



PERÚ

Ministerio
de la Producción



Reporte Coyuntural

Comercio Interno

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

Enero 2026

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

Lima, Marzo 2026



PRODUCE
Ministerio de la Producción

▪ En Enero de 2026

- ✓ Las ventas del comercio interno registraron un crecimiento significativo de 9.5% respecto a enero de 2025. Este resultado fue impulsado por el aumento en la comercialización de productos básicos y de salud, en un contexto de mayor dinamismo de la demanda interna (+4.9%).
- ✓ Al analizar los distintos rubros, se observa que en este mes las ventas crecieron de manera generalizada, destacando los incrementos en supermercados e hipermercados (+9.4%), tiendas por departamento (+17.6%), farmacias y boticas (+8.4%), ferreterías y acabados (+7.0%), equipamiento del hogar (+2.1%) y libros y artículos de papelería (+1.6%).
- ✓ A continuación, se presenta a detalle el desempeño de cada rubro:
 - ❑ **Supermercados e hipermercados** (47.1% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad **crecieron 9.4%**, debido a un aumento en la demanda de alimentos (+8.8%), bebidas y tabaco (+11.1%) y prendas de vestir y calzados (+11.9%).
 - ❑ **Tiendas por departamento** (15.0% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad **aumentaron significativamente en 17.6%**, impulsadas por el incremento en la demanda de prendas de vestir y calzado (+15.6%), muebles (+9.3%) y artículos de uso doméstico (+22.9%).
 - ❑ **Ferreterías y acabados** (13.0% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad registraron un **crecimiento de 7.0%**, como resultado del mayor dinamismo en las ventas de muebles (+16.7%) y artículos de ferretería (+3.3%).
 - ❑ **Farmacias y boticas** (17.6% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad **crecieron 8.4%**, impulsadas principalmente por el mayor consumo de productos farmacéuticos y medicinales (+9.9%) y, en menor medida, por los productos de cuidado personal (+2.2%).
 - ❑ **Equipamiento del hogar** (4.9% de las ventas internas): Esta actividad **registró un ligero incremento de 2.1% en las ventas**. A nivel de líneas de productos, destacaron las mayores ventas de artículos de uso doméstico (+4.4%) y muebles (+19.9%).
 - ❑ **Libros, periódicos y artículos de papelería** (2.4% de las ventas internas): Esta actividad **creció en 1.6%**, explicado por el aumento en las ventas de productos de librería (+1.7%). No obstante, este resultado fue parcialmente atenuado por una ligera disminución en la comercialización de productos diversos (-0.4%).

- **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

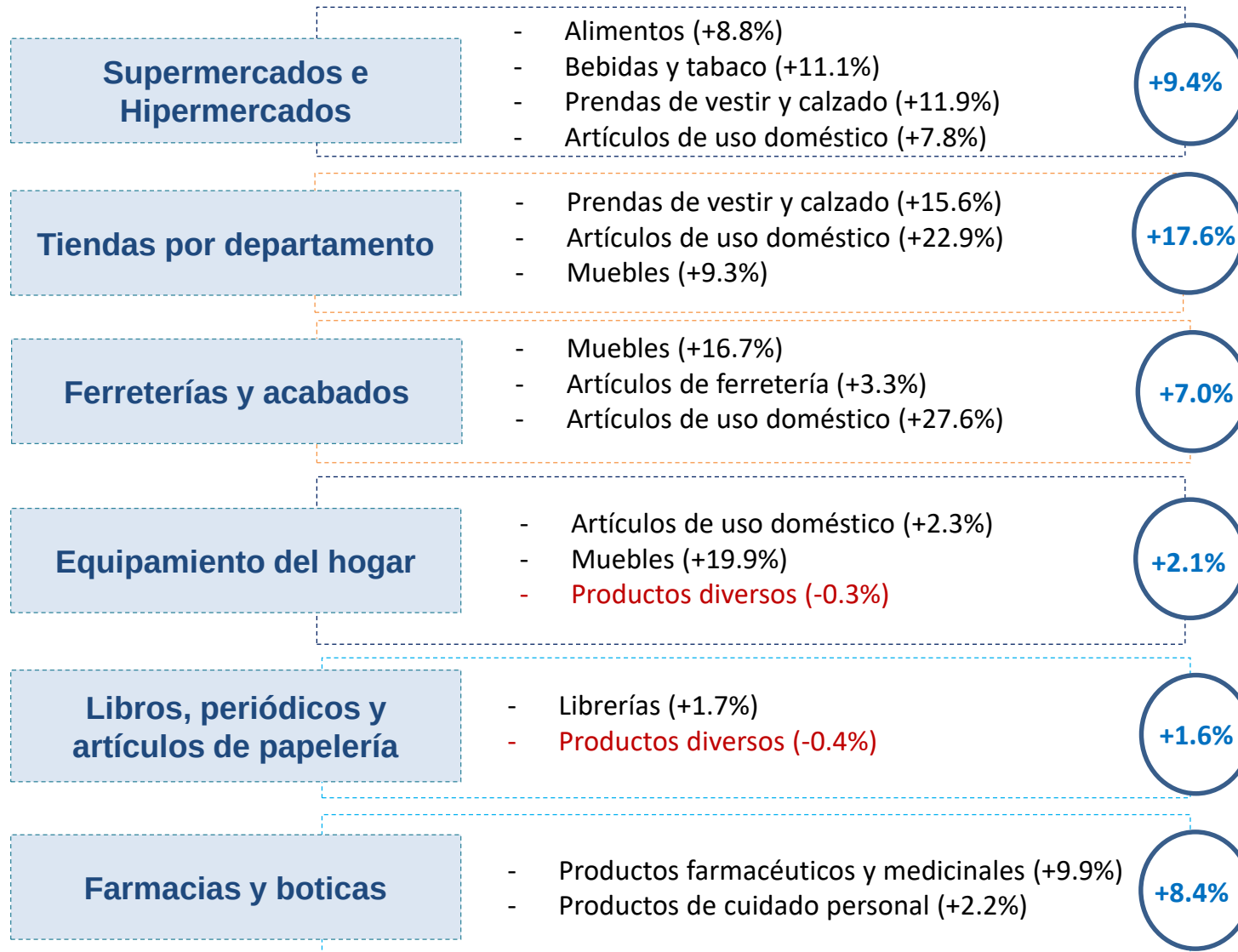


PERÚ

Ministerio
de la Producción

Enero 2026

(Variación porcentual interanual)



En enero de 2026, las **ventas del comercio interno registraron un crecimiento significativo de 9.5%**, impulsado por el mayor dinamismo en la comercialización de productos asociados a alimentos, prendas de vestir y ferretería. Este resultado estuvo vinculado a la intensificación de estrategias comerciales para impulsar las ventas, incluyendo campañas promocionales, así como al sostenido crecimiento del comercio electrónico, que se consolida como un canal cada vez más relevante para los consumidores.

En este mes, todas las actividades del comercio interno evidenciaron un desempeño positivo, destacando los **Supermercados e hipermercados (+9.4%)**, **Tiendas por departamento (+17.6%)**, **Ferreterías y acabados (+7.0%)**, **Farmacias y boticas (+8.4%)**, **Equipamiento del hogar (+2.1%)**, y **Libros y artículos de papelería (+1.6%)**.

Las ventas de comercio interno aumentaron en 9.5%

En enero de 2026, las ventas del comercio interno experimentaron un crecimiento significativo de 9.5% interanual, impulsado por el aumento en la comercialización de productos básicos y de salud, en un contexto de mayor dinamismo de la demanda interna (+4.9%). Durante este mes, el crecimiento fue generalizado en todos los rubros, destacando los supermercados (+9.4%), tiendas por departamento (+17.6%), farmacias y boticas (+8.4%), ferreterías y acabados (+7.0%), equipamiento del hogar (+2.1%), y libros y artículos de papelería (+1.6%).

Cuadro Nº 1

Desempeño de las ventas internas según Grupo y Clase CIIU^{1/}, enero 2026

(Millones de soles a precios corrientes)

CIIU (a)	Actividad	Ene-25	Ene-26	Var % Ene (26/25)
	Total	4,108	4,498	9.5
4711	Supermercados e hipermercados	1,937	2,120	9.4 
4719	Tiendas por departamentos ^{1/}	572	673	17.6 
4752	Ferreterías y acabados	548	587	7.0 
4759	Equipamiento del hogar	217	221	2.1 
4772	Farmacias y boticas	730	791	8.4 
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	104	106	1.6 

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

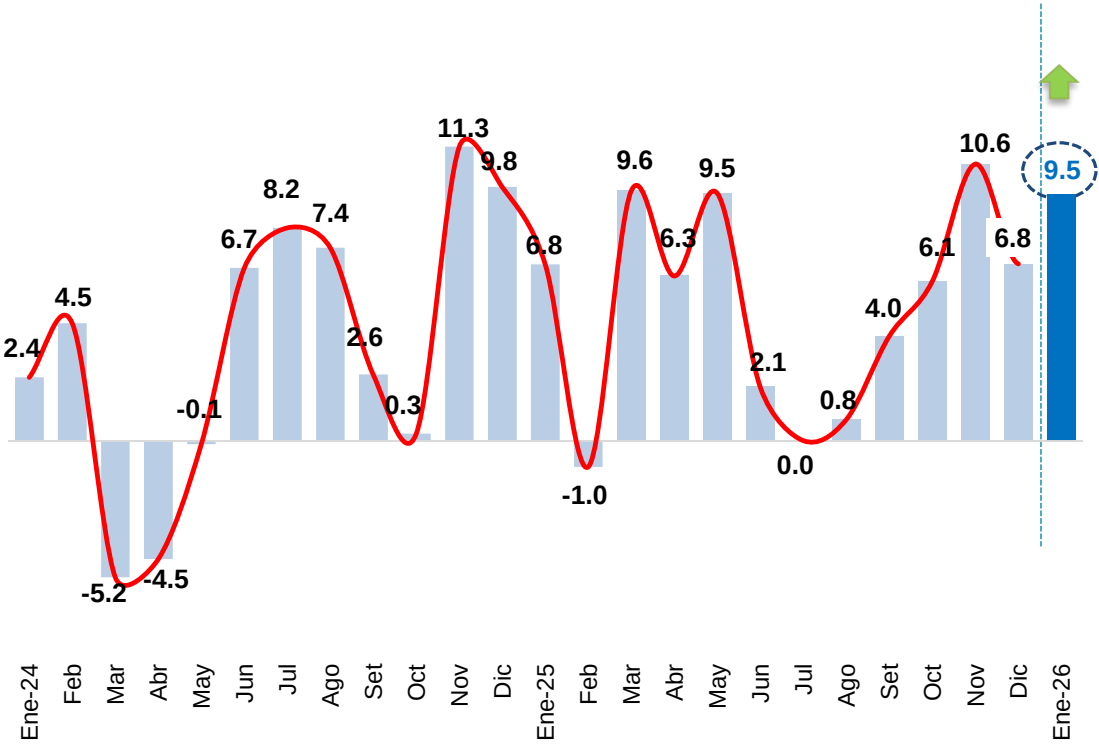
^{1/} Las ventas internas corresponden al comercio interno de (Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas) y representan aprox. el 98.5% del total; se excluye las ventas al por menor de combustibles de la actividad CIIU 4730.

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

Gráfico Nº 1

Evolución mensual de las ventas del comercio interno

(Variación porcentual interanual)



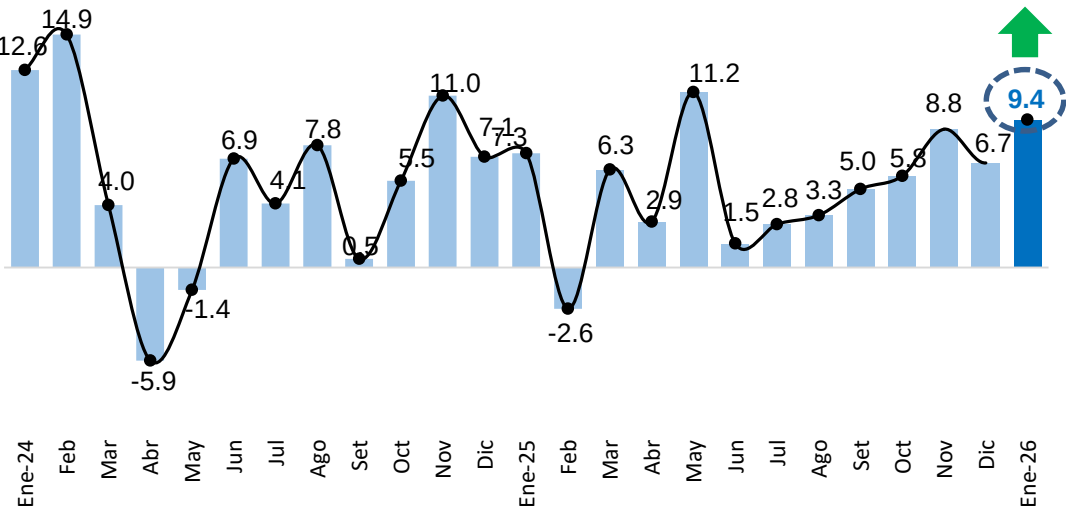
Ventas de supermercados e hipermercados aumentaron en 9.4%

- Las ventas en los **supermercados e hipermercados** registraron un aumento interanual del **9.4% en enero de 2026**. Este crecimiento, se debe a un aumento en la comercialización de productos relacionados con la canasta básica familiar.
- Entre las **principales líneas de productos** que contribuyeron al crecimiento de esta actividad tenemos a los alimentos (+8.8%), productos diversos (+9.3%), prendas de vestir y calzado (+11.9%), bebidas y tabaco (+11.1%), productos farmacéuticos y cosméticos (+10.4%) y artículos de uso doméstico (+7.8%).

Gráfico N° 2

Evolución de las ventas de supermercados e hipermercados

(Variación porcentual interanual)

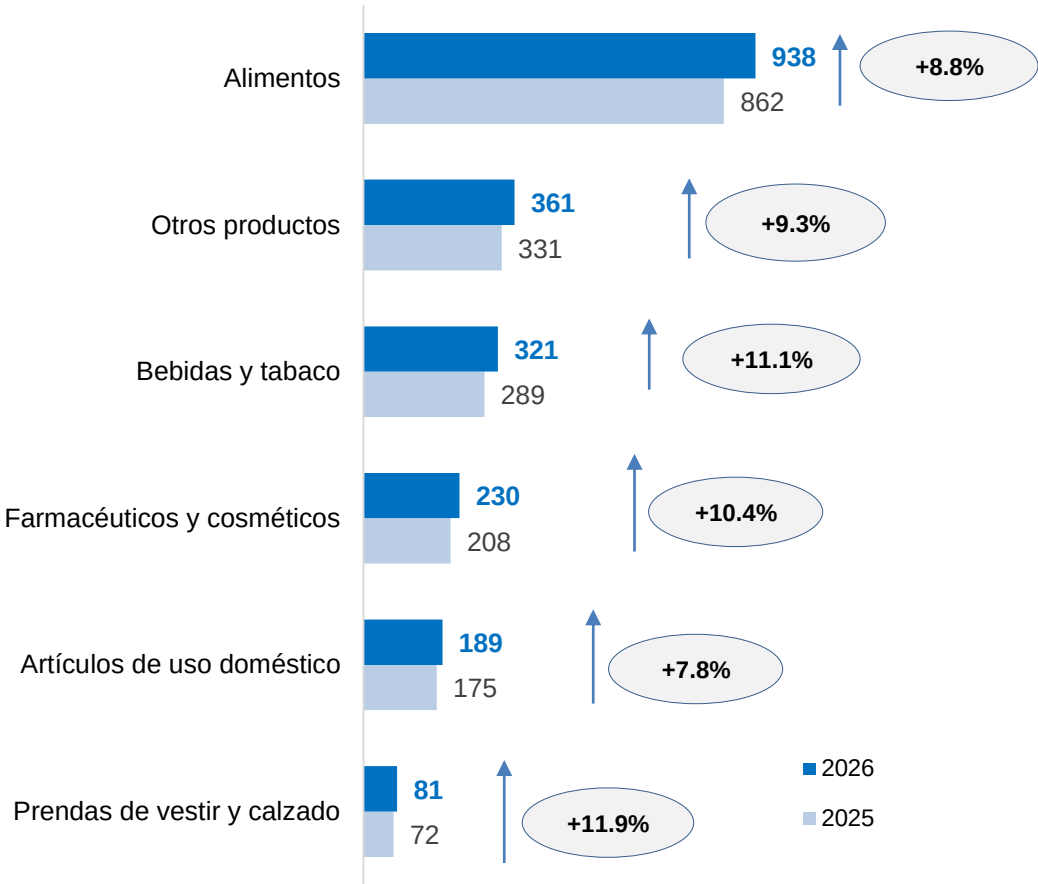


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico N° 3

Ventas por líneas de productos, enero 2025 y enero 2026

(Millones de soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

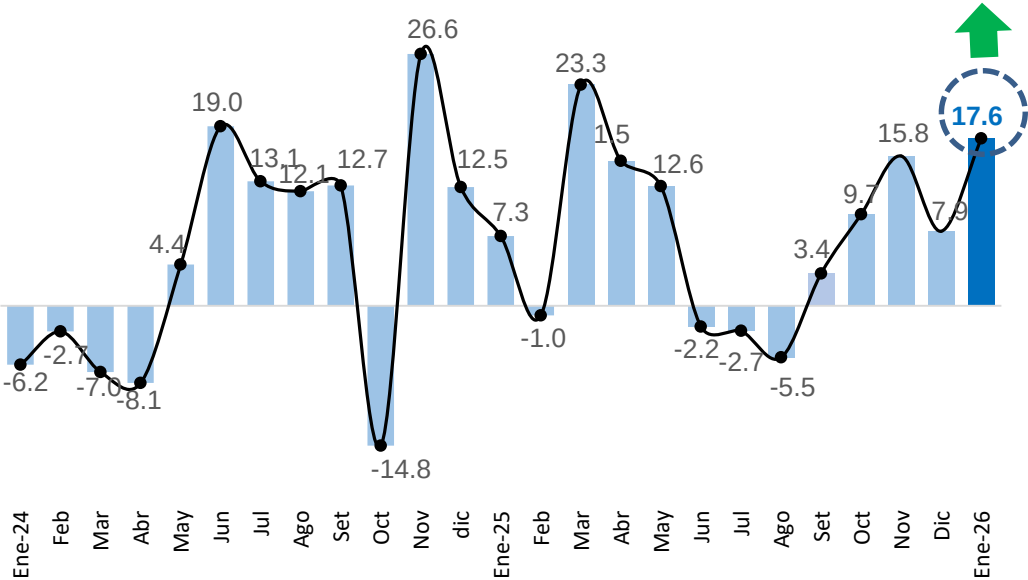
Ventas de tiendas por departamento **crecieron en 17.6%**

- En enero de 2026, las ventas en las **tiendas por departamento** registraron un **aumento interanual significativo de 17.6%**. Este crecimiento se explica por la recuperación de la demanda interna, así como por la implementación de estrategias promocionales y descuentos agresivos, que impulsaron un mayor volumen de compras.
- Entre las principales líneas de productos que aumentaron sus ventas en este mes destacaron: prendas de vestir y calzado (+15.6%), artículos de uso doméstico (+22.9%) y muebles (+9.3%).

Gráfico Nº 4

Evolución de las ventas de tiendas por departamento

(Variación porcentual interanual)

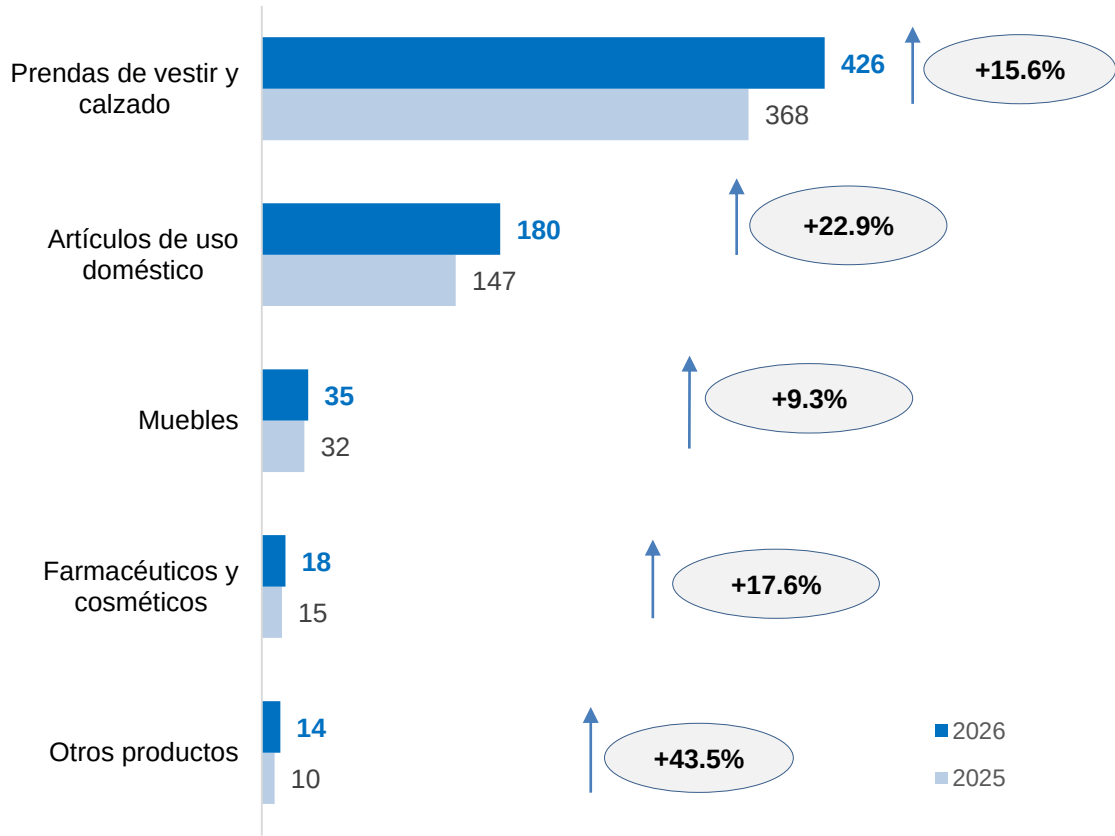


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 5

Ventas por líneas de productos, enero 2025 y enero 2026

(Millones de soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

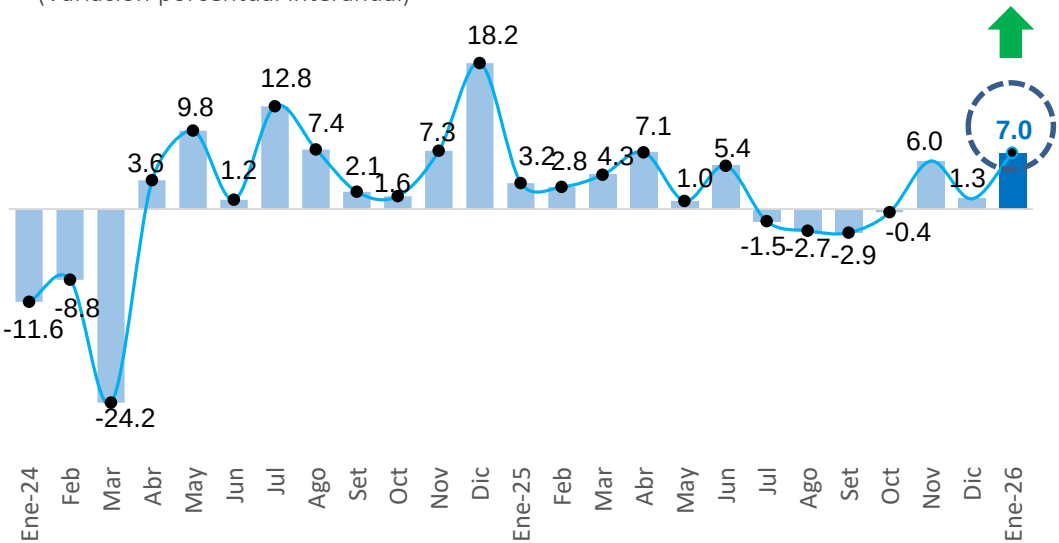
Ferreterías y acabados **aumentaron sus ventas en 7.0%**

- Las ventas de productos relacionados con la actividad de **ferreterías y acabados** aumentaron **7.0% interanual**, impulsadas por el avance de proyectos públicos y privados, así como por la mayor demanda asociada a la remodelación de viviendas.
- Los productos con mayor demanda fueron los artículos de ferretería y otros (+3.3%), productos diversos (+7.2%), artículos de uso doméstico (+27.6%) y muebles (+16.7%).

Gráfico Nº 6

Evolución de las ventas de ferreterías y acabados

(Variación porcentual interanual)

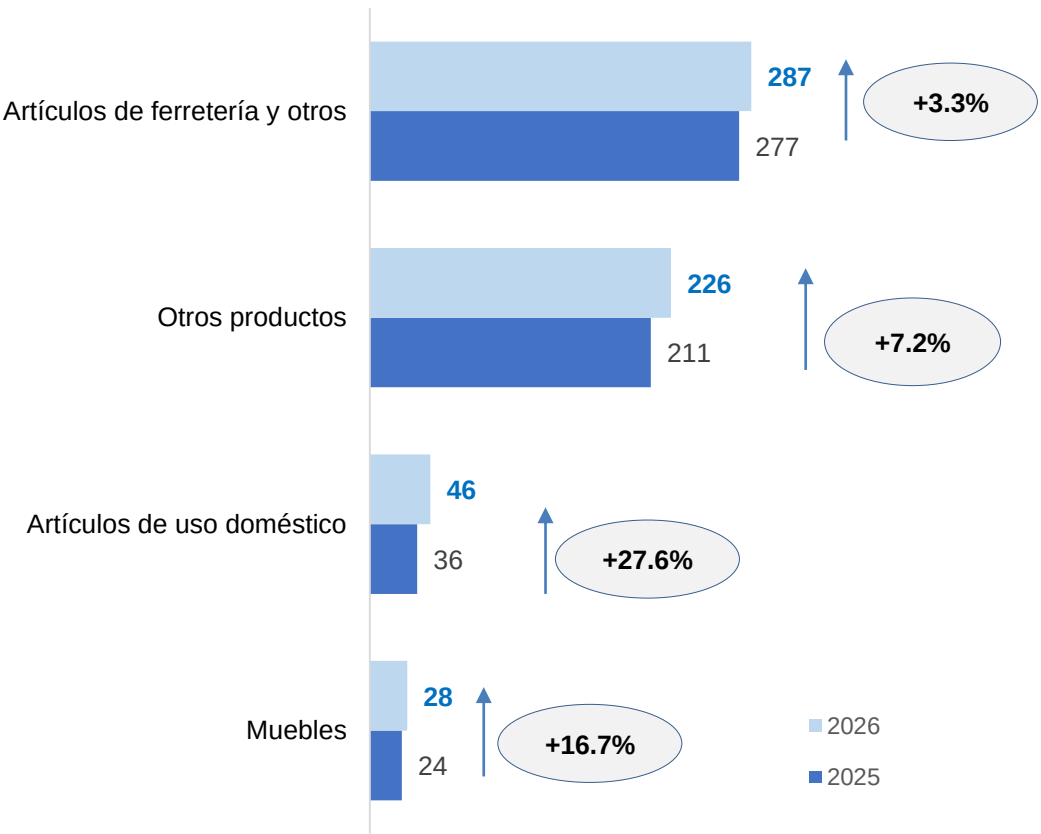


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 7

Ventas por líneas de productos, enero 2025 y enero 2026

(Millones de Soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

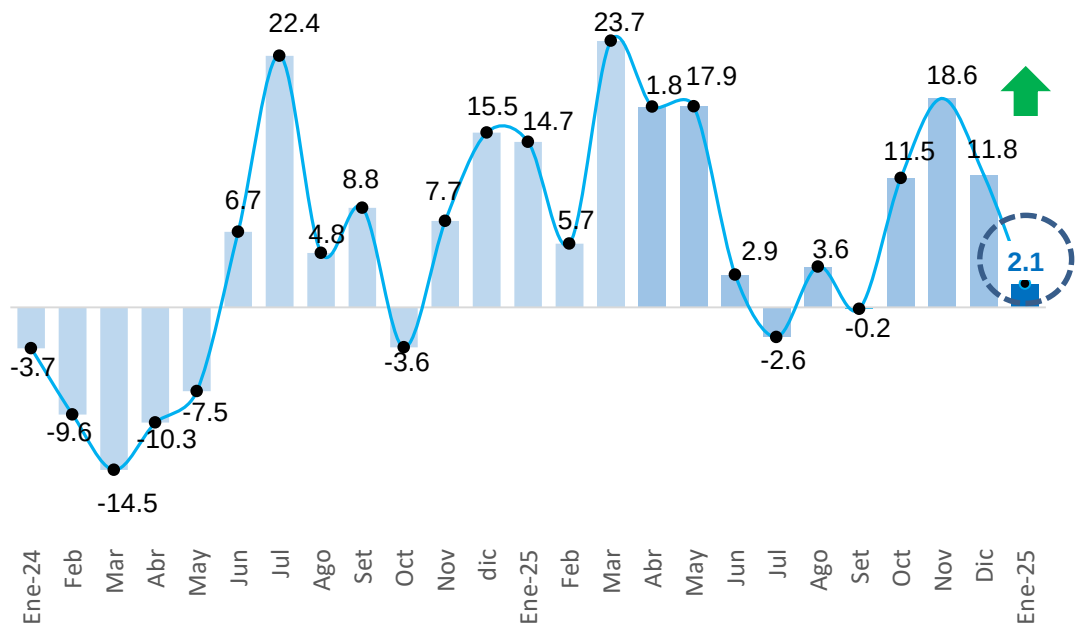
Equipamiento del hogar **aumentaron sus ventas en 2.1%**

- En enero de 2026, se registró un **incremento interanual de 2.1%** en las ventas de productos relacionados con el **equipamiento del hogar**. Este resultado estuvo asociado al mayor dinamismo en la comercialización de **artículos de uso doméstico** (+2.3%), en particular, productos de línea blanca, marrón y equipos electrónicos, así como también por los **muebles** (+19.9%). En contraste, se observó una ligera disminución en las ventas de **productos diversos** (-0.3%).

Gráfico Nº 8

Evolución de las ventas de equipamiento del hogar

(Variación porcentual interanual)

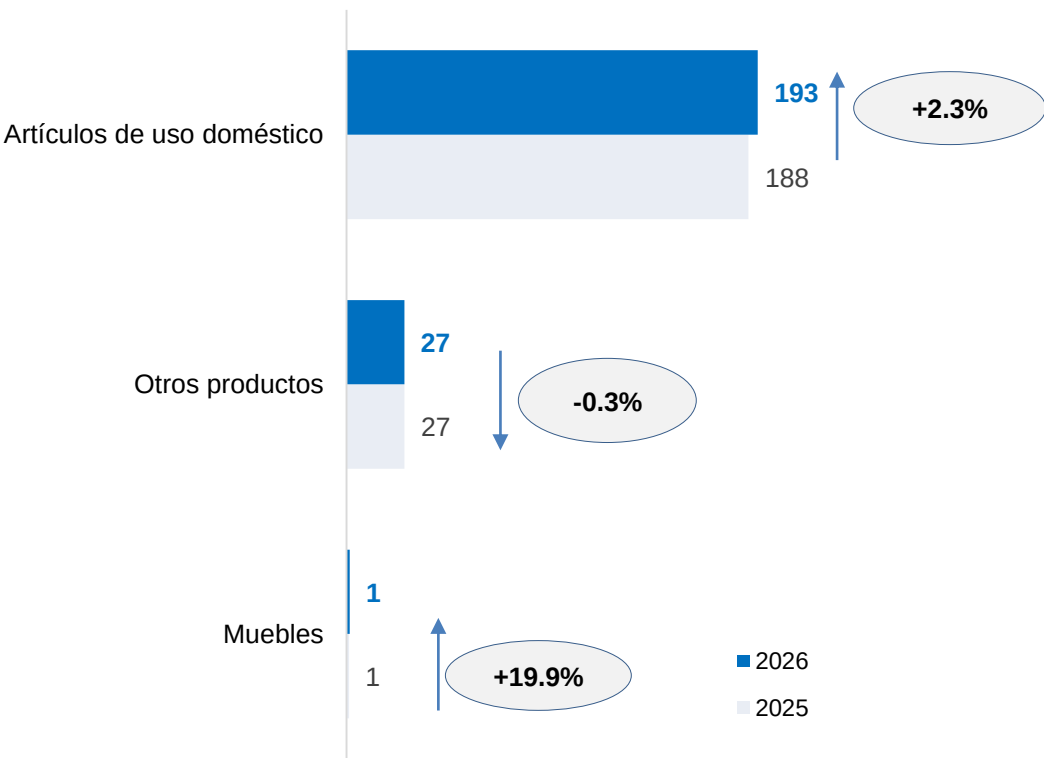


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 9

Ventas por líneas de productos, enero 2025 y enero 2026

(Millones de Soles y Var.% interanual)



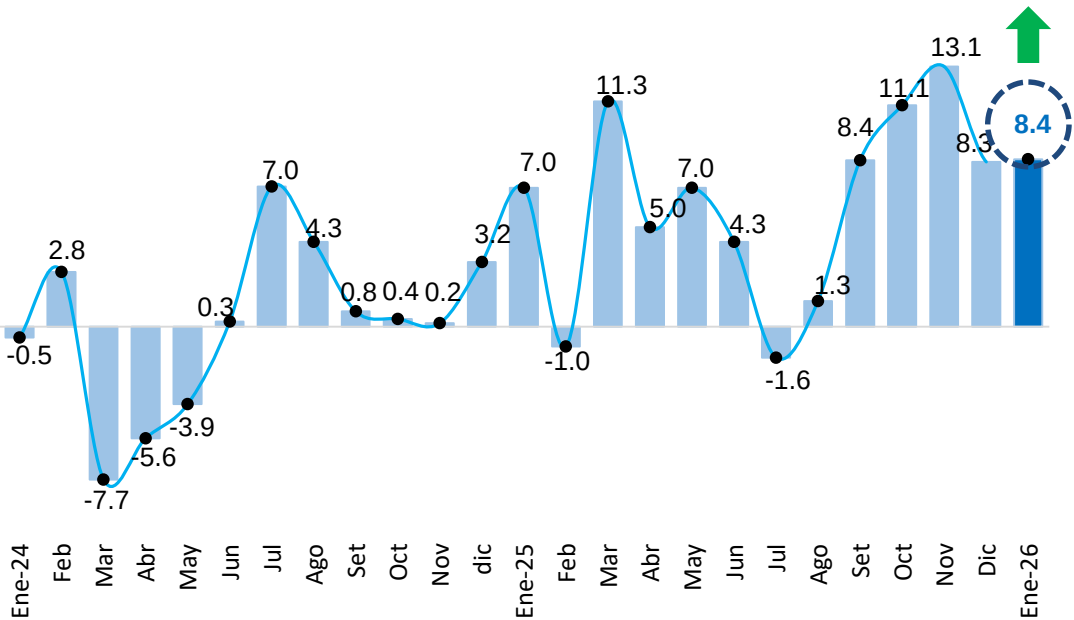
Elaboración: PRODUCE (OEE)

Ventas de farmacias y boticas aumentaron en 8.4%

- En enero de 2026, las ventas de **farmacias y boticas** registraron un **crecimiento** de 8.4% interanual, impulsado principalmente por el aumento en las ventas de productos farmacéuticos y medicinales (+9.9%). Este desempeño refleja, en parte, la expansión y mayor eficiencia de los canales modernos de distribución.
- Asimismo, se observó un incremento en la venta de productos de cuidado personal (+2.2%), aunque en menor magnitud.

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, enero 2025 y enero 2026
(Millones de Soles y Var.% interanual)

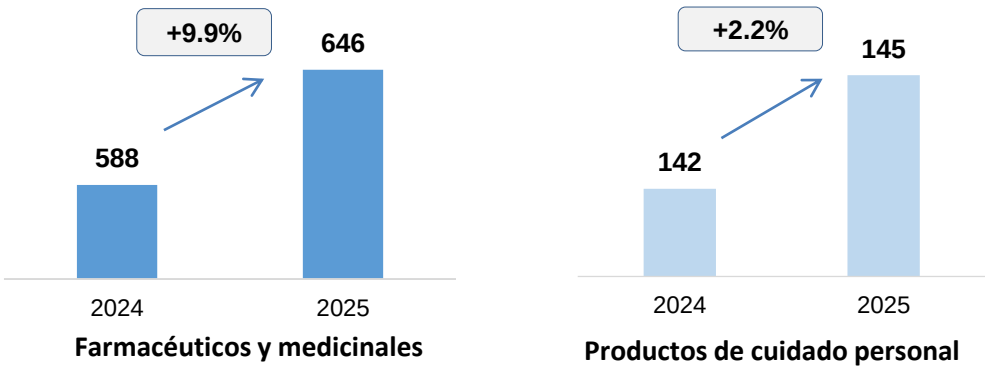
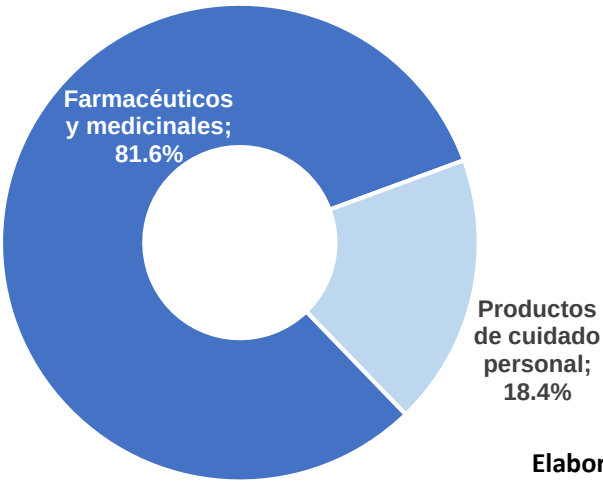


Gráfico N° 12

Participación de las ventas por líneas de productos, enero 2026
(Porcentaje)

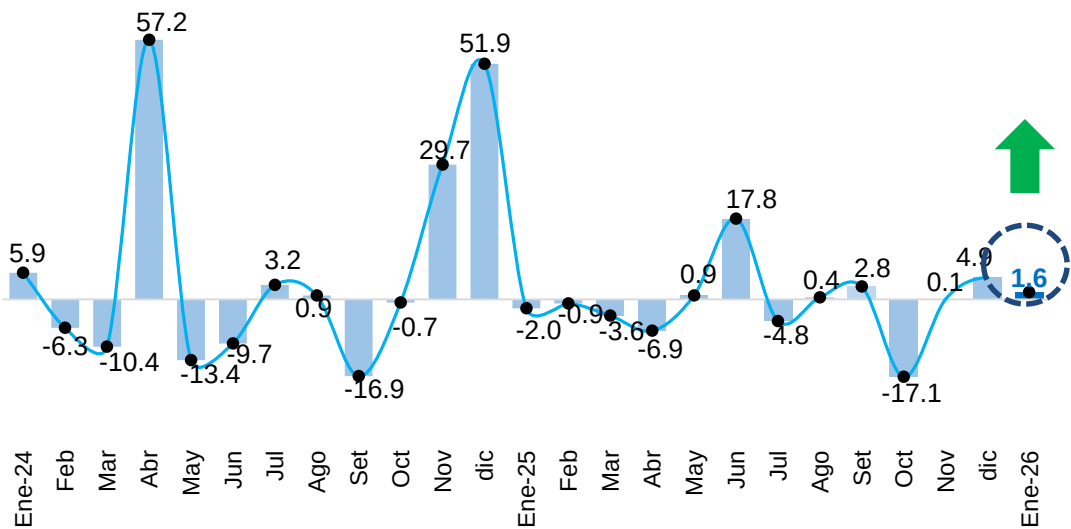


Elaboración: PRODUCE (OEE)

Las ventas de la actividad de **libros, periódicos y artículos de papelería** registraron un **ligero crecimiento interanual de 1.6%** en enero de 2026, impulsado principalmente por el aumento en la comercialización de papelería y útiles escolares (+1.7%). En contraste, este resultado fue parcialmente atenuado por una leve disminución en las ventas de productos diversos (-0.4%), tales como regalos, juguetes, agendas, calendarios y almanagues.

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, enero 2025 y enero 2026
(Millones de Soles y Var.% interanual)

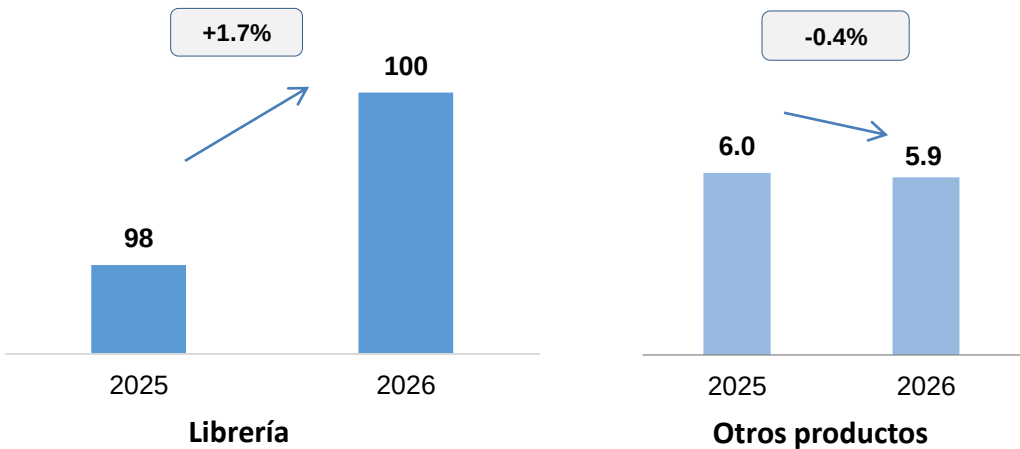
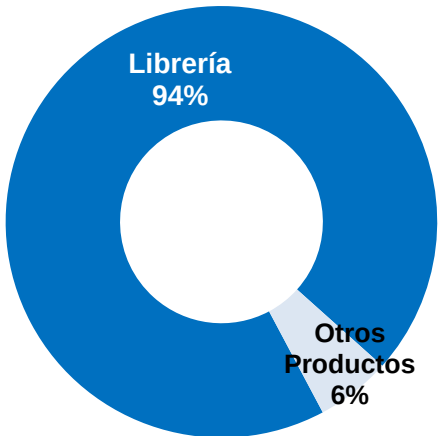


Gráfico N° 15

Participación de las ventas por líneas de producto, enero 2026
(Porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Tiendas: Número de tiendas **aumentó en 10.9%**

Actividades

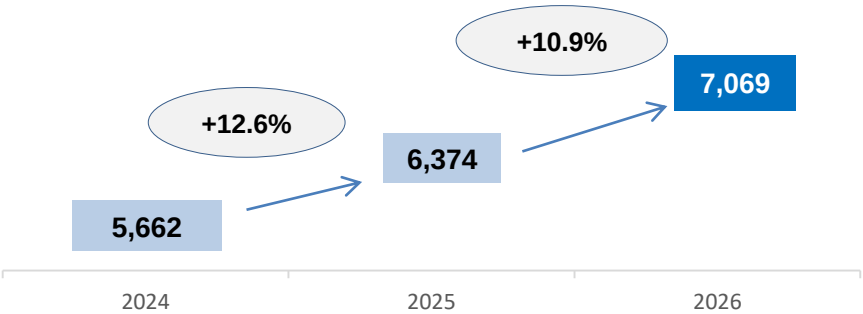
Número de aperturas (+) y cierres (-) de tiendas en enero 2026^{1/}

Supermercados e hipermercados	+503
Tiendas por departamento	+11
Ferreterías y acabados del hogar	+1
Equipamiento del hogar	+21
Libros, periódicos y artículos de papelería	+11
Farmacias y boticas	+148

1/ En relación a similar mes del año anterior

Gráfico Nº 16

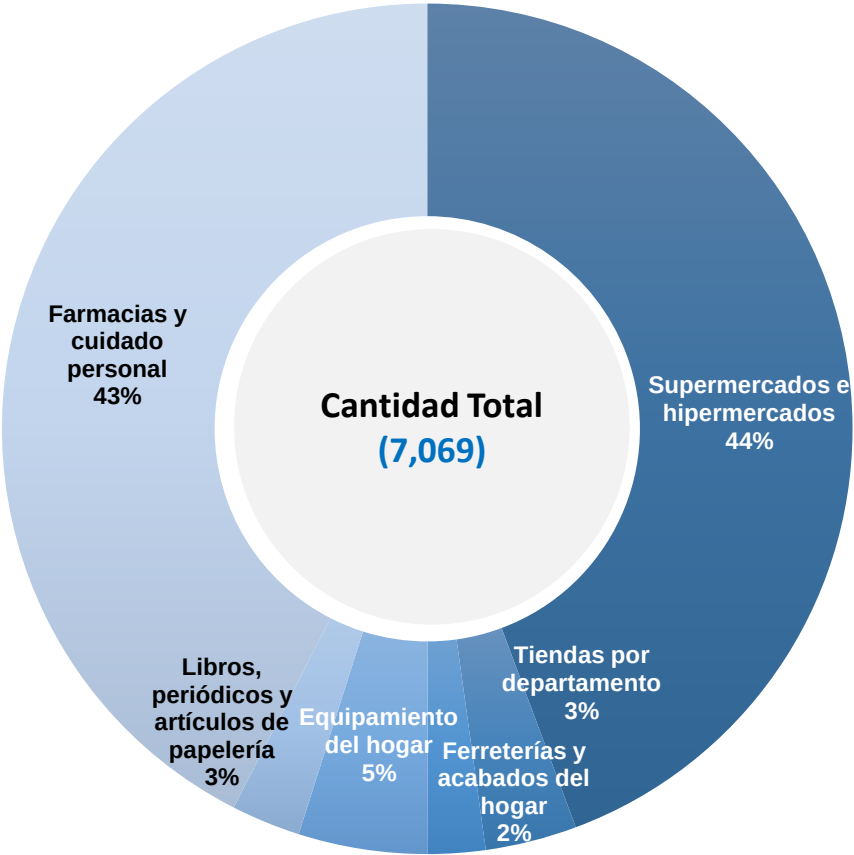
Evolución del número de tiendas del comercio interno: enero 2024 – enero 2026
(Cantidad y Variación %)



Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 17

Participación del total de tiendas por actividad, enero 2026
(Porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Nivel de empleo **aumentó en 4.1%** y registró **120 mil 048** puestos de trabajo



PERÚ

Ministerio
de la Producción

Gráfico N° 18

Número de trabajadores en el sector comercio interno
(enero 2023 – enero 2026)

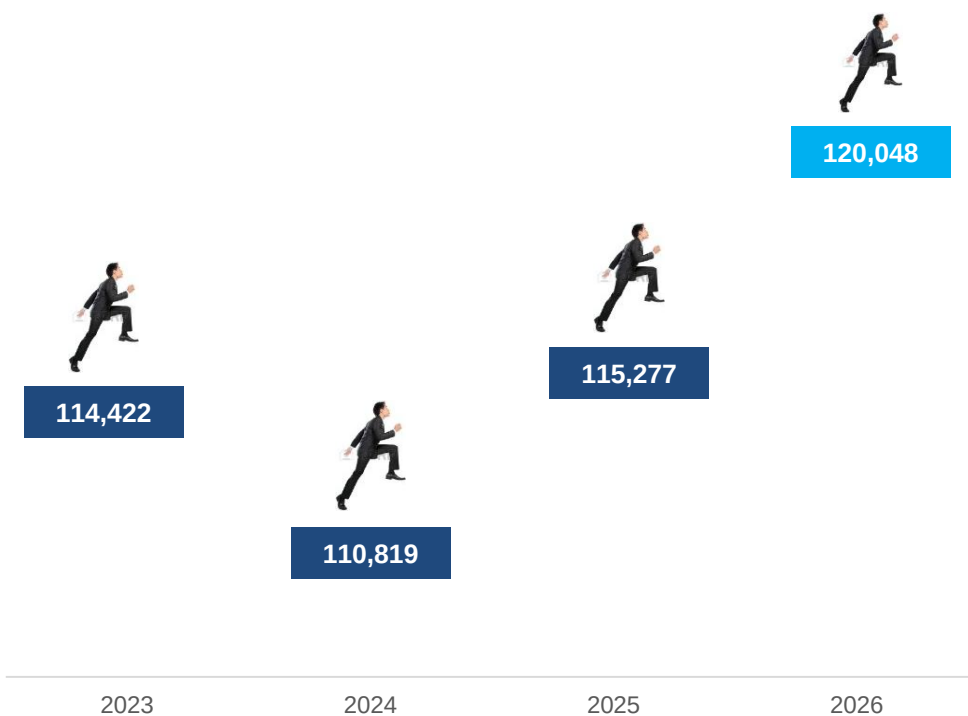


Gráfico N° 19

Empleo ocupado en el sector comercio minorista por género y tipo de empleo,
enero 2026 (Número y porcentaje)

