



PERÚ

Ministerio
de la Producción



Reporte Coyuntural

Comercio Interno

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

Noviembre 2025

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

Lima, Enero 2026



PRODUCE
Ministerio de la Producción

❑ En noviembre de 2025

- ✓ Las ventas del comercio interno registraron un crecimiento significativo de 9.4% con relación a noviembre de 2024. Este desempeño responde principalmente por el aumento de las ventas en supermercados, tiendas por departamento y equipamiento para el hogar, impulsadas en parte por las estrategias comerciales asociadas a los *Cyber days* y la recuperación de la demanda interna.
- ✓ Al analizar los distintos rubros, se destacan principalmente los siguientes resultados: se registraron incrementos significativos en las ventas de supermercados e hipermercados (+9.1%), tiendas por departamento (+15.8%), equipamiento del hogar (+16.6%). En menor medida, también contribuyeron al crecimiento los rubros de farmacias y boticas (+5.2%), ferreterías y acabados (+5.0%) y librerías y artículos de papelería (+1.6%).
- ✓ A continuación, se presentan a detalle el desempeño de cada rubro:
 - ❑ **Supermercados e hipermercados** (46.4% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad registraron un **aumento de 9.1%**, debido a una mayor demanda de alimentos (+7.6%), bebidas y tabaco (+5.1%), productos farmacéuticos y cosméticos (+11.0%), artículos de uso doméstico (+13.8%) y prendas de vestir y calzado (+13.2%).
 - ❑ **Tiendas por departamento** (19.2% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad **aumentaron en 15.8%**, debido a un aumento en la demanda de prendas de vestir y calzado (+12.1%), artículos de uso doméstico (+20.4%) y farmacéuticos y cosméticos (+30.7%).
 - ❑ **Equipamiento del hogar** (4.9% de las ventas internas): Esta actividad registró un **aumento de 16.6%** en las ventas. A nivel de líneas de productos, se destaca el aumento de la demanda de artículos de uso doméstico (+24.5%), así como de muebles (+11.8%).
 - ❑ **Ferreterías y acabados** (11.9% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad **aumentaron en 5.0%**, debido a un aumento en las ventas de artículos de uso doméstico (+27.8%), muebles (+19.4%) y artículos de ferretería (+1.1%).
 - ❑ **Farmacias y boticas** (15.3% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad registraron un **aumento de 5.2%**, impulsadas por una mayor demanda de productos farmacéuticos y medicinales (+3.2%) y de productos de cuidado personal (+17.1%).
 - ❑ **Libros, periódicos y artículos de papelería** (2.3% de las ventas internas): Esta actividad registró un **incremento de 1.6%**, atribuido a la mayor venta de productos de librería (+2.1%), pese a que fue atenuado por la disminución de productos diversos (-1.1%).

- **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

Noviembre 2025

(Variación porcentual interanual)



En noviembre de 2025, las **ventas del comercio interno aumentaron en 9.4%**, impulsadas principalmente por el aumento en la facturación de **supermercados e hipermercados (+9.1%)**, **tiendas por departamento (+15.8%)**, **equipamiento del hogar (+16.6%)**, **ferreterías y acabados (+5.0%)**, **libros, periódicos y artículos de papelería (+1.6%)**, **farmacias y boticas (+5.2%)**.

Este crecimiento refleja una mayor demanda de bienes de la canasta básica familiar, así como de artículos para el hogar.

Las ventas de comercio interno **aumentaron en 9.4%**

En noviembre de 2025, las **ventas del comercio interno crecieron en 9.4% interanual**, impulsadas por una mayor demanda de productos en los supermercados (+9.1%), las tiendas por departamento (+15.8%), equipamiento del hogar (+16.6%), ferreterías y acabados (+5.0%), artículos de librería (+1.6%) y farmacias y boticas (+5.2%). Este desempeño fue favorecido en parte por las estrategias comerciales asociadas a los Cyber days.

Cuadro Nº 1

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

(Millones de soles a precios corrientes)

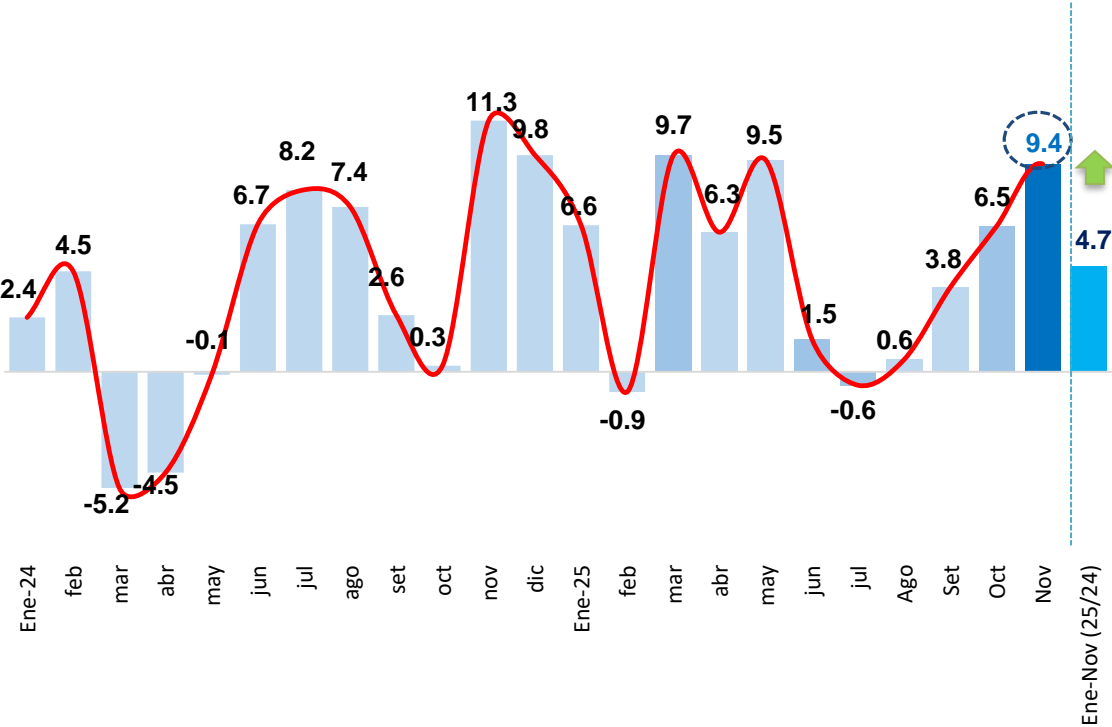
CIIU (a)	Actividad	Nov-24	Nov-25	Var % Nov (25/24)
	Total	4,291	4,692	9.4
4711	Supermercados e hipermercados	1,994	2,177	9.1 
4719	Tiendas por departamentos ^{1/}	777	900	15.8 
4752	Ferreterías y acabados	530	557	5.0 
4759	Equipamiento del hogar	197	230	16.6 
4772	Farmacias y boticas	683	719	5.2 
4761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



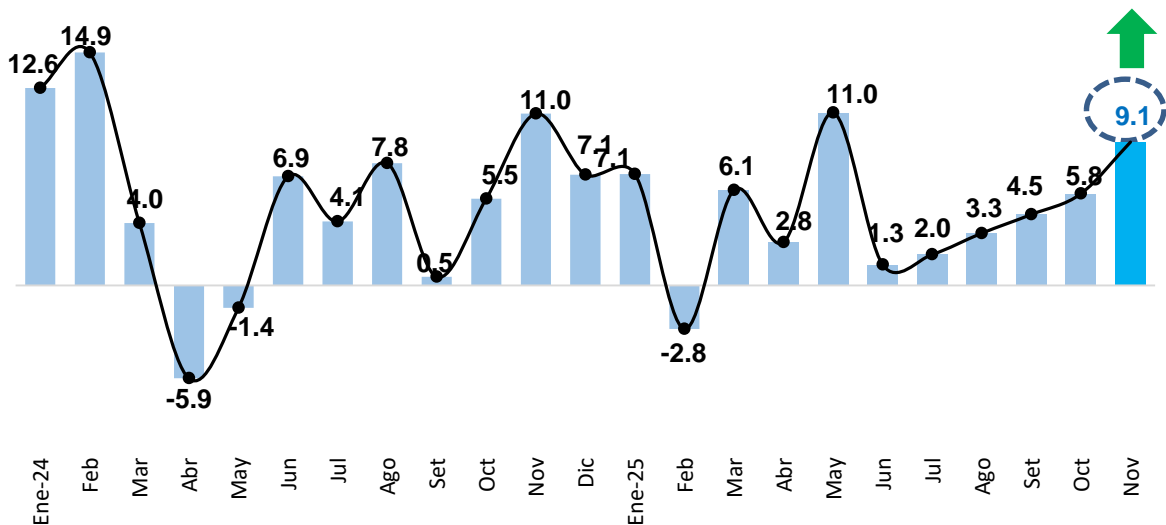
Ventas de supermercados e hipermercados aumentaron en 9.1%

- Las ventas en **supermercados e hipermercados** registraron un aumento **interanual de 9.1%** en noviembre 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 (+7.6%)**, **bebidas y tabaco (+5.1%)**, **farmacéuticos y cosméticos (+11.0%)**, **artículos de uso doméstico (+13.8%)** y **productos diversos (+12.2%)**.

Gráfico Nº 2

Evolución de las ventas de supermercados e hipermercados

(Variación porcentual interanual)

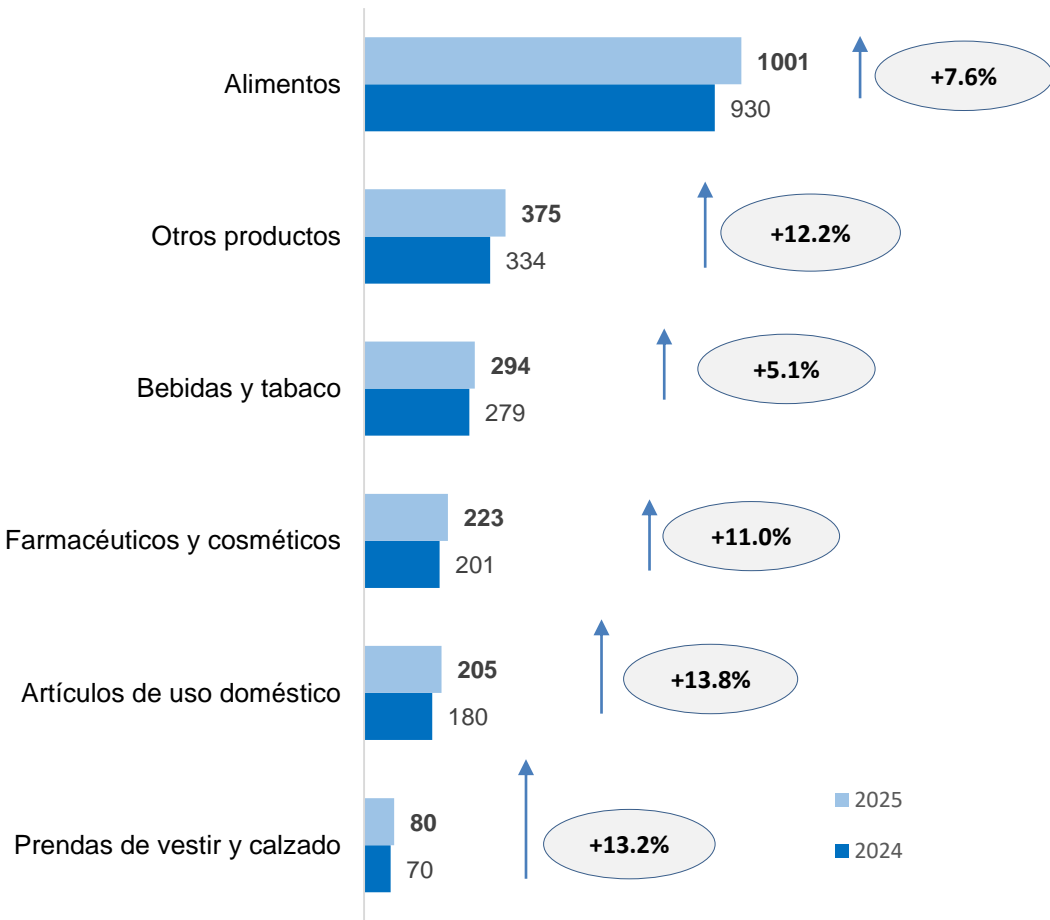


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 3

Ventas por líneas de productos, noviembre 2024 y noviembre 2025

(Millones de soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

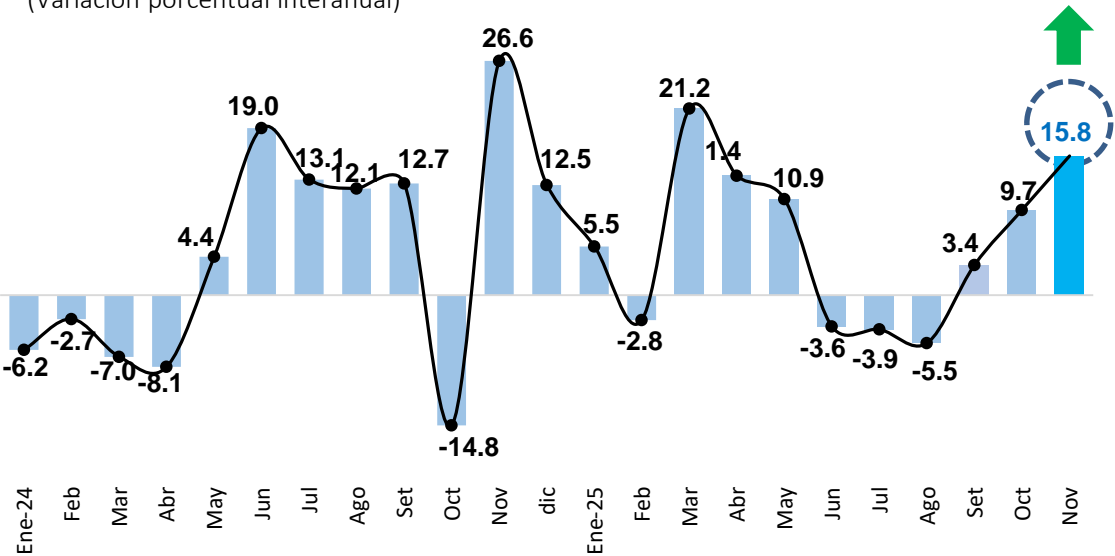
Ventas de tiendas por departamento **aumentaron en 15.8%**

- En noviembre de 2025, las ventas en las **tiendas por departamento** registraron un **aumento interanual de 15.8%**, explicado por el incremento de la demanda interna.
- Entre las principales líneas de productos que aumentaron sus ventas destacan: **prendas de vestir y calzado** (+12.1%), **farmacéuticos y cosméticos** (+30.7%), **artículos de uso doméstico** (+20.4%) y **productos diversos** (+42.3%).

Gráfico Nº 4

Evolución de las ventas de tiendas por departamento

(Variación porcentual interanual)

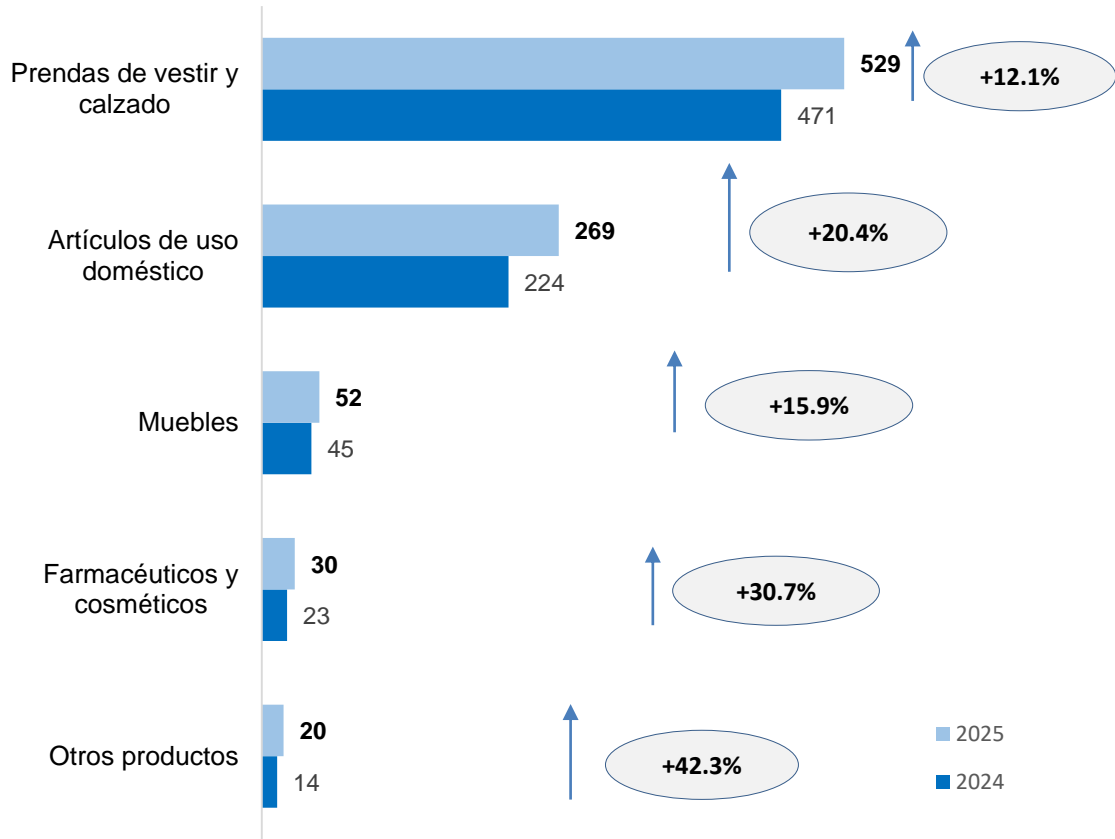


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 5

Ventas por líneas de productos, noviembre 2024 y noviembre 2025

(Millones de soles y Var.% interanual)



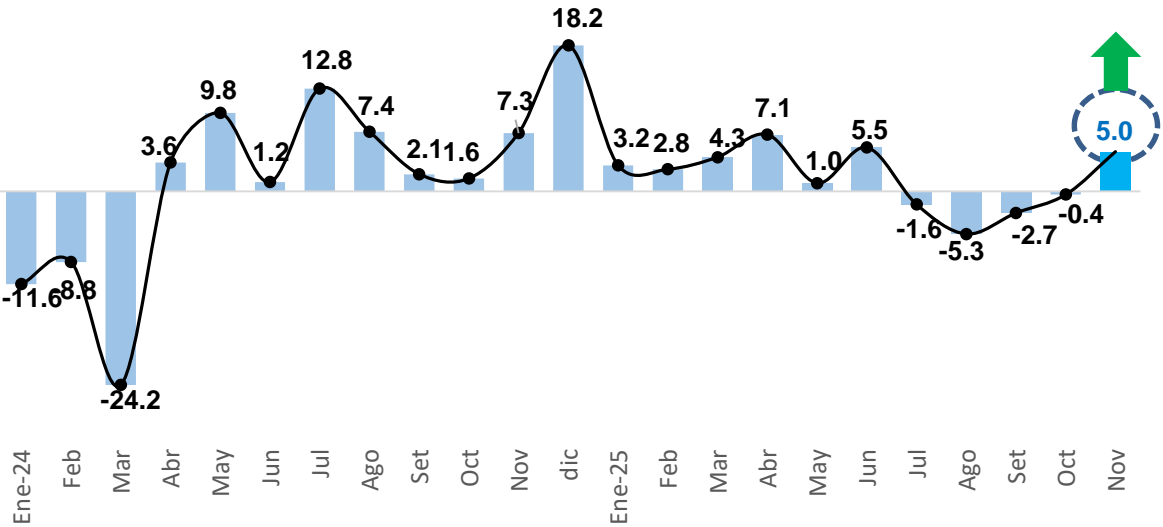
Elaboración: PRODUCE (OEE)

Ferreterías y acabados **aumentaron sus ventas en 5.0%**

- En noviembre de 2025, las ventas de productos relacionados con la actividad de **ferreterías y acabados** aumentaron en **5.0%** interanual, explicada por el mayor avance de proyectos de construcción a nivel local y regional.
- Entre los productos que registraron una mayor demanda tenemos: **artículos de uso doméstico** (+27.8%) y **muebles** (+19.4%).

Gráfico Nº 6

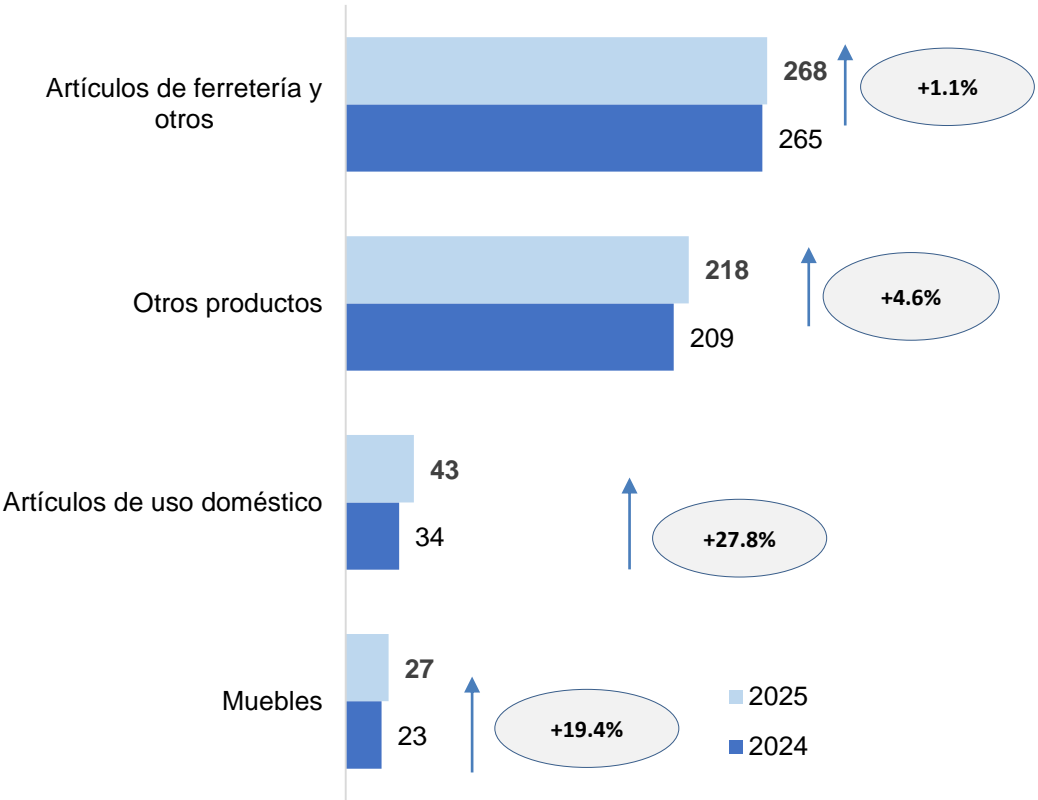
Evolución de las ventas de ferreterías y acabados
(Variación porcentual interanual)



Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 7

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



Elaboración: PRODUCE (OEE)

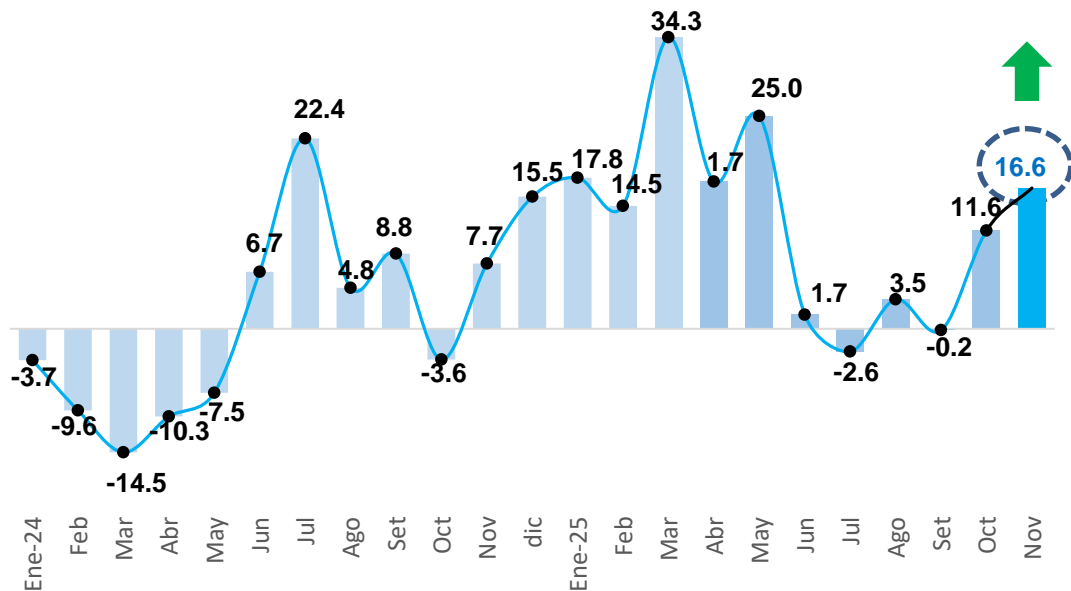
Equipamiento del hogar **aumentaron sus ventas en 16.6%**

- En noviembre de 2025, las ventas de productos relacionados con el **equipamiento del hogar** registraron un **aumento interanual de 16.6%**. Debido a las mayores ventas de **muebles** (+11.8%), en particular, productos de línea blanca, marrón y equipos electrónicos. Así también contribuyeron las mayores ventas de **artículos de uso doméstico** (+24.5%).

Gráfico Nº 8

Evolución de las ventas de equipamiento del hogar

(Variación porcentual interanual)

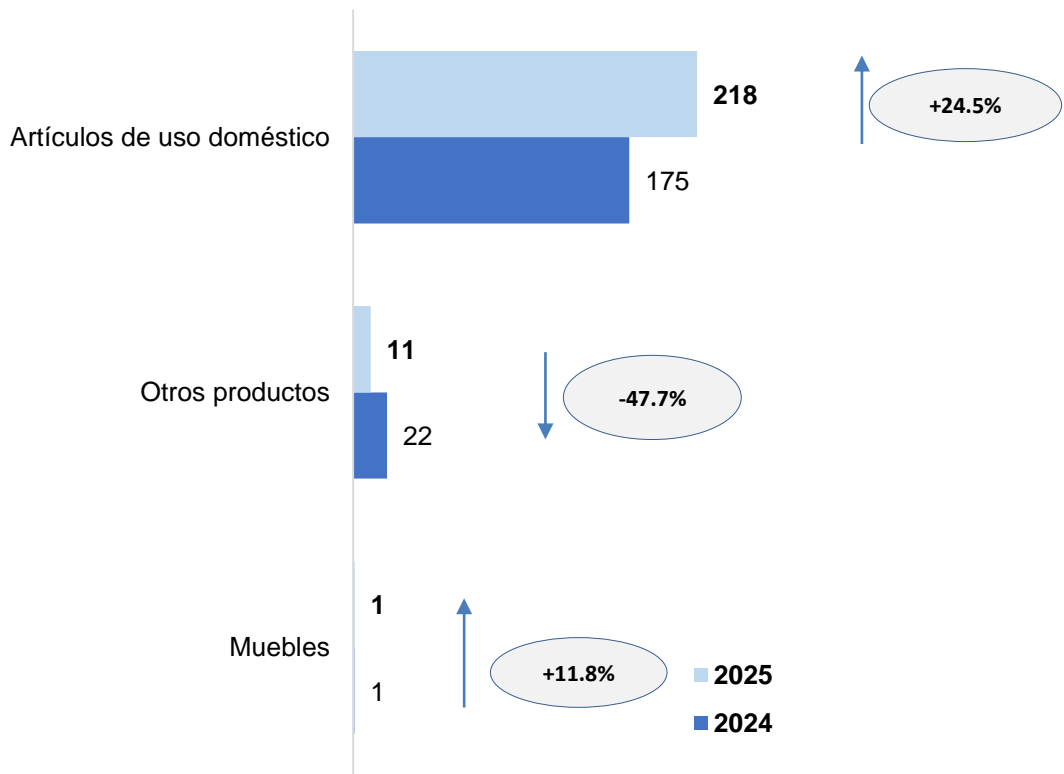


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Gráfico Nº 9

Ventas por líneas de productos, noviembre 2024 y noviembre 2025

(Millones de soles y Var.% interanual)



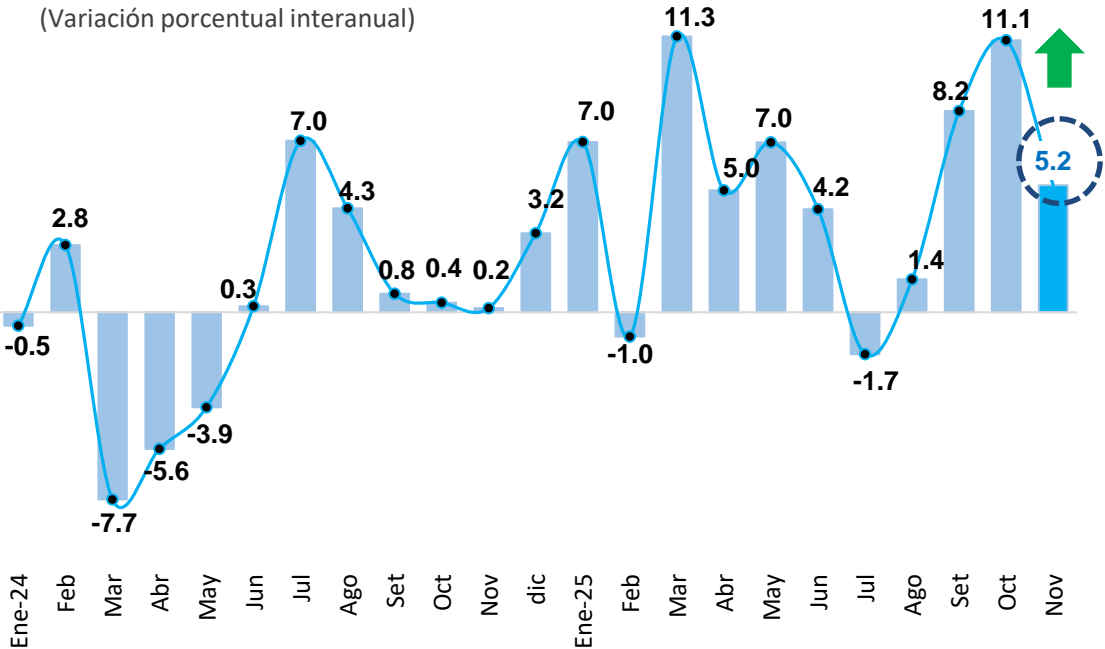
Elaboración: PRODUCE (OEE)

Ventas de Farmacias y boticas **aumentaron en 5.2%**

- En noviembre de 2025, las ventas de **farmacias y boticas** aumentaron **5.2% interanual**, impulsadas principalmente por el mayor dinamismo en la comercialización de productos de cuidado farmacéuticos y medicinales (+3.2%), especialmente a través de canales modernos y las campañas que realizan en esta actividad .
- Asimismo, las ventas de **productos de cuidado personal** registraron un incremento de 17.1%, explicado por una mayor demanda de los hogares.

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

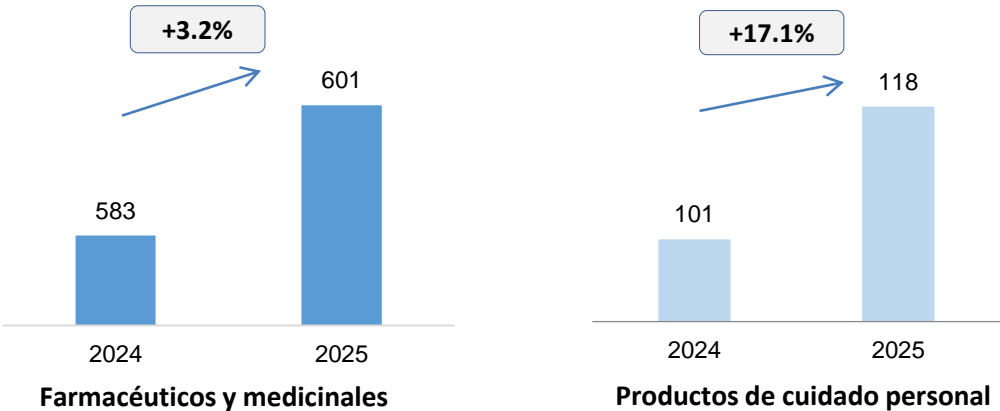
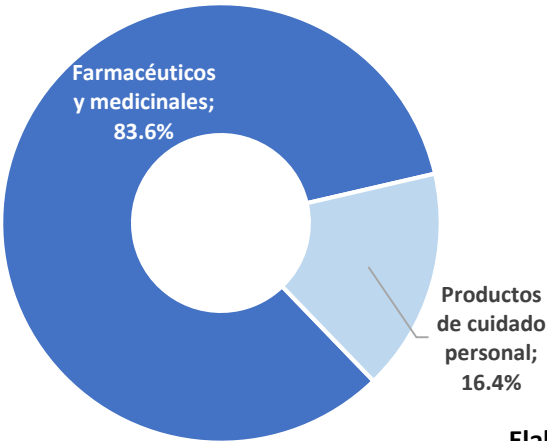


Gráfico Nº 12

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



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Ventas de Libros, periódicos y artículos de papelería **aumentaron en 1.6%**



PERÚ

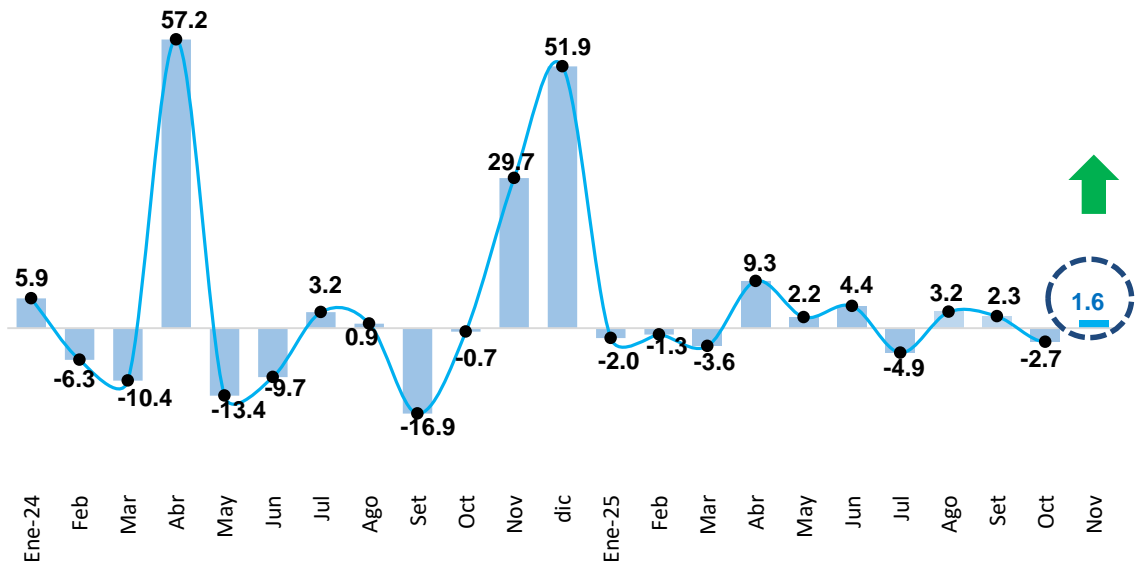
Ministerio de la Producción

- En noviembre de 2025, las ventas en la actividad de **libros, periódicos y artículos de papelería** aumentaron ligeramente en **1.6% interanual**, debido principalmente al aumento en las ventas de papelería y útiles escolares (+2.1%). En contraste, este resultado fue atenuado por una disminución registrada en las ventas de **productos diversos** (-1.1%), 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, noviembre 2024 y noviembre 2025

(Millones de soles y Var.% interanual)

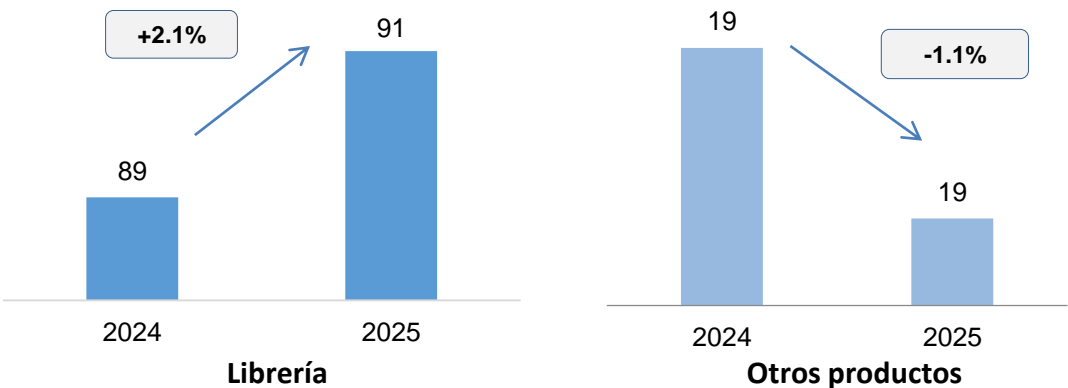
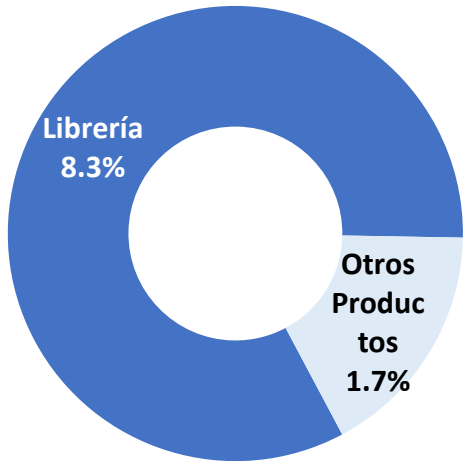


Gráfico N° 15

Participación de las ventas por líneas de producto, noviembre 2025

(Porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Tiendas: Número de tiendas **aumentó en 11.3%**

Actividades

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

Supermercados e hipermercados	+510
Tiendas por departamento	+45
Ferreterías y acabados del hogar	-1
Equipamiento del hogar	-9
Libros, periódicos y artículos de papelería	--
Farmacias y boticas	+158

1/ En relación a similar mes del año anterior

Gráfico Nº 17

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

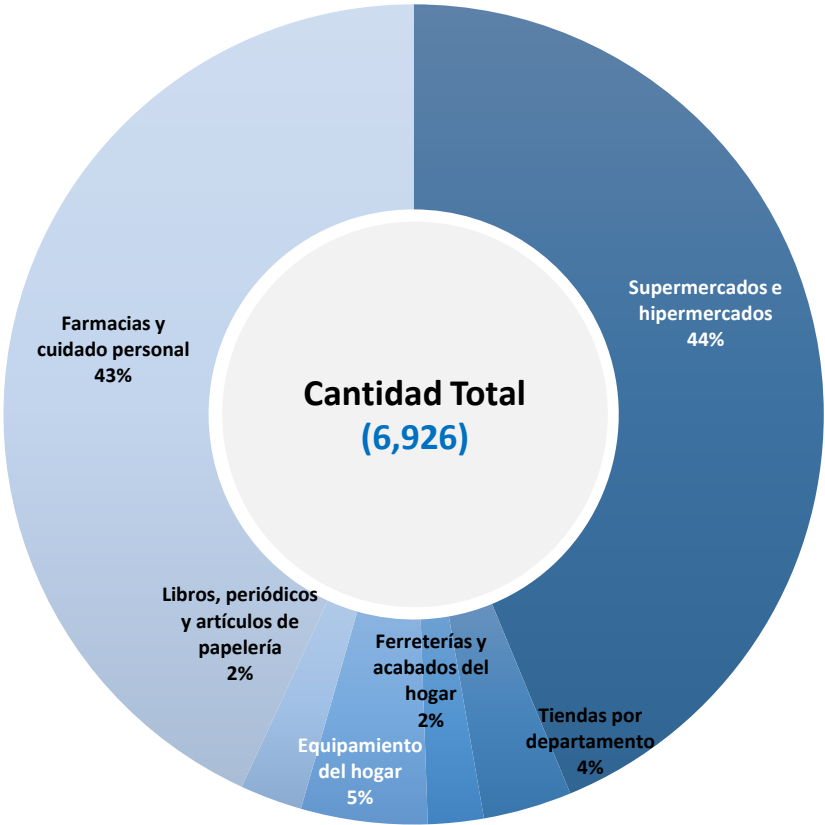


Gráfico Nº 16

Evolución del número de tiendas del comercio interno: noviembre 2024 – noviembre 2025
(Cantidad y Variación %)

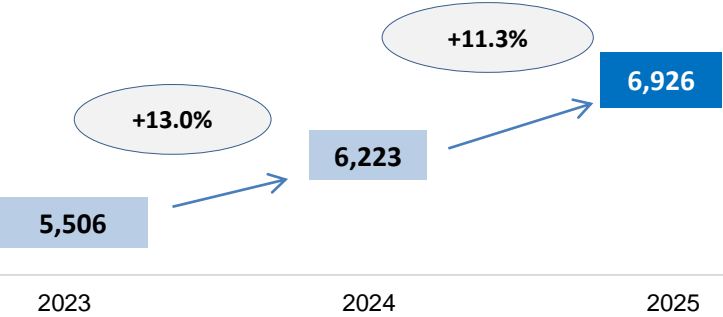
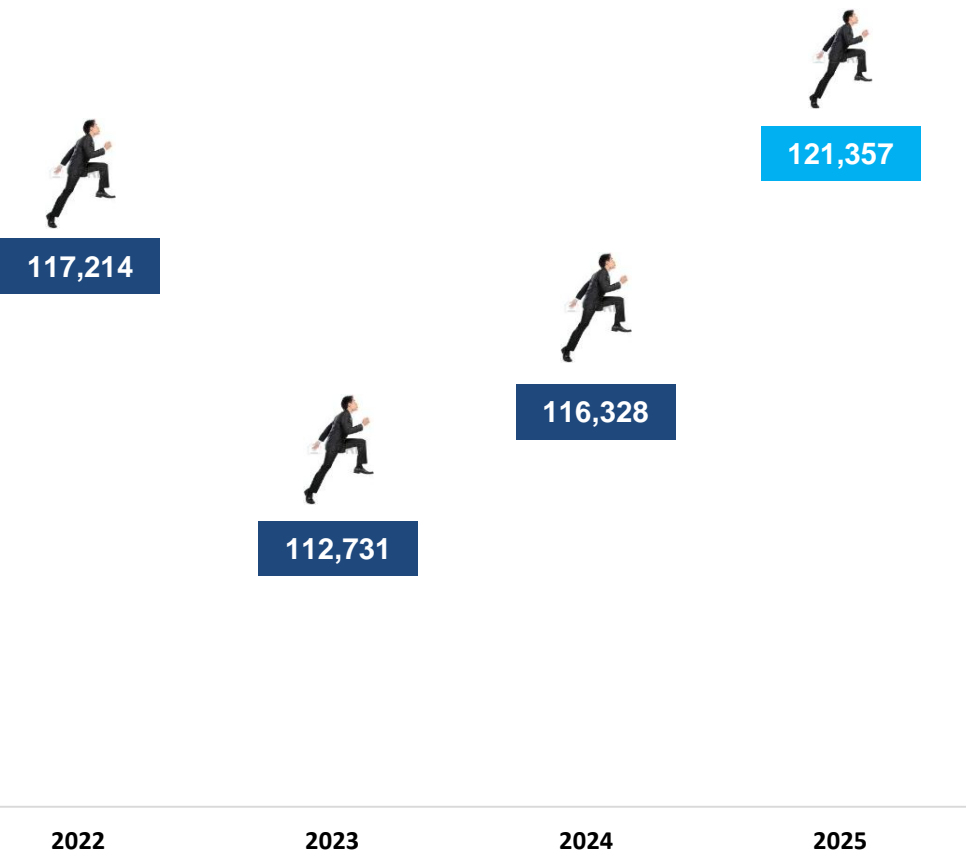


Gráfico N° 18

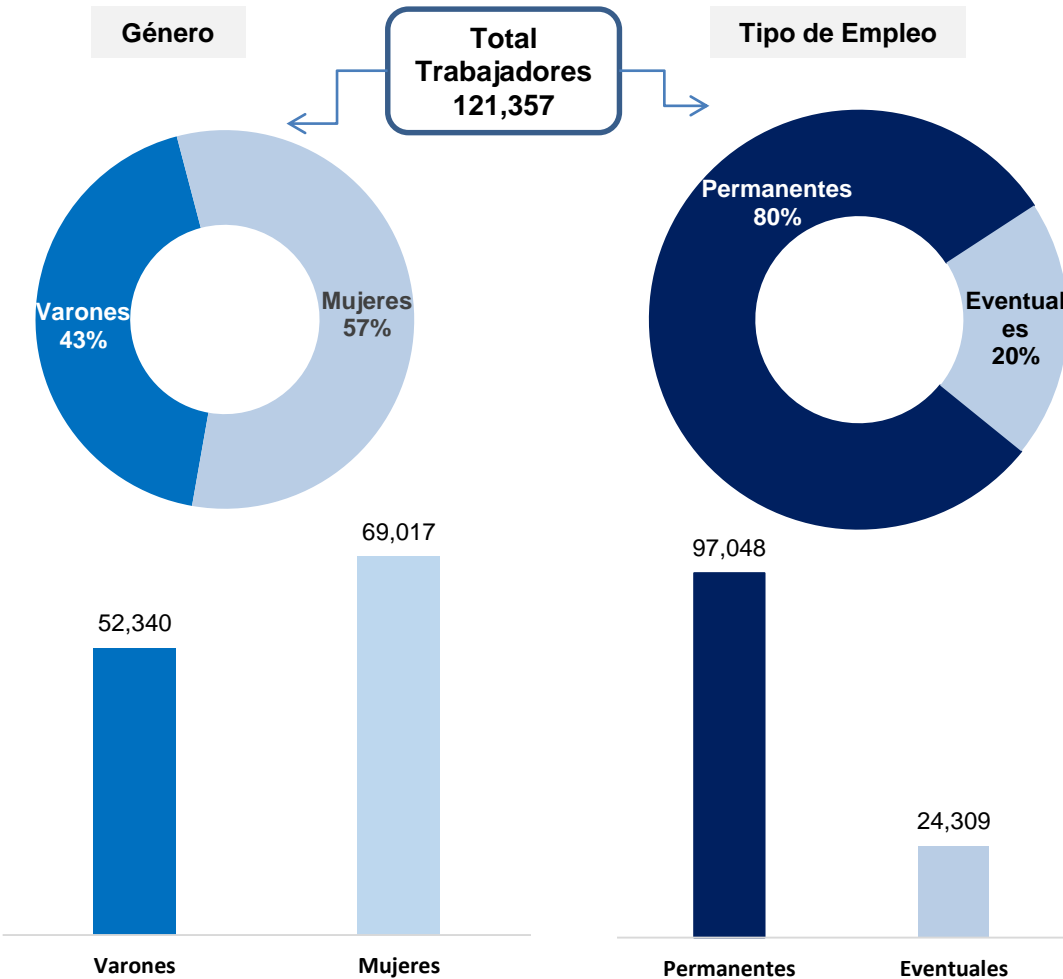
Número de trabajadores en el sector comercio interno
(noviembre 2022 – noviembre 2025)



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,
noviembre 2025 (Número y porcentaje)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

Cuadro Nº 2

Comercio Interno por actividades, 2023-2025

(Variación porcentual interanual)

Actividad	Var. % Interanual				Var.% Acum.			
	Nov 23/22	Nov 24/23	Nov 25/19	Nov 25/24	Ene – Nov (23/22)	Ene – Nov (24/23)	Ene – Nov (25/19)	Ene – Nov (25/24)
Total Comercio Interno	-4.5	11.3	39.8	9.4	-1.8	2.9	28.6	4.7
Supermercados e Hipermercados	5.6	11.0	58.5	9.1	5.9	5.2	47.0	4.6
Tiendas por departamento	-7.3	26.6	50.3	15.8	-8.2	4.5	20.9	5.6
Ferreterías y acabados del hogar	-15.6	7.3	18.8	5.0	-13.3	-0.9	13.5	1.7
Equipamiento del hogar	-7.6	7.7	3.7	16.6	-8.2	-0.3	4.7	12.2
Libros, periódicos y artículos de papelería	-20.3	29.7	36.3	1.6	4.8	0.2	29.2	0.0
Farmacias y boticas	-12.9	0.2	17.3	5.2	-3.4	-0.2	15.6	5.1

Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

Elaboración: PRODUCE (OEE)

- ✓ En el acumulado de enero a noviembre de 2025, las ventas del comercio interno crecieron 4.7% en comparación con el mismo periodo de 2024, impulsadas por la recuperación de la demanda interna, que mostró un crecimiento de 5.3%.
- ✓ Entre las actividades que más crecieron entre enero y noviembre de 2025 destacan: Supermercados e hipermercados (+4.6%), Tiendas por departamento (+5.6%), Equipamiento del hogar (+12.2%), Ferreterías y acabados del hogar (+1.7%) y Farmacias y boticas (+5.1%).