

INFORME TÉCNICO

ESTADÍSTICA COMERCIO INTERNO 2024

I. PRESENTACIÓN

El Ministerio de la Producción-PRODUCE tiene competencia en Pesquería, Acuicultura, Industria y **Comercio Interno**, por lo que entre sus funciones están el dictar normas y políticas sectoriales, y formular y aprobar planes nacionales dirigidos a la promoción del comercio interno.

Dada la importancia económica que han tomado, en los últimos años, las grandes superficies que operan bajo la modalidad de tiendas minoristas por departamentos y tiendas especializadas y centros comerciales, se concluye que para el MINISTERIO DE LA PRODUCCIÓN y para el país es imprescindible y necesario disponer periódicamente de estadísticas que reflejen la evolución y el comportamiento del Sector Comercio en el ámbito Local y Regional.

En tal sentido, se requiere contar con información confiable y oportuna, en forma mensual, de este creciente sector, considerando su alta participación económica y social en el país, su contribución al Producto Bruto Interno (PBI), y en la generación de empleo, así como en el volumen de bienes de consumo final que circulan por este sector.

II. BASE LEGAL

1. Decreto Supremo N° 002-2017-PRODUCE, Reglamento de Organización y Funciones del Ministerio de la Producción.
2. Decreto Supremo N° 043-2001-PCM, Reglamento de Organización y Funciones del Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI.

III. ENTIDAD EJECUTORA

De acuerdo a lo especificado en el Decreto Supremo N° 002-2017-PRODUCE, Reglamento de Organización y Funciones del Ministerio de la Producción, la Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos es el órgano de asesoramiento responsable de evaluar el impacto socioeconómico de las políticas e intervenciones del Sector, realizar estudios que apoyen el diseño de políticas nacionales y sectoriales de desarrollo productivo y prevean sobre sus efectos e impactos; así como administrar el Sistema Estadístico del Sector, en coordinación y alineamiento con el Sistema Estadístico Nacional.

IV. CARACTERÍSTICAS DEL ESTUDIO

4.1 OBJETIVOS

4.1.1 OBJETIVO GENERAL

La Estadística Mensual de Comercio Interno, tiene como objetivo recopilar información básica sobre la evolución de las ventas, el empleo y los inventarios de los grandes almacenes e hipermercados minoristas, tiendas especializadas y Centros Comerciales, a nivel nacional.

4.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Obtener el indicador coyuntural del Sector Comercio Interno denominado **Índice de Comercio Interno-INCOI** y sus variaciones mensuales y promedios acumulados.
2. Reflejar la evolución de las diferentes variables, así como su tendencia general en el sector comercio interno.
3. Captar la opinión de los empresarios dedicados a la actividad económica de comercio interno, acerca de una serie de variables cualitativas, como son las ventas del mes, empleo, afluencia del público, de acuerdo a las variables que se solicita en cada formulario. Todo ello para obtener el **Indicador de Confianza del Sector Comercio Interno (INCOCI)**.
4. Medir la evolución de las ventas por actividad y grupos comerciales de los grandes almacenes e hipermercados minoristas y tiendas especializadas (farmacias, boticas, librerías, etc.), así como de los centros comerciales.
5. Determinar la situación y evolución de los inventarios del sector comercio a través de los grandes almacenes e hipermercados minoristas y tiendas especializadas (boticas, farmacias y librerías) del país.
6. Contar con información de números de visitas a los centros comerciales.
7. Describir el número de tiendas comerciales de acuerdo a su ubicación.
8. Medir la evolución del empleo de mano de obra total en los grandes almacenes e hipermercados minoristas y tiendas especializadas (boticas, farmacias y librerías, etc.).

4.2 PERIODICIDAD

La ejecución de la Estadística mensual de Comercio Interno, desagregada en "**Estadística Mensual de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas**" y "**Estadística Mensual de Centros Comerciales**", será realizada con una periodicidad mensual y será de carácter permanente.

4.3 COBERTURA GEOGRÁFICA

La Estadística Mensual de Comercio Interno de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas, así como la Estadística Mensual de Centros Comerciales tiene una cobertura geográfica nacional.

4.4 UNIDAD DE OBSERVACIÓN

Para las Encuestas de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas, Tiendas Especializadas (boticas, farmacias y librerías) y

Centros Comerciales, la unidad de observación corresponde a la misma unidad estadística: la empresa comercial desagregada con cada uno de sus establecimientos ubicados en el país, que se dedica a la compra y venta (o reventa) de mercancías y que cumpla con las condiciones que lo caractericen como Grandes Almacenes o Hipermercado Minorista o Centro Comercial. Asimismo, deben estar diseñadas para ofrecer diversos servicios y comodidades que promuevan que la gente desee permanecer más tiempo.

4.5 MARCO MUESTRAL

El marco muestral está constituido por el directorio de los establecimientos comerciales que se caracterizan por comercializar al menudeo una o varias líneas de productos de consumo a través del sistema de autoservicio, correspondiente a los CIIU 4711, 4719, 4741, 4752, 4759, 4761, 4771, 4772, 4473.

La principal variable a encuestar periódicamente, en todos y cada uno de los establecimientos, corresponde a las ventas totales mensuales y, complementariamente, el número de cajas registradoras instaladas, número de boletas y facturas, el número de trabajadores permanentes y eventuales, el número de visitantes mensual, el número de días en los que se encuentran abiertos al público y el número de tiendas.

El directorio se actualizará en forma continua, ya que automáticamente se deben adicionar, cada mes, aquellos establecimientos que inician sus actividades en el referido período; y excluir los establecimientos que dejan de operar. Para ello se ingresarán sus ventas desde su apertura o inauguración, en el primer caso y, en lo posible, hasta el último día de su operación en el segundo.

4.6 MUESTRA

La muestra está constituida según:

a) Encuesta de Grandes Almacenes e Hipermercados y Tiendas Especializadas

La muestra está constituida por el directorio de los establecimientos comerciales que cumplan con uno de los siguientes criterios:

- Tener ventas anuales mayores o iguales a tres (3) millones de soles.
- Contar con cincuenta (50) trabajadores a más de cualquier condición laboral.

La muestra es de 210 establecimientos comerciales a nivel nacional.

b) Centros Comerciales

Es tipo censal conformado por el directorio de los Centros Comercial contando con las siguientes variables:

- Contar con tiendas anclas
- Contar con diversos servicios de entretenimiento y comodidades, para el público en general.
- Locales de venta de productos de gran variedad.

La muestra es de 16 empresas con 58 establecimientos.

4.7 FORMATOS

Actualmente, los formatos están clasificados en dos partes:

La primera está referida a la información correspondiente al valor de las ventas facturadas para el cálculo del Índice de Comercio Interno de Supermercados, Grandes Almacenes y Tiendas Especializadas, como de centros Comerciales.

La segunda parte está referida a la información cualitativa sobre las variables de opinión.

4.8 OBTENCION DE LOS FORMATOS

El formato es virtual y se podrá acceder al mismo de la siguiente manera:

Vía Internet, pueden obtener el formato electrónico sin necesidad de acercarse a los lugares de distribución, para lo cual deberá solicitar **la correspondiente clave de acceso para ingresar al aplicativo** que se encuentra disponible en la misma página web del **Ministerio de la Producción**

4.9 DISTRIBUCIÓN Y RECOPIACIÓN DE LA INFORMACIÓN

La distribución y recepción mensual de los formatos, es responsabilidad de la Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos, a través de **la Oficina de Estudios Económicos**. El método de recolección utilizado es el autoempadronamiento. Las personas jurídicas y naturales deben solicitar la clave de acceso para ingresar al registro electrónico a **través del portal institucional** y la información debe ser remitida a más tardar, el **décimo día hábil posterior a la finalización del mes solicitado**.

4.10 PRESENTACIÓN DE FORMATOS

En el Ministerio de la Producción, en forma virtual, a través de la ruta de acceso <https://extranet.produce.gob.pe>, utilizando su respectiva clave de acceso, Telefax: 616-2222 anexos 3316.

Asimismo, aquellas empresas que no tengan facilidad de acceso a Internet, de manera excepcional y por un tiempo determinado y previa coordinación con la Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos del Ministerio de la Producción, podrán solicitar el envío del formulario físico y remitirlo a la siguiente dirección de correo electrónico: notificaciones.semci@produce.gob.pe, o comunicarse en Lima: Ministerio de la Producción al 616-2222 anexo 3316; Regiones: Direcciones Regionales del Produce.

4.11 PROCESAMIENTO Y RESULTADOS

El procesamiento y resultados de la Estadística Mensual de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas especializadas y la de Centros Comerciales – EMCI, comprende las siguientes etapas: revisión, crítica, verificación, control de cobertura, validación, consistencia, actualización, tabulación y análisis de resultados. Para ello se utiliza el Sistema - ÍNDICE DE COMERCIO INTERNO.

La difusión de los resultados e indicadores estarán disponibles, en la página web y en el banco de datos de la Oficina General de Evaluación Impacto y Estudios Económicos del Ministerio de la Producción.

4.12 CRONOGRAMA DE PRESENTACIÓN

La presentación de la Estadística Mensual de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas será en los (15) días calendarios posteriores al mes vencido de acuerdo al cronograma.

CRONOGRAMA DE PRESENTACION DE LA ENCUESTA DE COMERCIO INTERNO:2024			
VENCIMIENTO: 15 DIAS CALENDARIOS			
<u>Mes Encuestado</u>		<u>Fecha límite de presentación</u>	
ENERO	2024	15 DE FEBRERO	2024
FEBRERO	2024	15 DE MARZO	2024
MARZO	2024	15 DE ABRIL	2024
ABRIL	2024	15 DE MAYO	2024
MAYO	2024	17 DE JUNIO	2024
JUNIO	2024	15 DE JULIO	2024
JULIO	2024	15 DE AGOSTO	2024
AGOSTO	2024	15 DE SETIEMBRE	2024
SEPTIEMBRE	2024	15 DE OCTUBRE	2024
OCTUBRE	2024	15 DE NOVIEMBRE	2024
NOVIEMBRE	2024	15 DE DICIEMBRE	2024
DICIEMBRE	2024	15 DE ENERO	2025