



PERÚ

Ministerio
de la Producción

PRODUCE
produce.gob.pe



Reporte Coyuntural

Comercio Interno

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

Abril 2025

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

Lima, Junio 2025



PRODUCE
Ministerio de la Producción

□ [En Abril de 2025](#)

- ✓ Las ventas del comercio interno crecieron en 5.3% con relación a abril de 2024. 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%).
- ✓ A continuación, se presentan a detalle el desempeño de cada rubro:
 - **Supermercados e hipermercados** (44.4% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad registraron un ligero **aumento de 2.2%**, debido a una mayor demanda de bebidas y tabaco (+4.8%) y productos diversos (+45.1%), a pesar de que fue atenuada por una reducción en las ventas de productos farmacéuticos y cosméticos (-10.6%) y artículos de uso doméstico (-30.0%).
 - **Tiendas por departamento** (16.8% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad **aumentaron significativamente en 13.6%**, debido a un aumento en la demanda de prendas de vestir y calzado (+15.1%), muebles (+17.9%) y artículos de uso doméstico (+11.3%).
 - **Ferreterías y acabados** (13.6% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad **aumentaron en 7.0%**, asociado a un incremento en la ventas de muebles (+32.4%), artículos de uso doméstico (+30.2%) y productos diversos (+5.7%).
 - **Farmacias y boticas** (17.8% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad registraron un **aumento de 4.5%**, impulsadas por una mayor demanda de productos farmacéuticos y medicinales (+3.8%) y productos de cuidado personal (+7.0%).
 - **Equipamiento del hogar** (5.5% de las ventas internas): Esta actividad registró un **aumento de 4.3%** en las ventas. A nivel de líneas de productos, destacó principalmente el incremento de los artículos de uso doméstico (+4.7%). En contraste, este resultado fue atenuado parcialmente por una disminución en la ventas de muebles (-8.4%) y artículos de productos diversos (-1.0%).
 - **Libros, periódicos y artículos de papelería** (2.0% de las ventas internas): Esta actividad registró un **incremento de 8.7%**, atribuida al aumento en las ventas de productos de librería (+21.8%). Sin embargo, fue atenuado por una reducción en la demanda de productos diversos (-67.2%).

- **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

Abril 2025

(Variación porcentual interanual)



En abril de 2025, las **ventas del comercio interno registraron un moderado crecimiento de 5.3%**, impulsado principalmente por el aumento en la facturación de bebidas, prendas de vestir y productos farmacéuticos. Este desempeño refleja una mayor demanda de bienes de la canasta básica familiar y de artículos de uso doméstico.

En este mes todas las actividades del comercio interno tuvieron un desempeño positivo: **supermercados e hipermercados (+2.2%)**, **tiendas por departamento (+13.6%)**, **ferreterías y acabados (+7.0%)**, **equipamiento del hogar (+4.3%)**, **libros y artículos de papelería (+8.7%)** **farmacias y boticas (+4.5%)**.

Las ventas de comercio interno **aumentaron en 5.3%**



PERÚ

Ministerio de la Producción

En abril de 2025, las **ventas del comercio interno crecieron en 5.3% interanual**, impulsadas por una mayor demanda de productos básicos, artículos para el hogar y bienes relacionados con la salud. Destacaron los incrementos en las ventas de los supermercados e hipermercados (+2.2%), tiendas por departamento (+13.6%), ferreterías (+7.0%), equipamiento del hogar (+4.3%), libros y artículos de papelería (+8.7%) y farmacias y boticas (+4.5%).

Cuadro Nº 1

Desempeño de las ventas internas según Grupo y Clase CIU^{1/}, abril 2025

(Millones de soles a precios corrientes)

CIU (a)	Actividad	Abr-24	Abr-25	Var % Abr (25/24)
	Total	3,856	4,059	5.3
4711	Supermercados e hipermercados	1,761.9	1,800.7	2.2 ↑
4719	Tiendas por departamentos ^{1/}	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: (a) Grupo CIU (tres dígitos), Clase CIU (Cuatro dígitos)

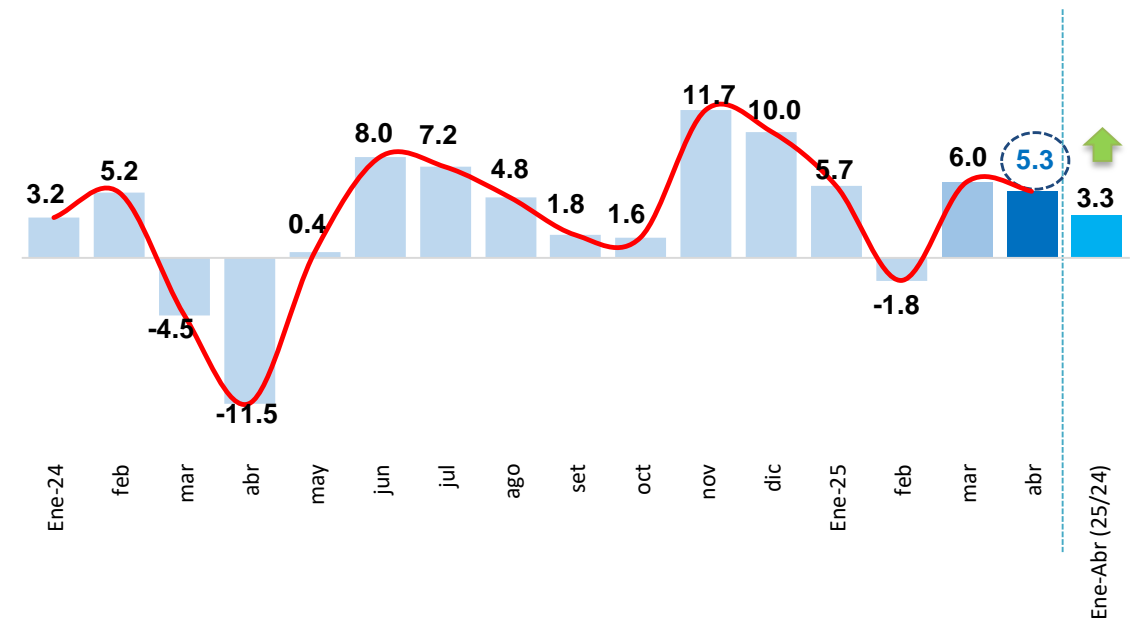
^{1/} Las ventas internas corresponden al comercio interno de (Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas) y representan aprox. el 98.5% del total; se excluye las ventas al por menor de combustibles de la actividad CIU 4730.

^{2/} 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 2.2%**



PERÚ

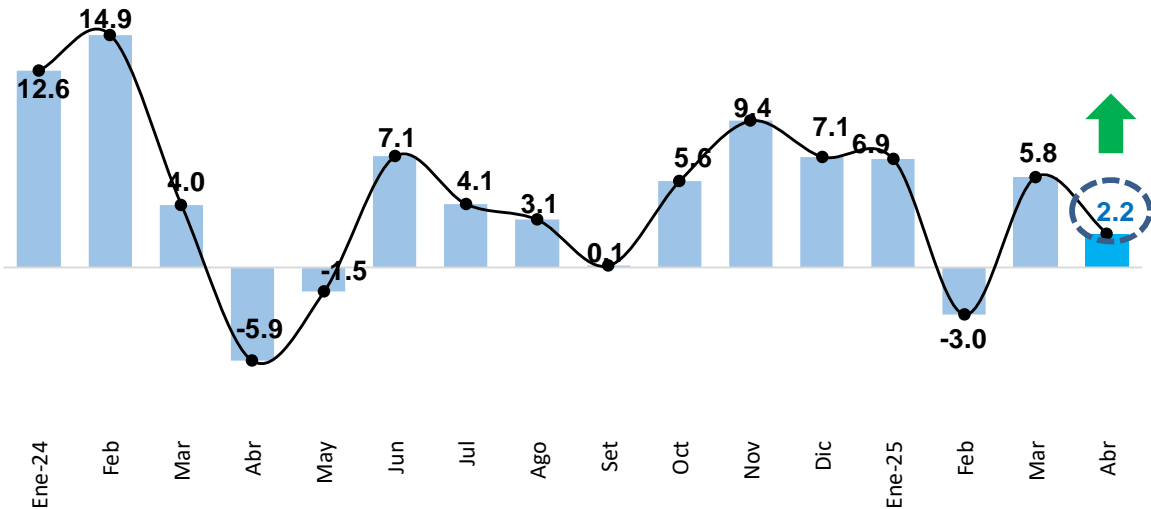
Ministerio de la Producción

- Las ventas en **supermercados e hipermercados** registraron un ligero aumento **interanual de 2.2%** en abril de 2025. Este aumento se atribuye principalmente por el efecto estacional del feriado de Semana Santa.
- Entre las **principales líneas de productos** que contribuyeron en el crecimiento de esta actividad tenemos a: bebidas y tabaco (+4.8%) y productos diversos (+45.1%). En contraste, atenuaron este desempeño las menores ventas de productos farmacéuticos y cosméticos (-10.6%), alimentos (-2.1%) y artículos de uso doméstico (-30.0%).

Gráfico Nº 2

Evolución de las ventas de supermercados e hipermercados

(Variación porcentual interanual)

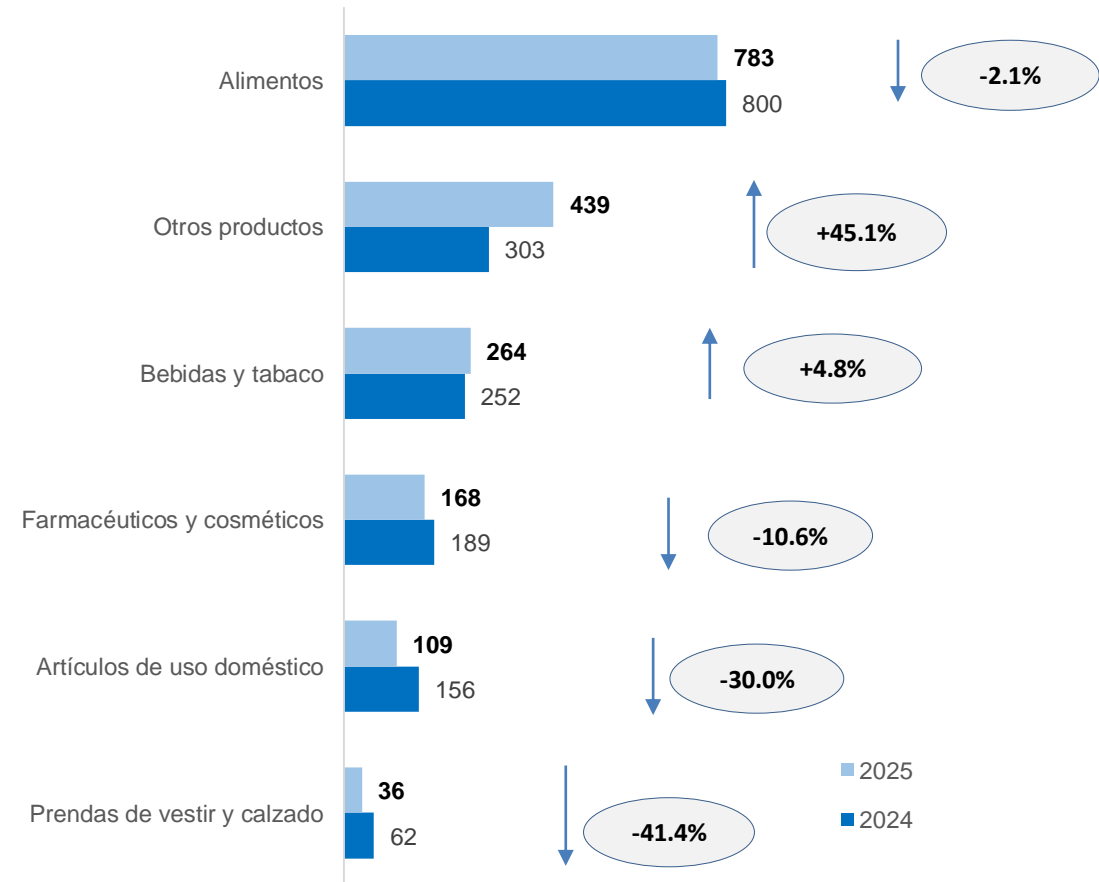


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 3

Ventas por líneas de productos, abril 2024 y abril 2025

(Millones de soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

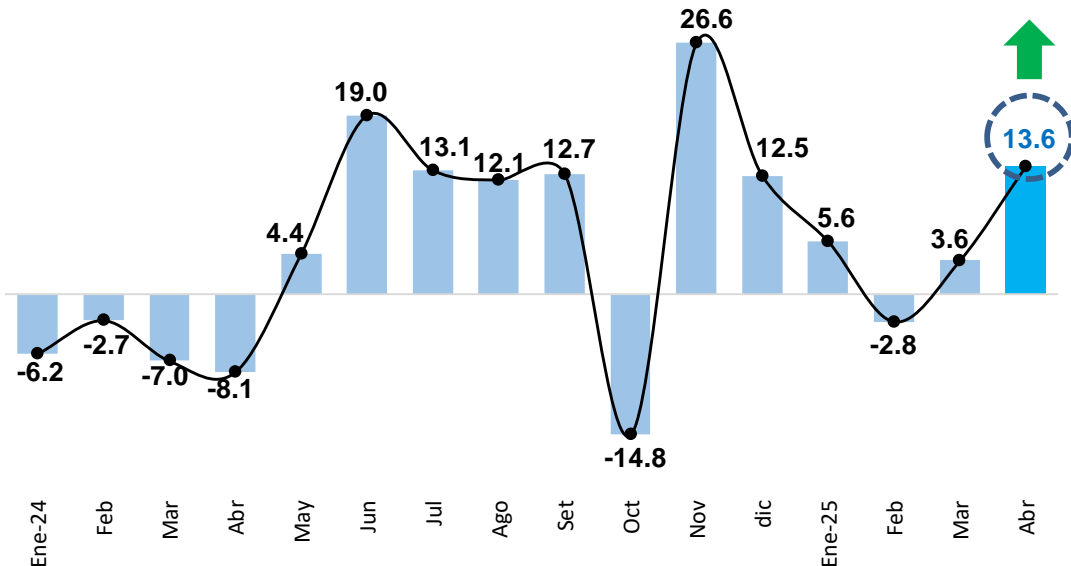
Ventas de tiendas por departamento **aumentaron en 13.6%**

- En abril de 2025, las ventas en las **tiendas por departamento** registraron un **aumento interanual de 13.6%**. 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 principales líneas de productos que aumentaron sus ventas este mes tenemos a: **prendas de vestir y calzado** (+15.1%), **artículos de uso doméstico** (+11.3%) y **muebles** (+17.9%), entre otros productos.

Gráfico Nº 4

Evolución de las ventas de tiendas por departamento

(Variación porcentual interanual)

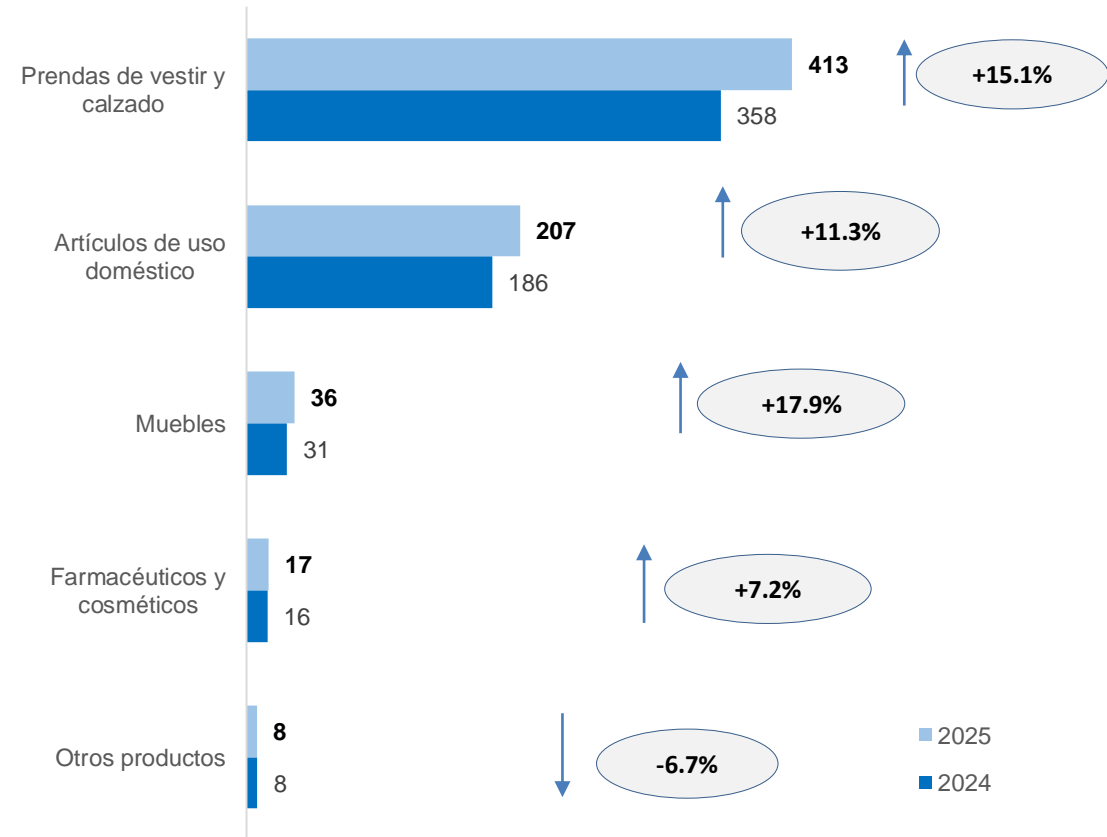


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 5

Ventas por líneas de productos, abril 2024 y abril 2025

(Millones de soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

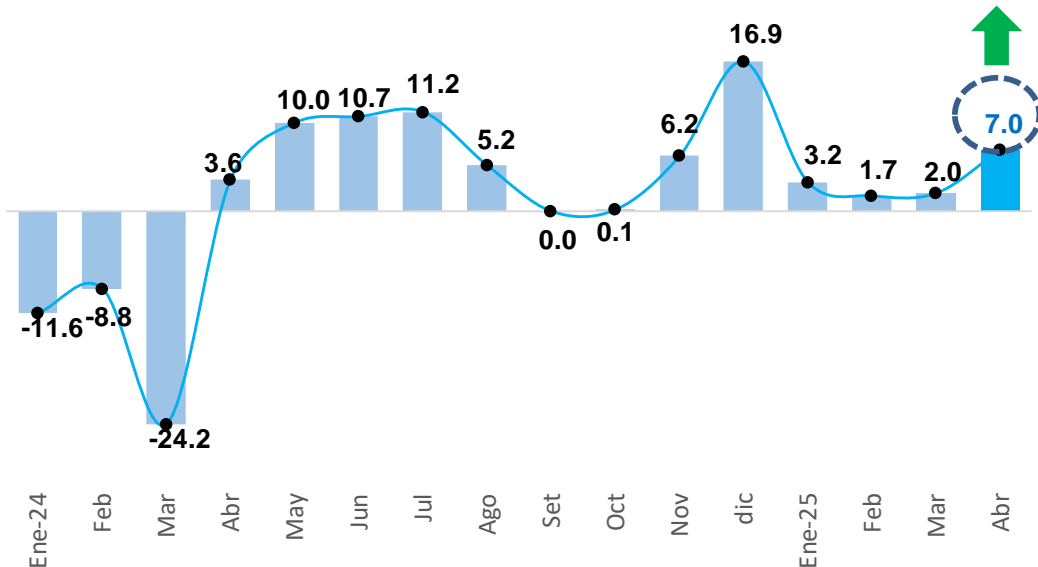
Ferreterías y acabados **aumentaron sus ventas en 7.0%**



- En abril de 2025, las ventas de productos relacionados con la actividad de **ferreterías y acabados** aumentaron en **7.0% interanual**, impulsadas por el avance de proyectos públicos y privados, así como por la remodelación y acabados de hogares.
- Los productos con mayor demanda destacan: **artículos de ferretería y otros** (+3.3%), **artículos de uso doméstico** (+30.2%) y **muebles** (+32.4%).

Gráfico N° 6

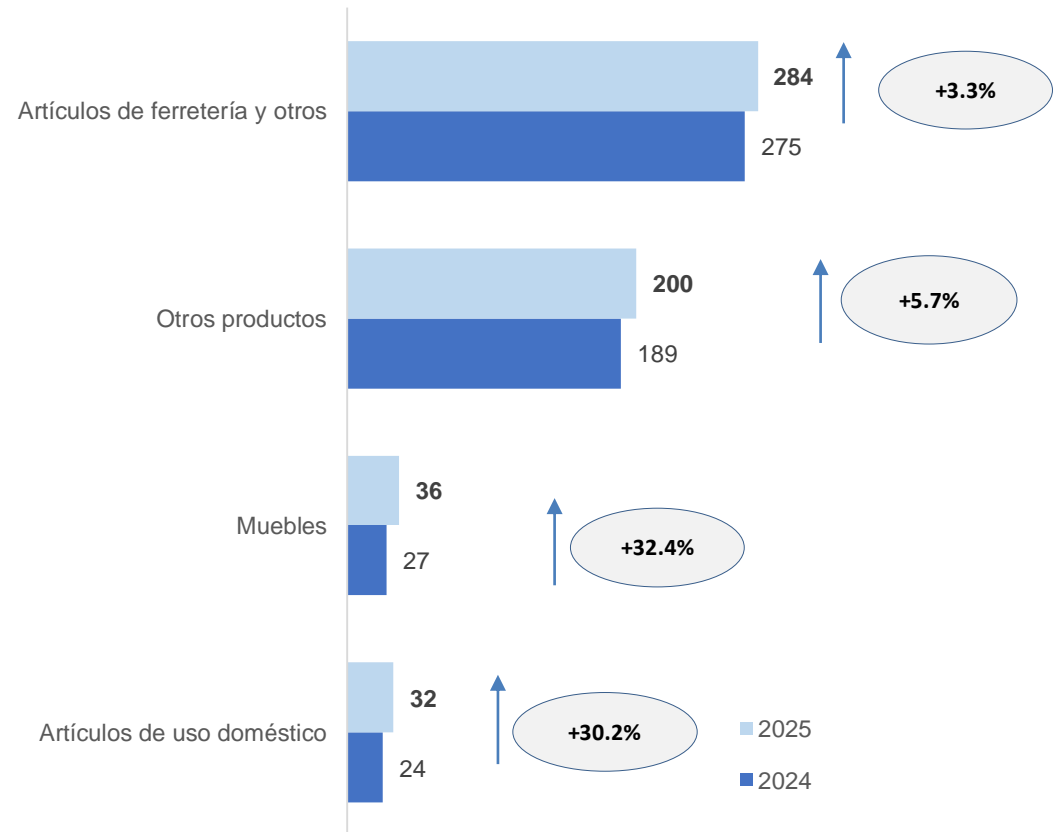
Evolución de las ventas de ferreterías y acabados
(Variación porcentual interanual)



Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico N° 7

Ventas por líneas de productos, abril 2024 y abril 2025
(Millones de soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Equipamiento del hogar **aumentaron sus ventas en 4.3%**

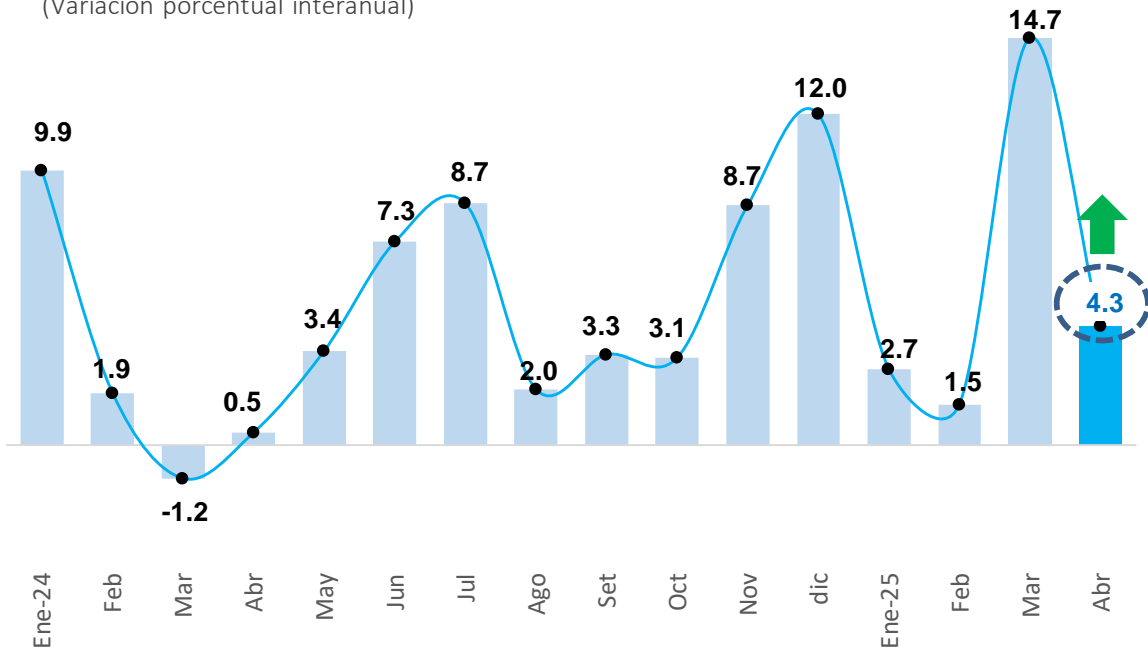


- En abril de 2025, las ventas de productos relacionados con el **equipamiento del hogar** registraron un moderado **incremento interanual de 4.3%**, acumulando **trece** meses consecutivos de crecimiento. Este resultado estuvo asociado al aumento en las ventas de **artículos de uso doméstico (+4.7%)**, en particular, productos de línea blanca, marrón y equipos electrónicos. En contraste, fue atenuado por las bajas ventas de **muebles (-8.4%)** y **productos diversos (-1.0%)**.

Gráfico N° 8

Evolución de las ventas de equipamiento del hogar

(Variación porcentual interanual)

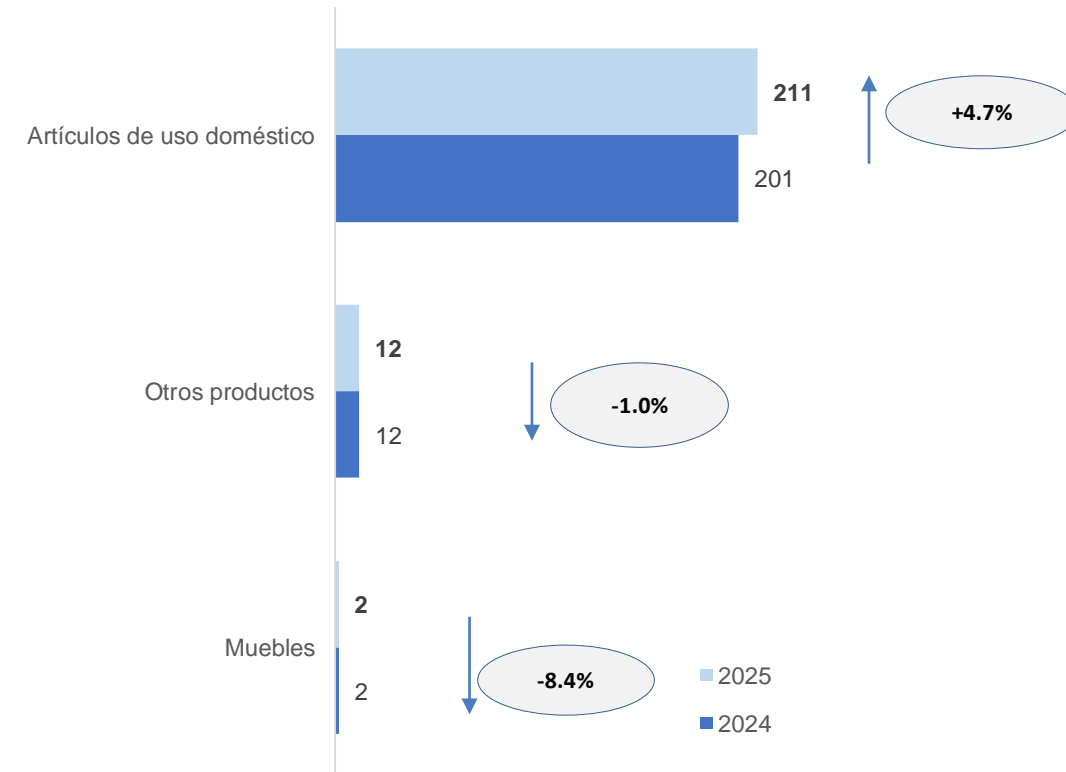


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico N° 9

Ventas por líneas de productos, abril 2024 y abril 2025

(Millones de soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Ventas de Farmacias y boticas **aumentaron en 4.5%**



PERÚ

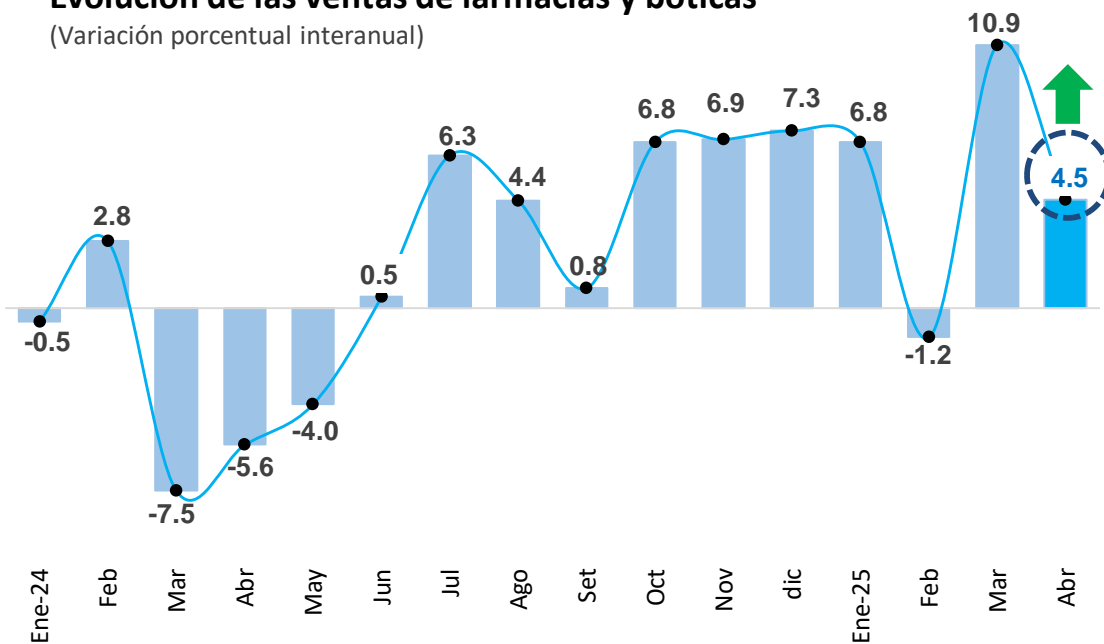
Ministerio de la Producción

- En abril de 2025, las ventas de **farmacias y boticas** registraron un **aumento de 4.5% interanual**, impulsado principalmente por el mayor dinamismo en la comercialización 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%).

Gráfico Nº 10

Evolución de las ventas de farmacias y boticas

(Variación porcentual interanual)



Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 11

Ventas por líneas de productos, abril 2024 y abril 2025

(Millones de soles y Var.% interanual)

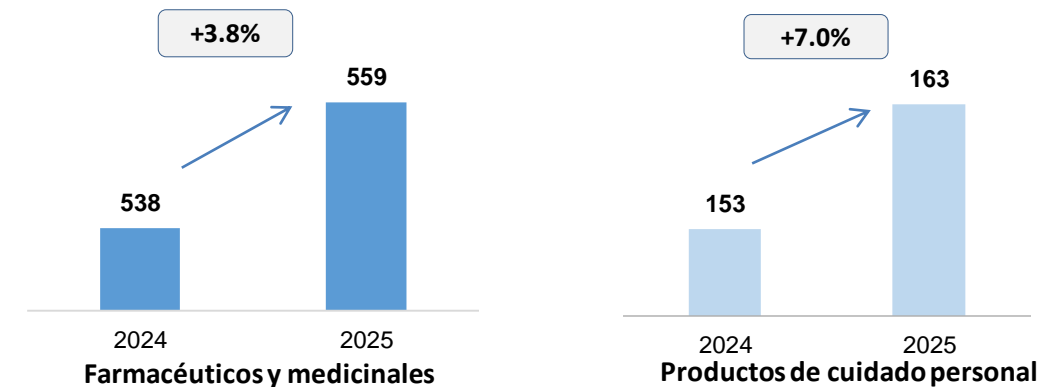
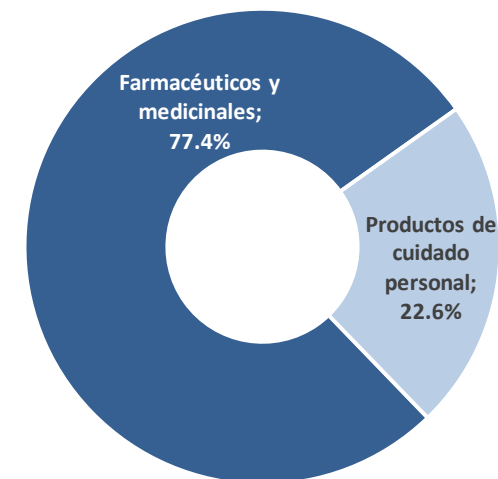


Gráfico Nº 12

Participación de las ventas por líneas de productos, abril 2025

(Porcentaje)



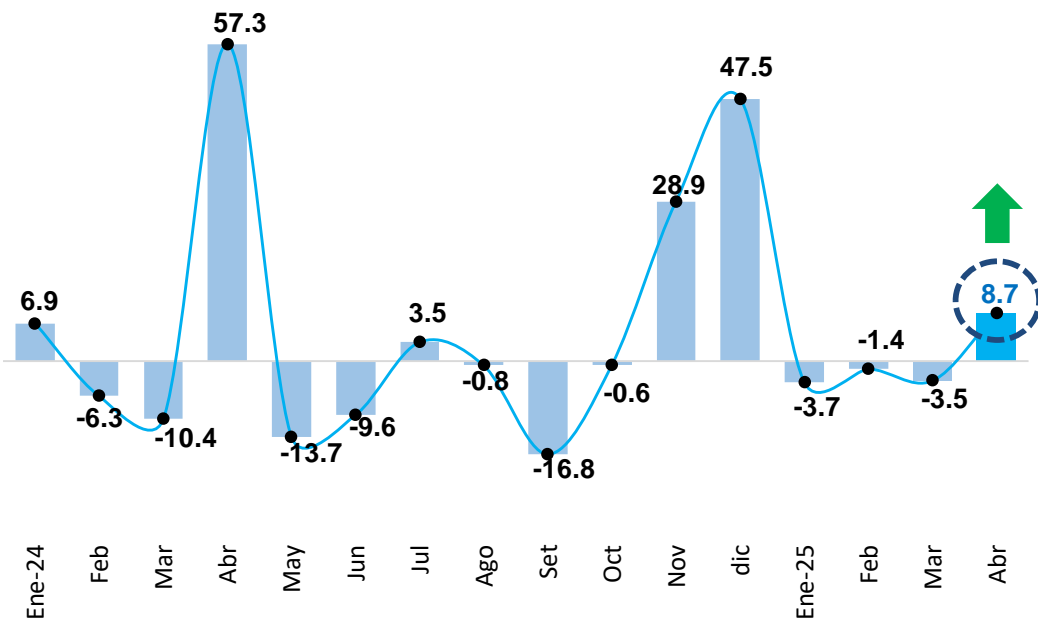
Elaboración: PRODUCE (OEE)

- En abril de 2025, las ventas en la actividad de **libros, periódicos y artículos de papelería** experimentó un crecimiento de **8.7% interanual**, debido principalmente al aumento en la venta de papelería y útiles escolares (+21.8%). Sin embargo, este resultado se vio atenuado por una disminución en las ventas de **productos diversos** (-67.2%), como regalos, juguetes y artículos de cómputo.

Gráfico Nº 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 Nº 14

Ventas por líneas de productos, abril 2024 y abril 2025

(Millones de soles y Var.% interanual)

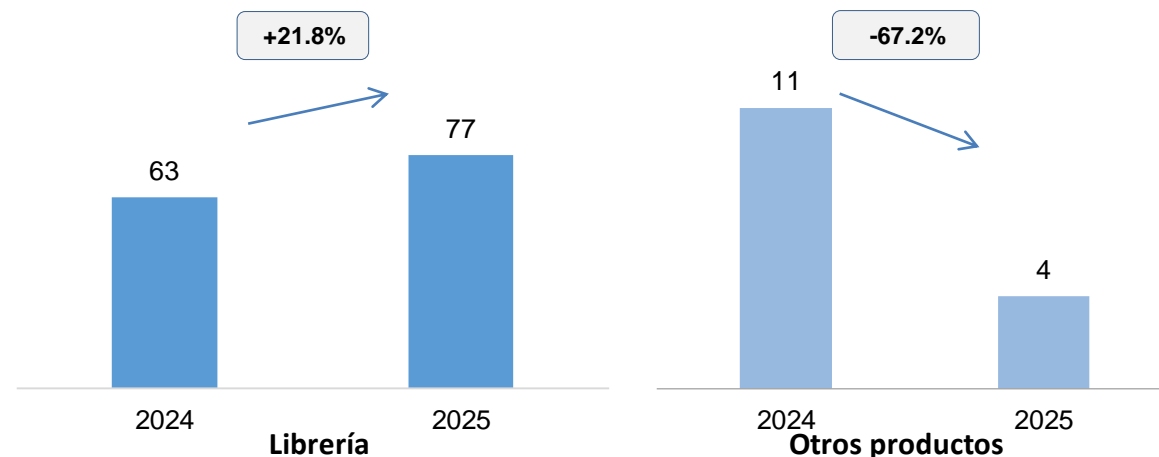
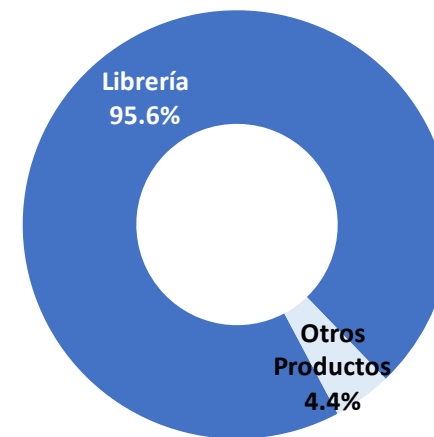


Gráfico Nº 15

Participación de las ventas por líneas de producto, abril 2025

(Porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Tiendas: Número de tiendas **aumentó en 12.7%**

Actividades

Número de aperturas (+) y cierres (-) de tiendas en abril 2025^{1/}

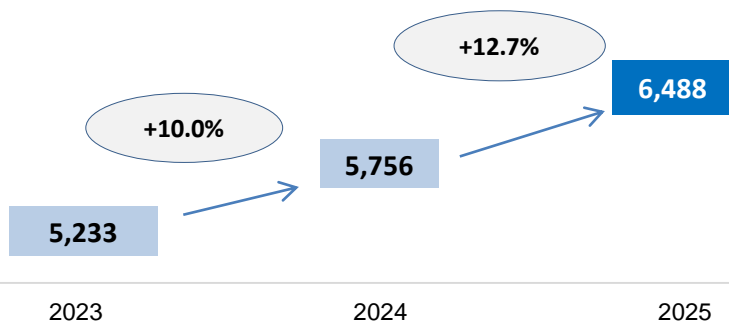
Supermercados e hipermercados	+509
Tiendas por departamento	-4
Ferreterías y acabados del hogar	---
Equipamiento del hogar	+77
Libros, periódicos y artículos de papelería	+7
Farmacias y boticas	+143

1/ En relación a similar mes del año anterior

Gráfico Nº 16

Evolución del número de tiendas del comercio interno: abril 2023 – abril 2025

(Cantidad y Variación %)

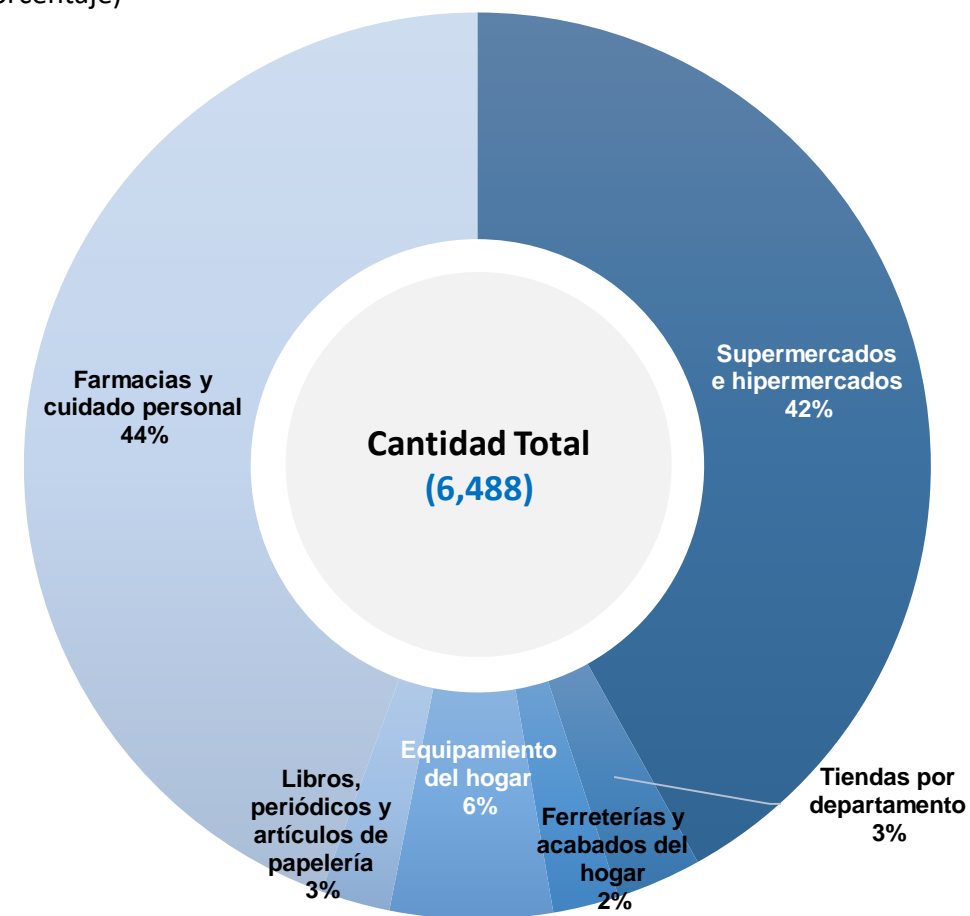


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 17

Participación del total de tiendas por actividad, abril 2025

(Porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Nivel de empleo aumentó en 2.4% y registró 113 mil 204 puestos de trabajo

Gráfico N° 18

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

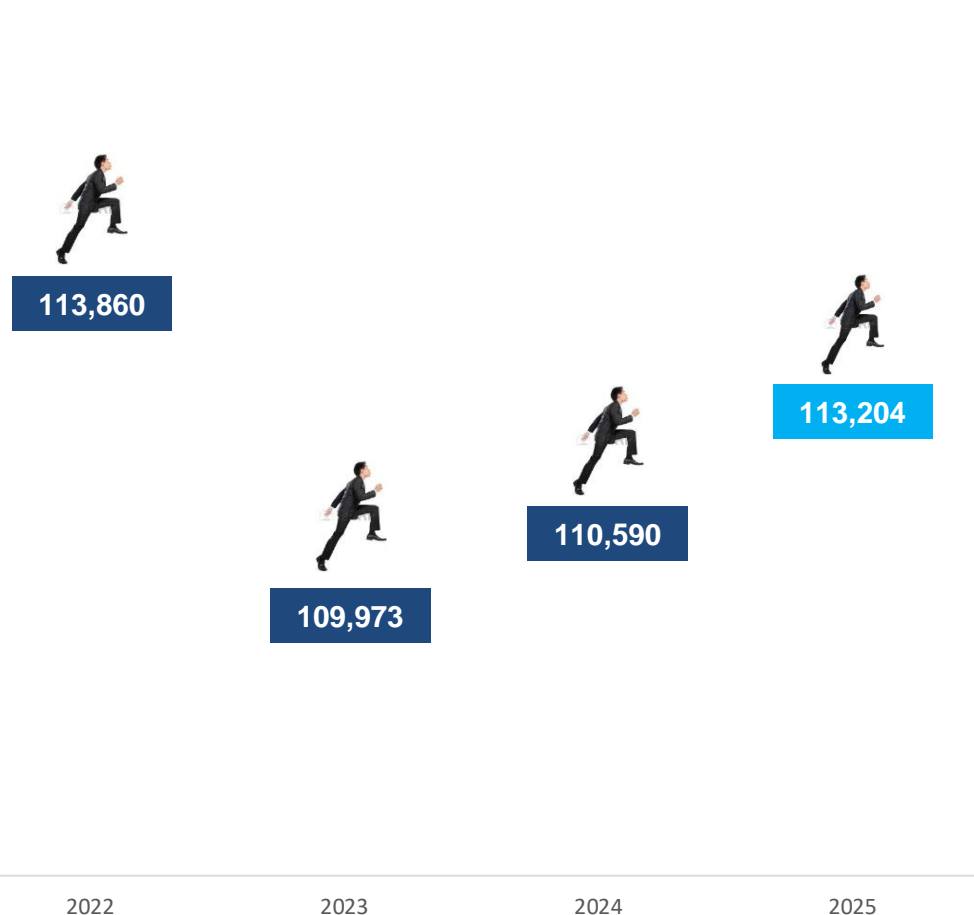
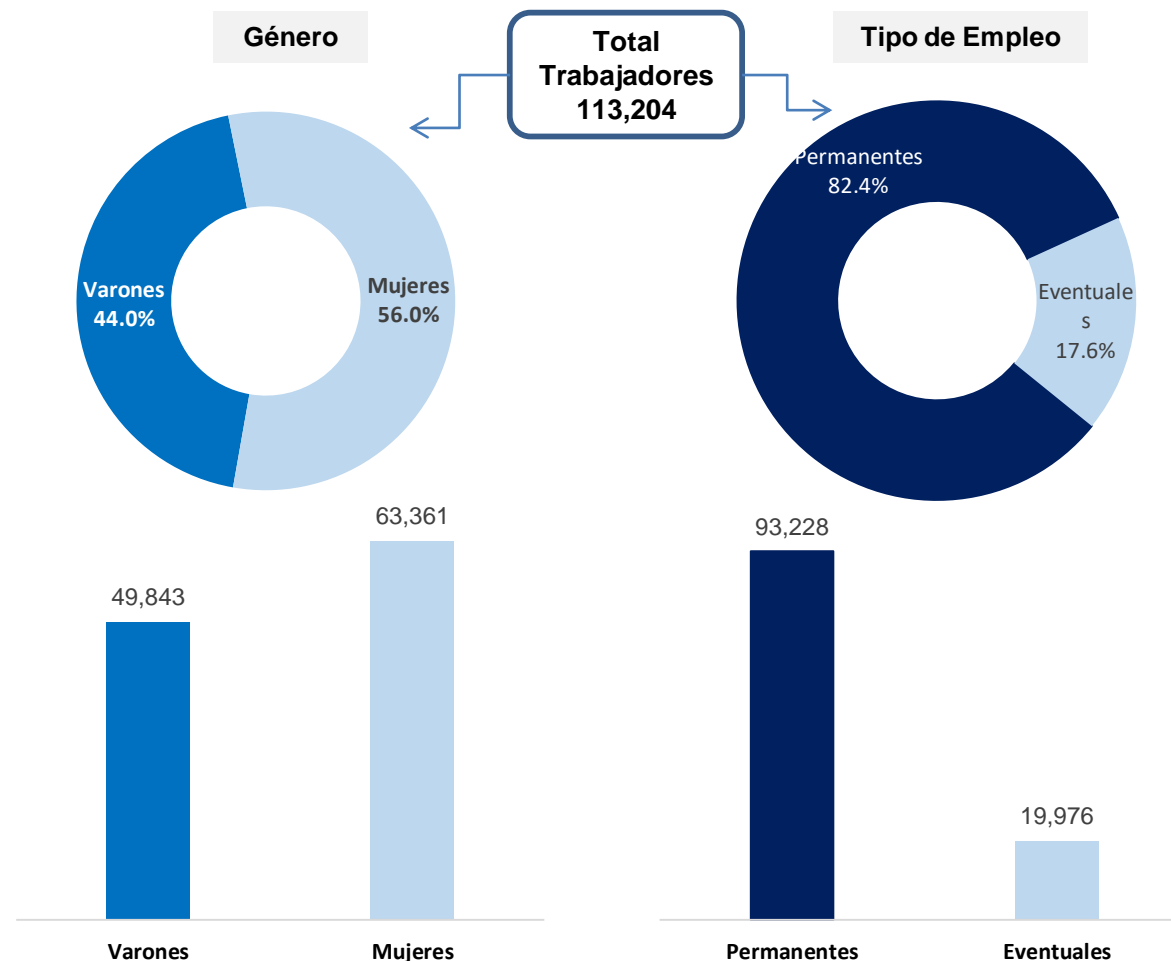


Gráfico N° 19

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



Cuadro Nº 2

Comercio Interno por actividades, 2023-2025

(Variación porcentual interanual)

Actividad	Var. % Interanual				Var.% Acum.			
	Abr 23/22	Abr 24/23	Abr 25/19	Abr 25/24	Ene – Abr (23/22)	Ene – Abr (24/23)	Ene – Abr (25/19)	Ene – Abr (25/24)
Total Comercio Interno	3.0	-4.0	27.3	5.3	1.4	-0.3	25.8	3.8
Supermercados e Hipermercados	17.2	-5.9	39.8	2.2	5.8	5.8	44.1	3.0
Tiendas por departamento	-6.9	-8.1	28.6	13.6	-0.5	-6.1	15.7	5.2
Ferreterías y acabados del hogar	-11.6	3.6	26.2	7.0	-6.5	-11.2	13.0	3.5
Equipamiento del hogar	-9.1	0.5	5.0	4.3	-7.2	2.5	11.4	5.9
Libros, periódicos y artículos de papelería	-38.1	57.3	55.1	8.7	26.1	0.9	27.4	-1.1
Farmacias y boticas	1.0	-5.6	8.0	4.5	-1.3	-2.9	9.6	5.3

Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Elaboración: PRODUCE (OEE)

- ✓ En el primer cuatrimestre de 2025, las ventas del comercio interno crecieron 3.8% en comparación con el mismo periodo de 2024, impulsadas por la recuperación de la demanda interna, que mostró un crecimiento de 5.1%.
- ✓ Entre las actividades que más crecieron y se recuperaron durante enero y abril de 2025 destacan: Supermercados e hipermercados (+3.0%), Tiendas por departamento (+5.2%), Equipamiento del hogar (+5.9%), Ferreterías y acabados del hogar (+3.5%) y Farmacias y boticas (+5.3%). En contraste, el resultado positivo del sector fue atenuado por una leve caída en las ventas del rubro de libros, periódicos y artículos de papelería (-1.1%).