



ENERO 2026

DESENVOLVIMIENTO DEL

COMERCIO INTERNO

DATOS, TENDENCIAS Y ACTIVIDADES
COMERCIALES

Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios
Económicos - Oficina de Estudios Económicos










BOLETÍN SECTOR RETAIL
DESENVOLVIMIENTO DEL COMERCIO INTERNO

Editado por: MINISTERIO DE LA PRODUCCIÓN
Calle Uno Oeste N° 060 - Urb. Córpac - San Isidro, Lima, Perú
www.produce.gob.pe
12a Edición, Marzo 2026

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

CONTENIDO

Grandes Almacenes,
Supermercados y Tiendas
Especializadas

	INTRODUCCIÓN	03
	PRODUCCIÓN NACIONAL Y DEL SECTOR COMERCIO	04
	DESEMPEÑO SEGÚN ACTIVIDADES	04
	DESEMPEÑO DEL FACTORING EN EL COMERCIO INTERNO EN ENERO 2026	16
	OTRAS VARIABLES DEL SECTOR	19

Desembolvimiento del Comercio Interno
Enero 2026



Grandes almacenes e hipermercados minoristas

Enero 2026

Introducción

En enero de 2026, las ventas del sector comercio interno se incrementaron en 9.5% interanual. Dicho crecimiento refleja una recuperación sostenida del consumo, la cual estuvo asociado el dinamismo de las actividades de supermercados e hipermercados (+9.4%), tiendas por departamento (+17.6%), equipamiento del hogar (+2.1%), ferreterías y acabados (+7.0%), libros, periódicos y artículos de papelería (+1.6%) y farmacias y boticas (+8.4%).

Desempeño de las ventas internas según grupo y clase CIU, Enero 2026^{2/} (Millones de soles a precios corriente)

CIU (a)	Actividad	Ene-25	Ene-26 ^(b)	Var. % Ene 26/25
	Total	4,108	4,498	9.5
4711	Supermercados e hipermercados ^{3/}	1,937	2,120	9.4
4719	Tiendas por departamentos ^{4/}	572	673	17.6
4752	Ferreterías y acabados	548	587	7.0
4759	Equipamiento del hogar	217	221	2.1
4772	Farmacias y boticas	730	791	8.4
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	104	106	1.6

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

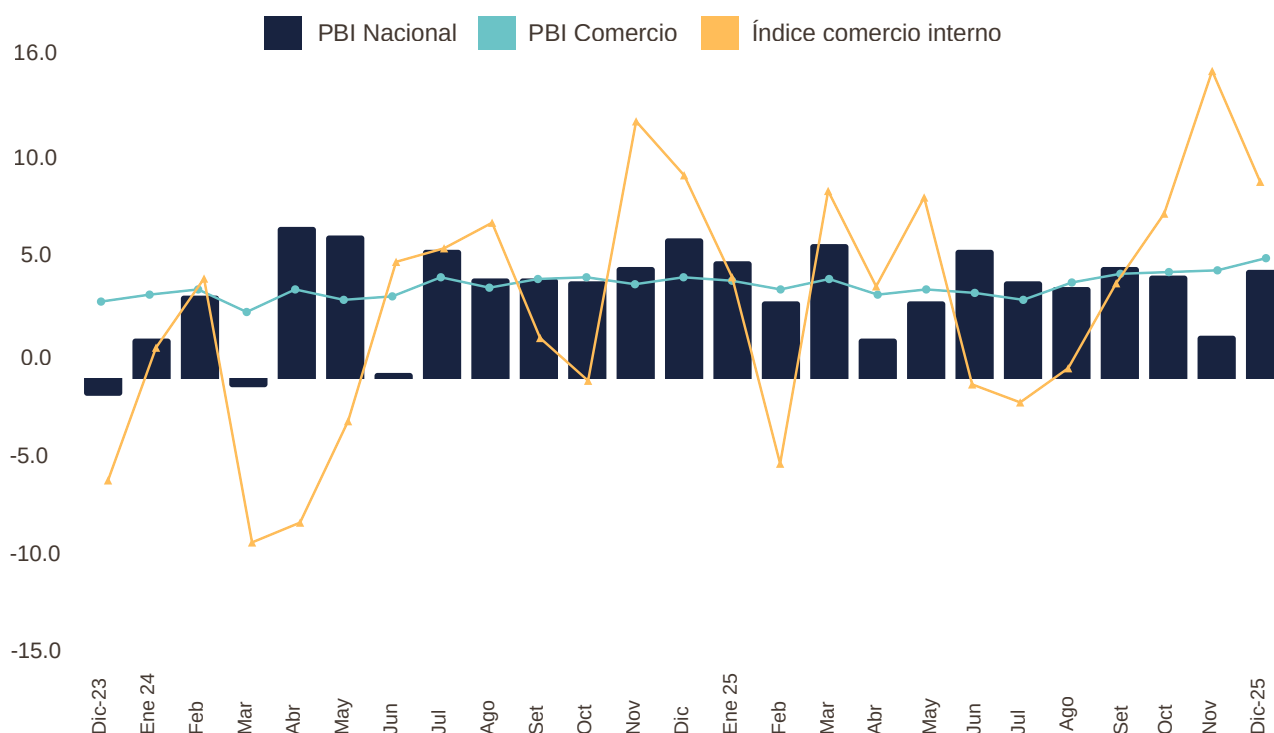
1/ En el presente boletín, las ventas del comercio interno se aproximan como las ventas de los grandes almacenes, supermercados y tiendas especializadas, agregando las actividades de las clases CIU 4711, 4719, 4752, 4759, 4772 y 4761 de revisión 4.

Producción nacional y del sector comercio

En enero de 2026, el PBI nacional creció en 3.5% interanual, respecto al mismo mes del año 2025. Asimismo, el sector comercio mantuvo una tendencia positiva, registrando un incremento

interanual del 4.3%, influenciado por la mayor demanda de las actividades del comercio, tanto mayorista (+2.9%) como minorista (+4.7%).

Evolución del PBI nacional, PBI comercio e Índice de comercio interno, Ene 2024- Ene 2026 (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

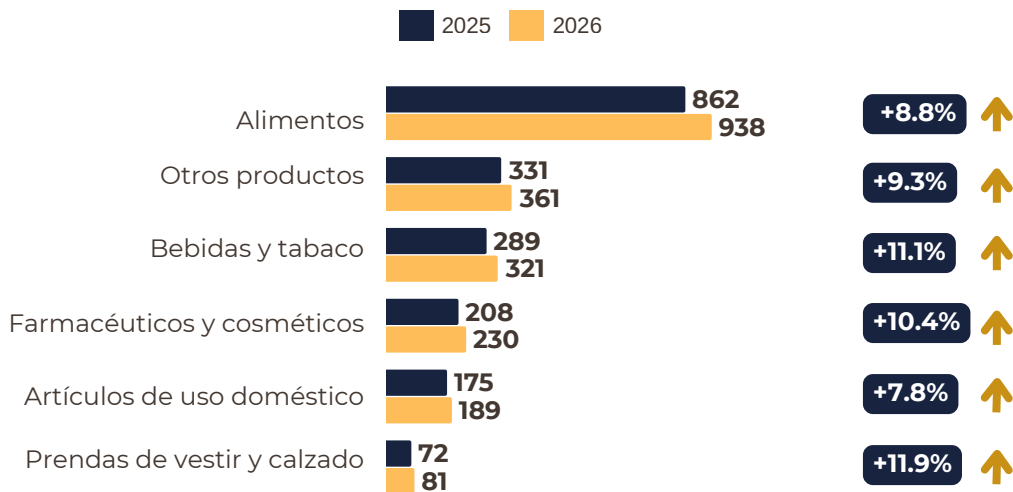
Desempeño según actividades

Ventas en tiendas por supermercados e hipermercados

En enero de 2026, las ventas de supermercados e hipermercados registraron un importante incremento de 9.4%, destacando la mayor demanda de productos básicos.

Entre los principales productos que impulsaron el incremento de este rubro destacan los alimentos (+8.8%), bebidas y tabaco (+11.1%), prendas de vestir (+11.9%) y productos farmacéuticos y cosméticos (+10.4%).

Ventas por líneas de productos, Enero 2025 - Enero 2026 (Millones de soles y Var. % interanual)



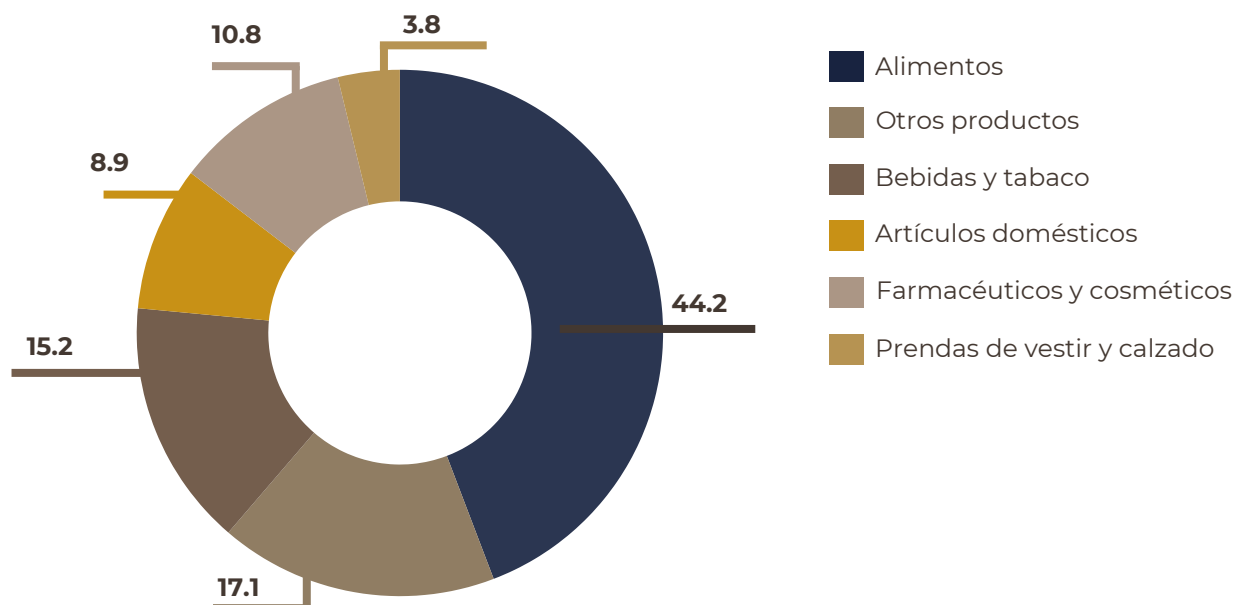
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE



Las ventas de alimentos concentraron el 44.2% del valor total de ventas facturadas por los supermercados e hipermercados; mientras que, el restante (55.8%) correspondió a los productos de artículos de uso doméstico, farmacia y cosméticos, prendas de vestir y calzado, y otros productos.

Entre las principales empresas del giro de los supermercados e hipermercado que presentaron mayor incidencia, según sus niveles de ventas, destacan: Supermercados Peruanos, Wong y Metro, Hipermercados Tottus y Makro Supermayorista.

Participación de líneas de productos en supermercados e hipermercados, Enero 2026 (Porcentaje %)



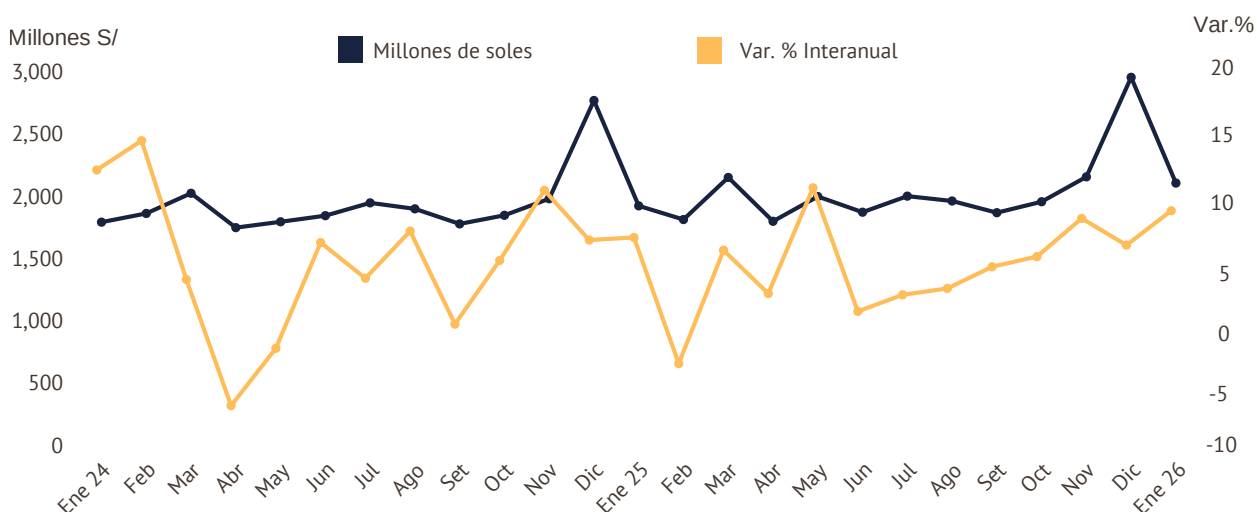
Nota: 1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos.
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

En cuanto a la evolución del indicador de esta actividad desde el 2024, viene presentando comportamientos mixtos. Sin embargo, las ventas internas en supermercados e hipermercados en los

últimos meses del 2025 presentaron comportamientos positivos. Esta tendencia se vio reflejada en el primer mes del 2026, con una variación positiva (+9.4% interanual).

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

Enero 2024 a Enero 2026



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

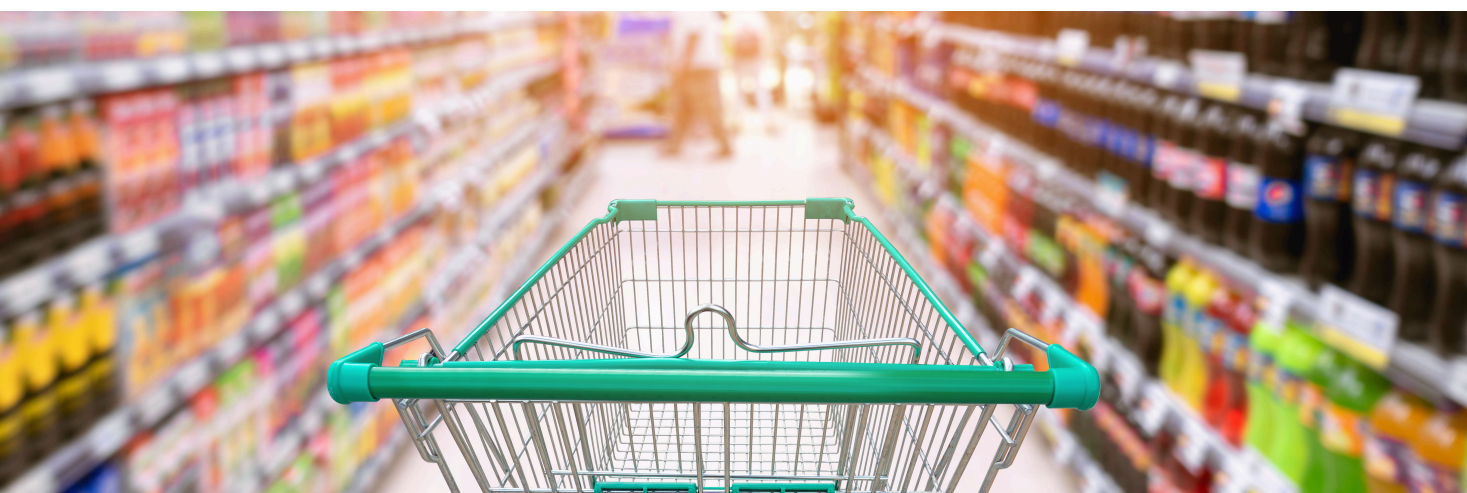
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

Ventas en tiendas por departamento

En enero de 2026, las ventas en tiendas por departamento registraron un incremento significativo 17.6% interanual, impulsado por las nuevas estrategias comerciales para promover la demanda.

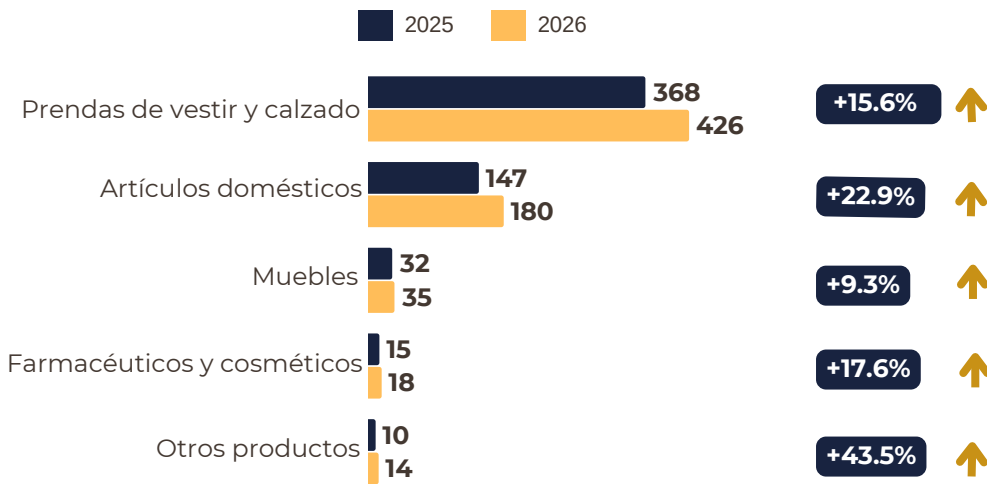
Entre los principales productos que registraron un desempeño positivo tenemos a los muebles (+9.3%), artículos de uso doméstico (+22.9%), artículos

farmacéuticos y cosméticos (+17.6%), prendas de vestir y calzado (+15.6%) y otros productos (+43.5%). El crecimiento registrado evidencia un aumento sostenido en el consumo, particularmente en "artículos de uso doméstico" y "prendas de vestir y calzado", los cuales impulsaron de manera significativa el desempeño global del sector durante el mes analizado.



Ventas por líneas de productos, Enero 2025 - Enero 2026

(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

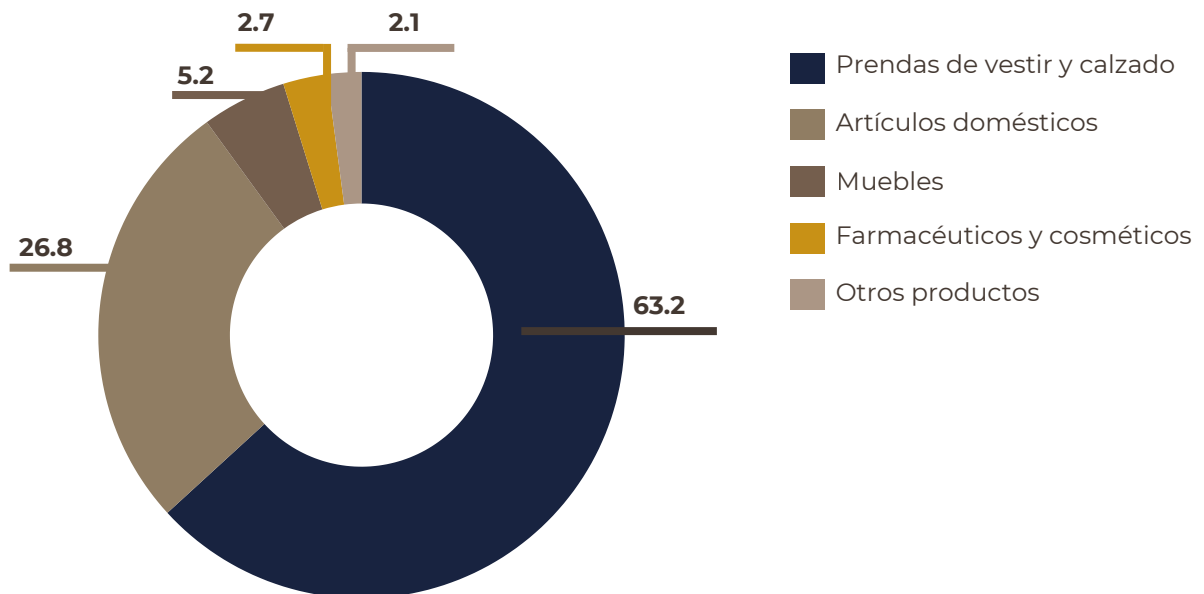


Las ventas de prendas de vestir, calzado y artículos de uso doméstico representaron en conjunto el 90.0% del valor total facturado por las tiendas por departamento. En menor medida, les siguieron las ventas de muebles, productos farmacéuticos y otros productos.

Las empresas de la actividad tiendas por departamentos que destacan por sus niveles de ventas son; Saga Falabella, Tiendas Ripley y Oeschle.

Participación de líneas de productos en tiendas por departamento,^{1/} Enero 2026

(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

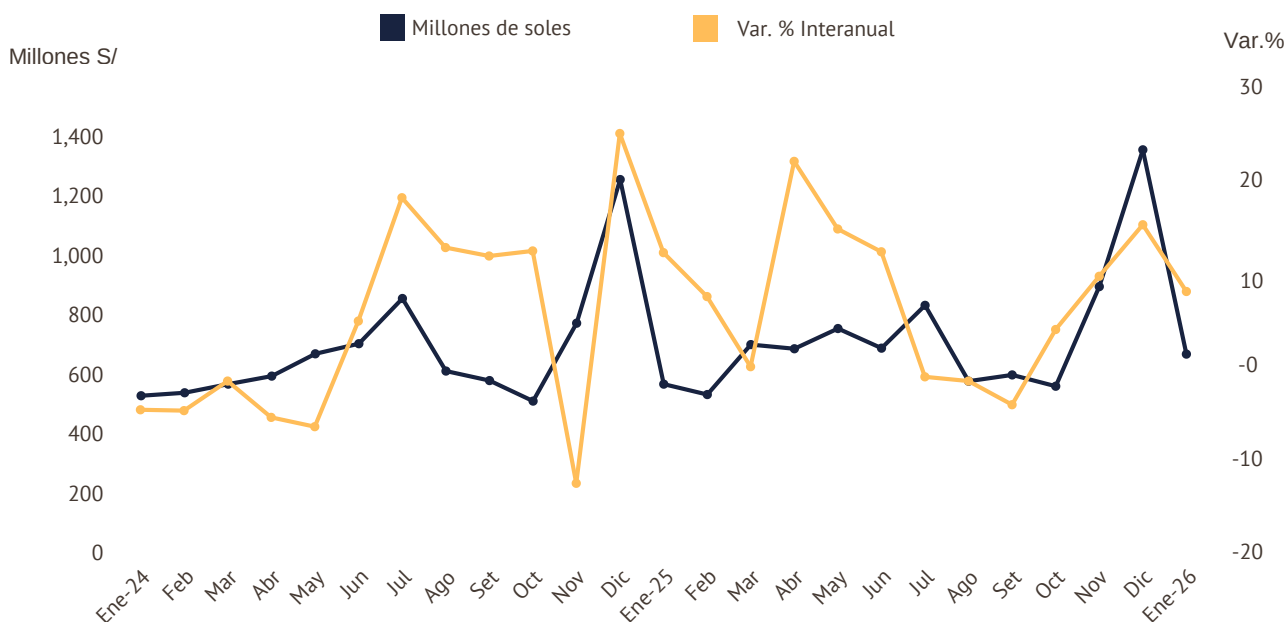
Durante el período de enero de 2024 a enero de 2026, el sector presentó variaciones mixtas, registrándose incrementos significativos en junio y noviembre de 2024, así como en marzo y noviembre de 2025. Asimismo, en noviembre de 2025 registró la mayor variación positiva.

Este comportamiento se explica por las intensas campañas promocionales realizadas por las tiendas del sector, las cuales impulsaron la demanda. Resultado de ello, en enero de 2026, esta actividad alcanza una variación positiva en las ventas.

1/

Evolución y variación % de las ventas internas en tiendas por departamentos

Enero 2024 a Enero 2026



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

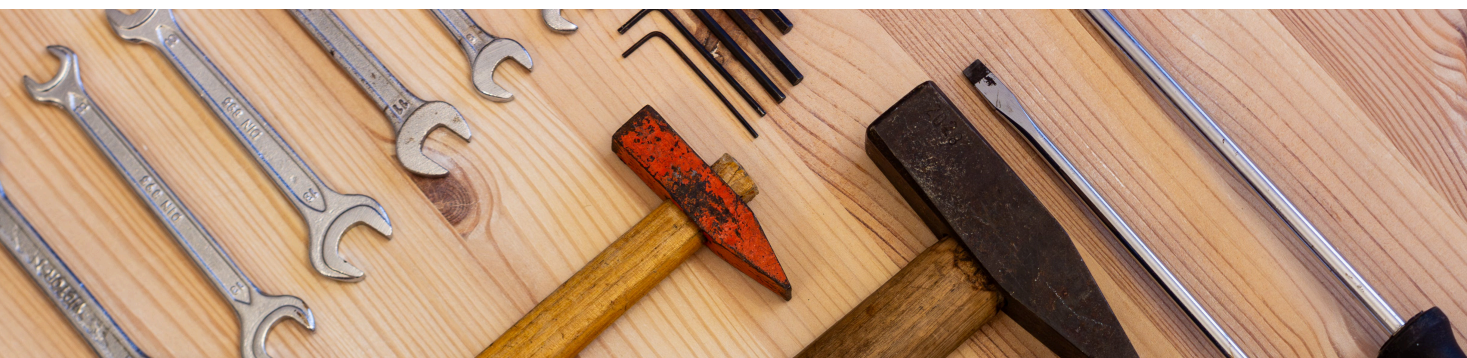
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas

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

Ventas de productos de ferreterías y acabados

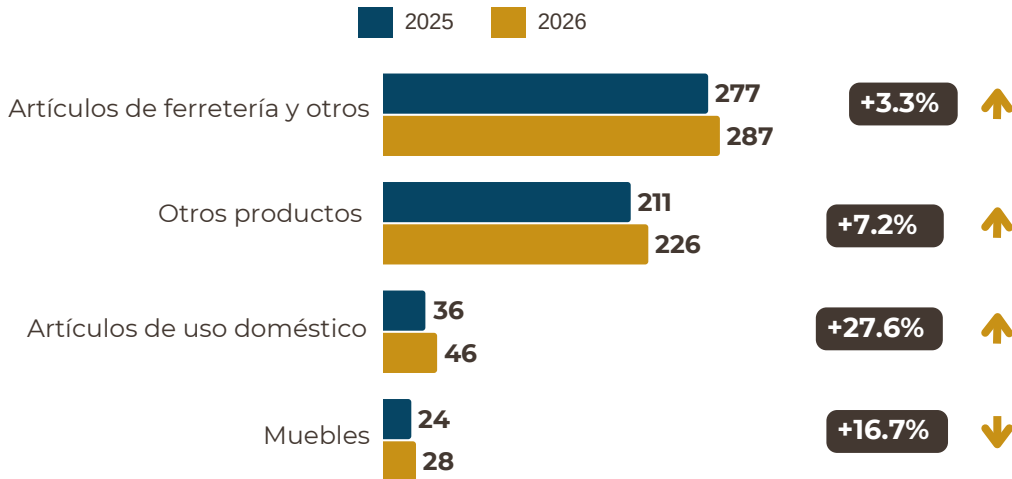
En enero de 2026, el sector construcción y productos vinculados registró un crecimiento de 7.0%, debido al aumento de las inversiones en obras públicas y privadas, así como por el dinamismo en el rubro de acabados de edificios, favorecido por el desempeño positivo del sector construcción.

Entre los principales productos que impulsaron el incremento de las ventas de esta actividad tenemos a los muebles (+16.7%) y artículos de ferretería (+3.3%). Por otro lado, las empresas con mayor incidencia en estas ventas fueron: Maestro Homecenter, Promart Homecenter y Cemento y Acero.

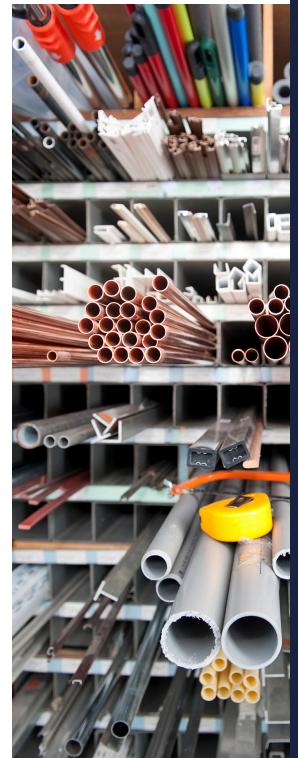


Ventas por líneas de productos, Enero 2025 - Enero 2026

(Millones de soles y Var. % interanual)



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

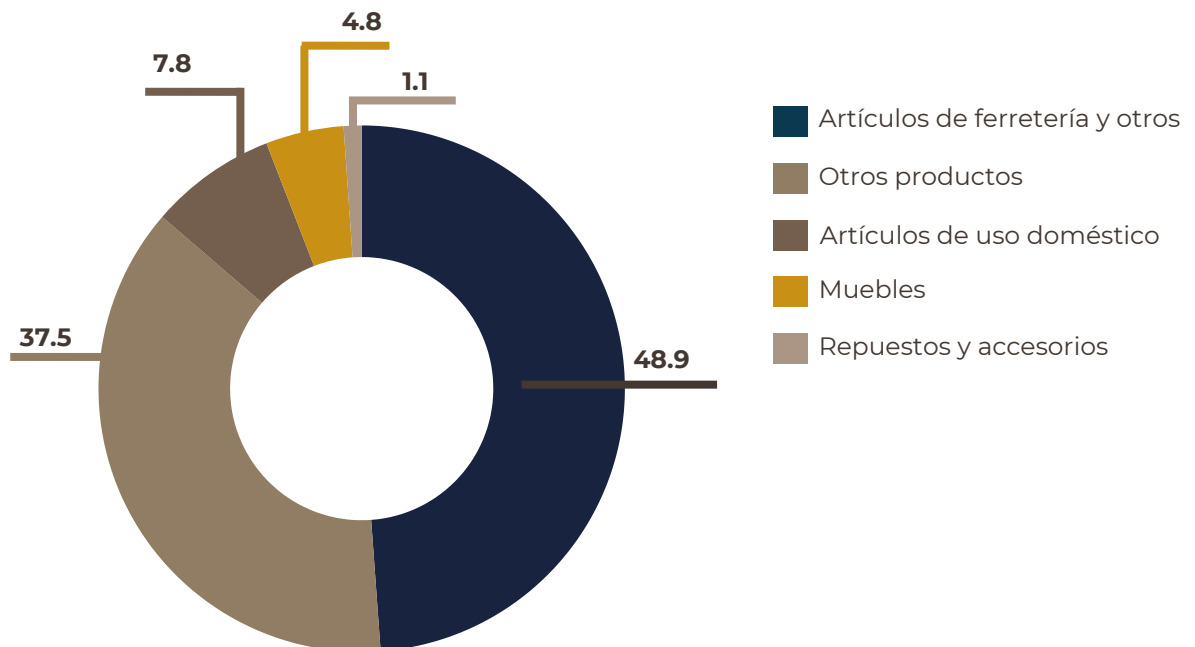


La línea de productos diversos y artículos de ferreterías registró una mayor participación en las ventas de esta actividad (86.4%), seguida por la

línea de artículos de uso doméstico y muebles, con una participación del 12.6%, y los repuestos y accesorios con el 1.0%.

Participación de líneas de productos de ferreterías y acabados del hogar, Enero 2026

(Porcentaje %)



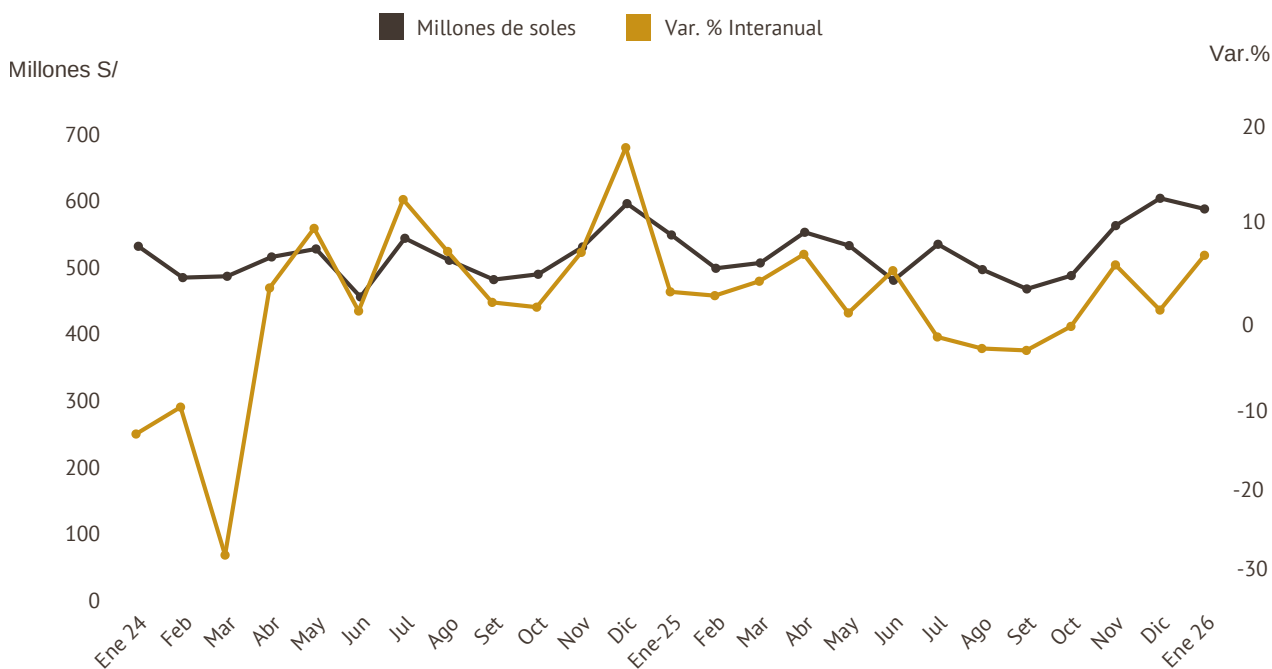
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
 Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

Durante el período enero 2024 – enero 2026, se observa que durante el 2025 esta actividad se mantuvo en terreno positivo, impulsado principalmente por las inversiones en el sector construcción, con énfasis en obras públicas y privadas.

Asimismo, se registró un desempeño favorable en las ventas de productos de ferretería y acabados, contribuyendo de manera significativa al desempeño global del sector.

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

Enero 2024 a Enero 2026



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

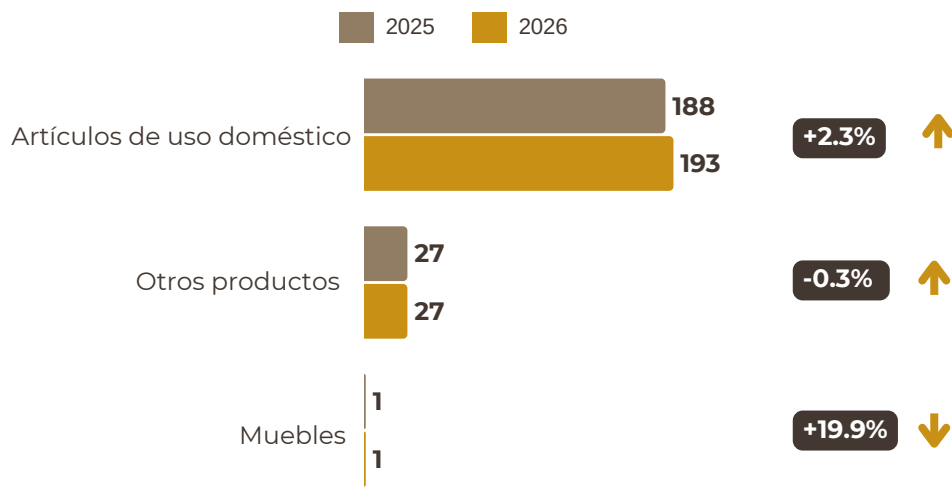
En enero de 2026, las ventas de equipamiento del hogar registraron un crecimiento interanual de 2.1%, impulsadas por las intensas campañas promocionales que incentivaron a un mayor volumen de compras de los hogares. Este crecimiento también se debió a la tendencia del

consumo, donde los clientes priorizan la funcionalidad y el diseño en sus adquisiciones. Por categoría, se observó el avance de las líneas de artículos de uso doméstico (+2.3%) y muebles (+19.9%). Aunque fue atenuado por la disminución de las ventas de productos diversos (-0.3%).



Ventas por líneas de productos, Enero 2025- Enero 2026

(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

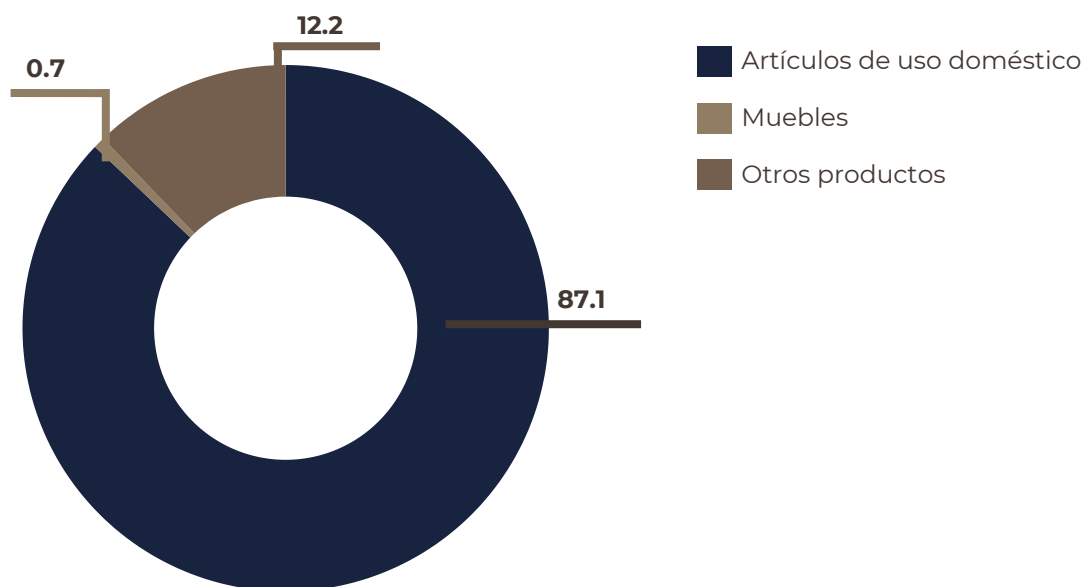


Las ventas de la línea de artículos de uso doméstico tuvieron una mayor participación (87.1%) en las ventas de la actividad de equipamiento del hogar; mientras que, la línea de muebles y productos diversos, en conjunto, representaron un aporte de 12.9%

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, Enero 2026

(Porcentaje %)



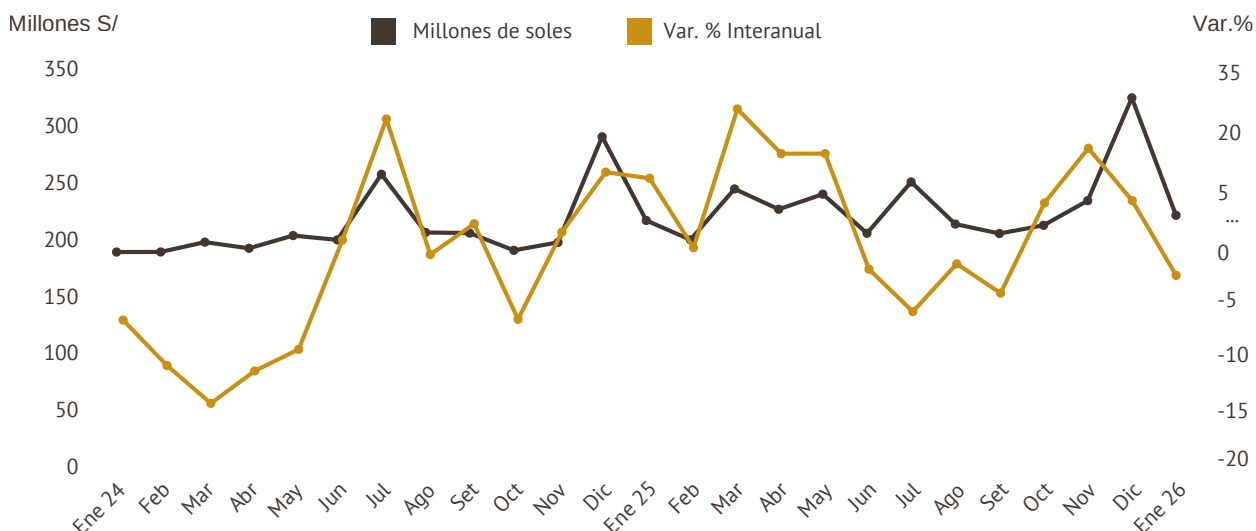
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

Entre enero de 2024 y enero de 2026, las ventas de equipamiento del hogar presentaron resultados mixtos. No obstante, desde julio de 2024 se observa una tendencia positiva sostenida, que se

mantuvo a lo largo del 2025, impulsada por el creciente interés en el mejoramiento del hogar, lo cual ha favorecido el incremento de las ventas en este segmento.

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

Enero 2025 a Enero 2026



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

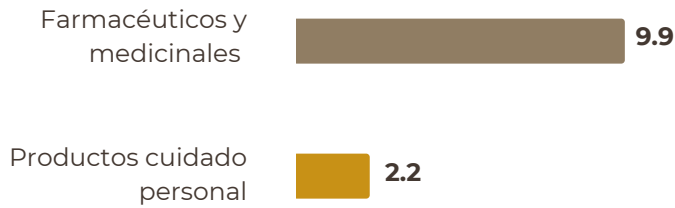
Ventas de productos farmacéuticos y cuidado personal

En enero de 2026, las ventas de productos farmacéuticos y de cuidado personal registraron un aumento interanual de 8.4%, impulsadas principalmente por la mayor demanda de productos medicinales. Por categoría se observa el crecimiento de

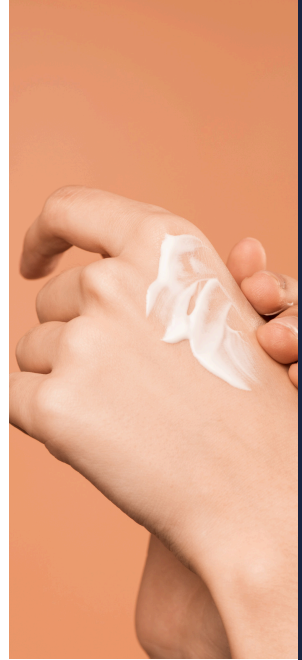
productos farmacéuticos y medicinales de 9.9% y productos de cuidado personal en 2.2%. Este desempeño refleja un incremento general en el consumo de productos relacionados con la salud y el bienestar, consolidando la tendencia positiva del sector.



Ventas por líneas de productos, Enero 2025- Enero 2026 (Var. % interanual)



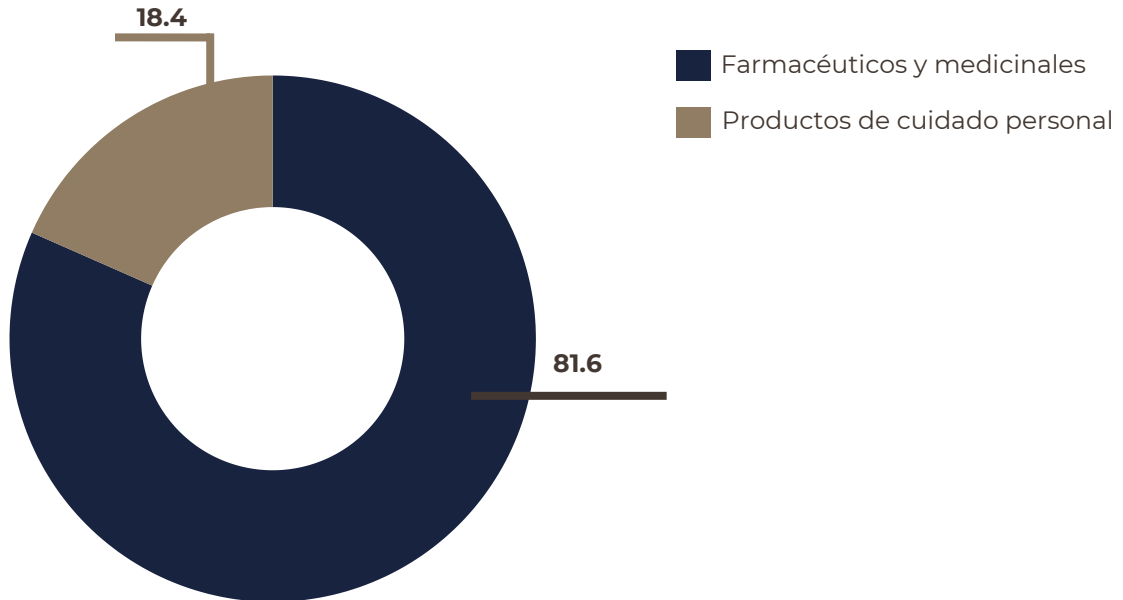
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE



En cuanto a la participación de las líneas de productos de esta actividad, se observa que, en enero del 2026, las ventas de productos farmacéuticos y medicinales concentraron el 81.6%, mientras que las ventas de productos de cuidado personal en 18.4%.

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

Participación de líneas de productos farmacéuticos y cuidado personal, Enero 2026 (Porcentaje %)



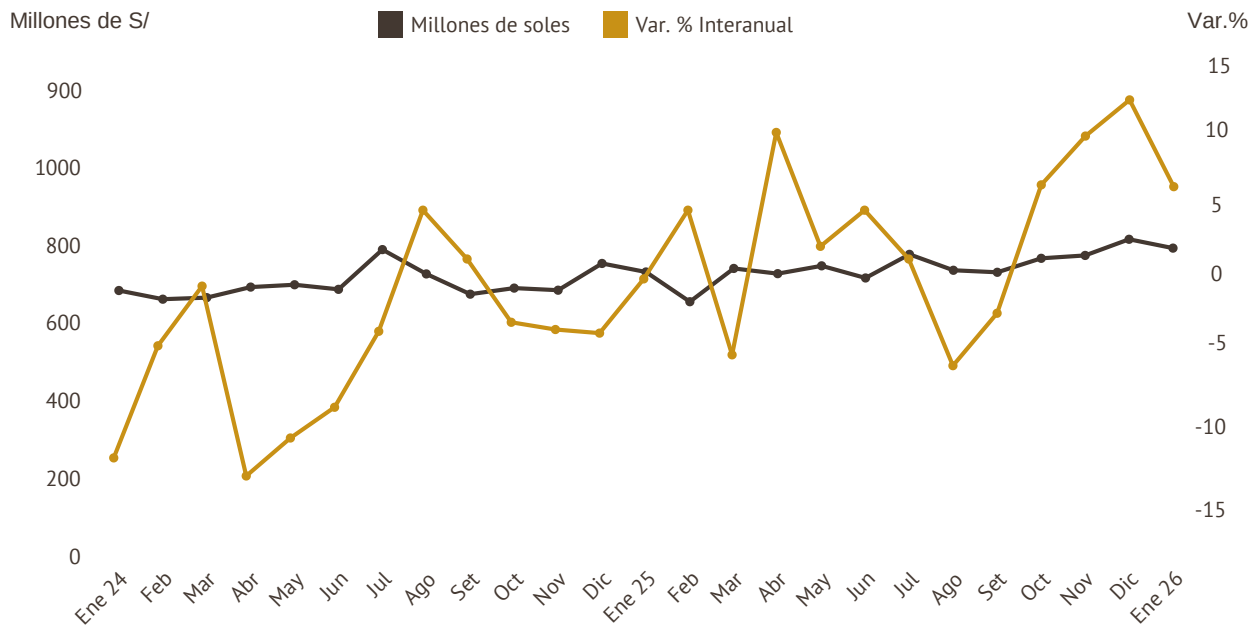
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE



Entre enero de 2024 y enero de 2026, las ventas de productos farmacéuticos y de cuidado personal mostraron un desempeño mixto. Tras registrar valores negativos durante 2024 y los primeros meses de 2025, la actividad presentó una ligera recuperación

en el segundo semestre de 2025 (septiembre a noviembre), mantuvo una tendencia positiva hacia finales del año. Como resultado, el sector conserva un crecimiento positivo acumulado al cierre del 2025.

Evolución y variación % de las ventas internas de productos farmacéuticos y cuidado personal Enero 2025 a Enero 2026



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

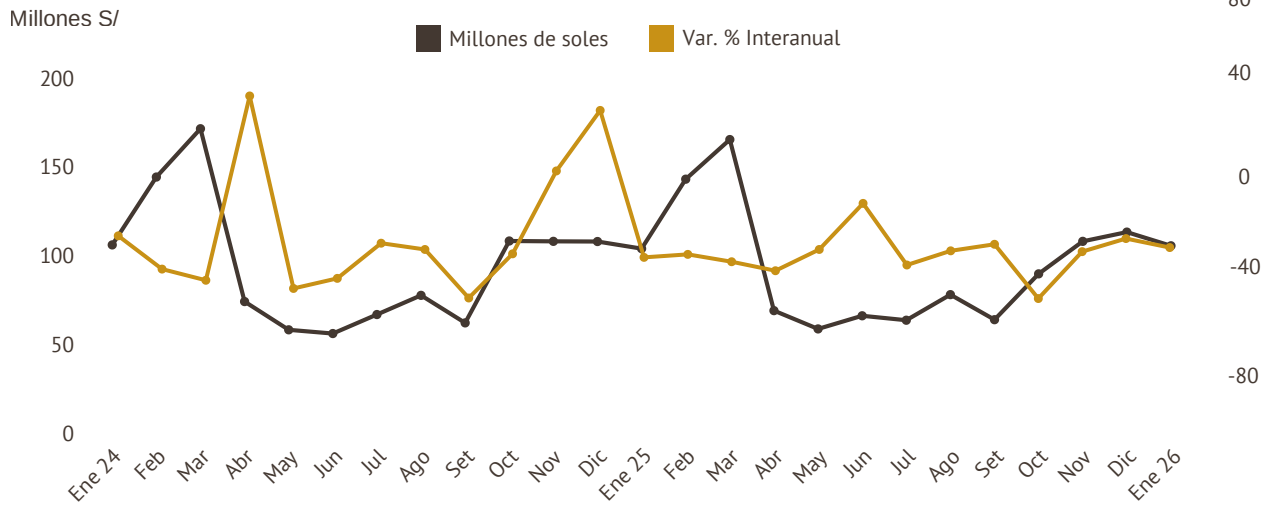
Ventas al por menor de libros, periódicos y artículos de papelería

En enero de 2026, las ventas de libros, periódicos y artículos de papelería registraron un ligero crecimiento interanual de 1.6%. Este resultado estuvo influenciado principalmente por el leve aumento en la demanda de libros y materiales escolares.

Entre las empresas con mayor incidencia en las ventas de este rubro destacan: Distribuidora Navarrete, Ibero Librerías, Librerías Crisol y Tai Loy.



Evolución y variación % de las ventas internas de libros, periódicos y artículos de papelería: Enero 2025 a Enero 2026



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

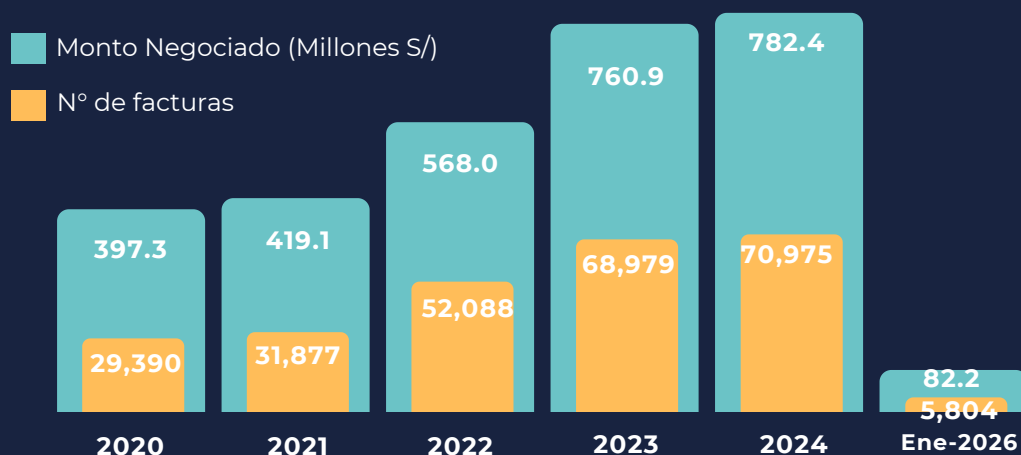


Desempeño del Factoring en el Comercio Interno en enero 2026

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 (2021–2025), el financiamiento a través de facturas negociables en el sector de comercio interno experimentó un crecimiento anual promedio del 37.5%, pasando de S/ 397.3 millones en 2021 a S/ 782.4 millones de soles en 2025, como resultado del aumento de la demanda de este instrumento financiero, debido a que, en dicho periodo, la cantidad de facturas negociables pasaron de 29,390 facturas en 2021 a 70,975 facturas en 2025. En enero de 2026, las empresas del sector de comercio interno realizaron operaciones de factoring por un monto de S/ 82.2 millones, correspondiente a 5,804 facturas, lo que representó un incremento interanual de 87.0% y 15.9%, respectivamente.

Gráfico 1: Evolución de las facturas y montos negociados en el Comercio Interno, 2021-2026*
(Monto en millones de soles y cantidad de facturas)



Nota: (*) El 2026 corresponde al mes de enero

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

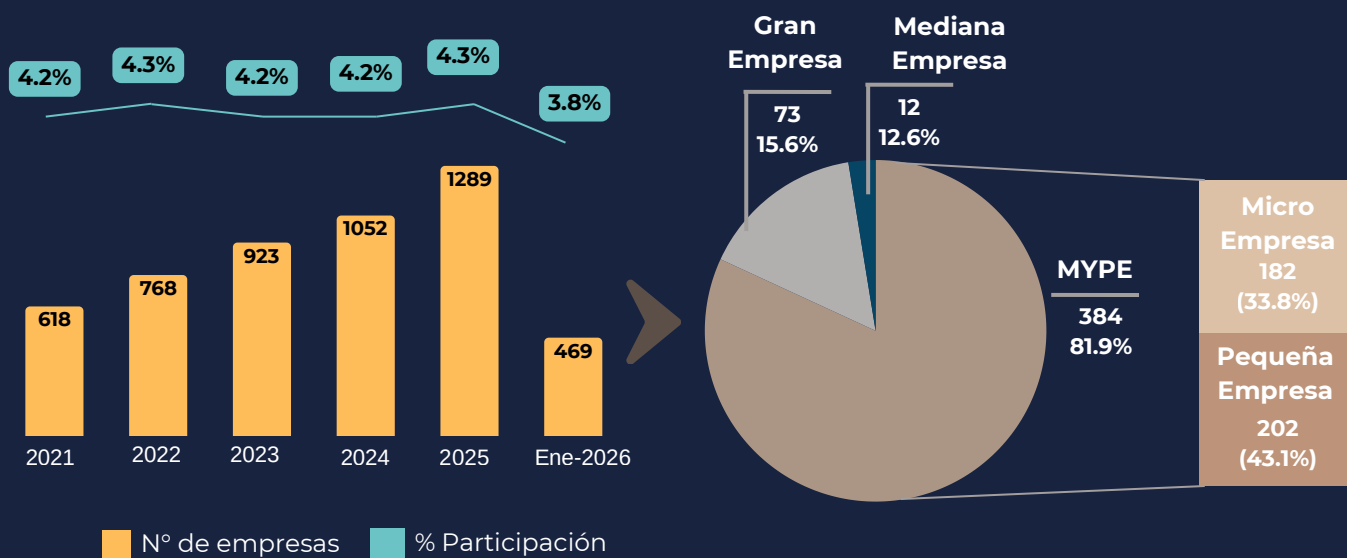
Fuente: Registro Central de Valores y Liquidaciones (CAVALI)

Elaboración: Produce-Oficina de Estudios Económicos (OEE)

A nivel empresarial, en los últimos cinco años (2021–2025), el número de empresas del sector comercio interno que utilizaron los instrumentos de factoring, aumentó de manera significativa a una tasa promedio anual de 23.9%, pasando de 618 empresas en 2021 a 1,289 empresas en 2025.

En enero de 2026, la cantidad de empresas del sector comercio interno que realizaron factoring ascendió a un total de 469, lo que representó el 3.8% del total de empresas de esta actividad.

Gráfico 2: Empresas en el Comercio Interno con financiamiento vía facturas negociables por tamaño, Ene-(2026)



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 enero de 2026, el 81.9% (384) del total de empresas del comercio interno que realizaron operaciones de factoring fueron MYPE, seguido por la gran empresa con el 15.6% (73 firmas) y de la mediana empresa con el 2.6% (12 firmas). En tanto, en términos de valor, las MYPE concentraron el 39.2% (S/ 32.2 millones) del monto total movilizado por el comercio interno en factoring en este periodo, mientras que, la mediana y gran empresa participó con el 60.8% (S/ 50.0 millones).

Por actividad económica en el comercio interno, se observa que, en enero de 2026, 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/ 26.3 millones, representando el 31.9% del monto total negociado por el sector, con un total de 2,116 facturas negociadas. En tanto, la actividad que menos se financió a través del factoring fue ventas de aparatos eléctricos de uso doméstico, muebles para el hogar en almacenes especializados, emitiendo un total de 97 facturas negociables, cuyo valor ascendió a S/ 3.8 millones.

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

Enero 2026

Actividades económicas	N° de empresas (cantidad)	Monto (Millones de s/)	N° de facturas (Cantidad)
Libros, periódicos y artículos de papelería y otros en comercios especializados	175	26.3	2,116
Artículos de ferretería, pinturas y productos de vidrio en comercios especializados	122	18.9	1,512
Productos farmacéuticos y médicos, cosméticos tocador en almacenes especializados	62	12.8	1,079
Otras actividades de venta al por menor en comercios no especializados	81	20.1	773
Comercios no especializados con predominio de de alimentos, bebidas y tabaco	8	0.4	227
Aparatos eléctricos de uso doméstico, muebles, para el hogar en almacenes especializados	21	3.8	97
Total Comercio Interno	469	82	5,804

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

Según distribución geográfica, Lima concentró el 88.2% del monto total (S/. 72.5 millones) negociado mediante factoring en el sector comercio interno, alcanzando S/ 82.2 millones a enero de 2026. Otras regiones con alta participación fueron Ica, Callao, La Libertad,

Lambayeque y Arequipa que en conjunto representaron el 9.7% del monto total. En contraste, en este mes las regiones de Piura, Tumbes, Junín y Moquegua, entre otras, tuvieron una participación menor a 1.0%.

Gráfico 3: Operaciones de facturas negociables por departamento, Enero 2026 (Cantidad de facturas - empresas y Monto)

Región	Monto negociado (Mills. de S/)	N° de facturas	N° de Empresas
Lima	72.5	4,708	369
Ica	3.0	268	9
Callao	1.7	274	18
Lambayeque	1.5	83	9
La Libertad	1.0	150	21
Arequipa	0.8	151	12
Piura	0.6	87	8
Tumbes	0.3	3	2
Junín	0.2	5	1
Moquegua	0.2	20	5
Áncash	0.1	7	3
Madre de Dios	0.1	3	1
Cajamarca	0.1	27	3
Apurímac	0.03	2	1
Tacna	0.02	10	2
Loreto	0.01	3	3
Puno	0.01	2	1
Huancavelica	0.003	1	1

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

Otras variables del sector

Personal Ocupado

En enero de 2026, el personal ocupado en el sector de comercio interno registró un incremento interanual del 4.1%. Debido al aumento en las contrataciones en actividades como supermercados e hipermercados (+7.5%), tiendas por departamento (+0.4%), libros, periódicos y artículos de papelería (+17.3%) y farmacias y boticas (+4.0%). En contraste, el comercio de equipamiento del hogar y ferreterías y acabados mostraron una reducción en la contratación del personal ocupado, con una caída del 3.4% y 3.1%, respectivamente.

Por tipo de empleo, aumentaron las contrataciones del personal eventual (+18.3% interanual) y permanente (+0.9%).

Según el tipo de género, el sector de comercio interno registró un aumento en la contratación del personal masculino (+4.5%) y femenino (+3.8%).

PERSONAL OCUPADO: Número de personas según grupo y clase CIU (Enero 2026)

CIU ^a	Actividad	Total		Tipo de empleo			
				Permanentes	Eventuales	Varones	Mujeres
	Var.% ¹ (Ene 26/Ene 25)	4.1		0.9	18.3	4.5	3.8
	Enero 2026	120,048	Var.%¹	94,651	25,397	52,283	67,765
4711	Supermercados e hipermercados	56,106	7.5	42,813	13,293	28,018	28,088
4719	Tiendas por departamentos ²	17,779	0.4	12,698	5,081	7,311	10,468
4752	Ferreterías y acabados del hogar	13,917	-3.4	13,335	582	8,285	5,632
4759	Equipamiento del hogar	4,963	-3.1	4,140	823	2,890	2,073
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	3,554	17.3	1,249	2,305	1,804	1,750
4772	Farmacias y boticas	23,729	4.0	20,416	3,313	3,975	19,754

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

El número de locales del sector comercio interno, en enero de 2026, ascendió a 7,069 establecimientos, cifra mayor en 695 locales, en comparación a enero del 2025. La principal actividad que incidió en dicho aumento fueron los supermercados e hipermercados (503 locales más), seguido

de farmacias y de cuidado personal (148 locales más), y en menor medida, las ferreterías y acabados (1 locales más), equipamiento del hogar (21 locales más) y los locales de libros periódicos y artículos de papelería (11 locales más).

Número de tiendas según clase CIU (Enero 2026)

CIU ^a	Actividad	Ene-2025	Ene-2026	Var.% (Ene 26/25)
4711	Supermercados e hipermercados	2,630	3,133	19.1
4719	Tiendas por departamentos	235	246	4.7
4752	Ferreterías y acabados del hogar	153	154	0.7
4759	Equipamiento del hogar	326	347	6.4
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	175	186	6.3
4772	Farmacias y cuidado personal	2,855	3,003	5.2
	Total	6,374	7,069	10.9

Notas: Cifras sujeta a reajuste

(a) Grupo CIU (tres dígitos), Clase CIU (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

