



PERÚ

Ministerio
de la Producción

**BOLETÍN
ESTADÍSTICO**

Reporte de Comercio Interno

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

Octubre 2025





INDICE

Octubre 2025

Grandes Almacenes, Supermercados y
Tiendas Especializadas

03 Introducción

16 Desempeño del
factoring en el
comercio interno a
noviembre 2025

04 Producción
nacional y del
sector comercio

04 Desempeño
según
actividades

20 Otras variables
del sector

REPORTE DE COMERCIO INTERNO

Grandes almacenes e hipermercados minoristas

Octubre 2025

Introducción

En octubre de 2025, las ventas del sector comercio interno^{1/} aumentaron en 6.5% interanual, explicado por la mayor demanda en las actividades de supermercados (+5.8%), tiendas por departamentos (+9.7%), equipamiento del hogar (+11.6%) y farmacias y boticas (+11.1%).

En el periodo acumulado de enero a octubre de 2025, las ventas internas registraron un crecimiento de 4.3%, con respecto a similar periodo del año anterior. Este resultado fue impulsado por las mayores ventas registradas en los supermercados e hipermercados (+4.1%), tiendas por departamento (+4.3%), ferreterías y acabados (+1.3%), equipamiento del hogar (+11.7%), farmacias y boticas (+5.1%). En contraste, este desempeño fue atenuado parcialmente por una disminución en las ventas de las librerías y artículos de papelería (-0.2%).

Desempeño de las ventas internas según grupo y clase CIU, Octubre 2025

(Millones de soles a precios corriente)

| CIU (a) | Actividad | Oct-24 | Oct-25 (b) | Var. % Oct 25/24 |
|-------------|---|--------------|--------------|---------------------|
| | Total | 3,852 | 4,105 | 6.5 |
| 4711 | Supermercados e hipermercados ^{3/} | 1,861 | 1,970 | 5.8 |
| 4719 | Tiendas por departamentos ^{4/} | 515 | 565 | 9.7 |
| 4752 | Ferreterías y acabados | 489 | 487 | -0.4 |
| 4759 | Equipamiento del hogar | 190 | 212 | 11.6 |
| 4772 | Farmacias y boticas | 689 | 765 | 11.1 |
| 4761 | Libros, periódicos y artículos de papelería | 108 | 105 | -2.7 |

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

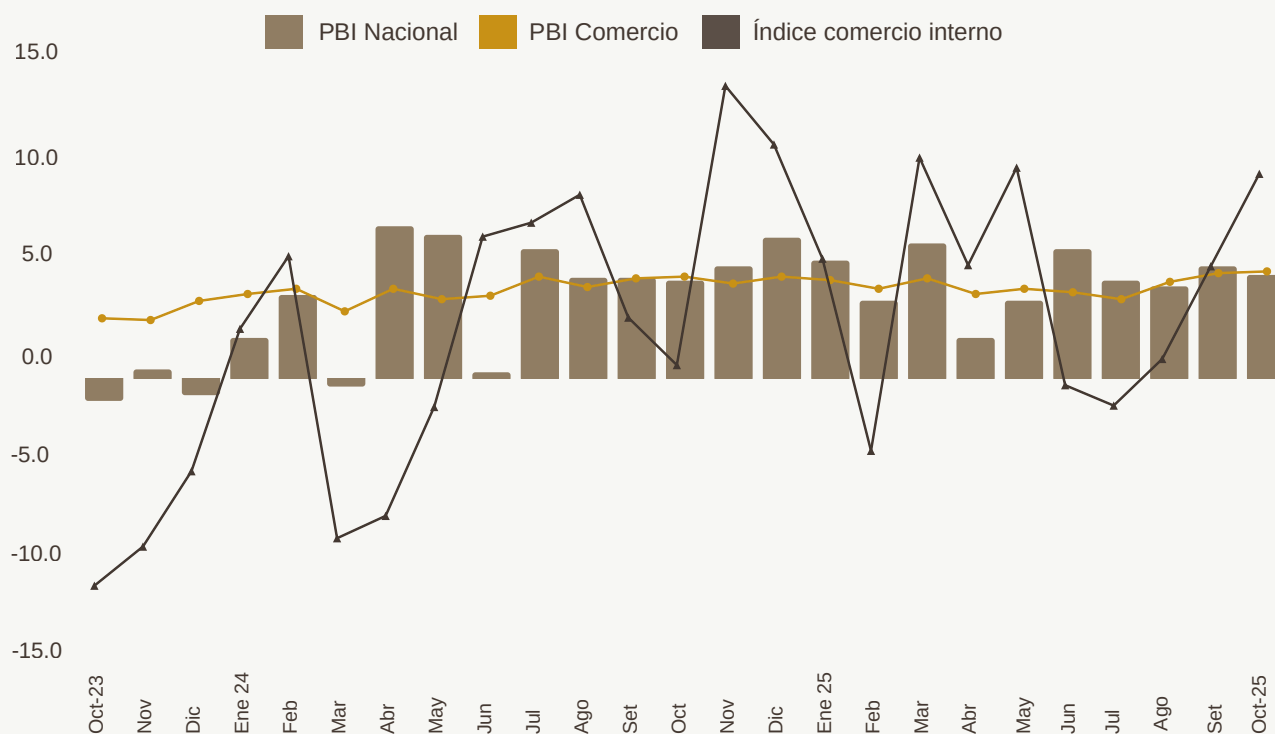
1/ En el presente boletín, las ventas del comercio interno se aproximan como las ventas de los grandes almacenes, supermercados y tiendas especializadas, agregando las actividades de las clases CIU 4711, 4719, 4752, 4759, 4772 y 4761 de revisión 4.

Producción nacional y del sector comercio

En octubre de 2025, el PBI nacional experimentó un crecimiento del 3.6% interanual. Asimismo, el PBI del sector comercio mantuvo una tendencia positiva, registrando un

incremento interanual de 4.1%, influenciado por un aumento en la demanda de las actividades del comercio mayorista (+3.7%) y minorista (+3.5%).

Evolución del PBI nacional, PBI comercio e Índice de comercio interno, Octubre 2023-October 2025 (Var.%)^{1/2/}



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

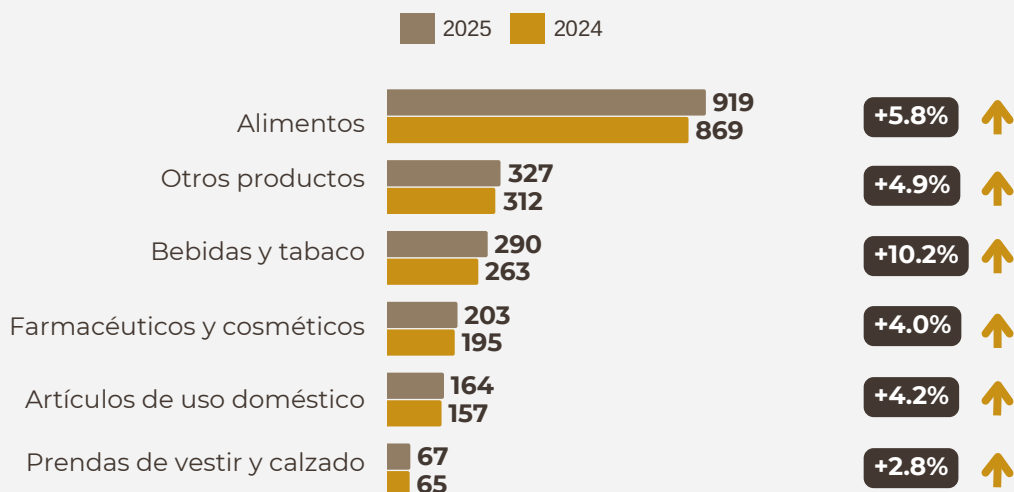
Ventas en tiendas por supermercados e hipermercados

En octubre de 2025, las ventas de los supermercados e hipermercados registraron un incremento de 5.8% interanual, como resultado de la mayor

demanda de alimentos (+5.8%), bebidas y tabaco (+10.2%), productos diversos (+4.9), artículos de uso doméstico (+4.2), entre otros.

Ventas por líneas de productos, Octubre 2024 - Octubre 2025

(Millones de soles y Var. % interanual)



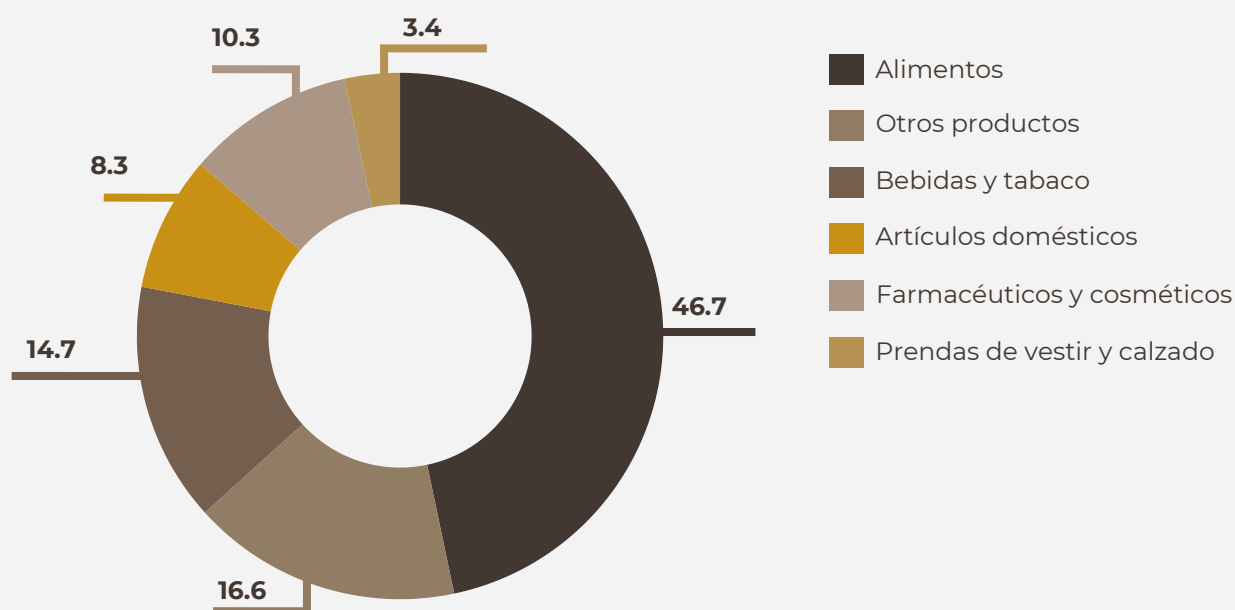
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

Las líneas de alimentos y bebidas concentraron el 61.4% del valor total de ventas facturadas por los supermercados e hipermercados; mientras que, el restante (38.6%) 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 participación en esta actividad según sus niveles de ventas destacan los Supermercados Peruanos, Wong, Metro, Hipermercados Tottus, Makro Supermayorista y Tiendas Tambo.

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

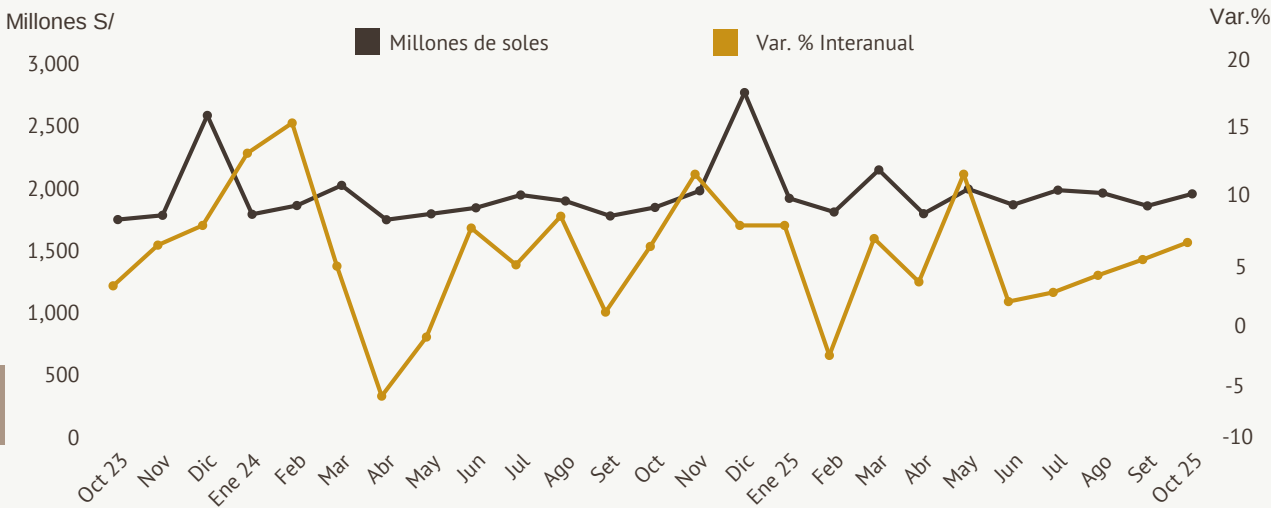


En el periodo acumulado de enero a octubre de 2025, las ventas en supermercados e hipermercados registraron un crecimiento de 4.1%, con respecto a similar periodo del año

anterior, como resultado de las mayores ventas en alimentos (+4.8%), bebidas y tabacos (+5.4%) y otros productos (+6.8%).

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

Octubre 2023 a Octubre 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

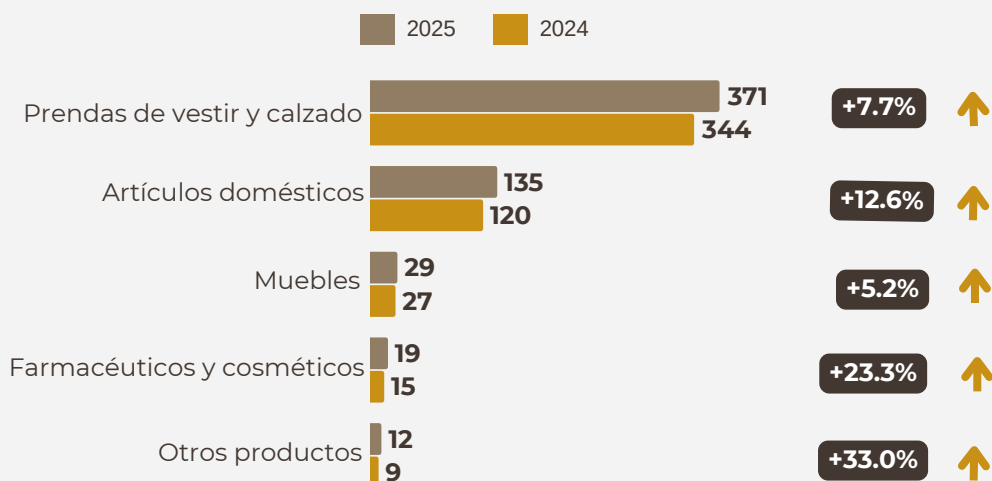
En octubre de 2025, las ventas en las tiendas por departamento registraron un incremento de 9.7%, en comparación al mismo mes del año anterior, explicado por

el aumento de las ventas en las categorías de prendas de vestir y calzado (+7.7%), muebles (+5.2%), artículos de uso doméstico (+12.6%) y productos diversos (+33.0%).



Ventas por líneas de productos, Octubre 2024 - Octubre 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

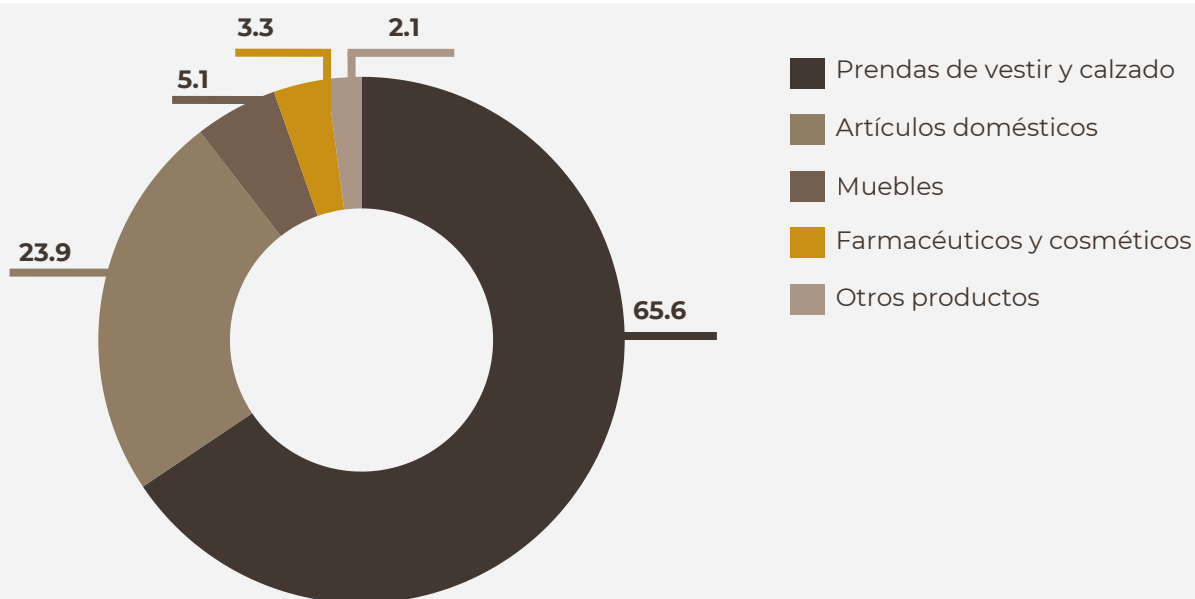


Las ventas de prendas de vestir y calzado, y artículos de uso doméstico representaron en conjunto el 89.5% del valor total facturado por las tiendas por departamento. En menor medida, siguieron las líneas de muebles, productos farmacéuticos y otros productos, que concentraron el restante 10.5%.

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/} Octubre 2025

(Porcentaje %)

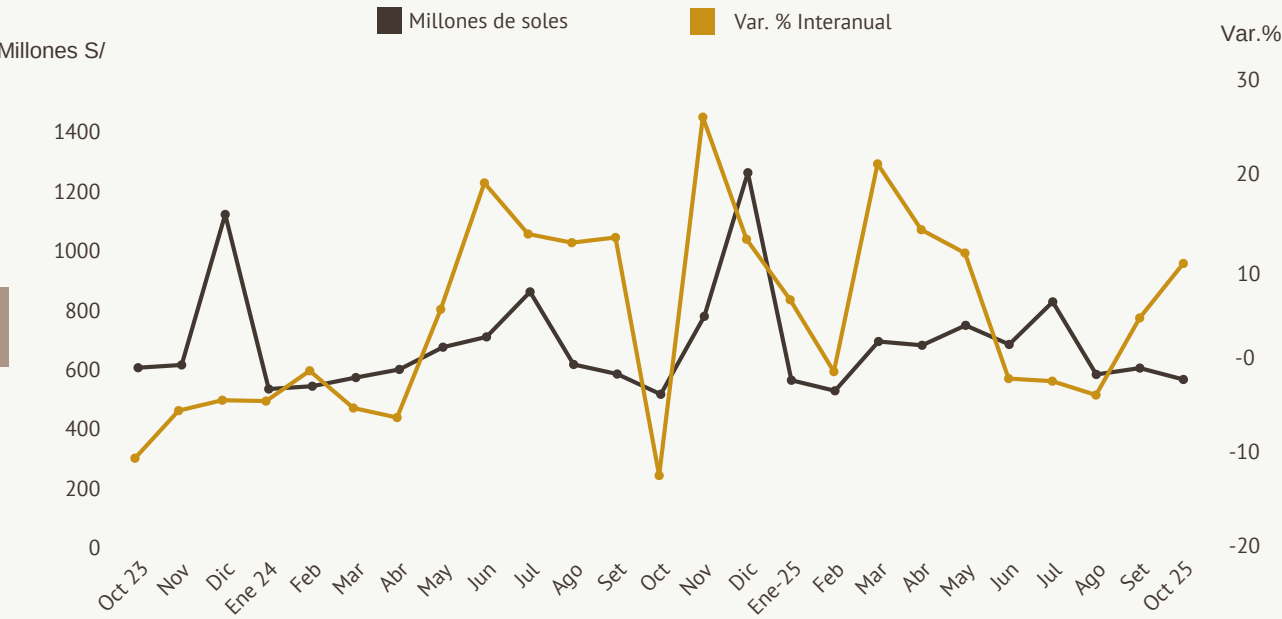


Nota: 1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos.
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

En el periodo acumulado de enero a octubre de 2025, las ventas en tiendas por departamento registraron un crecimiento de 4.3%, con respecto a similar periodo del año anterior, debido a la mayor demanda de

productos de las líneas de prendas de vestir y calzado (+3.8%), muebles (+4.8%), farmacéuticos y cosméticos (+13.0%) y artículos y equipos doméstico (+4.1%).

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

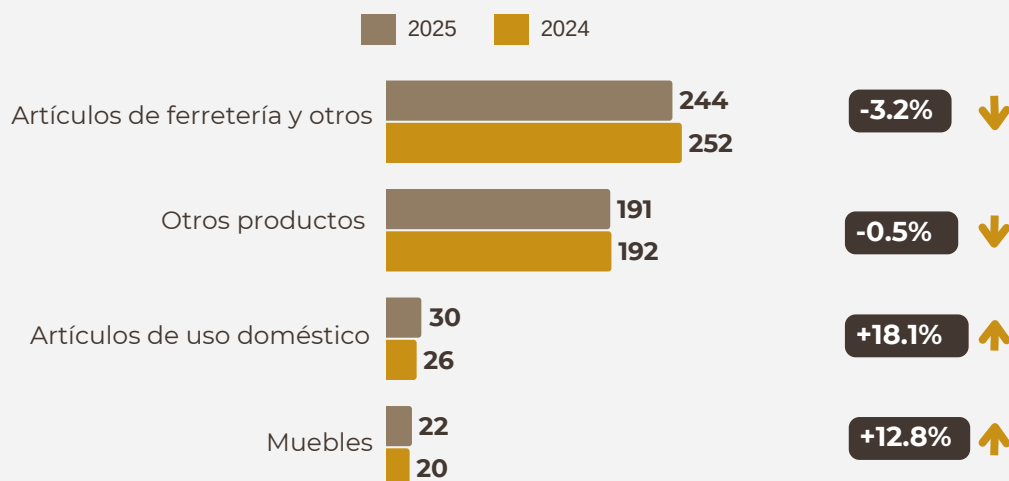
En octubre de 2025, las ventas de productos de ferretería y acabados disminuyeron en 0.4%. Dicho resultado se explica por el menor dinamismo en las líneas de ferreterías (-3.2%) y la línea de otros productos (-0.5%).

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, Octubre 2024 y 2025

(Millones de soles y Var. % interanual)



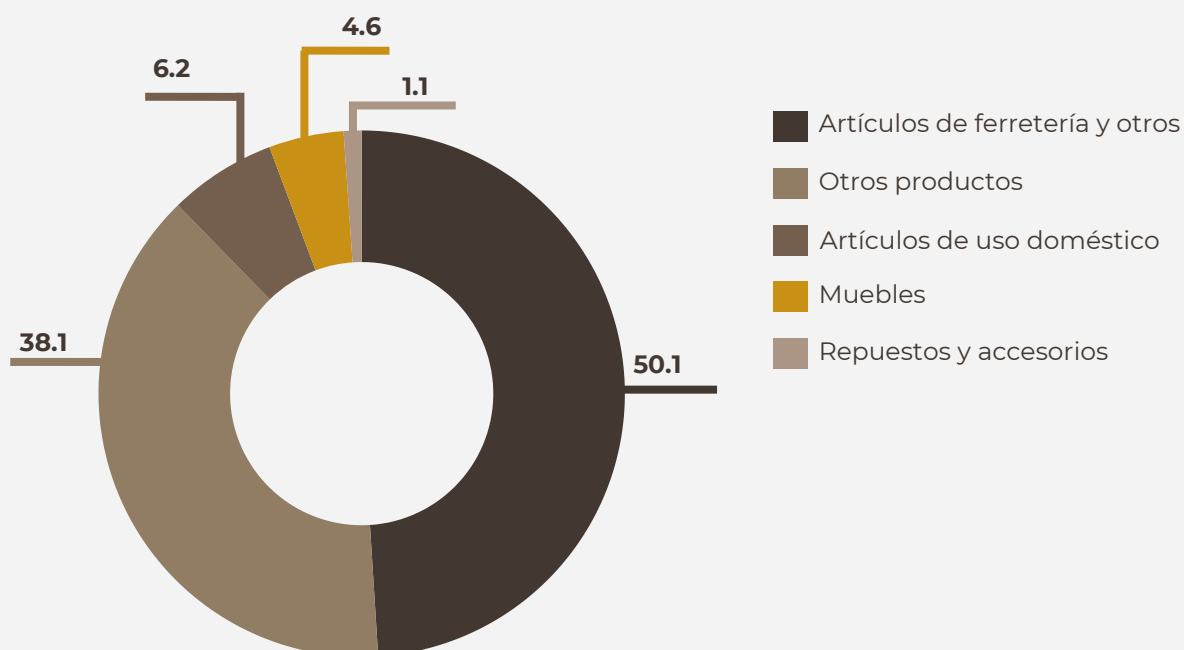
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

Las líneas de artículos de ferreterías y otros productos registraron una mayor participación conjunta en las ventas de esta actividad (88.2%),

seguida por la línea de artículos de uso doméstico y muebles (10.7%), y repuestos y accesorios (1.1%).

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

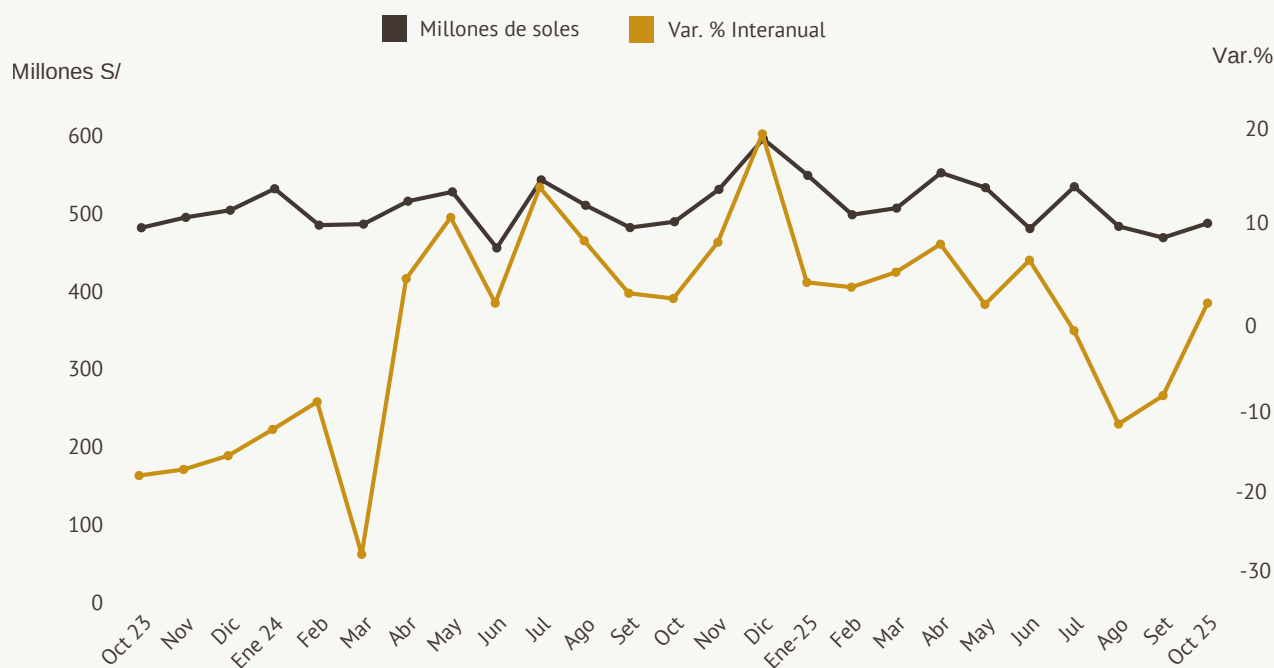


En el periodo acumulado de enero a octubre de 2025, las ventas en ferreterías y acabados del hogar registraron un crecimiento de 1.3%, con respecto a similar

periodo del año anterior, debido a un incremento registrado en las líneas de muebles (+51.5%) y otros productos (+1.7%).

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

Octubre 2023 a Octubre 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

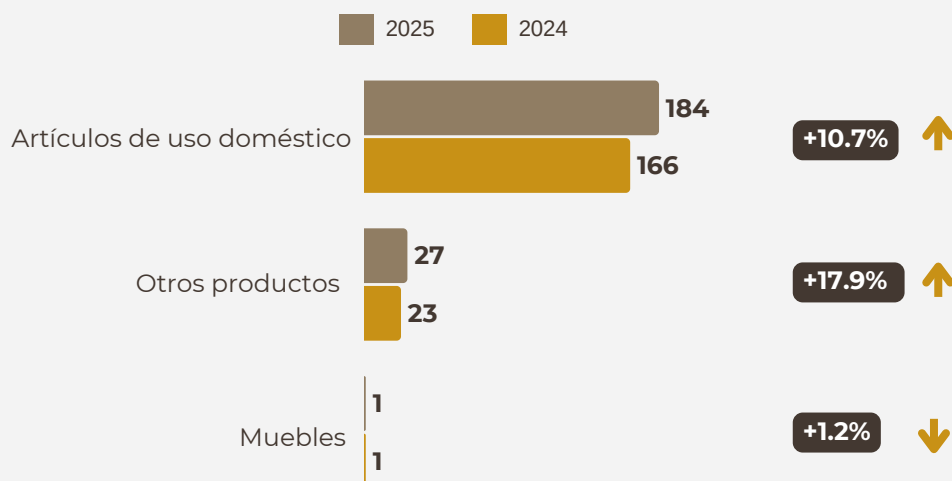
En octubre de 2025, las ventas de equipamiento para el hogar aumentaron en 11.6% interanual, debido al mayor consumo en las compras en productos de las líneas

marrón, blanca, equipos electrónicos, de la línea de muebles (+1.2%), artículos de uso doméstico (+10.7%) y de la línea de productos diversos (+17.9%).



Ventas por líneas de productos, Octubre 2024 y 2025

(Millones de soles y Var. % interanual)



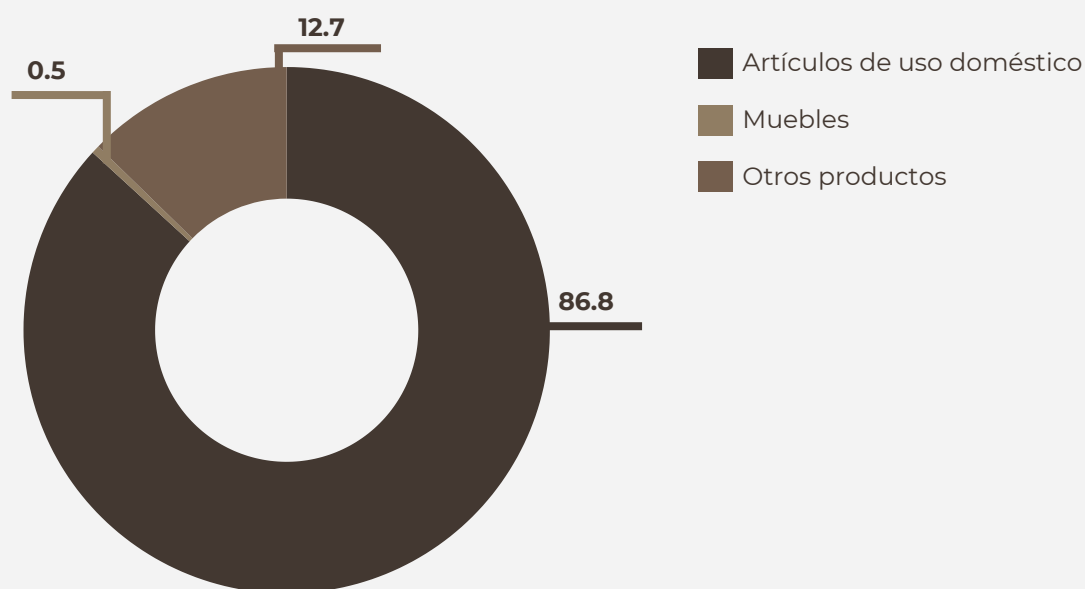
Fuente: INEI, Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

Las ventas de la línea de artículos de uso doméstico tuvieron una mayor participación (86.8%) en las ventas de la actividad de equipamiento del hogar; mientras que, la línea de muebles con una participación 0.5% y productos diversos con 12.7%.

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, Octubre 2025

(Porcentaje %)



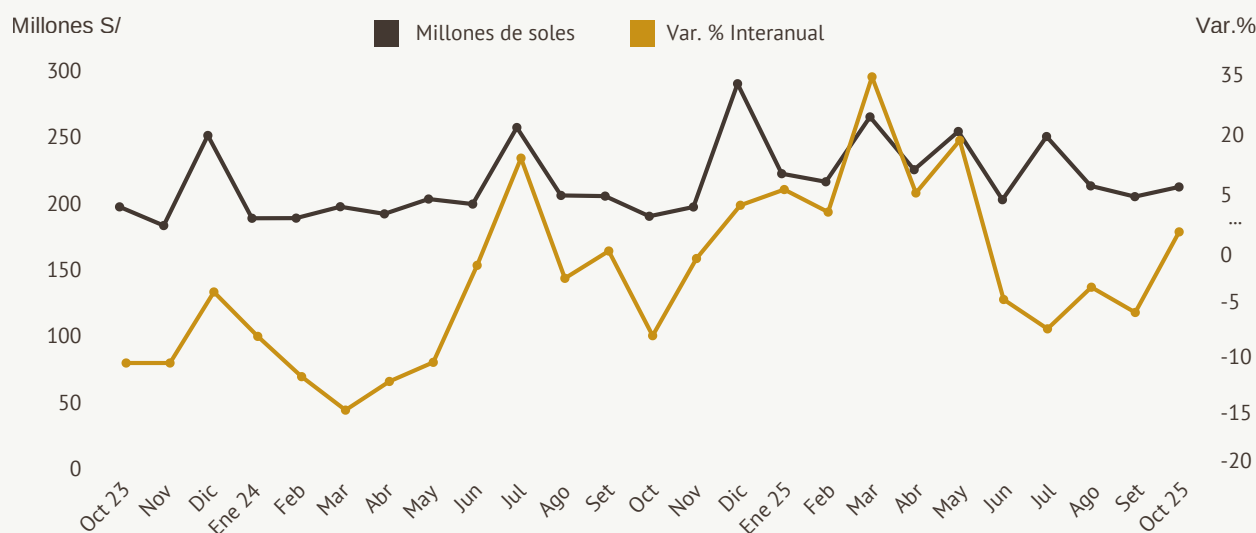
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE



En el periodo acumulado de enero a octubre de 2025, las ventas de equipamiento del hogar registraron un incremento interanual de 11.7%, asociado principalmente a las mayores ventas

de las líneas de artículos y equipos domésticos (+19.3%). En contraste, fue atenuado parcialmente por una disminución de las ventas en muebles y otros productos.

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

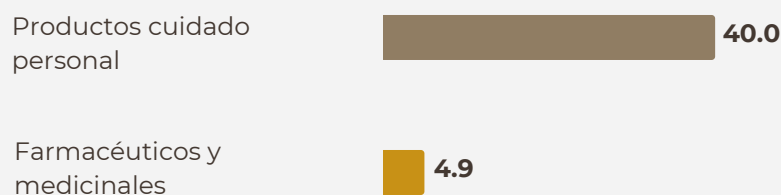
En octubre de 2025, las ventas de productos farmacéuticos y de cuidado personal registraron un aumento de 11.1%, como resultado de la mayor venta

de la línea de productos farmacéuticos (+4.9%) y de cuidado personal (+40.0%).



Ventas por líneas de productos, Octubre 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

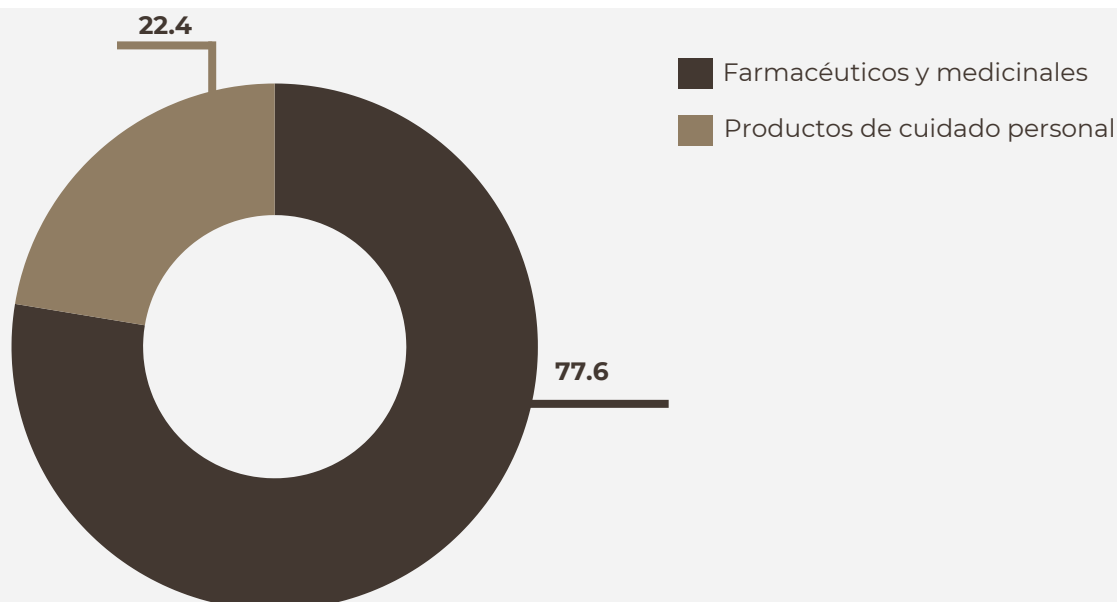


En cuanto a la participación de las líneas de productos de esta actividad, se observa que, en octubre del 2025, las ventas de productos farmacéuticos y medicinales concentraron el 77.6% del total de las ventas; mientras que, las ventas de productos de cuidado personal representaron el 22.4%.

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, Octubre 2025

(Porcentaje %)



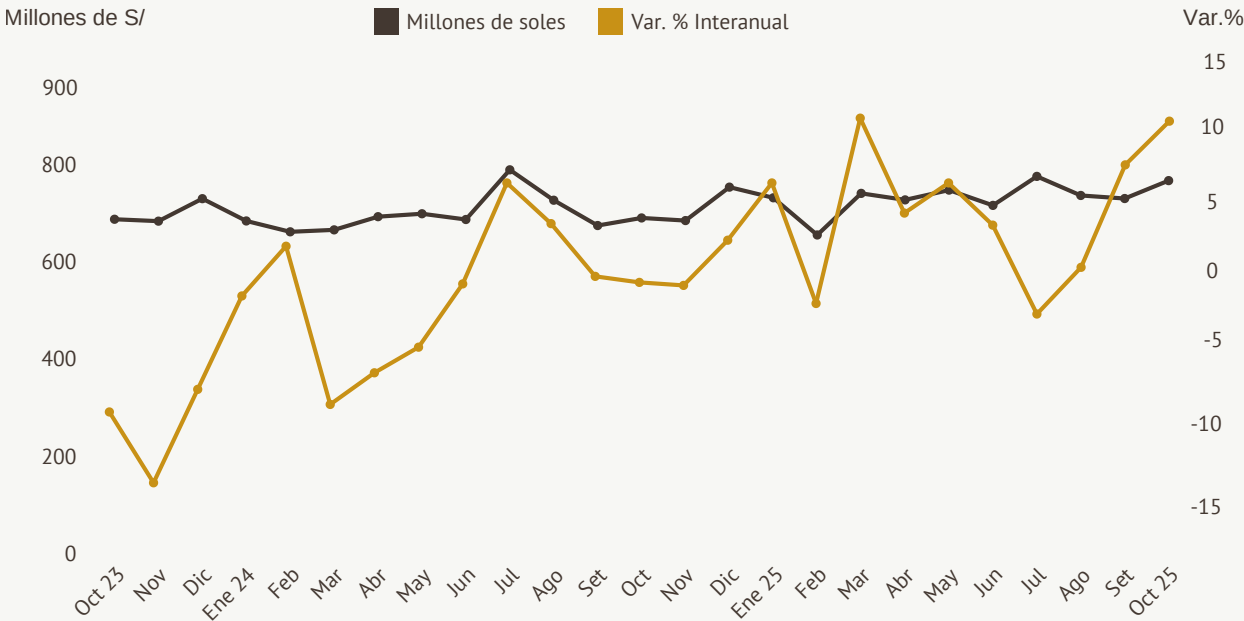
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE



En el periodo acumulado de enero a octubre de 2025, las ventas de productos farmacéuticos y de cuidado personal, crecieron en 5.1%, respecto al mismo periodo del 2024.

Dicho avance, estuvo asociado a las mayores ventas registradas en las líneas de productos farmacéuticos (+5.9%) y de cuidado personal (+1.8%).

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



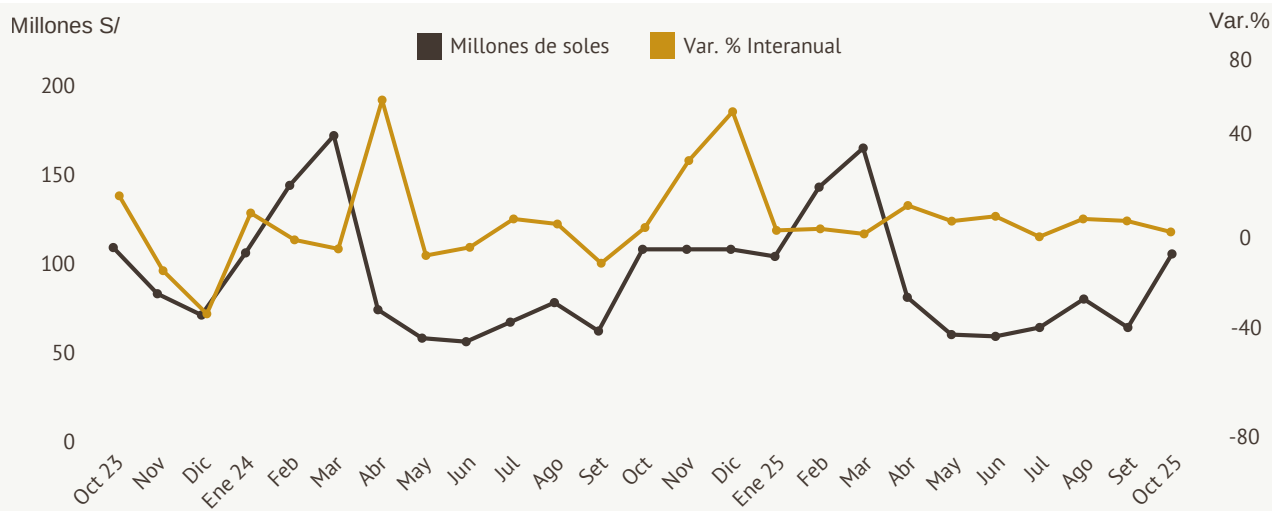
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

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

En octubre de 2025, las ventas de libros, periódicos y artículos de papelería, reportaron una disminución de 2.7% interanual, asociado principalmente a la menor demanda de productos de librerías (-9.6%). Sin embargo, fue atenuado por el incremento de productos diversos (+53.0%).

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: Octubre 2023 a Octubre 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 octubre 2025, las ventas de librerías registraron una ligera disminución de 0.2%, con relación a similar periodo de 2024, debido a las menores ventas de

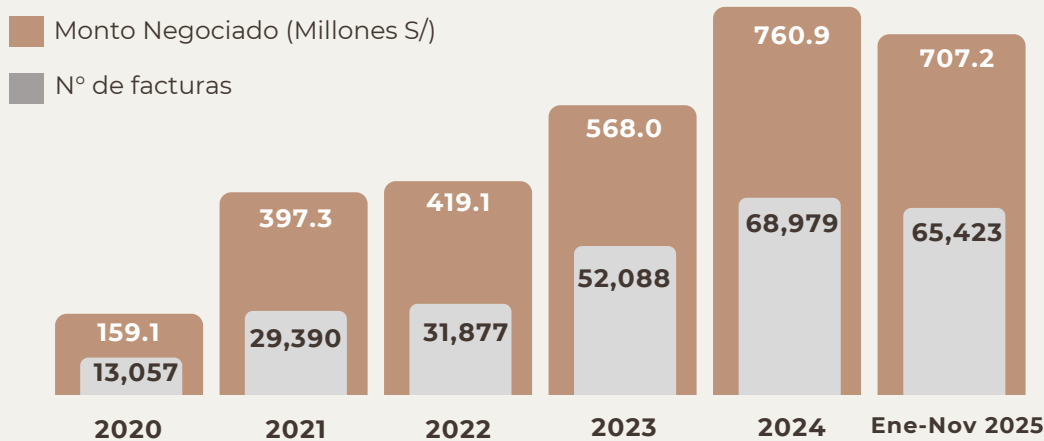
productos diversos en 38.4% (regalos, productos de cómputo, entre otros). No obstante, fue compensado parcialmente por el incremento registrado en las ventas de productos de útiles de escritorio y librerías (+3.9%).

Desempeño del Factoring en el Comercio Interno a noviembre 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. En el avance del periodo enero-noviembre de 2025, las empresas del sector de comercio interno realizaron operaciones de factoring por un monto de S/ 707.2 millones, correspondiente a 65,423 facturas, lo que representó un incremento interanual de 5.6% y 5.0%, 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)

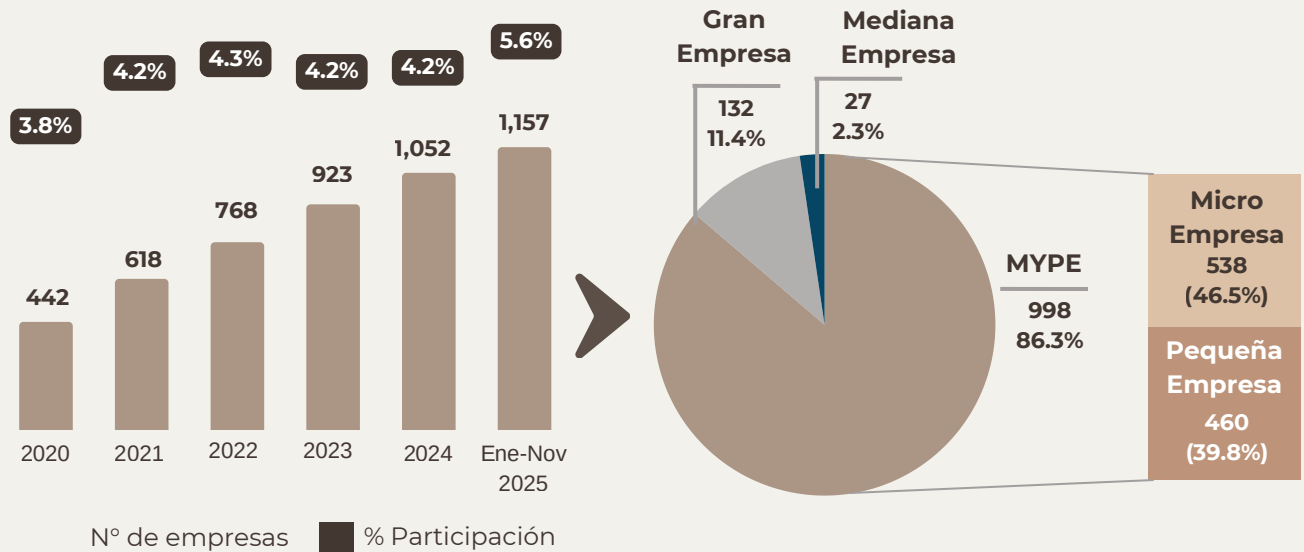


Nota: (*) El 2025 corresponde al periodo acumulado de enero a noviembre.
1/ Se considera Comercio interno a las empresas que se encuentran agregadas a las actividades de las clases CIIU 4711, 4719, 4752, 4759, 4772 y 4761 de revisión 4
Fuente: Registro Central de Valores y Liquidaciones (CAVALI)
Elaboración: 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-noviembre de 2025, la cantidad de empresas del sector comercio interno que realizaron factoring ascendió a un total de 1,157, lo que representó el 4.1% del total de empresas que realizan factoring.

Gráfico 2: Empresas en el Comercio Interno con financiamiento vía facturas negociables por tamaño, Ene-Nov (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-noviembre de 2025, el 86.3% (998) del total de empresas del comercio interno que realizaron operaciones de factoring fueron MYPE, seguido por la gran empresa con el 11.4% (132 firmas) y de la mediana empresa con el 2.3% (27 firmas). En tanto, en términos de valor, las MYPE concentraron el 40.9% (S/ 289.4 millones) del monto total movilizado por el comercio interno en factoring en este periodo, mientras que, la mediana y gran empresa participó con el 59.1% (S/ 417.8 millones).

Por actividad económica en el comercio interno, se observa que, entre enero y noviembre 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/ 257 millones, representando el 36.4% del monto total negociado por el sector, con un total de 21,572 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 3,103 facturas negociables, cuyo valor ascendió a S/ 10.0 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 - Nov 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. | 24 | 10 | 3,103 |
| Productos farmacéuticos y médicos, cosméticos, de tocador en almacenes especializados. | 128 | 138 | 14,302 |
| Libros, periódicos y artículos de papelería en comercios especializados | 476 | 257 | 21,572 |
| Artículos de ferretería, pinturas y productos de vidrio en comercios especializados | 323 | 170 | 15,907 |
| Aparatos eléctricos de uso doméstico, muebles, para el hogar en almacenes especializados. | 64 | 40 | 1,636 |
| Otras actividades de venta al por menor en comercios no especializados | 205 | 92 | 8,903 |
| Total Comercio Interno | 24 | 10 | 3,103 |

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

Según distribución geográfica, Lima concentró el 85.1% del monto total (S/. 707.2 millones) negociado mediante factoring en el sector comercio interno, alcanzando S/ 414 millones a noviembre de 2025. Otras regiones con alta participación fueron Callao, Ica, Arequipa,

La Libertad, Piura y Lambayeque que en conjunto representaron el 11.5% del monto total. En contraste, regiones como Pasco, Puno, Cajamarca, entre otras, tuvieron una participación menor a 1.0%.

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

| Región* | Monto negociado (Mills. de S/) | N° de facturas | N° de Empresas |
|---------------|-----------------------------------|-------------------|-------------------|
| Lima | 601.8 | 54,789 | 907 |
| Callao | 20.6 | 2,554 | 47 |
| Ica | 19.4 | 1,876 | 27 |
| Arequipa | 13.2 | 1,559 | 44 |
| La Libertad | 11.3 | 1,896 | 52 |
| Piura | 9.1 | 831 | 35 |
| Lambayeque | 8.1 | 894 | 30 |
| Ucayali | 4.4 | 216 | 6 |
| Áncash | 3.6 | 369 | 19 |
| Tumbes | 3.6 | 99 | 3 |
| Loreto | 3.6 | 21 | 4 |
| Junín | 3.0 | 87 | 11 |
| Moquegua | 2.6 | 52 | 4 |
| Huánuco | 1.9 | 33 | 3 |
| Pasco | 1.7 | 22 | 2 |
| Puno | 0.8 | 7 | 2 |
| Cajamarca | 0.6 | 37 | 8 |
| Tacna | 0.5 | 53 | 6 |
| Madre De Dios | 0.4 | 17 | 3 |
| San Martín | 0.4 | 2 | 3 |
| Huancavelica | 0.01 | 3 | 1 |
| Cusco | 0.00 | - | - |
| Ayacucho | 0.00 | - | - |

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 octubre de 2025, el personal ocupado en el sector de comercio interno registró un incremento interanual del 3.1%, debido al aumento en las contrataciones en actividades como supermercados e hipermercados (+4.8%), tiendas por departamento (+2.8%), ferreterías y acabados (+1.8%) y comercio de libros, periódicos y artículos de papelería (+27.4%). Sin embargo, este avance fue atenuado por la reducción en la contratación del personal de equipamiento del hogar (-2.6%) y farmacias y boticas (-0.9%)

Por tipo de empleo, aumentaron las contrataciones del personal permanente (+7.5% interanual). Sin embargo, disminuyeron las contrataciones del personal eventual (-11.7%).

Según sexo, el sector de comercio interno registró un aumento en la contratación del personal masculino (+2.5%), así como del personal femenino en (+3.5%).

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

| CIIU ^a | Actividad | Total | | Tipo de empleo | | | |
|-------------------|---|----------------|--------------------------|----------------|---------------|---------------|---------------|
| | | | | Permanentes | Eventuales | Varones | Mujeres |
| | Var.% ¹ (Oct25/Oct24) | 3.1 | | 7.5 | -11.7 | 2.5 | 3.5 |
| | Octubre 2025 | 116,643 | Var.%¹ | 93,747 | 22,896 | 50,089 | 66,554 |
| 4711 | Supermercados e hipermercados | 53,584 | 4.8 | 40,937 | 12,647 | 26,242 | 27,342 |
| 4719 | Tiendas por departamentos ² | 17,963 | 2.8 | 13,131 | 4,832 | 7,392 | 10,571 |
| 4752 | Ferreterías y acabados del hogar | 14,521 | 1.8 | 13,565 | 956 | 8,128 | 6,393 |
| 4759 | Equipamiento del hogar | 4,894 | -2.6 | 4,127 | 767 | 2,846 | 2,048 |
| 4761 | Libros, periódicos y artículos de papelería | 2,938 | 27.4 | 1,269 | 1,669 | 1,525 | 1,413 |
| 4772 | Farmacias y boticas | 22,743 | -0.9 | 20,718 | 2,025 | 3,956 | 18,787 |

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 octubre de 2025, el número de locales del sector comercio interno ascendió a 6,889 establecimientos, cifra mayor en 730 locales, en comparación a octubre del 2024. La principal actividad que incidió en dicho aumento fueron supermercados e hipermercados (546 locales más), seguido

de farmacias y de cuidado personal (149 locales más), tiendas por departamento (43 locales más). Sin embargo, se observa una disminución en los locales de equipamiento del hogar (9 locales menos).

Número de tiendas según clase CIIU (Octubre 2025)

| CIIU ^a | Actividad | Oct-24 | Oct-25 | Var.% (Oct 25/24) |
|-------------------|---|--------------|--------------|----------------------|
| 4711 | Supermercados e hipermercados | 2,467 | 3,013 | 22.1 |
| 4719 | Tiendas por departamentos | 198 | 241 | 21.7 |
| 4752 | Ferreterías y acabados del hogar | 152 | 153 | 0.7 |
| 4759 | Equipamiento del hogar | 353 | 344 | -2.5 |
| 4761 | Libros, periódicos y artículos de papelería | 169 | 169 | 0.0 |
| 4772 | Farmacias y cuidado personal | 2,820 | 2,969 | 5.3 |
| | Total | 6,159 | 6,889 | 11.9 |

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

