



# Encuesta Mensual del SECTOR SERVICIOS

Marzo 2026

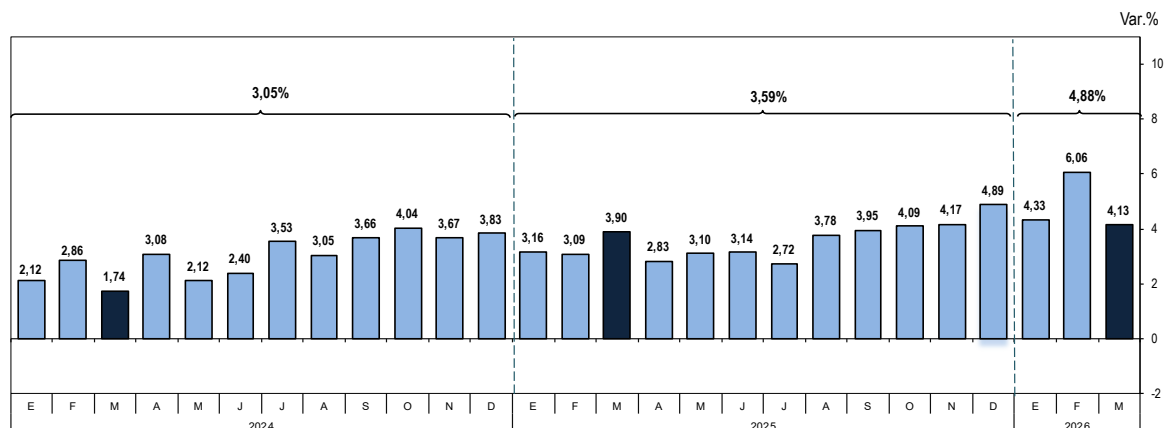
El Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) presenta los resultados de la Encuesta Mensual de Servicios, investigación estadística dirigida a las empresas cuyas actividades económicas principales son el comercio, restaurantes y los servicios prestados a empresas, con el objetivo de obtener indicadores que reflejen el comportamiento de la producción de estos sectores.

En el mes de marzo 2026, la actividad comercial del país alcanzó un crecimiento de 4,13%, la actividad de Restaurantes aumentó en 5,09% y Servicios prestados a empresas mostró un comportamiento ascendente de 3,49%, incentivado por el buen desempeño de los sectores económicos..

## SECTOR COMERCIO

El sector comercio en marzo de 2026 registró un crecimiento de 4,13%, respecto al mismo mes del año anterior, sustentado en la evolución positiva del comercio al por mayor, comercio al por menor y comercio automotriz.

GRÁFICO N°1  
EVOLUCIÓN MENSUAL DE LA PRODUCCIÓN DEL SECTOR COMERCIO: 2024-2026  
(Variación % respecto a similar periodo del año anterior)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) - Encuesta Mensual de Comercio.

### Créditos

Dr. Gaspar Morán Flores  
Jefe del INEI

Peter Abad Altamirano  
Subjefe de Estadística

Lilia Montoya Sánchez  
Directora Técnica de Indicadores Económicos

Marilú Cueto Maza  
Directora Técnica Adjunta de Indicadores Económicos

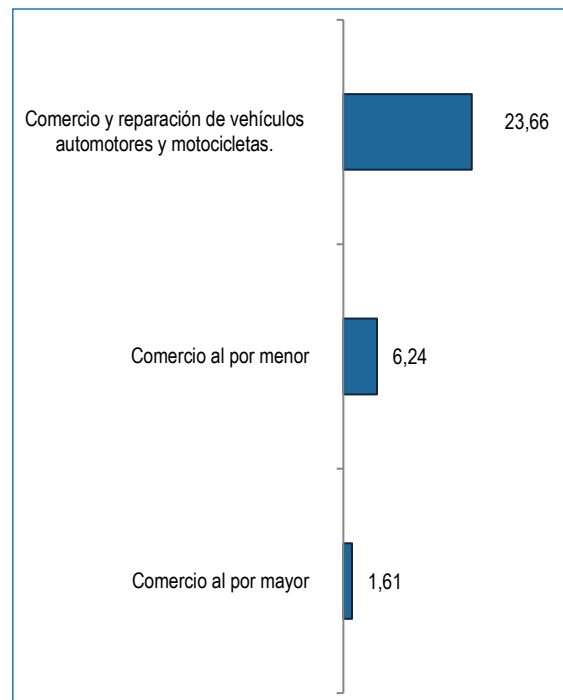
Martha Baldeón Rosado  
Directora Ejecutiva de Indicadores de Producción

Gloria Vargas Mayo  
Directora de las Encuestas Coyunturales

El **comercio al por mayor** presentó avance de 1,61%, determinado por la venta de maquinaria y equipo, ante mayor requerimiento de camiones mineros de acarreo, equipamiento minero y de exploración, equipos eléctricos y de seguridad industrial, así como licitaciones de equipos médicos. Similar tendencia se observó en la venta de metales y minerales metalíferos por el incremento de la demanda de oro y cobre, alineado con las exigencias de sostenibilidad y estabilidad económica. De igual manera, destacó la venta de materiales de construcción y artículos de ferretería, por la aceleración de la inversión pública y privada, sustentada en la ejecución de proyectos de infraestructura vial, educación, salud y saneamiento, aunado al dinamismo del sector inmobiliario y la autoconstrucción en el ámbito privado. En la misma línea, ascendió la venta de enseres domésticos, ante la alta demanda de electrodomésticos de línea marrón, artículos de papelería y libros, suministros de limpieza para el hogar, productos farmacéuticos y medicinales, impulsado por nuevos nichos de mercado a nivel nacional y mejores políticas de marketing. La venta de computadoras, equipo periférico y programas informáticos fue mayor por la campaña escolar “Regreso a clases”, preferencia de los video jugadores y profesionales que priorizan equipos de alto rendimiento y flexibilidad. La venta de alimentos y bebidas mostró una tendencia al alza debido al inicio del año escolar, dinamizado por la demanda de formatos innovadores y prácticos para el consumidor, incrementándose la venta de alimentos, confitería, bebidas y especias. Finalmente, creció la venta de equipos electrónicos de telecomunicación por mayor rotación de celulares en consonancia con nuevos contratos con centrales telefónicas. En contraste, disminuyó la venta de combustibles líquidos, gaseosos y productos conexos.

El **comercio al por menor** reportó crecimiento de 6,24%, impulsado por la venta en supermercados, minimarkets y tiendas de conveniencia, en respuesta a la alta demanda de bienes de consumo masivo, fortalecimiento de los canales de distribución y estrategias comerciales a nivel nacional. Asimismo, creció la venta de productos farmacéuticos y medicinales, cosméticos y artículos de tocador, favorecida por la mezcla de productos de temporada y política comercial. De igual forma, registró avance la venta en tiendas por departamento, ante cierre de la temporada de verano y el dinamismo comercial de la campaña escolar, sumado al impacto de descuentos promocionales. La venta de artículos de ferretería creció debido a obras de mejoramiento progresivo de las viviendas y desarrollo de proyectos comerciales, destacando la demanda de insumos clave como cemento, vidrio plano, equipo sanitario y materiales de acabado. La venta de computadoras, unidades periféricas y programas informáticos se vio favorecida por los Cyber Days y la adhesión de nuevos contratos. Adicionalmente, la venta de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero presentó comportamiento ascendente por requerimientos de confecciones de algodón, calzado femenino y escolar, y artículos de cuero, potenciados por estrategias promocionales y apertura de nuevas tiendas. También creció la venta de electrodomésticos, muebles, aparatos de iluminación y otros artículos para el hogar en almacenes especializados, tales como electrodomésticos, televisores, artículos de dormitorio (colchones y muebles), utensilios de uso doméstico e instrumentos musicales, ante mayor diversificación de portafolio. Por el contrario, disminuyó la venta de equipos de audio y video y artículos de deporte en almacenes especializados.

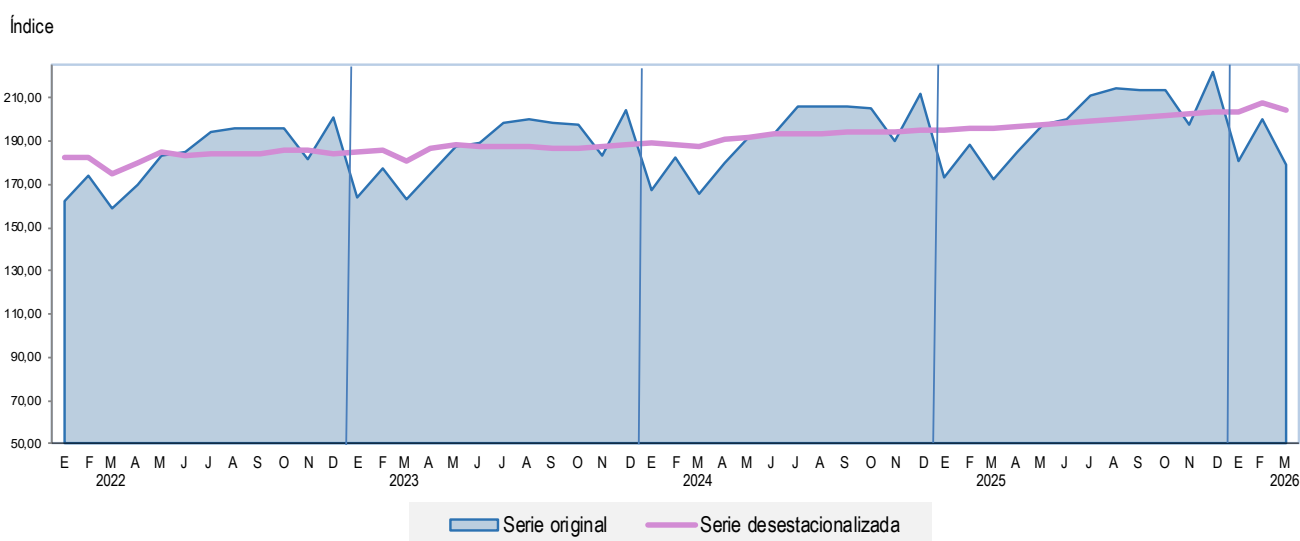
Gráfico N°2  
**SECTOR COMERCIO**  
 Var. % Marzo 2026: 4,13%



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) - Encuesta Mensual de Comercio.

El **comercio automotriz** evolucionó positivamente en 23,66%, por dinamismo en la venta de vehículos livianos (deportivos, automóviles, camionetas, pick up y furgonetas) y vehículos pesados (tractocamiones, camiones, minibuses y ómnibus), impulsada por campañas comerciales como el “Expo Auto Perú 2026”, apertura de nuevos locales, lanzamiento de nuevos modelos, favorables condiciones de financiamiento y mayor disponibilidad de crédito vehicular. Asimismo, se registró crecimiento en la venta, mantenimiento y reparación de motocicletas y de sus partes, piezas y accesorios, favorecido por eventos como “Emprende Motor 2026” y “Expo Moto Showroom Huancayo 2026”, además del financiamiento flexible. De igual modo, la venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores mantuvo tendencia positiva, debido a la demanda de neumáticos, filtros y partes de motor; así como el mantenimiento y reparación de vehículos automotores, por la renovación de contratos y mayores servicios de mantenimiento y reparación mecánica y eléctrica.

GRÁFICO N° 3  
**ÍNDICE MENSUAL DE LA PRODUCCIÓN DEL SECTOR COMERCIO: 2022-2026**  
 (Año base 2007= 100)



Serie desestacionalizado con el programa ARIMA X-13  
 Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI).

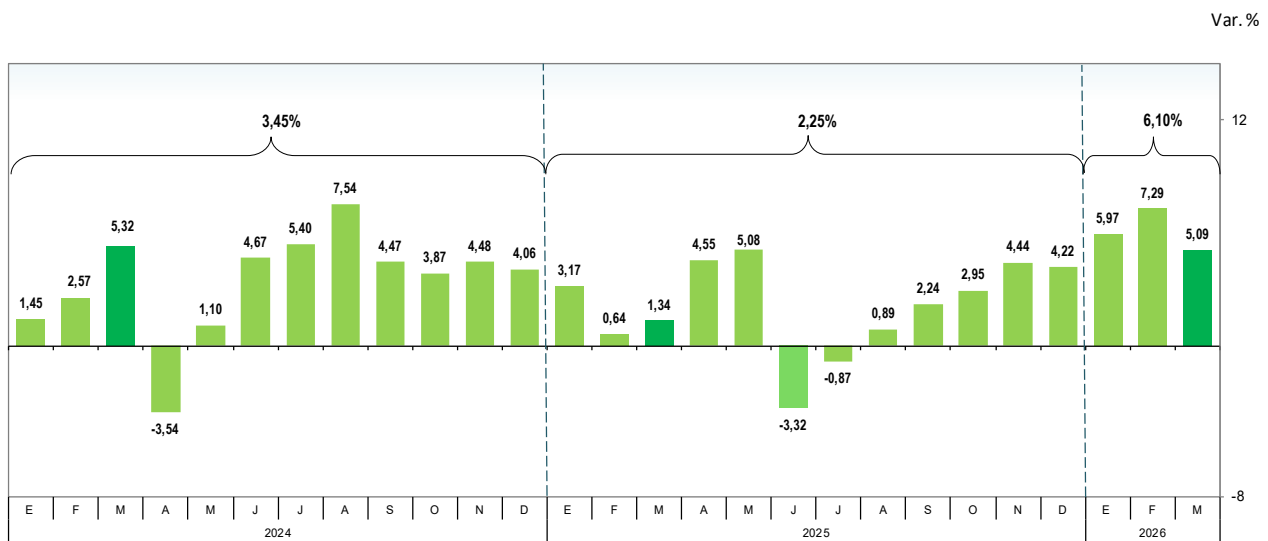
En términos desestacionalizados, en marzo 2026, el sector comercio decreció en 1,57%, con respecto al mes de febrero de 2026.



**SECTOR RESTAURANTES (SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS)**

En marzo 2026, la actividad de restaurantes registró crecimiento de 5,09%, explicado por el dinamismo del grupo de restaurantes, otras actividades de servicio de comidas, servicio de bebidas y suministro de comidas por encargo.

**GRÁFICO N°4**  
**EVOLUCIÓN MENSUAL DE LA PRODUCCIÓN DEL SECTOR RESTAURANTES: 2024-2026**  
 (Variación % respecto a similar periodo del año anterior)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) - Encuesta Mensual de Restaurantes.

El **grupo de restaurantes** presentó una variación positiva de 4,34%, determinado por el mayor volumen de ventas en los negocios de comidas rápidas, pollerías, sandwicherías, carnes y parrillas, comida internacional, restaurantes, comida regional y restaurantes turísticos, debido a la ampliación de espacios, expansión de locales e implementación de buffet criollo con música en vivo, aunado a las celebraciones por el Día de la Mujer. Igualmente, crecieron las atenciones en comida criolla, cevicherías, chifas, heladerías y café restaurantes, ante mayor publicidad, nuevas promociones y descuentos que atrajeron al público. Favoreció a la actividad la realización de ferias gastronómicas como “Festival Gochisō 2026”, el cierre del “III Encuentro Internacional de Influencers Gastronómicos” en Lima, “III Feria Agropecuaria y Gastronómica Paroccan 2026” en Cusco y el “Festival Internacional de la Vendimia de Ica (FIVI)” en Ica; además, cabe resaltar la participación en la “Feria de Restaurantes Canadá - RC Show 2026” en Canadá.

**Otras actividades de servicio de comidas** reportaron incremento de 5,99%, sustentado en la evolución de los concesionarios de alimentos que ampliaron actividades y captaron nuevos clientes, en colegios, universidades, institutos, empresas mineras, manufactureras, cementeras, entidades financieras, hospitales y clínicas. Así también, el suministro de comida para contratistas (servicios de alimentación a empresas de transporte) se vio favorecido por la alta frecuencia de viajes, con visitantes internacionales y nacionales interesados en diferentes destinos turísticos, circuitos culturales y gastronómicos, coadyuvado por el posicionamiento internacional de la cocina peruana.

**Servicio de bebidas** creció en 8,75%, por aumento en la demanda de cafeterías, bar restaurantes, discotecas y bares, en respuesta a promociones en bebidas, tragos de cortesía, variada carta de guarniciones, descuentos en postres, fidelización de clientes, ingresos gratuitos, música variada y presentación de artistas. Influyó positivamente la celebración del Día de la Algarroquina.

**Suministro de comidas por encargo (catering)** mostró resultado positivo de 5,05%, por mayor requerimiento del servicio de preparación y distribución de alimentos para eventos corporativos, sociales, protocolares, bodas, conferencias y celebraciones, en la preparación de desayunos, almuerzos, cenas y refrigerios, destacando los servicios de buffet, coffee break, box de refrigerios y coctelería.

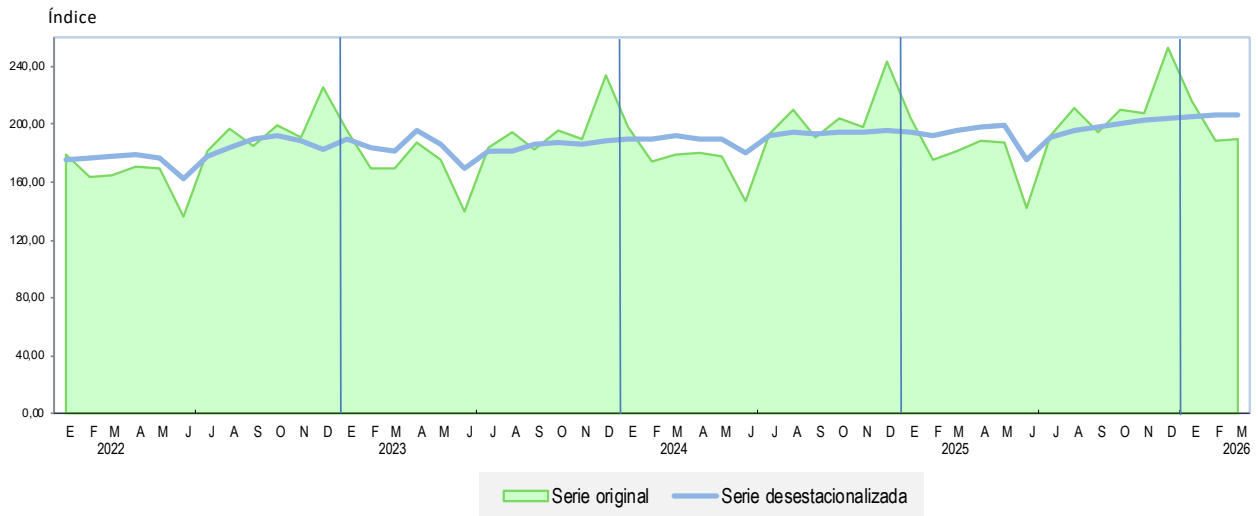
Por tipo de negocio, las sandwicherías, comida regional, comida criolla, carnes y parrillas, comidas rápidas y comida internacional encabezaron la expansión del grupo, seguidos por los negocios de pollerías, restaurantes turísticos, heladerías, restaurantes, cevicherías y chifas, favorecidos por servicios de food truck en festivales, ampliación de horario de atención, ofertas en postres y bebidas, sumado a una atención personalizada y buena presentación.

Gráfico N°5  
**GRUPO RESTAURANTES**  
Var. % Marzo 2026: 4,34%



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) - Encuesta Mensual de Restaurantes.

GRÁFICO N°6  
**ÍNDICE MENSUAL DE LA PRODUCCIÓN DEL SECTOR RESTAURANTES: 2022-2026**  
 (Año base 2007= 100)



Serie desestacionalizado con el programa ARIMA X-13  
 Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI).

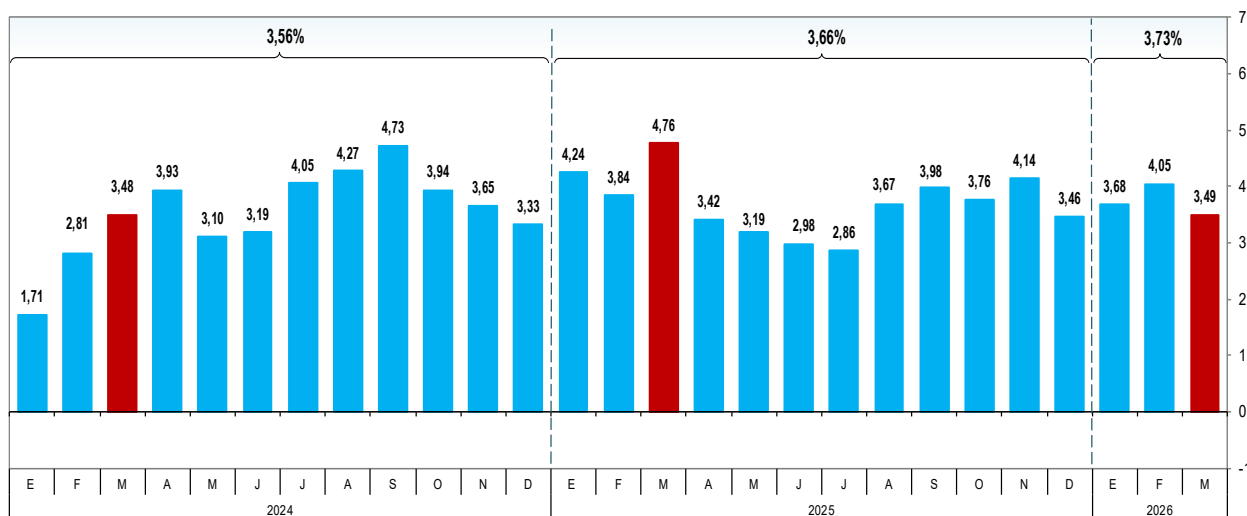
En términos desestacionalizados, en marzo 2026, el sector restaurantes registró una variación positiva de 0,12% respecto al mes anterior.



**SECTOR SERVICIOS PRESTADOS A EMPRESAS**

En marzo 2026, el sector servicios prestados a empresas registró un aumento de 3,49%, respecto al mismo mes del año anterior, explicado por sus cuatro componentes: actividades profesionales, científicas y técnicas, actividades de servicios administrativos y de apoyo; publicidad e investigación de mercados y agencias de viajes y operadores turísticos.

**GRÁFICO N°7**  
**EVOLUCIÓN MENSUAL DE LA PRODUCCIÓN DEL SECTOR SERVICIOS PRESTADOS A EMPRESAS: 2024-2026**  
 (Variación % respecto a similar periodo del año anterior)



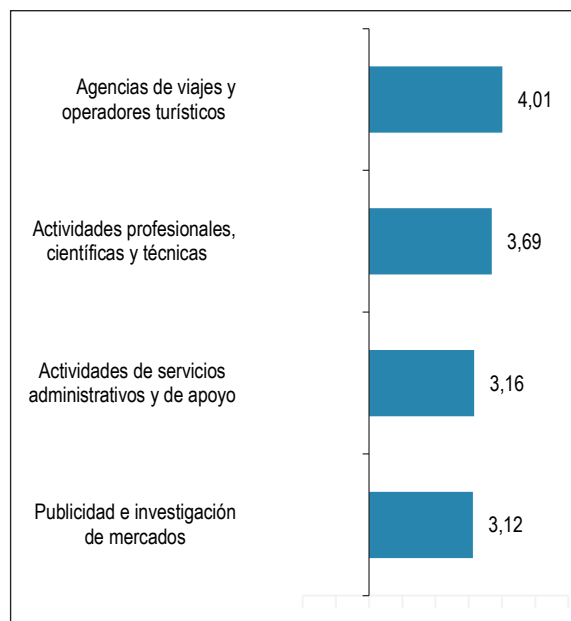
Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) - Encuesta Mensual de Servicios Prestados a Empresas.

**Actividades profesionales, científicas y técnicas** presentó crecimiento de 3,69%, impulsado por las actividades de arquitectura e ingeniería y de asesoramiento técnico, debido a nuevos proyectos de ingeniería, avance de obras públicas, licitaciones ganadas, valorizaciones aprobadas y estudios de ingeniería en construcción civil y minera. De igual manera, ensayos y análisis técnicos mostró avance por recepción de muestras ambientales y minerales, ensayos físicos y metalúrgicos y certificación de productos. Las actividades de consultoría de gestión empresarial registraron ascenso por mayores servicios de gerenciamiento, asesoría en planificación estratégica, sostenibilidad e innovación organizacional. De igual forma, las actividades jurídicas crecieron ante el incremento de servicios en trámites notariales, casos legales, procesos judiciales y renovación de contratos. A su vez, las actividades de contabilidad, teneduría de libros, auditoría y asesoramiento en materia de impuestos fueron favorecidas por asesorías contables, laborales y tributarias, auditorías y outsourcing contable (registro de comprobantes, preparación de estados financieros, registros de libros contables, declaración de impuestos, liquidaciones, actualización de planillas) ante la fidelización de clientes, aunado a la presentación de la declaración anual de renta.

**Actividades de servicios administrativos y de apoyo** reportó aumento de 3,16%, determinado por el desarrollo de actividades de seguridad privada, ante mayores contratos de vigilancia, custodia de valores, asesoramientos de seguridad remota, electrónica y especializada (video, radios de comunicación, detectores, control de acceso). Similar comportamiento mostró alquiler y arrendamiento operativo de otros tipos de maquinarias, por los proyectos vigentes en el sector minero para excavaciones, construcción de túneles, movimiento de tierra, mejoras en campamentos mineros, traslado de materiales y personal, así como el requerimiento de equipos especiales para construcción y frentes de trabajo en provincia. Asimismo, las centrales telefónicas mostraron tendencia positiva, producto del incremento de servicios de atención al cliente, telemarketing, cobranzas y soporte técnico. De igual modo, las actividades de agencias de cobranza y agencias de información crediticia se incrementaron ante la mayor cartera de clientes, nuevos contratos y gestión integral de cobranza en el sector financiero. Las actividades relacionadas con el empleo crecieron favorecidas por las agencias de colocación de empleo debido al reclutamiento y selección de personal profesional, técnico, complementario y eventual. Igualmente, las actividades de limpieza general de edificios aumentaron por nuevos contratos en ambientes hospitalarios, educativos, administrativos e industriales.

**Publicidad e investigación de mercados** mostró resultado positivo de 3,12%, sustentado principalmente por la mayor inversión en el rubro publicidad, asociado a campañas de marketing por cierre de temporada escolar y Día Internacional de la Mujer, así como estrategias orientadas al posicionamiento de marcas y fidelización de clientes. También destacó la publicidad digital, con anuncios mediante motores de búsqueda, plataformas Web, redes sociales (Instagram, TikTok, Facebook) y correo electrónico; además de publicidad tradicional a través de paneles publicitarios estáticos y dinámicos, y producciones audiovisuales por televisión, radio y cine. Del mismo modo, investigación de mercados y realización de encuestas de opinión pública registraron aumento de estudios de mercado local y regional, medición de percepciones, comportamientos y tendencias del mercado, segmentación de público, evaluación de productos y servicios, aunado a la realización de encuestas de opinión pública y de intención de voto.

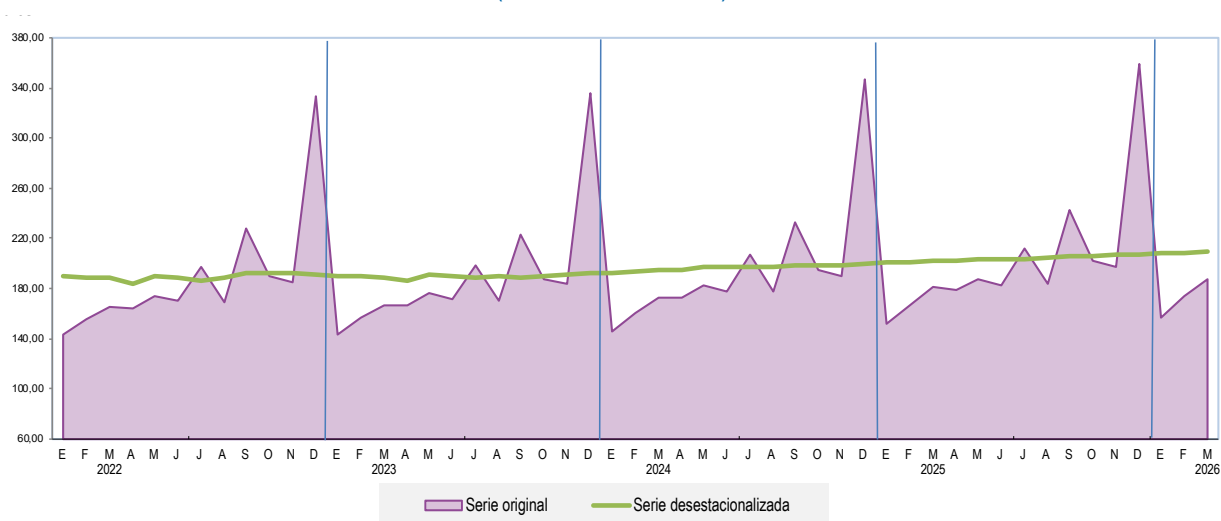
Gráfico N°8  
**SECTOR SERVICIOS PRESTADOS  
 A EMPRESAS**  
 Var. % Marzo 2026: 3,49%



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) - Encuesta Mensual de Servicios Prestados a Empresas

**Agencias de viajes y operadores turísticos** presentó incremento de 4,01%, dinamizado por las agencias de viajes, con variedad en la oferta de pasajes aéreos nacionales e internacionales, cruceros, paquetes turísticos personalizados, excursiones, seguros y asistencia al viajero, promociones digitales como cupones, canje de millas, pagos en cuotas y los Cyber Days. Hubo participación de PROMPERÚ en el “Adventure Travel Partner”, con la feria de turismo alemana ITB Berlín 2026; y también, por la difusión de viajes al interior del país por Semana Santa mediante la campaña “Viaja Divino” en la plataforma “Y tú qué planes”. Los operadores turísticos experimentaron crecimiento en respuesta al flujo de turistas nacionales y extranjeros interesados en la riqueza cultural, natural e histórica del Perú, y en experiencias de aventura, trekking y gastronomía.

GRÁFICO N°9  
**ÍNDICE MENSUAL DE LA PRODUCCIÓN DEL SECTOR SERVICIOS PRESTADOS  
 A EMPRESAS: 2022-2026**  
 (Año base 2007= 100)



Serie desestacionalizado con el programa ARIMA X-13  
 Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI).

En términos desestacionalizados, el sector Servicios Prestados a Empresas en marzo 2026 creció en 0,26%, con respecto a febrero de 2026.



## ANEXOS

**Anexo N° 01**  
**EVOLUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN DEL SECTOR COMERCIO**  
 (Variación % respecto a similar periodo del año anterior)

Año / Mes	Actividades			
	Total sector	Venta y reparación de vehículos automotores y motocicletas	Venta al por mayor	Venta al por menor
<b>2022</b>				
Enero	1,50	3,91	2,56	1,29
Febrero	6,86	21,62	7,54	3,69
Marzo	7,68	11,16	8,83	5,34
Abril	2,41	4,01	1,68	4,79
Mayo	2,78	10,35	2,42	1,76
Junio	2,54	5,70	2,65	0,92
Julio	3,00	4,41	3,48	0,83
Agosto	2,47	2,72	2,59	1,24
Setiembre	2,28	0,48	2,37	1,72
Octubre	2,94	0,39	3,26	2,12
Noviembre	3,11	1,28	3,18	3,03
Diciembre	1,82	-2,92	1,94	2,48
<b>2023</b>				
Enero	1,12	-2,16	1,35	2,02
Febrero	2,13	1,58	2,22	3,07
Marzo	2,60	3,03	3,06	2,64
Abril	2,74	2,56	3,17	3,37
Mayo	2,65	2,70	3,11	3,42
Junio	2,51	2,53	2,88	3,69
Julio	2,44	2,61	2,83	3,58
Agosto	2,26	2,13	2,63	3,57
Setiembre	1,35	0,37	1,98	2,15
Octubre	0,86	-1,84	1,54	1,79
Noviembre	0,85	-3,77	1,69	1,73
Diciembre	1,63	2,29	1,88	2,16
<b>2024</b>				
Enero	2,12	0,13	2,42	2,81
Febrero	2,86	2,42	3,08	3,06
Marzo	1,74	-3,92	2,31	2,32
Abril	3,08	2,77	3,14	3,03
Mayo	2,12	-2,45	2,43	2,50
Junio	2,40	-3,35	2,86	2,71
Julio	3,53	-2,36	3,83	3,85
Agosto	3,05	-2,55	3,39	3,20
Setiembre	3,66	2,74	3,41	3,67
Octubre	4,04	3,26	3,85	3,90
Noviembre	3,67	3,88	3,44	3,39
Diciembre	3,83	2,47	3,67	3,79
<b>2025</b>				
Enero	3,16	3,46	2,93	3,63
Febrero	3,09	5,18	2,94	2,87
Marzo	3,90	4,64	3,91	3,71
Abril	2,83	5,97	2,17	3,38
Mayo	3,10	6,25	2,89	2,84
Junio	3,14	5,58	2,96	2,93
Julio	2,72	6,61	2,38	2,46
Agosto	3,78	5,81	3,66	3,52
Setiembre	3,95	8,52	3,55	3,65
Octubre	4,09	9,75	3,68	3,46
Noviembre	4,17	9,98	3,52	3,96
Diciembre	4,89	8,83	4,56	4,65
<b>2026</b>				
Enero	4,33	13,83	2,94	4,67
Febrero	6,06	19,67	4,41	5,82
Marzo	4,13	23,66	1,61	6,24

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) - Encuesta Mensual de Comercio.

## Anexo N° 02

EVOLUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN DEL SECTOR RESTAURANTES (SERVICIOS DE PREPARACIÓN DE COMIDAS Y BEBIDAS)  
(Variación % respecto a similar periodo del año anterior)

Año / Mes	Actividades				
	Total sector	Actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas	Suministro de comidas por encargo	Otras actividades de servicio de comidas	Actividades de servicio de bebidas
<b>2022</b>					
Enero	26,36	33,69	-5,18	4,99	36,46
Febrero	92,06	136,28	45,35	8,51	228,82
Marzo	41,63	55,26	78,20	5,27	73,61
Abril	47,65	63,59	101,84	-3,73	88,54
Mayo	41,88	41,17	239,81	34,78	63,34
Junio	24,17	31,36	202,83	-5,48	49,13
Julio	18,97	21,42	52,78	6,58	24,42
Agosto	10,39	10,95	166,65	0,97	22,75
Setiembre	7,76	11,30	20,38	-7,00	14,24
Octubre	8,01	9,24	123,90	-4,05	14,63
Noviembre	6,32	8,26	90,87	-4,54	13,65
Diciembre	4,50	6,20	25,57	-6,48	13,97
<b>2023</b>					
Enero	9,28	13,14	57,67	-11,00	24,49
Febrero	4,16	6,67	2,28	-10,24	18,16
Marzo	2,75	4,30	24,65	-8,38	13,60
Abril	9,16	7,65	1,59	11,27	19,20
Mayo	3,96	4,92	21,87	-3,59	10,20
Junio	3,02	3,76	22,99	-2,84	6,40
Julio	1,07	1,72	9,58	-4,78	5,43
Agosto	-0,73	-1,80	17,23	0,99	1,43
Setiembre	-1,35	-2,80	15,95	2,22	2,16
Octubre	-1,90	-5,66	-6,18	15,48	-0,73
Noviembre	-0,74	-1,22	2,36	0,78	-0,58
Diciembre	3,66	3,62	17,93	2,98	4,24
<b>2024</b>					
Enero	1,45	1,32	-4,69	0,37	5,03
Febrero	2,57	1,55	7,84	6,28	3,24
Marzo	5,32	2,71	3,94	17,12	2,59
Abril	-3,54	-6,35	-6,98	7,34	-3,52
Mayo	1,10	-0,82	80,02	5,38	3,06
Junio	4,67	4,96	-27,57	4,97	3,75
Julio	5,40	4,57	10,45	9,11	5,75
Agosto	7,54	8,53	54,75	1,87	9,97
Setiembre	4,47	4,91	5,23	2,65	4,11
Octubre	3,87	3,92	27,22	2,27	6,15
Noviembre	4,48	6,53	0,97	-3,45	4,76
Diciembre	4,06	4,58	13,72	0,82	6,07
<b>2025</b>					
Enero	3,17	3,03	-5,86	5,50	0,14
Febrero	0,64	0,03	-3,21	3,91	-1,33
Marzo	1,34	1,27	36,43	0,89	0,99
Abril	4,55	4,46	34,56	4,62	3,90
Mayo	5,08	5,17	-5,45	5,55	4,15
Junio	-3,32	-5,11	57,93	0,84	-1,20
Julio	-0,87	-1,91	26,17	2,12	0,42
Agosto	0,89	-0,44	10,27	4,30	4,02
Setiembre	2,24	-0,15	31,01	8,74	5,31
Octubre	2,95	1,27	-2,85	8,16	5,48
Noviembre	4,44	4,13	-5,07	1,87	11,80
Diciembre	4,22	3,61	-13,28	5,28	8,63
<b>2026</b>					
Enero	5,97	5,89	-4,67	2,34	13,45
Febrero	7,29	6,17	2,42	9,08	12,96
Marzo	5,09	4,34	5,05	5,99	8,75

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) - Encuesta Mensual de Restaurantes.

**Anexo N° 03**  
**EVOLUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN DEL SECTOR SERVICIOS PRESTADOS A EMPRESAS**  
(Variación % respecto a similar periodo del año anterior)

Año/Mes	Actividades											
	Total sector	Actividades jurídicas y de contabilidad	Actividades de las sedes centrales; actividades de consultoría de gestión empresarial	Actividades de arquitectura e ingeniería; ensayos y análisis técnicos	Publicidad e investigación de mercados	Otras actividades profesionales, técnicas y científicas	Actividades de alquiler y arrendamiento operativo	Actividades relacionadas con el empleo	Agencias de viajes, operadores turísticos, servicios de reserva y otras actividades relacionadas	Actividades de seguridad e investigación	Servicios a edificios y actividades de jardinería	Actividades administrativas de oficina y otras actividades de apoyo a las empresas
<b>2022</b>												
Enero	2,28	-1,09	4,56	0,51	10,98	11,11	5,79	-2,98	89,75	-1,14	-2,79	4,67
Febrero	2,56	1,12	1,82	2,45	12,01	3,97	3,28	0,07	164,90	3,19	-6,17	2,01
Marzo	1,70	2,63	-1,32	1,42	14,06	-8,50	7,50	-1,01	213,96	0,78	-4,28	-6,33
Abril	1,17	-2,28	-1,92	-2,05	12,96	-5,56	1,54	-4,51	395,61	-0,72	-6,26	-3,98
Mayo	1,35	-0,01	-1,27	-2,53	7,45	-8,77	4,49	-6,49	354,74	-4,01	-0,58	-2,90
Junio	1,37	-3,60	2,65	-2,12	6,78	-10,83	-2,12	-5,98	279,03	-1,67	-2,73	-2,35
Julio	1,37	-3,60	0,97	-1,15	5,00	17,13	-5,12	-1,47	249,50	-3,13	5,41	-1,75
Agosto	0,66	-6,39	-1,54	-1,37	5,87	6,05	1,56	-6,66	189,69	-0,31	0,93	-1,64
Septiembre	1,21	-7,90	2,84	-1,06	8,71	-5,50	-5,12	-3,85	138,78	0,83	5,60	3,27
Octubre	1,53	-4,15	-0,26	2,66	5,89	-6,12	-3,18	-8,07	148,77	-2,59	-1,82	-1,96
Noviembre	1,30	-0,71	5,03	2,03	3,98	-2,48	-0,49	-5,55	58,71	-1,69	11,70	-4,87
Diciembre	0,39	-3,08	1,24	2,03	8,59	-2,19	-2,46	-1,06	10,95	1,49	1,10	-4,01
<b>2023</b>												
Enero	-0,01	-1,03	-1,98	3,96	3,81	-3,20	-1,18	-4,55	9,61	3,13	6,69	-3,65
Febrero	0,90	-2,05	1,69	4,12	4,46	-8,64	1,95	-2,81	10,83	-0,53	9,08	-0,87
Marzo	0,81	2,06	1,90	2,79	2,23	-7,72	-4,94	-7,44	1,88	5,29	9,49	1,79
Abril	1,10	-1,25	3,75	3,60	4,25	-5,78	1,99	0,78	-9,86	2,41	6,88	-4,21
Mayo	1,15	3,90	4,91	3,90	6,34	-3,42	0,34	-4,00	-17,17	-0,68	2,21	-0,66
Junio	1,09	1,26	4,57	2,10	8,45	6,81	0,74	-8,92	-14,19	-1,22	1,43	-1,91
Julio	0,88	1,11	4,17	2,30	9,56	2,87	-2,55	-9,74	-15,01	0,85	-3,18	0,19
Agosto	0,52	-1,10	3,28	2,09	7,95	5,61	-1,74	-3,97	-12,56	-3,31	-0,27	-0,62
Septiembre	-2,39	-2,85	-1,20	-3,13	4,68	0,88	-1,93	-3,96	-12,00	-3,45	0,85	-1,35
Octubre	-1,34	-1,34	0,73	-2,54	5,63	2,65	-0,95	-2,70	-10,85	0,89	-4,54	-1,35
Noviembre	-1,06	1,09	0,07	-1,65	4,02	-2,38	0,83	-4,49	-10,84	-2,32	-4,21	1,02
Diciembre	0,88	1,47	0,94	1,35	3,58	0,76	0,58	-6,85	12,56	-0,29	-2,07	-3,46
<b>2024</b>												
Enero	1,71	3,09	3,25	2,66	5,63	2,94	-1,89	-4,40	44,02	-3,36	-6,36	-0,98
Febrero	2,81	2,75	2,30	1,86	6,09	2,34	1,40	-2,34	51,29	0,62	2,96	0,94
Marzo	3,48	-2,69	3,98	5,24	7,73	-0,93	1,11	-1,36	46,26	-1,36	-3,70	-0,88
Abril	3,93	2,29	1,81	2,22	6,04	3,35	3,08	-0,46	58,11	1,06	1,93	2,81
Mayo	3,10	2,54	1,51	1,85	3,47	3,07	2,27	-3,28	42,88	1,00	0,96	2,36
Junio	3,19	2,41	1,11	1,96	2,65	-2,87	2,15	1,17	46,63	1,15	0,92	3,33
Julio	4,05	5,05	2,46	2,40	6,16	2,86	3,54	-2,02	39,84	2,00	1,59	2,86
Agosto	4,27	3,07	2,20	3,16	4,98	3,20	4,59	-2,04	45,22	1,33	0,62	3,09
Septiembre	4,73	3,47	4,38	2,73	6,02	3,54	5,02	2,06	41,61	2,01	2,55	4,33
Octubre	3,94	3,69	3,13	2,49	4,31	3,48	2,93	1,37	30,31	2,25	0,46	4,48
Noviembre	3,65	2,34	2,95	2,42	4,26	2,31	1,43	5,76	37,86	1,68	-2,17	3,96
Diciembre	3,33	3,25	3,78	3,60	3,82	2,52	1,49	-0,08	17,17	-0,19	-2,86	7,61
<b>2025</b>												
Enero	4,24	3,26	2,60	3,02	4,74	3,19	3,05	5,20	18,25	6,51	0,91	5,58
Febrero	3,84	3,78	2,61	3,37	3,40	2,35	5,33	7,61	11,06	2,57	3,01	4,24
Marzo	4,76	5,85	2,93	3,36	3,42	3,21	4,83	6,00	15,38	4,41	7,05	7,68
Abril	3,42	3,25	2,20	3,00	2,66	2,41	3,55	5,70	10,94	4,34	2,40	2,59
Mayo	3,19	2,92	3,11	2,47	2,93	2,38	2,32	6,02	10,12	2,88	4,09	4,02
Junio	2,98	2,24	2,47	2,35	3,12	2,72	1,18	7,63	5,82	3,34	5,40	2,97
Julio	2,86	0,35	2,92	2,80	4,96	3,59	1,82	6,48	4,07	2,49	6,35	1,42
Agosto	3,67	1,52	3,61	3,43	7,17	5,78	2,22	5,59	4,27	3,76	6,22	2,52
Septiembre	3,98	3,22	3,78	2,89	6,23	3,83	3,99	5,03	6,31	3,81	6,12	2,44
Octubre	3,76	1,87	3,70	3,22	6,44	5,71	4,21	3,76	4,48	4,04	6,09	1,99
Noviembre	4,14	2,07	4,88	4,50	5,27	6,32	4,36	4,10	3,66	2,94	4,97	2,91
Diciembre	3,46	1,52	2,15	3,66	5,33	1,90	3,07	5,59	4,91	5,30	7,03	3,02
<b>2026</b>												
Enero	3,68	0,36	3,51	4,12	6,96	2,08	4,48	3,15	3,73	3,67	5,54	2,95
Febrero	4,05	2,95	3,71	5,29	5,04	4,22	3,16	2,79	4,45	4,32	1,71	2,91
Marzo	3,49	2,86	2,36	5,02	3,12	3,51	3,25	3,29	4,01	2,92	3,62	3,13

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) - Encuesta Mensual de Servicios Prestados a Empresas.

## Ficha Técnica

### Encuesta Mensual de Servicios: Comercio, Restaurantes y Servicios Prestados a Empresas

---

Los indicadores coyunturales del sector servicios son obtenidos a partir de la Encuesta Mensual de Servicios que abarca las actividades de Comercio, Restaurantes y Servicios Prestados a Empresas; ubicadas en el territorio nacional.

#### Características de las Encuestas

##### 1.- Ámbito poblacional

La **Encuesta Mensual de Comercio** considera como población objeto de estudio a las empresas que tienen como actividad principal alguna de las incluidas en las Divisiones 45, 46 y 47 de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme, Revisión 4 (CIIU-Rev.4), comprende:

- 45 Comercio al por mayor y al por menor y reparación de vehículos automotores y motocicletas.
- 46 Comercio al por mayor, excepto el comercio de vehículos automotores y motocicletas.
- 47 Comercio al por menor, excepto el comercio de vehículos automotores y motocicletas.

La **Encuesta Mensual de Restaurantes (servicios de preparación de comida y bebida)** considera como población objeto de estudio a las empresas que tienen como actividad principal las incluidas en la División 56 de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme, Revisión 4 (CIIU-Rev.4), comprende:

- 56 Actividades de servicio de comidas y bebidas.
  - 5610 Actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas.
  - 5621 Suministro de comidas por encargo.
  - 5629 Otras actividades de servicio de comidas.
  - 5630 Actividades de servicio de bebidas.

La **Encuesta Mensual de Servicios Prestados a Empresas** considera como población objeto de estudio a las empresas que tienen como actividad principal alguna de las incluidas en las Divisiones 69, 70, 71, 72, 73, 74, 77, 78, 79, 80, 81 y 82 de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme, Revisión 4 (CIIU-Rev.4), comprende:

- 69 Actividades jurídicas y de contabilidad.
- 70 Actividades de oficinas principales; actividades de consultoría de gestión.
- 71 Actividades de arquitectura e ingeniería; ensayos y análisis técnicos.
- 72 Investigación científica y desarrollo.
- 73 Publicidad y estudios de mercado.
- 74 Otras actividades profesionales, científicas y técnicas.
- 77 Actividades de alquiler y arrendamiento.
- 78 Actividades de empleo.
- 79 Actividades de agencias de viajes y operadores turísticos y servicios de reservas y actividades conexas.
- 80 Actividades de seguridad e investigación.
- 81 Actividades de servicios a edificios y de paisajismo.
- 82 Actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades de apoyo a las empresas.

## 2.- Variable de estudio

La variable de estudio principal es la venta neta mensual.

## 3.- Periodicidad

La frecuencia de ejecución de la encuesta es mensual. Los datos se refieren a un mismo mes de dos años consecutivos, que actualmente son los años 2025 y 2026.

## 4.- Modalidad de la encuesta

Diligenciamiento del formulario electrónico disponible en la página WEB del INEI.

## 5.- Fuentes de información

Las encuestas tienen como fuente de información a las empresas legalmente constituidas, dedicadas a las actividades de comercio, restaurantes y servicios prestados a otras empresas.

## 6.- Técnica estadística

Encuesta en base a Diseños de Muestras. El marco utilizado se obtuvo del Directorio del Sistema de Registro de Empresas del INEI, cuya fuente principal es la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT), así como la Encuesta Económica Anual que realiza el INEI.

## 7.- Método de cálculo

Los valores muestrales validados son llevados a la población de estudio aplicando factores de expansión, luego son deflactados por el Índice de Precios más apropiado para cada actividad. Los indicadores obtenidos son las variaciones interanuales a precios constantes de las ventas del mes de análisis.

---

### Investigadores:

- Gaudy Maguiño Avila
- Eliana Saavedra Barreto
- Evelyn Medrano Gonzáles
- Karina Barzola Arcos
- Raquel Risco Palomino
- Jhordan Tello Trujillo
- Nataly Pacheco Ortiz de Orue
- Ysabel Acuña Rodríguez
- Rosa Herrera Medina
- Jorge García Guevara