



PERÚ

Ministerio
de la Producción

**BOLETÍN
ESTADÍSTICO**

Reporte de Comercio Interno

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

Agosto 2025





INDICE

Agosto 2025

Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

03 Introducción

16 Desempeño del Factoring en el Comercio Interno a agosto de 2025

04 Producción nacional y del sector comercio

04 Desempeño según actividades

19 Otras variables del sector

REPORTE DE COMERCIO INTERNO

Grandes almacenes e hipermercados minoristas

Agosto 2025

Introducción

En agosto de 2025, las ventas del sector comercio interno^{1/} aumentaron ligeramente en 0.6% interanual, impulsado por el dinamismo de las actividades de supermercados (+3.3%), equipamiento del hogar (+3.5%), farmacias y boticas (+1.4%), y librerías (+3.2%).

En el periodo acumulado de enero a agosto de 2025, las ventas internas según grupo y clase CIIU, registraron un crecimiento de 4.0%, con respecto a similar periodo del año anterior, asociado a las mayores ventas en supermercados e hipermercados (+3.8%), tiendas por departamento (+3.9%), ferreterías y acabados (+2.0%), equipamiento del hogar (+13.2%), y farmacias y boticas (+4.0%).

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

(Millones de soles a precios corriente)

CIIU ^(a)	Actividad	Ago-24	Ago-25 ^(b)	Var. % Ago 25/24
	Total	4,047	4,069	0.6
4711	Supermercados e hipermercados ^{3/}	1,912.5	1,976.2	3.3
4719	Tiendas por departamentos ^{4/}	615.7	582.1	-5.5
4752	Ferreterías y acabados	509.8	482.7	-5.3
4759	Equipamiento del hogar	206.0	213.2	3.5
4772	Farmacias y boticas	725.1	734.9	1.4
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	77.8	80.3	3.2

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

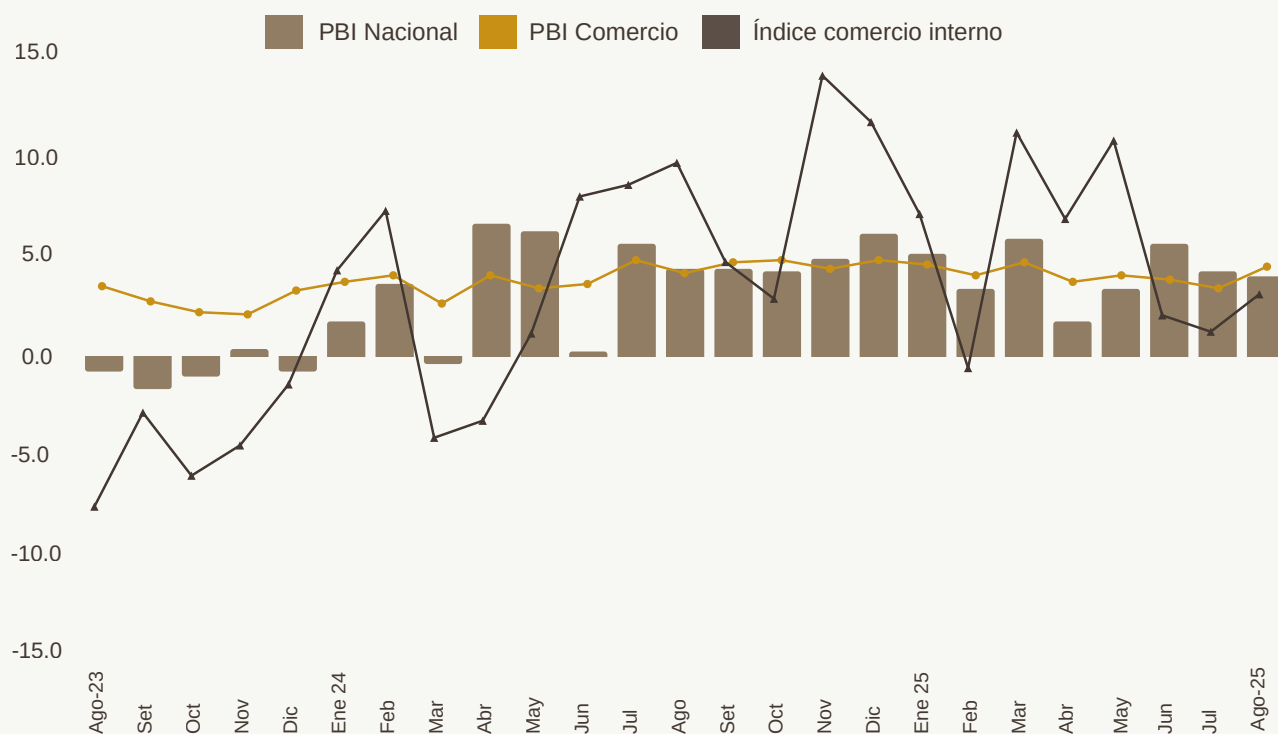
1/ En el presente boletín, las ventas del comercio interno se aproximan como las ventas de los grandes almacenes, supermercados y tiendas especializadas, agregando las actividades de las clases CIIU 4711, 4719, 4752, 4759, 4772 y 4761 de revisión 4.

Producción nacional y del sector comercio

En agosto de 2025, el PBI nacional experimentó un crecimiento del 3.2% interanual. Asimismo, el PBI del sector comercio mantuvo una tendencia positiva, registrando un incremento

interanual de 3.5%, influenciado por un aumento en la demanda de las actividades de comercio mayorista (+3.7%) y minorista (+3.5%).

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

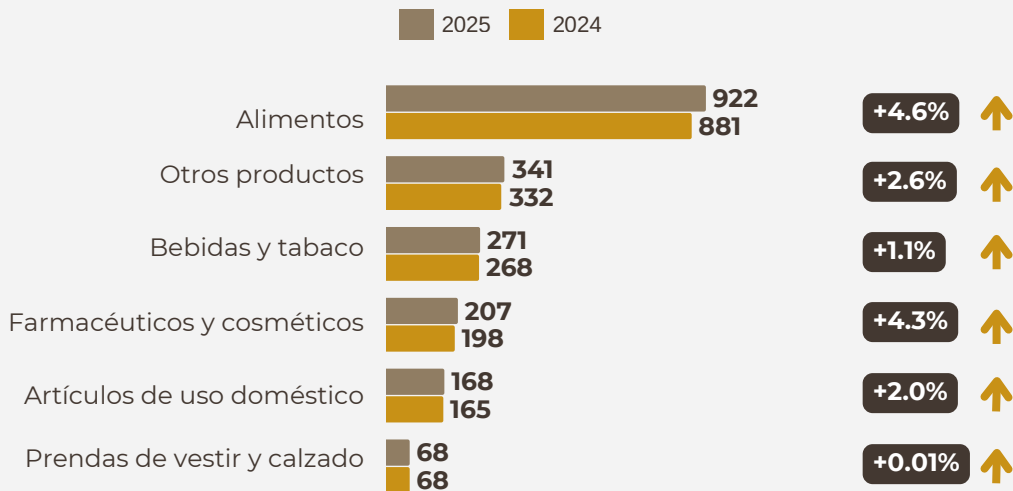
Ventas en tiendas por supermercados e hipermercados

En agosto de 2025, las ventas de los supermercados e hipermercados registraron un incremento de 3.3% interanual, como resultado de la mayor demanda de alimentos

(+4.6%), bebidas y tabaco (+1.1%), productos diversos (+2.6), artículos de uso doméstico (+2.0%), entre otros.

Ventas por líneas de productos, Agosto 2024 - Agosto 2025

(Millones de soles y Var. % interanual)



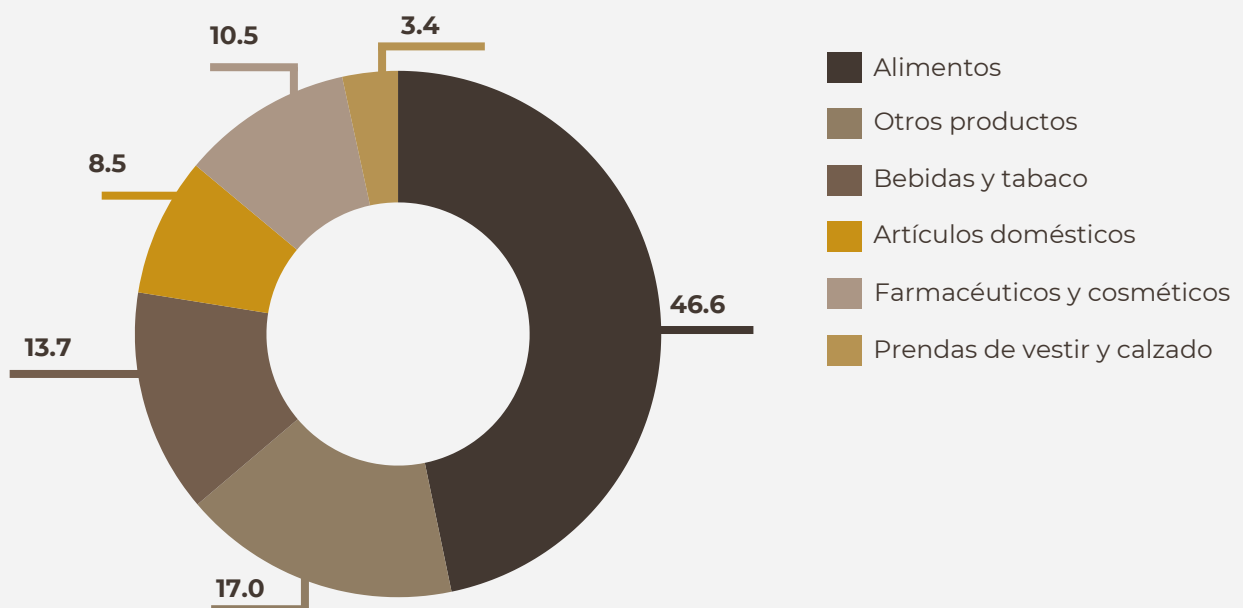
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

Las líneas de alimentos y bebidas concentraron el 60.3% del valor total de ventas facturadas por los supermercados e hipermercados; mientras que, el restante (39.7%) 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 y Metro, Hipermercados Tottus y Makro Supermayorista, Tiendas Tambo.

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

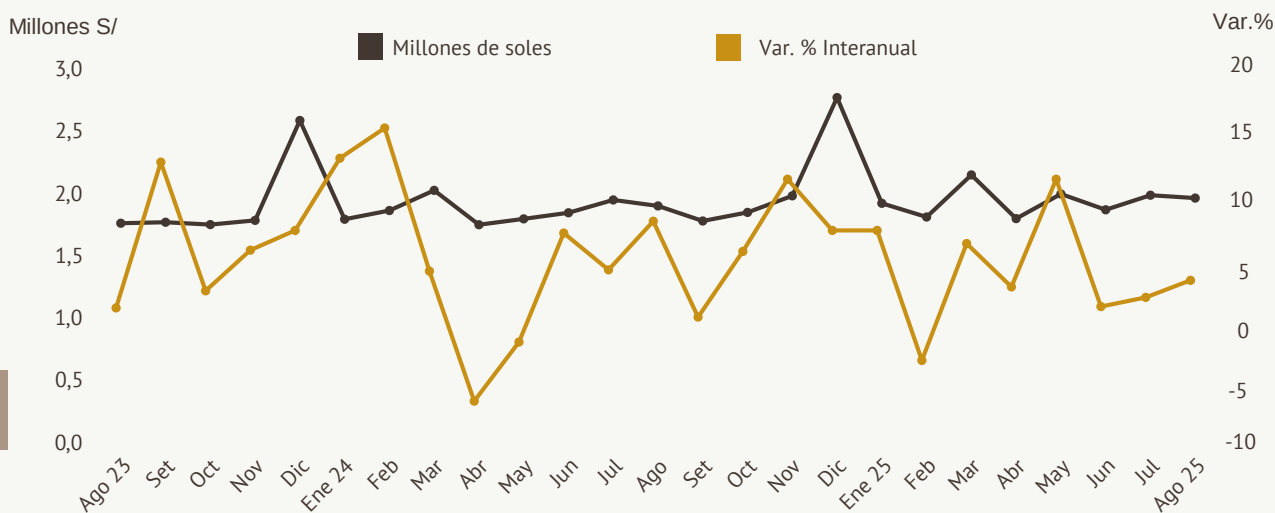


En el periodo acumulado de enero a agosto de 2025, las ventas en supermercados e hipermercados registraron un crecimiento de 3.8%, con respecto a similar periodo del

año anterior. Dicho crecimiento fue como resultado de las mayores ventas en alimentos (+4.7%), bebidas y tabacos (+4.2%) y otros productos (+7.3%).

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

Agosto 2023 a Agosto 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

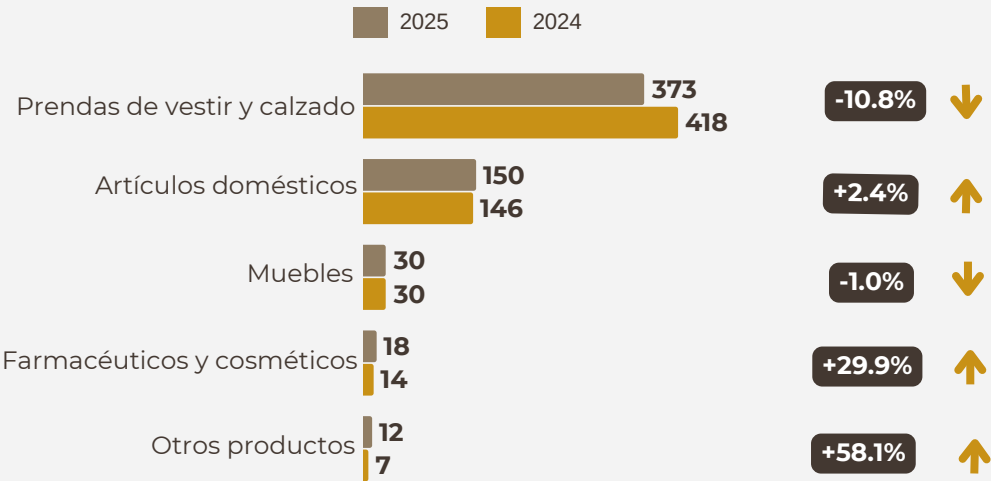
En agosto de 2025, las ventas en las tiendas por departamento registraron una disminución de 5.5%, en comparación al mismo mes del año anterior, explicado por la reducción de las ventas en las categorías

de prendas de vestir y calzado (-10.8%) y muebles (-1.0%); pero atenuados por el crecimiento de las líneas de artículos de uso doméstico (+2.4%) y productos diversos (+58.1%).



Ventas por líneas de productos, Agosto 2024 - Agosto 2025

(Millones de soles y Var. % interanual)



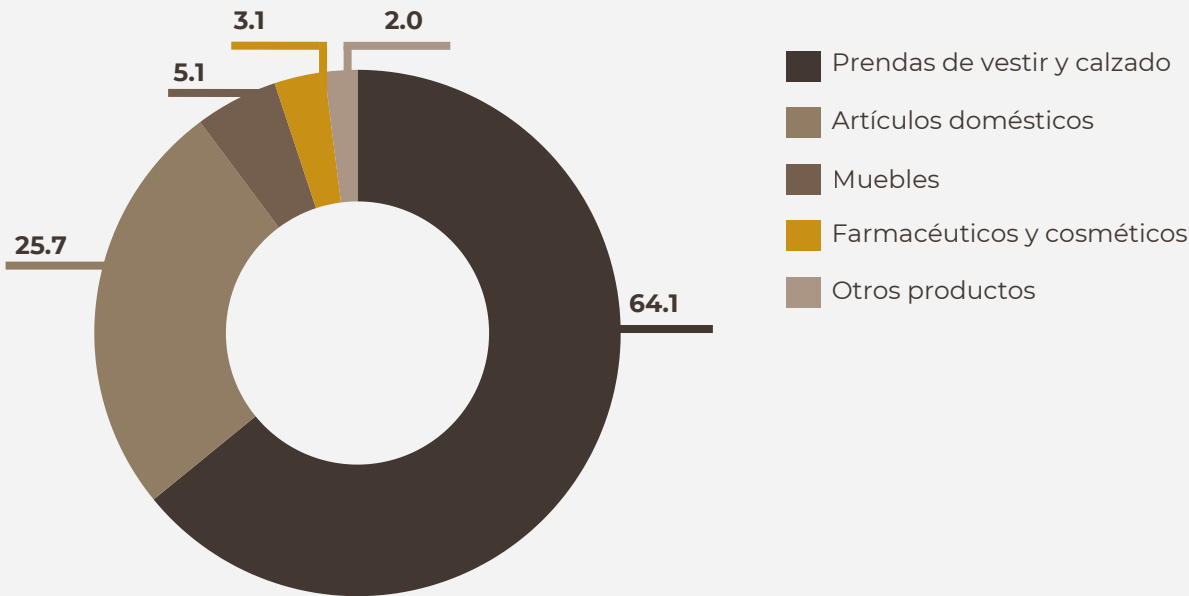
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

Las ventas de prendas de vestir y calzado, y artículos de uso doméstico representaron en conjunto el 89.8% 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 10.2%.

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/} Agosto 2025

(Porcentaje %)



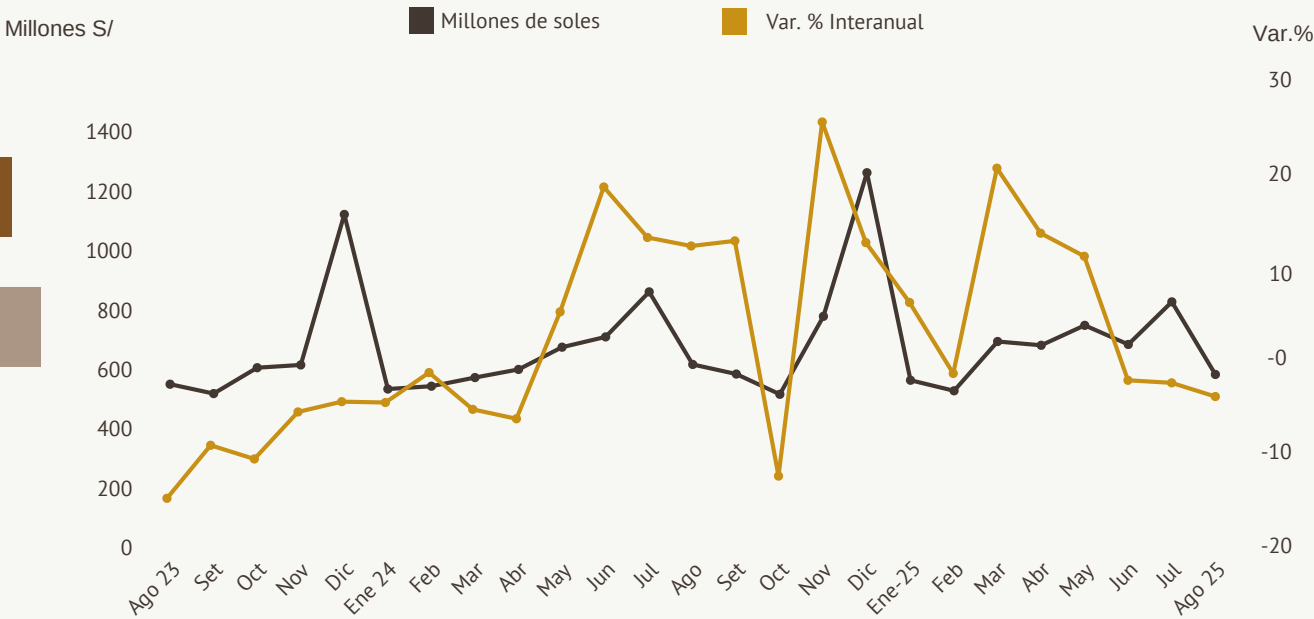
Nota: 1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos.
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE



En el periodo acumulado de enero a agosto de 2025, las ventas en tiendas por departamentos registraron un crecimiento de 3.9%, con respecto a similar periodo del año anterior, debido a la mayor demanda de

productos de las líneas de prendas de vestir y calzado (+3.7%), muebles (+5.2%), farmacéuticos y cosméticos (+10.5%), y artículos y equipos doméstico (+3.3%).

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

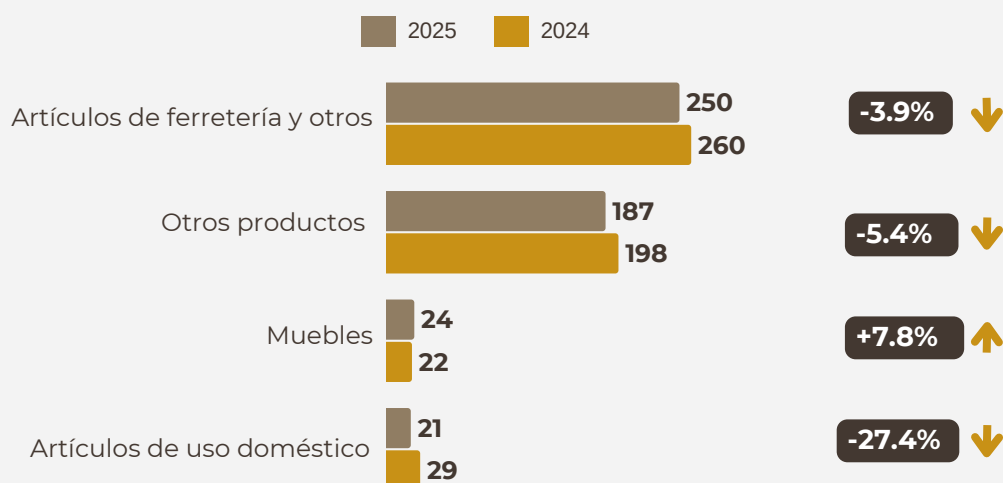
En agosto de 2025, las ventas de productos de ferretería y acabados disminuyeron en 5.3%. Dicho resultado se explica por las menores ventas en las líneas de ferreterías (-3.9%) y artículos de uso doméstico (-27.4%) y la línea de otros productos (-5.4%).

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, Agosto 2024 y 2025

(Millones de soles y Var. % interanual)



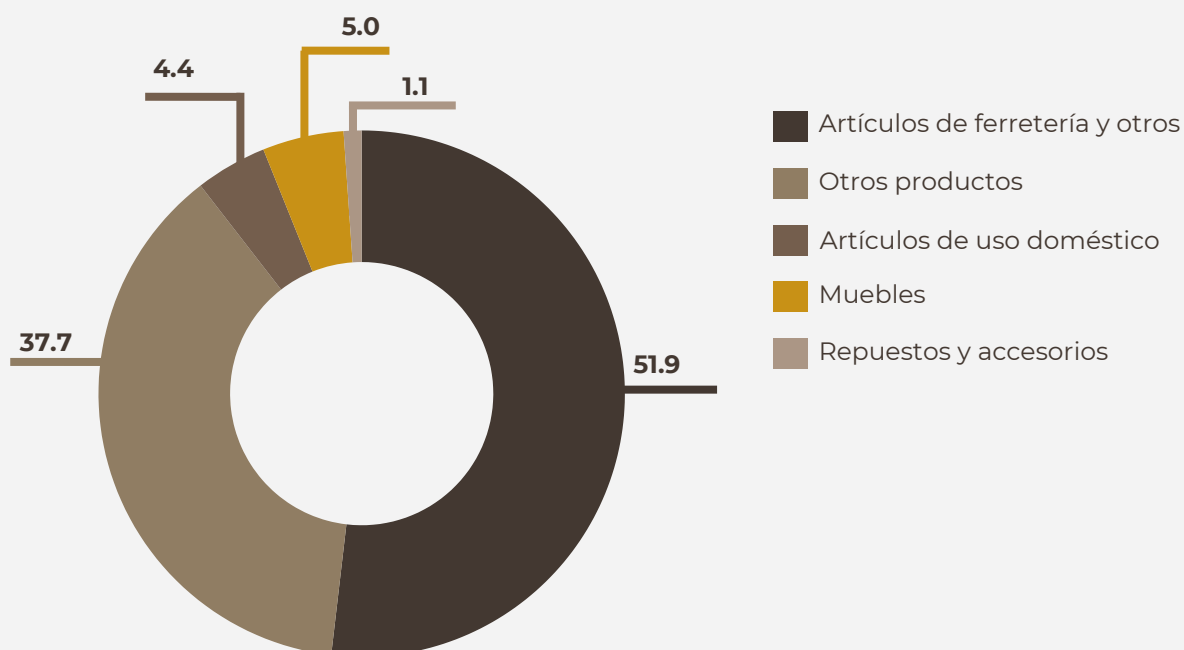
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

Las líneas de artículos de ferreterías y otros productos registraron una mayor participación conjunta en las ventas de esta actividad (89.6%),

seguida por la línea de artículos de uso doméstico y muebles (9.3%) y repuestos y accesorios (1.1%).

Participación de líneas de productos de ferreterías y acabados del hogar, Agosto 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

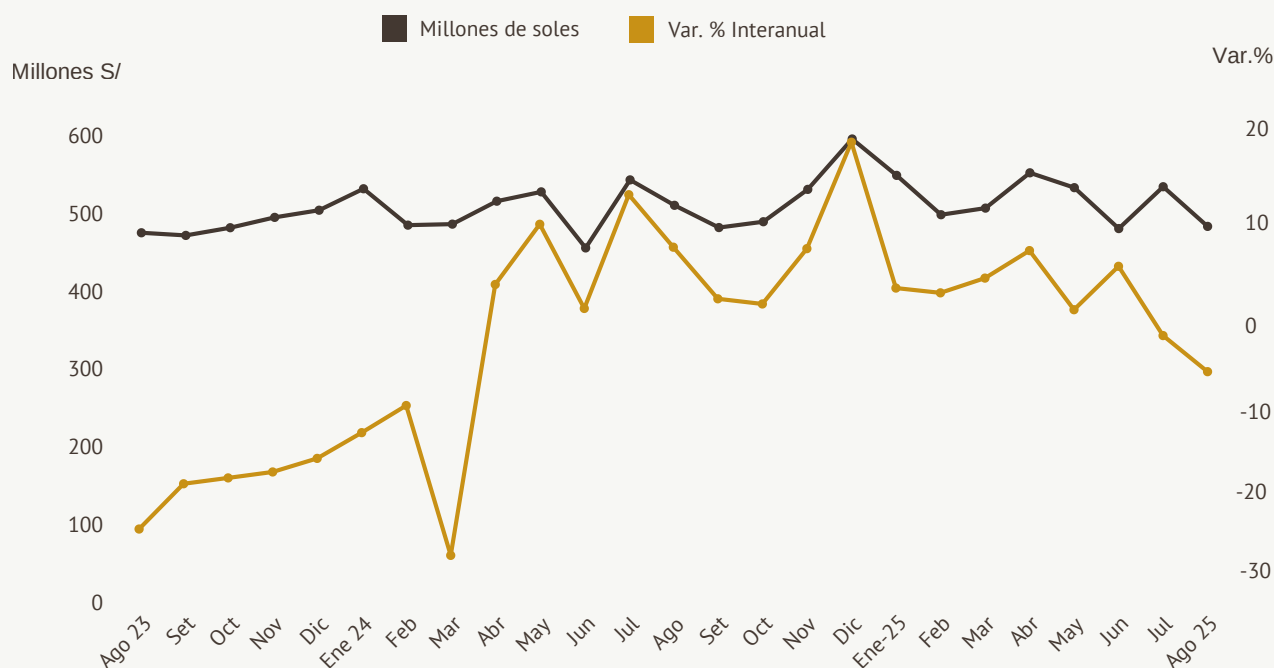


En el periodo acumulado de enero a agosto de 2025, las ventas en ferreterías y acabados del hogar registraron un crecimiento de 2.0%, con respecto a similar

periodo del año anterior. Este resultado fue impulsado por el incremento en las ventas de las líneas de muebles (+61.0%) y otros productos (+2.3%).

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

Agosto 2023 a Agosto 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

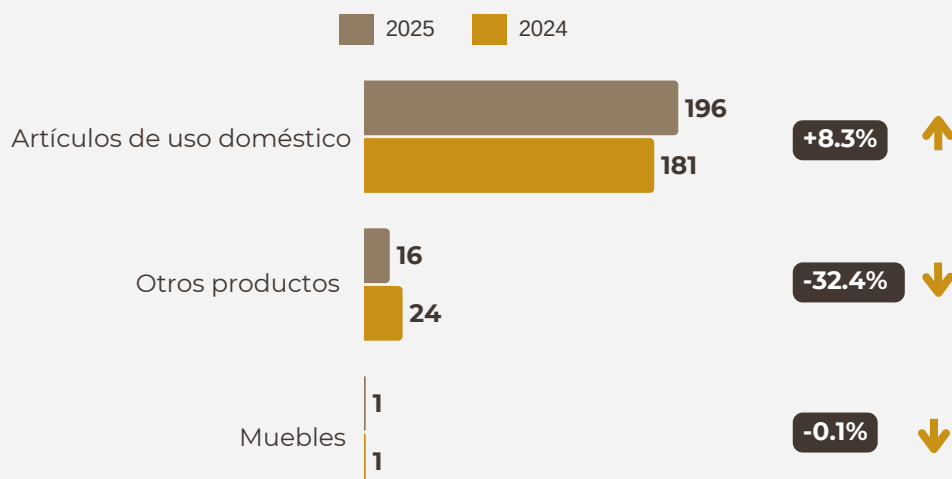
En agosto de 2025, las ventas de equipamiento para el hogar aumentaron en 3.5% interanual, asociadas al mayor consumo en las compras de productos de las líneas marrón, blanca, equipos electrónicos,

de la actividad de artículos de uso doméstico (+8.3%); sin embargo, dicho avance fue atenuado por las menores ventas de las líneas de muebles (-0.1%) y de productos diversos (-32.4%).



Ventas por líneas de productos, Agosto 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

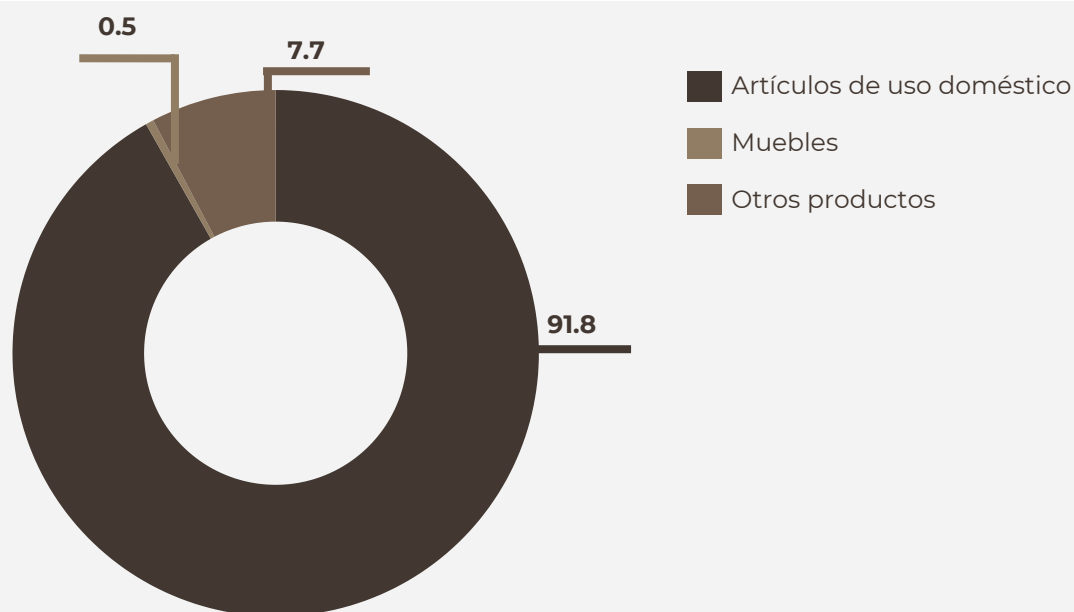


Las ventas de la línea de artículos de uso doméstico tuvieron una mayor participación (91.8%) en las ventas de la actividad de equipamiento del hogar; mientras que, las líneas de muebles con una ligera participación 0.5% y productos diversos con un aporte de 7.7%.

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, Agosto 2025

(Porcentaje %)

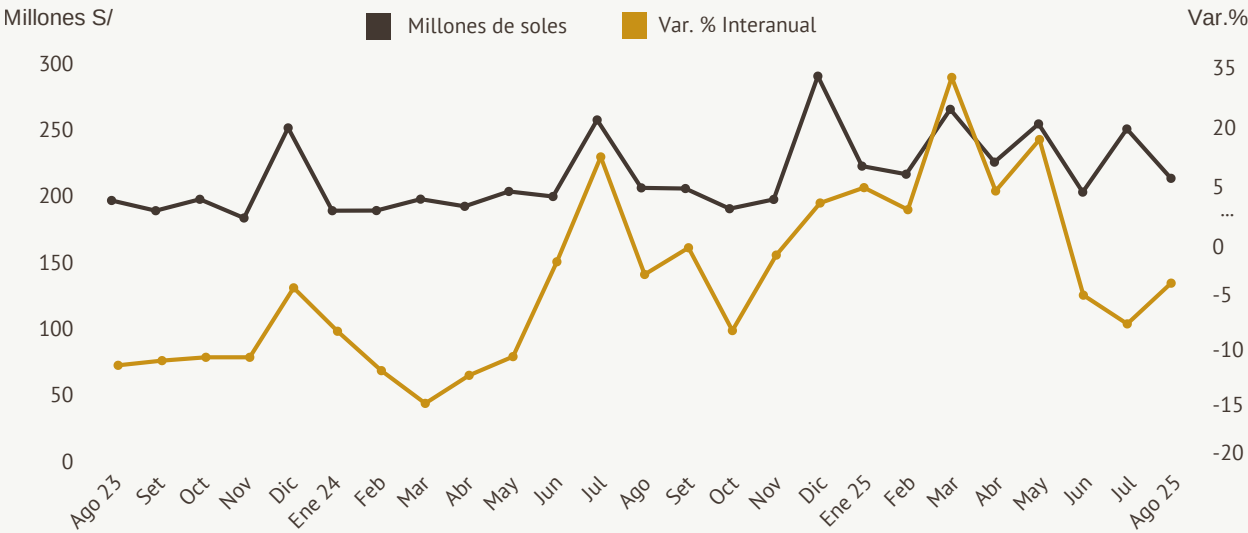


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

En el periodo acumulado de enero y agosto 2025, las ventas de equipamiento del hogar registraron un incremento interanual de 13.2%, asociado principalmente por las mayores ventas

de las líneas de artículos y equipos domésticos (+22.4%). En contraste, fueron atenuados por una disminución en las ventas de muebles y otros productos.

Evolución y variación % de las ventas internas de equipamiento del hogar
Agosto 2023 a Agosto 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 agosto de 2025, las ventas de productos farmacéuticos y de cuidado personal registraron un ligero aumento de 1.4%, como resultado de las mayores ventas de productos

farmacéuticos (+6.2%) y de cuidado personal (+0.1%).



Ventas por líneas de productos, Agosto 2025

(Var. % interanual)

Productos cuidado personal



Farmacéuticos y medicinales

+0.1

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

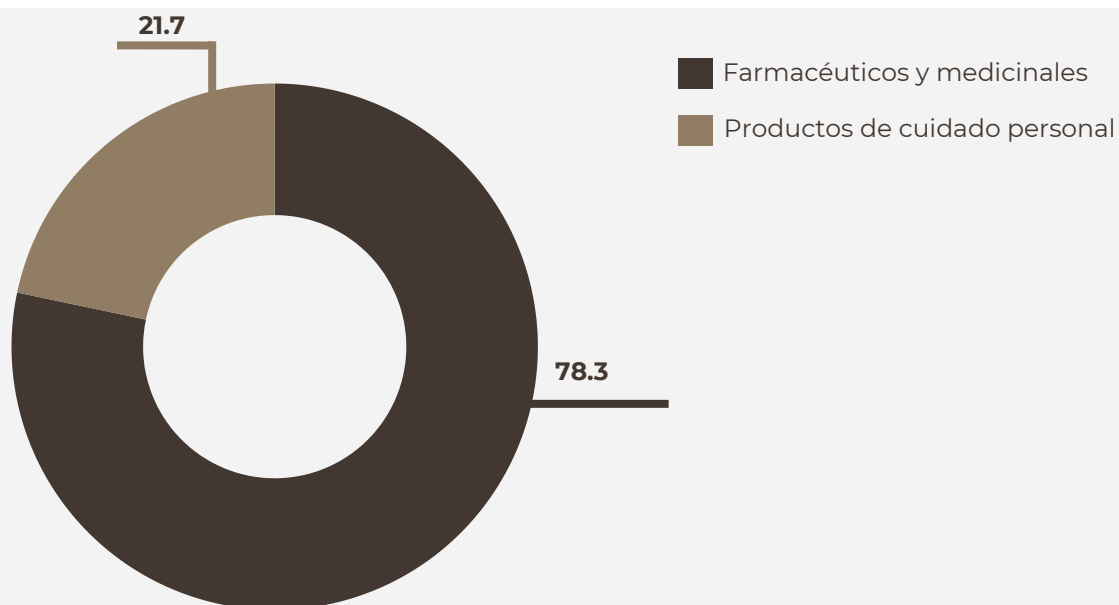


En cuanto a la participación de las líneas de productos de esta actividad, se observa que, en agosto del 2025, las ventas de productos farmacéuticos y medicinales concentraron el 78.3% del total de las ventas; mientras que, las ventas de productos de cuidado personal representaron el 21.7%.

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, Agosto 2025

(Porcentaje %)



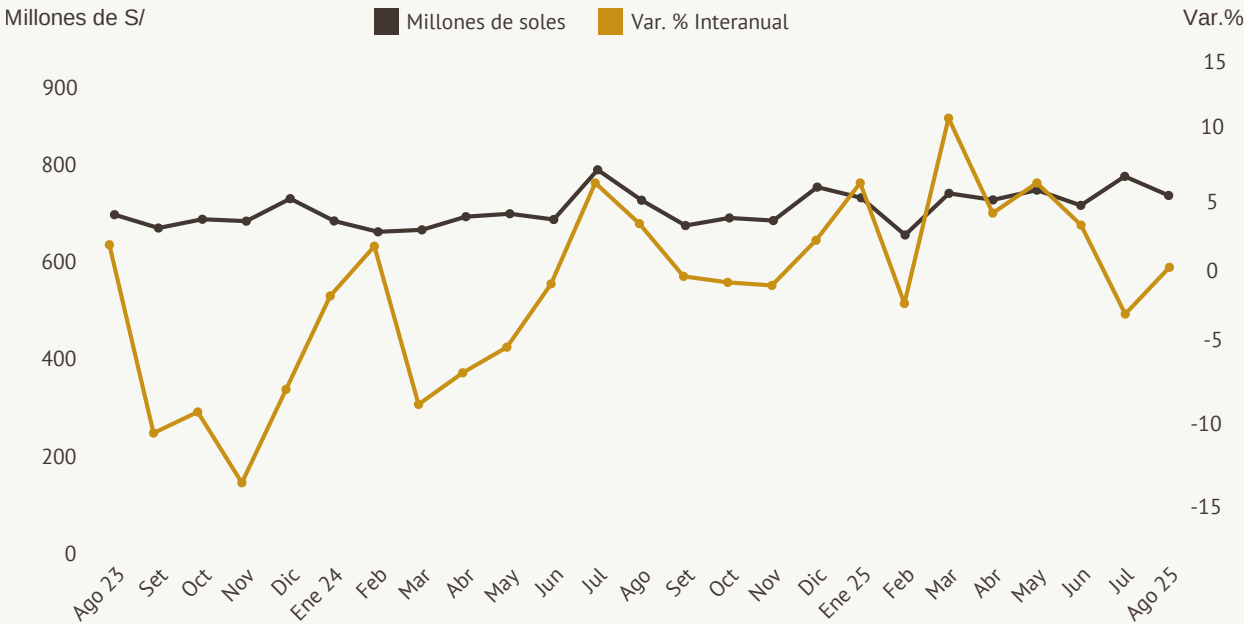
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE



Entre enero y agosto 2025, las ventas de productos farmacéuticos y de cuidado personal, registraron un aumento de 4.0%, respecto al mismo periodo del 2024. Dicho avance, estuvo relacionado al mayor

consumo de productos farmacéuticos (+5.5%); pese a que fue atenuado por las menores ventas en productos de cuidado personal (-2.0%).

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



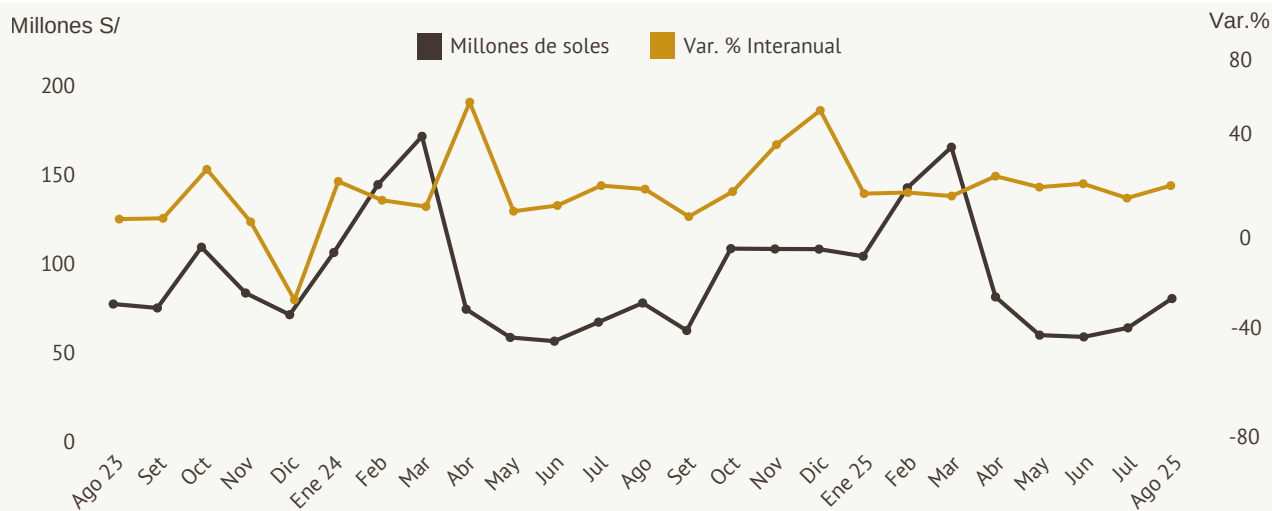
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

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

En agosto de 2025, las ventas de libros, periódicos y artículos de papelería, reportaron un aumento de 3.2% interanual, asociado principalmente a la mayor demanda de productos de librería (+17.9%). No obstante, dicho aumento fue atenuado por las menores ventas de productos diversos (-38.4%).

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: Agosto 2023 a Agosto 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 agosto 2025, las ventas de librerías registraron una disminución de 0.03%, con relación a similar periodo del 2024, sustentado en las menores

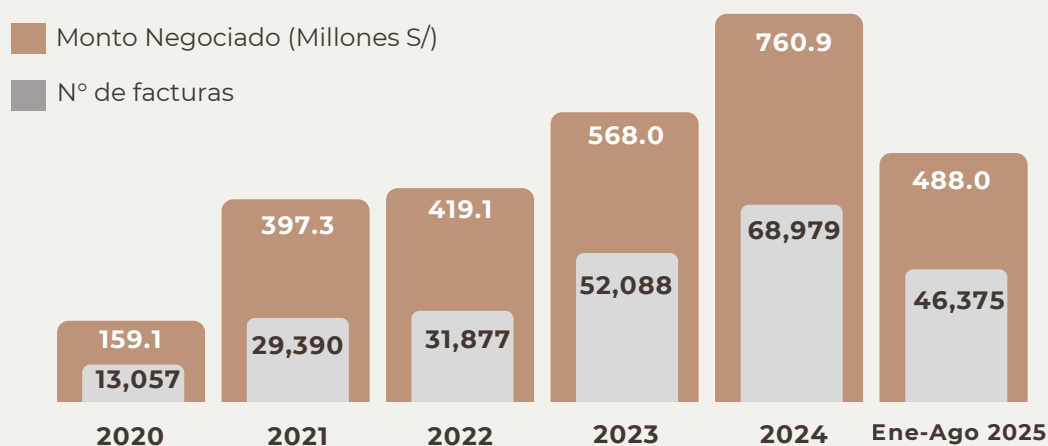
ventas de productos diversos (-40.9%), como regalos, productos de cómputo, entre otros. No obstante, dicha caída fue atenuado por un incremento en las ventas de la línea de librerías (+5.6%).

Desempeño del Factoring en el Comercio Interno a agosto de 2025

Uno de los principales beneficios del uso del factoring en la actividad comercial es que permite a los proveedores cobrar sus facturas anticipadamente. Además, no es necesario que se endeuden, lo que les otorga mayor poder de negociación, les ayuda a construir un historial financiero positivo y acceder a costos más reducidos. Por otro lado, en el caso de los adquirientes, el uso del factoring fortalece la relación con los proveedores, mejora los acuerdos con sus proveedores, reduce las gestiones de pago y no afecta las líneas en el sistema financiero (Bengtsson, 2016).

En los últimos cinco años (2020-2024), el financiamiento a través de facturas negociables en el sector de comercio interno experimentó un crecimiento anual promedio del 42.3%, pasando de S/ 159.1 millones en 2020 a S/ 760.9 millones en 2024, como resultado del aumento de la demanda de este instrumento financiero, debido a que, en dicho periodo, la cantidad de facturas negociables pasaron de 13,057 facturas en 2020 a 68,979 facturas en 2024. Por otro lado, en el avance del periodo enero-agosto de 2025, las empresas del sector de comercio interno realizaron operaciones de factoring por un monto de S/ 488.0 millones, correspondiente a 46,375 facturas, lo que representó un incremento interanual de 3.8% y 11.9%, respectivamente.

Gráfico 1: Evolución de las facturas y montos negociados en el Comercio Interno^{1/}, 2020-2025*
(Monto en millones de soles y cantidad de facturas)



Nota: (*) El 2025 corresponde al periodo acumulado de enero a agosto.

1/ Se considera Comercio interno a las empresas que se encuentran agregadas a las actividades de las clases CIIU 4711, 4719, 4752, 4759, 4772 y 4761 de revisión 4

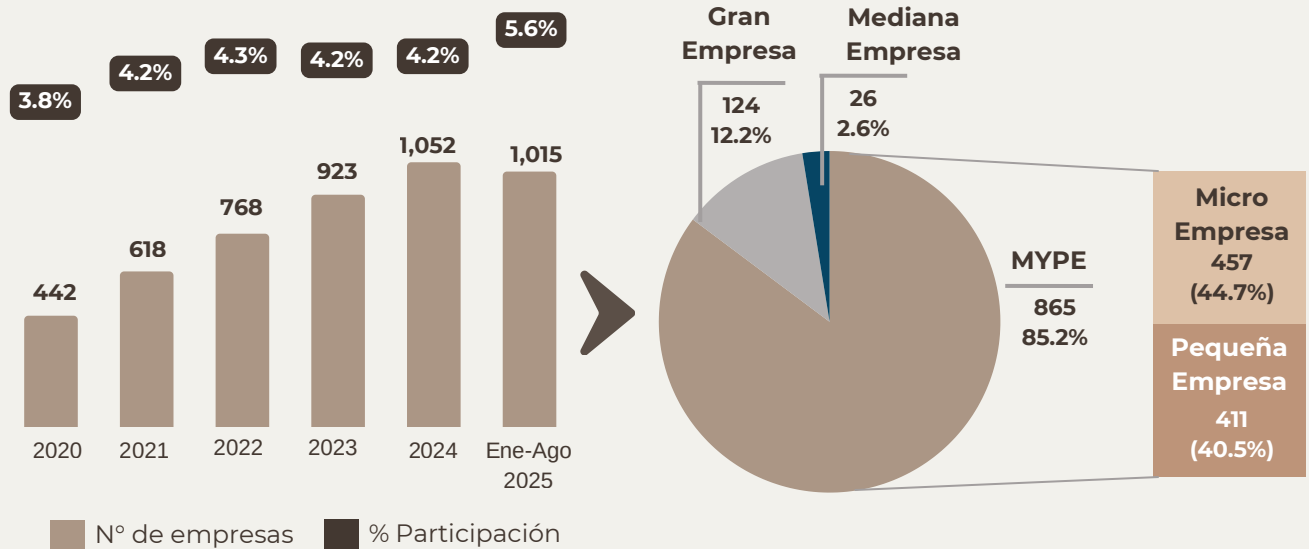
Fuente: Registro Central de Valores y Liquidaciones (CAVALI)

Elaboración: Produce-Oficina de Estudios Económicos (OEE)

A nivel empresarial, en los últimos cinco años (2020-2024), el número de empresas del sector comercio interno que utilizaron los instrumentos de factoring, aumentó de manera significativa a una tasa promedio anual de 23.4%, pasando de 442 empresas en 2020 a 1,052 empresas en 2024.

En el avance del periodo de enero-agosto de 2025, la cantidad de empresas que realizaron factoring asciende a un total de 1,015, lo que representó el 5.6% de las empresas del comercio interno.

Gráfico 2: Empresas en el Comercio Interno con financiamiento vía facturas negociables por tamaño, Ene-Ago (2025)



Fuente: Registro Central de Valores y Liquidaciones (CAVALI), SUNAT
Elaboración: Produce-Oficina de Estudios Económicos (OEE)

Según estrato empresarial, las micro y pequeñas empresas (MYPE) son más representativas que las medianas y grandes en cuanto al número de empresas; sin embargo, estas últimas mueven mayores montos por el uso del factoring. En efecto, en el avance de enero-agosto de 2025, el 85.2% (865) del total de empresas del comercio interno que realizaron operaciones de factoring fueron MYPE, seguido por la gran empresa con el 12.2% (124 firmas) y de la mediana empresa con el 2.6% (26 firmas). En tanto, en términos de valor, las MYPE concentraron el 39.8% (S/ 194.2 millones) del monto total movilizado por el comercio interno en factoring en este periodo, mientras que, la mediana y gran empresa participó con el 60.2% (S/ 293.7 millones).

Por actividad económica en el comercio interno, se observa que, entre enero y agosto de 2025, el mayor uso de financiamiento vía facturas negociables se registró en la actividad de venta al por menor de libros, periódicos y artículos de papelería en comercios especializados, cuyo monto negociado ascendió a S/ 185 millones, representando el 37.9% del monto total negociado por el sector, con un total de 15,267 facturas negociadas. En tanto, la actividad que menos se financió a través del factoring fue ventas al por menor en comercios no especializados con predominio de alimentos, bebidas y tabaco, emitiendo un total de 2,158 facturas negociables, cuyo valor ascendió a S/ 7.0 millones.

Tabla 1: Total empresas participantes y operaciones de facturas negociables en el Comercio interno por actividad económica, (Número de empresas-facturas y Monto)

Ene - Ago 2025

Actividades económicas	N° de empresas (cantidad)	Monto (Millones de s/)	N° de facturas (Cantidad)
Comercios no especializados con predominio de alimentos, bebidas y tabaco.	14	7	2,158
Productos farmacéuticos y médicos, cosméticos, de tocador en almacenes especializados.	99	95	10,100
Libros, periódicos y artículos de papelería en comercios especializados	329	185	15,267
Artículos de ferretería, pinturas y productos de vidrio en comercios especializados	224	121	11,136
Aparatos eléctricos de uso doméstico, muebles, para el hogar en almacenes especializados.	48	25	1,249
Otras actividades de venta al por menor en comercios no especializados	120	55	6,465
Total Comercio Interno	834	488	46,375

Fuente: Registro Central de Valores y Liquidaciones (CAVALI), SUNAT
Elaboración: Produce-Oficina de Estudios Económicos (OEE)

Según distribución geográfica, Lima concentró el 85% del monto total (S/. 488.0 millones) negociado mediante factoring en el sector comercio interno, alcanzando S/ 414 millones a agosto de 2025. Otras regiones con alta participación fueron: Callao, Ica, Arequipa,

La Libertad, Lambayeque y Piura que en conjunto representaron el 11.8% del monto total. En contraste, regiones como Moquegua, Pasco, Puno, entre otras, tuvieron una participación menor a 1.0%.

Gráfico 3: Operaciones de facturas negociables por departamento, Ene-Ago 2025
(Cantidad de facturas - empresas y Monto)

Región*	Monto negociado (Mills. de S/)	N° de facturas	N° de Empresas
Lima	414.0	38,826	617
Callao	13.7	1,694	27
Ica	13.7	1,277	20
Arequipa	10.2	1,181	30
La Libertad	7.4	1,390	30
Lambayeque	6.6	667	18
Piura	5.9	608	37
Ucayali	3.0	150	5
Tumbes	2.7	88	4
Loreto	2.7	11	3
Áncash	2.5	295	14
Junín	2.3	65	8
Hánuco	1.9	19	2
Moquegua	1.3	23	4
Pasco	0.9	14	-
Puno	0.6	6	2
Tacna	0.5	30	1
Cajamarca	0.4	21	6
Madre De Dios	0.4	7	2
San Martín	0.2	2	1
Cusco	0.1	-	2
Ayacucho	0.04	-	1

Nota: (*) En el caso de la región Ayacucho, monto/factura igual a 0 debido a que la totalidad del monto/factura ya fue retirado.

Fuente: Registro Central de Valores y Liquidaciones (CAVALI), SUNAT

Elaboración: Produce-Oficina de Estudios Económicos (OEE)

Otras variables del sector

Personal Ocupado

En agosto de 2025, el personal ocupado en el sector de comercio interno registró un incremento interanual del 2.9%, debido al aumento en las contrataciones en actividades como supermercados e hipermercados (+5.0%), equipamiento del hogar (+0.2%), tiendas por departamento (+1.4%), farmacias y boticas (+3.1%), y comercio de libros, periódicos y artículos de papelería (+20.5%). Sin embargo, este avance fue atenuado por la reducción en la contratación del personal de ferreterías y acabados (-4.7%).

Por tipo de empleo, disminuyeron las contrataciones del personal eventual (-15.5%), mientras que, el personal permanente aumentó en 8.5%.

Según el tipo de género, el sector de comercio interno registró un aumento en la contratación del personal masculino (+3.0%), asimismo, aumentó la demanda del personal femenino (+2.9%).

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

CIU ^a	Actividad	Total		Tipo de empleo			
				Permanentes	Eventuales	Varones	Mujeres
	Var.% ¹ (Ago25/Ago24)	2.9		8.5	-15.5	3.0	2.9
	Agosto 2025	113,669	Var.%¹	91,959	21,710	48,948	64,721
4711	Supermercados e hipermercados	51,536	5.0	39,317	12,219	25,248	26,288
4719	Tiendas por departamentos ²	17,240	1.4	12,511	4,729	7,242	9,998
4752	Ferreterías y acabados del hogar	13,477	-4.7	13,389	88	8,131	5,346
4759	Equipamiento del hogar	5,018	0.2	4,218	800	2,904	2,114
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	2,788	20.5	1,383	1,405	1,433	1,355
4772	Farmacias y boticas	23,610	3.1	21,141	2,469	3,990	19,620

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 agosto de 2025, el número de locales del sector comercio interno ascendió a 6,747 establecimientos, cifra mayor en 676 locales, en comparación a agosto del 2024. La principal actividad que incidió en dicho aumento fueron supermercados e hipermercados (524 locales más), seguido

de farmacias y de cuidado personal (132 locales más), tiendas por departamento (39 locales más), libros periódicos y artículos de papelería (6 locales más). Sin embargo, se observa una disminución en los locales de equipamiento del hogar (25 locales menos).

Número de tiendas según clase CIIU (Agosto 2025)

CIIU ^a	Actividad	Ago-24	Ago-25	Var.% (Ago 25/24)
4711	Supermercados e hipermercados	2,391	2,915	21.9
4719	Tiendas por departamentos	198	237	19.7
4752	Ferreterías y acabados del hogar	152	152	0.0
4759	Equipamiento del hogar	353	328	-7.1
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	170	176	3.5
4772	Farmacias y cuidado personal	2,807	2,939	4.7
	Total	6,071	6,747	11.1

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

