



PERÚ

Ministerio
de la Producción

BOLETÍN
ESTADÍSTICO

Reporte de Comercio Interno

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

Abril 2025





BOLETÍN DE COMERCIO INTERNO

REPORTE DE COMERCIO INTERNO

Editado por: MINISTERIO DE LA PRODUCCIÓN
Calle Uno Oeste N° 060 - Urb. Córpac - San Isidro, Lima, Perú
www.produce.gob.pe
1era Edición, Abril 2025

Esta publicación es un producto de la Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos de la Secretaría General del Ministerio de la Producción



INDICE

Abril 2025

Grandes Almacenes, Supermercados y
Tiendas Especializadas

03 Introducción

16 Desempeño del
Factoring en el
Comercio Interno
a abril 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

Abril 2025

Introducción

En abril de 2025, las ventas del sector comercio interno^{1/} crecieron en 5.3% interanual. Este resultado fue impulsado principalmente por el desempeño positivo de la demanda interna (+2.5%) y por el efecto estacional del feriado de Semana Santa, que impulsó el turismo y las actividades relacionadas con la festividad.

Al analizar los distintos rubros del comercio interno, destacan el incremento en las ventas de los supermercados e hipermercados (+2.2%), tiendas por departamento (+13.6%), ferreterías y acabados (+7.0%), farmacias y boticas (+4.5%), equipamiento del hogar (+4.3%), y librerías, periódicos y artículos de papelería (+8.7%).

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

(Millones de soles a precios corriente)

CIIU ^(a)	Actividad	Abr-24	Abr-25 ^(b)	Var. % Abr 25/24
	Total	3,856	4,059	5.3
4711	Supermercados e hipermercados ^{3/}	1,761.9	1,800.7	2.2
4719	Tiendas por departamentos ^{4/}	599.0	680.3	13.6
4752	Ferreterías y acabados	515.1	551.0	7.0
4759	Equipamiento del hogar	215.1	224.3	4.3
4772	Farmacias y boticas	690.9	721.9	4.5
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	74.4	80.9	8.7

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

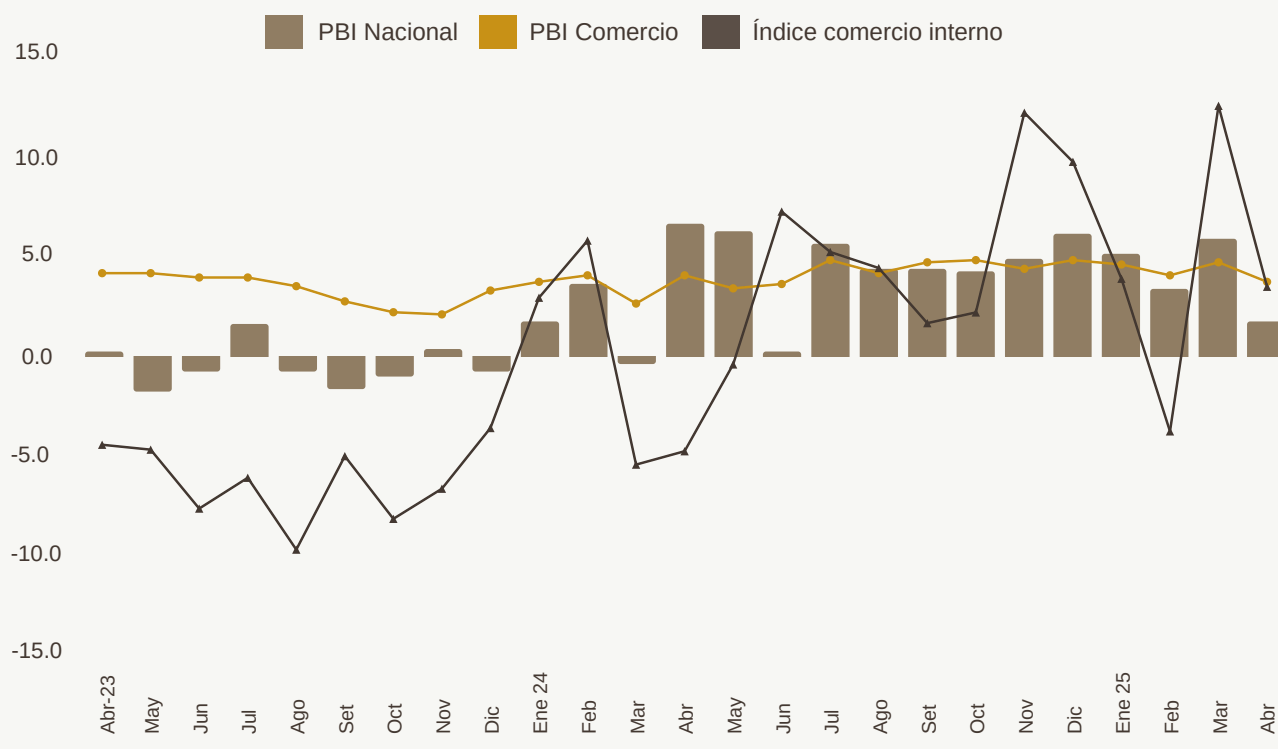
1/ En el presente boletín, las ventas del comercio interno se aproximan como las ventas de los grandes almacenes, supermercados y tiendas especializadas, agregando las actividades de las clases CIIU 4711, 4719, 4752, 4759, 4772 y 4761 de revisión 4.

Producción nacional y del sector comercio

En abril de 2025, el PBI nacional experimentó un ligero crecimiento del 1.4%, respecto al mismo mes del año 2024. Asimismo, el PBI del sector comercio mantuvo una tendencia positiva, registrando un incremento interanual de 2.8%,

influenciado por un aumento en la demanda de las actividades del comercio mayorista (+2.2%) y minorista (+3.4%).

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

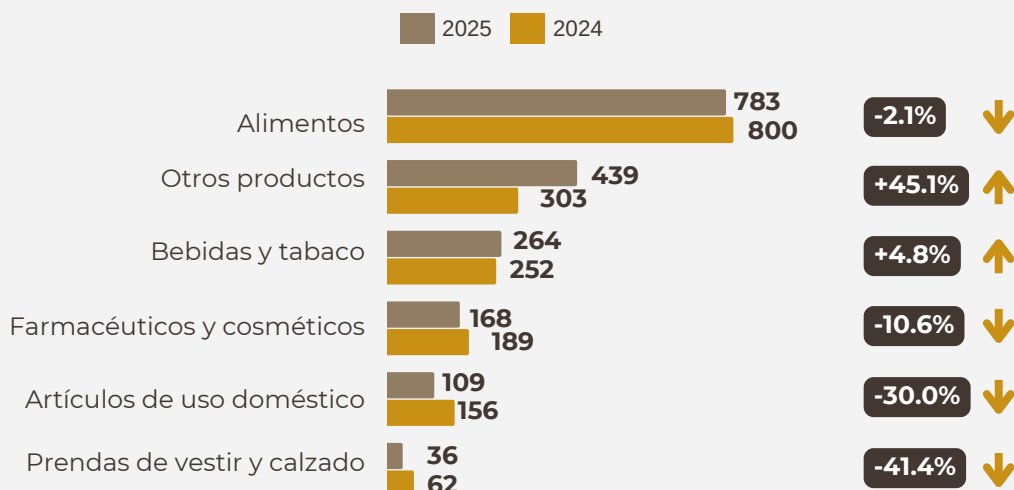
Ventas en tiendas por supermercados e hipermercados

En abril de 2025, las ventas de los supermercados e hipermercados registraron un incremento de 2.2% interanual, como resultado de la mayor demanda de otros productos (+45.1%) y de las bebidas y tabaco (+4.8%). Este aumento fue atenuado

por las menores ventas en las líneas prendas de vestir y calzado (-41.4%), artículos de uso doméstico (-30.0%), farmacéuticos y cosméticos (-10.6%) y alimentos (-2.1%).

Ventas por líneas de productos, Abril 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

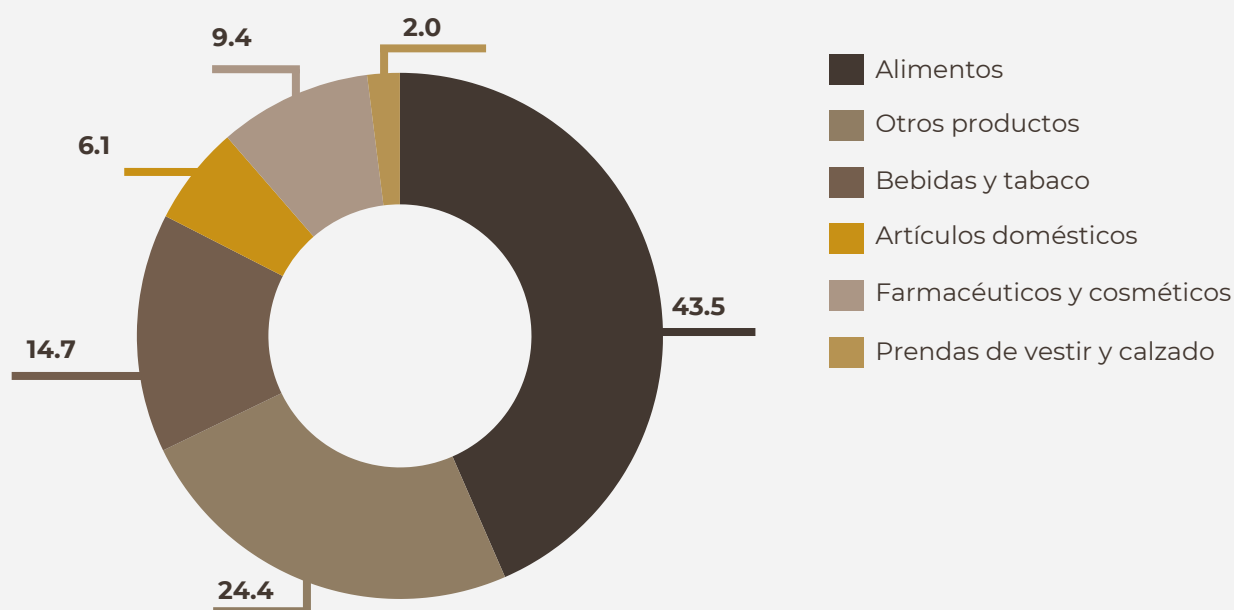


Las líneas de alimentos y bebidas concentraron el 58.2% del valor total de ventas facturadas por los supermercados e hipermercados; mientras que, el restante (41.8%) correspondió a productos de artículos de uso doméstico, farmacia y cosméticos, prendas de vestir y calzado, y otros productos.

Las principales empresas del giro 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/} Abril 2025

(Porcentaje %)



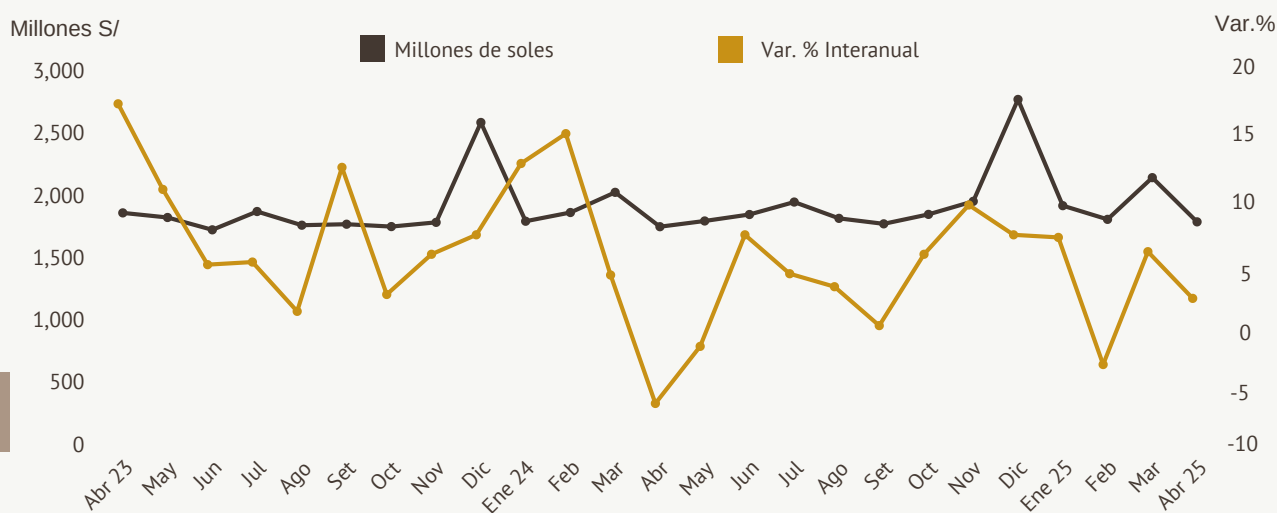
Nota: 1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos.
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

En cuanto a la evolución de las ventas de esta actividad, entre enero y abril de 2025 registró un crecimiento de 3.0%, con respecto a similar periodo del año anterior.

Ello principalmente por las mayores ventas en alimentos (+3.1%), Bebidas y tabacos (+3.9%), Otros productos (+9.9%).

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

Abril 2023 a Abril 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

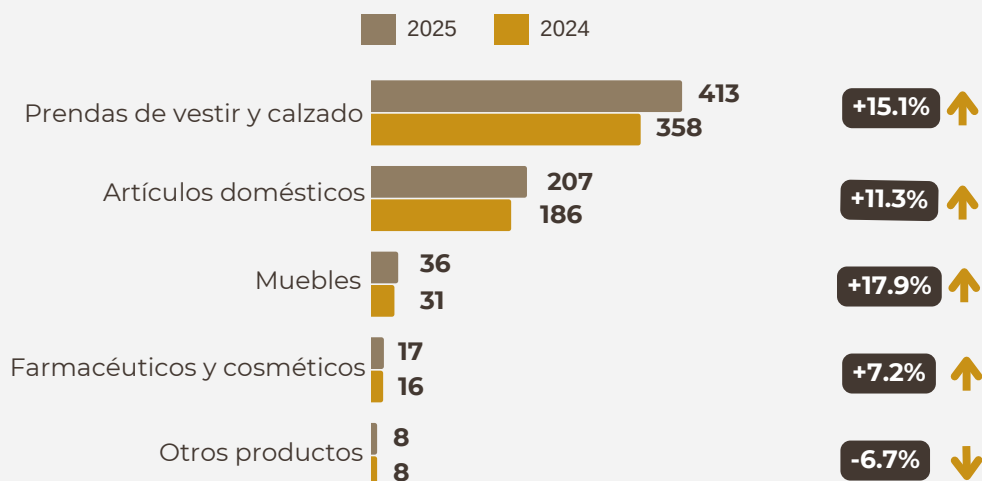
En abril de 2025, las ventas en las tiendas por departamento alcanzó un aumento de 13.6% en comparación al mismo mes del año anterior. Este importante crecimiento se atribuye al desempeño positivo de la demanda interna (+2.5%) y a las intensas promociones y descuentos que impulsaron las compras.

Entre las categorías con mayor consumo interno demanda destacan las prendas de vestir y calzado (+15.1%), artículos de uso doméstico (+11.3%), muebles (+17.9%), farmacéuticos y cosméticos (+7.2%).



Ventas por líneas de productos, Abril 2024 y 2025

(Millones de soles y Var. % interanual)



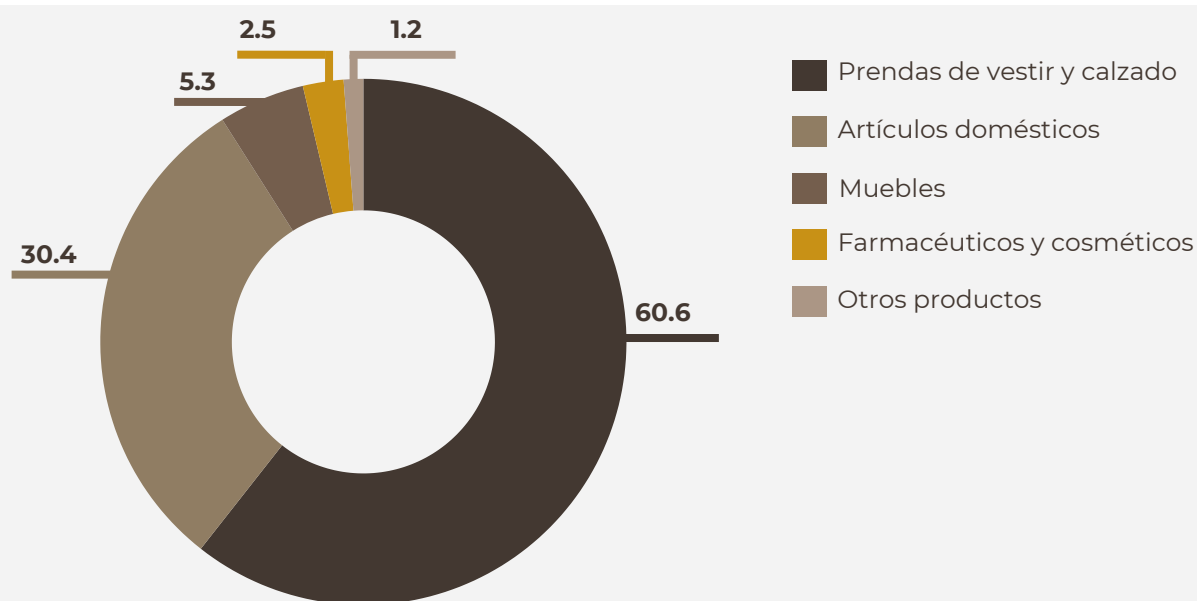
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

Las ventas de prendas de vestir y calzado, y artículos de uso doméstico representaron en conjunto el 91.0% del valor total facturado por las tiendas por departamento. En menor medida, les siguieron las ventas de muebles, productos farmacéuticos y otros productos.

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/} Abril 2025

(Porcentaje %)



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

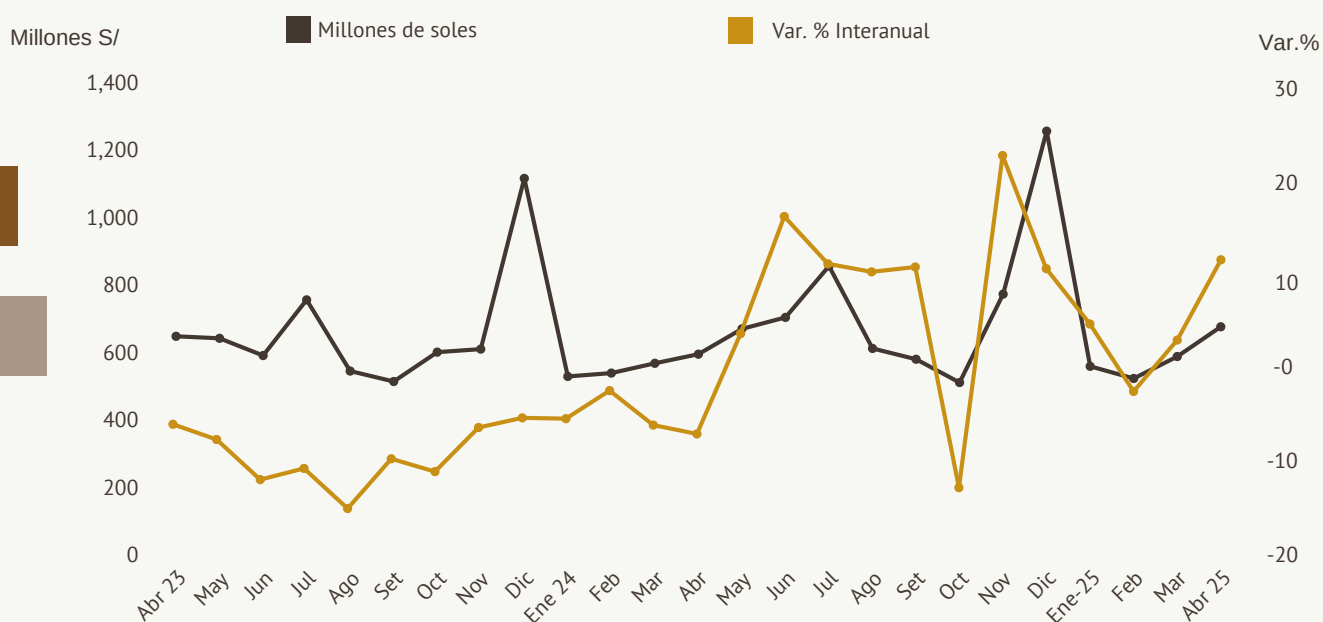


Esta actividad en el periodo de enero a abril de 2025, registró un crecimiento de 5.2% con respecto a similar periodo del 2024, debido a un aumento en la demanda de los productos

en las líneas de muebles (+8.6%), farmacéuticos y cosméticos (+5.9%) y prendas de vestir y calzado (+5.6%).

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

Abril 2023 a Abril 2025

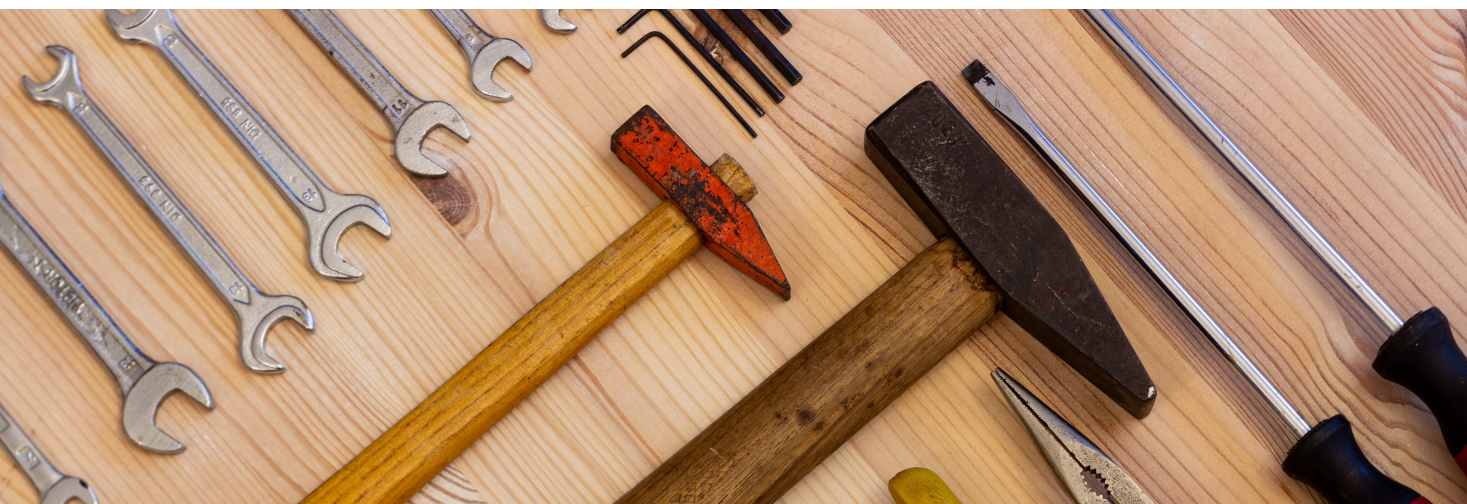


Nota: 1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos.
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

Ventas de productos de ferreterías y acabados

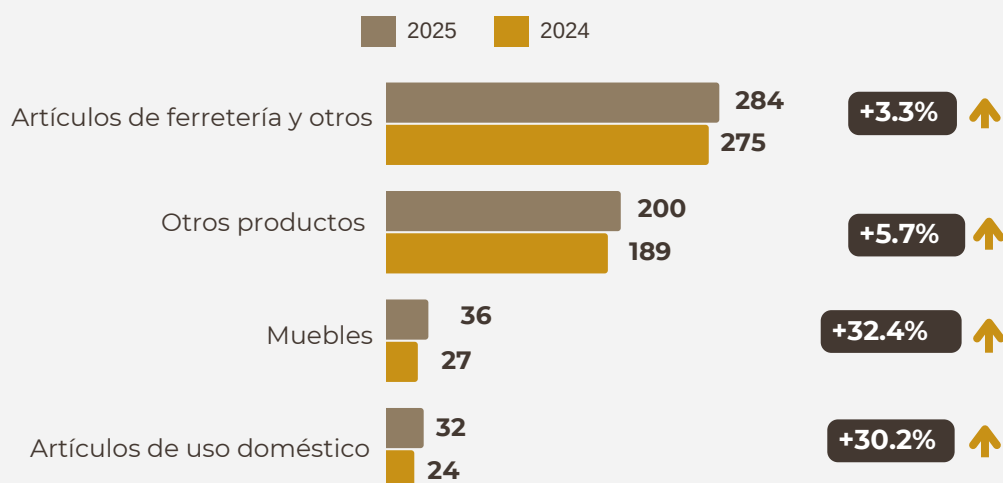
En abril de 2025, las ventas de productos de ferreterías y acabados aumentaron en +7.0%. Este resultado se explica por un incremento en las ventas de muebles (+32.4%) y artículos de uso doméstico (+30.2%), que aún continúan siendo impulsados por el diavance de las inversiones en ejecución de obras públicas y privadas.

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, Abril 2024 y 2025

(Millones de soles y Var. % interanual)



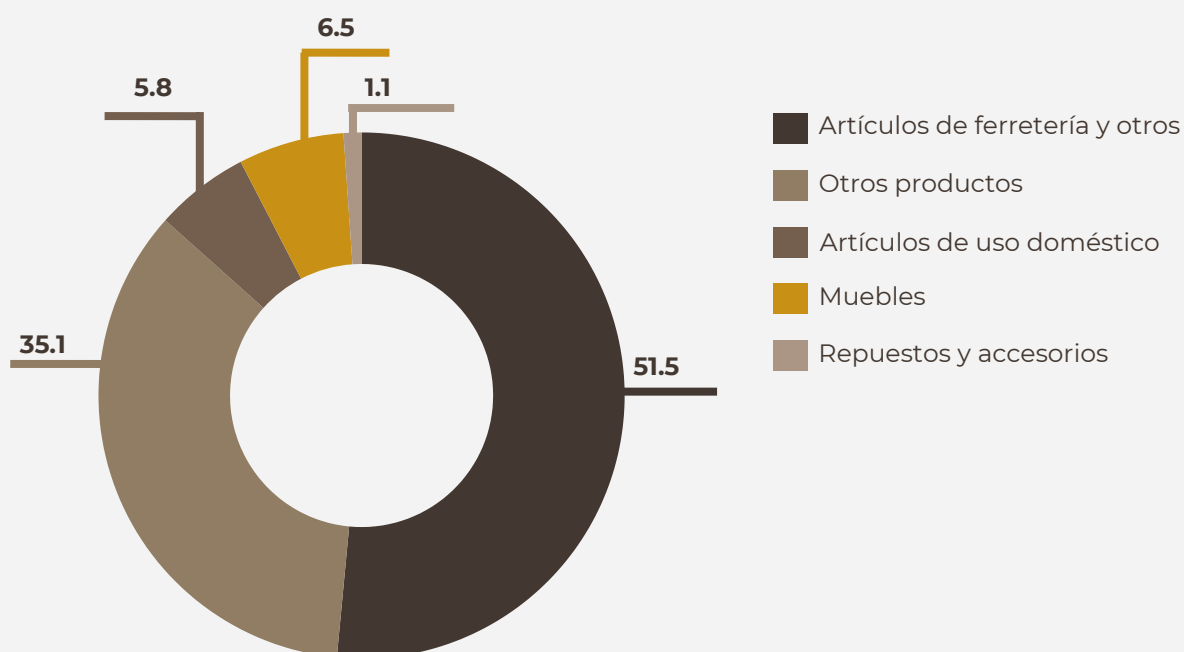
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

La línea de artículos de ferreterías y productos diversos registró una mayor participación en las ventas de esta actividad (86.6%), seguida por la

línea de artículos de uso doméstico y muebles (12.3%) y repuestos y accesorios (1.1%).

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

(Porcentaje %)



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

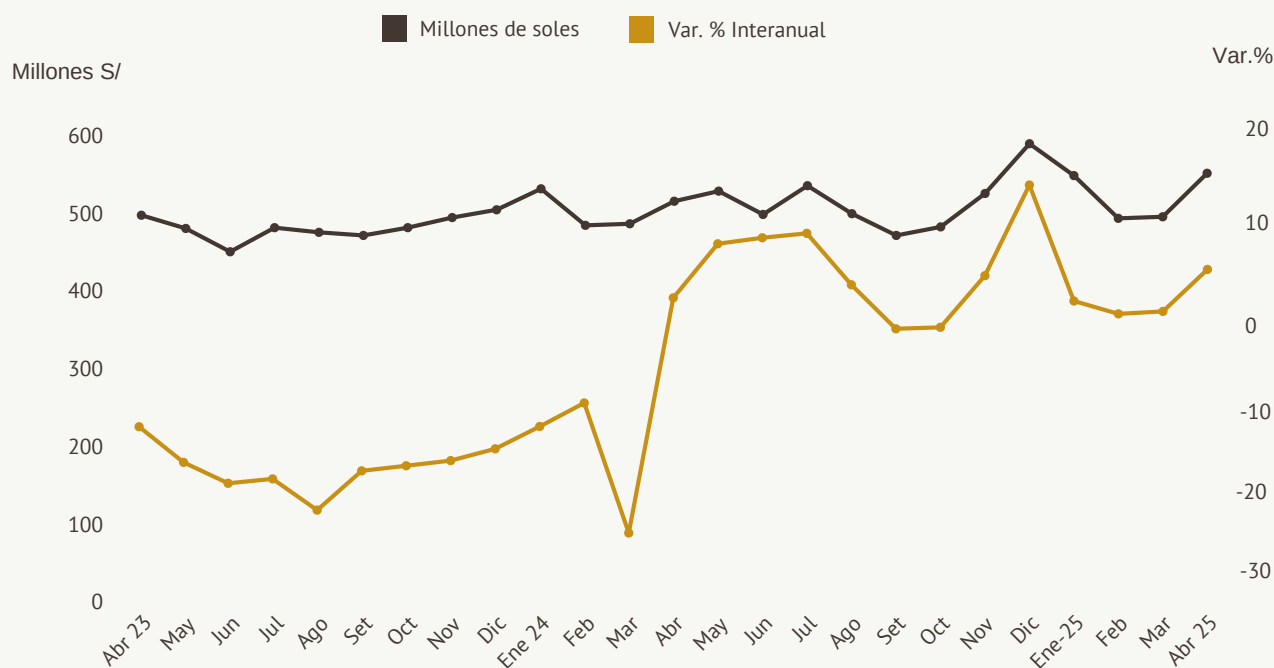


En el periodo de enero a abril de 2025, las ventas internas en ferreterías y acabados del hogar crecieron en 3.5% con relación a similar periodo del

2024, debido al desempeño positivo de las líneas de artículos de ferretería (+2.3%), artículos de uso doméstico (+8.2%) y muebles (+32.1%).

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

Abril 2023 a Abril 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 abril de 2025, las ventas de equipamiento para el hogar, se incrementó en 4.3% interanual, impulsada por el aumento en las compras de productos de las líneas marrón, blanca, equipos electrónicos. Este aumento en las ventas también se vio favorecido por las actuales tendencias de consumo, donde los clientes priorizan la funcionalidad y el diseño al

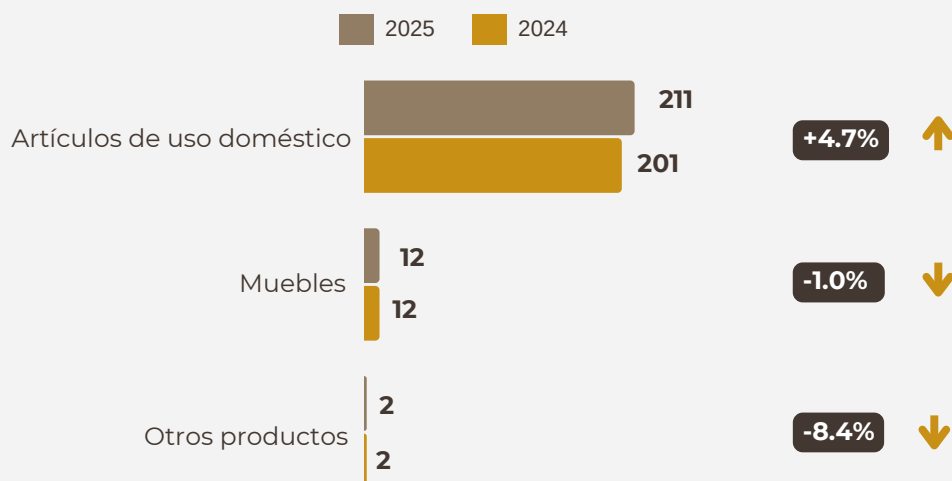
momento de adquirir estos artículos.

Entre los principales productos que incrementaron sus ventas tenemos artículos de uso doméstico (+4.7%), mientras que los otros productos registraron resultados negativos, muebles (-8.4%) y otros productos diversos (-1.0%)



Ventas por líneas de productos, Abril 2024 y 2025

(Millones de soles y Var. % interanual)



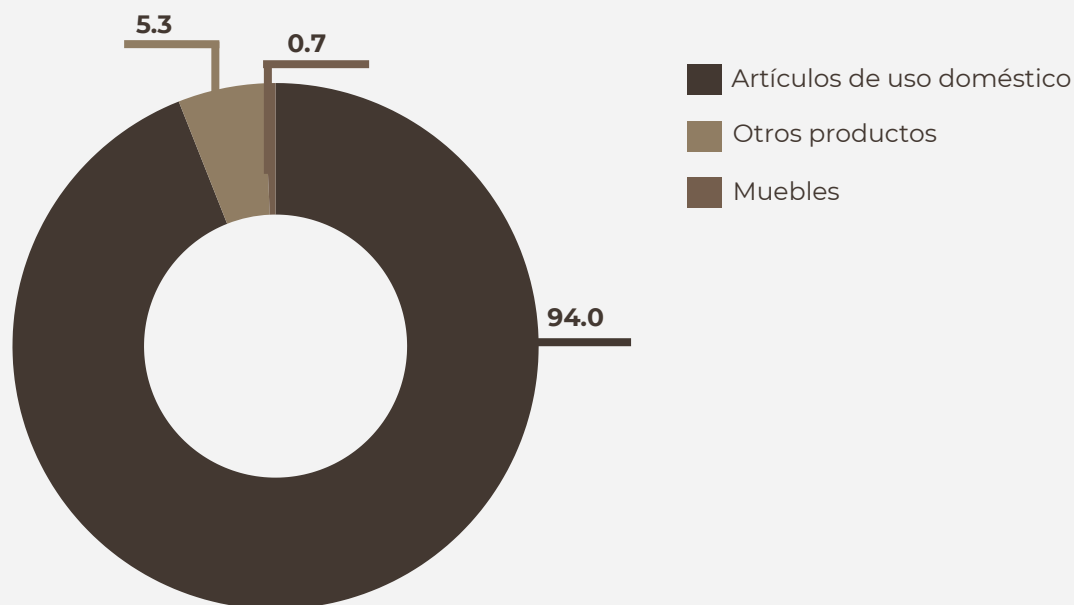
Fuente: INEI, Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

Las ventas de la línea de artículos de uso doméstico tuvieron una mayor participación (94.0%) en las ventas de la actividad de equipamiento del hogar. Mientras que, la línea de muebles y productos diversos registraron un aporte de 6.0%.

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, Abril 2025

(Porcentaje %)



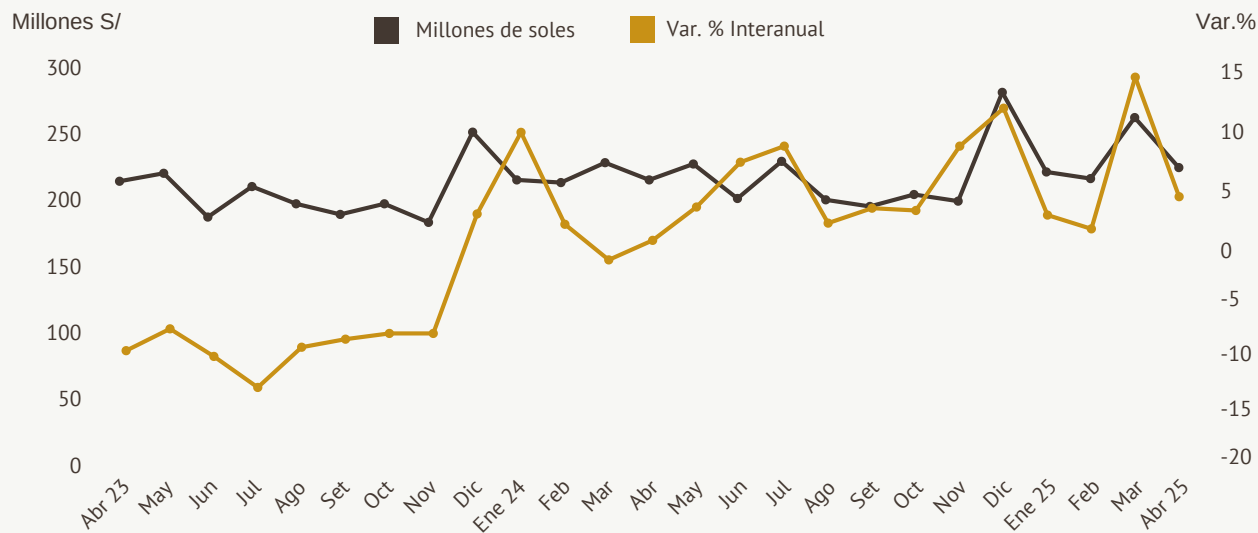
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE



En el periodo de enero a abril de 2025 respecto al mismo periodo del 2024, las ventas de equipamiento del hogar registró un aumento de 5.9%

con respecto al mismo periodo del 2024. Ello debido principalmente al crecimiento de la línea de artículos y equipos domésticos (+11.0%).

Evolución y variación % de las ventas internas de equipamiento del hogar Abril 2023 a Abril 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 abril de 2025, las ventas de productos farmacéuticos y de cuidado personal registraron un incremento de 4.5%, impulsado principalmente por el mayor dinamismo en la comercialización de

de productos farmacéuticos y medicinales (+3.8%), especialmente a través de canales modernos. Asimismo, se aprecia un moderado aumento en la venta de productos de cuidado personal (+7.0%).



Ventas por líneas de productos, Abril 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

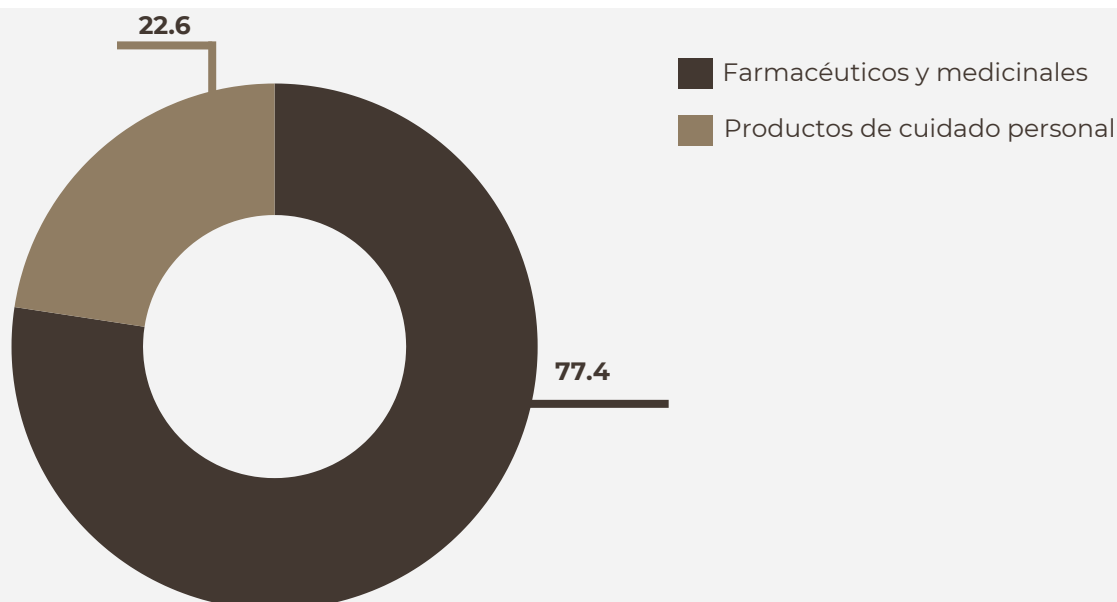


En cuanto a la participación de las líneas de productos de esta actividad, se observa que, en abril del 2025, las ventas de productos farmacéuticos y medicinales concentraron el 77.4% del total de las ventas, mientras que las ventas de productos de cuidado personal representaron el 22.6%.

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, Abril 2025

(Porcentaje %)



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

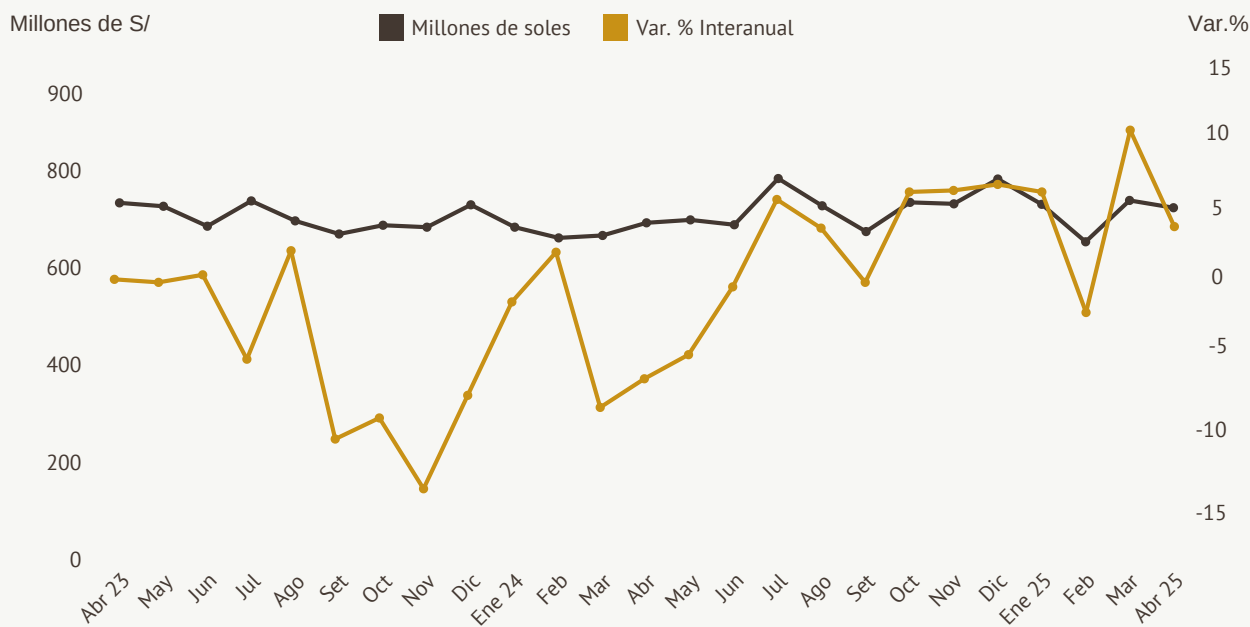


Las ventas de productos farmacéuticos y de cuidado personal en el periodo de enero a abril de 2025, mostró un crecimiento de 5.2% respecto al mismo periodo del año

anterior, sustentando por el crecimiento de la línea de farmacéuticos (+3.7%) y de cuidado personal (+10.9%).

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

Abril 2023 a Abril 2025



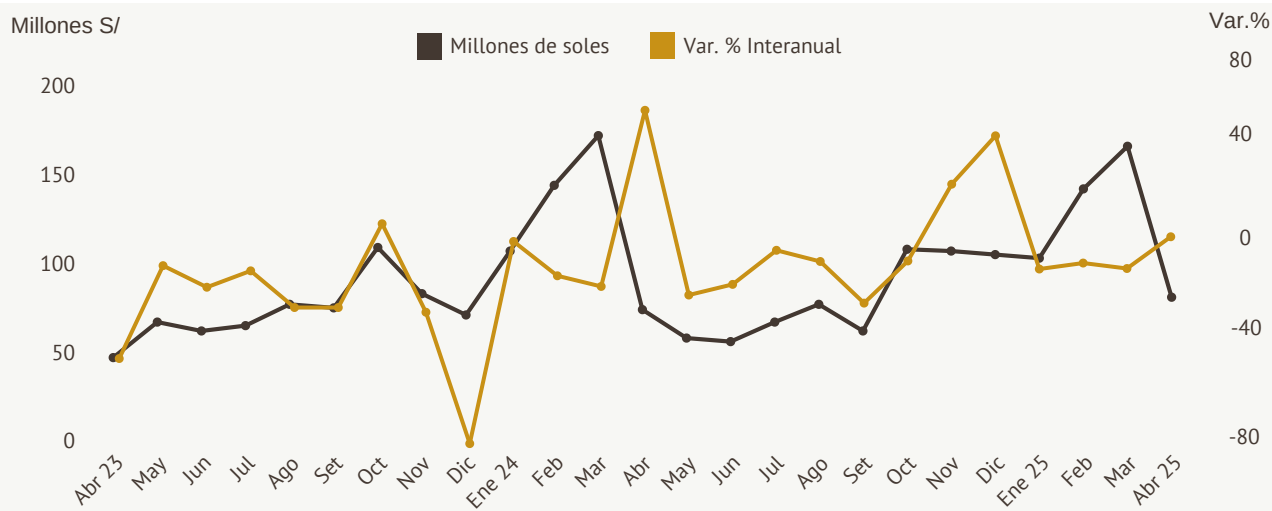
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

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

En abril de 2025, las ventas de libros, periódicos y artículos de papelería, registró un incremento de +8.7% en comparación con el mismo mes del año anterior. Debido principalmente al aumento en la venta de papelería y útiles escolares (+21.8%), impulsada por la apertura de nuevos puntos de venta.

Entre las principales empresas que destacan en las ventas de esta actividad se encuentran la Distribuidora Navarrete, Ibero Librerías, Librerías Crisol y Tai Loy.

Evolución y variación % de las ventas internas de libros, periódicos y artículos de papelería: Abril 2023 a Abril 2025



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 abril de 2025, las ventas de libros, periódicos y artículos de papelería registraron una ligera disminución del 1.1% en comparación con el mismo periodo de 2024. Esta variación se debió principalmente a una caída del 41.0% en la categoría de productos diversos, afectada por la menor demanda de artículos informáticos y juguetes.

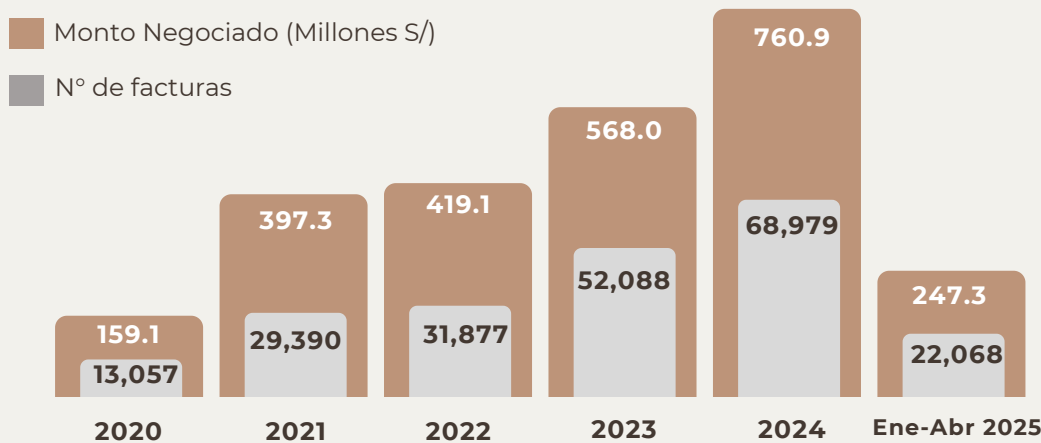
No obstante, la caída fue contrarrestada en parte por un aumento del 2.2% en las ventas de la línea de librerías, favorecido tanto por el crecimiento en la demanda de artículos de oficina como por las campañas de promoción de la lectura, especialmente a través de ferias del libro.

Desempeño del Factoring en el Comercio Interno a abril 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-abril de 2025, las empresas del sector de comercio interno realizaron operaciones de factoring por un monto de S/ 247.3 millones, correspondiente a 22,068 facturas, lo que representó un incremento interanual de 15.0% y 13.6%, 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)

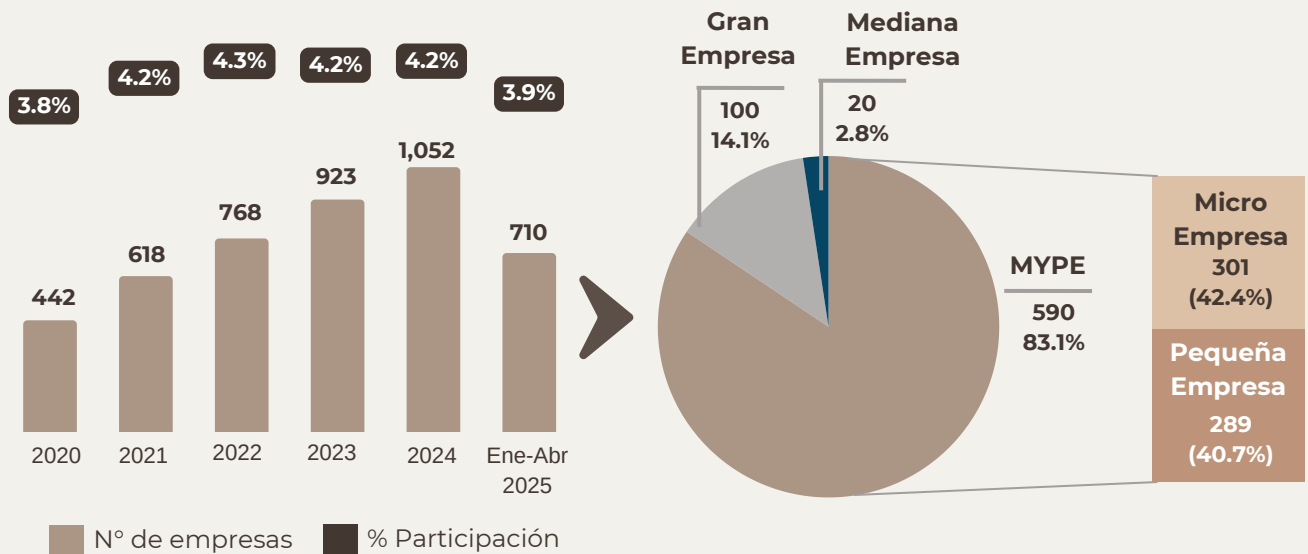


Nota: (*) El 2025 corresponde al periodo acumulado de enero a abril.
1/ Se considera Comercio interno a las empresas que se encuentran agregadas a las actividades de las clases CIIU 4711, 4719, 4752, 4759, 4772 y 4761 de revisión 4
Fuente: Registro Central de Valores y Liquidaciones (CAVALI)
Elaboración: 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 periodo de enero a abril de 2025, la cantidad de empresas que realizaron factoring ascendió a un total de 710, lo que representó el 3.9% de las empresas dedicadas al comercio interno.

Gráfico 2: Empresas en el Comercio Interno con financiamiento vía facturas negociables por tamaño, Ene-Abr (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 a abril de 2025, el 83.1% (590) del total de empresas del comercio interno que realizaron operaciones de factoring fueron MYPE, seguido por la gran empresa con el 14.1% (100 firmas) y de la mediana empresa con el 2.8% (20 firmas). En tanto, en términos de valor, las MYPE concentraron el 37.6% (S/ 93.0 millones) del monto total movilizado por el comercio interno en factoring en este periodo, mientras que, la mediana y gran empresa participó con el 62.4% (S/ 154.1 millones).

Por actividad económica en el comercio interno, se observa que, entre enero y abril 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/ 105 millones, representando el 42.3% del monto total negociado por el sector, con un total de 7,517 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 1,057 facturas negociables, cuyo valor ascendió a S/ 4.0 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 - Abr 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.	17	4	1,057
Productos farmacéuticos y médicos, cosméticos, de tocador en almacenes especializados.	82	42	4,545
Libros, periódicos y artículos de papelería en comercios especializados	278	105	7,517
Artículos de ferretería, pinturas y productos de vidrio en comercios especializados	177	57	5,282
Aparatos eléctricos de uso doméstico, muebles, para el hogar en almacenes especializados.	37	15	537
Otras actividades de venta al por menor en comercios no especializados	119	25	3,130
Total Comercio Interno	710	247	22,068

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/. 247.3 millones) negociado mediante factoring en el sector comercio interno, alcanzando S/ 210 millones a abril de 2025. Otras regiones con alta participación fueron Ica, Callao, Arequipa,

La Libertad y Piura que en conjunto representaron el 11% del monto total. En contraste, regiones como Moquegua, Puno, Cajamarca, San Martín y Amazonas tuvieron una menor participación.

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

Región	Monto negociado (Mills. de S/)	N° de facturas	N° de Empresas
Lima	209.9	5,863	549
Ica	8.6	70	12
Callao	6.8	220	24
Arequipa	5.4	85	21
La Libertad	3.5	219	28
Piura	2.9	129	20
Lambayeque	2.7	53	16
Áncash	1.7	49	16
Loreto	1.4	2	3
Tumbes	1.1	2	2
Huánuco	1.1	0	2
Ucayali	1.0	12	4
Junín	0.4	11	5
Pasco	0.2	5	1
Tacna	0.2	4	2
Moquegua	0.1	6	1
Puno	0.1	1	1
Cajamarca	0.1	7	1
San Martín	0.01	0	1
Amazonas*	0.0	0	1

Nota: (*) En el caso de la región Amazonas, 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 abril de 2025, el personal ocupado en el sector de comercio interno registró un ligero incremento interanual de 2.4%. Debido al aumento en las contrataciones en actividades como supermercados e hipermercados (+4.3%), tiendas por departamento (+5.1%), farmacias y boticas (+2.1%). Sin embargo, este desempeño positivo fue atenuado por una reducción en la contratación del personal en ferreterías y acabados (-4.7%), comercio de libros, periódicos y artículos de papelería (-4.3%) y equipamiento del hogar (-0.6%).

Por tipo de empleo, se aprecia una disminución en las contrataciones del personal eventual (-26.3% interanual), mientras que, la contratación del personal permanente aumentó en 11.7%.

Según el tipo de género, el sector de comercio interno registró un aumento en la contratación del personal masculino en 4.0%, así como del personal femenino se incrementó en 1.1%.

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

CIIU ^a	Actividad	Total		Tipo de empleo			
				Permanentes	Eventuales	Varones	Mujeres
	Var.% ¹ (Abril 25/Abril 24)	2.4		11.7	-26.3	4.0	1.1
	Abril 2025	113,204	Var.%¹	93,228	19,976	49,843	63,361
4711	Supermercados e hipermercados	50,668	4.3	40,343	10,325	25,590	25,078
4719	Tiendas por departamentos ²	18,079	5.1	12,990	5,089	7,569	10,510
4752	Ferreterías y acabados del hogar	14,296	-4.7	14,215	81	8,647	5,649
4759	Equipamiento del hogar	4,931	-0.6	4,094	837	2,848	2,083
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	1,774	-4.3	1,170	604	1,255	519
4772	Farmacias y boticas	23,456	2.1	20,416	3,040	3,934	19,522

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 abril de 2025, el número de locales del sector comercio interno ascendió a 6,488 establecimientos, cifra mayor en 732 locales, en comparación a abril del 2024. La principal actividad que incidió en dicho aumento fueron los supermercados e hipermercados (509 locales más), seguido de las farmacias

y de cuidado personal (143 locales más), equipamiento del hogar (+77 locales más) y libros periódicos y artículos de papelería (7 local más). Sin embargo, se observa una disminución en los locales de las tiendas por departamento (4 locales menos).

Número de tiendas según clase CIIU (Abril 2025)

CIIU ^a	Actividad	Abr-24	Abr-25	Var.% (Abr 25/24)
4711	Supermercados e hipermercados	2,211	2,720	23.0
4719	Tiendas por departamentos	201	197	-2.0
4752	Ferreterías y acabados del hogar	153	153	0.0
4759	Equipamiento del hogar	299	376	25.8
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	154	161	4.5
4772	Farmacias y cuidado personal	2,738	2,881	5.2
	Total	5,756	6,488	12.7

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

