



PERÚ

Ministerio
de la Producción



Reporte Coyuntural

Comercio Interno

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

Mayo 2025

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

Lima, Julio 2025



PRODUCE
Ministerio de la Producción

❑ [En Mayo de 2025](#)

- ✓ Las ventas del comercio interno experimentaron un crecimiento significativo de 8.8% con relación a mayo de 2024. Este aumento se atribuye principalmente al desempeño positivo de las tiendas por departamento, supermercados, equipamiento del hogar, libros y periódicos y farmacias, impulsados por la campaña del Día de la Madre y el importante incremento de la demanda interna (+9.0%).
- ✓ Al analizar los distintos rubros, se destacan principalmente los siguientes puntos: se registró un aumento en las ventas de los **supermercados e hipermercados (+10.8%)**, **tiendas por departamento (+11.8%)**, **equipamiento del hogar (+11.8%)**, **librerías y artículos de papelería (+2.4%)** y **farmacias y boticas (+7.1%)**. En contraste, este comportamiento fue atenuado por la ligera disminución en las ventas de las **ferreterías y acabados (-0.1%)**.
- ✓ A continuación, se presentan a detalle el desempeño de cada rubro:
 - ❑ **Supermercados e hipermercados** (46.1% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad registraron un **aumento de 10.8%**, debido a una mayor demanda de alimentos (+10.6%), bebidas y tabaco (+10.4%), productos diversos (+15.1%), farmacéuticos y cosméticos (+8.4%) y artículos de uso doméstico (+11.6%).
 - ❑ **Tiendas por departamento** (17.3% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad **aumentaron en 11.8%**, debido a un aumento en la demanda de prendas de vestir y calzado (+10.2%), muebles (+15.1%) y artículos de uso doméstico (+15.5%).
 - ❑ **Equipamiento del hogar** (5.9% de las ventas internas): Esta actividad registró un **aumento de 11.8%** en las ventas. A nivel de líneas de productos, se destacaron los incrementos en artículos de uso doméstico (+11.8%), muebles (+11.8%) y artículos de productos diversos (+6.2%).
 - ❑ **Farmacias y boticas** (17.2% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad registraron un **aumento de 7.1%**, impulsadas por una mayor demanda de productos farmacéuticos y medicinales (+6.0%) y el aumento en la venta de productos de cuidado personal (+11.4%).
 - ❑ **Libros, periódicos y artículos de papelería** (1.4% de las ventas internas): Esta actividad registró un **incremento de 2.4%**, atribuida al aumento en las ventas de productos de librería (+17.2%) y atenuado por la disminución de productos diversos (-73.6%).
 - ❑ **Ferreterías y acabados** (12.1% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad **decreció en 0.1%**, debido a una disminución en la ventas de artículos de ferretería (-18.2%), productos diversos (-9.6%) y artículos de uso doméstico (-33.5%).

- **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 CIU (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.

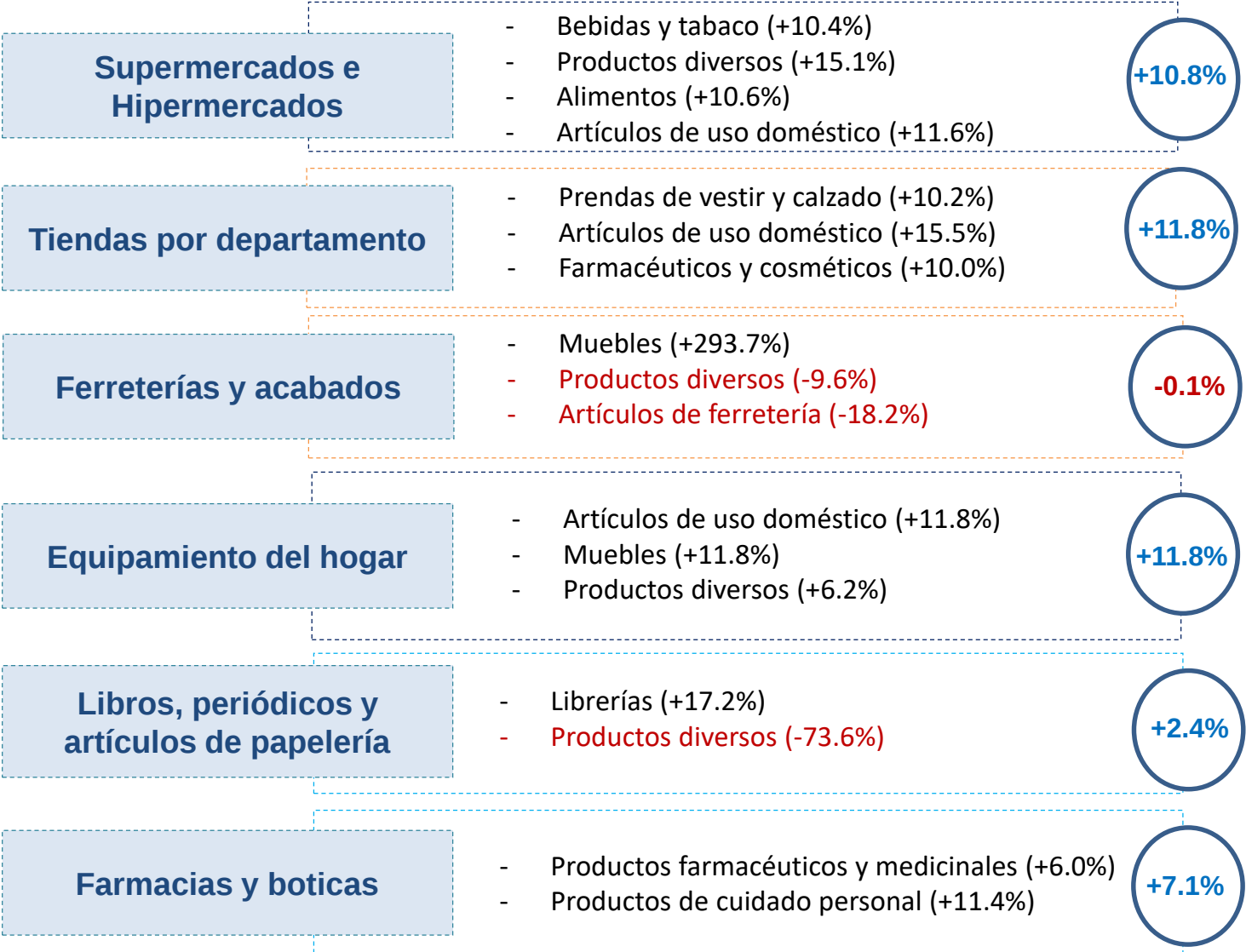
- **Frecuencia**

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

Mayo 2025

(Variación porcentual interanual)



En mayo de 2025, las **ventas del comercio interno** crecieron en **8.8%**, impulsadas principalmente por el aumento en la facturación de alimentos, prendas de vestir y artículos de uso doméstico. Este crecimiento refleja una mayor demanda de bienes de la canasta básica familiar, así como de artículos para el hogar.

Entre las actividades que presentaron un desempeño positivo en el comercio interno tenemos a: **supermercados e hipermercados (+10.8%)**, **tiendas por departamento (+11.8%)**, **equipamiento del hogar (+11.8%)**, **farmacias y boticas (+7.1%)** y **libros, periódicos y artículos de papelería (+2.4%)**,

Las ventas de comercio interno **aumentaron en 8.8%**

En mayo de 2025, las **ventas del comercio interno aumentaron en 8.8% interanual**, impulsadas por una mayor demanda de productos básicos, artículos para el hogar y de salud, así como por la campaña comercial del Día de la Madre. Destacaron las mayores ventas en los supermercados (+10.8%), tiendas por departamento (+11.8%), equipamiento del hogar (+11.8%), artículos de librería (+2.4%) y farmacias y boticas (+7.1%).

Cuadro Nº 1

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

(Millones de soles a precios corrientes)

CIIU (a)	Actividad	May-24	May-25	Var % May (25/24)
	Total	3,992	4,344	8.8
4711	Supermercados e hipermercados	1,807.8	2,003.2	10.8 
4719	Tiendas por departamentos ^{2/}	673.8	753.2	11.8 
4752	Ferreterías y acabados	528.1	527.8	-0.1 
4759	Equipamiento del hogar	227.3	254.2	11.8 
4772	Farmacias y boticas	696.8	746.2	7.1 
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	58.2	59.7	2.4 

Nota: (a) Grupo CIIU (tres dígitos), Clase CIIU (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 CIIU 4730.

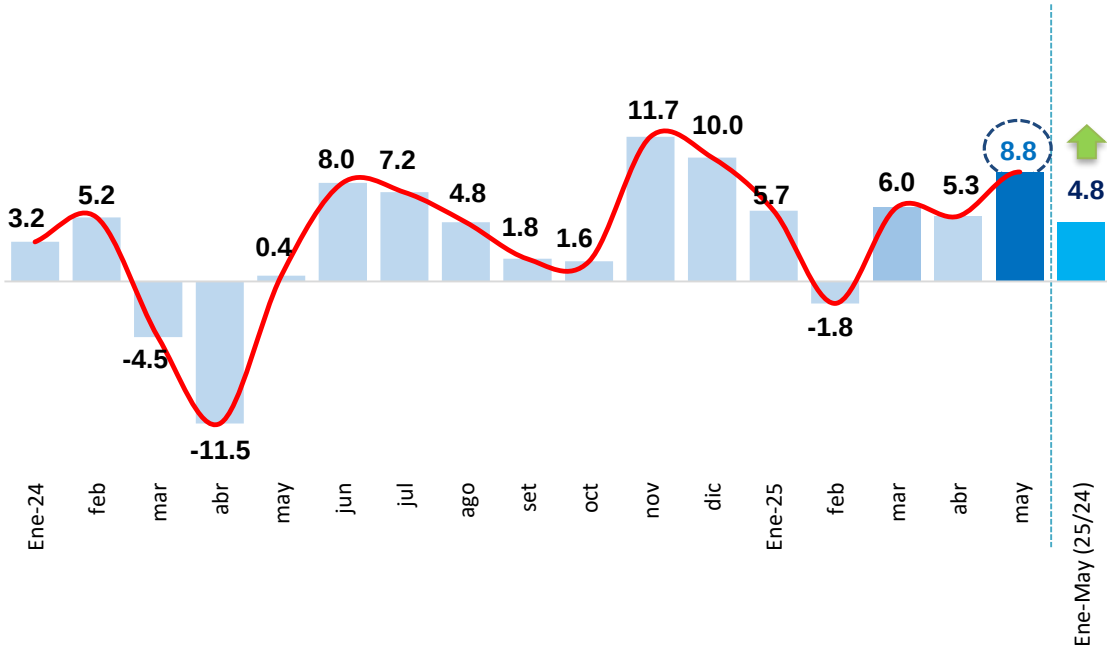
^{2/} Se refiere a tiendas de grandes dimensiones con variedad de productos.

Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 1

Evolución mensual de las ventas del comercio interno

(Variación porcentual interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

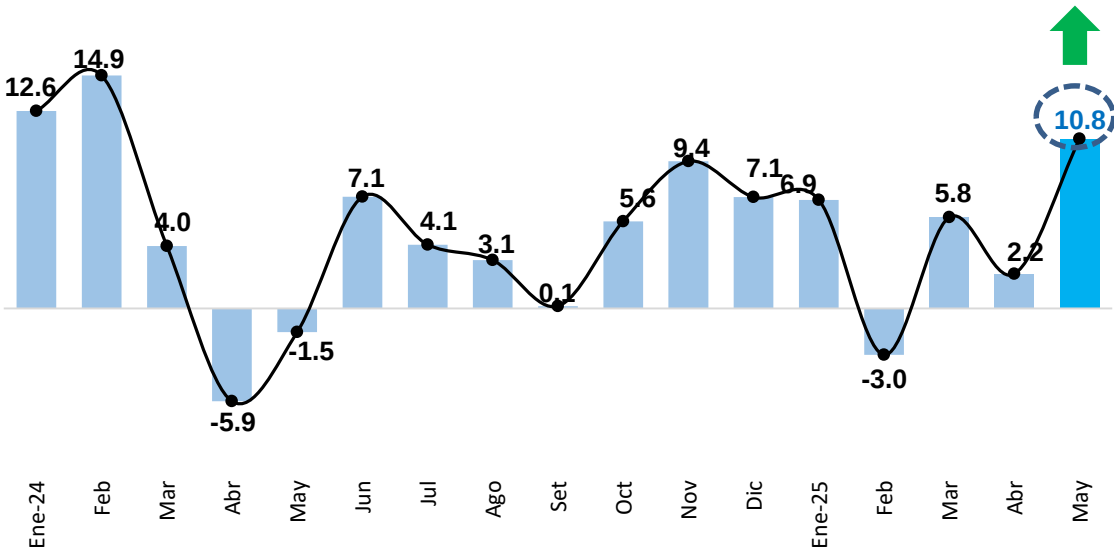
Ventas de supermercados e hipermercados **aumentaron en 10.8%**

- Las ventas en **supermercados e hipermercados** registraron un aumento **interanual de 10.8%** en mayo de 2025. Este aumento se atribuye principalmente por una mayor demanda de productos de la canasta básica familiar.
- Entre las principales líneas de productos que registraron incrementos en sus ventas dentro de esta actividad destacan: alimentos (+10.6%), artículos de uso doméstico (+11.6%), productos farmacéuticos y cosméticos (+8.4%), bebidas y tabaco (+10.4%) y productos diversos (+15.1%).

Gráfico Nº 2

Evolución de las ventas de supermercados e hipermercados

(Variación porcentual interanual)

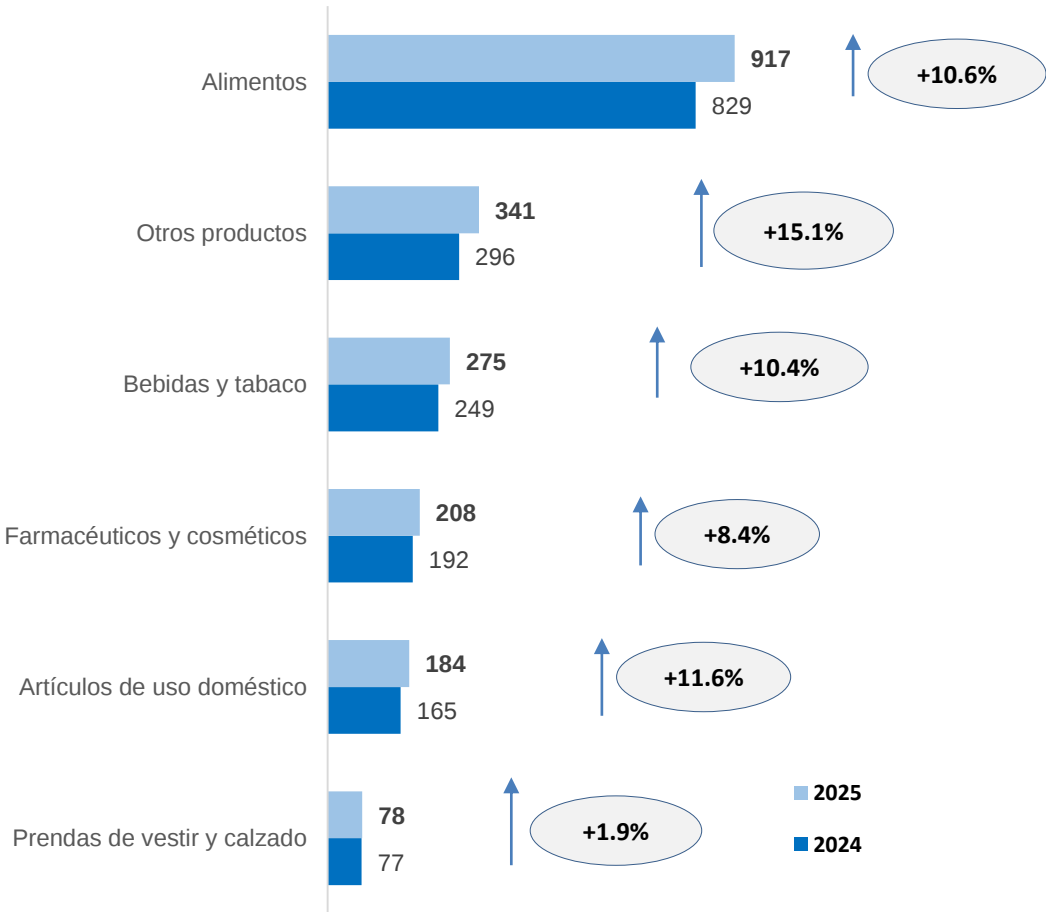


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 3

Ventas por líneas de productos, mayo 2024 y mayo 2025

(Millones de soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

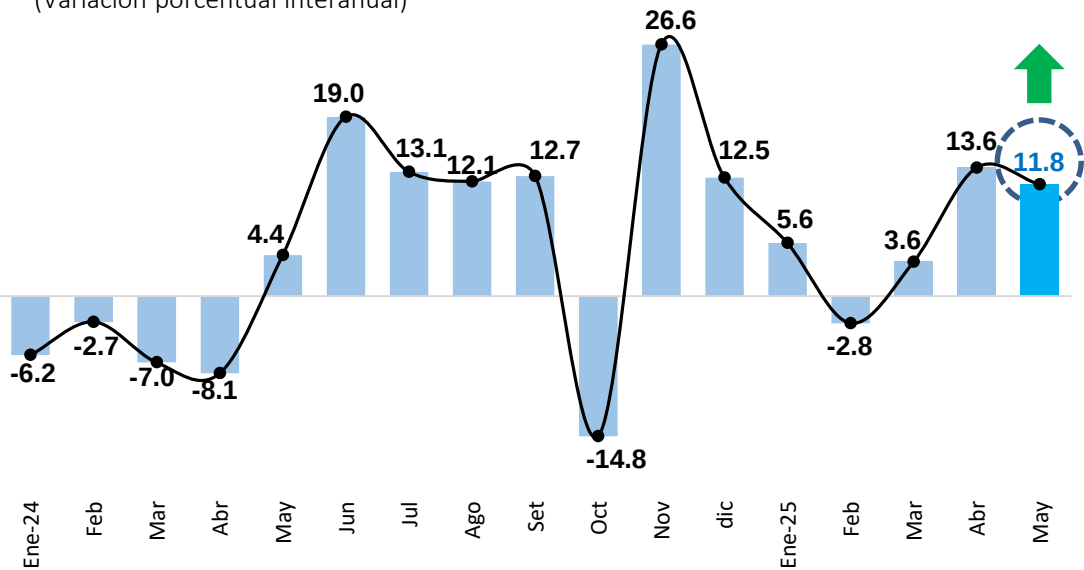
Ventas de tiendas por departamento **aumentaron en 11.8%**

- En mayo de 2025, las ventas en las **tiendas por departamento** registraron un **aumento interanual de 11.8%**, debido a una recuperación de la demanda interna.
- Entre las principales líneas de productos que aumentaron sus ventas este mes se encuentran: **prendas de vestir y calzado** (+10.2%), **artículos de uso doméstico** (+15.5%) y **muebles** (+15.1%), entre otros productos.

Gráfico Nº 4

Evolución de las ventas de tiendas por departamento

(Variación porcentual interanual)

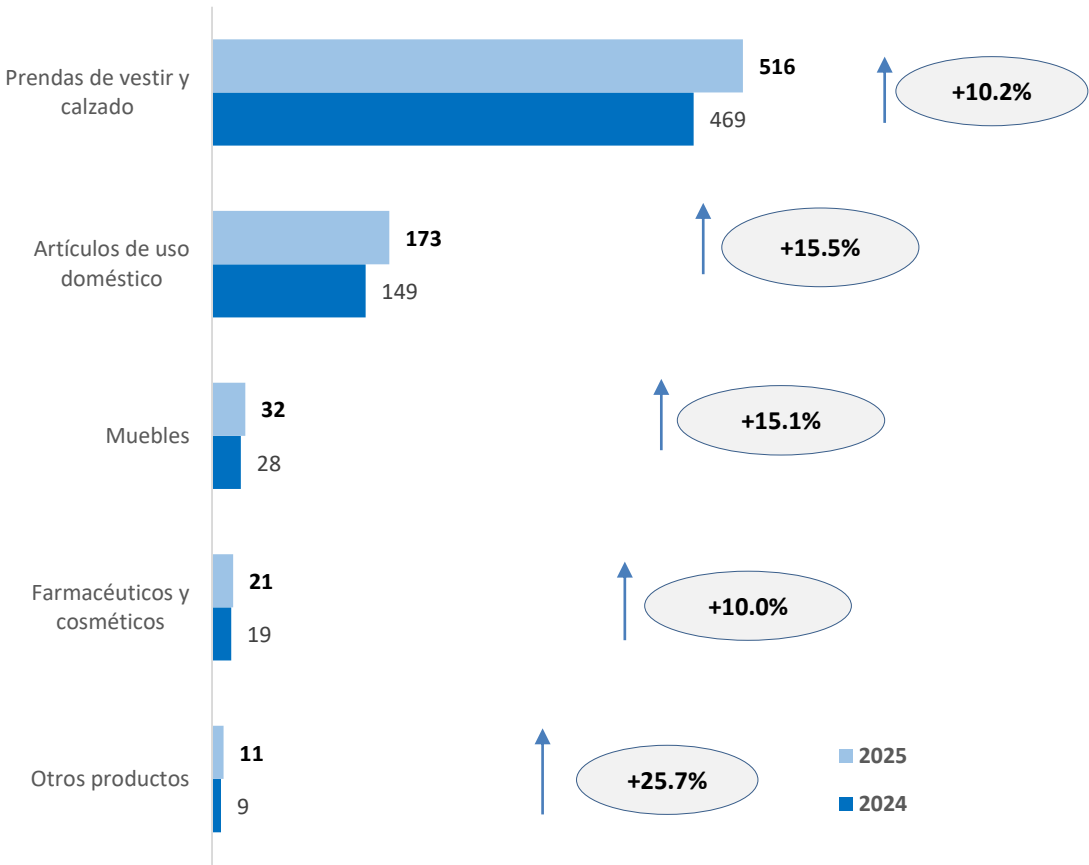


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 5

Ventas por líneas de productos, mayo 2024 y mayo 2025

(Millones de soles y Var.% interanual)



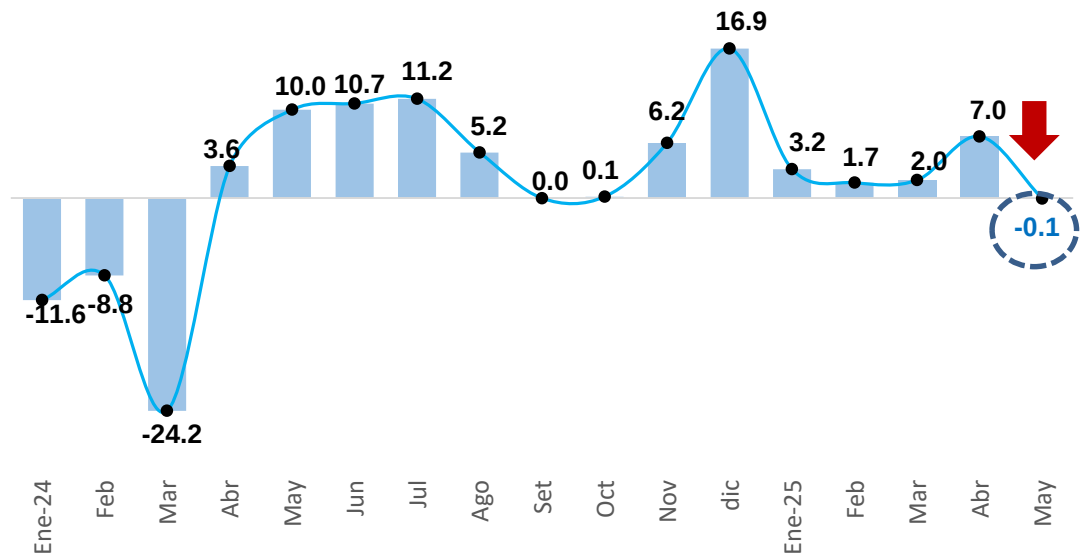
Elaboración: PRODUCE (OEE)

Ferreterías y acabados disminuyeron sus ventas en 0.1%

- En mayo de 2025, las ventas de productos relacionados con la actividad de **ferreterías y acabados** disminuyeron 0.1% interanual, debido al menor avance de proyectos de construcción a nivel local y regional.
- Entre los productos con menor demanda tenemos a: **artículos de ferretería y otros** (-18.2%), **productos diversos** (-9.6%) y **artículos de uso doméstico** (-33.5%).

Gráfico Nº 6

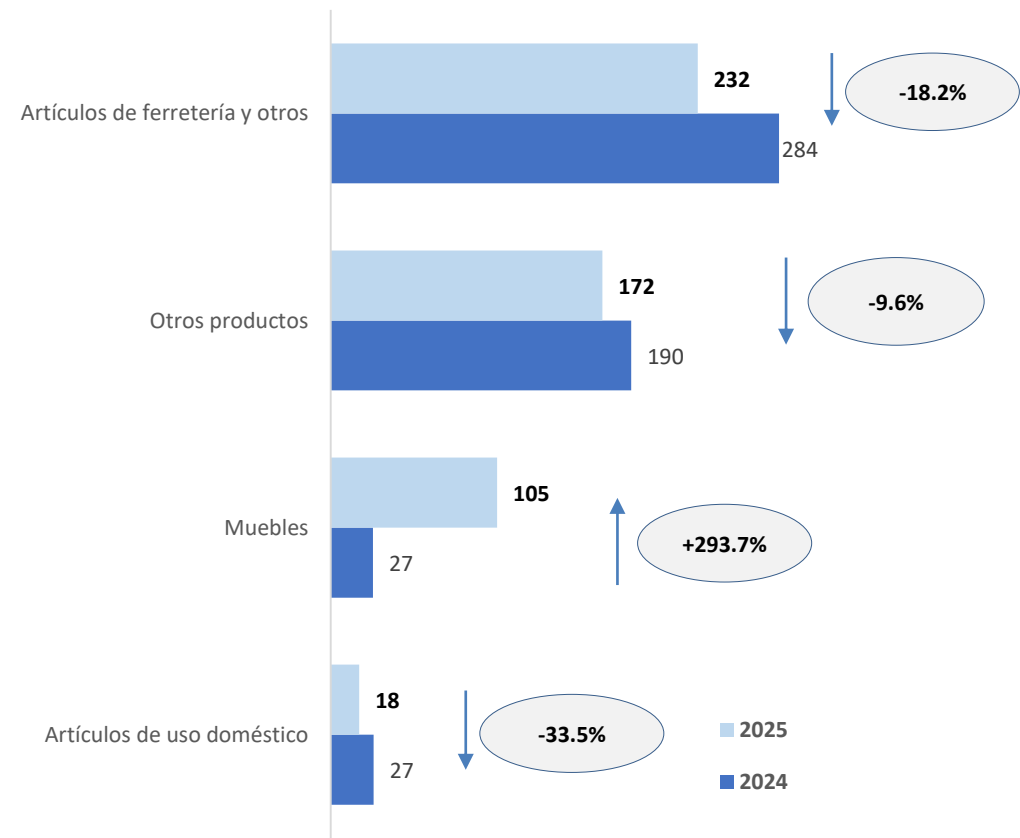
Evolución de las ventas de ferreterías y acabados
(Variación porcentual interanual)



Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 7

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



Elaboración: PRODUCE (OEE)

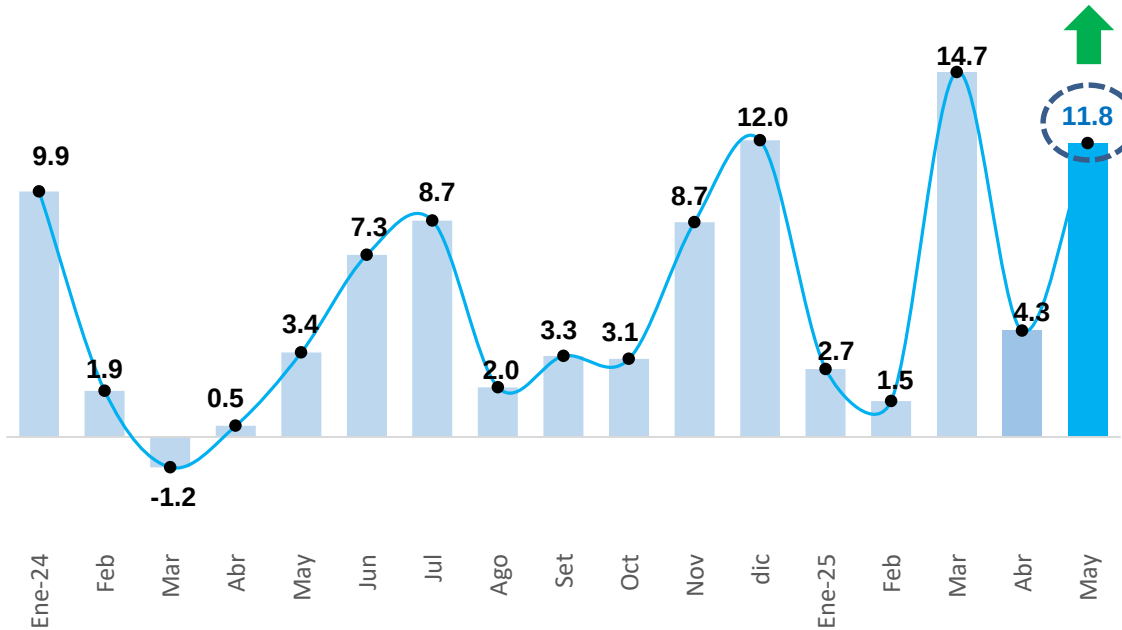
Equipamiento del hogar **aumentaron sus ventas en 11.8%**

- En mayo de 2025, las ventas de productos relacionados con el **equipamiento del hogar** registraron un significativo **incremento interanual de 11.8%**, acumulando **catorce** meses consecutivos de crecimiento. Este resultado estuvo asociado al aumento en las ventas de **artículos de uso doméstico** (+11.8%), en particular, productos de línea blanca, marrón y equipos electrónicos. Así como las ventas de **muebles** (+11.8%) y **productos diversos** (+6.2%).

Gráfico Nº 8

Evolución de las ventas de equipamiento del hogar

(Variación porcentual interanual)

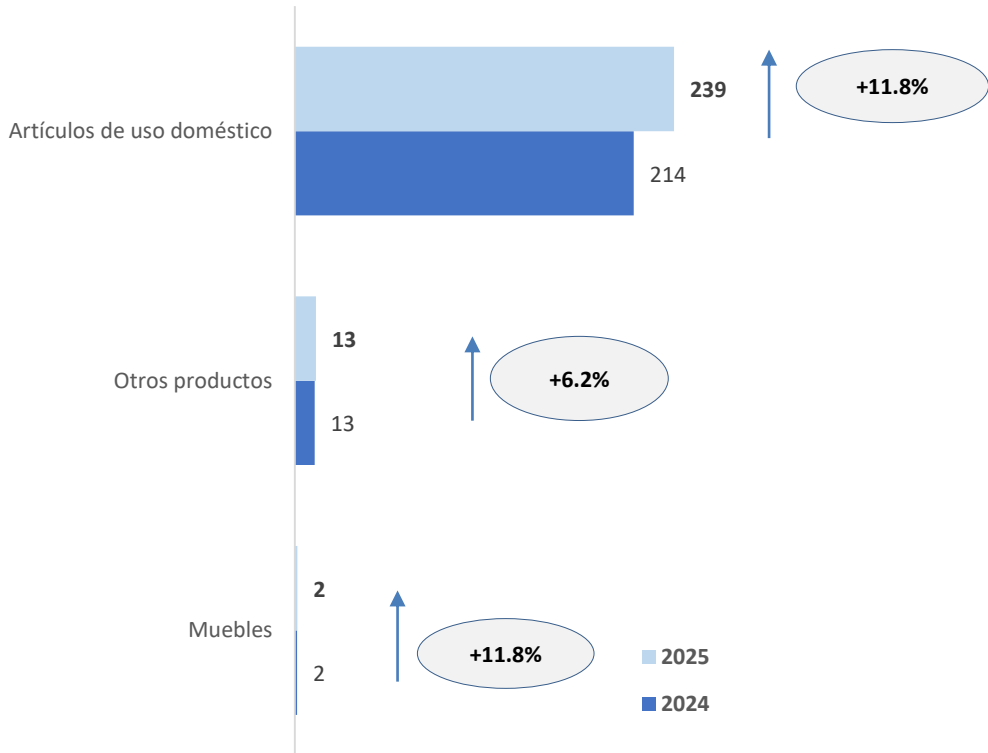


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 9

Ventas por líneas de productos, mayo 2024 y mayo 2025

(Millones de soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

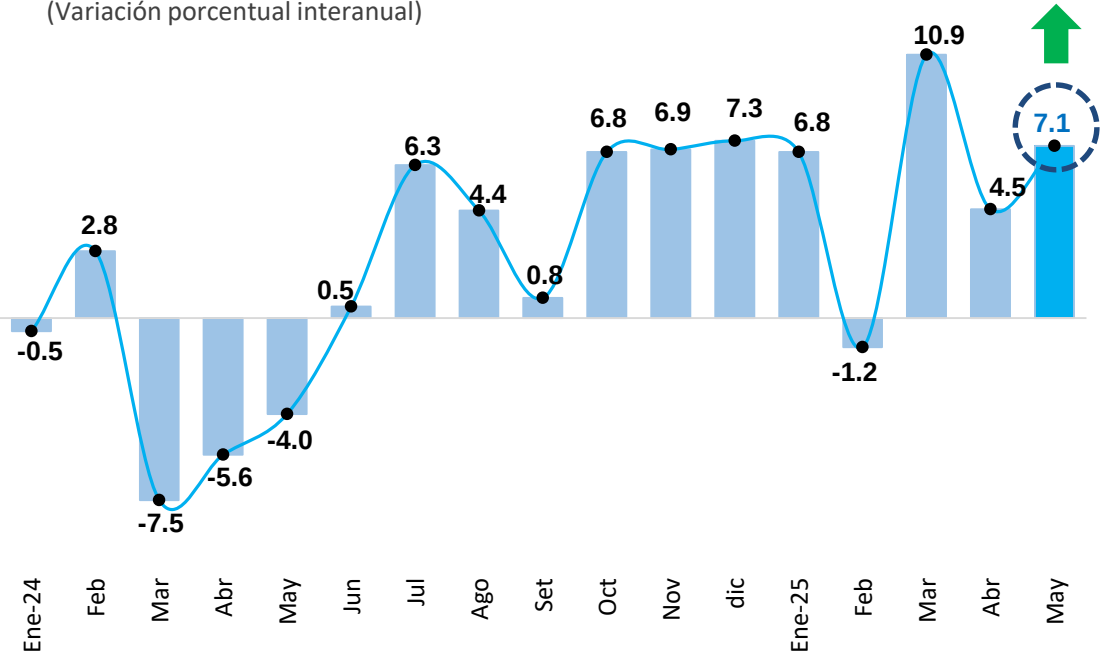
Ventas de Farmacias y boticas **aumentaron en 7.1%**

- En mayo de 2025, las ventas de **farmacias y boticas** experimentaron un significativo crecimiento **de 7.1% interanual**, impulsado principalmente por el mayor dinamismo en la comercialización de productos farmacéuticos y medicinales (+6.0%), especialmente a través de canales modernos.
- Asimismo, también se aprecia un significativo aumento en la venta de **productos de cuidado personal** (+11.4%).

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, mayo 2024 y mayo 2025

(Millones de soles y Var.% interanual)

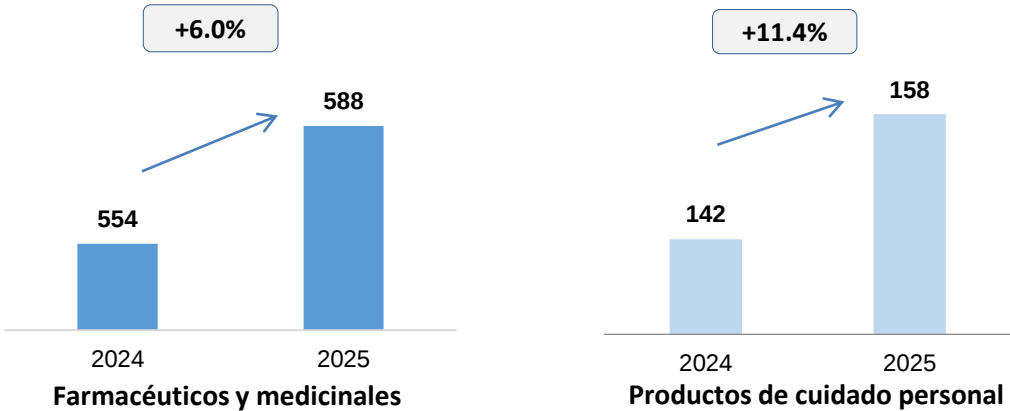
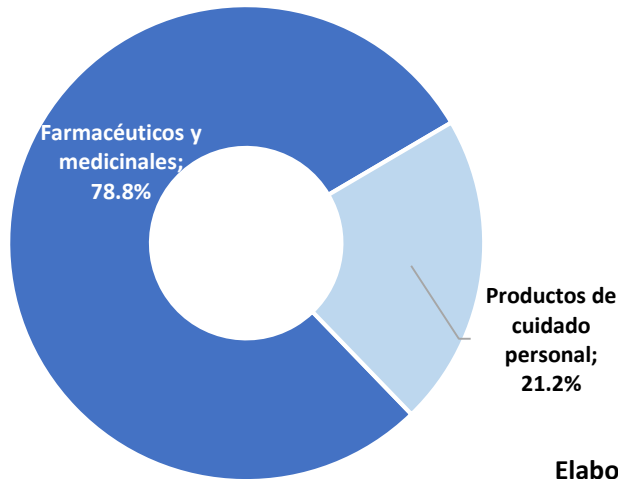


Gráfico Nº 12

Participación de las ventas por líneas de productos, mayo 2025

(Porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Ventas de Libros, periódicos y artículos de papelería **aumentaron en 2.4%**



PERÚ

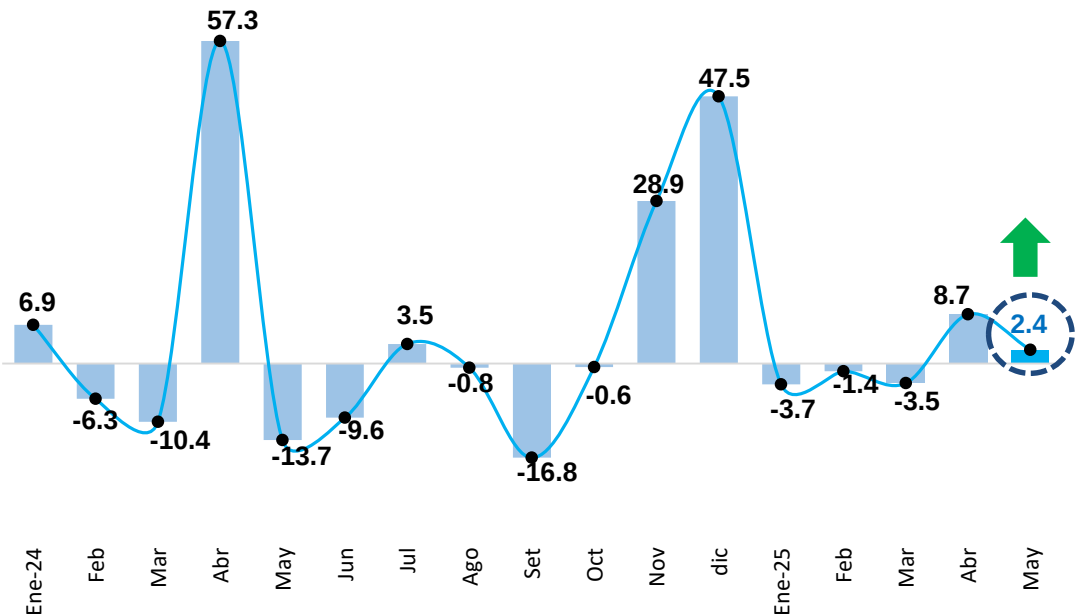
Ministerio de la Producción

- En mayo de 2025, las ventas en la actividad de **libros, periódicos y artículos de papelería** aumentaron 2.4% interanual, debido principalmente al aumento en la venta de papelería y útiles escolares (+17.2%). En contraste, este resultado fue atenuado por una fuerte reducción experimentada en las ventas de **productos diversos** (-73.6%), como regalos, juguetes y artículos de cómputo.

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, mayo 2024 y mayo 2025

(Millones de soles y Var.% interanual)

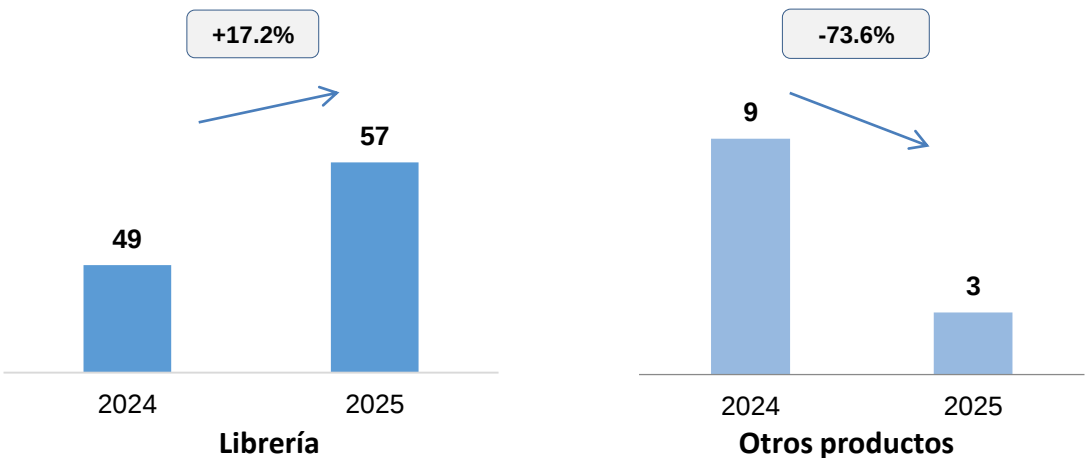
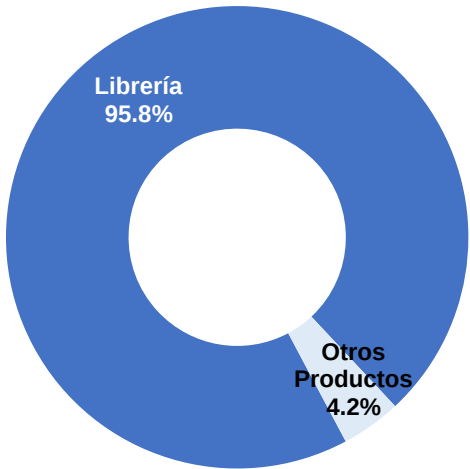


Gráfico N° 15

Participación de las ventas por líneas de producto, mayo 2025

(Porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Tiendas: Número de tiendas **aumentó en 11.2%**

Actividades

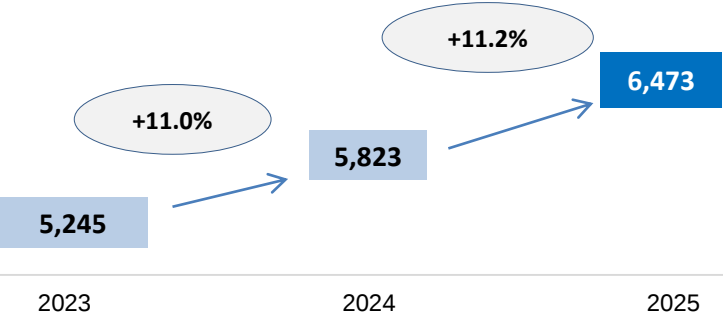
Número de aperturas (+) y cierres (-) de tiendas en mayo 2025^{1/}

Supermercados e hipermercados	+516
Tiendas por departamento	-4
Ferreterías y acabados del hogar	-1
Equipamiento del hogar	-8
Libros, periódicos y artículos de papelería	+7
Farmacias y boticas	+140

1/ En relación a similar mes del año anterior

Gráfico Nº 16

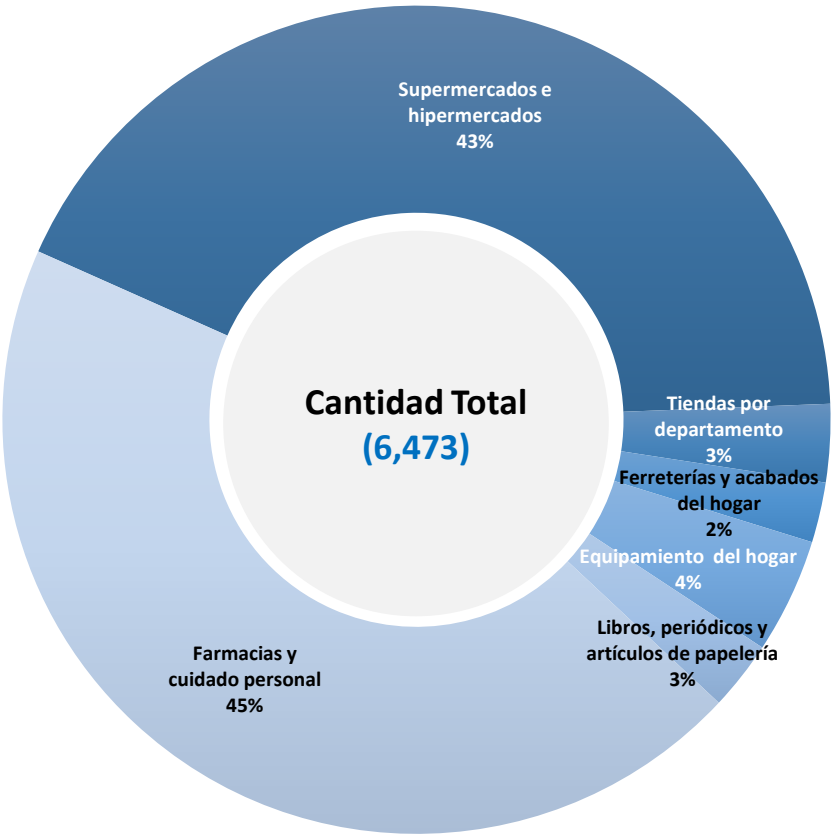
Evolución del número de tiendas del comercio interno: mayo 2023 – mayo 2025
(Cantidad y Variación %)



Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 17

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



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Nivel de empleo **aumentó en 3.9%** y registró **113 mil 019** puestos de trabajo

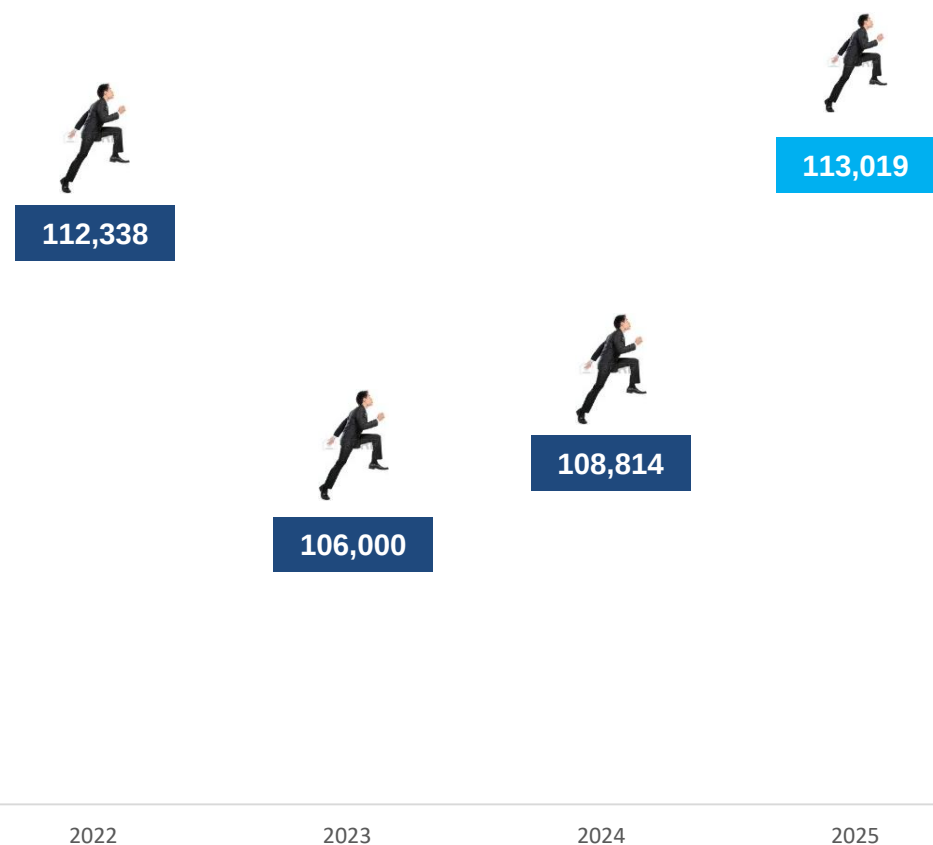


PERÚ

Ministerio
de la Producción

Gráfico N° 18

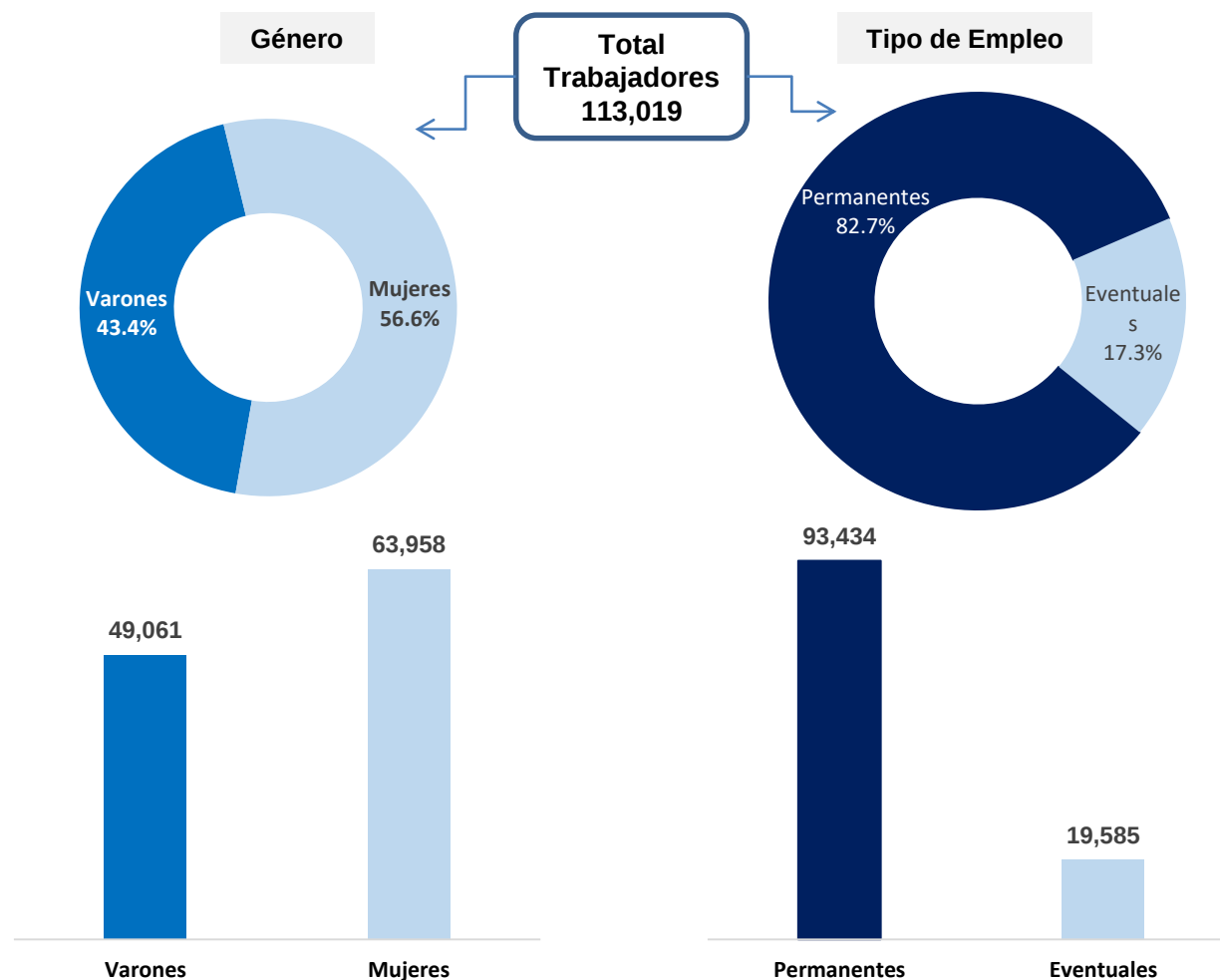
Número de trabajadores en el sector comercio interno
(mayo 2022 – mayo 2025)



Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico N° 19

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



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Cuadro Nº 2

Comercio Interno por actividades, 2023-2025

(Variación porcentual interanual)

Actividad	Var. % Interanual				Var.% Acum.			
	May 23/22	May 24/23	May 25/19	May 25/24	Ene – May (23/22)	Ene – May (24/23)	Ene – May (25/19)	Ene – May (25/24)
Total Comercio Interno	0.3	0.4	30.2	8.8	1.2	-0.1	26.7	4.8
Supermercados e Hipermercados	10.6	-1.5	49.8	10.8	68	4.3	45.2	4.5
Tiendas por departamento	-8.8	4.4	16.8	11.8	-2.4	-3.9	16.0	6.7
Ferreterías y acabados del hogar	-15.8	10.0	19.0	-0.1	-8.3	-7.5	14.2	2.8
Equipamiento del hogar	-7.2	3.4	12.7	11.8	-7.2	2.7	11.7	7.2
Libros, periódicos y artículos de papelería	-2.4	-13.7	22.5	2.4	21.8	-0.9	26.9	-0.7
Farmacias y boticas	0.8	-4.0	17.0	7.1	-0.9	-3.1	11.1	5.6

Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Elaboración: PRODUCE (OEE)

- ✓ En el acumulado de enero a mayo de 2025, las ventas del comercio interno crecieron 4.8% en comparación con el mismo periodo de 2024, impulsadas por la recuperación de la demanda interna, que mostró un crecimiento de 5.8%.
- ✓ Entre las actividades que más crecieron entre enero y mayo de 2025 destacan: Supermercados e hipermercados (+4.5%), Tiendas por departamento (+6.7%), Equipamiento del hogar (+7.2%), Ferreterías y acabados del hogar (+2.8%) y Farmacias y boticas (+5.6%). 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 (-0.7%).