



## ▪ En Marzo de 2026

- ✓ Las ventas del comercio interno registraron un crecimiento significativo de 8.9% en comparación con marzo de 2025. Este resultado fue impulsado por la campaña de Semana Santa y el mayor dinamismo de la demanda interna (+7.4%).
- ✓ A nivel de actividad, en este mes se destaca el incremento de las ventas en los **supermercados e hipermercados (+10.3%)**, **ferreterías y acabados (+13.2%)**, **equipamiento del hogar (+13.4%)**, **farmacias y boticas (+11.9%)** y **libros y artículos de papelería (+2.7%)**. Sin embargo, este desempeño fue atenuado parcialmente por una ligera **disminución de 1.5% en las ventas de las tiendas por departamento**.
- ✓ A continuación, se presenta a detalle el desempeño de cada rubro:
  - ❑ **Supermercados e hipermercados** (48.4% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad **crecieron 10.3%** debido a un aumento de la demanda de alimentos (+11.7%), bebidas y tabaco (+15.1%), y prendas de vestir y calzados (+9.5%).
  - ❑ **Ferreterías y acabados** (11.6% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad registraron un **crecimiento significativo de 13.2%**, como resultado de las mayores ventas de muebles (+6.4%), artículos de uso doméstico (+83.9%) y artículos de ferretería (+14.0%).
  - ❑ **Equipamiento del hogar** (5.6% de las ventas internas): Esta actividad **aumentó sus ventas, de manera significativa en 13.4%** interanual. A nivel de líneas de productos, destacaron las mayores ventas de artículos de uso doméstico (+9.4%) y muebles (+106.2%).
  - ❑ **Farmacias y boticas** (16.8% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad **registraron un crecimiento de 11.9%**, impulsadas por el aumento de la demanda de productos farmacéuticos y medicinales (+12.1%) y de cuidado personal (+9.7%).
  - ❑ **Libros, periódicos y artículos de papelería** (3.4% de las ventas internas): Esta actividad creció ligeramente en **2.7%**, explicado por el incremento en las ventas de productos de librería (+1.2%) y de productos diversos (+39.7%).
  - ❑ **Tiendas por departamento** (14.1% de las ventas internas): Las ventas de esta actividad **disminuyeron levemente en 1.5%**, debido a la menor demanda de prendas de vestir y calzado (-11.1%). En contraste, este resultado fue atenuado por un incremento en las ventas de la línea de muebles (+19.3%) y artículos de uso doméstico (+18.6%).

- **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



PERÚ

Ministerio de la Producción

marzo 2026

(Variación porcentual interanual)



En marzo de 2026, las **ventas del comercio interno registraron un crecimiento significativo de 8.9%**, explicado por el mayor dinamismo en la comercialización de productos vinculados a alimentos, prendas de vestir y equipos electrónicos. Este resultado estuvo favorecido por la campaña de Semana Santa y mayor dinamismo de la demanda interna (+6.5%).

Las actividades que impulsaron el crecimiento del sector tenemos a: **Supermercados e hipermercados (+10.3%)**, **Equipamiento del hogar (+13.4%)**, **Ferreterías y acabados (+13.2%)**, **Farmacias y boticas (+11.9%)** y **Libros y artículos de papelería (+2.7%)**.

# Las ventas de comercio interno **aumentaron en 8.9%**



En marzo de 2026, las ventas del comercio interno siguen en alza y registran un crecimiento interanual de 8.9%, impulsado por la campaña de la Semana Santa y por el dinamismo de la demanda interna. Entre las actividades que crecieron y dinamizaron el sector destacaron los supermercados (+10.3%), ferreterías y acabados (+13.2%), equipamiento del hogar (+13.4%), farmacias y boticas (+11.9%) y libros y artículos de papelería (+2.7%).

## Cuadro Nº 1

### Desempeño de las ventas internas según Grupo y Clase CIU<sup>1/</sup>, marzo 2026

(Millones de soles a precios corrientes)

CIU (a)	Actividad	Mar-25	Mar-26	Var % Mar (26/25)
	<b>Total</b>	<b>4,526</b>	<b>4,929</b>	<b>8.9</b>
4711	Supermercados e hipermercados	2,165	2,387	10.3 ↑
4719	Tiendas por departamentos <sup>1/</sup>	705	694	-1.5 ↓
4752	Ferreterías y acabados	506	573	13.2 ↑
4759	Equipamiento del hogar	244	277	13.4 ↑
4772	Farmacias y boticas	739	827	11.9 ↑
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	165	170	2.7 ↑

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

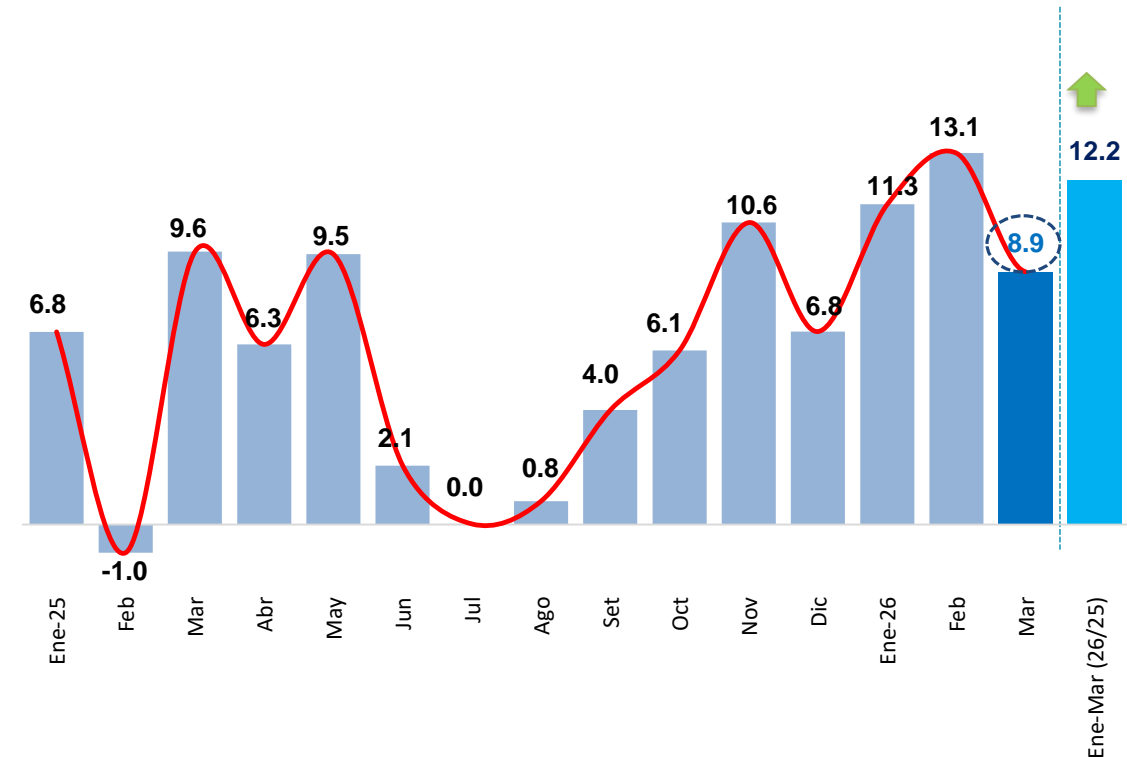
<sup>1/</sup> Las ventas internas corresponden al comercio interno de (Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas) y representan aprox. el 98.5% del total; se excluye las ventas al por menor de combustibles de la actividad CIU 4730.

<sup>2/</sup> 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)



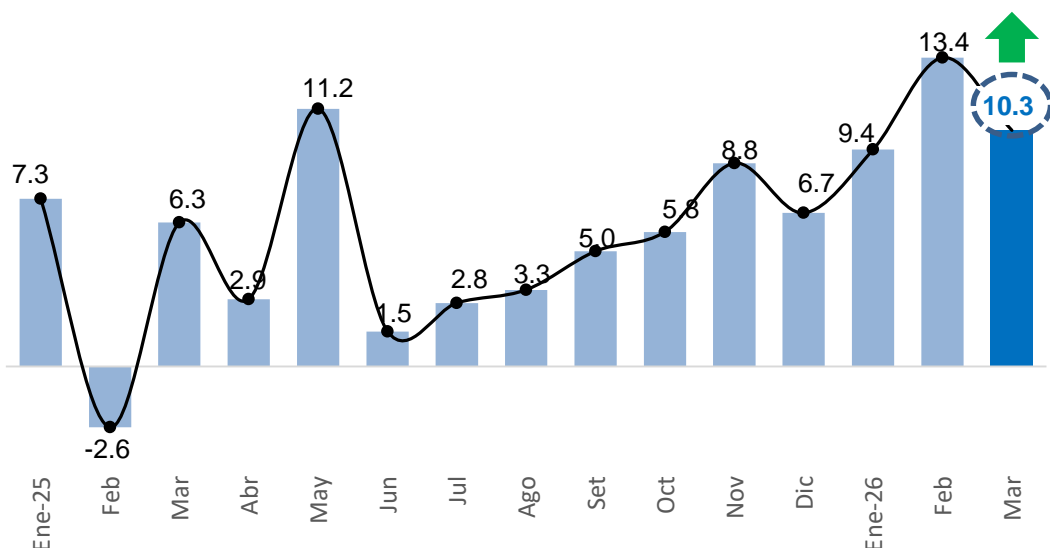
# Ventas de supermercados e hipermercados **aumentaron en 10.3%**

- Las ventas en **supermercados e hipermercados** registraron un crecimiento interanual de **10.3%** en marzo de 2026. Este resultado 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 destacan: alimentos (+11.7%), prendas de vestir y calzado (+9.5%), bebidas y tabaco (+15.1%), productos farmacéuticos y cosméticos (+10.8%) y artículos de uso doméstico (+7.3%).

## Gráfico N° 2

### Evolución de las ventas de supermercados e hipermercados

(Variación porcentual interanual)

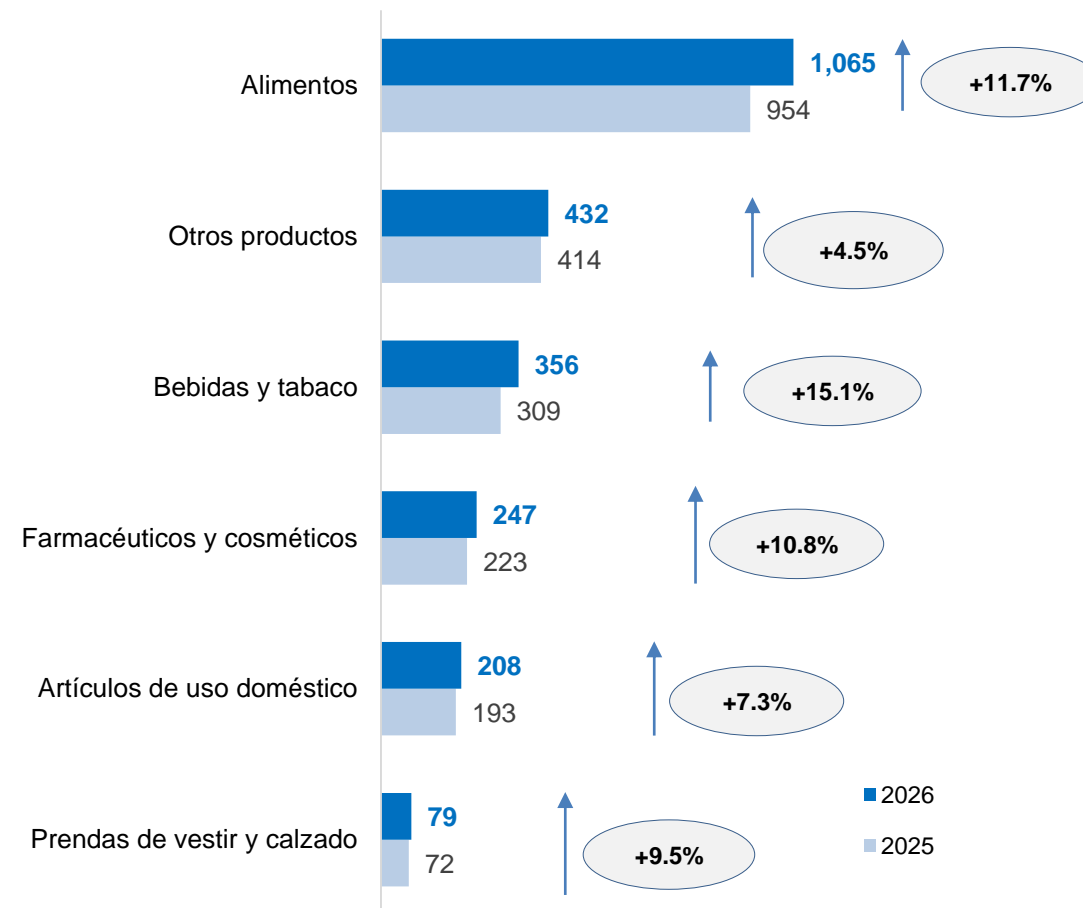


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

## Gráfico N° 3

### Ventas por líneas de productos, marzo 2025 y marzo 2026

(Millones de soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

# Ventas de tiendas por departamento **disminuyeron en 1.5%**



PERÚ

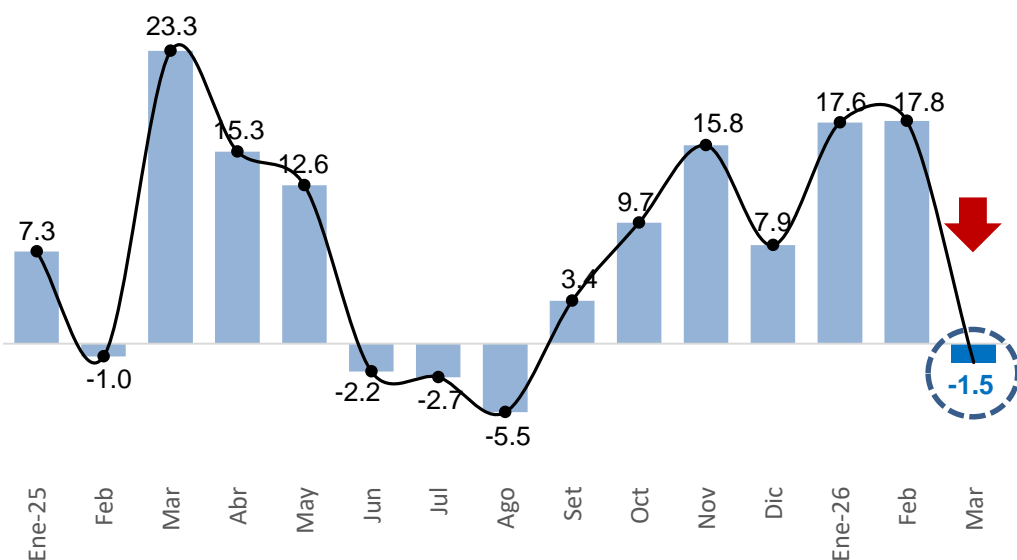
Ministerio de la Producción

- En marzo de 2026, las ventas en **tiendas por departamento** registraron una ligera **disminución interanual de 1.5%**. Este resultado fue afectado por el cierre temporal de algunas tiendas de una de las principales empresas, lo que incidió en un menor dinamismo de las ventas del sector.
- La principal línea de producto que incidió en la baja de las ventas de esta actividad fue **prendas de vestir y calzado** (-11.1%). Sin embargo, este desempeño fue atenuado parcialmente por la mayor demanda de **muebles** (+19.3%), artículos de uso doméstico (+18.6%), entre otras.

## Gráfico Nº 4

### Evolución de las ventas de tiendas por departamento

(Variación porcentual interanual)

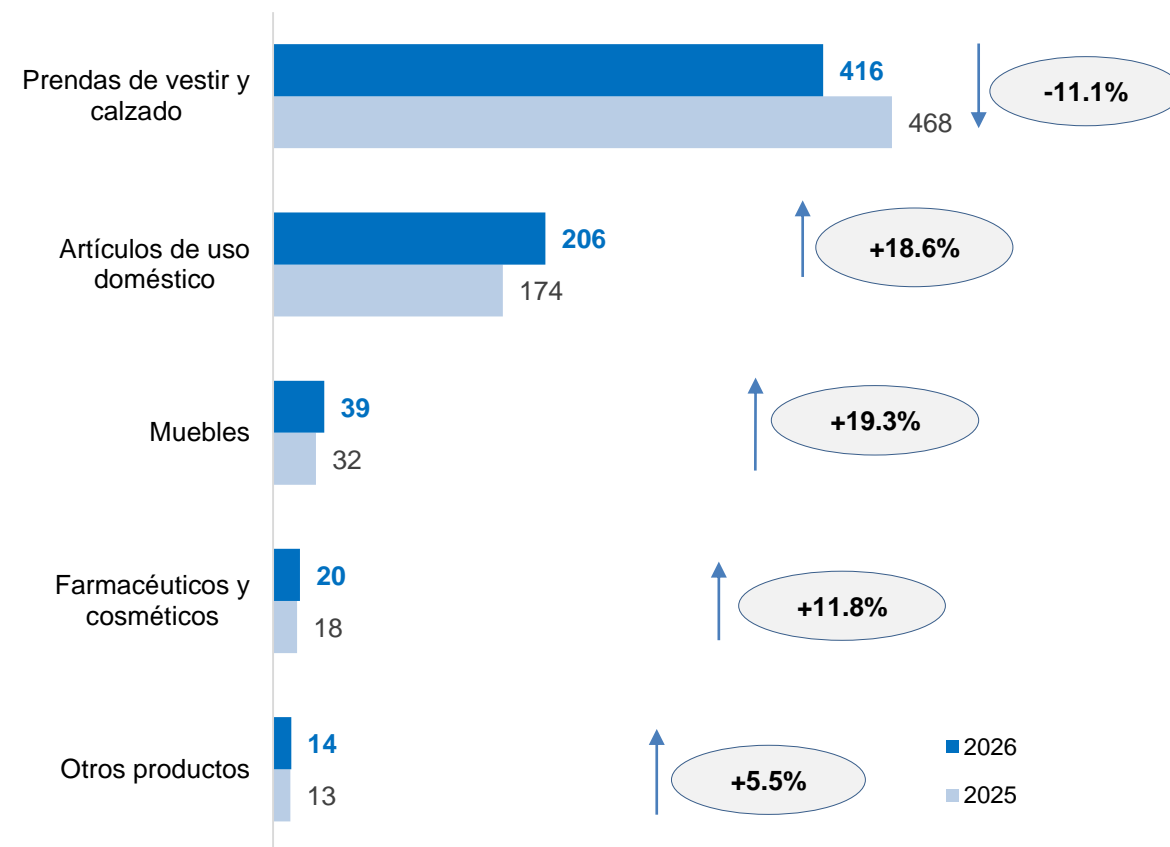


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

## Gráfico Nº 5

### Ventas por líneas de productos, marzo 2025 y marzo 2026

(Millones de soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

# Ferreterías y acabados aumentaron sus ventas en 13.2%

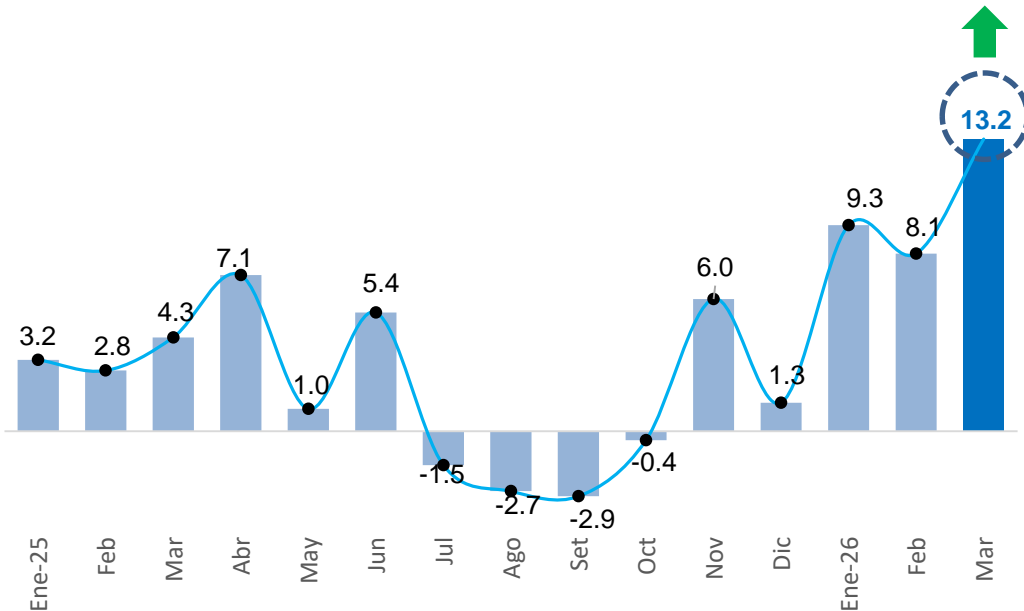


- Las ventas de productos relacionados con la actividad de **ferreterías y acabados** aumentaron **13.2% interanual**, impulsadas por el avance de proyectos públicos y privados, así como por la mayor demanda vinculada a la remodelación y mejoramiento de viviendas.
- Los productos con mayor demanda fueron los artículos de ferretería (+14.0%), productos diversos (+5.3%), artículos de uso doméstico (+83.9%) y muebles (+6.4%).

## Gráfico N° 6

### Evolución de las ventas de ferreterías y acabados

(Variación porcentual interanual)

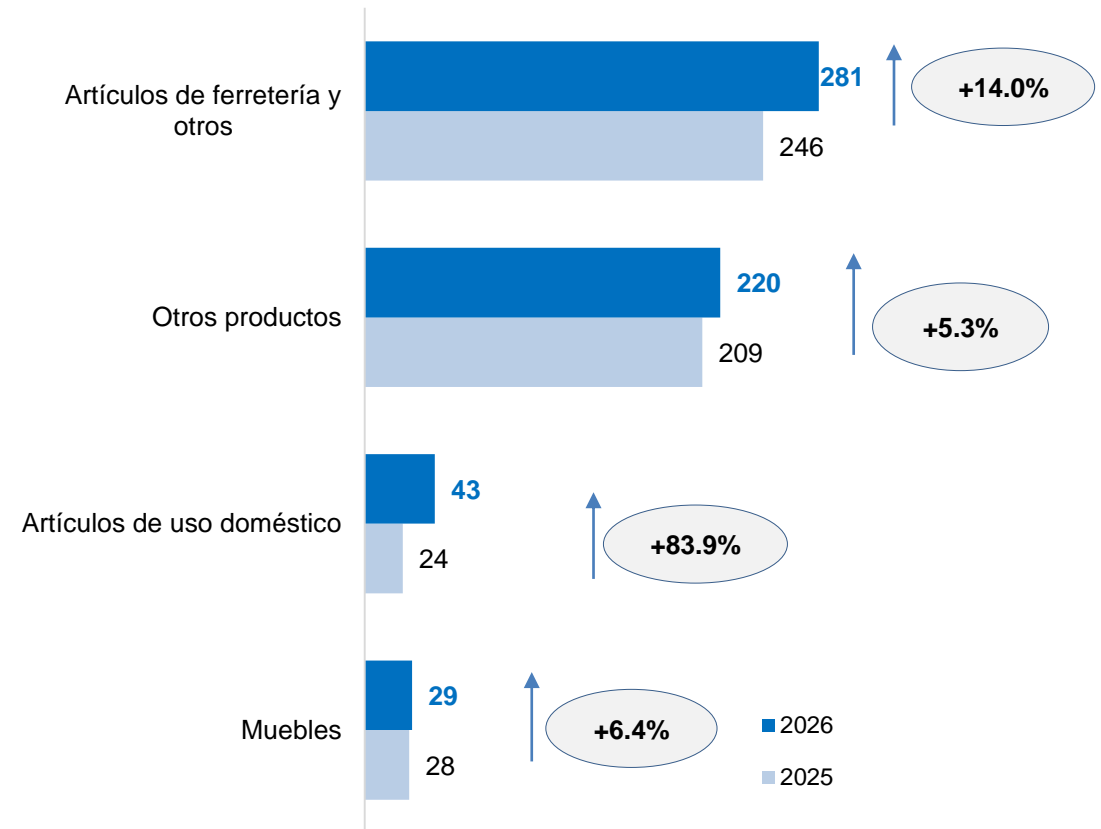


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

## Gráfico N° 7

### Ventas por líneas de productos, marzo 2025 y marzo 2026

(Millones de Soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

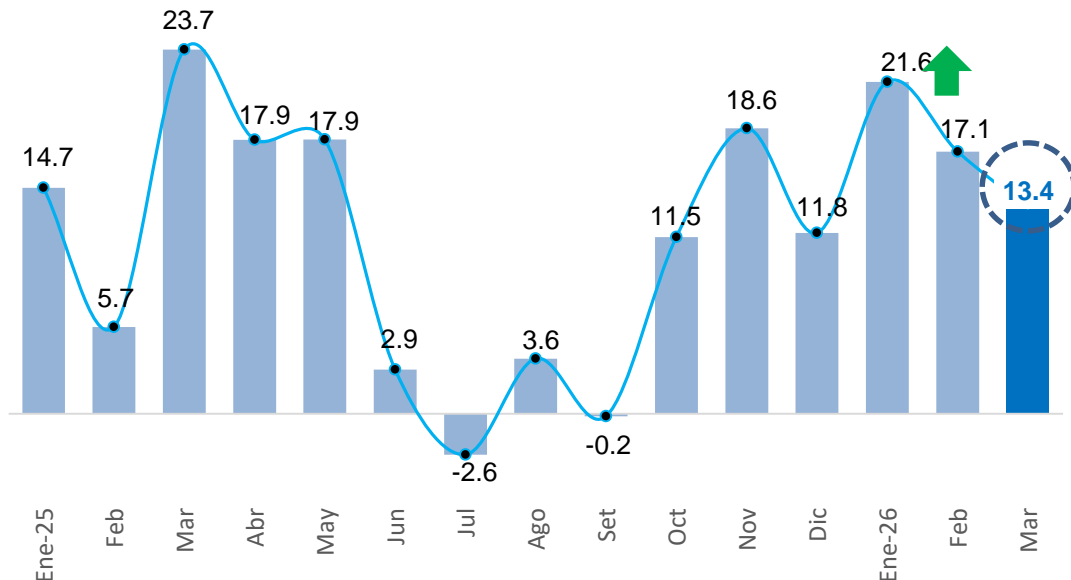
# Equipamiento del hogar aumentaron sus ventas en 13.4%

- En marzo de 2026, se registró un **incremento interanual de 13.4%** en las ventas de **equipamiento del hogar**. Este resultado estuvo asociado al mayor dinamismo en la comercialización de **artículos de uso doméstico** (+9.4%), en particular, de línea blanca, línea marrón, equipos electrónicos y **muebles** (+106,2%), así como al incremento significativo en la venta de **productos diversos** (+39.5%).

## Gráfico N° 8

### Evolución de las ventas de equipamiento del hogar

(Variación porcentual interanual)

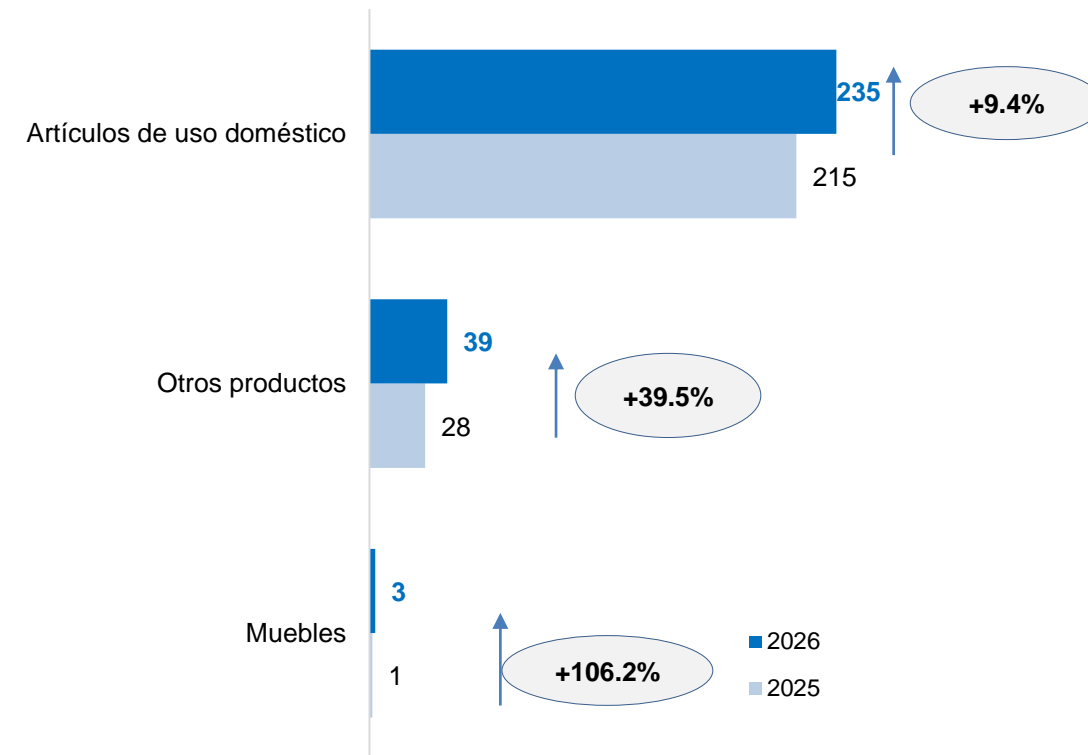


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

## Gráfico N° 9

### Ventas por líneas de productos, marzo 2025 y marzo 2026

(Millones de Soles y Var.% interanual)



Elaboración: PRODUCE (OEE)

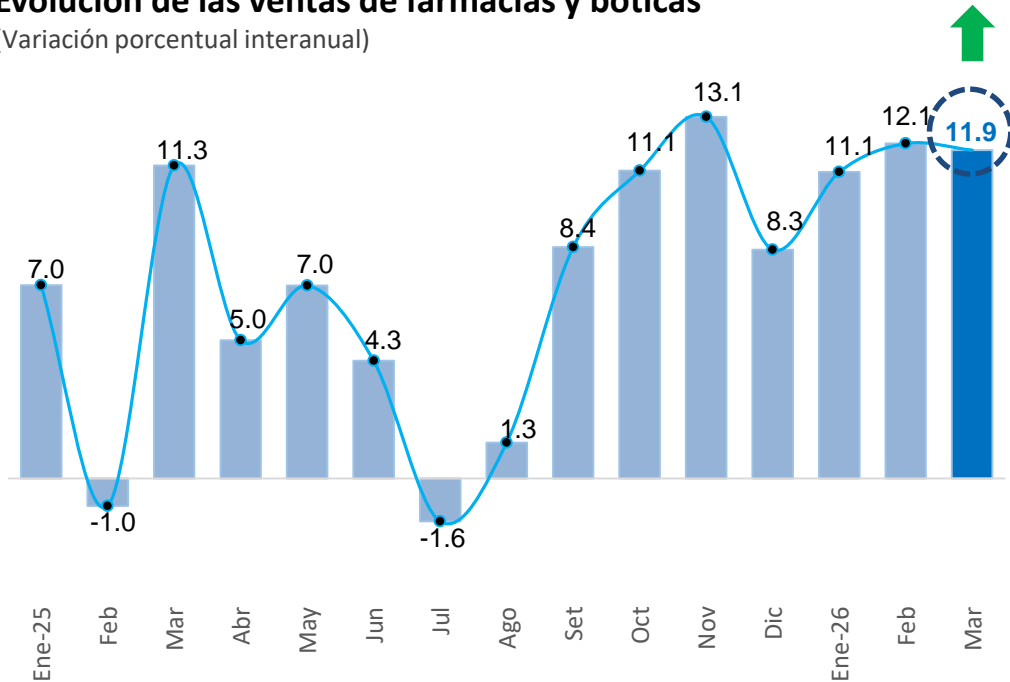
# Ventas de farmacias y boticas aumentaron en 11.9%

- En marzo de 2026, las ventas de **farmacias y boticas** registraron un crecimiento interanual de 11.9%, impulsado principalmente por el aumento en la comercialización de **productos farmacéuticos y medicinales** (+12.1%), reflejado en el dinamismo de los canales modernos de venta. Asimismo, se observó un incremento en la venta de **productos de cuidado personal** (+9.7%), consolidando la tendencia positiva del sector.

## Gráfico N° 10

### Evolución de las ventas de farmacias y boticas

(Variación porcentual interanual)

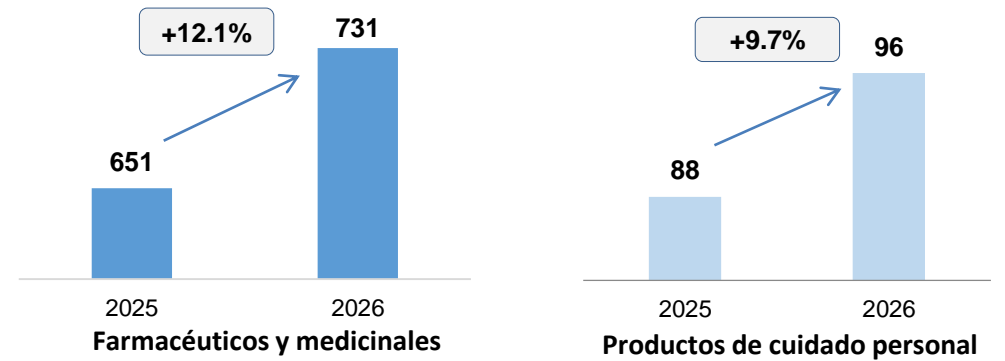


Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

## Gráfico N° 11

### Ventas por líneas de productos, marzo 2025 y marzo 2026

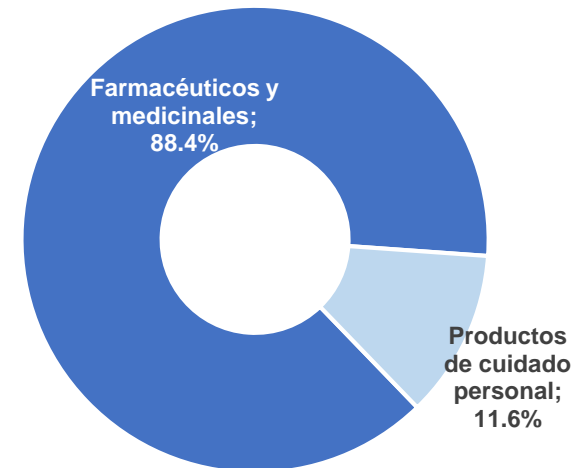
(Millones de Soles y Var.% interanual)



## Gráfico N° 12

### Participación de las ventas por líneas de productos, marzo 2026

(Porcentaje)

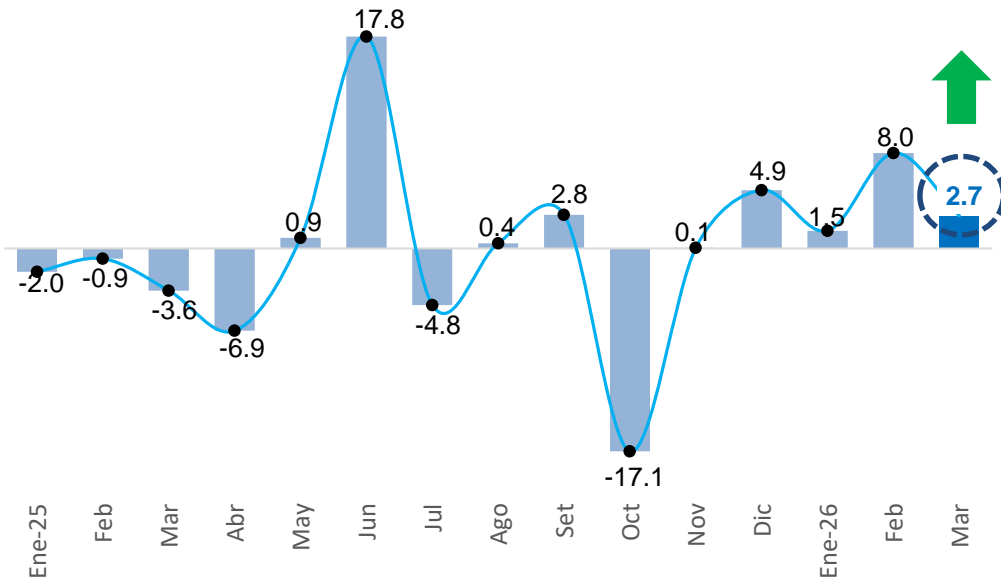


Elaboración: PRODUCE (OEE)

- En marzo de 2026, **las ventas de la actividad de libros, periódicos** y artículos de papelería registraron un ligero crecimiento interanual de **2.7%**, impulsado principalmente por el aumento en la comercialización de **papelería y útiles escolares (+1.2%)**, así como por la mayor demanda de **productos diversos (+39.7%)**, tales como regalos, juguetes, agendas, calendarios y almanaques, favorecidos por la campaña escolar.

## Gráfico Nº 13

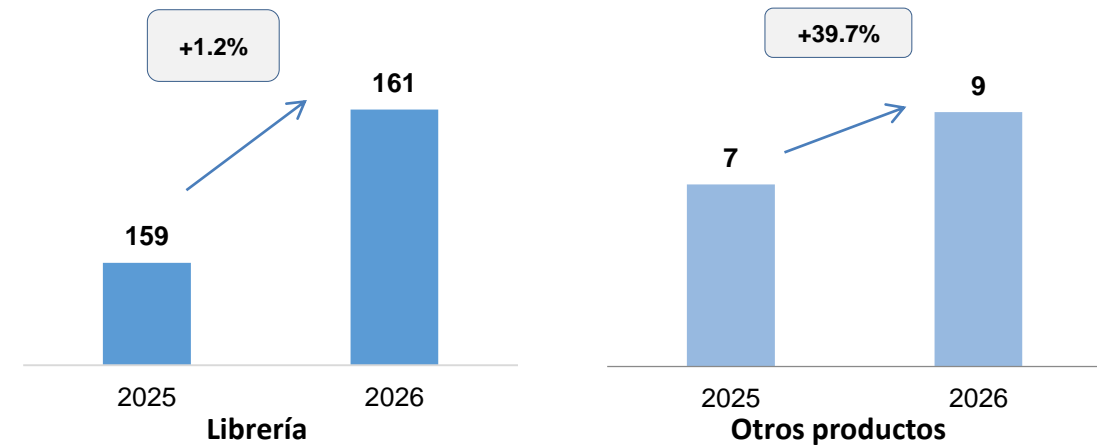
**Evolución de las ventas de libros, periódicos y artículos de papelería**  
(Variación porcentual interanual)



Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

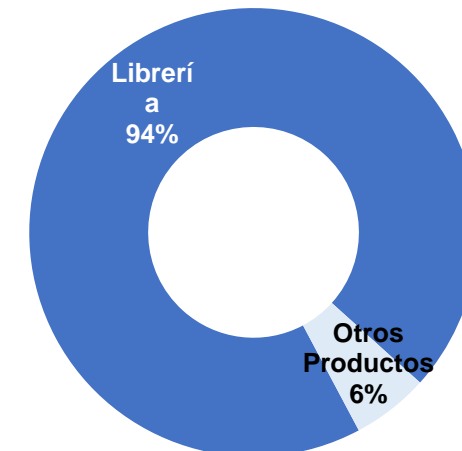
## Gráfico Nº 14

**Ventas por líneas de productos, marzo 2025 y marzo 2026**  
(Millones de Soles y Var.% interanual)



## Gráfico Nº 15

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



Elaboración: PRODUCE (OEE)

# Tiendas: Número de tiendas **aumentó en 9.6%**



PERÚ

Ministerio de la Producción

## Actividades

Número de aperturas (+) y cierres (-) de tiendas en marzo 2026<sup>1/</sup>

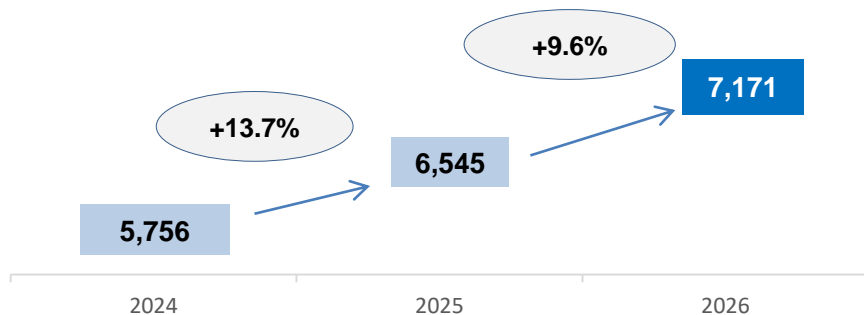
Supermercados e hipermercados	+452
Tiendas por departamento	+15
Ferreterías y acabados del hogar	+1
Equipamiento del hogar	+2
Libros, periódicos y artículos de papelería	+9
Farmacias y boticas	+147

1/ En relación a similar mes del año anterior

## Gráfico N° 16

### Evolución del número de tiendas del comercio interno: marzo 2024 – marzo 2026

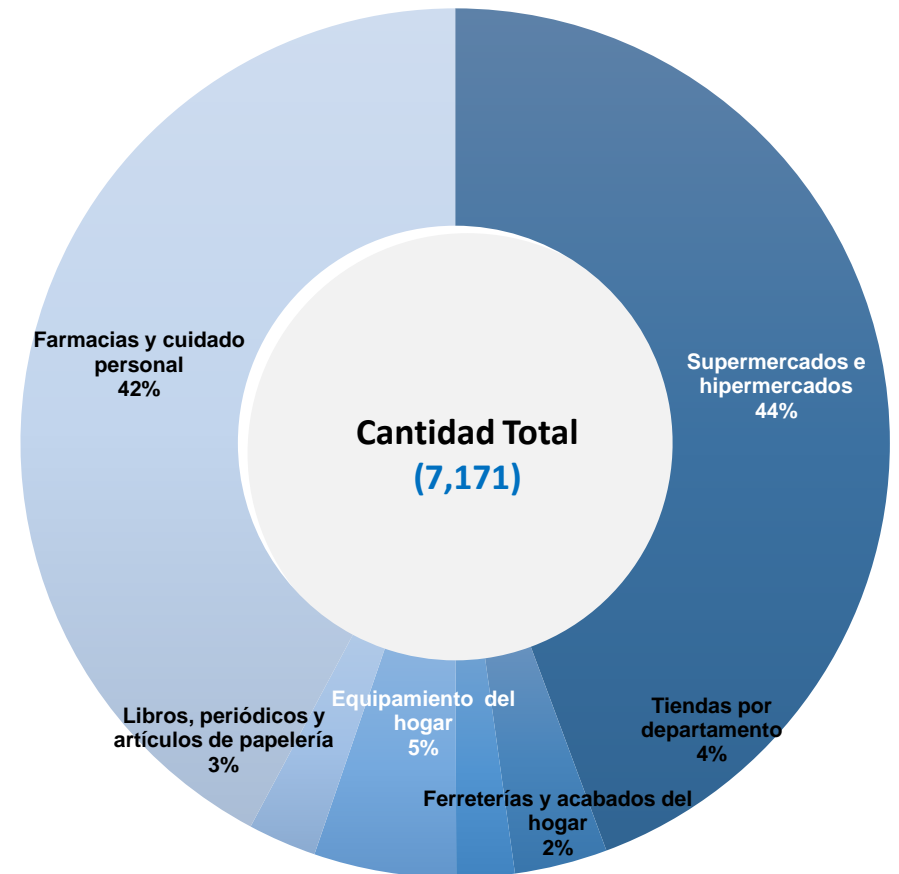
(Cantidad y Variación %)



Fuente: Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

## Gráfico N° 17

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



Elaboración: PRODUCE (OEE)

# Nivel de empleo aumentó en 8.6% y registró 114 mil 487 puestos de trabajo

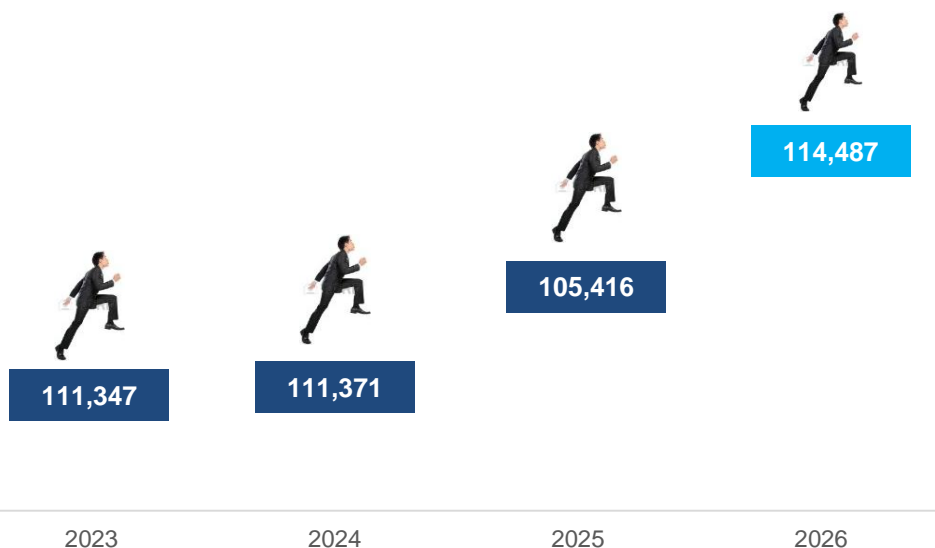


PERÚ

Ministerio de la Producción

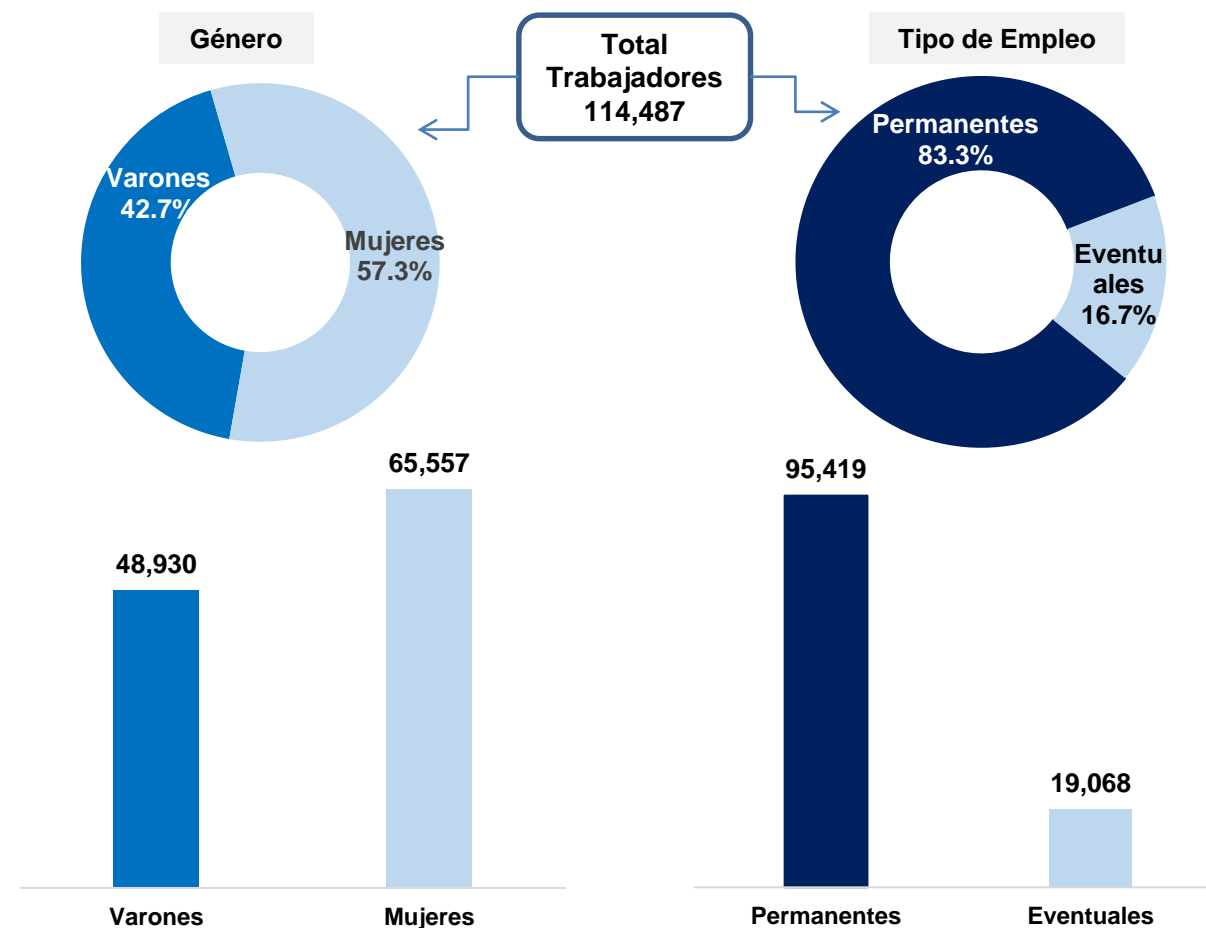
## Gráfico N° 18

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



## Gráfico N° 19

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



## Cuadro Nº 2

### Comercio Interno por actividades, 2024-2026

(Variación porcentual interanual)

Actividad	Var. % Interanual				Var.% Acum.			
	Mar 24/23	Mar 25/24	Mar 26/19	Mar 26/25	Ene – Mar (24/23)	Ene – Mar (25/24)	Ene – Mar (26/19)	Ene – Mar (26/25)
<b>Total Comercio Interno</b>	<b>-5.2</b>	<b>9.6</b>	<b>41.8</b>	<b>8.9</b>	<b>0.3</b>	<b>5.2</b>	<b>40.7</b>	<b>11.0</b>
Supermercados e Hipermercados	4.0	6.3	63.9	<b>10.3</b>	10.1	3.7	62.0	<b>10.9</b>
Tiendas por departamento	-7.0	23.3	29.3	<b>-1.5</b>	-5.4	10.1	32.2	<b>10.2</b>
Ferreterías y acabados del hogar	-24.2	4.3	22.4	<b>13.2</b>	-15.3	3.4	21.3	<b>10.2</b>
Equipamiento del hogar	-14.5	23.7	27.1	<b>13.4</b>	-9.5	14.8	25.9	<b>17.2</b>
Libros, periódicos y artículos de papelería	-10.4	-3.6	23.4	<b>2.7</b>	-5.3	-2.2	28.8	<b>4.2</b>
Farmacias y boticas	-7.7	11.3	25.7	<b>11.9</b>	-2.0	5.8	23.3	<b>11.7</b>

✓ En el primer trimestre de 2026, las ventas del comercio interno registraron un significativo avance de 11.0%, con relación al mismo periodo de 2025. Este resultado fue impulsado por el dinamismo de la demanda interna (+6.6%).

✓ Entre las actividades que más crecieron entre enero y marzo de 2026 destacan: Supermercados e hipermercados (+10.9%), Tiendas por departamento (+10.2%), Ferreterías y acabados del hogar (+10.2%), Equipamiento del hogar (+17.2%), Farmacias y boticas (+11.7%) y Libros y periódicos (+4.2%), impulsados por la campaña de Semana Santa, Campaña escolar y por el dinamismo del sector construcción.

**Fuente:** Encuesta de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

**Elaboración:** PRODUCE (OEE)