

INFORME TÉCNICO

ESTADISTICA COMERCIO INTERNO 2025

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, 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 Decreto Supremo N° 002-2017-PRODUCE, Reglamento de Organización y Funciones del Ministerio de la Producción, el ente encargado de ejecutar las encuestas de carácter estadístico de Comercio Interno, es la Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos que tiene entre sus funciones el coordinar, planificar y ejecutar las actividades estadísticas del Sub sector de Comercio Interno en coordinación con el órgano rector del Sistema Estadístico Nacional: el Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI.

IV. CARACTERÍSTICAS DEL ESTUDIO

4.1 OBJETIVOS

La Estadística Mensual de Comercio Interno, que se encuentra desagregada en "Estadística Mensual de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas Especializadas" y "Estadística Mensual de Centros Comerciales", tiene como objetivo recopilar información básica sobre la evolución de las ventas, el empleo y los

inventarios de los grandes almacenes e hipermercados minoristas y tiendas especializadas, 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. 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 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 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 y Centro Comercial, y que están diseñadas para ofrecer diversos servicios y comodidades que buscan generar que la gente permanezca más tiempo en sus instalaciones.

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 CIU (4711, 4719, 4741, 4752, 4759, 4761, 4771, 4772, 4773).

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, número de visitantes mensual, número de días abiertos y número de tiendas.

El directorio se actualizará en forma continua, ya que automáticamente se deben adicionar cada mes, los establecimientos que inician sus actividades en el período; de la misma manera se excluyen 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 estos 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 173 establecimientos comerciales a nivel nacional.

b) Centros Comerciales

Es tipo censal conformado por el directorio de los Centros Comerciales 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 17 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 al cual podrán acceder de la siguiente manera:

Vía Internet, puede 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 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** en la cual debe ser diligenciados a más tardar, en el **décimo día hábil de finalizado el 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 anexo 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. Asimismo, en Regiones podrán dirigirse a las Direcciones Regionales del Produce.

4.11 PROCESAMIENTO Y RESULTADOS

El procesamiento y resultado de la Estadística Mensual de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas especializadas y de Centros Comerciales; comprende las siguientes etapas: Revisión, Crítica, Verificación, Control de Cobertura, Validación, Consistencia, Actualización, Tabulación y Análisis de Resultados. Utilizando para esto 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 Hipermercado Minorista y Tiendas especializadas será en los (12) días calendarios posteriores al mes vencido de acuerdo al cronograma.

CRONOGRAMA DE PRESENTACION DE LA ENCUESTA DE COMERCIO INTERNO:2025			
VENCIMIENTO: 12 DIAS CALENDARIOS			
ENERO	2025	12 DE FEBRERO	2025
FEBRERO	2025	12 DE MARZO	2025
MARZO	2025	12 DE ABRIL	2025
ABRIL	2025	12 DE MAYO	2025
MAYO	2025	12 DE JUNIO	2025
JUNIO	2025	12 DE JULIO	2025
JULIO	2025	12 DE AGOSTO	2025
AGOSTO	2025	12 DE SETIEMBRE	2025
SEPTIEMBRE	2025	12 DE OCTUBRE	2025
OCTUBRE	2025	12 DE NOVIEMBRE	2025
NOVIEMBRE	2025	12 DE DICIEMBRE	2025
DICIEMBRE	2025	12 DE ENERO	2026