



PERÚ

Ministerio  
de la Producción

PRODUCE  
produce.gob.pe



# Reporte Coyuntural

## Comercio Interno

### Resultados de las Ventas de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

**Enero 2025**

---

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

Lima, Marzo 2025



**PRODUCE**  
Ministerio de la Producción

## ▪ En Enero de 2025

- ✓ Las ventas del comercio interno experimentaron un importante crecimiento de 5.5% con relación a enero de 2024, acumulando nueve meses consecutivos de resultado positivos. Este desempeño fue impulsado principalmente por la recuperación de la demanda interna (+5.9%), en particular, por el consumo privado.
- ✓ Al analizar los distintos rubros, se destacan principalmente los siguientes puntos: se observó un aumento en las ventas de las **supermercados e hipermercados (+6.9%)**, **tiendas por departamento (+5.5%)**, **equipamiento del hogar (+5.7%)**, **ferreterías y acabados (+2.5%)** y **farmacias y boticas (+5.4%)**.
- ✓ A continuación, se presentan a detalle el desempeño de cada rubro:
  - ❑ **Supermercados e hipermercados** (47.2% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad registraron un **incremento de 6.9%**, debido principalmente a un aumento en la demanda de alimentos (+8.1%), bebidas y tabaco (+4.8%) y artículos de uso doméstico (+9.3%).
  - ❑ **Tiendas por departamento** (13.8% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad **aumentaron en 5.5%**, impulsado por el aumento en la demanda de prendas de vestir y calzado (+7.2%), muebles (+10.6%) y artículos de uso doméstico (+3.2%).
  - ❑ **Ferreterías y acabados** (13.3% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad **aumentaron en 2.5%**, explicado principalmente por las mayores ventas de muebles (+33.8%) y artículos de ferretería (+5.4%).
  - ❑ **Equipamiento del hogar** (5.6% de las ventas internas): Esta actividad **registró un aumento de 5.7% en las ventas**. A nivel de líneas de productos, destacaron las mayores ventas de muebles (+33.6%), artículos de productos diversos (+23.6%) y artículos de uso doméstico (+4.4%).
  - ❑ **Farmacias y boticas** (17.6% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad **aumentaron en 5.4%**, impulsado por el incremento en la demanda de productos farmacéuticos y medicinales (+5.1) y de cuidado personal (+6.5%).
  - ❑ **Libros, periódicos y artículos de papelería** (2.5% de las ventas internas): Esta actividad experimentó una **disminución de 3.8%**, debido a una reducción en las ventas de productos de librería (-3.4%) y de productos diversos (-8.8%), como juguetes y productos tecnológicos.

- **Indicador de ventas del comercio interno**

La “Estadística Mensual de Comercio Interno” tiene como objetivo recopilar información básica mensual sobre la evolución de las ventas, el empleo y los inventarios de los Grandes almacenes, supermercados y tiendas especializadas a nivel nacional, cuya finalidad es reflejar la evolución del sector comercio interno del país, así como de las diferentes variables que la componen para apoyar la toma de decisiones.

- **Cobertura geográfica**

Nacional

- **Unidad de observación**

Establecimiento comercial

- **Tamaño de muestra**

Para 6 Clases CIIU (Clasificador Industrial Internacional Uniforme) en revisión 4 de código (4711, 4719, 4752, 4759, 4761, 4772) sobre las que se difunden los resultados coyunturales. La muestra efectiva del año Base 2012 es de 202 establecimientos comerciales y 16 Centros comerciales

- **Tipo de muestreo**

Muestreo No Probabilístico, por criterio. En cada actividad se seleccionó a cada establecimiento comercial con ventas anuales mayores o iguales a 3 millones de soles y que cuente con 50 trabajadores a más, de cualquier condición laboral.

- **Frecuencia**

La ejecución de la “Encuesta de Grandes Almacenes e Supermercados y Tiendas Especializadas” es realizada con periodicidad mensual y de carácter permanente.

# Panorama de las ventas del comercio interno



PERÚ

Ministerio de la Producción

## Enero 2025

(Variación porcentual interanual)



En enero de 2025, se evidenció un importante crecimiento en las **ventas del comercio interno (+5.5%)**, impulsadas por implementación de **campañas estratégicas orientadas a potenciar las ventas**, la realización de eventos promocionales y el constante auge de las compras en línea, una alternativa favorable para el consumidor.

En este mes casi todas las actividades presentaron un desempeño positivo en el comercio interno, tales como, **Tiendas por departamento (+5.5%)**, **Supermercados e hipermercados (+6.9%)**, **Equipamiento del hogar (+5.7%)**, **Ferreterías y acabados (+2.5%)** y **Farmacias y boticas (+5.4%)**.

# Las ventas de comercio interno **aumentaron en 5.5%**



PERÚ

Ministerio de la Producción

En enero de 2025, las ventas del comercio interno experimentaron un crecimiento del **5.5% interanual**, impulsadas por el aumento de las ventas en supermercados (+6.9%), tiendas por departamento (+5.5%), ferreterías y acabados (+2.5%), equipamiento del hogar (+5.7%) y farmacias y boticas (+5.4%). En contraste, atenuó este resultado la disminución registrada en las ventas de libros, periódicos y artículos de papelería (-3.8%).

## Cuadro Nº 1

### Desempeño de las ventas internas según Grupo y Clase CIU<sup>1/</sup>, enero 2025

(Millones de soles a precios corrientes)

CIU (a)	Actividad	Ene-24	Ene-25	Var % Ene (25/24)
	<b>Total</b>	<b>3,875</b>	<b>4,087</b>	<b>5.5</b>
4711	Supermercados e hipermercados	1,805.6	1,930.5	6.9 ↑
4719	Tiendas por departamentos <sup>1/</sup>	533.1	562.6	5.5 ↑
4752	Ferreterías y acabados	531.1	544.3	2.5 ↑
4759	Equipamiento del hogar	215.3	227.5	5.7 ↑
4772	Farmacias y boticas	682.5	719.3	5.4 ↑
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	107.2	103.1	-3.8 ↓

Nota: (a) Grupo CIU (tres dígitos), Clase CIU (Cuatro dígitos)

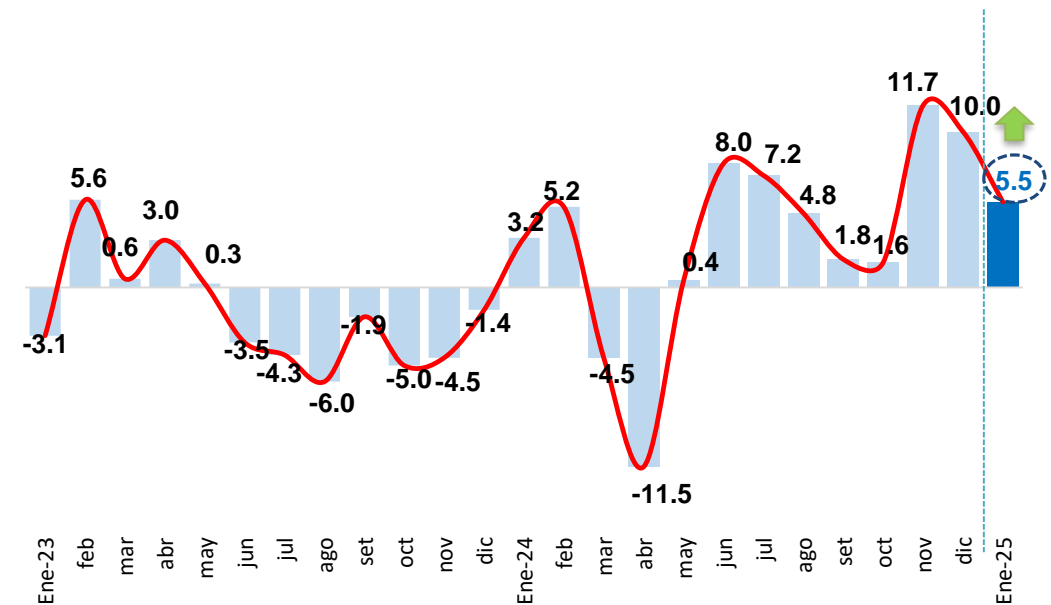
<sup>1/</sup> Las ventas internas corresponden al comercio interno de (Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas) y representan aprox. el 98.5% del total; se excluye las ventas al por menor de combustibles de la actividad CIU 4730.

<sup>2/</sup> Se refiere a tiendas de grandes dimensiones con variedad de productos.

## Gráfico Nº 1

### Evolución mensual de las ventas del comercio interno

(Variación porcentual interanual)



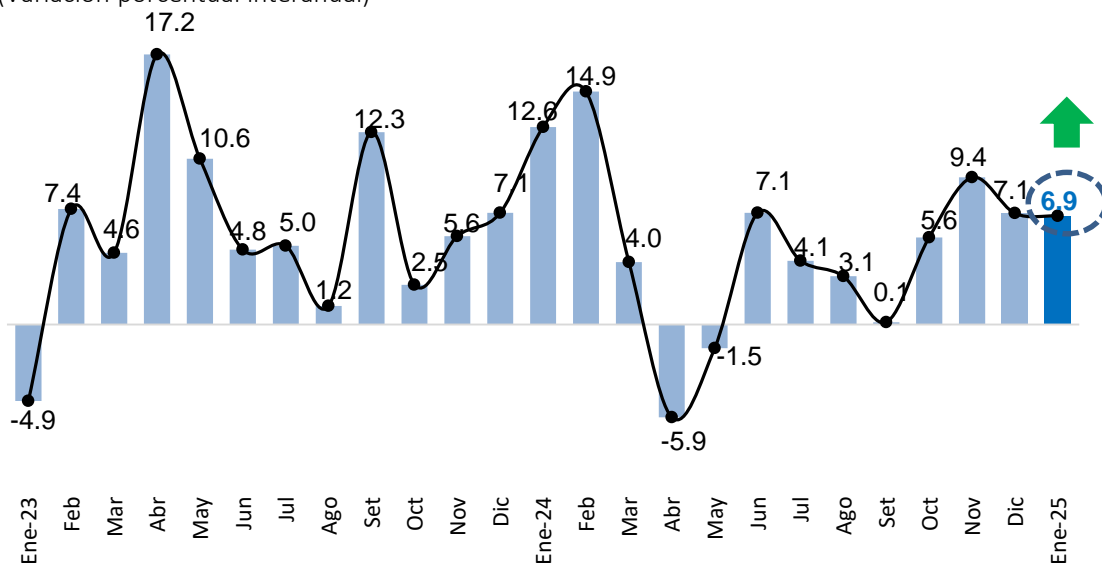
# Ventas de supermercados e hipermercados **aumentaron en 6.9%**

- Las ventas en **supermercados e hipermercados** registraron un aumento interanual del 6.9% en enero de 2025. Este crecimiento, se debe al aumento en las ventas de productos de la canasta básica familiar.
- Entre las **principales líneas de productos** que contribuyeron en el crecimiento de esta actividad tenemos a los alimentos (+8.1%), productos diversos (+6.1%), prendas de vestir y calzado (+5.3%), bebidas y tabaco (+4.8%), productos farmacéuticos y cosméticos (+5.0%) y artículos de uso doméstico (+9.3%).

## Gráfico N° 2

### Evolución de las ventas de supermercados e hipermercados

(Variación porcentual interanual)

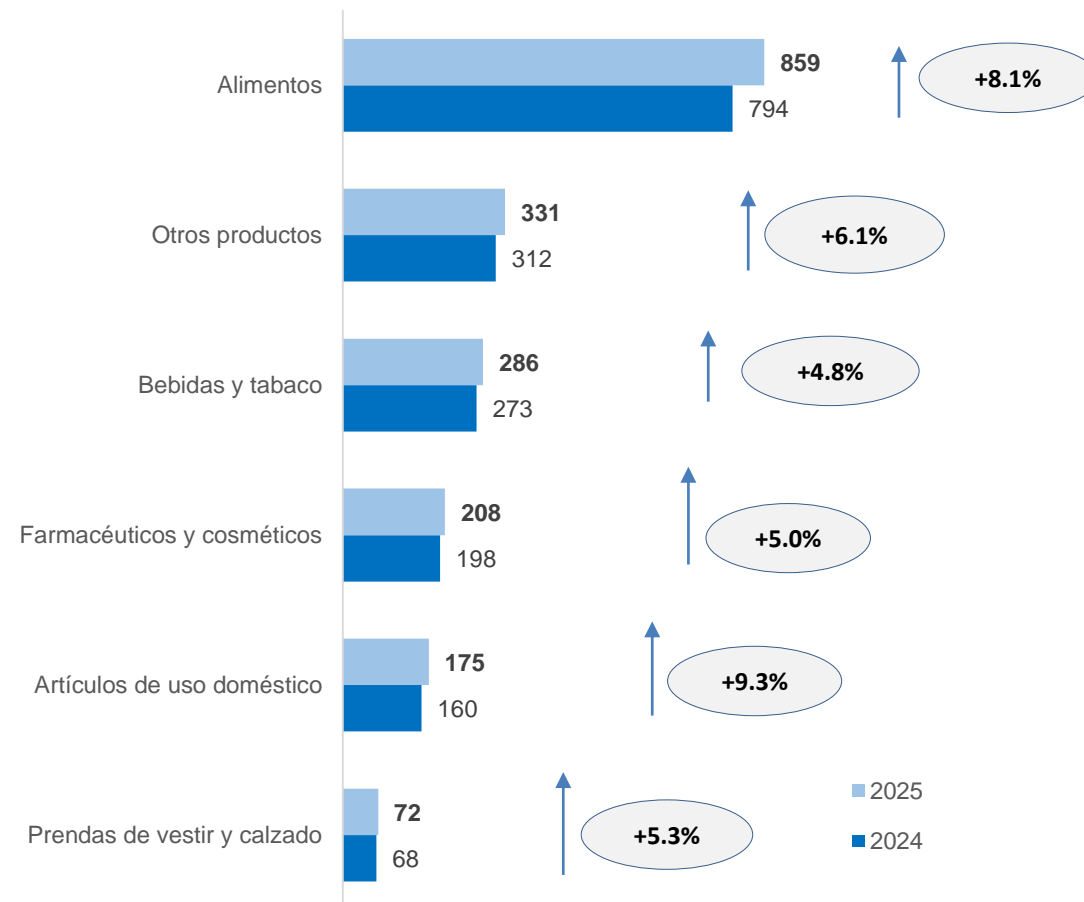


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

## Gráfico N° 3

### Ventas por líneas de productos, enero 2024 y enero 2025

(Millones de soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

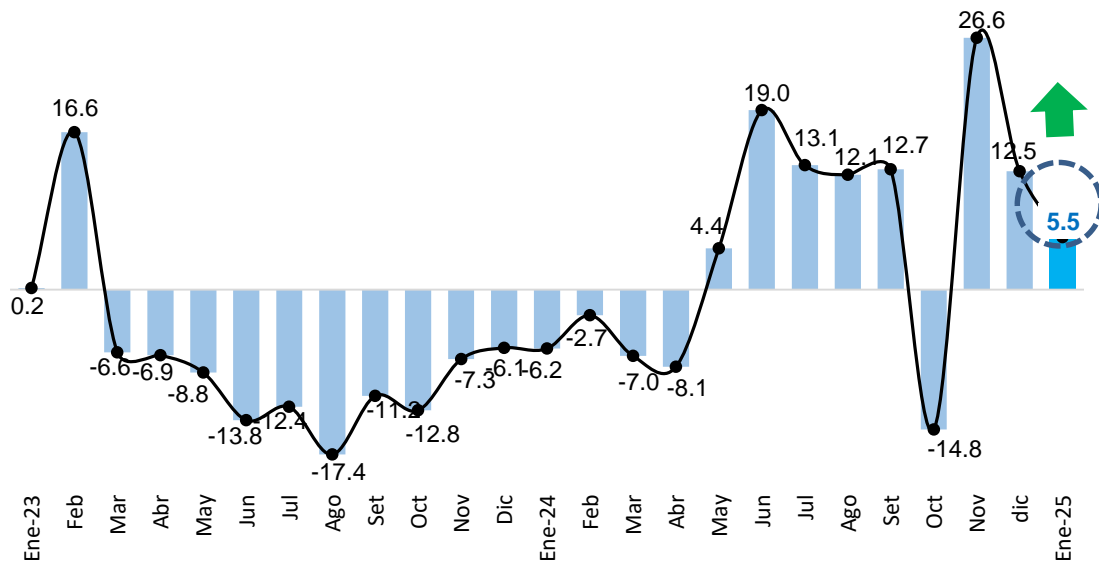
# Ventas de tiendas por departamento **aumentaron en 5.5%**

- Las ventas en las **tiendas por departamento** en enero de 2025 registraron un aumento interanual del 5.5%. Este crecimiento se atribuye a la recuperación de la demanda interna (+5.9%), además, de las intensas estrategias promocionales y descuentos que fomentaron un mayor volumen de compras.
- Entre las principales líneas de productos que aumentaron sus ventas en este mes destacaron: prendas de vestir y calzado (+7.2%), muebles (+10.6%), farmacéutico (+6.6%) y artículos de uso doméstico (+3.2%).

## Gráfico Nº 4

### Evolución de las ventas de tiendas por departamento

(Variación porcentual interanual)

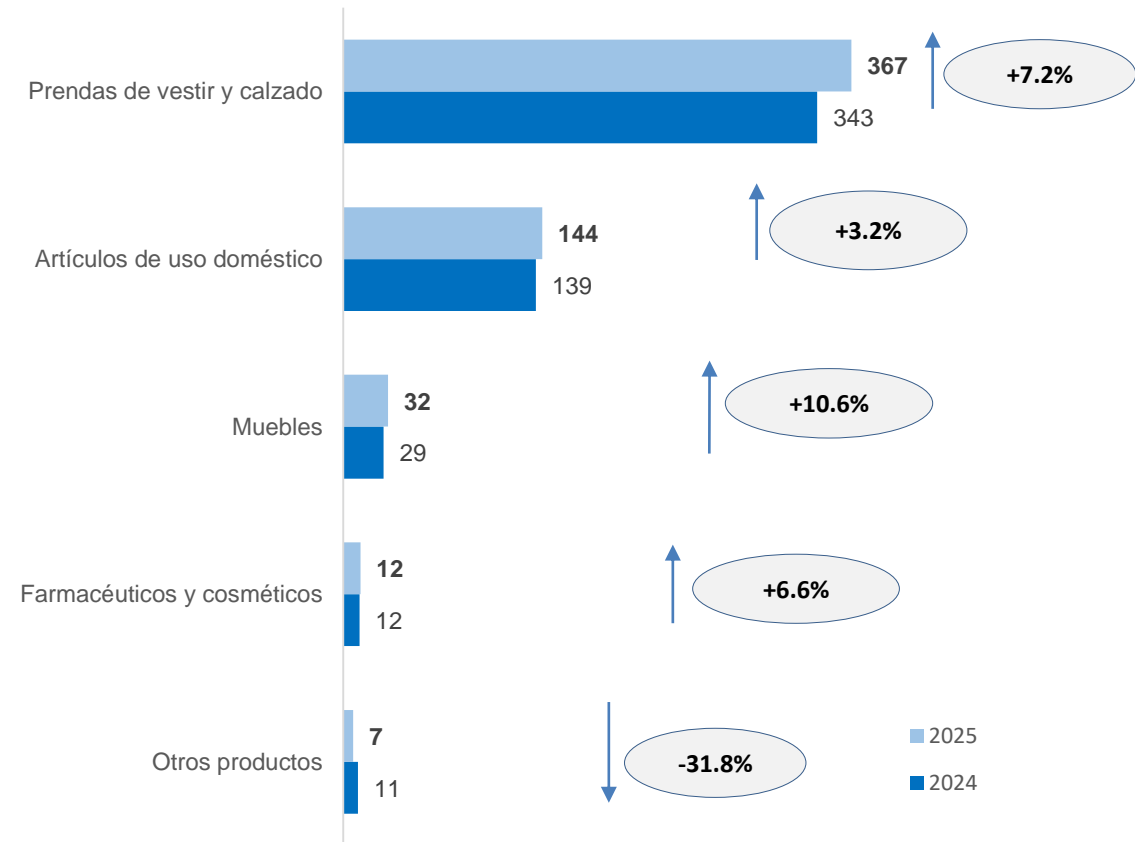


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

## Gráfico Nº 5

### Ventas por líneas de productos, enero 2024 y enero 2025

(Millones de soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

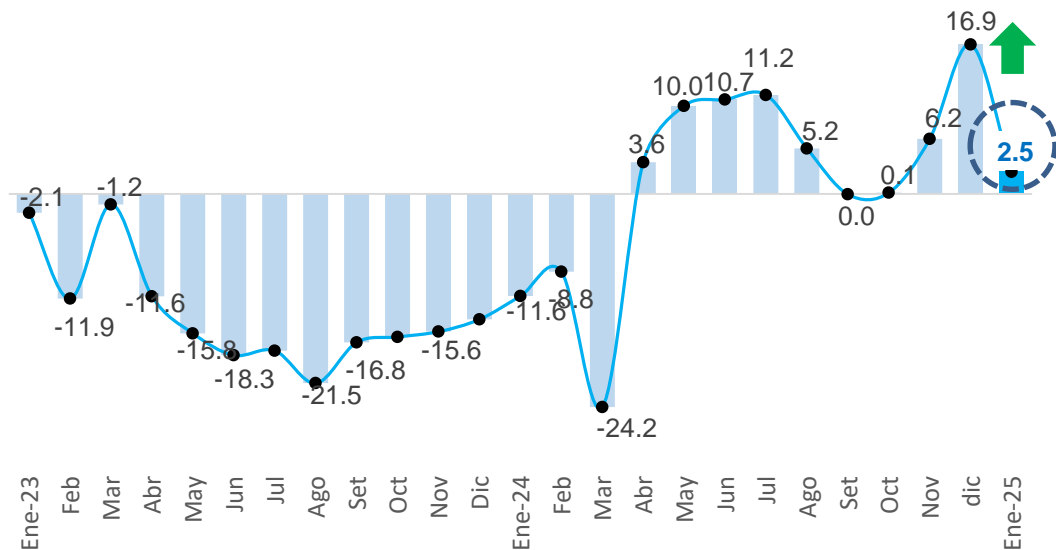
# Ferreterías y acabados **aumentaron sus ventas en 2.5%**

- En enero de 2025, las ventas de productos relacionados con la actividad de **ferreterías y acabados** aumentaron **2.5% interanual**, impulsadas por el avance de los proyectos públicos y privados, y de las obras de autoconstrucción.
- Los productos con mayor demanda fueron principalmente artículos de ferretería (+5.4%) y muebles (+33.8%).

## Gráfico N° 6

### Evolución de las ventas de ferreterías y acabados

(Variación porcentual interanual)

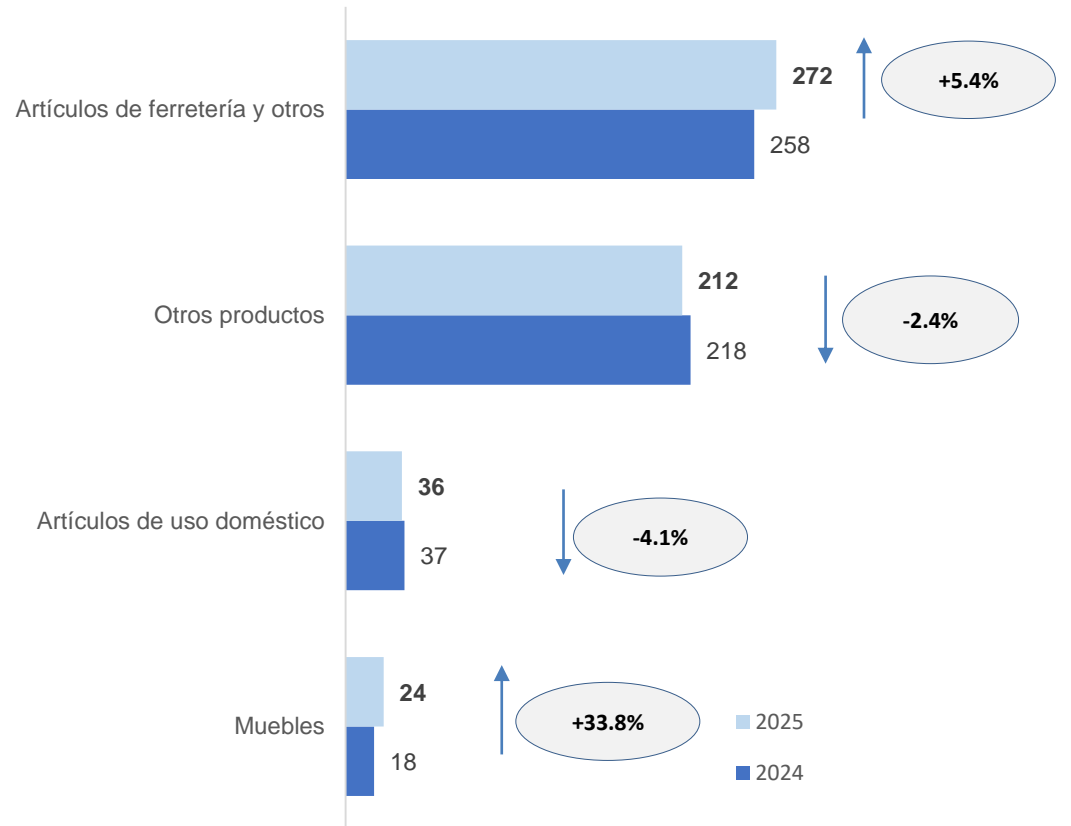


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

## Gráfico N° 7

### Ventas por líneas de productos, enero 2024 y enero 2025

(Millones de Soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)



# Equipamiento del hogar amentaron sus ventas en 5.7%

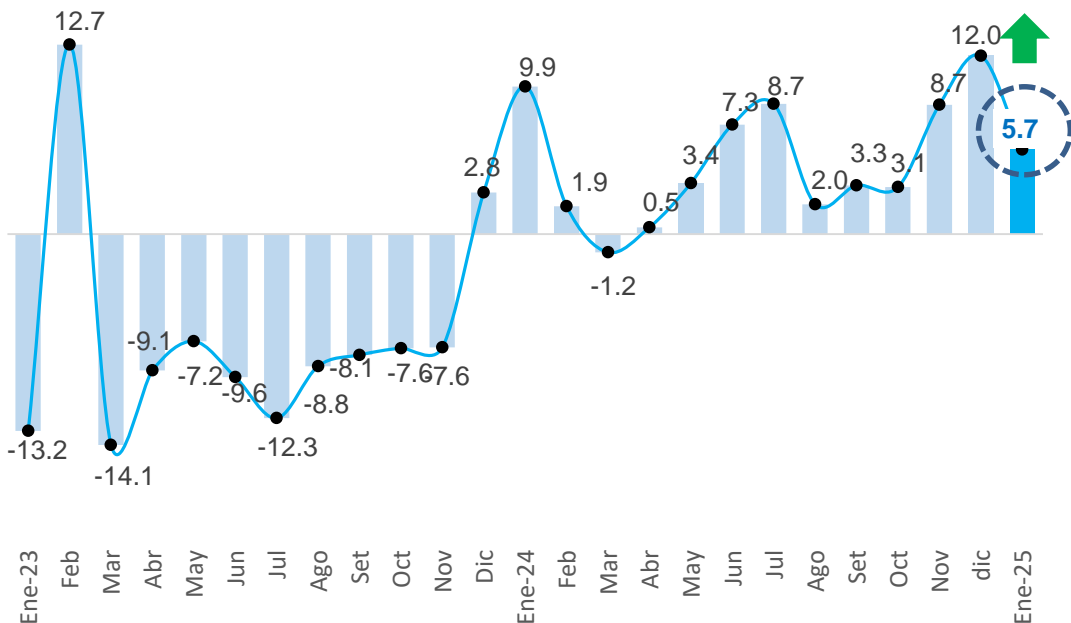


- En enero de 2025, se registró un incremento interanual de 5.7% en las ventas de productos relacionados con el **equipamiento del hogar**. Este crecimiento estuvo asociado al aumento en las ventas de **muebles** (+33.6%), ventas de **productos diversos** (+23.6%) y **artículos de uso doméstico** (+4.4%) como productos de línea blanca, marrón y equipos electrónicos.

## Gráfico Nº 8

### Evolución de las ventas de equipamiento del hogar

(Variación porcentual interanual)

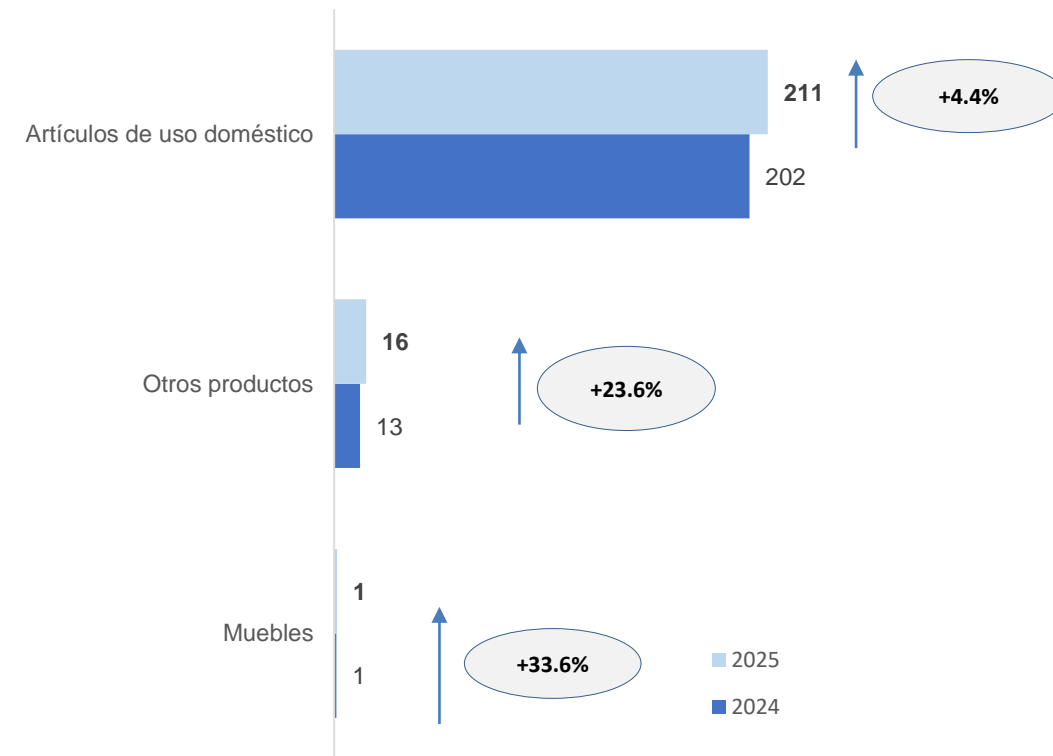


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

## Gráfico Nº 9

### Ventas por líneas de productos, enero 2024 y enero 2025

(Millones de Soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

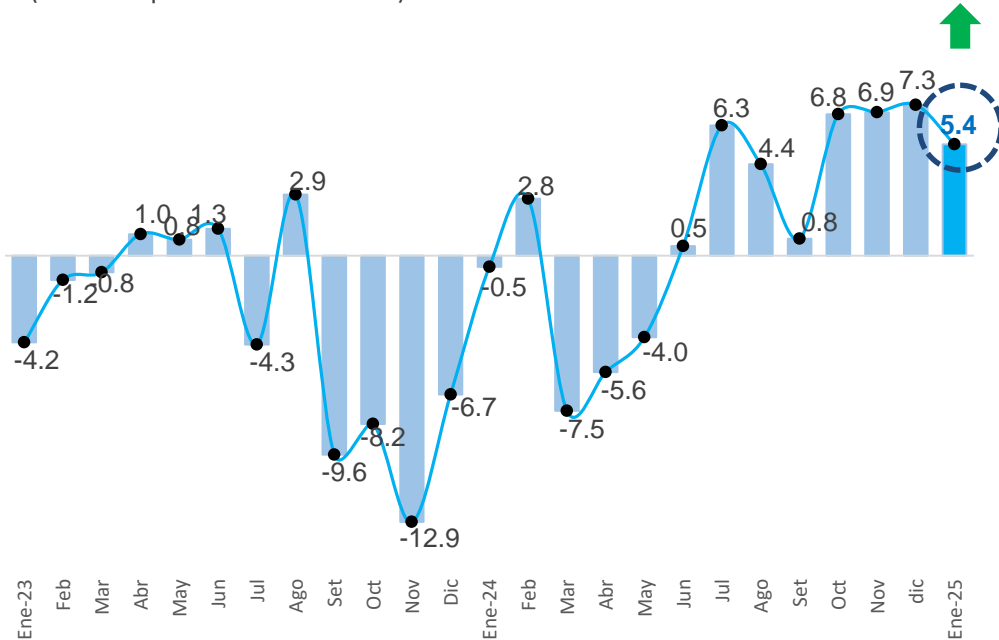
# Ventas de farmacias y boticas aumentaron en 5.4%

- En enero de 2025, las ventas de **farmacias y boticas** registraron un **crecimiento** de 5.4% interanual, impulsado por un aumento en las ventas de productos farmacéuticos y medicinales (+5.1%), la cual estuvo asociado al dinamismo de las ventas de canales modernos, destacando la eficiencia y alcance de estos puntos de distribución.
- Asimismo, se observa un aumento en la venta de productos de cuidado personal (+6.5%).

## Gráfico N° 10

### Evolución de las ventas de farmacias y boticas

(Variación porcentual interanual)

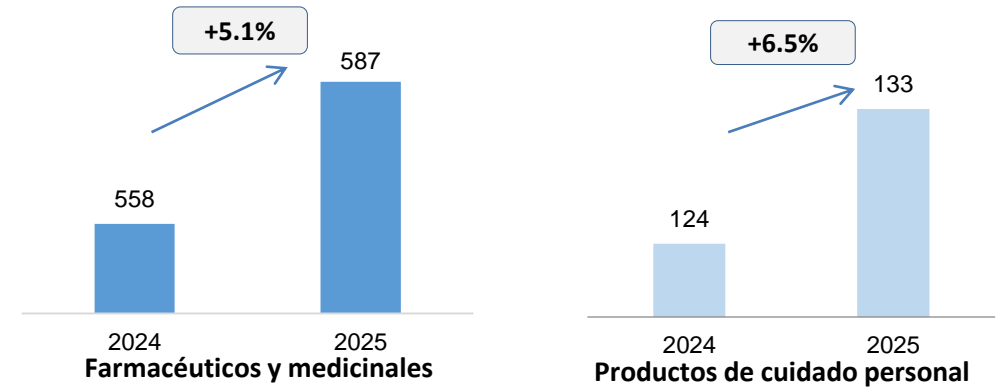


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

## Gráfico N° 11

### Ventas por líneas de productos, enero 2024 y enero 2025

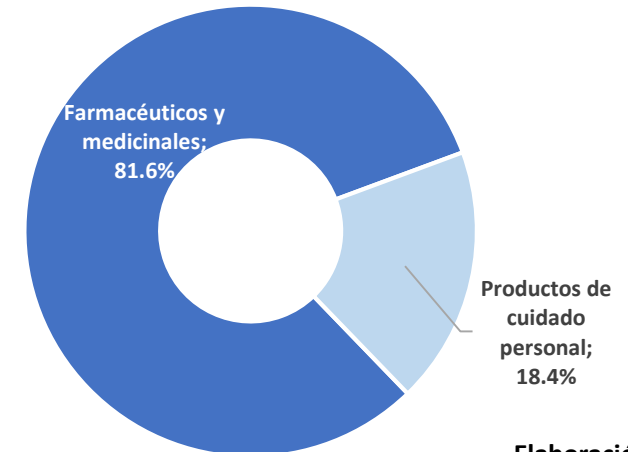
(Millones de Soles y Var.% interanual)



## Gráfico N° 12

### Participación de las ventas por líneas de productos, enero 2025

(Porcentaje)



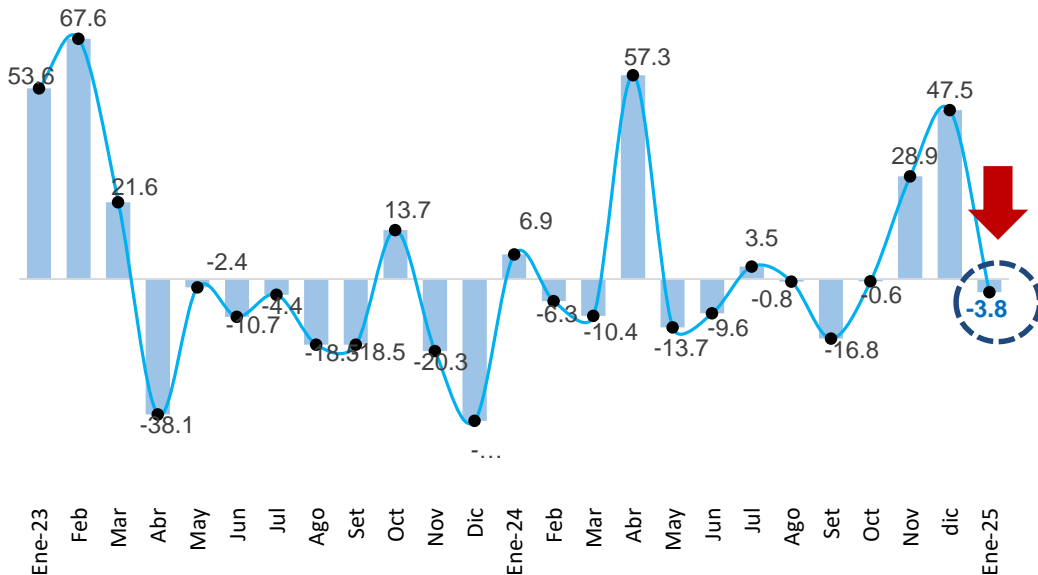
Elaboración: PRODUCE (OEE)

# Ventas de libros, periódicos y artículos de papelería **disminuyeron en 3.8%**

- Las ventas de la actividad de **libros, periódicos y artículos de papelería** registraron una **disminución interanual de 3.8%** durante enero de 2025. Este resultado se explica principalmente por una disminución en las ventas de papelería y útiles escolares (-3.4%) y de productos diversos (-8.8%), como regalos, juguetes, agendas, calendarios y almanaques.

## Gráfico N° 13

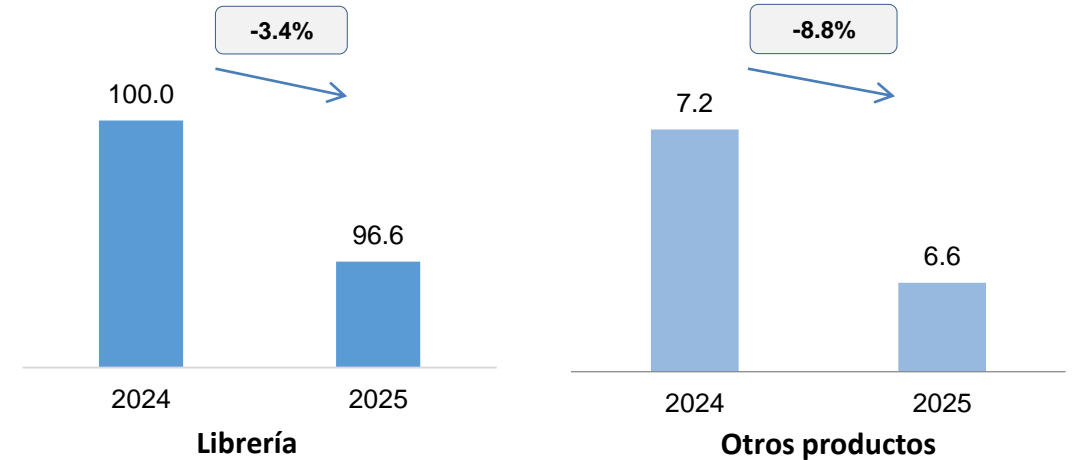
**Evolución de las ventas de libros, periódicos y artículos de papelería**  
(Variación porcentual interanual)



Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

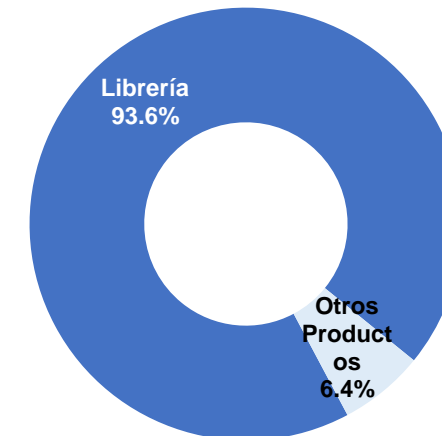
## Gráfico N° 14

**Ventas por líneas de productos, enero 2024 y enero 2025**  
(Millones de Soles y Var.% interanual)



## Gráfico N° 15

**Participación de las ventas por líneas de producto, enero 2025**  
(Porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

# Tiendas: Número de tiendas **aumentó en 11.7%**



PERÚ

Ministerio de la Producción

## Actividades

Número de aperturas (+) y cierres (-) de tiendas en enero 2025<sup>1/</sup>

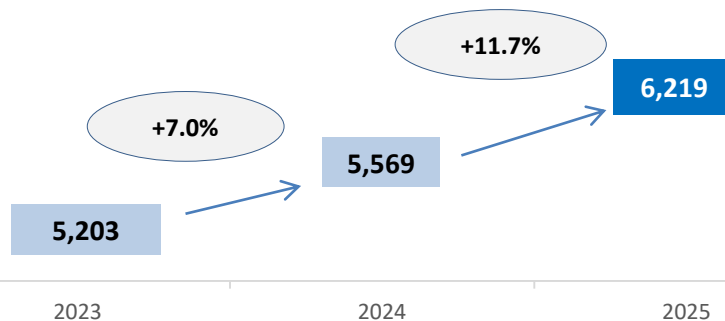
Supermercados e hipermercados	+514
Tiendas por departamento	--
Ferreterías y acabados del hogar	+24
Equipamiento del hogar	+6
Libros, periódicos y artículos de papelería	-5
Farmacias y boticas	+111

1/ En relación a similar mes del año anterior

## Gráfico Nº 16

### Evolución del número de tiendas del comercio interno: enero 2023 – enero 2025

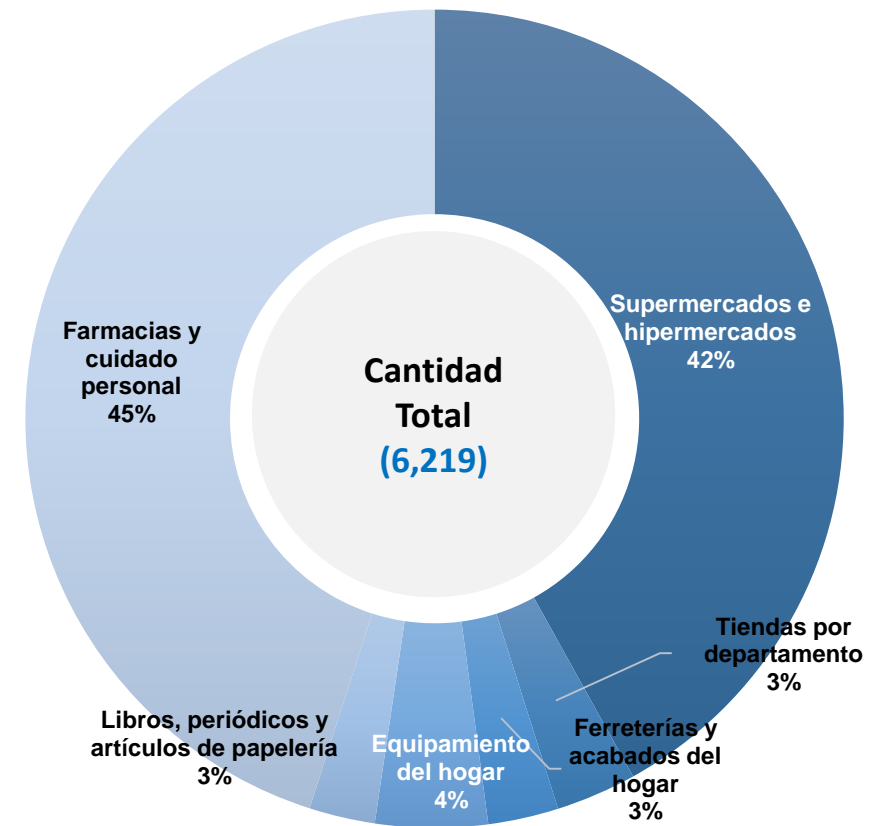
(Cantidad y Variación %)



Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

## Gráfico Nº 17

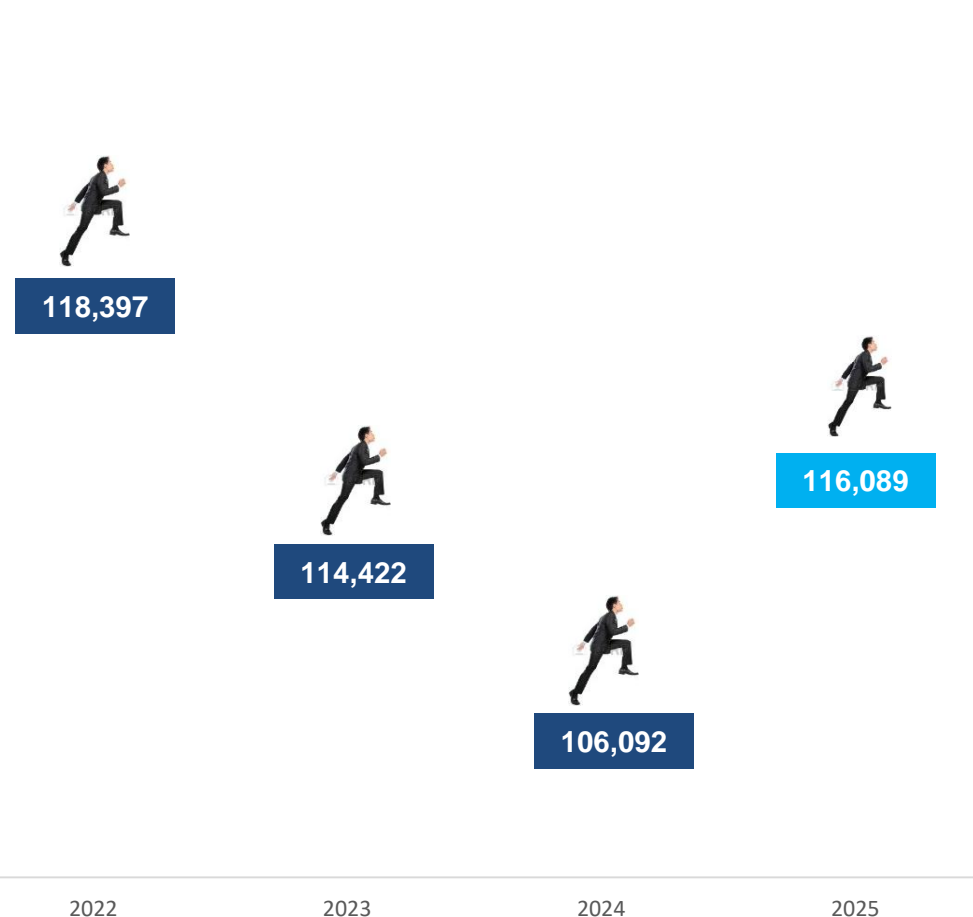
Participación del total de tiendas por actividad, enero 2025  
(Porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

## Gráfico N° 18

Número de trabajadores en el sector comercio interno (enero 2022 – enero 2025)



## Gráfico N° 19

Empleo ocupado en el sector comercio minorista por género y tipo de empleo, enero 2025 (Número y porcentaje)

