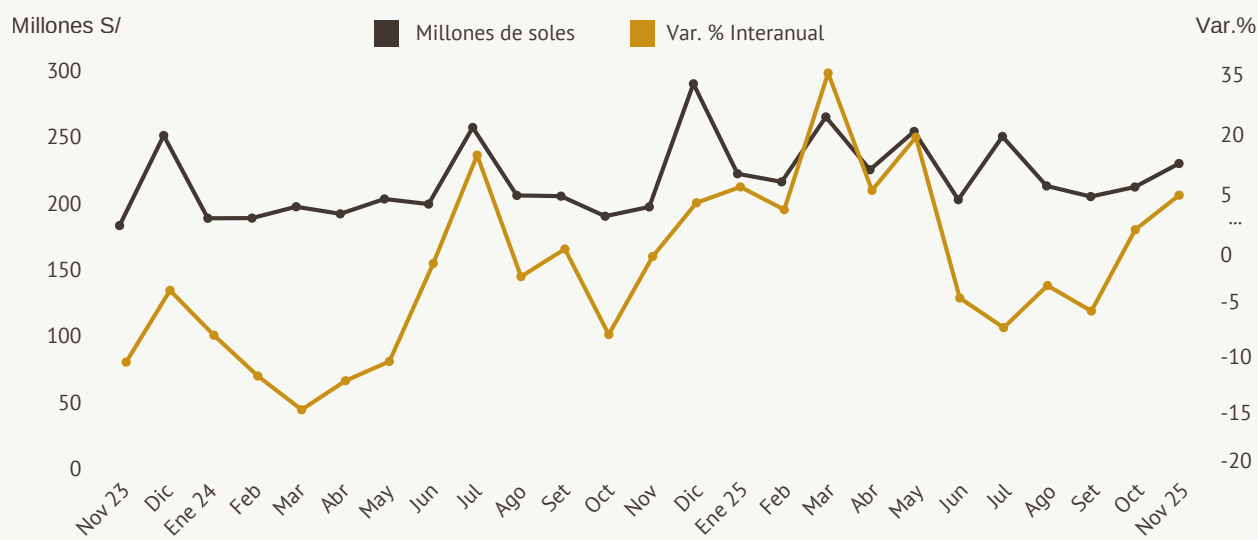


En el periodo acumulado de enero y noviembre 2025, las ventas de equipamiento del hogar registraron un incremento interanual de 12.2%, asociado principalmente

a las mayores ventas de las líneas de artículos y equipos domésticos (+19.8%). En contraste, dicho resultado fue atenuado por una disminución en las ventas de muebles.

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

Noviembre 2023 a Noviembre 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

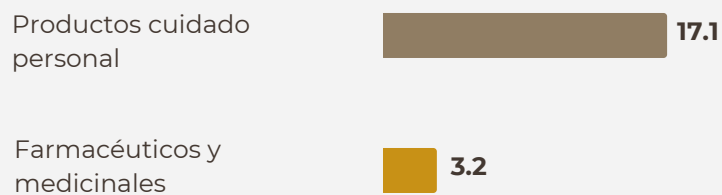
En noviembre de 2025, las ventas de productos farmacéuticos y de cuidado personal registraron un aumento de 5.2%, como resultado de la mayor venta de productos

farmacéuticos (+3.2%) y de la línea de cuidado personal (+17.1%), impulsado por el incremento de la demanda.



Ventas por líneas de productos, Noviembre 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

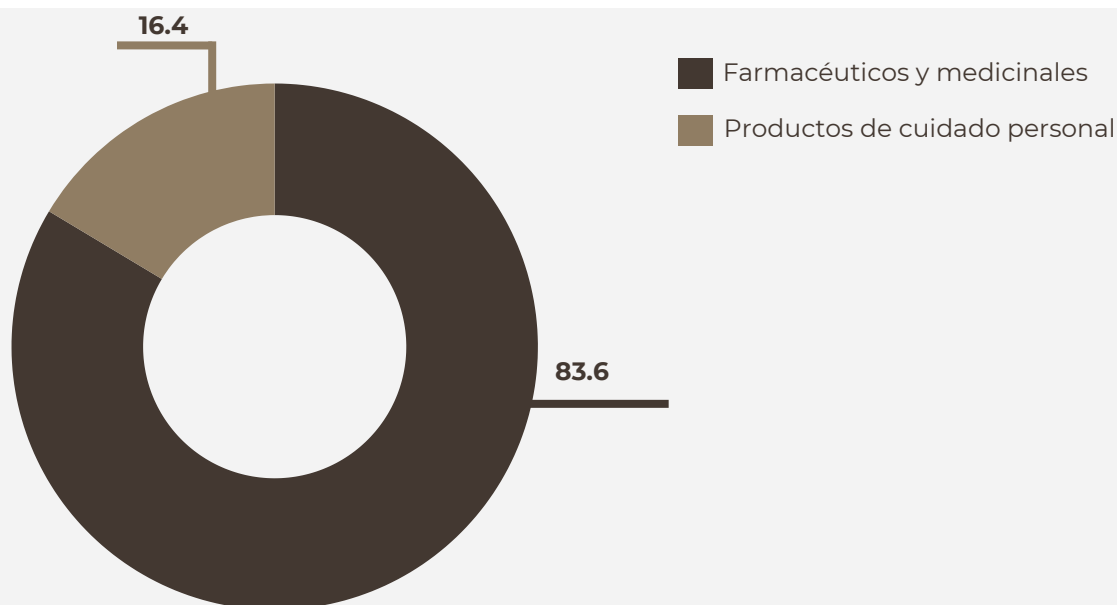


En cuanto a la participación de las líneas de productos de esta actividad, se observa que, en noviembre del 2025, las ventas de productos farmacéuticos y medicinales concentraron el 83.6% del total de las ventas; mientras que, las ventas de productos de cuidado personal representaron el 16.4%.

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, Noviembre 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

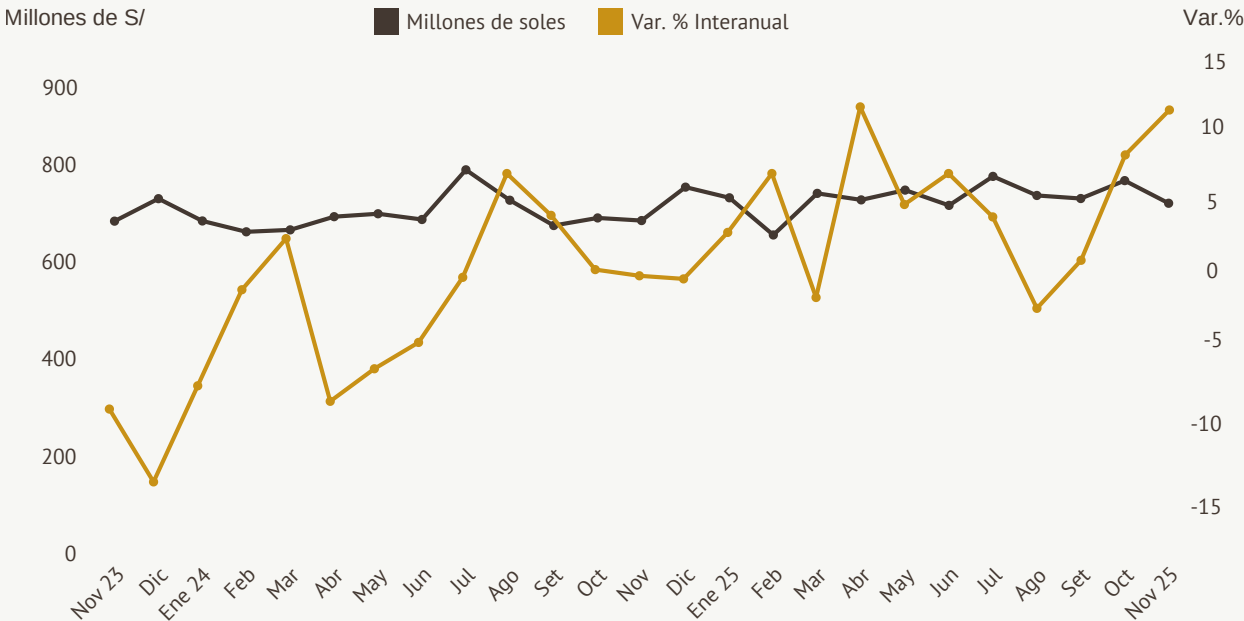


En el periodo acumulado de enero y noviembre 2025, las ventas de productos farmacéuticos y de cuidado, refgistró un crecimiento de 5.1%, respecto al mismo periodo del 2024.

Dicho avance, estuvo asociado a las mayores ventas de las líneas de farmacéuticos (+5.6%), asimismo, por el incremento de la línea de cuidado personal (+3.0%).

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

Noviembre 2023 a Noviembre 2025



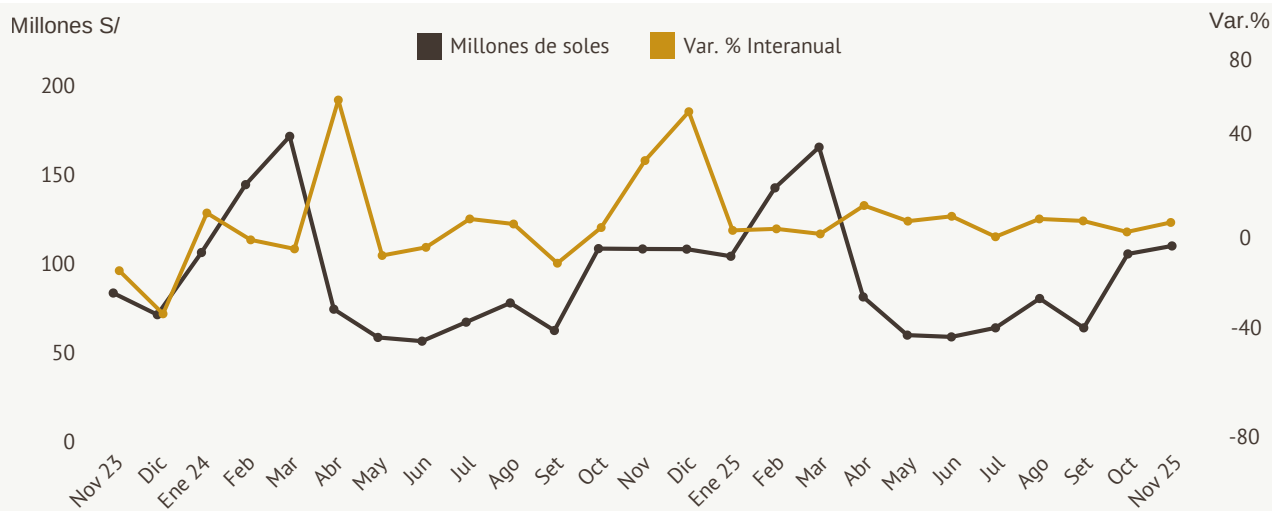
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

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

En noviembre de 2025, las ventas de libros, periódicos y artículos de papelería reportaron un ligero aumento de 1.6% interanual, asociado principalmente a la mayor demanda de productos de librerías (+2.1%). En contraste, este resultado fue atenuado por una reducción en la venta de productos diversos (-1.1%).

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: Noviembre 2023 a Noviembre 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 de enero y noviembre 2025, las ventas de librerías se mantuvieron estables y no reportaron variación alguna, en relación a similar periodo del 2024. Se aprecia una reducción

en las ventas de productos diversos en 25.1% (regalos, productos de cómputo etc.), las cuales fueron atenuadas por el incremento de productos de útiles de escritorio y librería en 3.8%.

Desempeño e importancia de los Supermercados en el Sector Retail 2025

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 más competitiva y compleja, evolucionando hacia grandes cadenas de supermercados con presencia nacional. Estas empresas ofrecen miles de productos en gran parte del mundo y atienden a millones de hogares a través de múltiples canales, tanto físicos como digitales, operando con márgenes bajos en comparación con otras industrias (Deloitte, 2023). Además, 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).

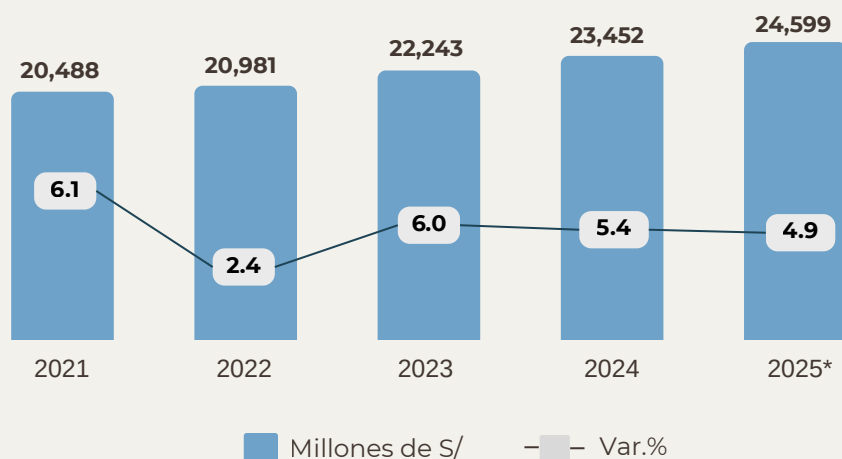
promedio anual de 5.0%. Dicho crecimiento estuvo asociado al buen desempeño del consumo de los hogares, principalmente, en productos de la canasta básica (alimentos y bebidas), el cual se vio favorecido por la recuperación del consumo privado (+3.2% en promedio por año).

En 2025, se estima que las ventas de los supermercados habrían ascendido a un monto de S/ 24.6 mil millones, lo que representó un crecimiento de 4.9% interanual, favorecido por el aumento en el gasto de los hogares, principalmente, en alimentos y bebidas ante una recuperación de la demanda interna (+5.5%). La actividad de los supermercados habría aportado con el 1.5% al PBI nacional y generado cerca de 53 mil puestos de trabajo, cifra que representó el 46% del empleo total privado registrado en el comercio interno en 2024.

Entre 2021 y 2025, las ventas de los supermercados registraron un crecimiento

Evolución de la ventas de supermercados, 2021-2025*

(Millones de S/ y Var.%)



Nota: (*) Cifras estimadas

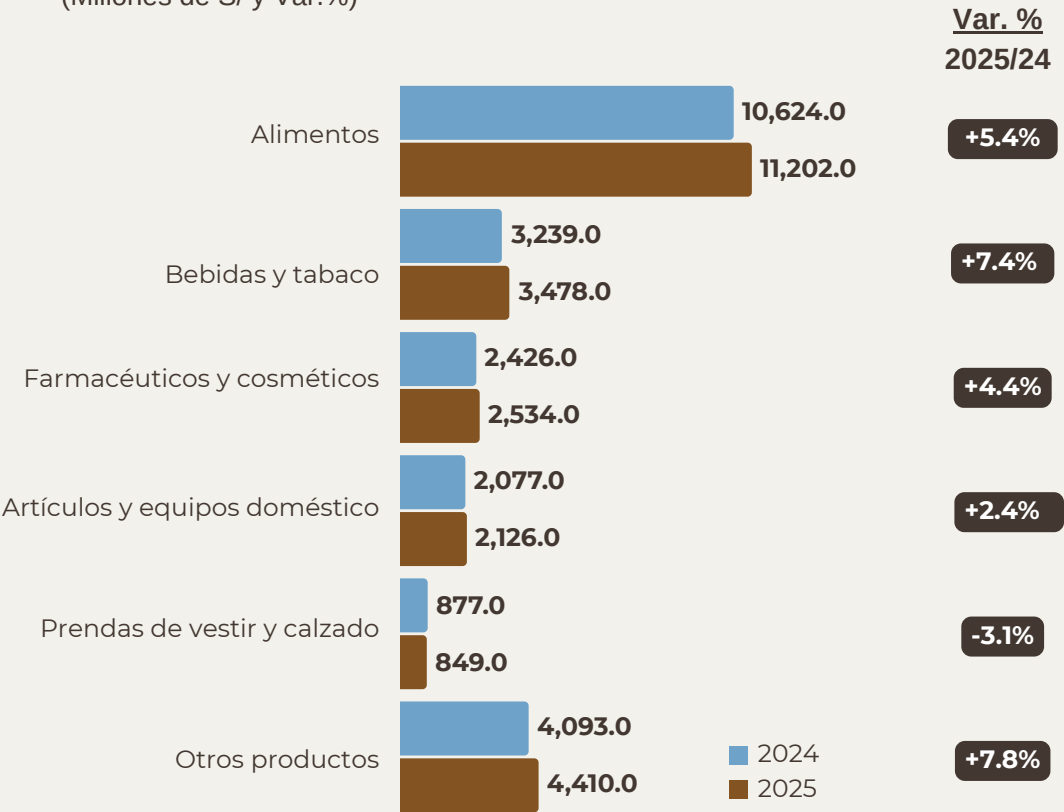
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas

Elaboración: PRODUCE-OGEIEE-OEE

Por línea de producto, en 2025, se estima que el gasto de los hogares se habría concentrado principalmente en el rubro de alimentos, que creció en 5.4% con respecto al 2024.

Asimismo, en dicho aumento incidió las líneas de bebidas y tabaco (+7.4%), artículos farmacéuticos y cosméticos (+4.4%), artículos y equipos de uso doméstico (+2.4%) y otros productos (+7.8%).

Ventas de los supermercados según línea de producto, 2024-2025*
(Millones de S/ y Var.%)



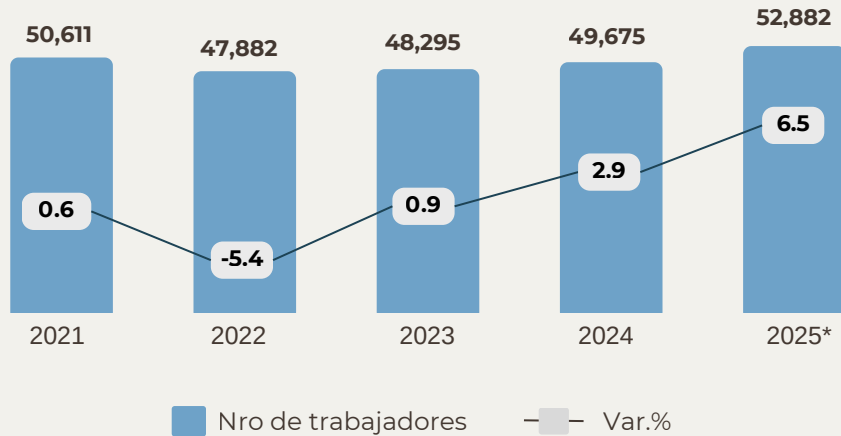
Nota (*): Cifras estimadas para el año 2025
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE-OGEIEE-OEE

En cuanto al nivel de empleo generado en los supermercados, éste habría registrado un ligero crecimiento de 0.8%, en promedio anual, entre 2021 y 2025. En 2025, el nivel de empleo habría aumentado en 6.5%, debido al dinamismo de la demanda interna, la cual se estima creció en 5.4%, permitiendo mayores contrataciones del personal.

Según la condición de empleabilidad, el empleo eventual que representa, en promedio, el 20% del empleo total en los supermercados, habría reportado el mayor crecimiento en 2025 con una tasa de 17.6%. Por su parte, el empleo permanente que concentra el 80% del empleo en supermercados, creció en 3.6%.

Evolución del nivel de empleo en supermercados, 2021-2025*

(Número de trabajadores y Var.%)



Nota (*): Cifras estimadas

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

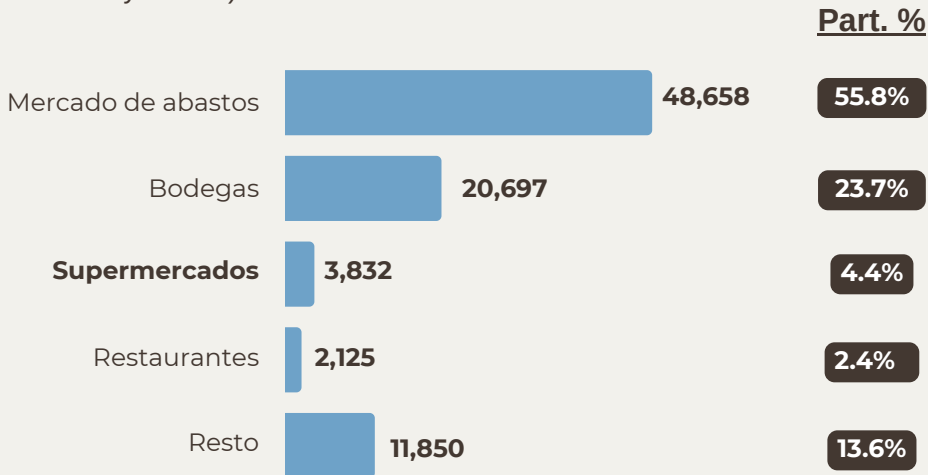
Elaboración: PRODUCE-OGEIEE-OEE

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 4.4% en el total

del gasto de los hogares en alimentos; después de los mercados de abastos (55.8%) y bodegas (23.7%), que en su conjunto representan el 83.9% del gasto de los hogares en alimentos y bebidas.

Estructura del gasto de los hogares en alimentos según lugar de compra, 2025*

(Millones de S/ y Part.%)



Nota: (*) Cifras estimadas

Fuente: INEI-ENAH0 (2024, Trimestral 2025)

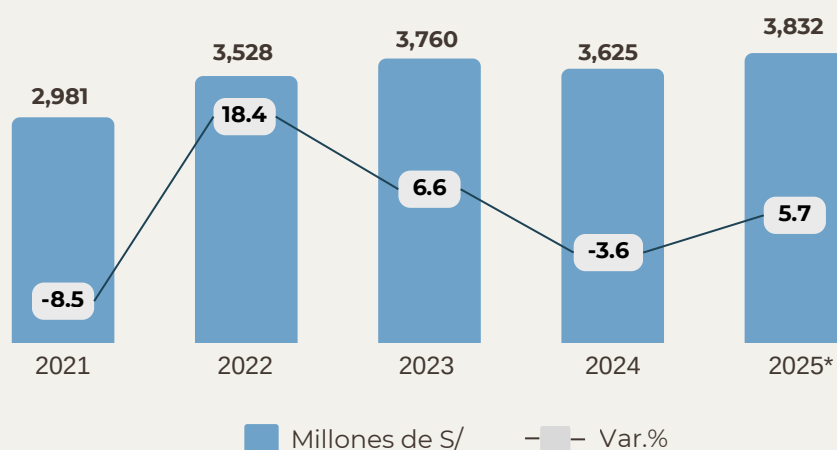
Elaboración: PRODUCE-OGEIEE-OEE

En 2025, el gasto de los hogares en alimentos y bebidas realizado en los supermercados habría alcanzado un valor de S/ 3,832 millones, lo que representó un aumento de 5.7% con respecto al año previo.

Este resultado estuvo asociado a una recuperación en el consumo de los hogares por alimentos y bebidas en los estratos socioeconómicos A, B y C.

Gasto de los hogares en alimentos según lugar de compra, 2021-2025*

(Millones de S/ y Var.%)



Nota (*): Cifras estimadas
Fuente: INEI-ENAH0 (2024, Trimestral 2025)
Elaboración: PRODUCE-OGEIEE-OEE

A nivel regional, Lima habría representado el 72.1% del gasto total de alimentos y bebidas en supermercados a

nivel nacional, seguido de Piura (3.9%), Callao (3.9%), Arequipa (3.6%) y La Libertad (3.0%) en 2025, principalmente.

Otras variables del sector

Personal Ocupado

En noviembre de 2025, el personal ocupado en el sector de comercio interno registró un incremento interanual de 4.3%, impulsado por un aumento en las contrataciones de las actividades como supermercados e hipermercados (+5.2%), tiendas por departamento (+10.7%), farmacias y boticas (+3.1%) y libros, periódicos y artículos de papelería (+24.2%). Sin embargo, dicho avance fue atenuado por la reducción en la contratación del personal de equipamiento del hogar (-3.4%) y ferreterías y acabados (-5.2%).

Por tipo de empleo, disminuyeron las contrataciones del personal eventual (-10.7% interanual), mientras que, el personal permanente aumentó en 8.9%.

Según sexo, el sector de comercio interno registró un aumento en la contratación del personal masculino (+3.5%), así como del personal femenino en (+4.9%).

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

CIIU ^a	Actividad	Total		Tipo de empleo			
				Permanentes	Eventuales	Varones	Mujeres
	Var.% ¹ (Nov25/Nov24)	4.3		8.9	-10.7	3.5	4.9
	Noviembre 2025	121,357	Var.%¹	97,048	24,309	52,340	69,017
4711	Supermercados e hipermercados	56,524	5.2	43,406	13,118	27,594	28,930
4719	Tiendas por departamentos ²	19,577	10.7	13,732	5,845	7,989	11,588
4752	Ferreterías y acabados del hogar	13,685	-5.2	13,597	88	8,182	5,503
4759	Equipamiento del hogar	4,895	-3.4	4,127	768	2,849	2,046
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	2,935	24.2	1,263	1,672	1,525	1,410
4772	Farmacias y boticas	23,741	3.1	20,923	2,818	4,201	19,540

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 noviembre de 2025, el número de locales del sector comercio interno ascendió a 6,926 establecimientos, cifra mayor en 703 locales, en comparación a noviembre del 2024. La principal actividad que incidió en dicho aumento fueron supermercados e hipermercados (510 locales más),

seguido de farmacias y de cuidado personal (158 locales más), tiendas por departamento (45 locales más). Sin embargo, se observa una disminución en los locales de equipamiento del hogar (9 locales menos).

Número de tiendas según clase CIIU (Noviembre 2025)

CIIU ^a	Actividad	Nov-24	Nov-25	Var.% (Nov 25/24)
4711	Supermercados e hipermercados	2,521	3,031	20.2
4719	Tiendas por departamentos	197	242	22.8
4752	Ferreterías y acabados del hogar	153	152	-0.7
4759	Equipamiento del hogar	354	345	-2.5
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	170	170	0.0
4772	Farmacias y cuidado personal	2,828	2,986	5.6
	Total	6,223	6,926	11.3

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

