



PERÚ

Ministerio
de la Producción



Reporte Coyuntural

Comercio Interno

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

Setiembre 2025

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

Lima, Noviembre 2025



PRODUCE
Ministerio de la Producción

❑ En Setiembre de 2025

- ✓ Las ventas del comercio interno registraron un crecimiento de 3.8% con relación a setiembre de 2024. Este resultado fue impulsado por el incremento en las ventas de los supermercados e hipermercados, tiendas por departamento, librerías y farmacias, favorecido por el desempeño positivo de la demanda interna (+4.5%).
- ✓ Al analizar los distintos rubros, se observa un aumento en las ventas de los **supermercados e hipermercados (+4.5%)**, **tiendas por departamento (+3.4%)**, **farmacias y boticas (+8.2%)** y **librerías y artículos de papelería (+2.3%)**. En contraste, este comportamiento fue atenuado por una disminución en las ventas de equipamiento del hogar (-0.2%) y ferreterías y acabados (-2.7%).
- ✓ A continuación, se presentan a detalle el desempeño de cada rubro:
 - ❑ **Supermercados e hipermercados** (47.5% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad registraron un **aumento de 4.5%**, debido a un incremento en la demanda de alimentos (+4.6%), bebidas y tabaco (+10.2%) y productos farmacéuticos y cosméticos (+1.7%).
 - ❑ **Tiendas por departamento** (15.3% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad **crecieron en 3.4%**, impulsadas por la mayor demanda de prendas de vestir y calzado (+1.9%), farmacéuticos y cosméticos (+22.1%), artículos de uso doméstico (+4.9%) y productos diversos (+17.6%).
 - ❑ **Farmacias y boticas** (18.5% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad registraron un **aumento de 8.2%**, impulsadas por una mayor demanda de productos farmacéuticos y medicinales (+10.7%). En contraste, fue atenuado parcialmente por una disminución en las ventas de productos de cuidado personal (-1.3%).
 - ❑ **Libros, periódicos y artículos de papelería** (1.6% de las ventas internas): Esta actividad registró un **aumento de 2.3%**, atribuido principalmente a un incremento en las ventas de productos de librerías (+8.0%).
 - ❑ **Equipamiento del hogar** (5.2% de las ventas internas): Esta actividad registró una ligera **disminución de 0.2%** en las ventas, debido a una caída en la demanda de muebles (-16.8%). En contraste, se observa un aumento en la ventas de productos diversos (+7.9%) y de artículos uso doméstico (+0.9%).
 - ❑ **Ferreterías y acabados** (11.9% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad **disminuyeron en 2.7%**, debido a una reducción en las ventas de artículos de ferretería (-7.2%) y productos diversos (-0.3%).

- **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

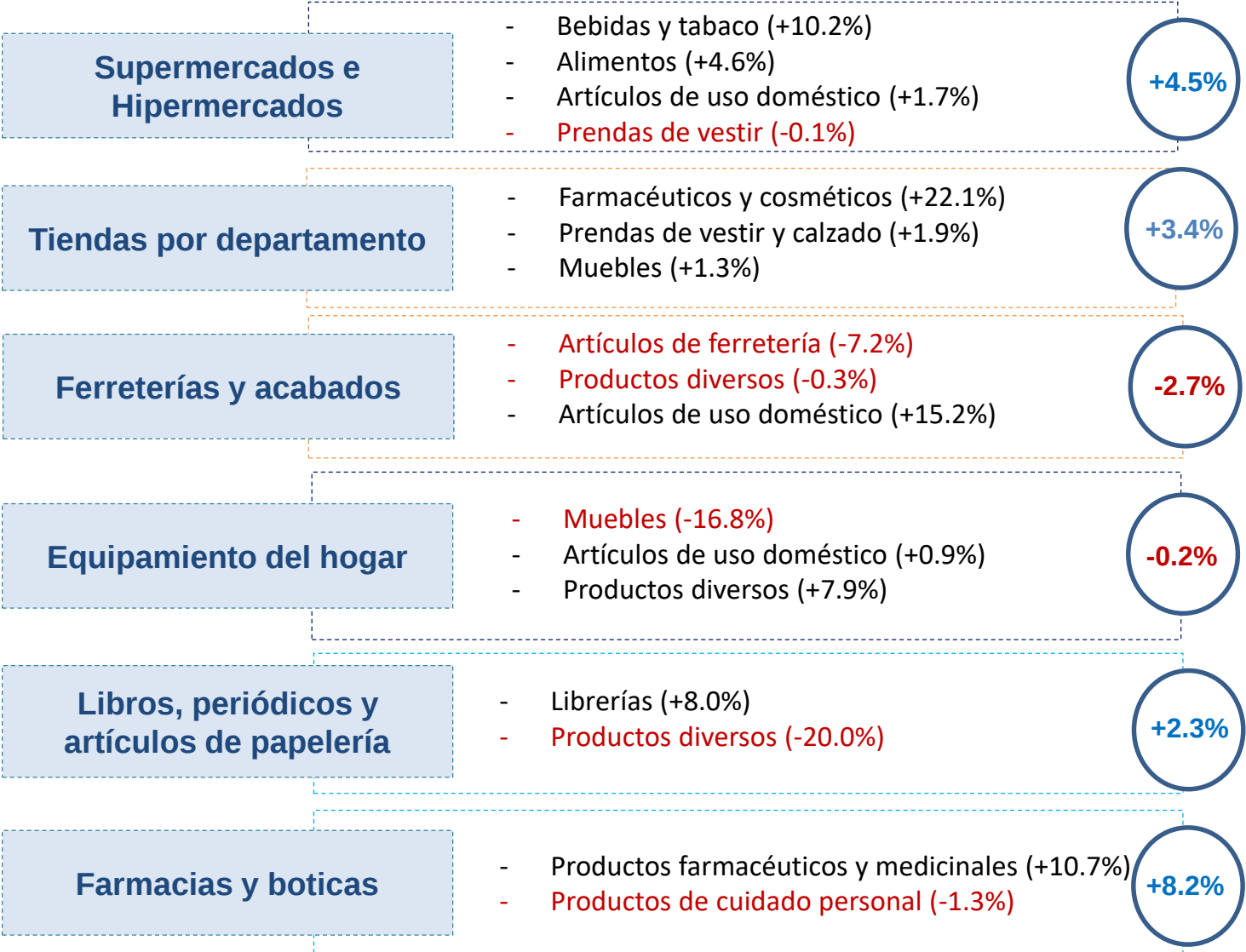


PERÚ

Ministerio
de la Producción

Setiembre 2025

(Variación porcentual interanual)



En setiembre de 2025, las **ventas del comercio interno aumentaron en 3.8%**, impulsadas principalmente por el aumento en la facturación de los **supermercados e hipermercados (+4.5%)**, **tiendas por departamento (+3.4%)**, **farmacias y boticas (+8.2%)** y **libros, periódicos y artículos de papelería (+2.3%)**. Este crecimiento refleja una mayor demanda de bienes de la canasta básica familiar, así como de artículos para el hogar.

En contraste, este desempeño positivo del sector fue atenuado por una disminución de las actividades de **equipamiento del hogar (-0.2%)** y **ferreterías y acabados (-2.7%)**.

Las ventas de comercio interno **aumentaron en 3.8%**

En setiembre de 2025, las **ventas del comercio interno aumentaron en 3.8% interanual**, impulsadas por una mayor demanda de productos de los supermercados (+4.5%), tiendas por departamento (+3.4%), librerías (+2.3%) y farmacias y boticas (+8.2%). Sin embargo, este resultado fue atenuado parcialmente por las menores ventas registradas en las actividades de equipamiento del hogar (-0.2%) y ferreterías y acabados (-2.7%).

Cuadro Nº 1

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

(Millones de soles a precios corrientes)

CIIU (a)	Actividad	Set-24	Set-25	Var % Set (25/24)
	Total	3,798	3,942	3.8
4711	Supermercados e hipermercados	1,792.1	1,873.2	4.5 
4719	Tiendas por departamentos ^{1/}	583.5	603.5	3.4 
4752	Ferreterías y acabados	481.2	468.2	-2.7 
4759	Equipamiento del hogar	205.5	205.1	-0.2 
4772	Farmacias y boticas	673.1	728.6	8.2 
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	62.3	63.8	2.3 

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.

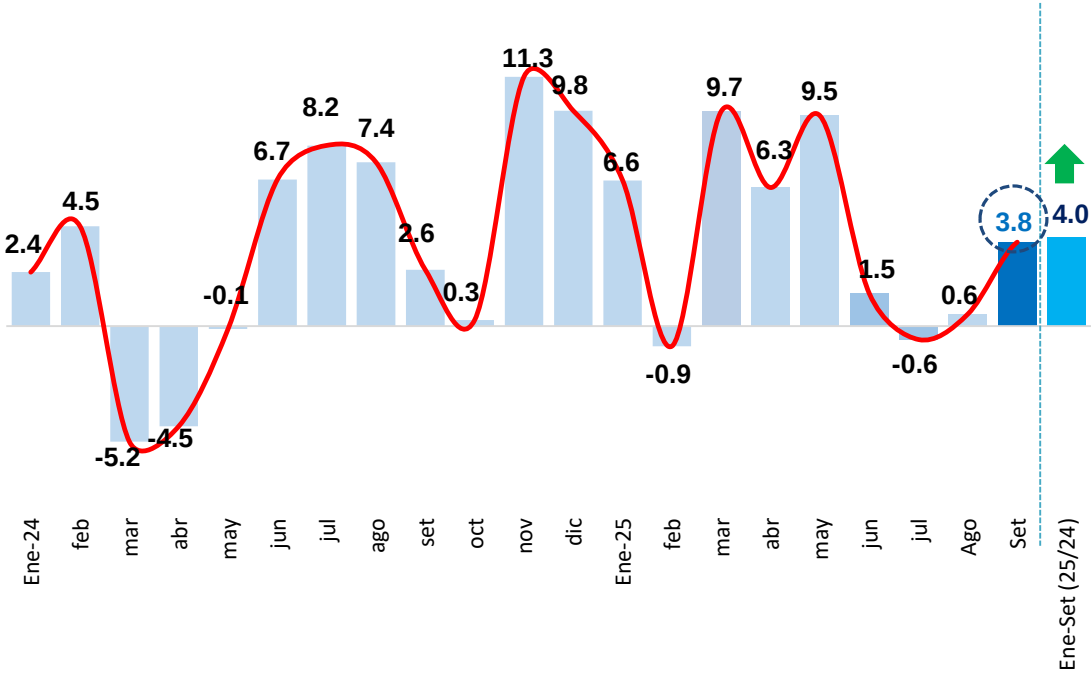
^{2/} Se refiere a tiendas de grandes dimensiones con variedad de productos.

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)

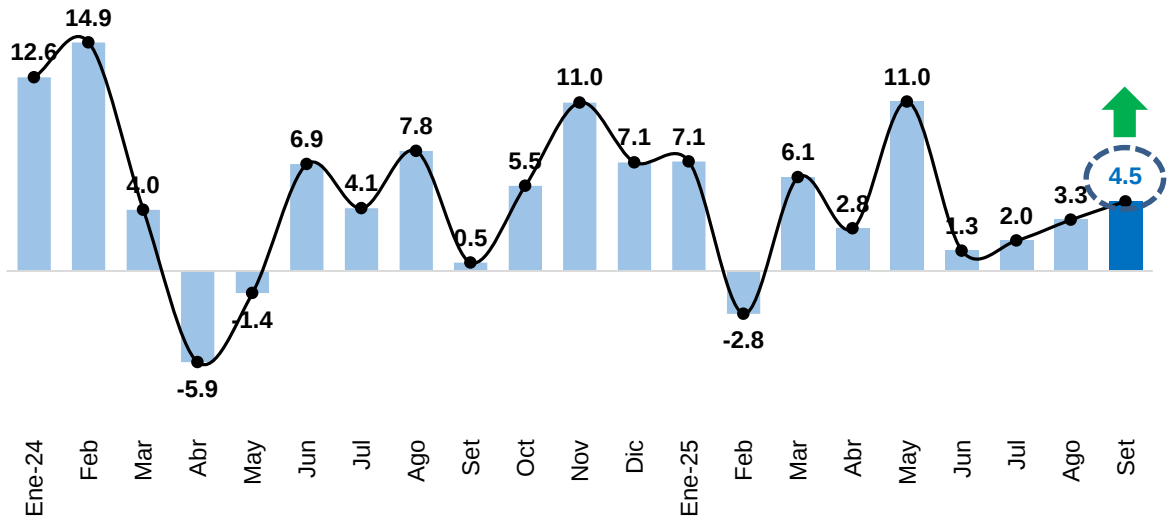
Ventas de supermercados e hipermercados **aumentaron en 4.5%**

- Las ventas en **supermercados e hipermercados** registraron un aumento **interanual de 4.5%** en setiembre 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 impulsaron este crecimiento destacan: **alimentos (+4.6%)**, **bebidas y tabaco (+10.2%)**, **artículos de uso doméstico (+1.7%)** y **productos diversos (+4.1%)**.

Gráfico N° 2

Evolución de las ventas de supermercados e hipermercados

(Variación porcentual interanual)

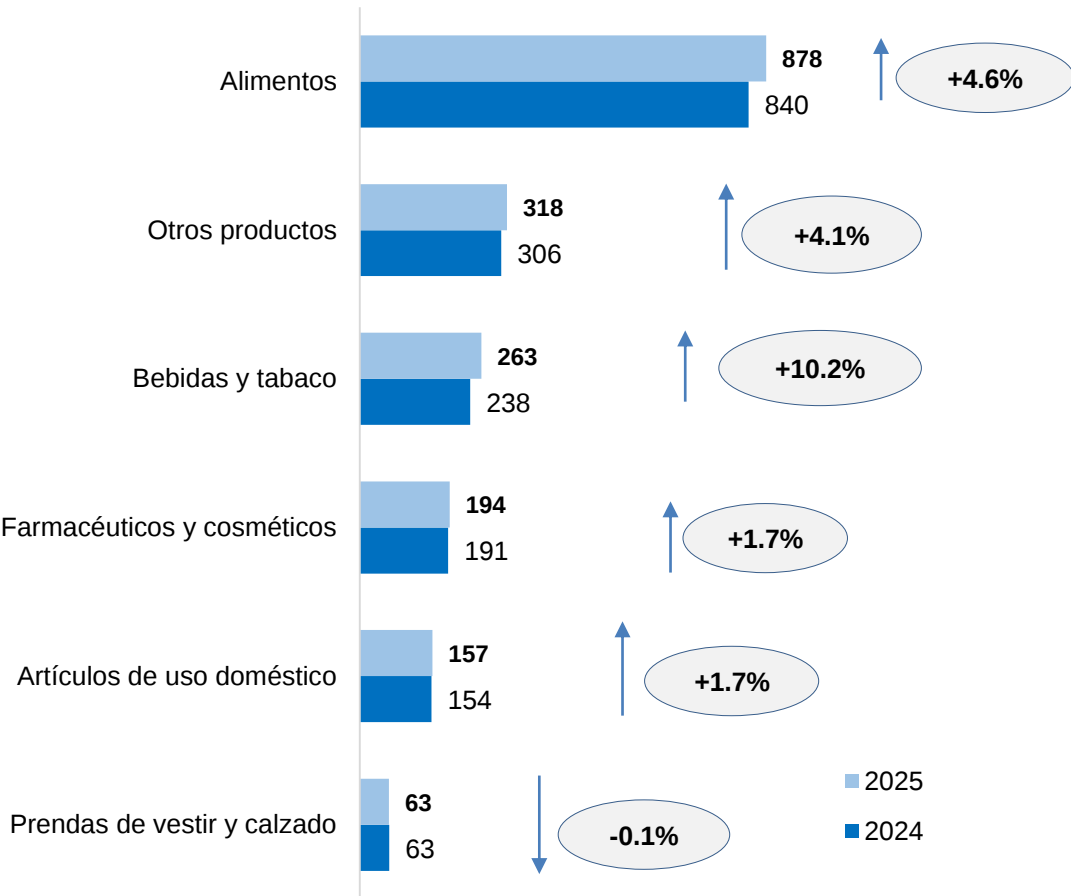


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico N° 3

Ventas por líneas de productos, Setiembre 2024 y Setiembre 2025

(Millones de soles y Var.% interanual)



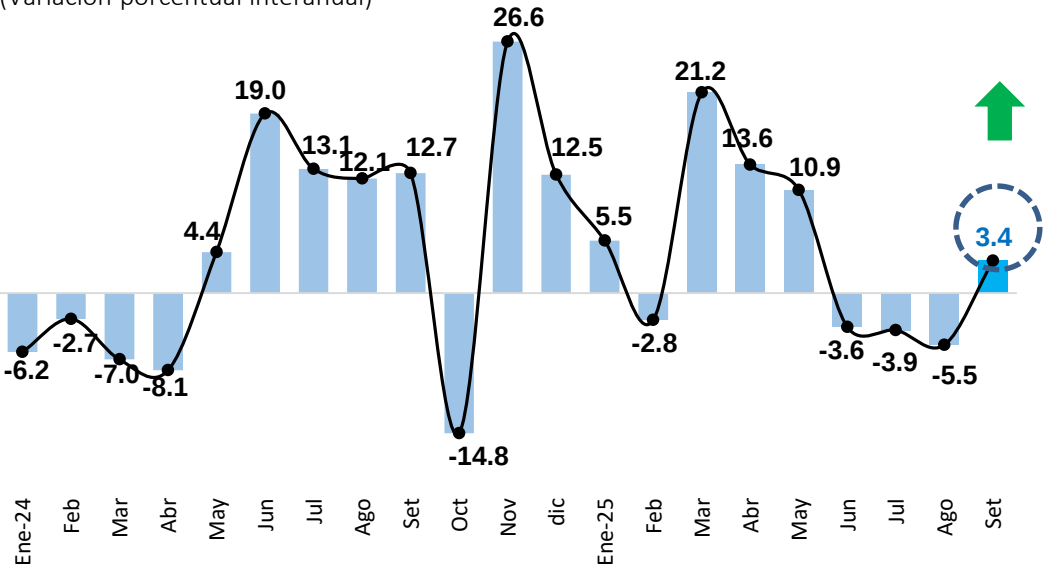
Elaboración: PRODUCE (OEE)

Ventas de tiendas por departamento **aumentaron en 3.4%**

- En setiembre de 2025, las ventas en las **tiendas por departamento** registraron un **incremento interanual de 3.4%**, impulsado por un aumento en la demanda interna.
- Todas las líneas de productos de esta actividad aumentaron sus ventas: **prendas de vestir y calzado (+1.9%)**, **farmacéuticos y cosméticos (+22.1%)**, **artículos de uso doméstico (+4.9%)** y **productos diversos (+17.6%)**, entre otras.

Gráfico N° 4

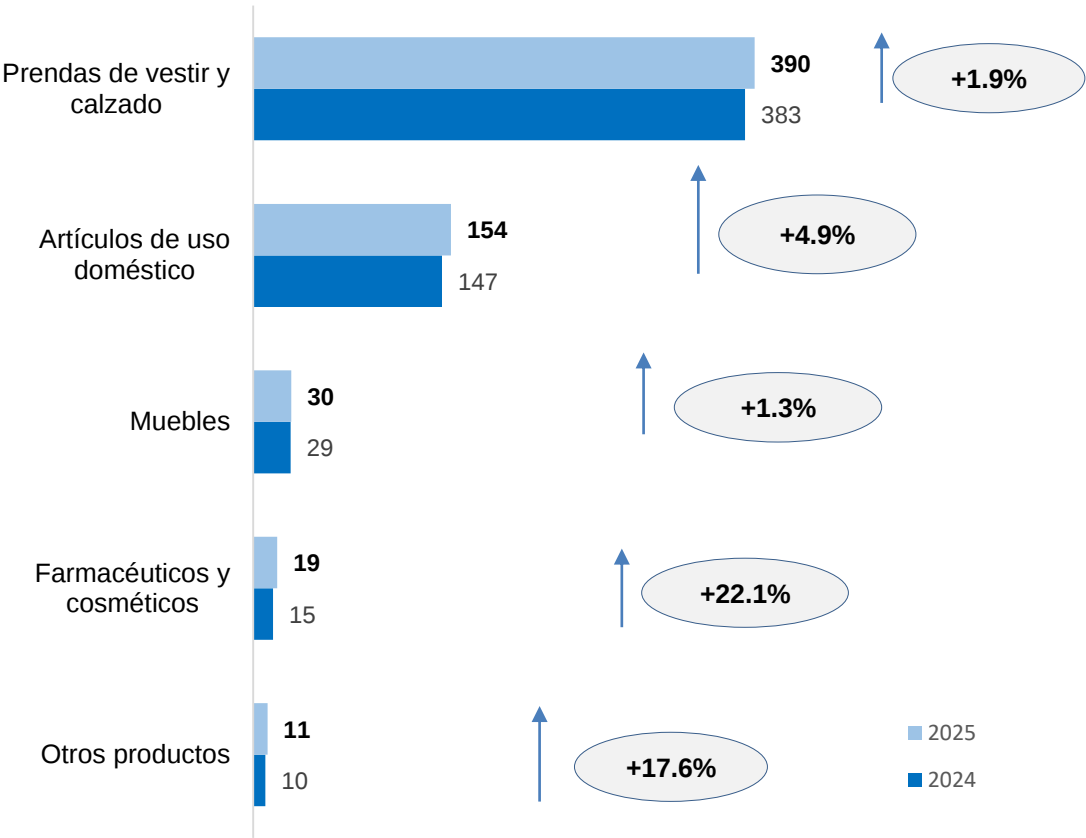
Evolución de las ventas de tiendas por departamento
(Variación porcentual interanual)



Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico N° 5

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



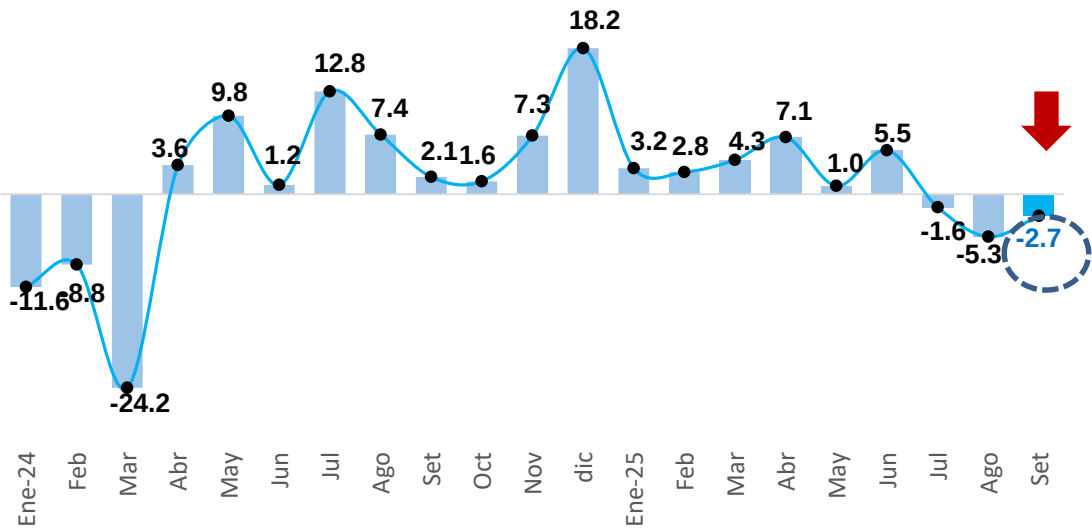
Elaboración: PRODUCE (OEE)

Ferreterías y acabados disminuyeron sus ventas en 2.7%

- En setiembre de 2025, las ventas de productos relacionados con la actividad de **ferreterías y acabados** disminuyeron en 2.7% interanual, debido al menor avance de proyectos de construcción a nivel local y regional.
- Entre los productos con menor demanda tenemos: **artículos de ferretería y otros** (-7.2%) y **productos diversos** (-0.3%). No obstante, este resultado fue atenuado por la mayor demanda de **artículos de uso doméstico** (+15.2%) y **muebles** (+5.8%).

Gráfico N° 6

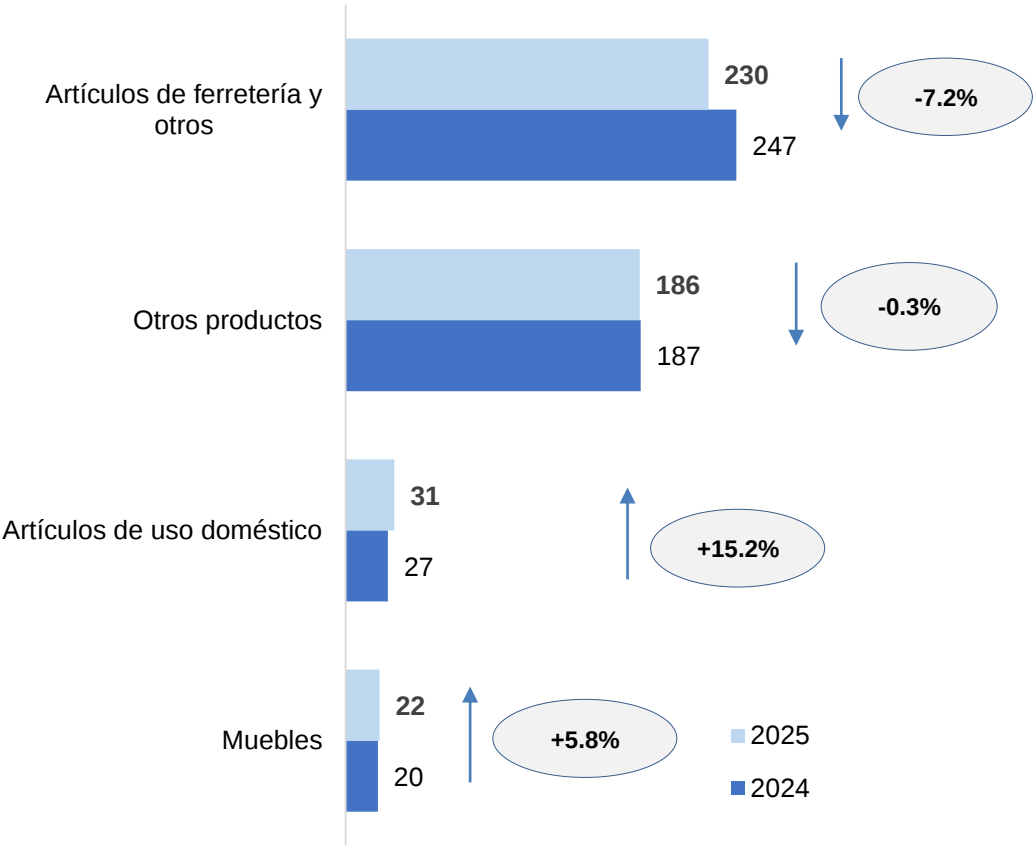
Evolución de las ventas de ferreterías y acabados
(Variación porcentual interanual)



Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico N° 7

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



Elaboración: PRODUCE (OEE)

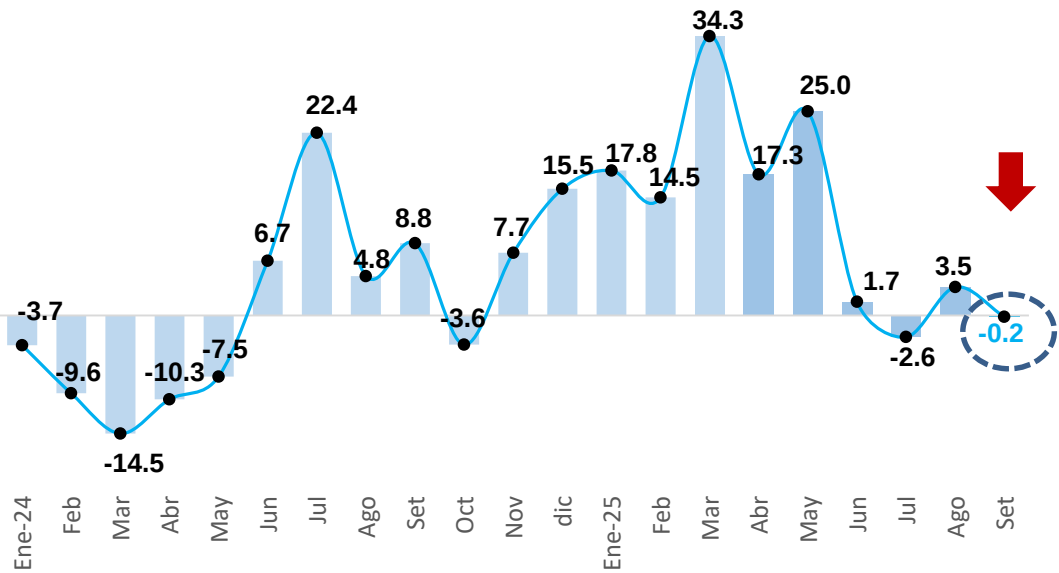
Equipamiento del hogar **disminuyeron sus ventas en 0.2%**

- En setiembre de 2025, las ventas de productos relacionados con el **equipamiento del hogar** registraron una ligera **caída interanual de 0.2%**. Este resultado estuvo asociado a las menores ventas de **muebles** (-16.8%), en particular, productos de línea blanca, marrón y equipos electrónicos. No obstante, fue atenuado por un aumento en las ventas de **artículos de uso doméstico** (+0.9%) y **productos diversos** (+7.9%).

Gráfico Nº 8

Evolución de las ventas de equipamiento del hogar

(Variación porcentual interanual)

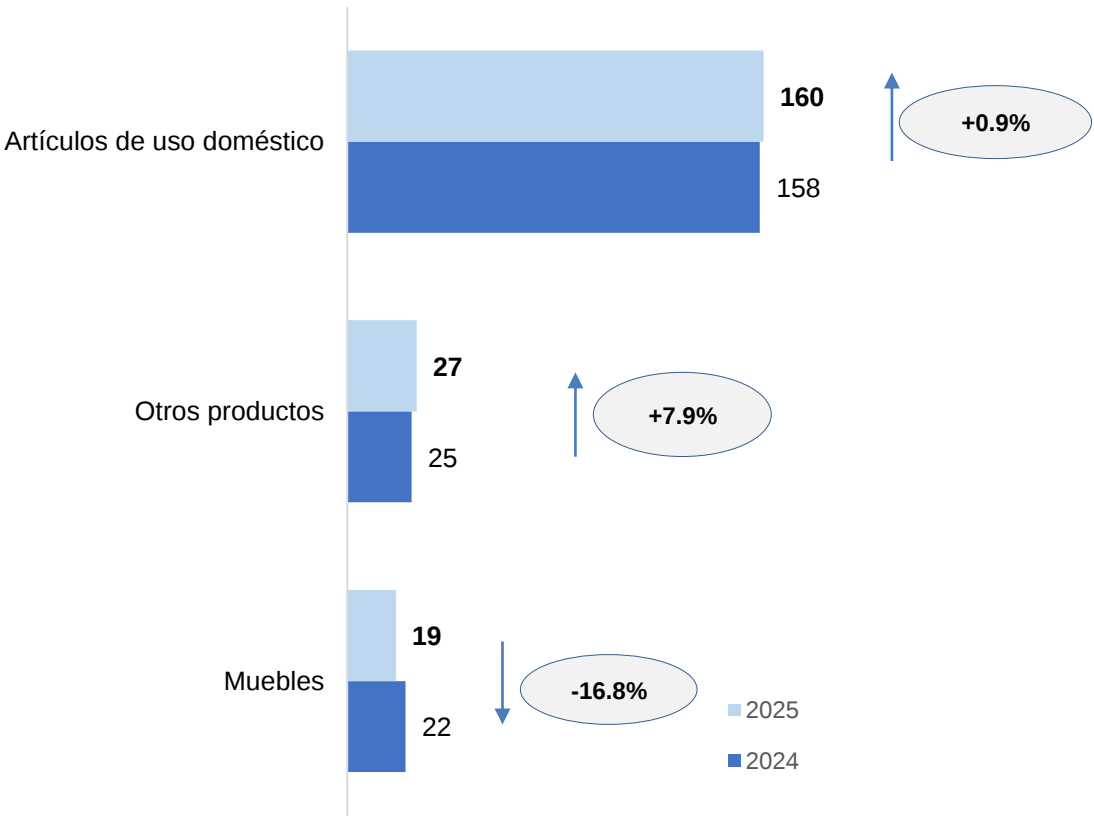


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 9

Ventas por líneas de productos, Setiembre 2024 y Setiembre 2025

(Millones de soles y Var.% interanual)



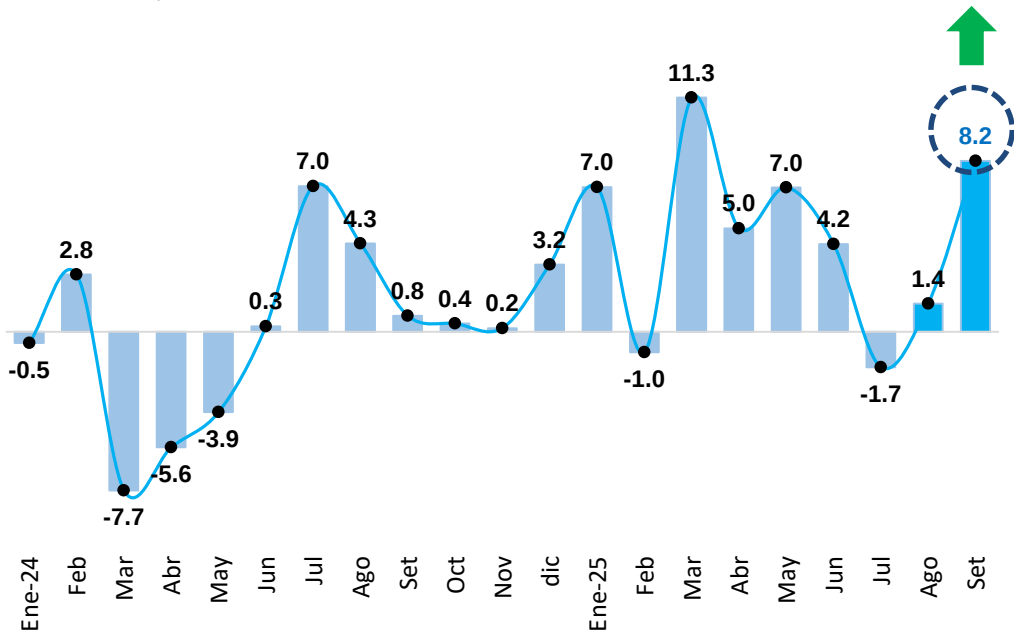
Elaboración: PRODUCE (OEE)

Ventas de Farmacias y boticas **aumentaron en 8.2%**

- En setiembre de 2025, las ventas de **farmacias y boticas** experimentaron un aumento **de 8.2% interanual**, impulsado principalmente por el mayor dinamismo en la comercialización de productos farmacéuticos y medicinales (+10.7%), especialmente a través de canales modernos y las campañas que realizan en esta actividad .
- Sin embargo, este resultado fue atenuado parcialmente por una disminución en la venta de **productos de cuidado personal** (-1.3%).

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, Setiembre 2024 y Setiembre 2025
(Millones de soles y Var.% interanual)

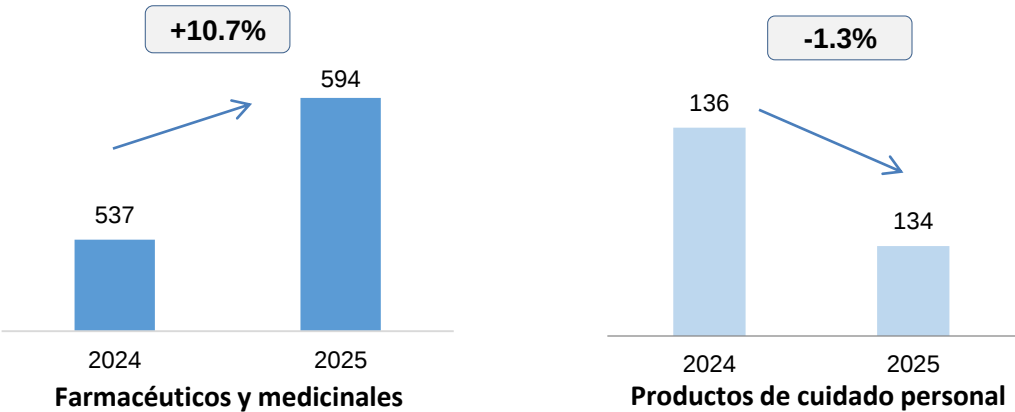
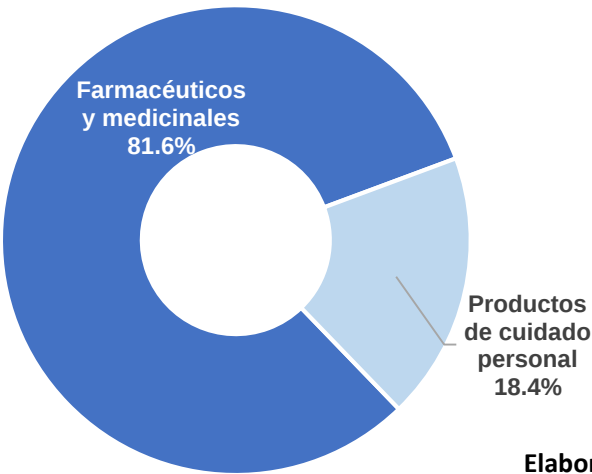


Gráfico Nº 12

Participación de las ventas por líneas de productos, Setiembre 2025
(Porcentaje)



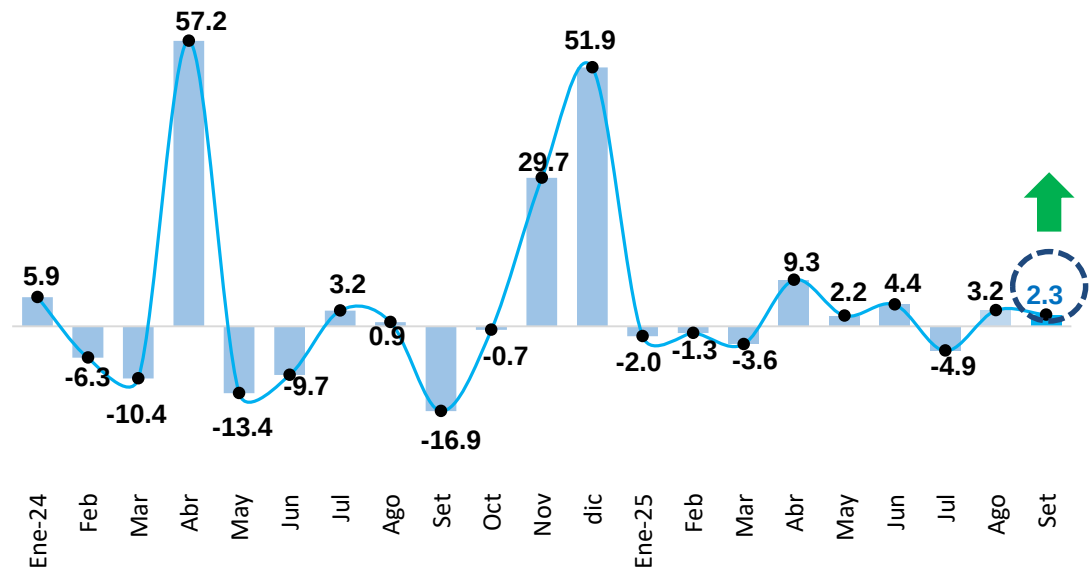
Elaboración: PRODUCE (OEE)

- En setiembre de 2025, las ventas en la actividad de **libros, periódicos y artículos de papelería** aumentaron 2.3% interanual, debido principalmente al aumento en la venta de papelería y útiles escolares (+8.0%). No obstante, experimentó una reducción en la venta de **productos diversos** (-20.0%), 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, Setiembre 2024 y Setiembre 2025

(Millones de soles y Var.% interanual)

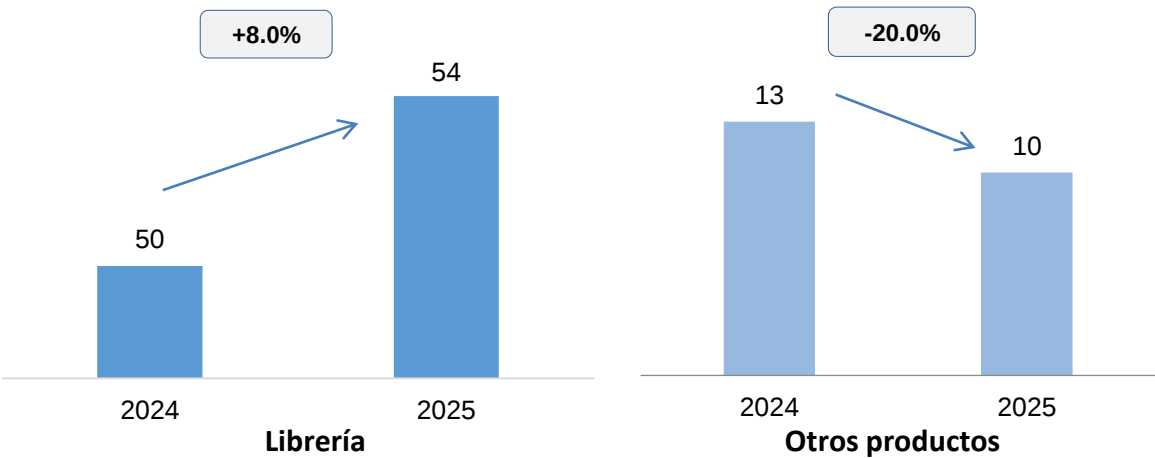
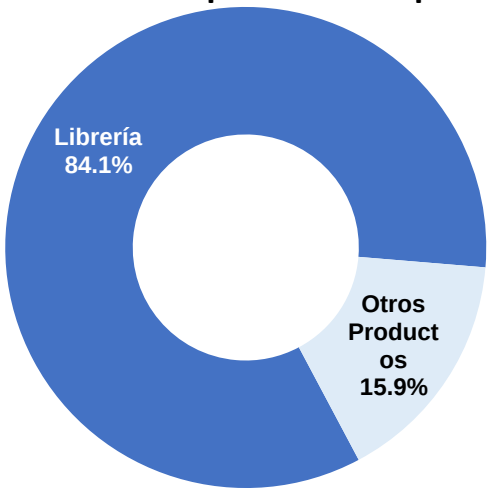


Gráfico N° 15

Participación de las ventas por líneas de producto, Setiembre 2025

(Porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Tiendas: Número de tiendas **aumentó en 11.4%**

Actividades

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

Supermercados e hipermercados	+536
Tiendas por departamento	+41
Ferreterías y acabados del hogar	--
Equipamiento del hogar	-21
Libros, periódicos y artículos de papelería	--
Farmacias y boticas	+146

1/ En relación a similar mes del año anterior

Gráfico Nº 17

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

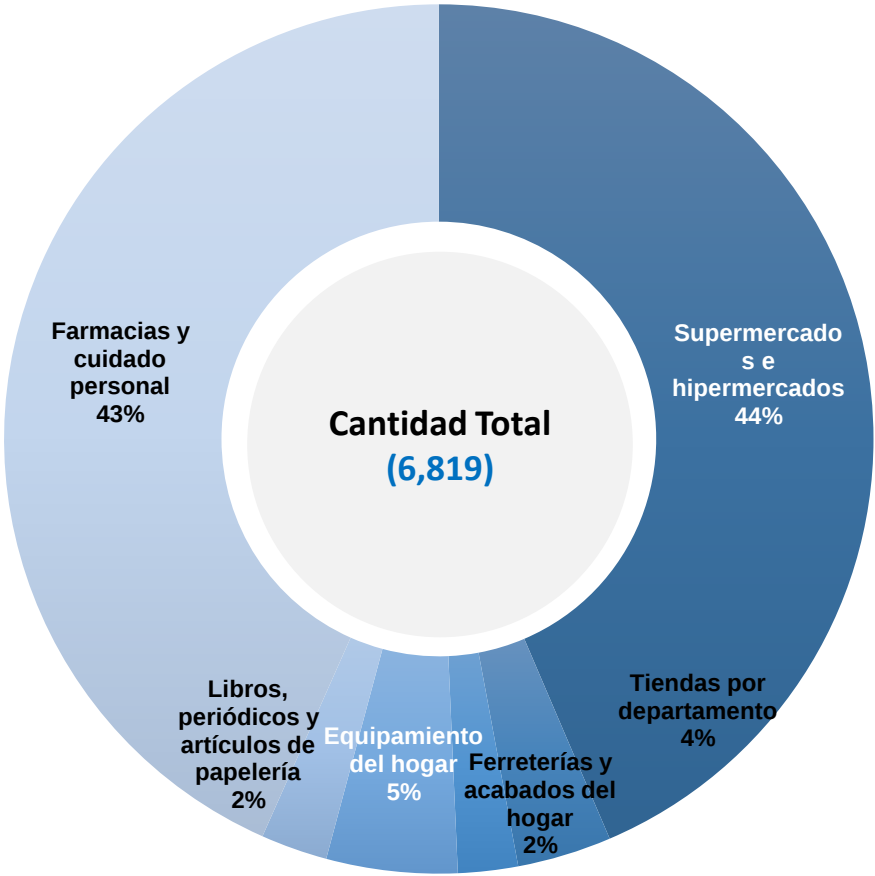
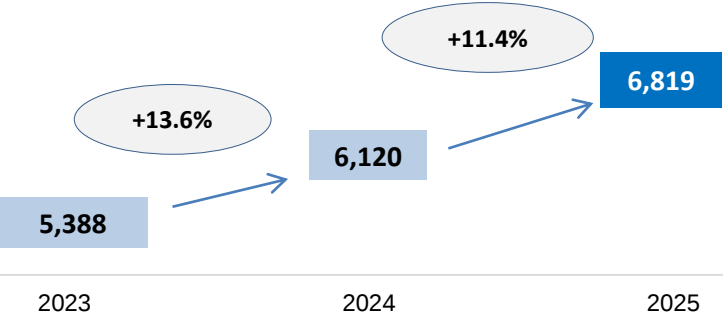


Gráfico Nº 16

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



Nivel de empleo **aumentó en 2.9%** y registró **114 mil 695** puestos de trabajo

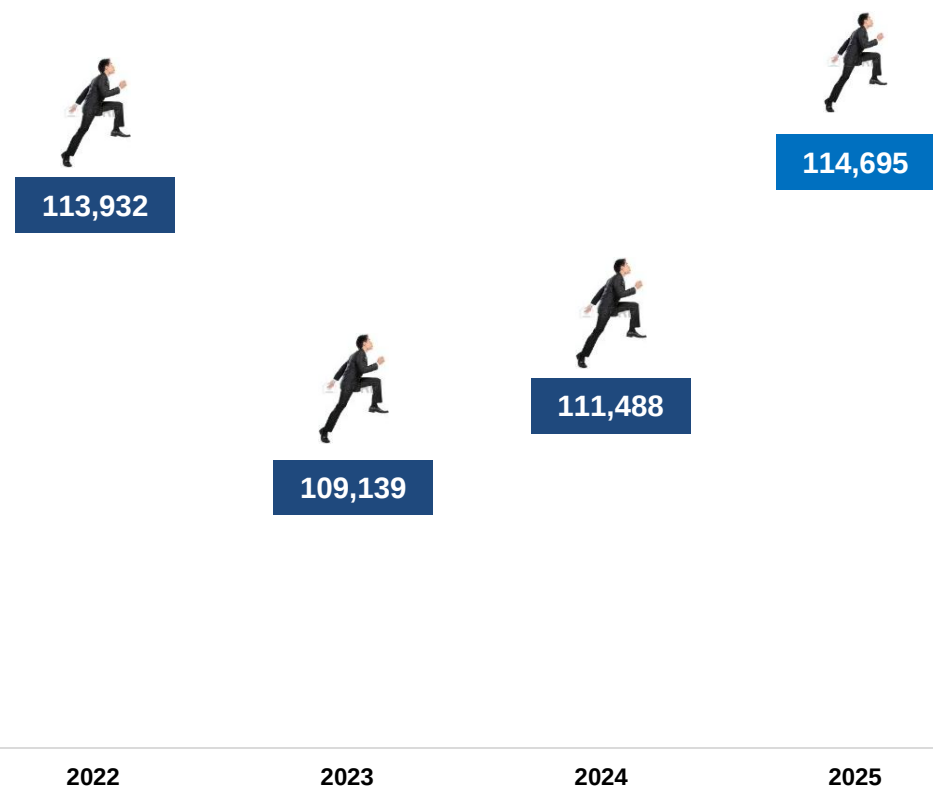


PERÚ

Ministerio
de la Producción

Gráfico N° 18

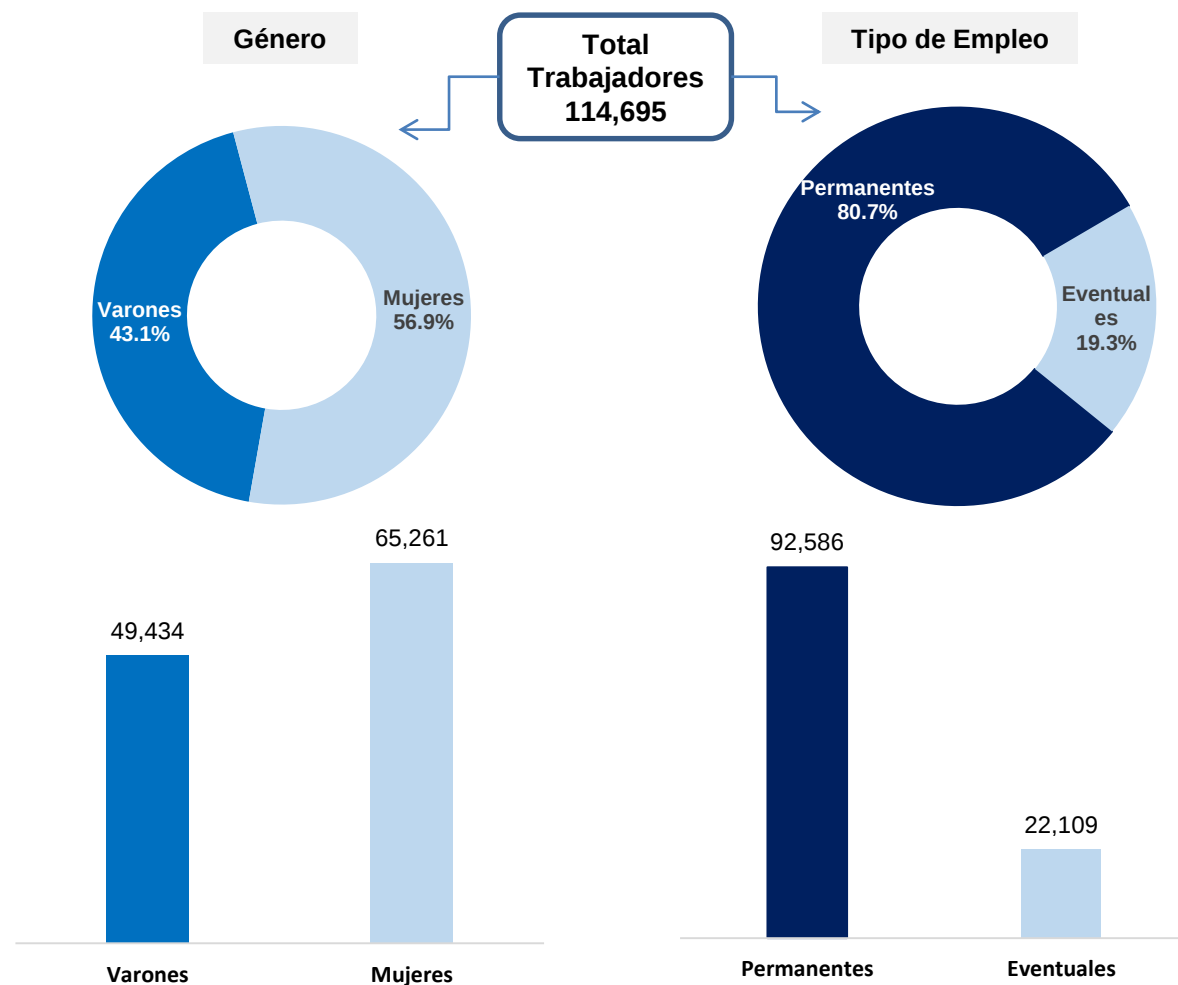
Número de trabajadores en el sector comercio interno
(Setiembre 2022 – Setiembre 2025)



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,
Setiembre 2025 (Número y porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Cuadro Nº 2

Comercio Interno por actividades, 2023-2025

(Variación porcentual interanual)

Actividad	Var. % Interanual				Var.% Acum.			
	Set 23/22	Set 24/23	Set 25/19	Set 25/24	Ene – Set (23/22)	Ene – Set (24/23)	Ene – Set (25/19)	Ene – Set (25/24)
Total Comercio Interno	-1.9	2.6	28.2	3.8	-1.1	2.3	27.1	4.0
Supermercados e Hipermercados	12.3	0.5	48.3	4.5	6.3	4.5	45.3	3.9
Tiendas por departamento	-11.2	12.7	17.8	3.4	-7.7	4.1	16.8	3.8
Ferreterías y acabados del hogar	-16.8	2.1	10.2	-2.7	-12.8	-2.0	13.4	1.5
Equipamiento del hogar	-8.1	8.8	-4.9	-0.2	-8.3	-0.7	5.7	11.7
Libros, periódicos y artículos de papelería	-18.5	-16.9	16.2	2.3	7.1	-2.6	26.0	0.2
Farmacias y boticas	-9.6	0.8	20.7	8.2	-1.7	-0.4	15.0	4.5

Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Elaboración: PRODUCE (OEE)

- ✓ En el acumulado de enero a setiembre de 2025, las ventas del comercio interno crecieron 4.0% en comparación con el mismo periodo de 2024, impulsadas por la recuperación de la demanda interna, que mostró un crecimiento de 5.7%.
- ✓ Entre las actividades que más crecieron entre enero y setiembre de 2025 destacan: Supermercados e hipermercados (+3.9%), Tiendas por departamento (+3.8%), Equipamiento del hogar (+11.7%), Ferreterías y acabados del hogar (+1.5%) y Farmacias y boticas (+4.5%). Así como el ligero crecimiento en las ventas del rubro de libros, periódicos y artículos de papelería (+0.2%).