



PERÚ

Ministerio  
de la Producción

## BOLETÍN ESTADÍSTICO

# Reporte de Comercio Interno

---

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

Noviembre 2025





# ÍNDICE

Noviembre 2025

## Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

**03** Introducción

**16** Desempeño e  
importancia de los  
Supermercados  
en el sector retail  
en 2025

**04** Producción  
nacional y del  
sector comercio

**04** Desempeño  
según  
actividades

**20** Otras variables  
del sector

REPORTE DE COMERCIO INTERNO

# Grandes almacenes e hipermercados minoristas

Noviembre 2025

## Introducción

En noviembre de 2025, las ventas del sector comercio interno experimentaron un aumento significativo <sup>1/</sup> de 9.4% interanual, impulsado por la mayor demanda en las actividades de supermercados (+9.1%), tiendas por departamentos (+15.8%), ferreterías y acabados (+5.0%), equipamiento del hogar (+16.6%), librerías y artículos de papelería (+1.6) y farmacias y boticas (+5.2%).

En el periodo acumulado de enero a noviembre de 2025, las ventas del comercio interno registraron un crecimiento de 4.7%, con respecto a similar periodo del año anterior, como resultado de las mayores ventas en supermercados e hipermercados (+4.6%), tiendas por departamento (+5.6%), ferreterías y acabados (+1.7%), equipamiento del hogar (+12.2%), farmacias y boticas (+5.1%).

## Desempeño de las ventas internas según grupo y clase CIIU, Noviembre 2025<sup>2/</sup>

(Millones de soles a precios corriente)

CIIU <sup>(a)</sup>	Actividad	Nov-24	Nov-25 <sup>(b)</sup>	Var. % Nov 25/24
	Total	4,291	4,692	9.4
<b>4711</b>	Supermercados e hipermercados <sup>3/</sup>	1,994	2,177	9.1
<b>4719</b>	Tiendas por departamentos <sup>4/</sup>	777	900	15.8
<b>4752</b>	Ferreterías y acabados	530	557	5.0
<b>4759</b>	Equipamiento del hogar	197	230	16.6
<b>4772</b>	Farmacias y boticas	683	719	5.2
<b>4761</b>	Libros, periódicos y artículos de papelería	108	110	1.6

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

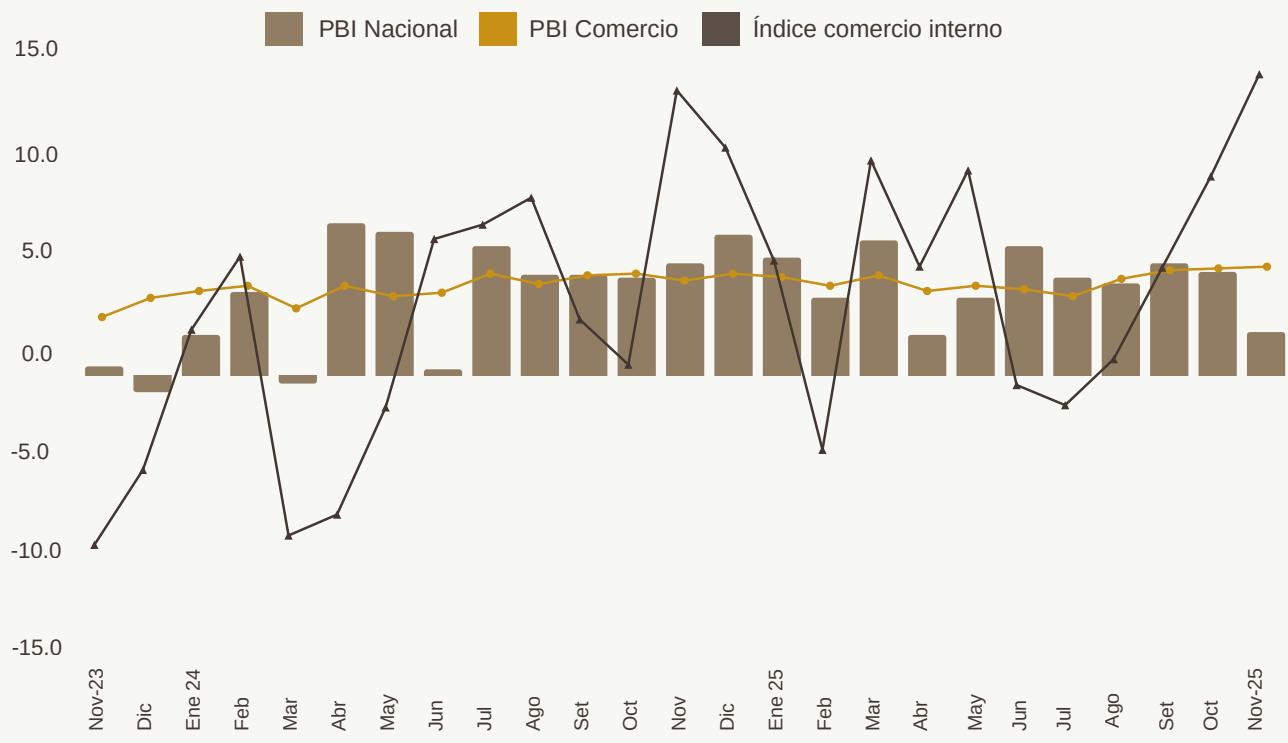
1/ En el presente boletín, las ventas del comercio interno se aproximan como las ventas de los grandes almacenes, supermercados y tiendas especializadas, agregando las actividades de las clases CIIU 4711, 4719, 4752, 4759, 4772 y 4761 de revisión 4.

# Producción nacional y del sector comercio

En noviembre de 2025, el PBI nacional registró un crecimiento del 1.5% interanual. Asimismo, el PBI del sector comercio mantuvo una tendencia positiva, registrando un incremento

interanual de 4.2%, influenciado por un aumento en la demanda de las actividades de comercio mayorista (+3.5%) y minorista (+4.0%).

## Evolución del PBI nacional, PBI comercio e Índice de comercio interno, Noviembre 2023-Noviembre 2025<sup>1</sup> (Var.%)<sup>2</sup>



### 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 noviembre de 2025, las ventas de los supermercados e hipermercados registraron un incremento de 9.1% interanual, como resultado de la mayor

demandas de alimentos (+7.6%), bebidas y tabaco (+5.1%), de productos diversos (+12.2%), artículos de uso doméstico (+13.8%), entre otros.

## Ventas por líneas de productos, Noviembre 2024 - Noviembre 2025

(Millones de soles y Var. % interanual)

2025 2024

Alimentos	1001	930	+7.6	↑
Otros productos	375	334	+12.2%	↑
Bebidas y tabaco	294	279	+5.1%	↑
Farmacéuticos y cosméticos	223	201	+11.0%	↑
Artículos de uso doméstico	205	180	+13.8%	↑
Prendas de vestir y calzado	80	70	+13.2%	↑

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

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

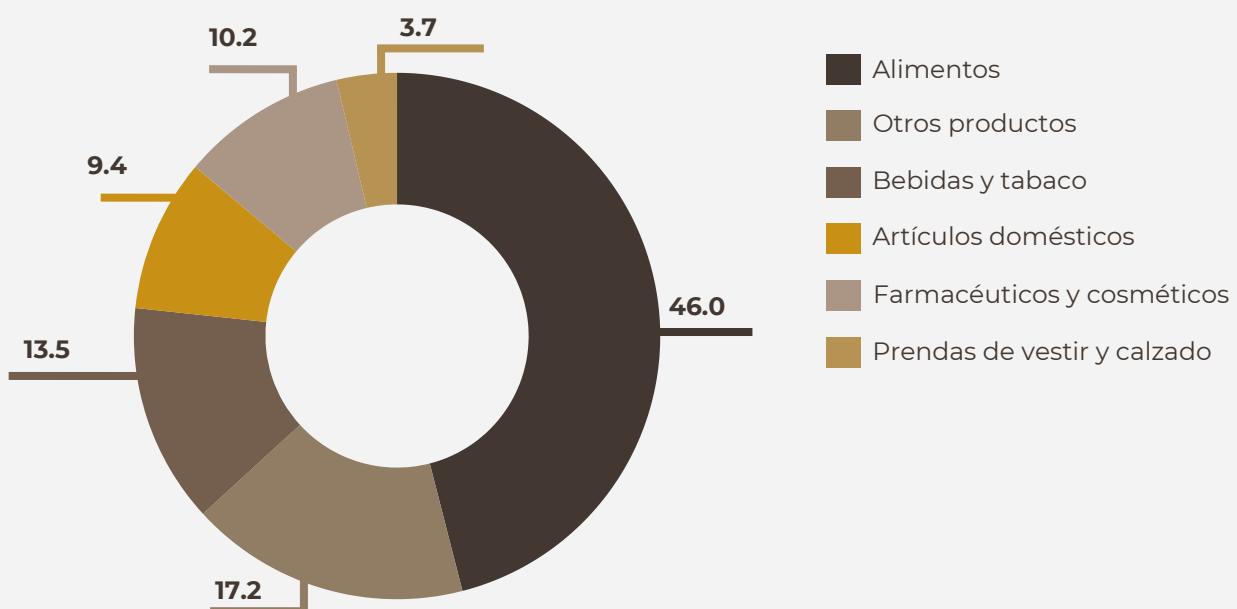


Las líneas de alimentos y bebidas concentraron el 59.5% del valor total de ventas facturadas por los supermercados e hipermercados; mientras que, el restante (40.5%) correspondió a productos de artículos de uso doméstico, farmacia y cosméticos, prendas de vestir y calzado, y otros productos.

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

## Participación de líneas de productos en supermercados e hipermercados,<sup>1/</sup> Noviembre 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

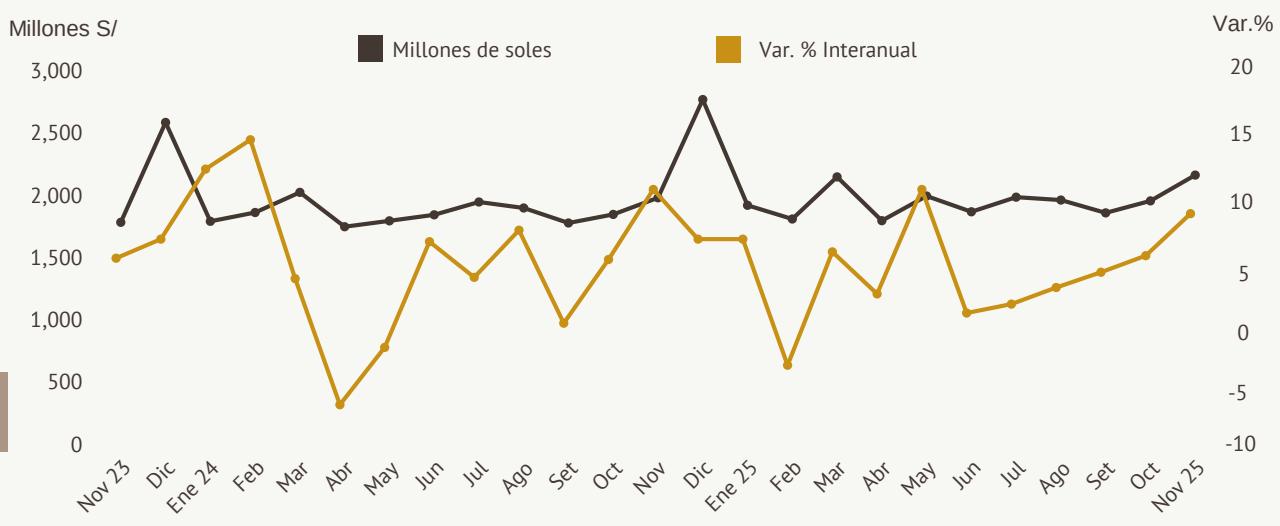
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

En el periodo acumulado de enero a noviembre de 2025, las ventas en supermercados e hipermercados, registraron un crecimiento de 4.6%, con respecto a similar

periodo del año anterior, como resultado de las mayores ventas en alimentos (+5.1%), bebidas y tabacos (+5.4%) y otros productos (+7.3%).

## Evolución y variación % de las ventas internas en supermercados e hipermercados<sup>1/</sup>

Noviembre 2023 a Noviembre 2025



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

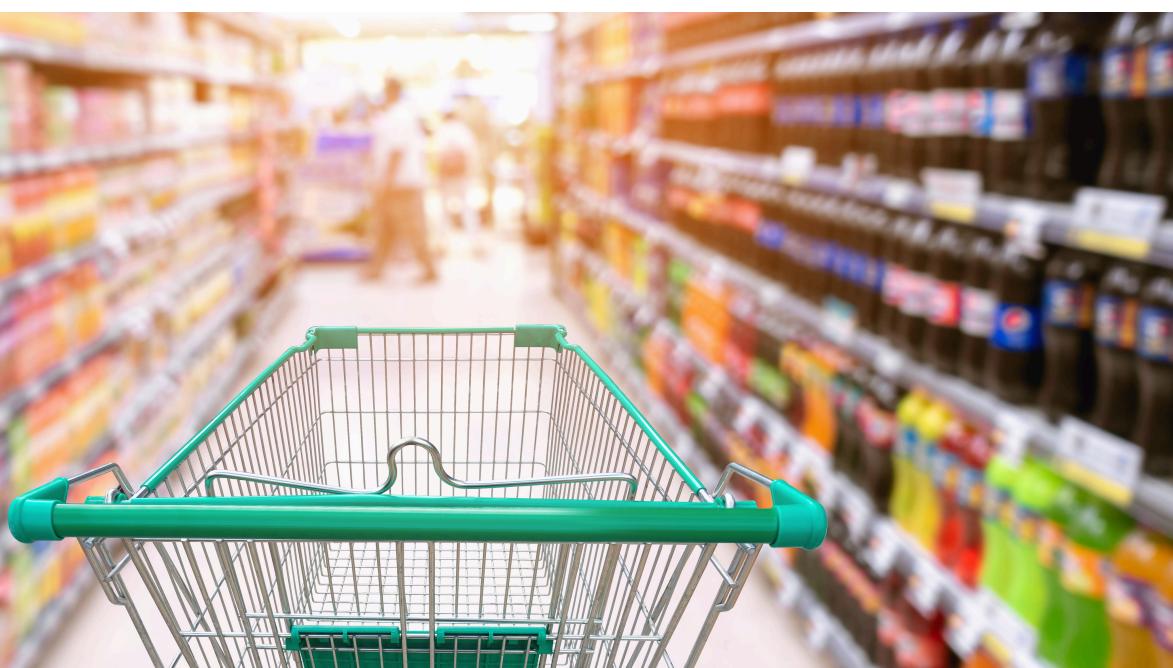
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas

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

## Ventas en tiendas por departamento

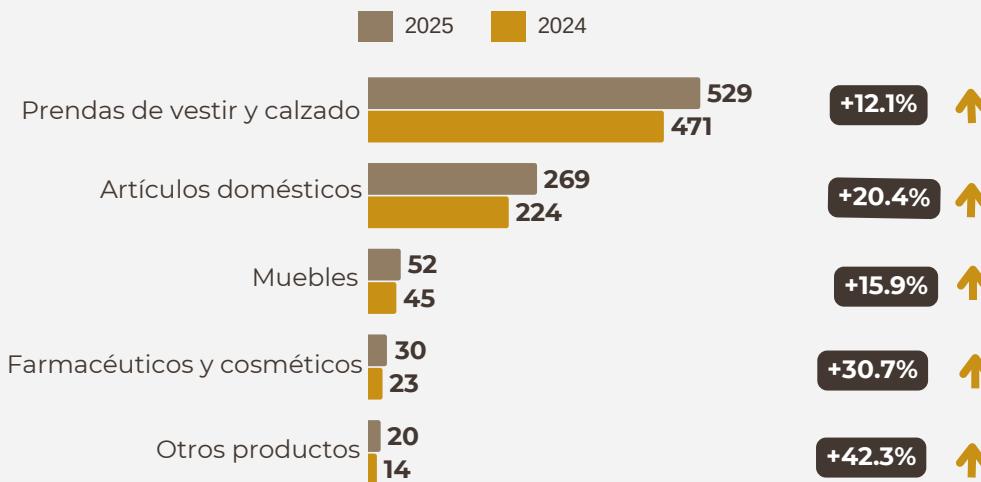
En noviembre de 2025, las ventas en tiendas por departamento registraron un significativo aumento de 15.8% interanual, explicado por el aumento de las ventas en las categorías de prendas de vestir y

calzado (+12.1%), artículos de uso doméstico (+20.4%), productos diversos (+42.3%), farmacéuticos y cosméticos (+30.7) y muebles (+15.9).



## Ventas por líneas de productos, Noviembre 2024 - Noviembre 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

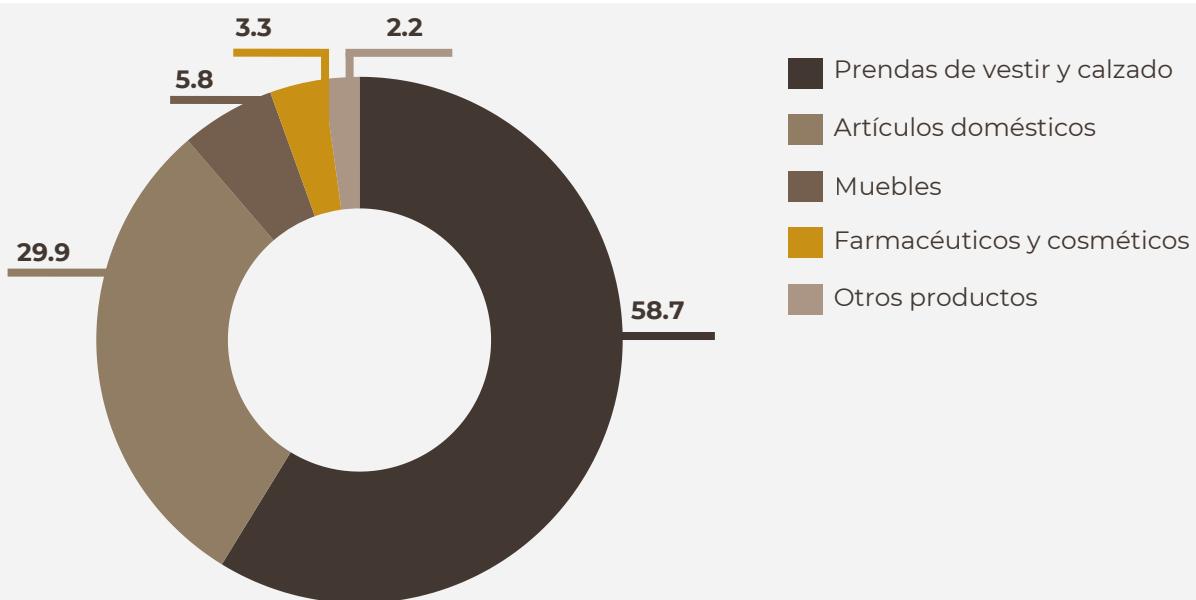


Las ventas de prendas de vestir y calzado, y artículos de uso doméstico representaron en conjunto el 88.6% del valor total facturado por las tiendas por departamento. En menor medida, siguieron las líneas de muebles, productos farmacéuticos y otros productos, que concentraron el restante 11.4%.

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<sup>1/</sup>, Noviembre 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

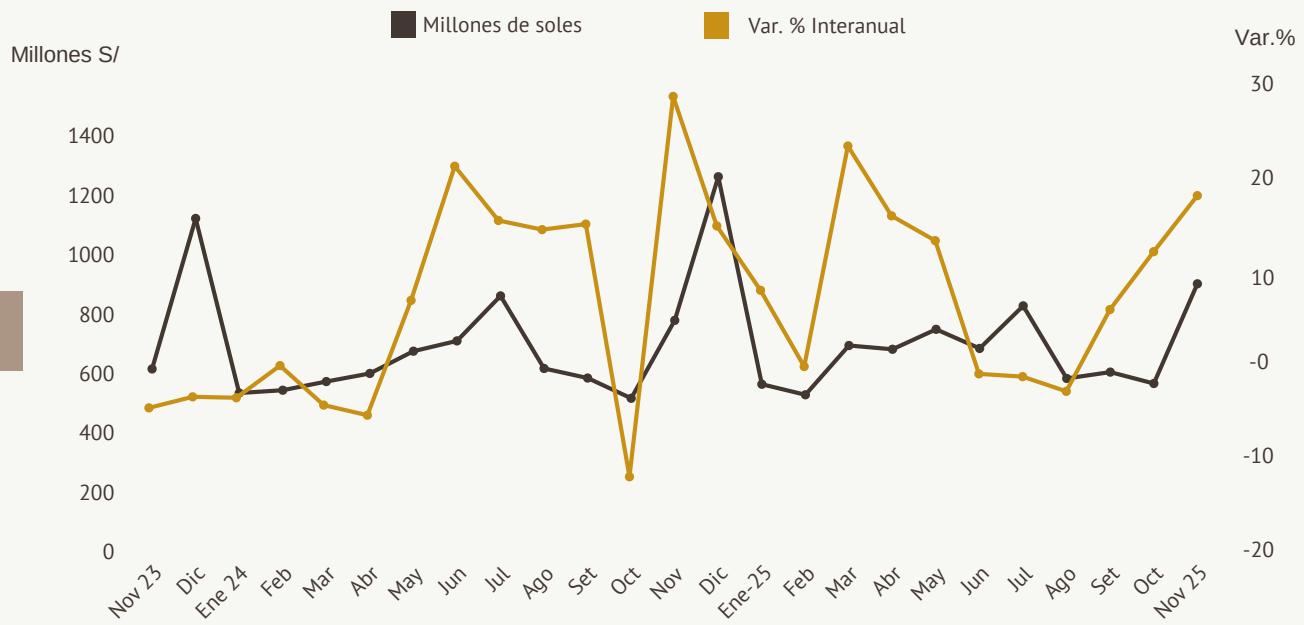
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

En el periodo acumulado de enero a noviembre de 2025, las ventas en tiendas por departamentos registraron un crecimiento de 5.6%, con respecto a similar periodo del año anterior, debido a la mayor

demandas de productos de las líneas de prendas de vestir y calzado (+4.7%), muebles (+6.2%), farmacéuticos y cosméticos (+15.3%), y artículos y equipos doméstico (+6.1%).

## Evolución y variación % de las ventas internas en tiendas por departamentos<sup>1/</sup>

Noviembre 2023 a Noviembre 2025



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

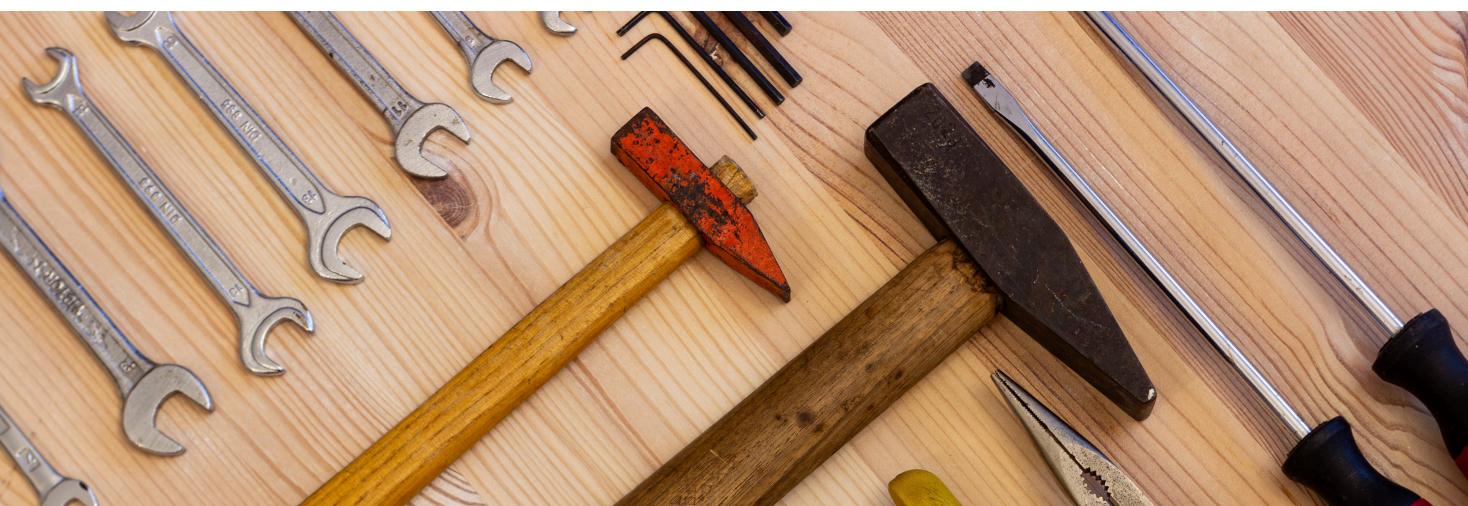
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas

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

## Ventas de productos de ferreterías y acabados

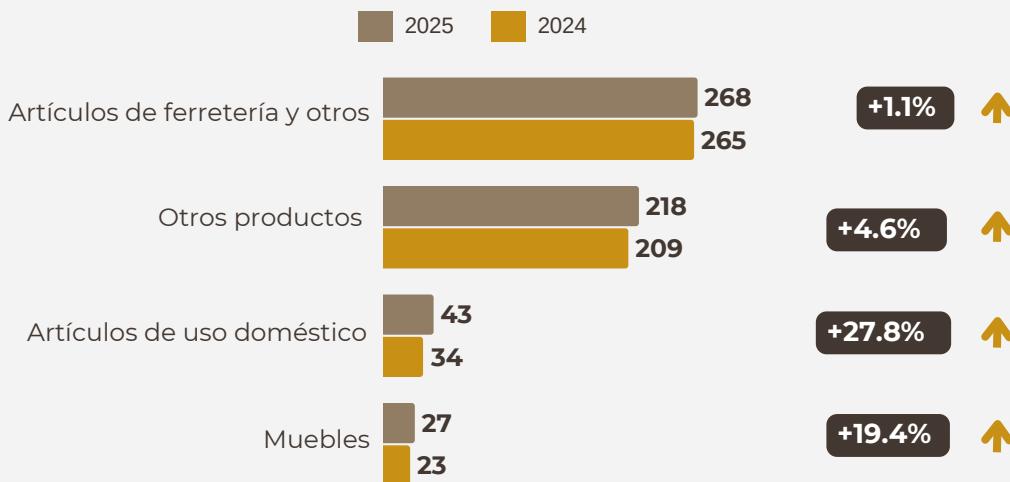
En noviembre de 2025, las ventas de productos de ferretería y acabados aumentaron en 5.0%. Dicho resultado se explica por el mayor dinamismo en las líneas de muebles (+19.4%), artículos de uso doméstico (+27.8%), ferreterías (+1.1%) y otros productos (+4.6%).

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

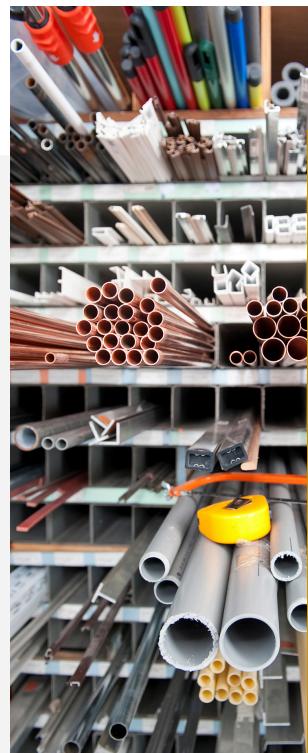


## Ventas por líneas de productos, Noviembre 2024 y 2025

(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

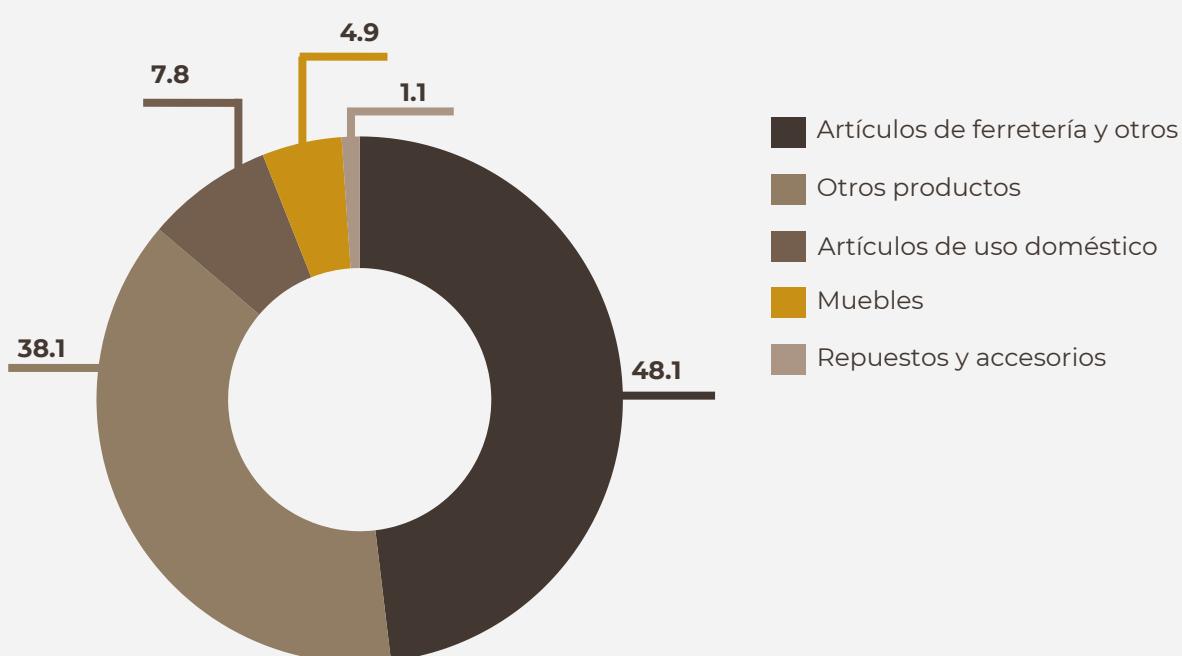


Las líneas de artículos de ferreterías y otros productos registraron una mayor participación conjunta en las ventas de esta actividad (86.2%),

seguida por la línea de artículos de uso doméstico y muebles (12.7%), y repuestos y accesorios (1.1%).

## Participación de líneas de productos de ferreterías y acabados del hogar, Noviembre 2025

(Porcentaje %)



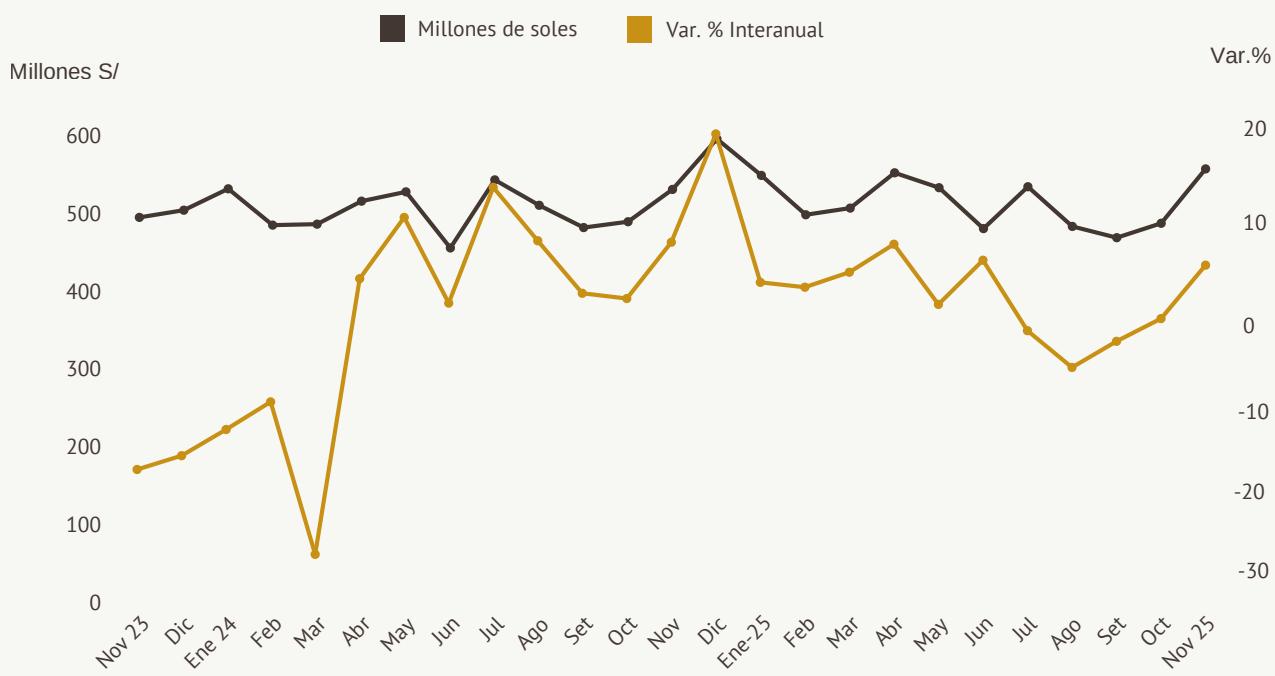
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas  
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

En el periodo acumulado de enero a noviembre de 2025, las ventas en ferreterías y acabados del hogar registraron un ligero incremento de 1.7%, con relación a similar

periodo del año anterior, impulsado por el dinamismo de la línea de muebles (+48.5%), y en menor medida, por artículos y productos diversos (+2.0%).

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

Noviembre 2023 a Noviembre 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 noviembre de 2025, las ventas de equipamiento para el hogar aumentaron significativamente en 16.6% interanual, debido a la mayor demanda de productos de las líneas marrón, blanca y equipos

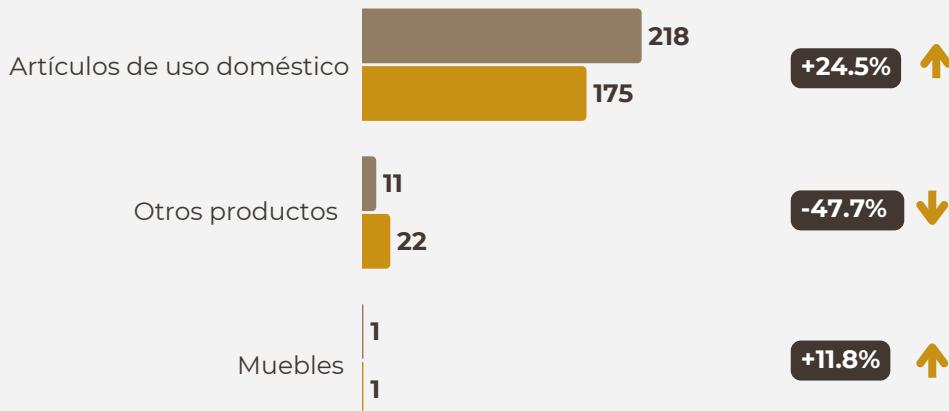
electrónicos, donde destacan principalmente la línea de muebles (+11.8%) y artículos de uso doméstico (+24.5%).



## Ventas por líneas de productos, Noviembre 2024 y 2025

(Millones de soles y Var. % interanual)

■ 2025 ■ 2024



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

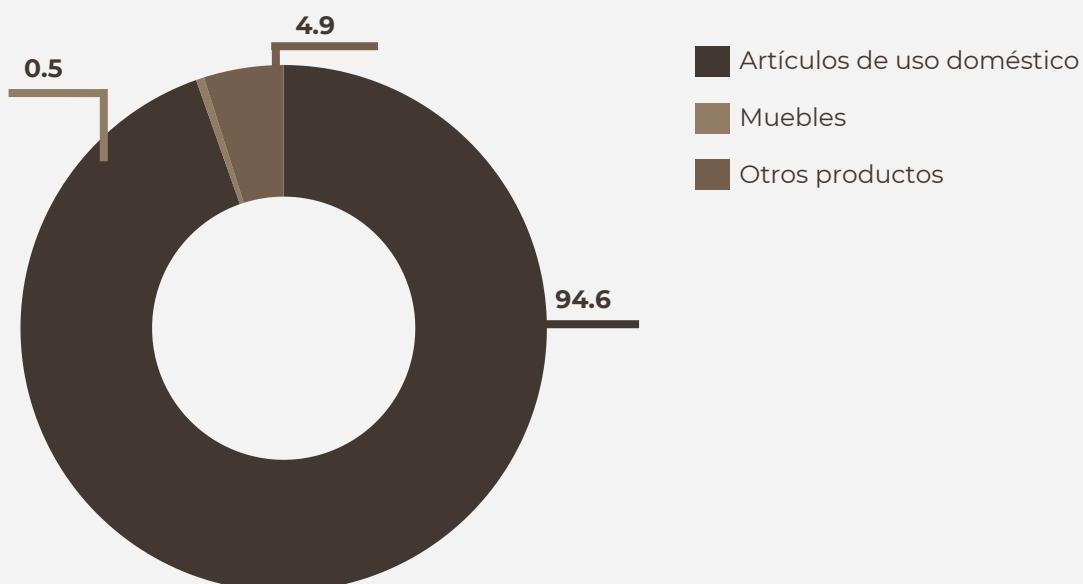


Las ventas de la línea de artículos de uso doméstico tuvieron una mayor participación (94.6%) en las ventas de la actividad de equipamiento del hogar; mientras que, las líneas de muebles con una ligera participación 0.5% y productos diversos registraron un aporte de 4.9%.

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, Noviembre 2025

(Porcentaje %)



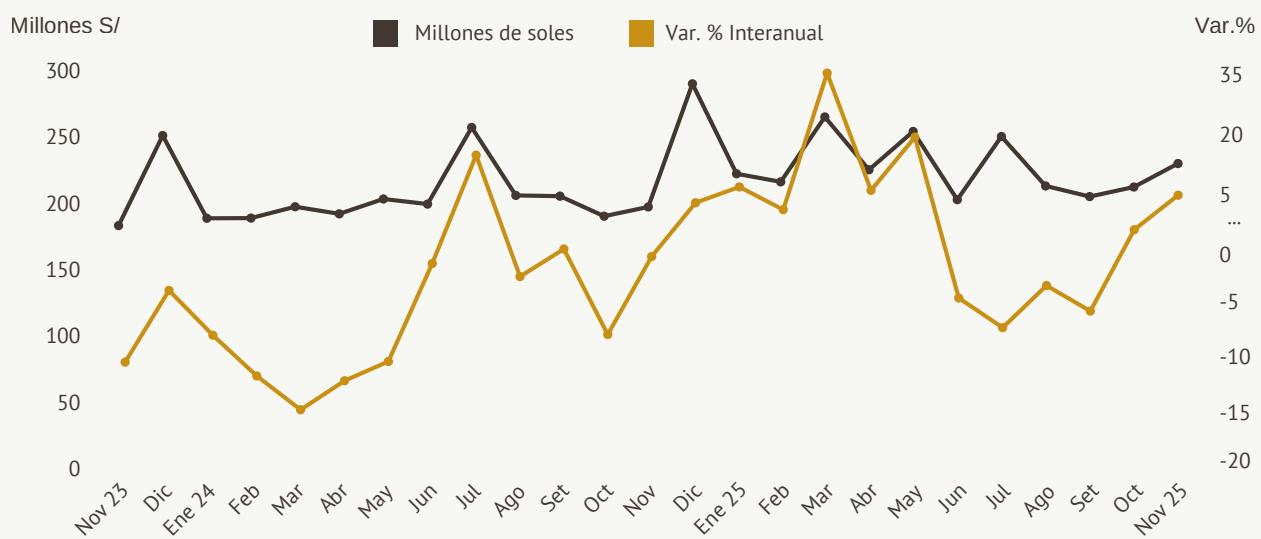
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas  
Elaboración: PRODUCE - Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

En el periodo acumulado de enero y noviembre 2025, las ventas de equipamiento del hogar registraron un incremento interanual de 12.2%, asociado principalmente

a las mayores ventas de las líneas de artículos y equipos domésticos (+19.8%). En contraste, dicho resultado fue atenuado por una disminución en las ventas de muebles.

### Evolución y variación % de las ventas internas de equipamiento del hogar

Noviembre 2023 a Noviembre 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 noviembre de 2025, las ventas de productos farmacéuticos y de cuidado personal registraron un aumento de 5.2%, como resultado de la mayor venta de productos

farmacéuticos (+3.2%) y de la línea de cuidado personal (+17.1%), impulsado por el incremento de la demanda.



## Ventas por líneas de productos, Noviembre 2025

(Var. % interanual)

Productos cuidado personal



Farmacéuticos y medicinales



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

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

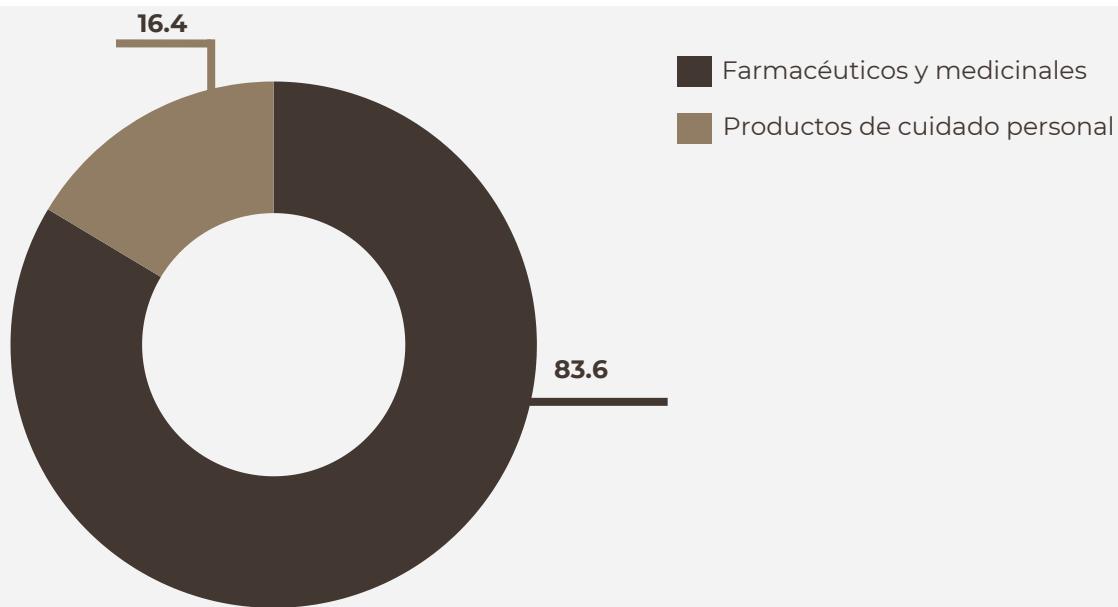


En cuanto a la participación de las líneas de productos de esta actividad, se observa que, en noviembre del 2025, las ventas de productos farmacéuticos y medicinales concentraron el 83.6% del total de las ventas; mientras que, las ventas de productos de cuidado personal representaron el 16.4%.

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, Noviembre 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

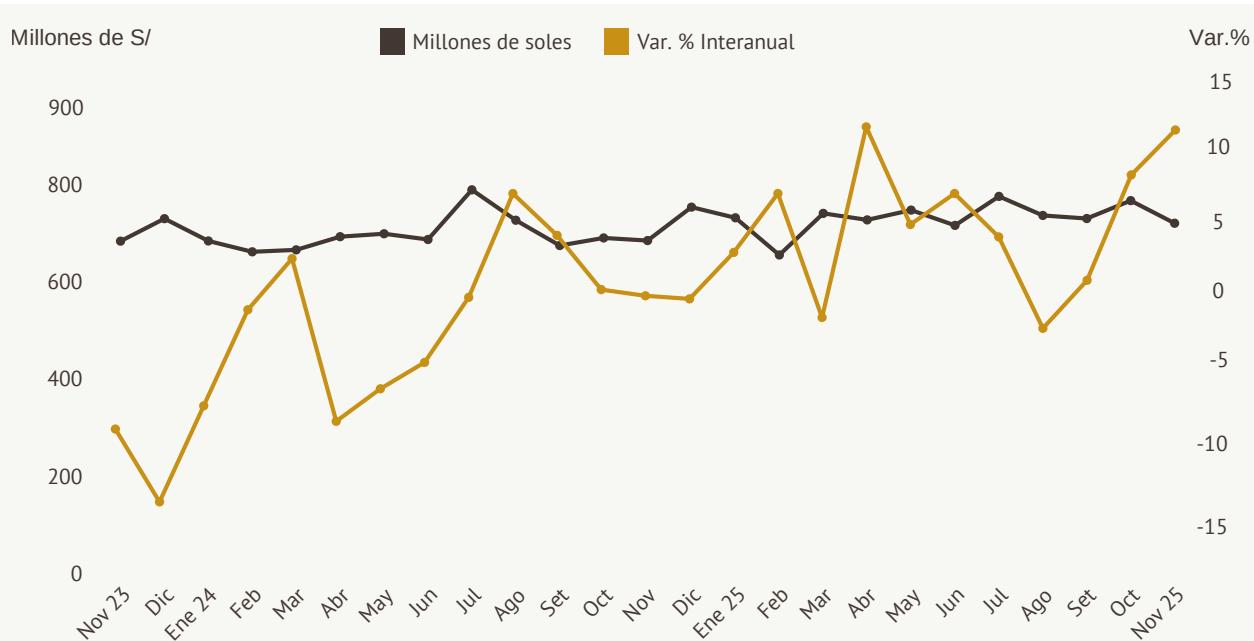


En el periodo acumulado de enero y noviembre 2025, las ventas de productos farmacéuticos y de cuidado, registró un crecimiento de 5.1%, respecto al mismo periodo del 2024.

Dicho avance, estuvo asociado a las mayores ventas de las líneas de farmacéuticos (+5.6%), asimismo, por el incremento de la línea de cuidado personal (+3.0%).

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

Noviembre 2023 a Noviembre 2025



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

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

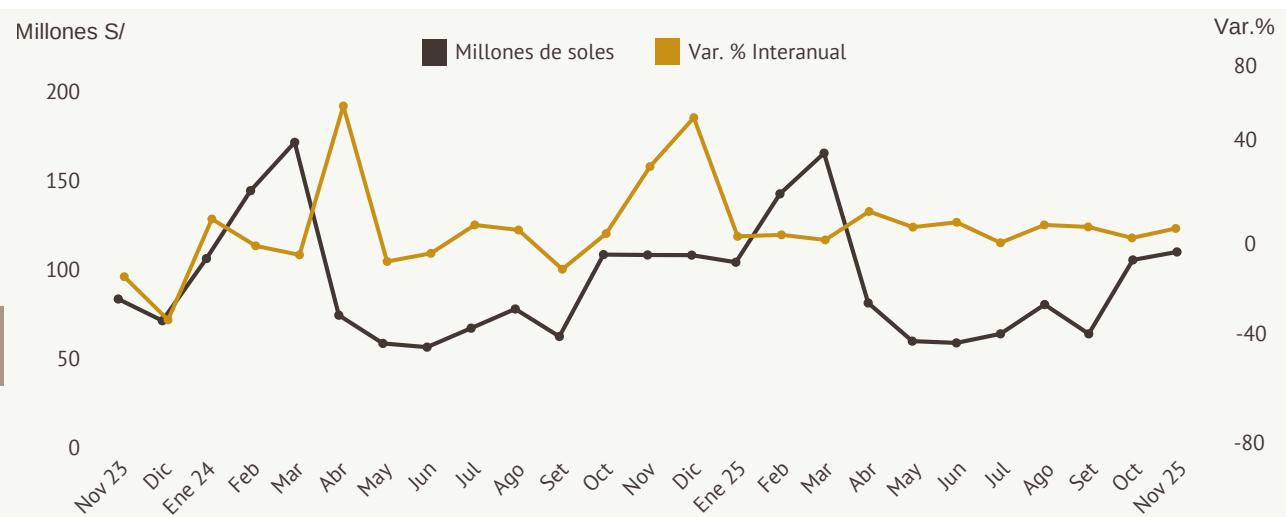
### **Ventas al por menor de libros, periódicos y artículos de papelería**

En noviembre de 2025, las ventas de libros, periódicos y artículos de papelería reportaron un ligero aumento de 1.6% interanual, asociado principalmente a la mayor demanda de productos de librerías (+2.1%). En contraste, este resultado fue atenuado por una reducción en la venta de productos diversos (-1.1%).

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:

Noviembre 2023 a Noviembre 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 noviembre 2025, las ventas de librerías se mantuvieron estables y no reportaron variación alguna, en relación a similar periodo del 2024. Se aprecia una reducción

en las ventas de productos diversos en 25.1% (regalos, productos de cómputo etc.), las cuales fueron atenuadas por el incremento de productos de útiles de escritorio y librería en 3.8%.

## Desempeño e importancia de los Supermercados en el Sector Retail 2025

Los supermercados son establecimientos que ofrecen una amplia variedad de productos de consumo tales como alimentos, bebidas, artículos y equipamientos del hogar, productos de limpieza, entre otros (Ullah et al., 2022). Esta actividad del comercio interno se ha vuelto más competitiva y compleja, evolucionando hacia grandes cadenas de supermercados con presencia nacional. Estas empresas ofrecen miles de productos en gran parte del mundo y atienden a millones de hogares a través de múltiples canales, tanto físicos como digitales, operando con márgenes bajos en comparación con otras industrias (Deloitte, 2023). Además, desempeñan un papel importante en la economía en cuanto a la generación de empleo, debido a los importantes niveles de inversión que conlleva incursionar en este modelo de negocio (Zipitría, 2011).

Entre 2021 y 2025, las ventas de los supermercados registraron un crecimiento

promedio anual de 5.0%. Dicho crecimiento estuvo asociado al buen desempeño del consumo de los hogares, principalmente, en productos de la canasta básica (alimentos y bebidas), el cual se vio favorecido por la recuperación del consumo privado (+3.2% en promedio por año).

En 2025, se estima que las ventas de los supermercados habrían ascendido a un monto de S/ 24.6 mil millones, lo que representó un crecimiento de 4.9% interanual, favorecido por el aumento en el gasto de los hogares, principalmente, en alimentos y bebidas ante una recuperación de la demanda interna (+5.5%). La actividad de los supermercados habría aportado con el 1.5% al PBI nacional y generado cerca de 53 mil puestos de trabajo, cifra que representó el 46% del empleo total privado registrado en el comercio interno en 2024.

### Evolución de las ventas de supermercados, 2021-2025\*

(Millones de S/ y Var.%)



Nota: (\*) Cifras estimadas

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

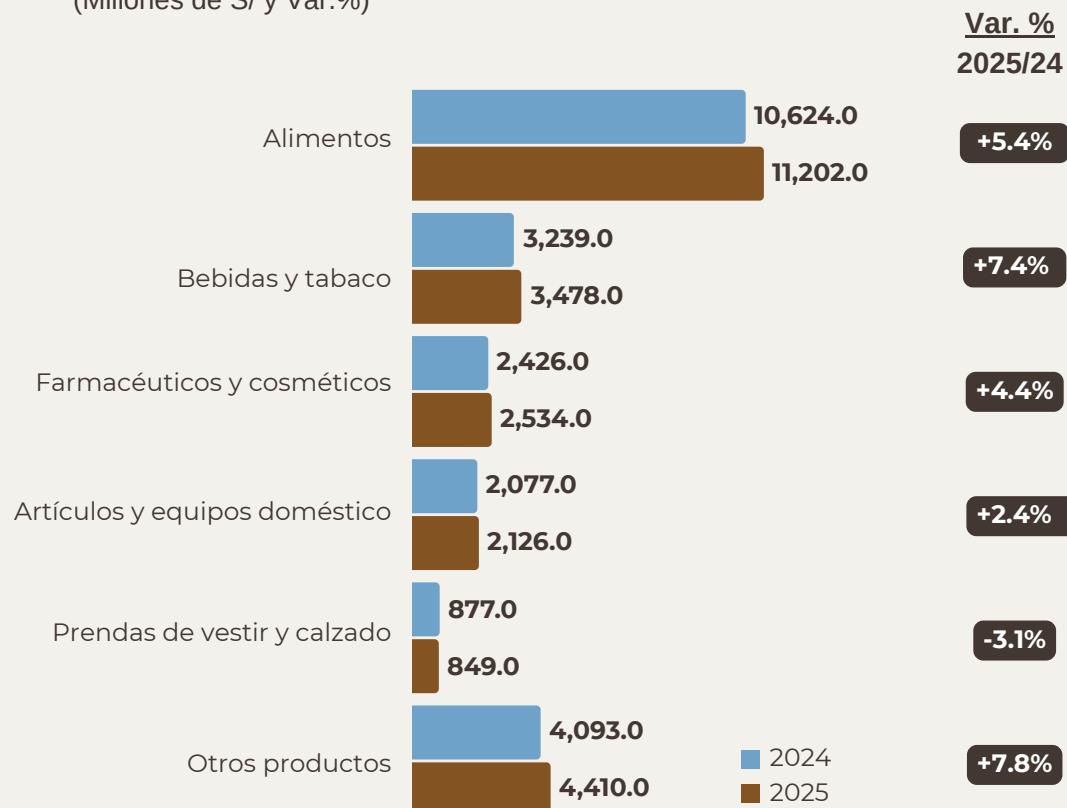
Elaboración: PRODUCE-OGEIEE-OEE

Por línea de producto, en 2025, se estima que el gasto de los hogares se habría concentrado principalmente en el rubro de alimentos, que creció en 5.4% con respecto al 2024.

Asimismo, en dicho aumento incidió las líneas de bebidas y tabaco (+7.4%), artículos farmacéuticos y cosméticos (+4.4%), artículos y equipos de uso doméstico (+2.4%) y otros productos (+7.8%).

### Ventas de los supermercados según línea de producto, 2024-2025\*

(Millones de S/ y Var.%)



Nota (\*): Cifras estimadas para el año 2025

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

Elaboración: PRODUCE-OGEIEE-OEE

En cuanto al nivel de empleo generado en los supermercados, éste habría registrado un ligero crecimiento de 0.8%, en promedio anual, entre 2021 y 2025. En 2025, el nivel de empleo habría aumentado en 6.5%, debido al dinamismo de la demanda interna, la cual se estima creció en 5.4%, permitiendo mayores contrataciones del personal.

Según la condición de empleabilidad, el empleo eventual que representa, en promedio, el 20% del empleo total en los supermercados, habría reportado el mayor crecimiento en 2025 con una tasa de 17.6%. Por su parte, el empleo permanente que concentra el 80% del empleo en supermercados, creció en 3.6%.

## Evolución del nivel de empleo en supermercados, 2021-2025\*

(Número de trabajadores y Var.%)



Nota (\*): Cifras estimadas

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

Elaboración: PRODUCE-OGEIEE-OEE

Según la estructura del gasto de los hogares en alimentos y bebidas por lugar o canal de compra, los supermercados se ubican como el tercer canal de compra con una participación de 4.4% en el total

del gasto de los hogares en alimentos; después de los mercados de abastos (55.8%) y bodegas (23.7%), que en su conjunto representan el 83.9% del gasto de los hogares en alimentos y bebidas.

## Estructura del gasto de los hogares en alimentos según lugar de compra, 2025\*

(Millones de S/ y Part.%)



Nota: (\*) Cifras estimadas

Fuente: INEI-ENAHO (2024, Trimestral 2025)

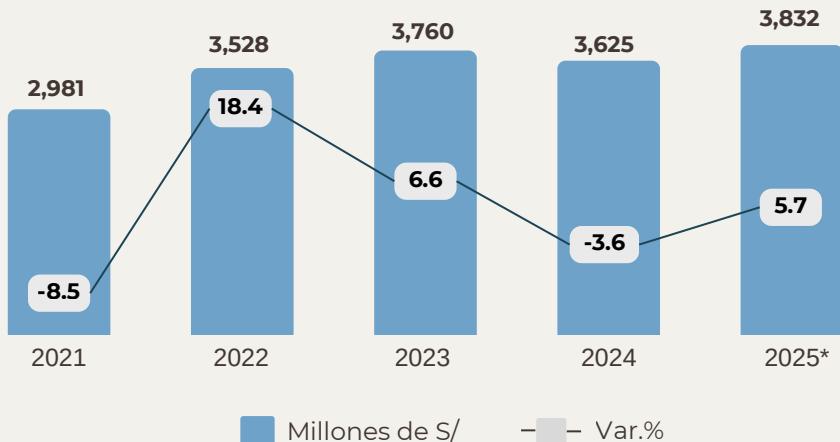
Elaboración: PRODUCE-OGEIEE-OEE

En 2025, el gasto de los hogares en alimentos y bebidas realizado en los supermercados habría alcanzado un valor de S/ 3,832 millones, lo que representó un aumento de 5.7% con respecto al año previo.

Este resultado estuvo asociado a una recuperación en el consumo de los hogares por alimentos y bebidas en los estratos socioeconómicos A, B y C.

## Gasto de los hogares en alimentos según lugar de compra, 2021-2025\*

(Millones de S/ y Var.%)



Nota (\*): Cifras estimadas

Fuente: INEI-ENAHO (2024, Trimestral 2025)

Elaboración: PRODUCE-OGEIEE-OEE

A nivel regional, Lima habría representado el 72.1% del gasto total de alimentos y bebidas en supermercados a

nivel nacional, seguido de Piura (3.9%), Callao (3.9%), Arequipa (3.6%) y La Libertad (3.0%) en 2025, principalmente.

# Otras variables del sector

## Personal Ocupado

En noviembre de 2025, el personal ocupado en el sector de comercio interno registró un incremento interanual de 4.3%, impulsado por un aumento en las contrataciones de las actividades como supermercados e hipermercados (+5.2%), tiendas por departamento (+10.7%), farmacias y boticas (+3.1%) y libros, periódicos y artículos de papelería (+24.2%). Sin embargo, dicho avance fue atenuado por la reducción en la contratación del personal de equipamiento del hogar (-3.4%) y ferreterías y acabados (-5.2%).

Por tipo de empleo, disminuyeron las contrataciones del personal eventual (-10.7% interanual), mientras que, el personal permanente aumentó en 8.9%.

Según sexo, el sector de comercio interno registró un aumento en la contratación del personal masculino (+3.5%), así como del personal femenino en (+4.9%).

**PERSONAL OCUPADO: Número de personas según grupo y clase CIIU** (Noviembre 2025)

CIIU <sup>a</sup>	Actividad	Total	Tipo de empleo			
			Permanentes	Eventuales	Varones	Mujeres
	Var.% <sup>1</sup> (Nov25/Nov24)	4.3	8.9	-10.7	3.5	4.9
	<b>Noviembre 2025</b>	<b>121,357</b>	<b>97,048</b>	<b>24,309</b>	<b>52,340</b>	<b>69,017</b>
4711	Supermercados e hipermercados	56,524	43,406	13,118	27,594	28,930
4719	Tiendas por departamentos <sup>2</sup>	19,577	13,732	5,845	7,989	11,588
4752	Ferreterías y acabados del hogar	13,685	13,597	88	8,182	5,503
4759	Equipamiento del hogar	4,895	4,127	768	2,849	2,046
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	2,935	1,263	1,672	1,525	1,410
4772	Farmacias y boticas	23,741	20,923	2,818	4,201	19,540

Notas: (a) Grupo CIIU (tres dígitos), Clase CIIU (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 noviembre de 2025, el número de locales del sector comercio interno ascendió a 6,926 establecimientos, cifra mayor en 703 locales, en comparación a noviembre del 2024. La principal actividad que incidió en dicho aumento fueron supermercados e hipermercados (510 locales más),

seguido de farmacias y de cuidado personal (158 locales más), tiendas por departamento (45 locales más). Sin embargo, se observa una disminución en los locales de equipamiento del hogar (9 locales menos).

## Número de tiendas según clase CIIU (Noviembre 2025)

CIIU <sup>a</sup>	Actividad	Nov-24	Nov-25	Var.% (Nov 25/24)
4711	Supermercados e hipermercados	2,521	3,031	20.2
4719	Tiendas por departamentos	197	242	22.8
4752	Ferreterías y acabados del hogar	153	152	-0.7
4759	Equipamiento del hogar	354	345	-2.5
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	170	170	0.0
4772	Farmacias y cuidado personal	2,828	2,986	5.6
<b>Total</b>		<b>6,223</b>	<b>6,926</b>	<b>11.3</b>

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



PERÚ

Ministerio  
de la Producción