



PERÚ

Ministerio
de la Producción

PRODUCE
produce.gob.pe



Reporte Coyuntural

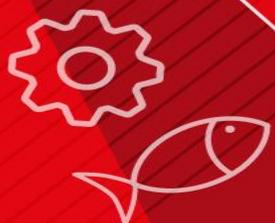
Comercio Interno

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

Julio 2025

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

Lima, Setiembre 2025



PRODUCE
Ministerio de la Producción

❑ En Julio de 2025

- ✓ Las ventas del comercio interno experimentaron una leve disminución de 0.6% con relación a julio de 2024. Este resultado se explica principalmente por las menores ventas registradas en las tiendas por departamento, equipamiento del hogar y farmacias, ante una moderación en la demanda de los hogares.

- ✓ Al analizar los distintos rubros del sector, se observa una disminución en las ventas de las **tiendas por departamento (-3.9%), ferreterías y acabados (-1.6%), equipamiento del hogar (-2.6%), librerías y artículos de papelería (-4.9%) y farmacias y boticas (-1.7%)**. En contraste, este desempeño fue atenuado parcialmente por la ligera alza registrada en los **supermercados e hipermercados (+2.0%)**.

- ✓ A continuación, se presentan a detalle el desempeño de cada rubro:
 - ❑ **Tiendas por departamento** (18.6% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad **disminuyeron en 3.9%**, debido a una caída en la demanda de prendas de vestir y calzado (-5.1%), artículos de uso doméstico (-4.9%) y muebles (-1.9%).
 - ❑ **Ferreterías y acabados** (12.0% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad **disminuyó ligeramente en 1.6%**, debido a una reducción en la ventas de artículos de uso doméstico (-26.8%) y artículos de ferretería (-3.5%).
 - ❑ **Equipamiento del hogar** (5.6% de las ventas internas): Esta actividad registró una leve **caída de 2.6%** en las ventas. A nivel de líneas de productos, se observa una significativa baja en las ventas de productos diversos (-37.2%) y muebles (-7.7%).
 - ❑ **Farmacias y boticas** (17.4% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad registraron una ligera **disminución de 1.7%**, asociada a una menor demanda de productos farmacéuticos y medicinales (-1.7%) y de productos de cuidado personal (-1.9%).
 - ❑ **Libros, periódicos y artículos de papelería** (1.4% de las ventas internas): Esta actividad registró una **caída de 4.9%**, atribuida a una disminución en las ventas de librerías (-5.8%) y productos diversos (-1.7%).
 - ❑ **Supermercados e hipermercados** (45.0% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad registraron un **aumento de 2.0%**, debido a una mayor demanda de alimentos (+4.5%), bebidas y tabaco (+3.5%) y productos farmacéuticos y cosméticos (+1.9%).

- **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

Julio 2025

(Variación porcentual interanual)



En julio de 2025, las **ventas del comercio interno experimentaron una ligera caída de 0.6%**, debido principalmente a una disminución en la facturación de las **tiendas por departamento (-3.9%), ferreterías y acabados (-1.6%), equipamiento del hogar (-2.6%), farmacias y boticas (-1.7%) y libros, periódicos y artículos de papelería (-4.9%)**.

Sin embargo, destaca el desempeño positivo del rubro de **supermercados e hipermercados que registró un crecimiento de 2.0%**, impulsado por el aumento en la venta de alimentos y bebidas. Este resultado refleja una mayor demanda de productos de la canasta básica familiar.

Las ventas de comercio interno disminuyeron en 0.6%



En julio de 2025, las ventas del comercio interno experimentaron una ligera caída de 0.6% interanual, debido principalmente a una reducción en las ventas de tiendas por departamento (-3.9%), ferreterías y acabados (-1.6%), equipamiento del hogar (-2.6%), artículos de librería (-4.9%) y farmacias y boticas (-1.7%). Sin embargo, se destacó el incremento en las ventas de los supermercados (+2.0%).

Cuadro Nº 1

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

(Millones de soles a precios corrientes)

CIU (a)	Actividad	Jul-24	Jul-25	Var % Jul (25/24)
	Total	4,475	4,448	-0.6
4711	Supermercados e hipermercados	1,960.6	1,999.4	2.0
4719	Tiendas por departamentos ^{1/}	859.8	826.2	-3.9
4752	Ferreterías y acabados	542.5	533.7	-1.6
4759	Equipamiento del hogar	257.2	250.4	-2.6
4772	Farmacias y boticas	787.6	774.1	-1.7
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	67.0	63.8	-4.9

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

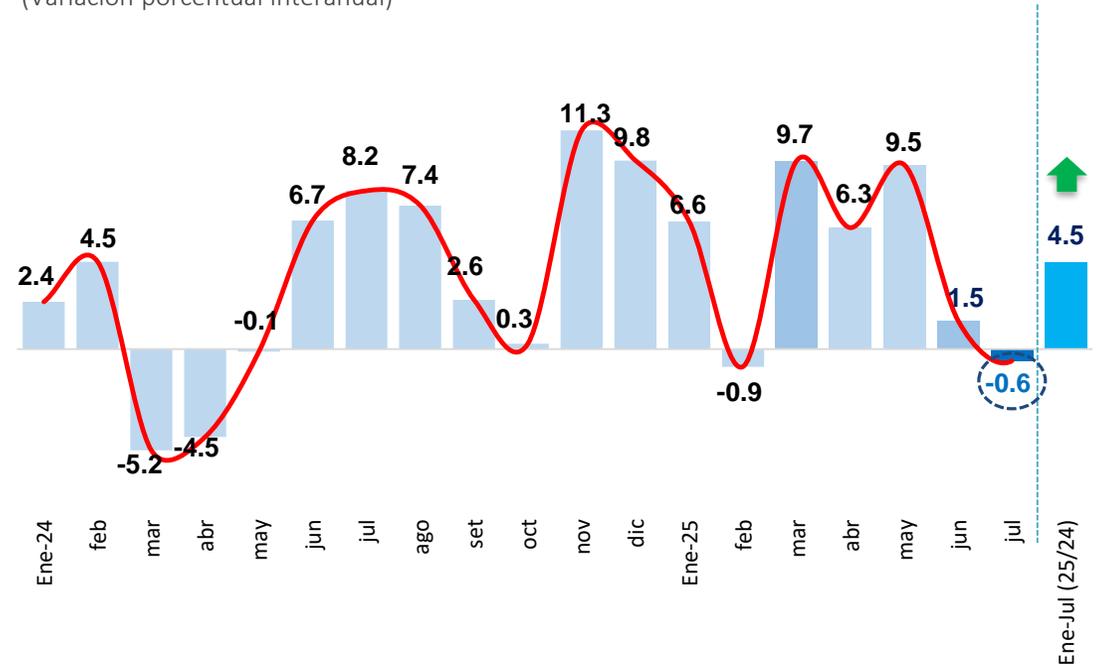
^{1/} Las ventas internas corresponden al comercio interno de (Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas) y representan aprox. el 98.5% del total; se excluye las ventas al por menor de combustibles de la actividad CIU 4730.

^{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)



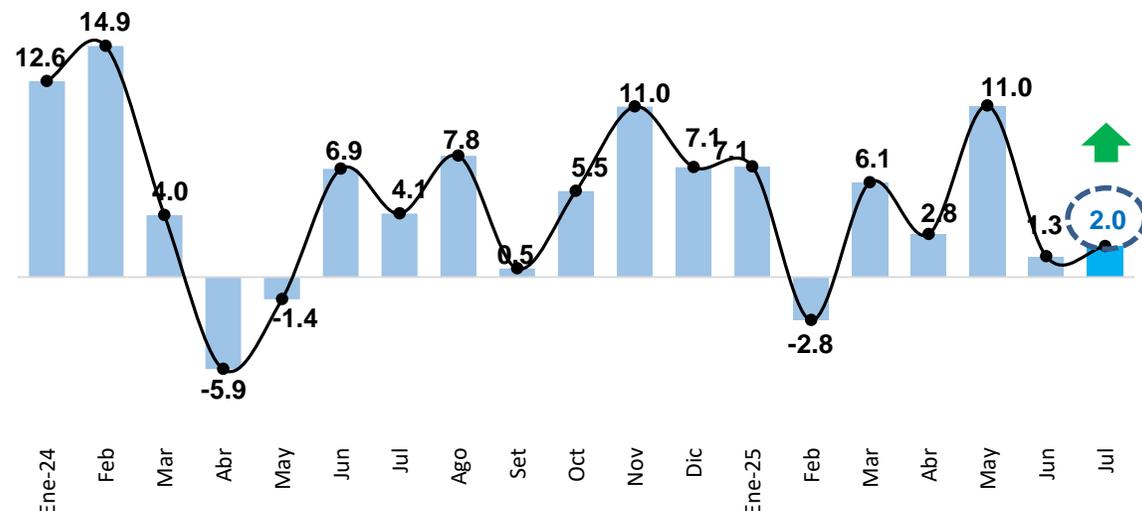
Ventas de supermercados e hipermercados **aumentaron en 2.0%**

- Las ventas en **supermercados e hipermercados** registraron un aumento interanual de **2.0%** en julio de 2025. Este aumento se atribuye principalmente a 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 (+4.5%)** y **bebidas y tabaco (+3.5%)**. En contraste, fue atenuado por una reducción en las ventas de artículos de uso doméstico (-4.3%) y prendas de vestir (-3.3%).

Gráfico Nº 2

Evolución de las ventas de supermercados e hipermercados

(Variación porcentual interanual)

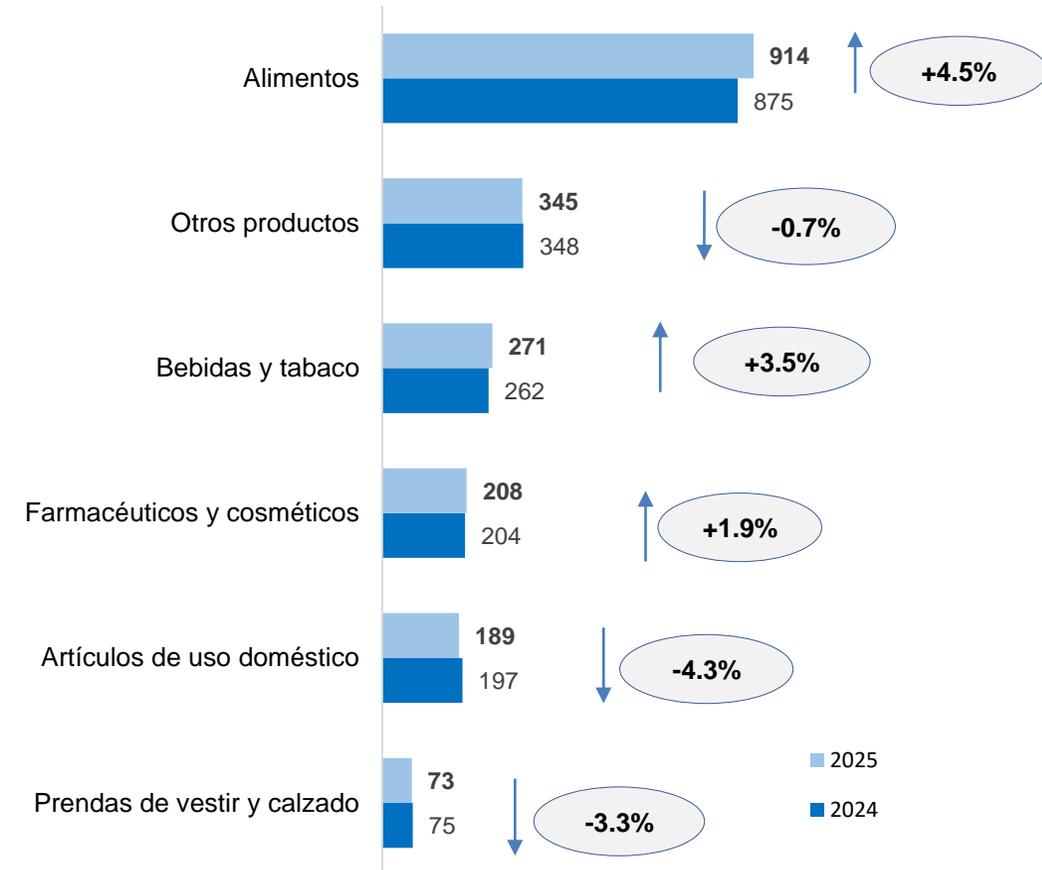


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 3

Ventas por líneas de productos, julio 2024 y julio 2025

(Millones de soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Ventas de tiendas por departamento **disminuyeron en 3.9%**

- En julio de 2025, las ventas en las **tiendas por departamento** registraron una **disminución interanual de 3.9%**, debido a una moderación en la demanda de los hogares.
- Entre las principales líneas de productos que disminuyeron sus ventas este mes se encuentran: **prendas de vestir y calzado (-5.1%)**, **artículos de uso doméstico (-4.9%)**, **muebles (-1.9%)**, entre otros productos.

Gráfico Nº 4

Evolución de las ventas de tiendas por departamento

(Variación porcentual interanual)

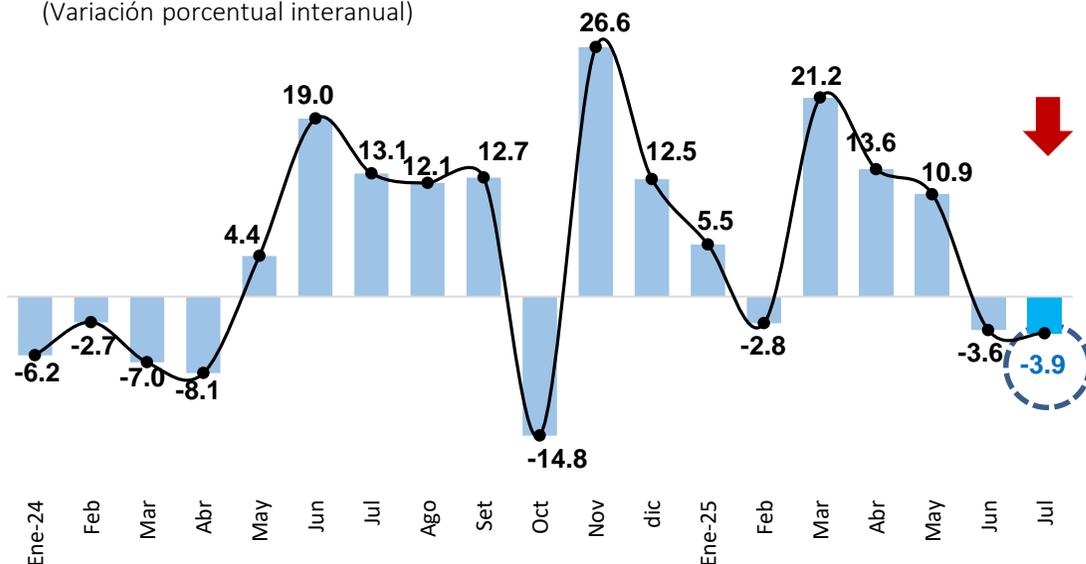
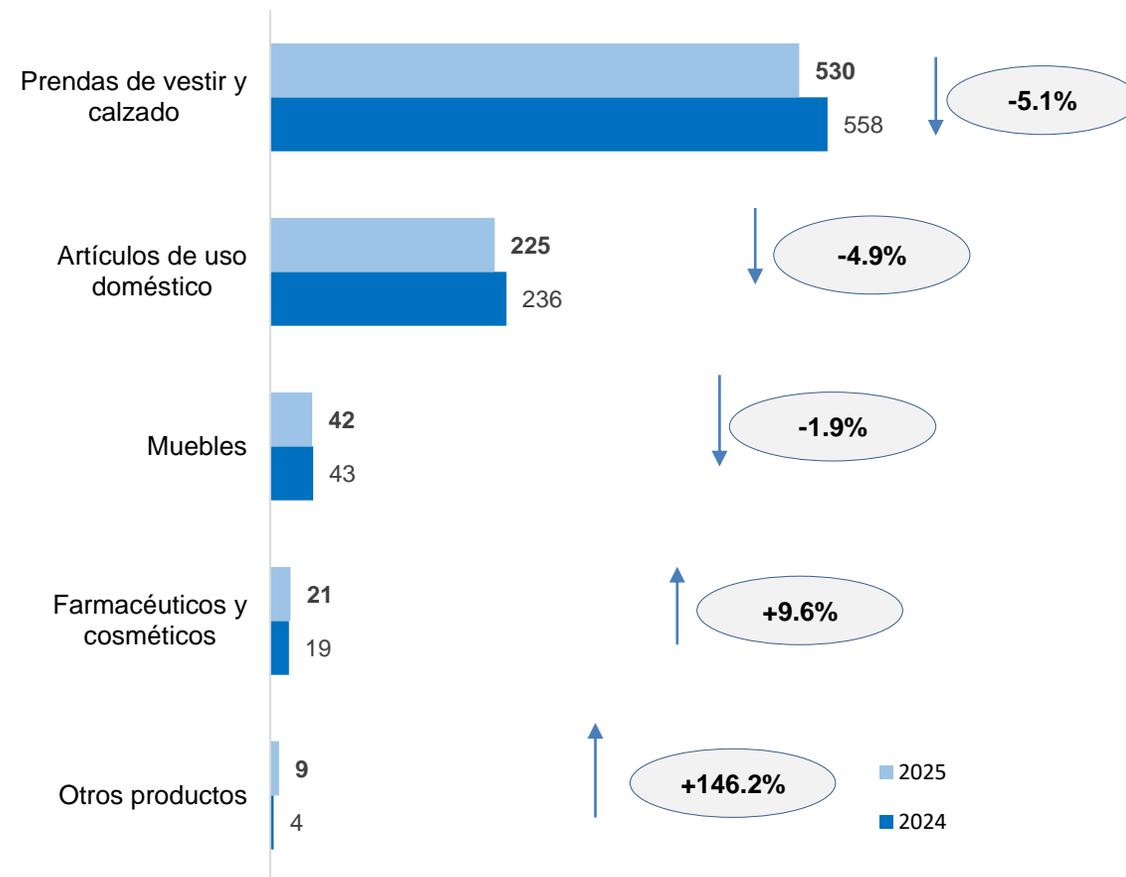


Gráfico Nº 5

Ventas por líneas de productos, julio 2024 y julio 2025

(Millones de soles y Var.% interanual)



Ferreterías y acabados disminuyeron sus ventas en 1.6%



PERÚ

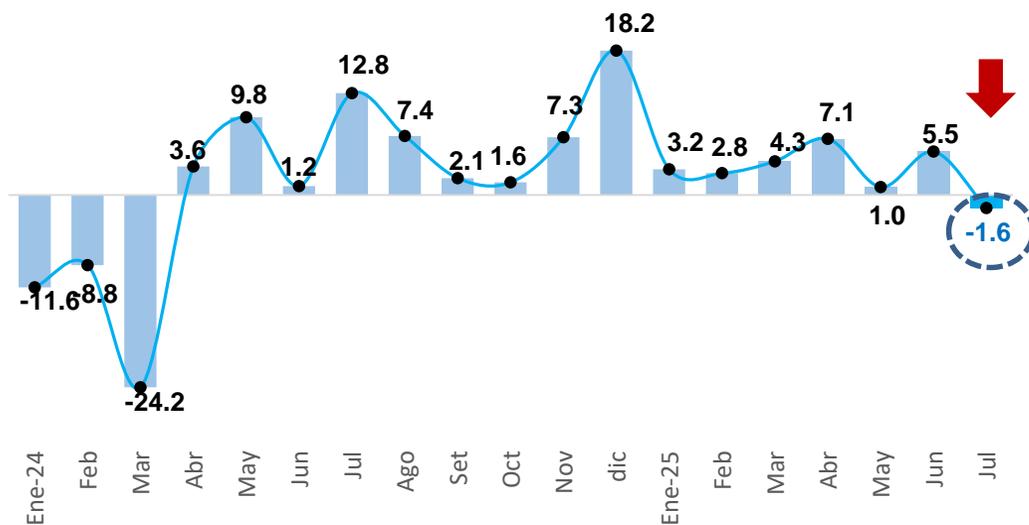
Ministerio de la Producción

- En julio de 2025, las ventas de productos relacionados con la actividad de **ferreterías y acabados** disminuyeron ligeramente en 1.6% 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** (-3.5%) y **artículos de uso doméstico** (-26.8%). Sin embargo, destaca el crecimiento de las ventas de **muebles** (+3.6%) y **productos diversos** (+4.9%).

Gráfico N° 6

Evolución de las ventas de ferreterías y acabados

(Variación porcentual interanual)

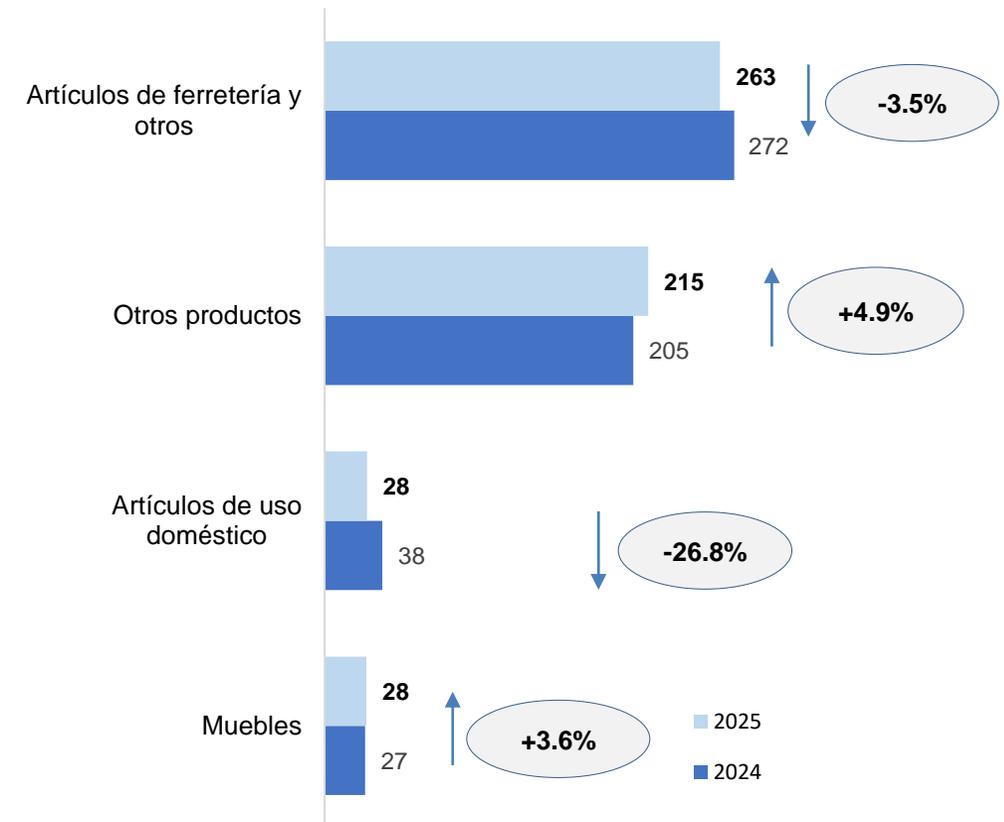


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico N° 7

Ventas por líneas de productos, julio 2024 y julio 2025

(Millones de soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Equipamiento del hogar **disminuyeron sus ventas en 2.6%**

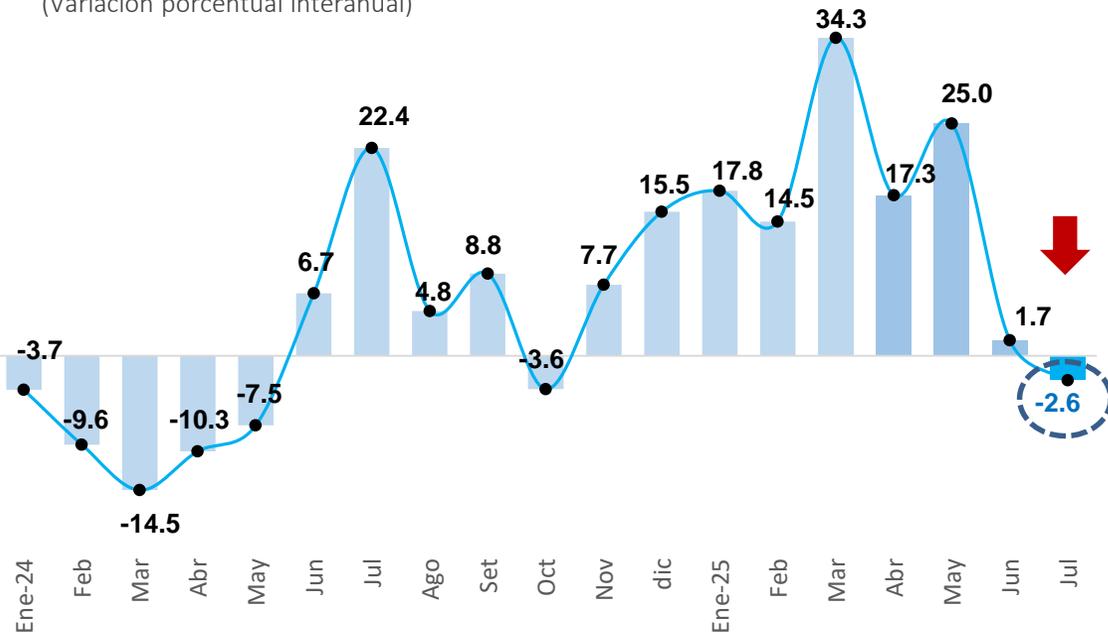


- En julio de 2025, las ventas de productos relacionados con el **equipamiento del hogar** registraron una **disminución interanual de 2.6%**. Este resultado estuvo asociado a las menores ventas de **productos diversos** (-37.2%), en particular, productos de línea blanca, marrón y equipos electrónicos. Asimismo, se registró una reducción en las ventas de **muebles** (-7.7%).

Gráfico N° 8

Evolución de las ventas de equipamiento del hogar

(Variación porcentual interanual)

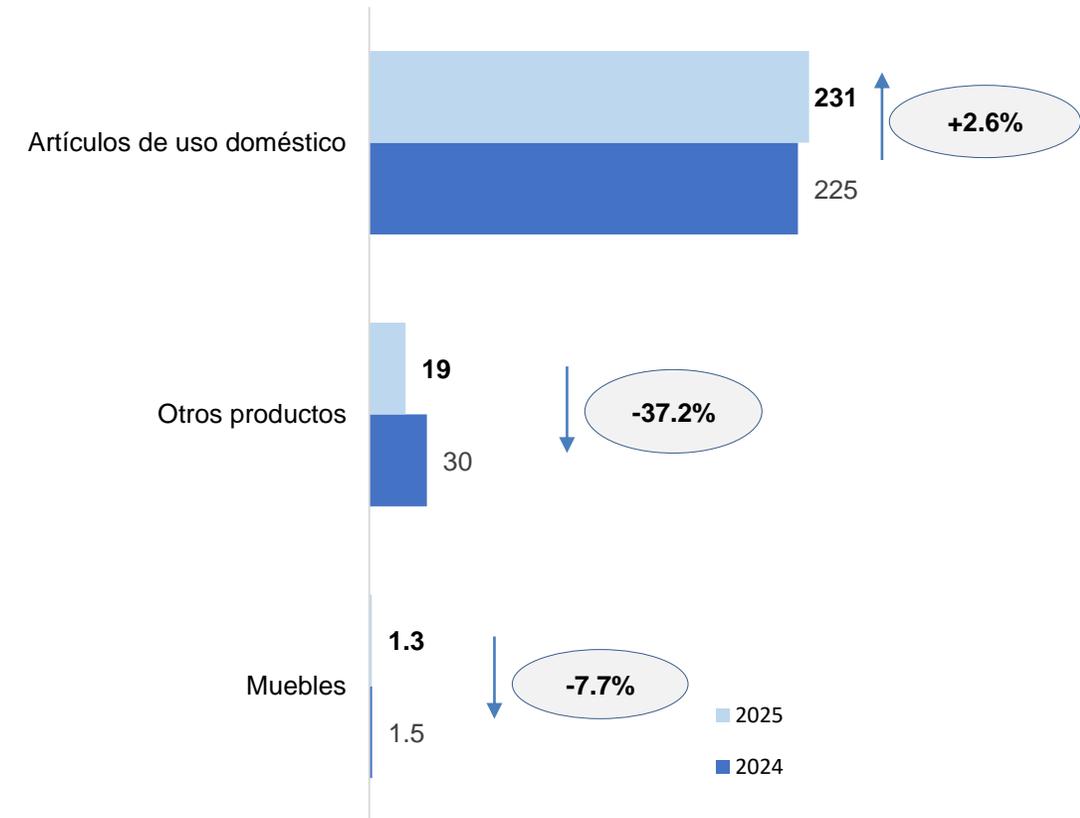


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico N° 9

Ventas por líneas de productos, julio 2024 y julio 2025

(Millones de soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

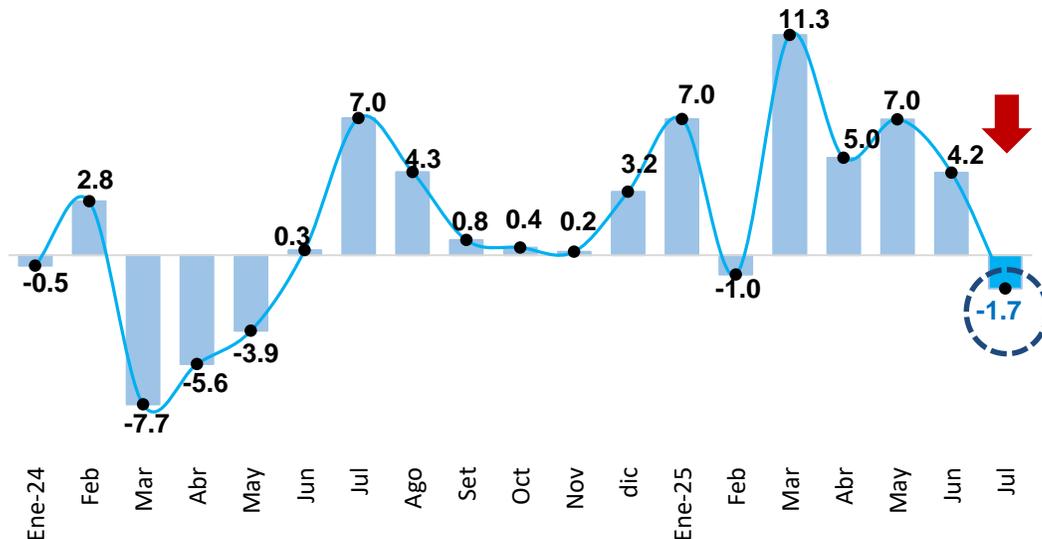
Ventas de Farmacias y boticas **disminuyeron en 1.7%**

- En julio de 2025, las ventas de **farmacias y boticas** experimentaron una disminución de **1.7% interanual**, debido principalmente por el menor dinamismo en la comercialización de productos farmacéuticos y medicinales (-1.7%), especialmente, a través de canales modernos.
- Asimismo, también se aprecia una disminución en la venta de **productos de cuidado personal** (-1.9%).

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, julio 2024 y julio 2025

(Millones de soles y Var.% interanual)

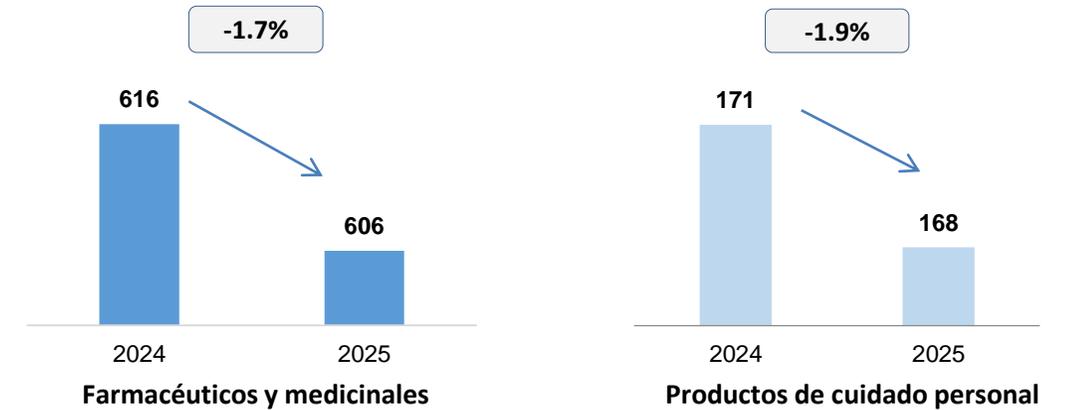
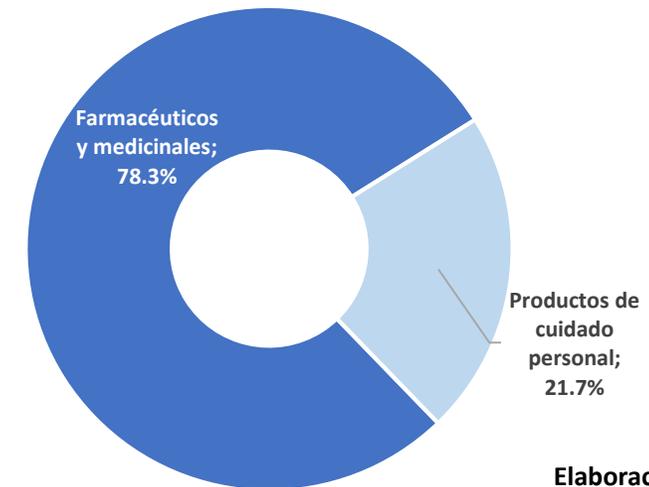


Gráfico N° 12

Participación de las ventas por líneas de productos, julio 2025

(Porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Ventas de Libros, periódicos y artículos de papelería **disminuyeron en 4.9%**



PERÚ

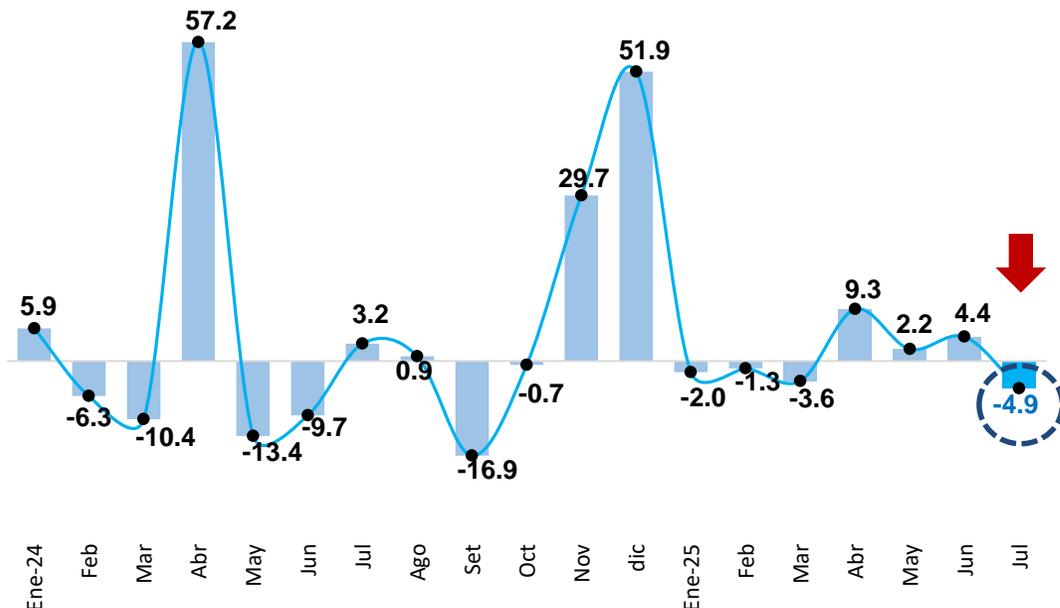
Ministerio de la Producción

- En julio de 2025, las ventas en la actividad de **libros, periódicos y artículos de papelería** disminuyeron 4.9% interanual, debido principalmente a la caída en la venta de papelería y útiles escolares (-5.8%). Asimismo, disminuyeron las ventas de **productos diversos** (-1.7%), tales 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, julio 2024 y julio 2025

(Millones de soles y Var.% interanual)

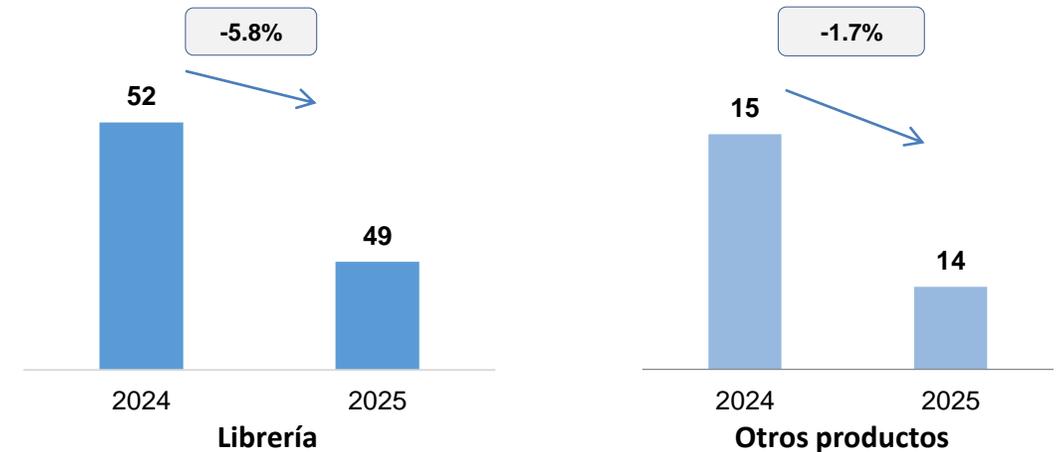
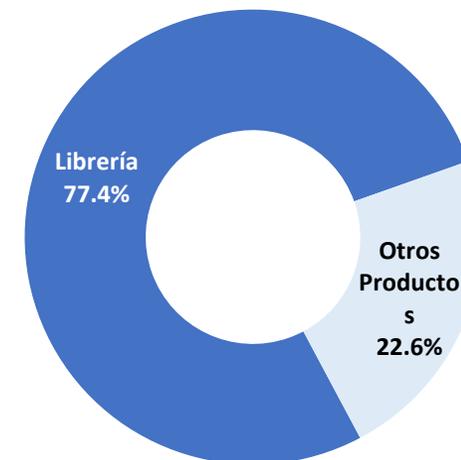


Gráfico N° 15

Participación de las ventas por líneas de producto, julio 2025

(Porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Tiendas: Número de tiendas **aumentó en 8.2%**



PERÚ

Ministerio de la Producción

Actividades

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

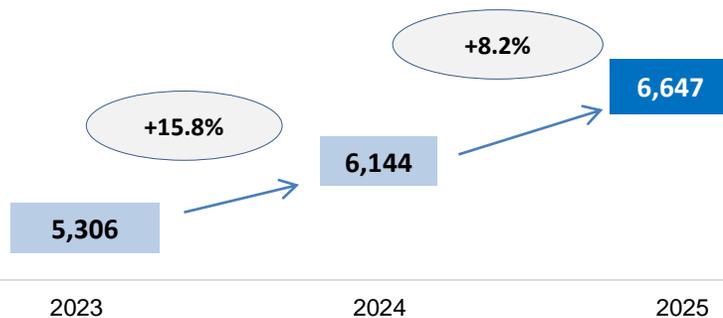
Supermercados e hipermercados	+404
Tiendas por departamento	--
Ferreterías y acabados del hogar	--
Equipamiento del hogar	-24
Libros, periódicos y artículos de papelería	+1
Farmacias y boticas	+122

1/ En relación a similar mes del año anterior

Gráfico N° 16

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

(Cantidad y Variación %)

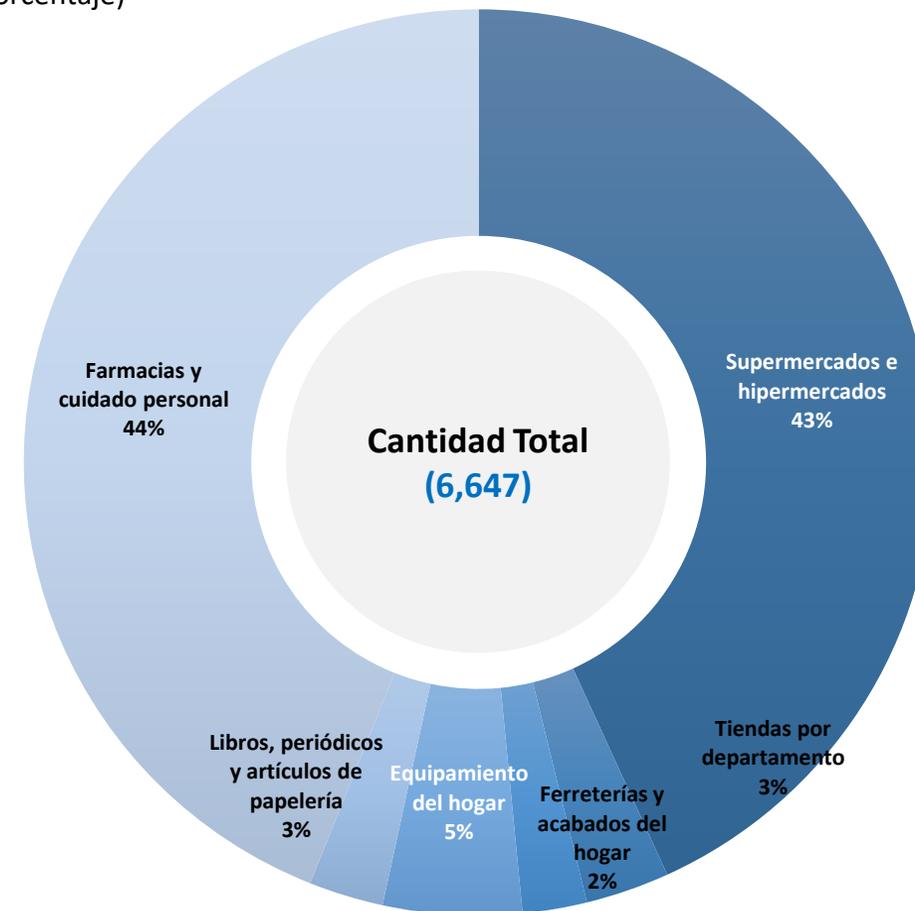


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico N° 17

Participación del total de tiendas por actividad, julio 2025

(Porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Nivel de empleo aumentó en 3.5% y registró 115 mil 134 puestos de trabajo



PERÚ

Ministerio de la Producción

Gráfico N° 18

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

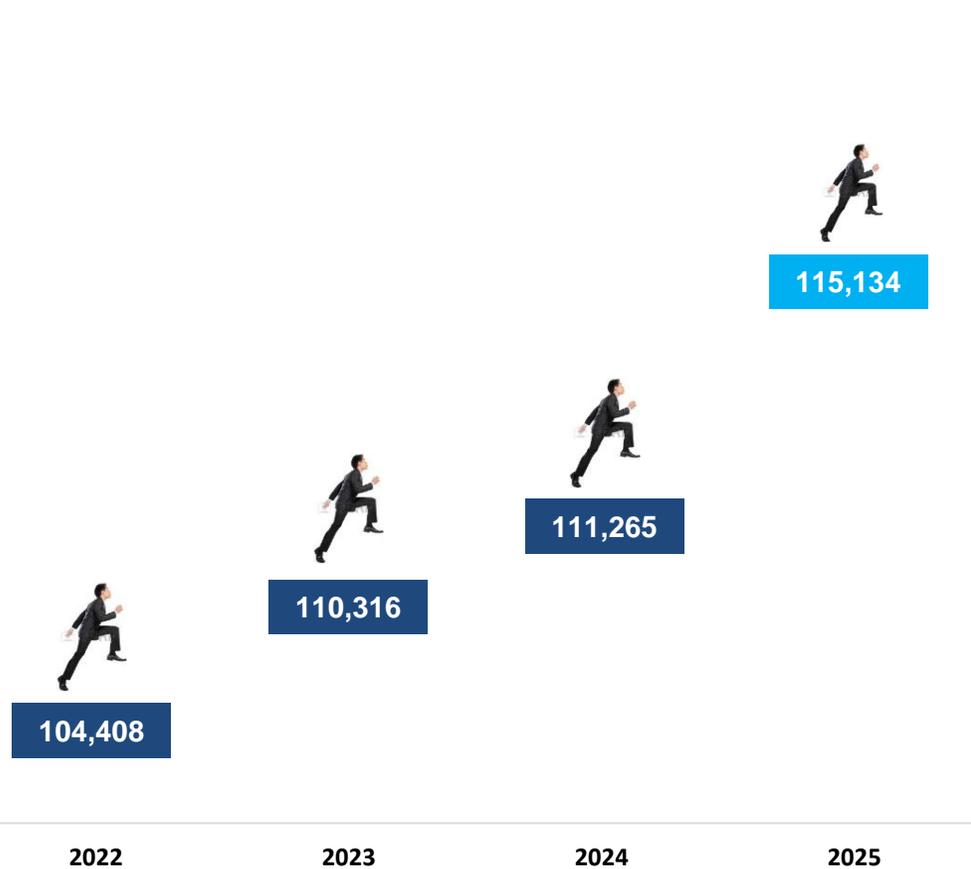
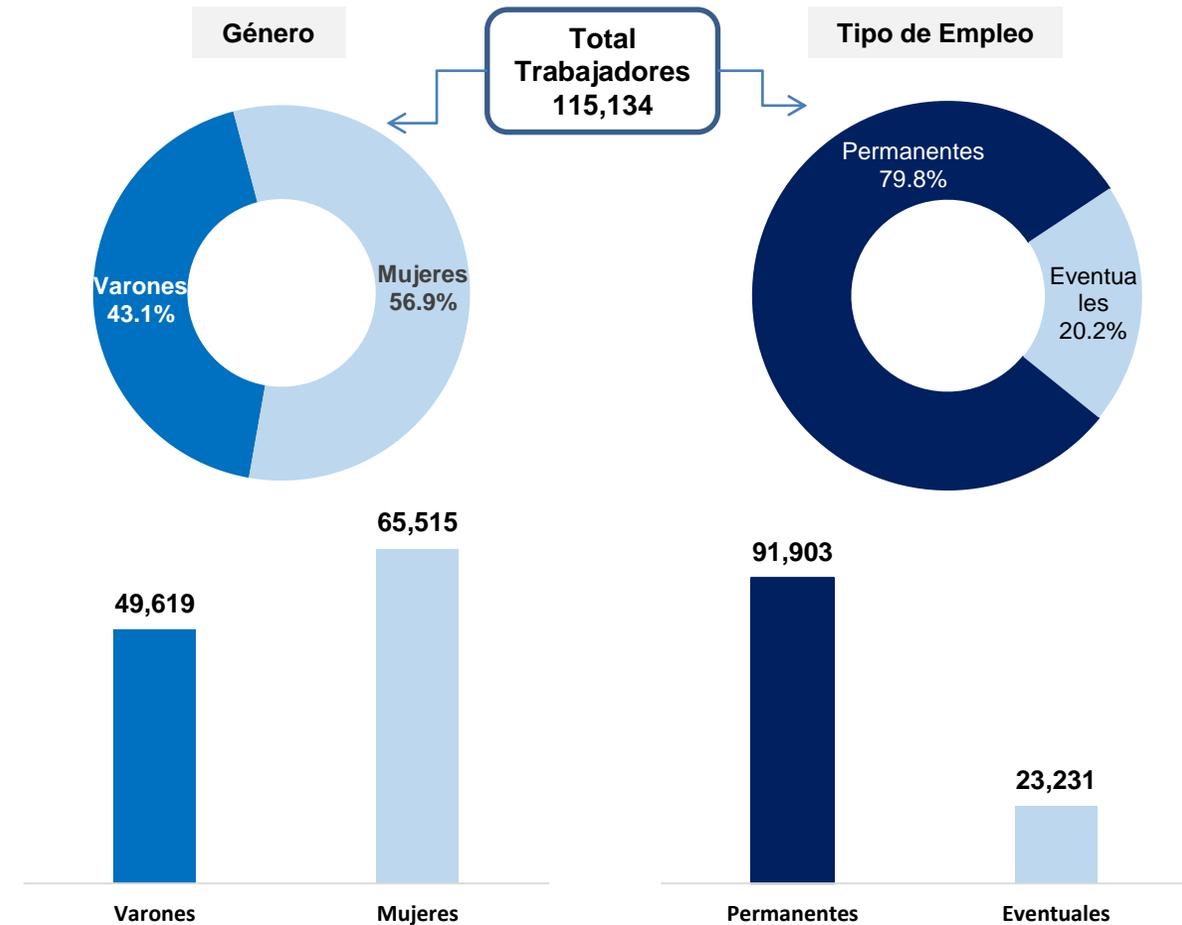


Gráfico N° 19

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



Cuadro Nº 2

Comercio Interno por actividades, 2023-2025

(Variación porcentual interanual)

Actividad	Var. % Interanual				Var.% Acum.			
	Jul 23/22	Jul 24/23	Jul 25/19	Jul 25/24	Ene – Jul (23/22)	Ene – Jul (24/23)	Ene – Jul (25/19)	Ene – Jul (25/24)
Total Comercio Interno	-4.3	8.2	27.1	-0.6	-0.3	1.6	27.2	4.5
Supermercados e Hipermercados	5.0	4.1	42.2	2.0	6.2	4.6	44.4	3.9
Tiendas por departamento	-12.4	13.1	21.3	-3.9	-5.9	2.1	18.0	5.2
Ferreterías y acabados del hogar	-17.8	12.8	12.2	-1.6	-11.0	-3.8	15.4	3.1
Equipamiento del hogar	-12.3	22.4	2.3	-2.6	-8.3	-2.7	8.4	14.7
Libros, periódicos y artículos de papelería	-4.4	3.2	20.7	-4.9	15.0	-1.4	25.7	-0.4
Farmacias y boticas	-4.3	7.0	21.3	-1.7	-1.1	-1.2	13.8	4.4

Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Elaboración: PRODUCE (OEE)

- ✓ En el acumulado de enero a julio de 2025, las ventas del comercio interno crecieron 4.5% en comparación con el mismo periodo del 2024, impulsadas por la recuperación de la demanda interna, que mostró un crecimiento de 6.5%.
- ✓ Entre las actividades que más crecieron entre enero y julio de 2025 destacan: Supermercados e hipermercados (+3.9%), Tiendas por departamento (+5.2%), Equipamiento del hogar (+14.7%), Ferreterías y acabados del hogar (+3.1%) y Farmacias y boticas (+4.4%). En contraste, este crecimiento fue atenuado parcialmente por una ligera caída en las ventas de libros, periódicos y artículos de papelería (-0.4%).