



PERÚ

Ministerio
de la Producción

**BOLETÍN
ESTADÍSTICO**

Reporte de Comercio Interno

OFICINA GENERAL DE EVALUACIÓN DE IMPACTO Y ESTUDIOS
ECONÓMICOS – OFICINA DE ESTUDIOS ECONÓMICOS

Setiembre 2025





INDICE

Setiembre 2025

Grandes Almacenes, Supermercados y
Tiendas Especializadas

03 Introducción

04 Producción
nacional y del
sector comercio

04 Desempeño
según
actividades

16 Desempeño del
consumo de
alimentos y bebidas
en mercados de
abastos al tercer
trimestre 2025

19 Otras variables
del sector

REPORTE DE COMERCIO INTERNO

Grandes almacenes e hipermercados minoristas

Setiembre 2025

Introducción

En setiembre de 2025, las ventas del sector comercio interno^{1/} aumentaron en 3.8% interanual, explicado por la mayor demanda en las actividades de supermercados (+4.5%), tiendas por departamentos (+3.4%), farmacias y boticas (+8.2%) y librerías (+2.3%).

En el periodo acumulado de enero a setiembre de 2025, las ventas internas según grupo y clase CIIU, registraron un moderado crecimiento de 4.0%, con respecto a similar periodo del año anterior, asociado a las mayores ventas en los supermercados e hipermercados (+3.9%), tiendas por departamento (+3.8%), ferreterías y acabados (+1.5%), equipamiento del hogar (+11.7%), farmacias y boticas (+4.5%) y librerías y artículos de papelería (0.2%).

Desempeño de las ventas internas según grupo y clase CIIU,^{2/} Setiembre 2025

(Millones de soles a precios corriente)

CIIU ^(a)	Actividad	Set-24	Set-25 ^(b)	Var. % Set 25/24
	Total	3,798	3,942	3.8
4711	Supermercados e hipermercados ^{3/}	1,792	1,873	4.5
4719	Tiendas por departamentos ^{4/}	584	603	3.4
4752	Ferreterías y acabados	481	468	-2.7
4759	Equipamiento del hogar	205	205	-0.2
4772	Farmacias y boticas	673	729	8.2
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	62	64	2.3

Nota: Cifras sujetas a reajuste

(a) Clase CIIU (cuatro dígitos en Rev.4)

(b) Cifras sujetas a reajuste

2/ Las ventas de comercio interno corresponden a Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas y representan aprox. el 98.5% del total; sin incluir las ventas al por menor de combustibles de la actividad CIIU 4730.

3/ La CIIU 4711 considera también a las tiendas de conveniencias

4/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones con variedad de productos.

Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas

Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

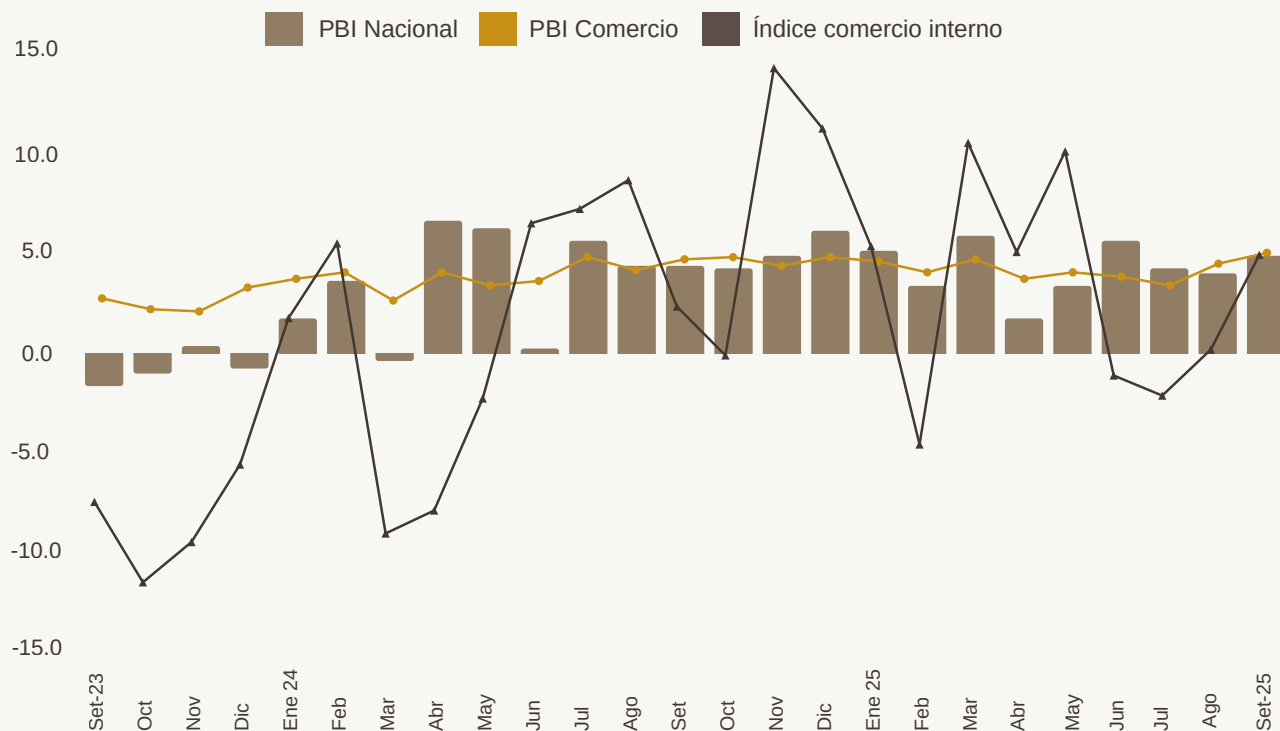
1/ En el presente boletín, las ventas del comercio interno se aproximan como las ventas de los grandes almacenes, supermercados y tiendas especializadas, agregando las actividades de las clases CIIU 4711, 4719, 4752, 4759, 4772 y 4761 de revisión 4.

Producción nacional y del sector comercio

En setiembre de 2025, el PBI nacional experimentó un crecimiento del 3.9% interanual. Asimismo, el PBI del sector comercio mantuvo una tendencia positiva, registrando un

incremento interanual de 4.0%, influenciado por un aumento en la demanda de las actividades de comercio mayorista (+3.6%) y minorista (+3.7%).

Evolución del PBI nacional, PBI comercio e Índice de comercio interno, Setiembre 2023-Setiembre 2025 (Var.%)^{2/}



Notas:

1/ El índice de ventas de comercio interno corresponden a las ventas de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas.

2/ Las variaciones porcentuales del PBI nacional y del sector comercio se calculan respecto de los valores a precios constantes de 2007 (cifras sujetas a reajuste). Por su parte, a manera referencial, la variación porcentual del comercio interno se calculó respecto de su índice con año base 2012.

Fuente: INEI, Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas

Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

Desempeño según actividades

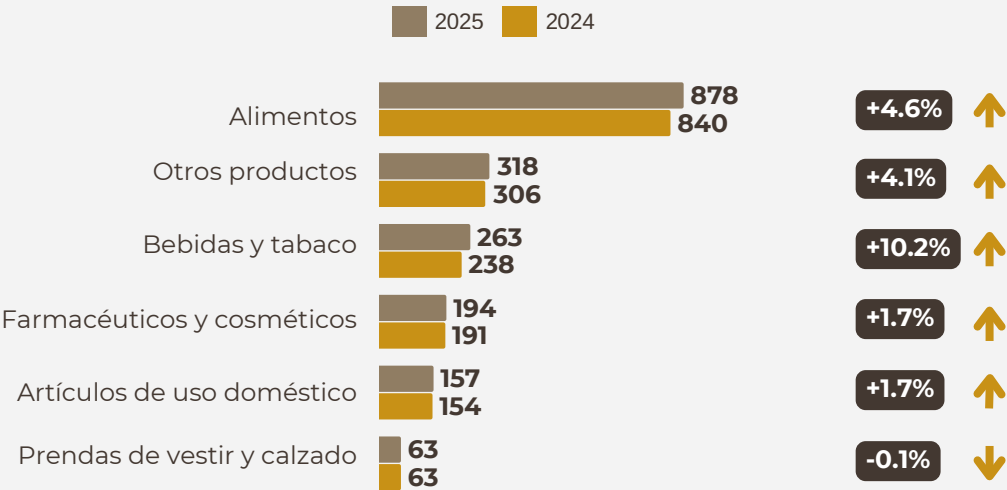
Ventas en tiendas por supermercados e hipermercados

En setiembre de 2025, las ventas de supermercados e hipermercados registraron un incremento de 4.5% interanual, como resultado de la mayor demanda de alimentos (+4.6%),

bebidas y tabaco (+10.2%), de productos diversos (+4.1%), artículos de uso doméstico (+1.7%), entre otros.

Ventas por líneas de productos, Setiembre 2024 - Setiembre 2025

(Millones de soles y Var. % interanual)



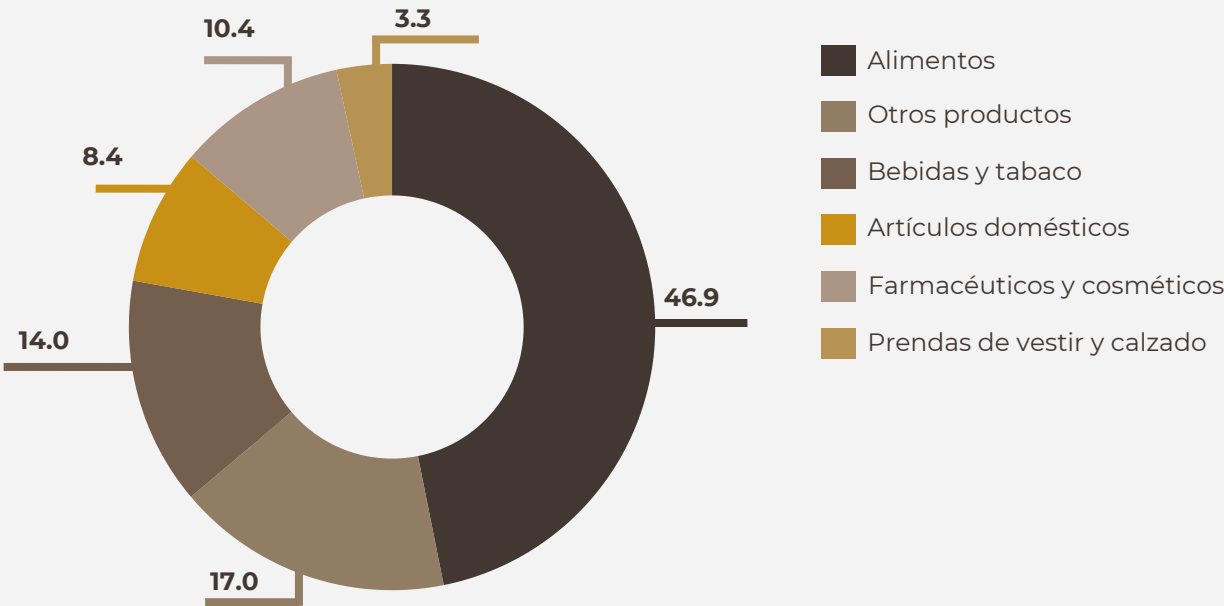
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

Las líneas de alimentos y bebidas concentraron el 60.9% del valor total de ventas facturadas por los supermercados e hipermercados; mientras que, el restante (39.1%) correspondió a productos de artículos de uso doméstico, farmacia y cosméticos, prendas de vestir y calzado, y otros productos.

Entre las principales empresas de supermercados e hipermercado que presentaron mayor incidencia en esta actividad, según sus niveles de ventas, fueron Supermercados Peruanos, Wong y Metro, Hipermercados Tottus y Makro Supermayorista, Tiendas Tambo.

Participación de líneas de productos en supermercados e hipermercados,^{1/} Setiembre 2025

(Porcentaje %)



Nota: 1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos.
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

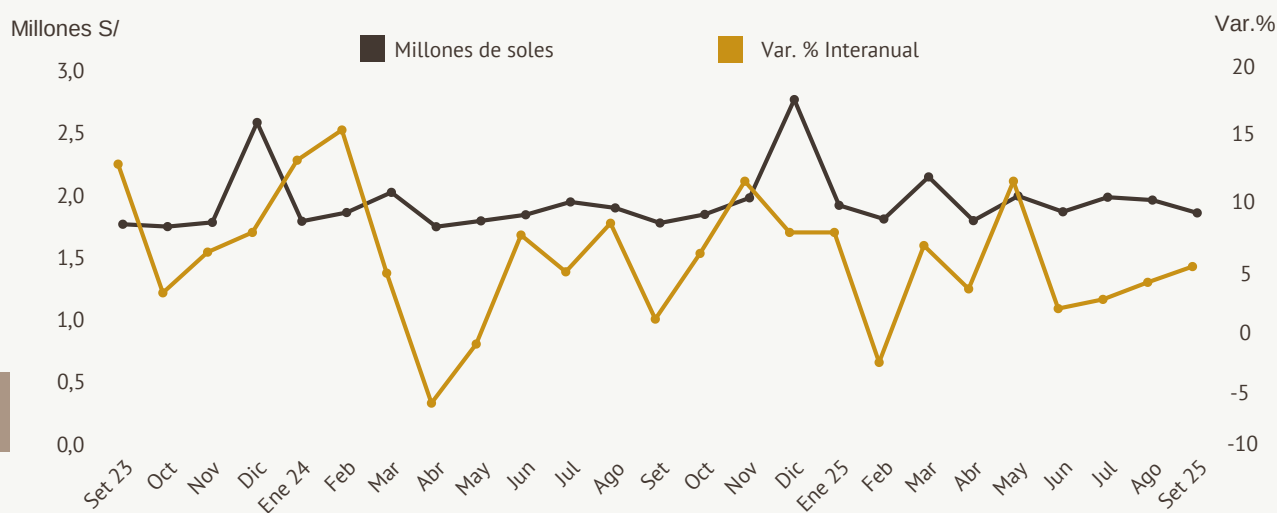


En el periodo acumulado de enero a setiembre de 2025, las ventas en los supermercados e hipermercados crecieron en 3.9%, con respecto a similar periodo del año anterior, asociado a las

mayores ventas en las líneas de alimentos (+4.7%), bebidas y tabacos (+4.8%) y otros productos (+7.0%).

Evolución y variación % de las ventas internas en supermercados e hipermercados ^{1/}

Setiembre 2023 a Setiembre 2025



Nota: 1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos.

Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas

Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

Ventas en tiendas por departamento

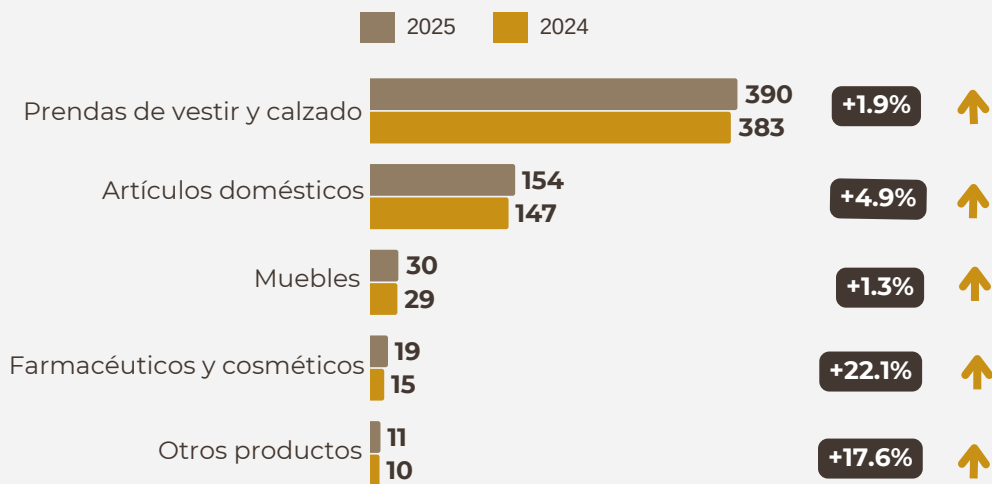
En setiembre de 2025, las ventas en las tiendas por departamento registraron un aumento de 3.4%, en comparación al mismo mes del año anterior, explicado por el aumento de las ventas en las categorías de prendas de

vestir y calzado (+1.9%), muebles (+1.3%), artículos de uso doméstico (+4.9%) y productos diversos (+17.6%).



Ventas por líneas de productos, Setiembre 2024 - Setiembre 2025

(Millones de soles y Var. % interanual)



Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

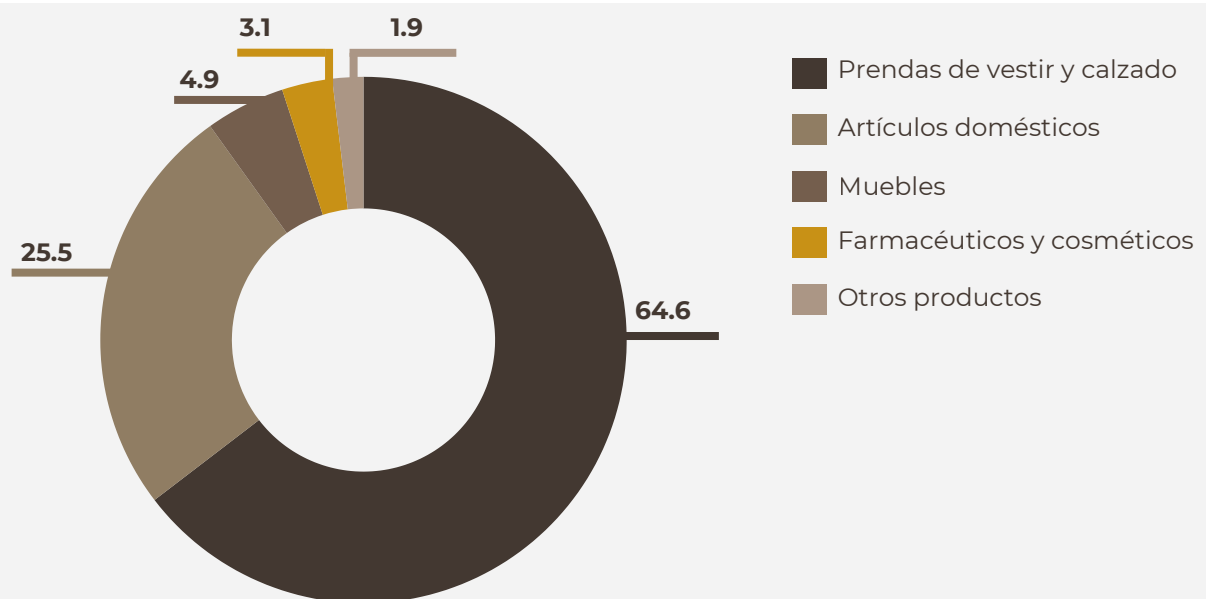


Las ventas de prendas de vestir y calzado, y artículos de uso doméstico representaron en conjunto el 90.1% del valor total facturado por las tiendas por departamento. En menor medida, siguieron las líneas de muebles, productos farmacéuticos y otros productos, que concentraron el 9.9% restante.

Entre las principales empresas de la actividad de tiendas por departamento que destacan por sus niveles de ventas tenemos a Saga Falabella, Tiendas Ripley y Oeschle.

Participación de líneas de productos en tiendas por departamento,^{1/} Setiembre 2025

(Porcentaje %)

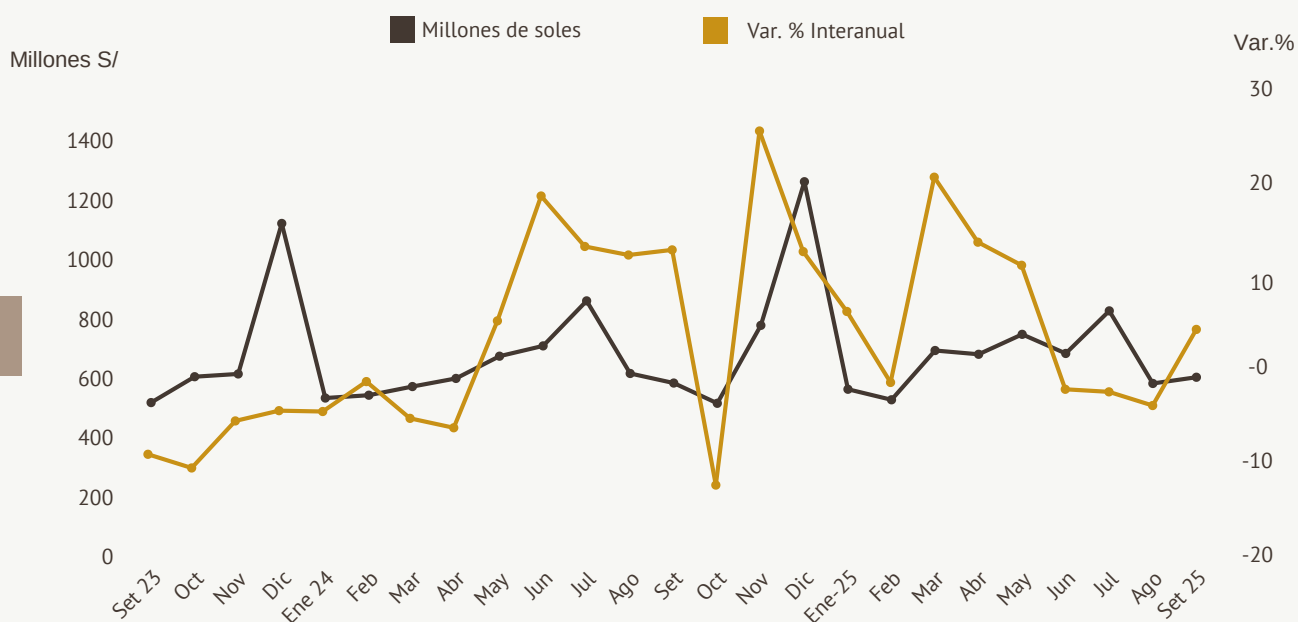


Nota: 1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos.
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

En el periodo acumulado de enero a setiembre de 2025, las ventas en tiendas por departamentos registraron un crecimiento de 3.8%, con respecto a similar periodo del año anterior, debido a la mayor

demanda de productos de las líneas de prendas de vestir y calzado (+3.5%), muebles (+4.8%), farmacéuticos y cosméticos (+11.8%) y artículos y equipos doméstico (+3.4%).

Evolución y variación % de las ventas internas en tiendas por departamentos^{1/} Setiembre 2023 a Setiembre 2025

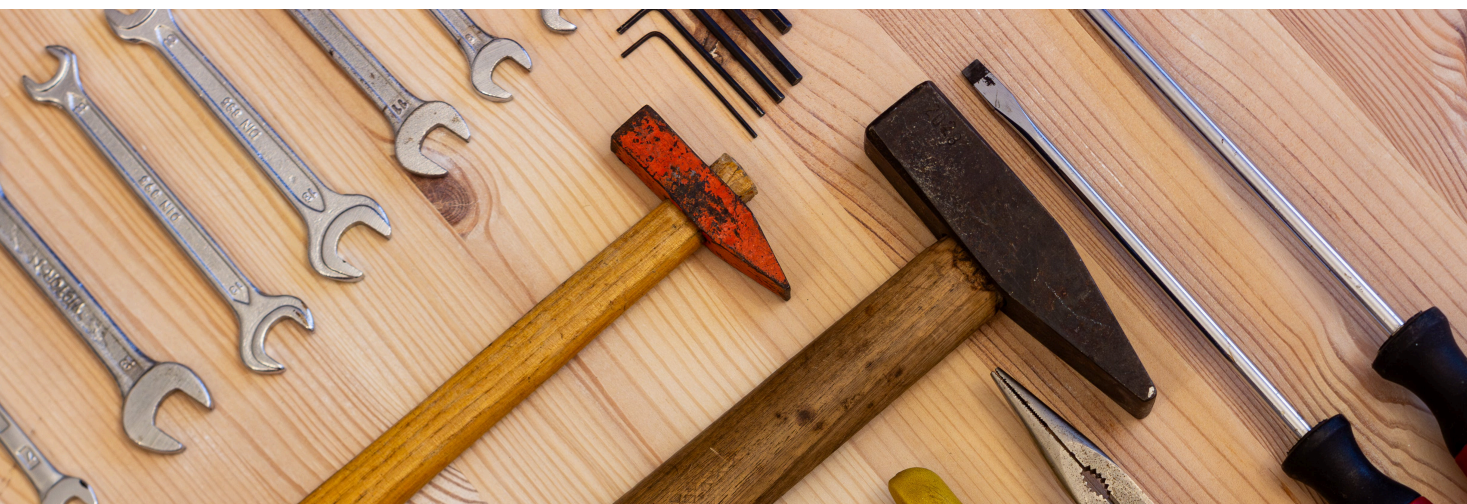


Nota: 1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos.
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

Ventas de productos de ferreterías y acabados

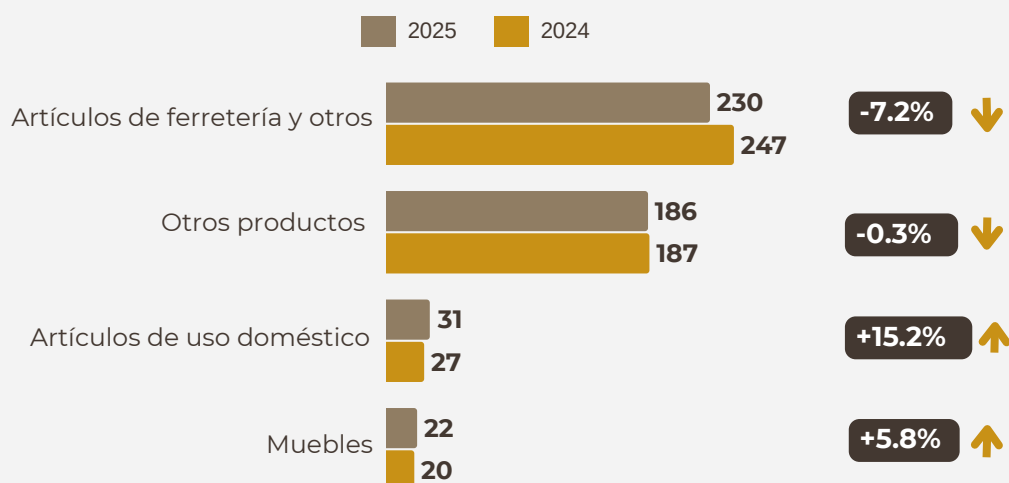
En setiembre de 2025, las ventas de productos de ferretería y acabados disminuyeron en 2.7%. Dicho resultado se explica por el menor dinamismo en las líneas de ferreterías (-7.2%) y la línea de otros productos (-0.3%).

Las empresas que destacaron en esta actividad por su mayor incidencia en las ventas fueron; Maestro Homecenter, Promart Homecenter, y Cemento y Acero.



Ventas por líneas de productos, Setiembre 2024 y 2025

(Millones de soles y Var. % interanual)



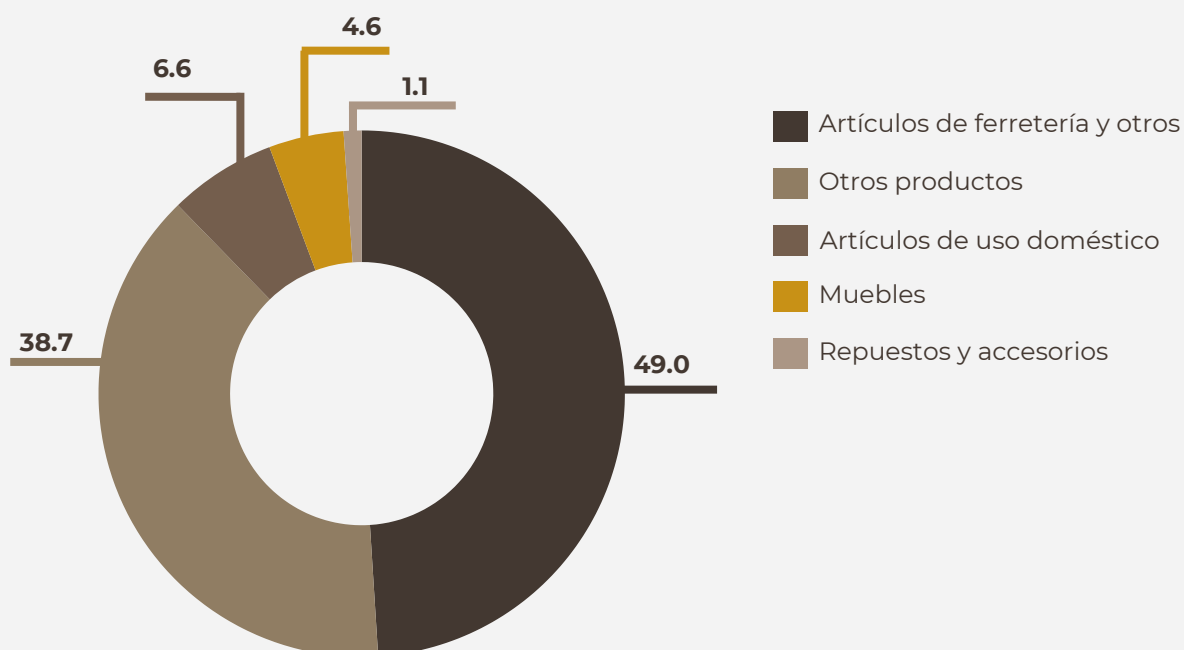
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

Las líneas de artículos de ferreterías y otros productos registraron una mayor participación conjunta en las ventas de esta actividad (87.7%),

seguida por la línea de artículos de uso doméstico y muebles (11.2%), así como de repuestos y accesorios (1.1%).

Participación de líneas de productos de ferreterías y acabados del hogar, Setiembre 2025

(Porcentaje %)



Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

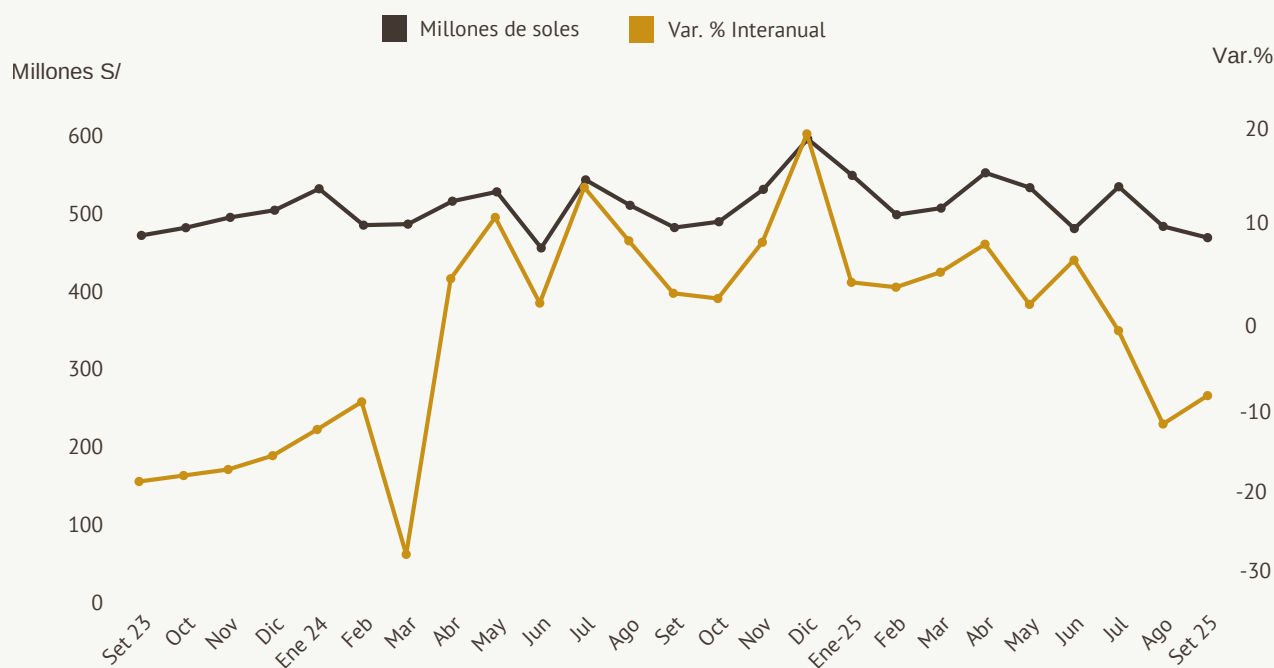


En el periodo acumulado de enero a setiembre de 2025, las ventas en ferreterías y acabados del hogar registraron un crecimiento de 1.5%, con respecto a similar

periodo del año anterior, debido a la buena performance mostrada por las líneas de muebles (+55.4%) y otros productos (+2.0%).

Evolución y variación % de las ventas internas en ferreterías y acabados del hogar

Setiembre 2023 a Setiembre 2025



Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

Ventas de productos de equipamiento del hogar

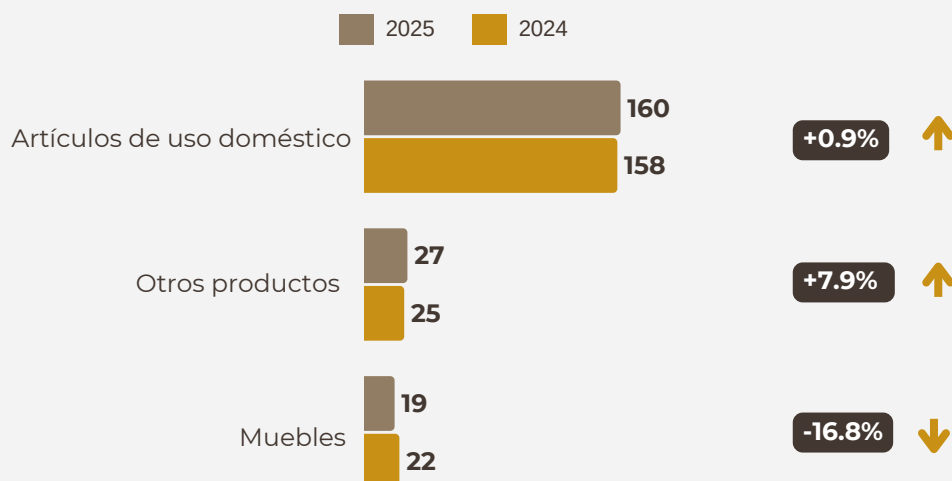
En setiembre de 2025, las ventas de equipamiento para el hogar disminuyeron en 0.2% interanual, asociada a una reducción en el consumo de la línea de muebles (-16.8%).

Sin embargo, dicha disminución fue parcialmente contrarrestada por el crecimiento en las ventas de artículos de uso doméstico (+0.9%) y de la línea de productos diversos (+7.9%).



Ventas por líneas de productos, Setiembre 2024 y 2025

(Millones de soles y Var. % interanual)



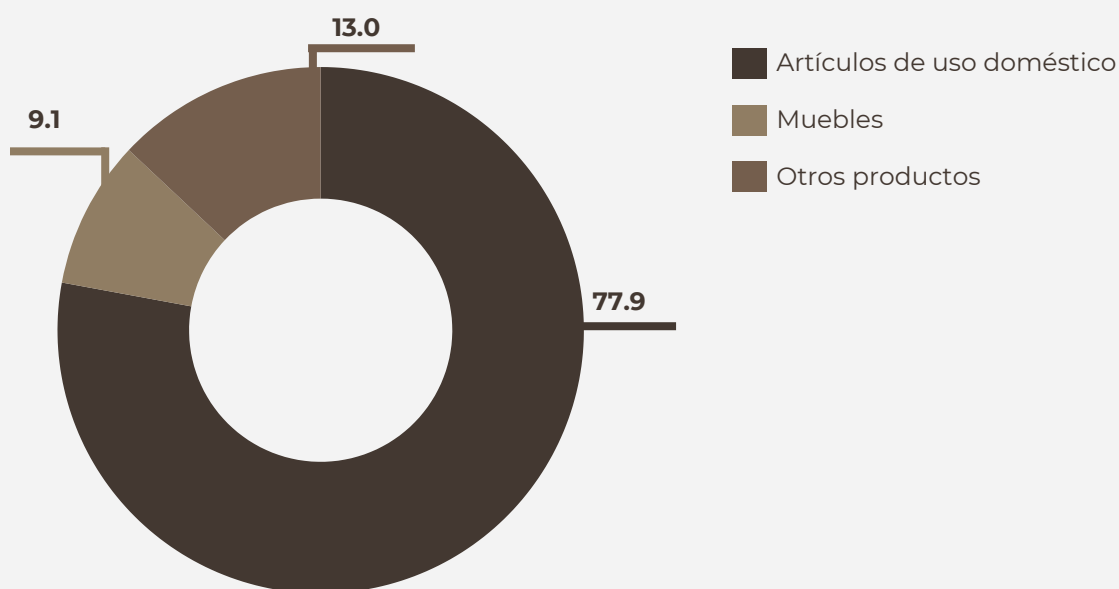
Fuente: INEI, Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

Las ventas de la línea de artículos de uso doméstico tuvieron una mayor participación (77.9%) en las ventas de la actividad de equipamiento del hogar; mientras que, las líneas de muebles con una ligera participación 9.1% y productos diversos con un aporte de 13.0%.

Entre las principales empresas con mayor incidencia en las ventas de esta actividad tenemos a Conecta Retail (Efe/Curacao), Importaciones Hiraoka y COLBOX.

Participación de líneas de productos de equipamientos del hogar, Setiembre 2025

(Porcentaje %)



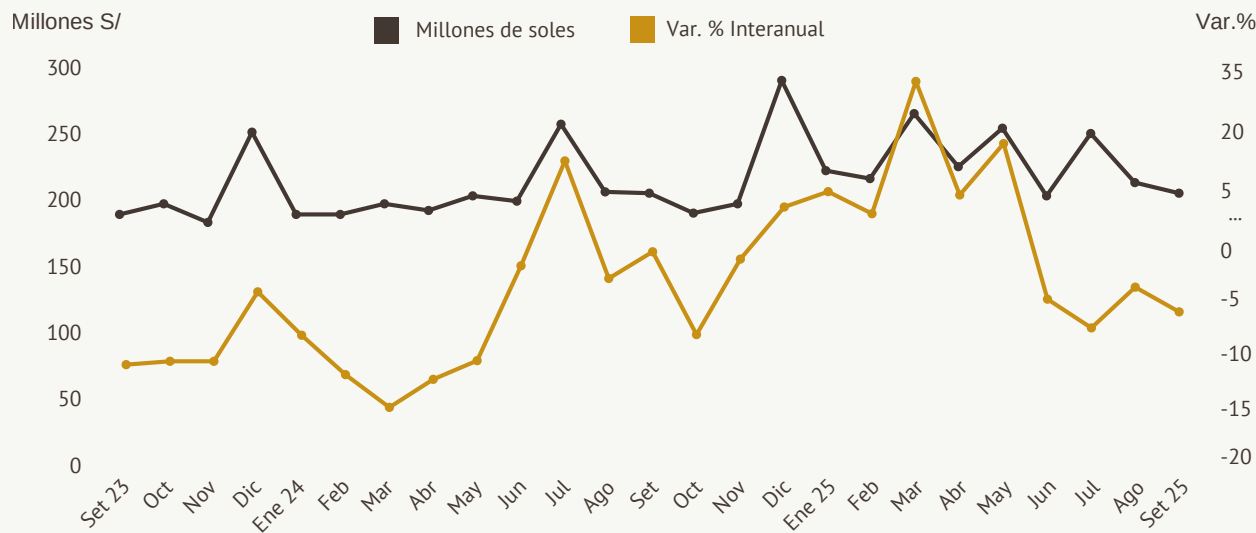
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE



En el periodo acumulado de enero y setiembre 2025, las ventas de equipamiento del hogar registraron un incremento interanual de 11.8%, asociado principalmente a las mayores ventas

de las líneas de artículos y equipos domésticos (+20.2%), que atenuaron la disminución de las ventas en muebles y otros productos.

Evolución y variación % de las ventas internas de equipamiento del hogar Setiembre 2023 a Setiembre 2025



Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

Ventas de productos farmacéuticos y cuidado personal

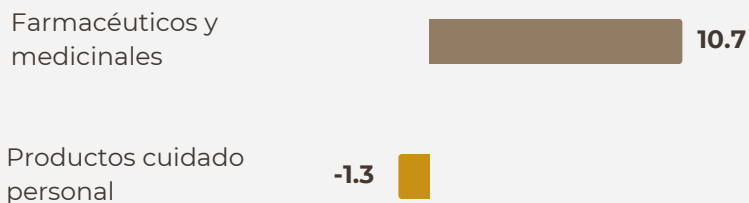
En setiembre de 2025, las ventas de productos farmacéuticos y de cuidado personal registraron un aumento de 8.2%, impulsada por las mayores ventas de productos farmacéuticos (+10.7%).

En contraste, este resultado fue atenuado parcialmente por una ligera disminución en la línea de cuidado personal (-1.3%).



Ventas por líneas de productos, Setiembre 2025

(Var. % interanual)



Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

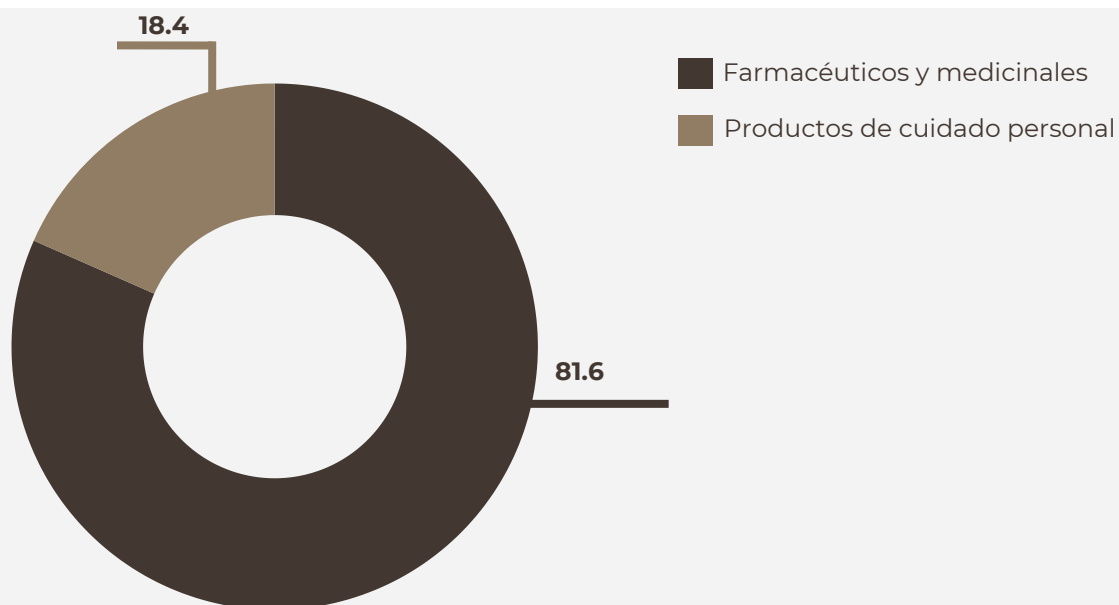


En cuanto a la participación de las líneas de productos de esta actividad, se observa que, en setiembre del 2025, las ventas de productos farmacéuticos y medicinales concentraron el 81.6% del total de las ventas; mientras que, las ventas de productos de cuidado personal representaron el 18.4%.

Entre las principales farmacias que destacan con mayores niveles de ventas en este mes se encuentran MiFarma, Ekerd Perú, CETCO, ALBIS, ARUMA y Productos Avon.

Participación de líneas de productos farmacéuticos y cuidado personal, Setiembre 2025

(Porcentaje %)



Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

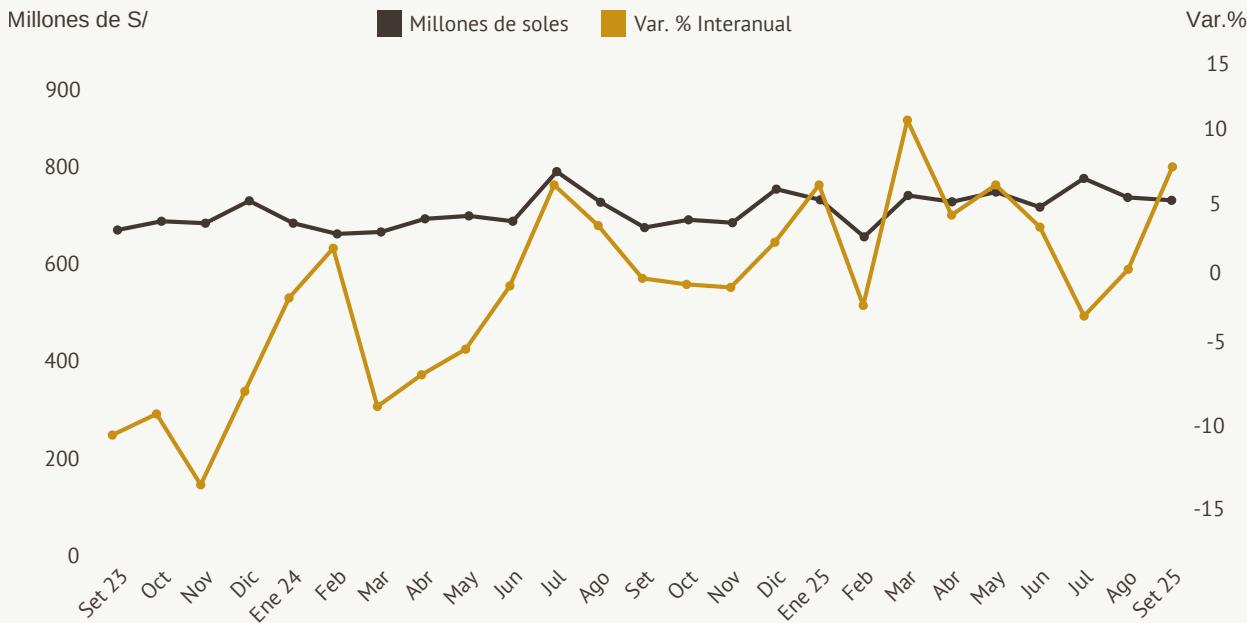


En el periodo acumulado de enero y setiembre de 2025, las ventas de productos farmacéuticos y de cuidado aumentaron en 4.5%, respecto al mismo periodo del 2024.

Dicho avance, estuvo asociado principalmente a las mayores ventas de las líneas de farmacéuticos (+6.1%), pero atenuado por la disminución de la línea de cuidado personal (-1.9%).

Evolución y variación % de las ventas internas de productos farmacéuticos y cuidado personal

Setiembre 2023 a Setiembre 2025



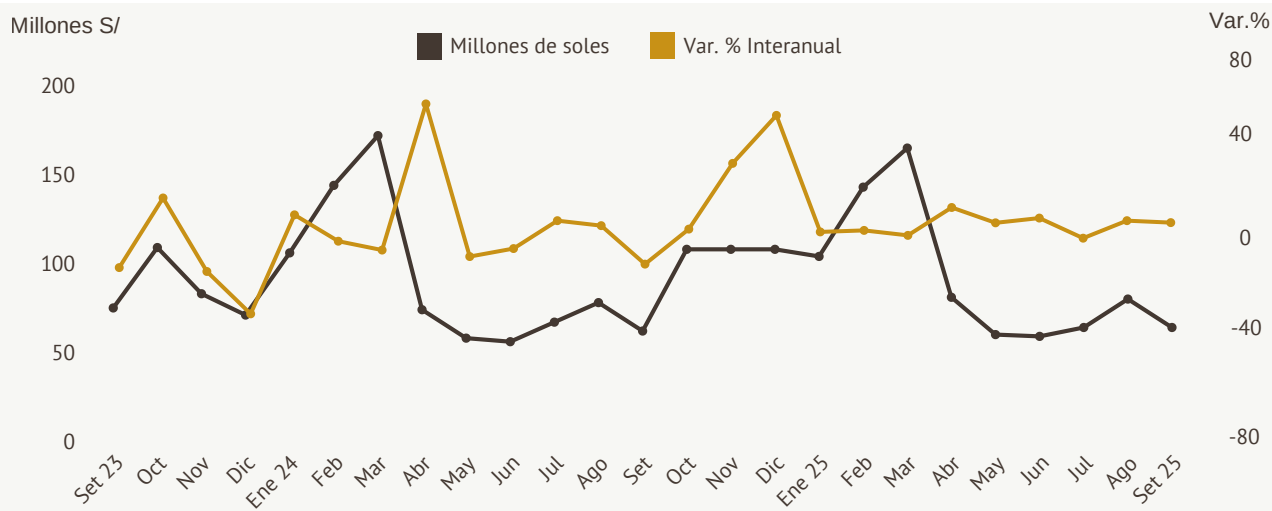
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

Ventas al por menor de libros, periódicos y artículos de papelería

En setiembre de 2025, las ventas de libros, periódicos y artículos de papelería, reportaron un aumento de 2.3% interanual, asociado principalmente a la mayor demanda de productos de librerías (+8.0%). En contraste, este resultado fue atenuado parcialmente por una disminución en la venta de productos diversos (-20.0%).

Entre las principales empresas que destacan en las ventas de esta actividad se encuentran la Distribuidora Navarrete, Ibero Librerías, Librerías Crisol y Tai Loy.

Evolución y variación % de las ventas internas de libros, periódicos y artículos de papelería: Setiembre 2023 a Setiembre 2025



Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas
 Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

En el periodo acumulado de enero y setiembre 2025, las ventas de librerías alcanzaron un ligero incremento de 0.2%, en relación a similar periodo del 2024, sustentado en el aumento de las ventas de

productos de útiles de escritorio y librería en 5.8%. Sin embargo, fue atenuado este avance por la reducción en la venta de productos diversos (-38.4%), tales como regalos, productos de cómputo, entre otros.

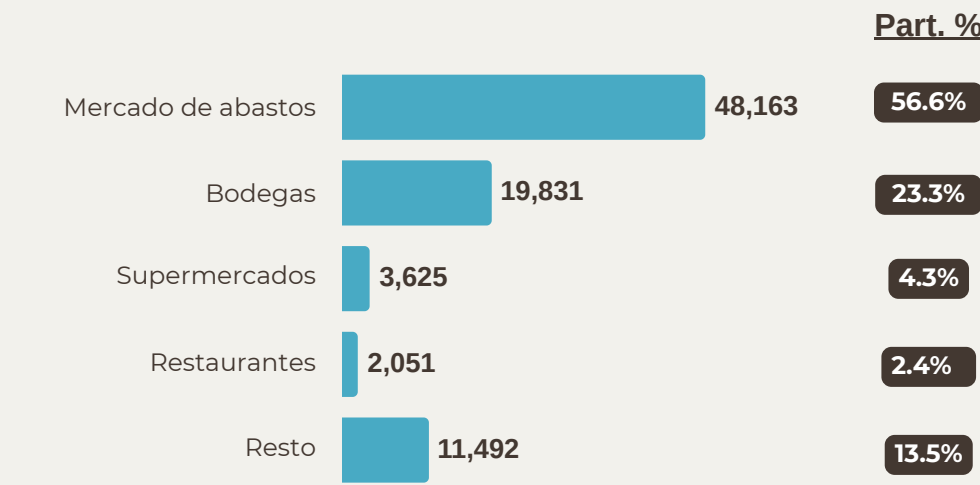
Desempeño del consumo de alimentos y bebidas en mercados de abastos al tercer trimestre 2025

Los mercados de abastos juegan un rol primordial en el sistema de abastecimiento de productos alimenticios y de primera necesidad a los hogares del Perú, sobre todo para aquella población de menores recursos. Según el último Censo Nacional del Mercado de Abastos CENAMA (2016), existen 2,612 mercados de abastos operativos en el Perú, de los cuales el 87.8% (2,294) se ubican en zonas urbanas y el 12.1% (318) en zonas rurales. Lima y Callao concentran el 53.7% del total de mercados de abastos, seguido por La Libertad (6.1%), Junín (4.6%), Arequipa (4.5%), Ancash (4.2%), y el resto (26.9%).

En los últimos cinco años (2020-2024), el gasto de los hogares en alimentos que se realiza en mercados de abastos habría aumentado en 5.6% en promedio por año, al pasar de S/ 36,664 millones en 2020 a S/ 48,163 millones en 2024, destacando el mayor crecimiento en el gasto superior al 7% en las regiones de Madre de Dios, Puno, Apurímac, Ucayali y La Libertad.

En 2024, el 56.6% del gasto de los hogares en alimentos lo realizaron en los mercados de abastos, seguido de las bodegas (23.3%) y los supermercados (4.3%), entre otros, tal como se muestra en el siguiente gráfico.

Gráfico 1: Gasto de los hogares en alimentos según lugar de compra, 2024
(Millones de S/ y Participación %)



Fuente: ENAHO
Elaboración: PRODUCE-OGEIEE-OEE

Asimismo, en dicho año, la cantidad de hogares que realizaron gastos en alimentos y bebidas en mercado de abastos se estima ascendió a 5.4 millones de hogares. A nivel de regiones, los hogares pertenecientes a la zona de la costa fueron las que registraron el mayor gasto en alimentos en mercados de abastos, destacando principalmente a Lima y Callao, con una participación conjunta de 53.7%, seguidos de La Libertad (6.1%), Lambayeque (5.5%), entre otros.

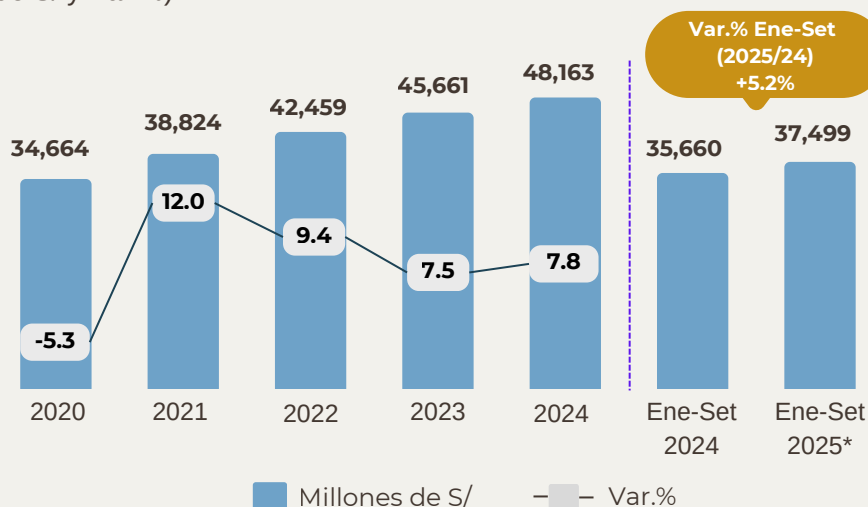
Por estrato socioeconómico, el 88.7% del gasto de los hogares se concentran en los estratos C, D y E; el 6.1% en los estratos A y B; y el 5.3% en el estrato rural.

Por su parte, Lima registra el mayor gasto promedio mensual en productos alimenticios de la canasta básica alrededor de S/ 480; en La Libertad, S/ 441; mientras que, en la región Tumbes, S/ 384.

Cabe mencionar que, uno de los mercados más importantes del país es el Gran Mercado Mayorista de Lima (GMML) con más de 1,300 puestos que abastecen más de 20 giros de productos de primera necesidad, y donde ingresan diariamente alrededor de 6,000 TM de productos al GMML, generando un ingreso alrededor de 14 millones de soles por día.

Entre enero y setiembre de 2025, se estima que el gasto de los hogares en alimentos realizado en los mercados de abastos ascendió a S/ 37,499 millones, lo que representó un incremento de 5.2%, con respecto a similar periodo del año anterior.

Gráfico 2: Evolución del gasto de los hogares en alimentos en Mercados de Abastos, 2020-2025*
(Millones de S/ y Var.%)



* Cifra estimada en base a las cifras de gasto en alimentos trimestral de ENAHO, correspondiente al periodo enero-setiembre.
Fuente: ENAHO
Elaboración: PRODUCE-OGEIEE-OEE

Entre las regiones que habrían registrado un mayor dinamismo entre enero y setiembre de 2025 se pueden mencionar a Tumbes (+19.4%), Huánuco (+18.5%), La Libertad (+17.2%), Moquegua (+13.3%), San Martín (+12.4%) y Arequipa (+12.1%).

En contraste, atenuaron este desempeño el menor gasto que se habría efectuado en este rubro en las regiones de Huancavelica (-16.4%) y Madre de Dios (-9.3%).

Otras variables del sector

Personal Ocupado

En setiembre de 2025, el personal ocupado en el sector de comercio interno registró un incremento interanual del 2.9%, debido al aumento en las contrataciones de personal en actividades como supermercados e hipermercados (+4.5%), tiendas por departamento (+2.9%), farmacias y boticas (+3.1%), y comercio de libros, periódicos y artículos de papelería (+20.1%). Sin embargo, este avance fue atenuado por la reducción en la contratación del personal de equipamiento del hogar (-0.9%), ferreterías y acabados (-4.4%).

Por tipo de empleo, disminuyeron las contrataciones del personal eventual (-14.1% interanual), mientras que, el personal permanente aumentó en 8.0%.

Según tipo de sexo, el sector de comercio interno registró un aumento en la contratación del personal masculino (+1.5%) y del personal femenino en (+4.0%).

PERSONAL OCUPADO: Número de personas según grupo y clase CIU (Setiembre 2025)

CIU ^a	Actividad	Total		Tipo de empleo			
				Permanentes	Eventuales	Varones	Mujeres
	Var.% ¹ (Set25/Set24)	2.9		8.0	-14.1	1.5	4.0
	Agosto 2025	114,695	Var.%¹	92,586	22,109	49,434	65,261
4711	Supermercados e hipermercados	52,351	4.5	40,003	12,348	25,710	26,641
4719	Tiendas por departamentos ²	17,567	2.9	12,890	4,677	7,326	10,241
4752	Ferreterías y acabados del hogar	13,526	-4.4	13,437	89	8,114	5,412
4759	Equipamiento del hogar	4,964	-0.9	4,219	745	2,880	2,084
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	2,657	20.1	1,252	1,405	1,425	1,232
4772	Farmacias y boticas	23,630	3.1	20,785	2,845	3,979	19,651

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

1/: Variación porcentual respecto al mismo mes del año anterior

2/: Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos.

Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas

Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

Número de tiendas

En setiembre de 2025, el número de locales del sector comercio interno ascendió a 6,819 establecimientos, cifra mayor en 676 locales, en comparación a setiembre del 2024. La principal actividad que incidió en dicho aumento fueron supermercados e hipermercados (699 locales más),

seguido de farmacias y de cuidado personal (143 locales más), tiendas por departamento (41 locales más). Sin embargo, se observa una disminución en los locales de equipamiento del hogar (21 locales menos).

Número de tiendas según clase CIIU (Setiembre 2025)

CIIU ^a	Actividad	Set-24	Set-25	Var.% (Set 25/24)
4711	Supermercados e hipermercados	2,435	2,971	22.0
4719	Tiendas por departamentos	198	239	20.7
4752	Ferreterías y acabados del hogar	152	152	0.0
4759	Equipamiento del hogar	353	332	-5.9
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	169	169	0.0
4772	Farmacias y cuidado personal	2,813	2,956	5.1
	Total	6,120	6,819	11.4

Notas: Cifras sujeta a reajuste

(a) Grupo CIIU (tres dígitos), Clase CIIU (Cuatro dígitos)

1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos.

Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas

Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

