



PERÚ

Ministerio  
de la Producción

Oficina de Estudios Económicos

Diciembre 2017

**Boletín de  
Comercio Interno**

# Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas





# Índice

Diciembre 2017

## Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas

Introducción	3
Producción total versus sector comercio	5
Desempeño según actividades	6
Otras variables del sector	16
Número de tiendas	17
Proyectos de inversión	17

# Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas

Boletín Estadístico – Diciembre de 2017

## Introducción

En diciembre de 2017 las ventas del comercio minorista<sup>1</sup> registraron un crecimiento interanual de 4,6%, como resultado del buen desempeño mostrado en las actividades de tiendas por departamento y supermercados (4,2% de crecimiento), de ferreterías-electrodomésticos (9,1%) y de libros, periódicos y artículos de papelería (2,4%), así como de la actividad de boticas y farmacias, la cual avanzó en 0,6%.

En el mes en referencia, el dinamismo mostrado por el comercio minorista fue producto de las intensivas campañas

y estrategias de promoción implementadas por las tiendas por departamento y supermercados. Asimismo, por la buena performance de las ventas de tiendas de ferreterías y electrodomésticos, que estuvo en línea con la recuperación del sector construcción tanto en obras públicas y privadas, así como el inicio de las obras de reconstrucción de las zonas afectadas en la zona norte del país.



## Ventas Internas

Según Grupo y Clase CIU<sup>2\*\*</sup>, Diciembre 2016 - 2017

(Miles de soles)

CIU <sup>(a)</sup>	Actividad	Dic-16	Dic-17 <sup>(b)</sup>	Var. (%) Diciembre. 17/16
	Total	4 100 806	4 287 526	4,6
471	Tiendas por departamento <sup>1*</sup> y Supermercados	2 660 111	2 772 079	4,2
475	Ferreterías y electrodomésticos	763 113	832 605	9,1
4772	Boticas y Farmacias	602 907	606 369	0,6
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	74 675	76 473	2,4

Notas:

(a) Grupo CIU (tres dígitos), Clase CIU (cuatro dígitos)

(b) Cifras sujetas a reajuste.

1\*/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones con variedad de productos.

2\*\*/ Las ventas internas corresponden al comercio minorista (sin incluir la venta al por menor de combustibles de la actividad CIU 4730) y representan aprox. el 98,5% del subsector total de Ventas al Por Menor.

Fuente: Estadística mensual de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas

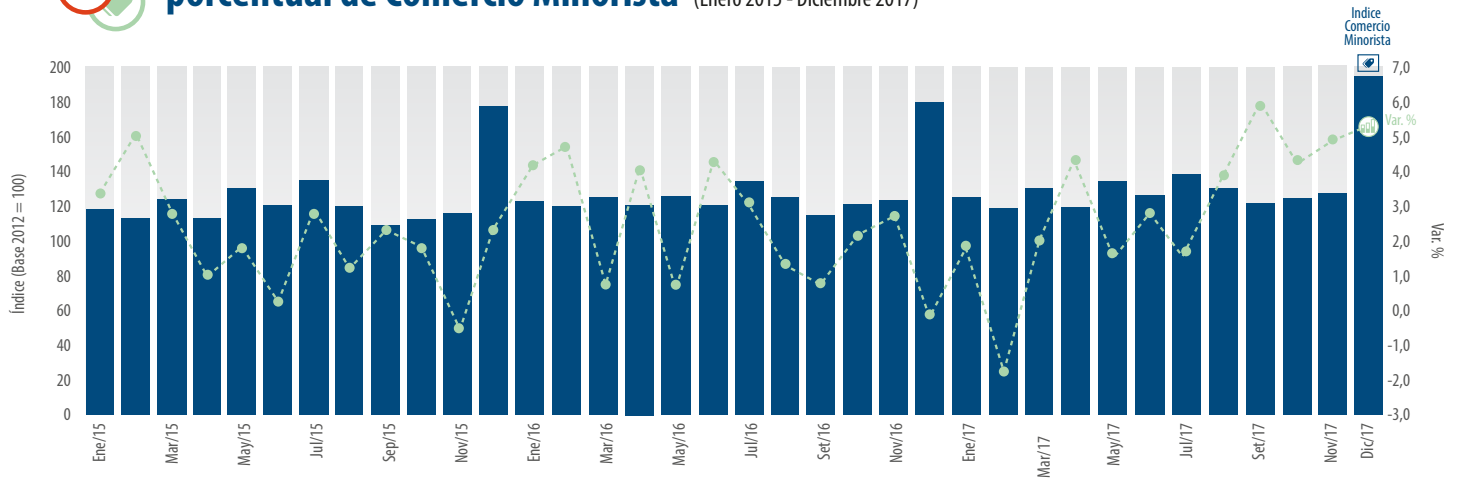
Elaboración: Elaboración: PRODUCE-Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos-OEE

<sup>1</sup> En el presente boletín, el comercio interno está referida al comercio minorista, la cual se mide aproximándolo como las ventas internas de grandes almacenes e hipermercados minoristas, agregando las actividades del grupo CIU 471 y 475, y de las clases CIU 4772 y 4761 de revisión 4.

La medida de tendencia mostrada por el índice de comercio minorista, indica una ligera recuperación en su dinamismo hacia el último semestre de 2017, en comparación con el semestre de 2016. Esto como resultado de una recuperación del consumo de los hogares y ante el desarrollo de

estrategias orientadas a incrementar las ventas como las promociones de precios bajos todos los días, dos por uno y vales descuento desde el 50%.

## Índice y Variación porcentual de Comercio Minorista (Enero 2015 - Diciembre 2017)



Fuente: INEI, BCRP y Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas  
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE).

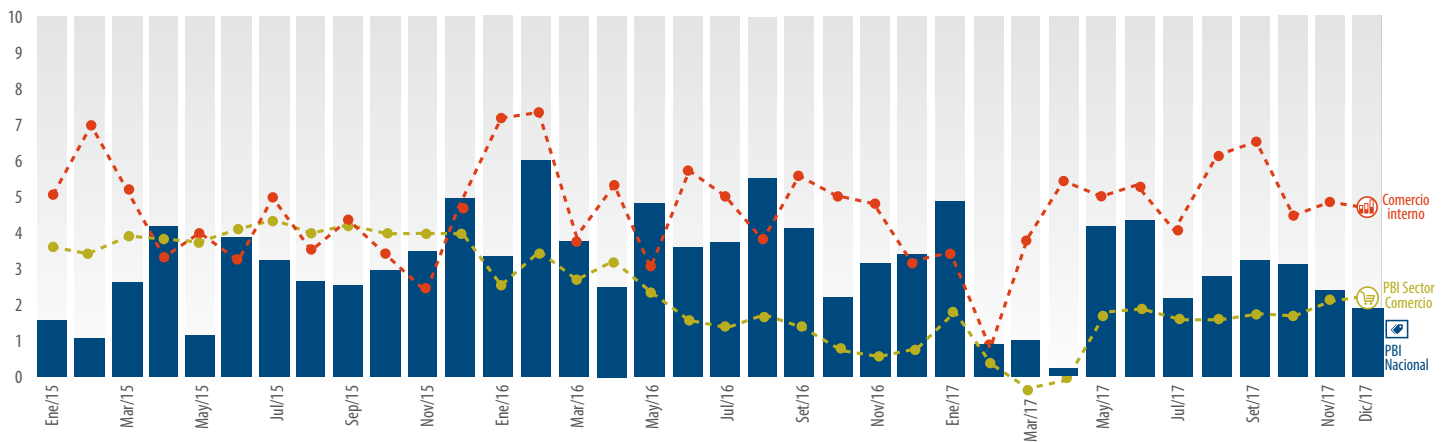
## Producción total versus sector comercio

En diciembre 2017 el PBI nacional creció 1,3%, respecto a similar periodo del año anterior. A pesar de un crecimiento bajo de la economía en casi todos los sectores, el sector comercio viene contribuyendo sostenidamente con resultados positivos a lo largo de todo el año. Así, en este mes el sector comercio alcanzó un incremento de 1,9%,

comportamiento que también se observa en el comercio minorista al crecer en 4,6% interanual, esto último debido principalmente por el avance de las actividades de tiendas por departamento, de ferreterías-electrodomésticos y de libros, periódicos y artículos de papelería.



### Variación porcentual del PBI, sector Comercio Total y Comercio Minorista (Enero 2015 - Diciembre 2017)



Fuente: INEI, BCRP y Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas  
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE).

## Desempeño según actividades

### Ventas en tiendas por departamento y supermercados

En relación al nivel de participación de las líneas de productos que conforman la actividad de tiendas por departamentos y supermercados, se observa un cambio en dicha participación, pues en el mes de diciembre, el rubro de prendas de vestir y calzado registró la más alta participación con un 28,8% de las ventas totales, seguido del rubro de alimentos (27,8%), otros productos (16,1%), entre otros.

Las ventas de la actividad de tiendas por departamento y supermercados crecieron en 4,2% en diciembre, como resultado de la implementación de diversas estrategias de ventas, como mantener precios bajos y descuentos en los puntos de venta en las principales líneas de productos como prendas de vestir, calzado y alimentos.

Dentro de las líneas de productos que figuran en este grupo y que más se vendieron figuran: farmacéuticos y cosméticos (13,3%), alimentos (6,8%), prendas de vestir y calzado (3,0%) y otros productos (2,9%).

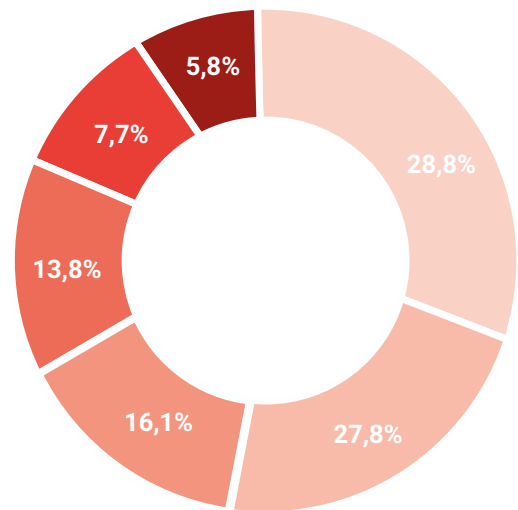
Entre las principales empresas que tuvieron un buen desempeño en la actividad destacan: Supermercados Peruanos, Hipermercado Tottus, Cencosud Retail, Saga Falabella y Tiendas por departamento Ripley, las cuales concentraron el 82,2% de lo facturado en el mes de referencia.

Entre enero 2015 y diciembre 2017, la estacionalidad de las ventas queda marcada en los meses de julio y diciembre, debido al aumento de los ingresos de los trabajadores por gratificaciones en dichos meses. Asimismo, en 2016 se registró una mayor volatilidad en el crecimiento de las ventas internas de la actividad con respecto a 2015. Esto debido a una mayor aversión al riesgo que enfrentan los consumidores y las empresas en un contexto de desaceleración de la economía peruana.



## Participación %

**Líneas de productos en Tiendas por departamentos<sup>1/</sup> y Supermercados**  
(Diciembre 2017)



- Prendas de vestir y calzado
- Alimentos
- Otros productos
- Artículos de uso doméstico
- Bebidas y tabaco
- Farmacéuticos y cosméticos

Nota: 1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos.

Fuente : Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas.

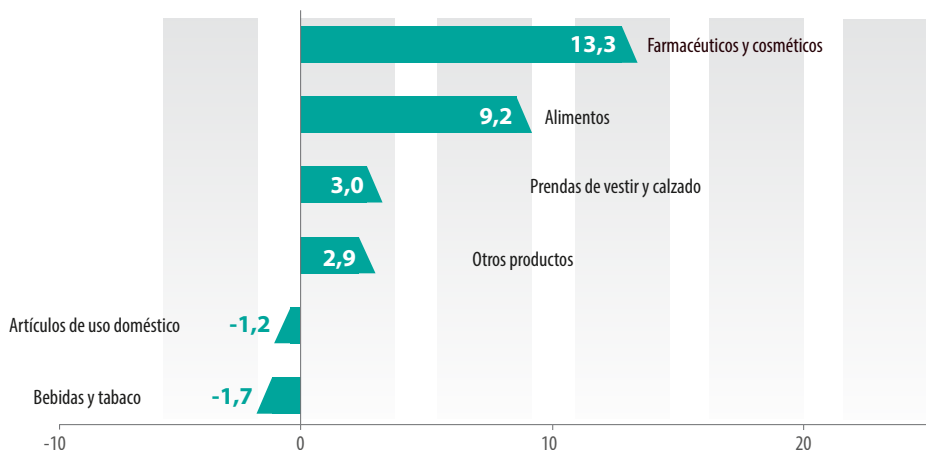
Elaboración : PRODUCE-Oficina de Estudios Económicos (OEE)





# Ventas por líneas de productos

Tiendas por departamento<sup>1/</sup> y Supermercados, Diciembre 2017 (Var.%)



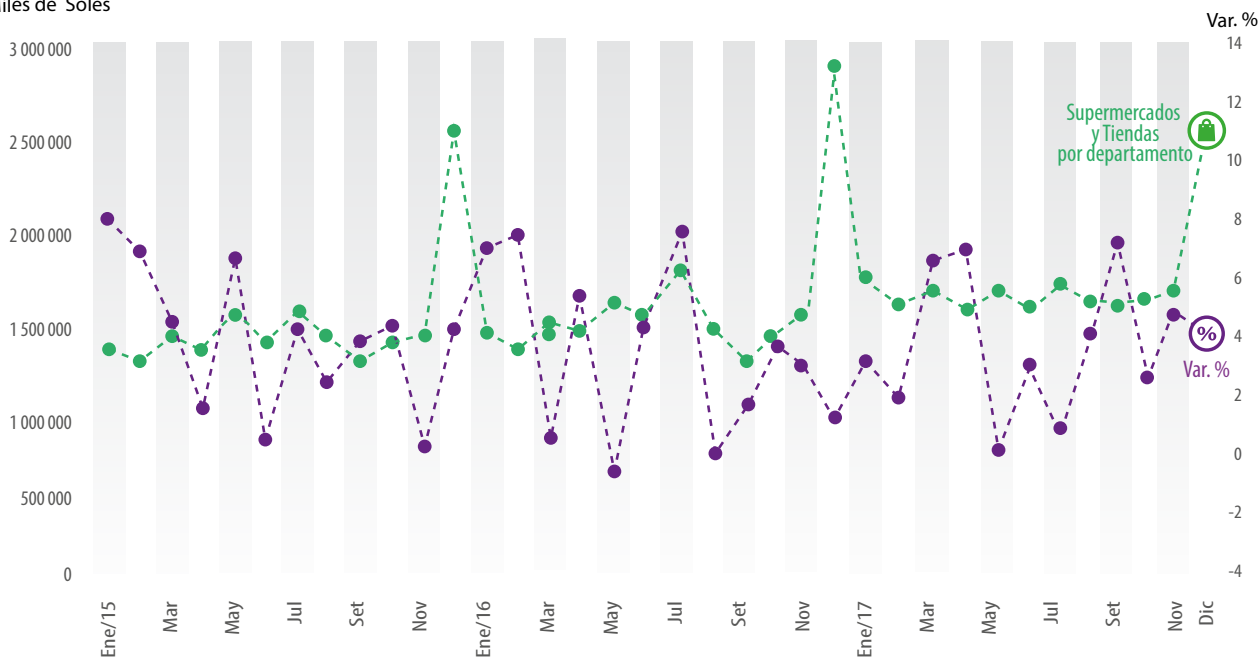
Nota: 1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos.  
 Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas.  
 Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



# Evolución y variación porcentual

Ventas internas de las tiendas por departamento<sup>1/</sup> y supermercados (Enero 2015 - Diciembre 2017)

Miles de Soles



Nota: Referente a las principales variaciones del mes.  
 1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos.  
 Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas.  
 Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)

## Ventas de producto en el rubro de Ferreterías y Electrodomésticos

En el mes en referencia, la línea de artículos de uso doméstico fue la que registró una mayor participación en la actividad de ferreterías y electrodomésticos, con el 44,3%, seguido de la línea de otros productos (29,3%) y de artículos de ferreterías y otros (23,7%), los cuales en conjunto sumaron una participación de 97,3% respecto del total. Por su parte, en dicho mes la línea de muebles mantiene una participación de 2,7%.

En diciembre, la actividad de ferreterías y electrodomésticos creció en 9,1% interanual, debido a las mayores compras que se realizaron en las tiendas de acabado, mejoramiento, artefactos y electrodomésticos, en un contexto de mayores inversiones en el sector construcción, en particular por la reconstrucción de la zona norte, la cual fue afectada por el fenómeno de El Niño Costero.

Las empresas que concentraron las mayores ventas fueron Sodimac Perú, Importaciones Hiraoka, Conecta Retail (EFE y Curacao), Maestro Home Center, Promart Homecenter y Elektra del Perú, los cuales llegaron a concentrar el 84,4% de la facturación total en el mes de diciembre.

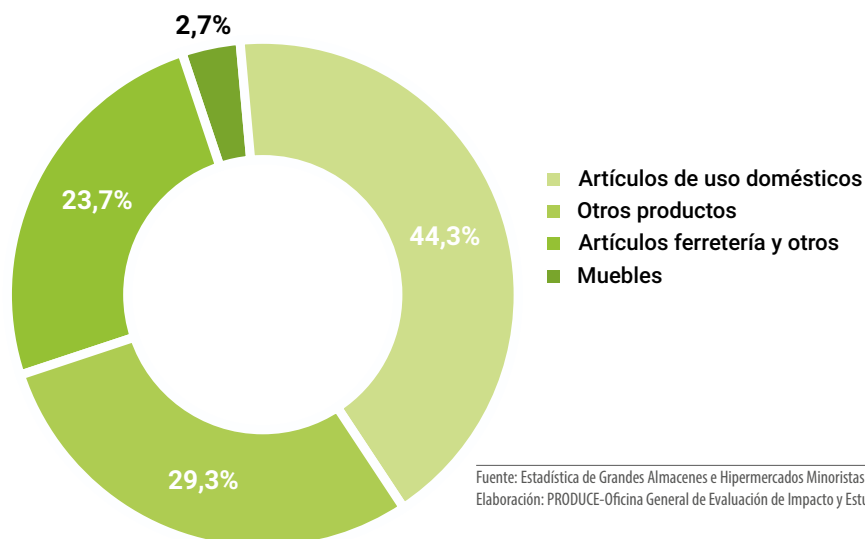
En el periodo enero de 2015 – diciembre de 2017 la evolución de las ventas de la actividad de ferreterías y electrodomésticos presentó una tendencia creciente, la misma que se estima continuará en los próximos meses con la recuperación del sector construcción con la reactivación de más obras públicas y privadas, y en las tiendas del equipamiento del hogar.



### Participación %

#### Líneas de productos en Ferreterías y Electrodomésticos

(Diciembre 2017)



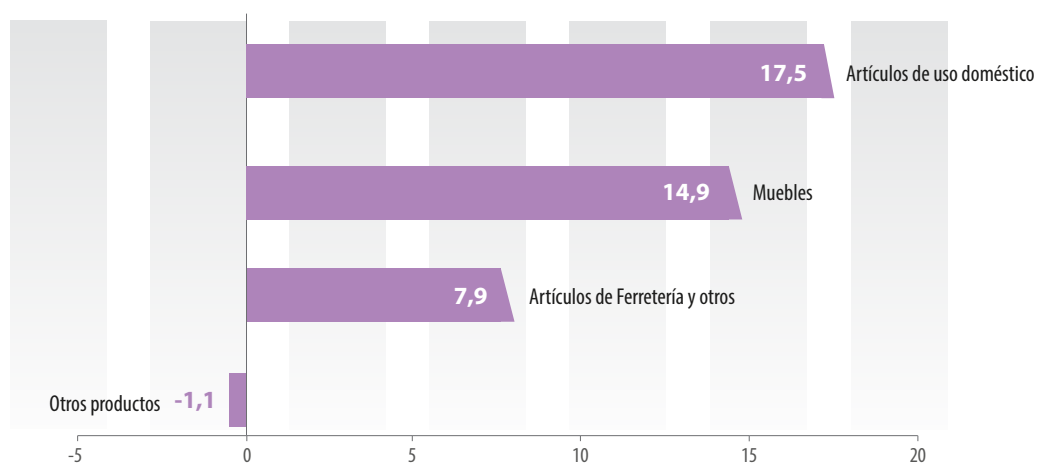
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas  
Elaboración: PRODUCE-Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos -OEE





## Venta por líneas de productos

Ferreterías y Electrodomésticos, Diciembre 2017 (Var.%)



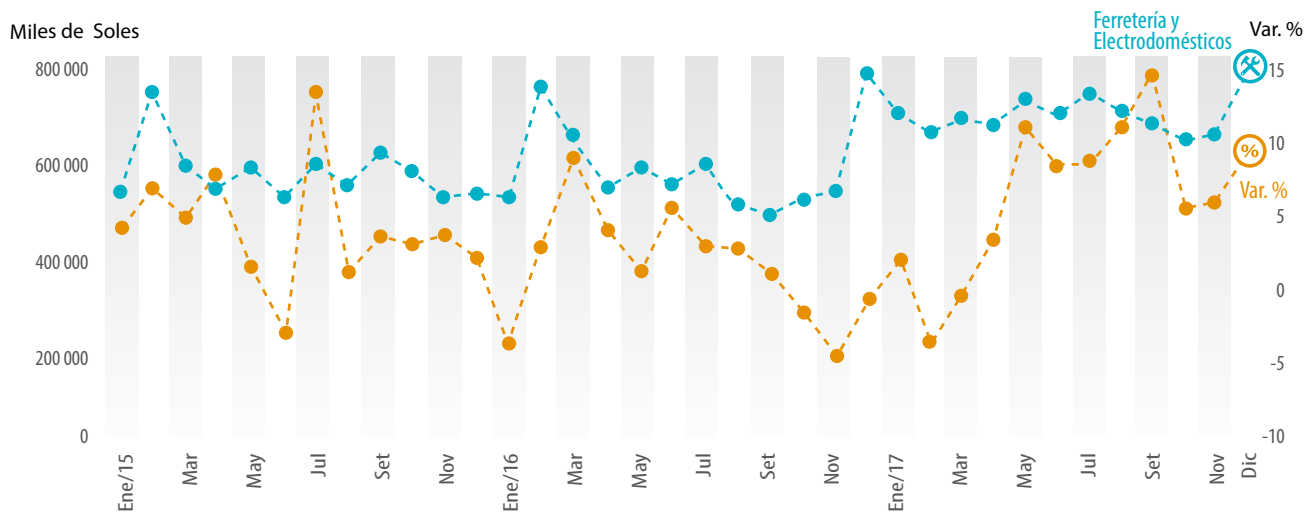
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas

Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE).



## Evolución y variación porcentual

Ventas internas de ferreterías y electrodomésticos (Enero 2015 - Diciembre 2017)



Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas

Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)

## Ventas al por menor de libros, periódicos y artículos de papelería

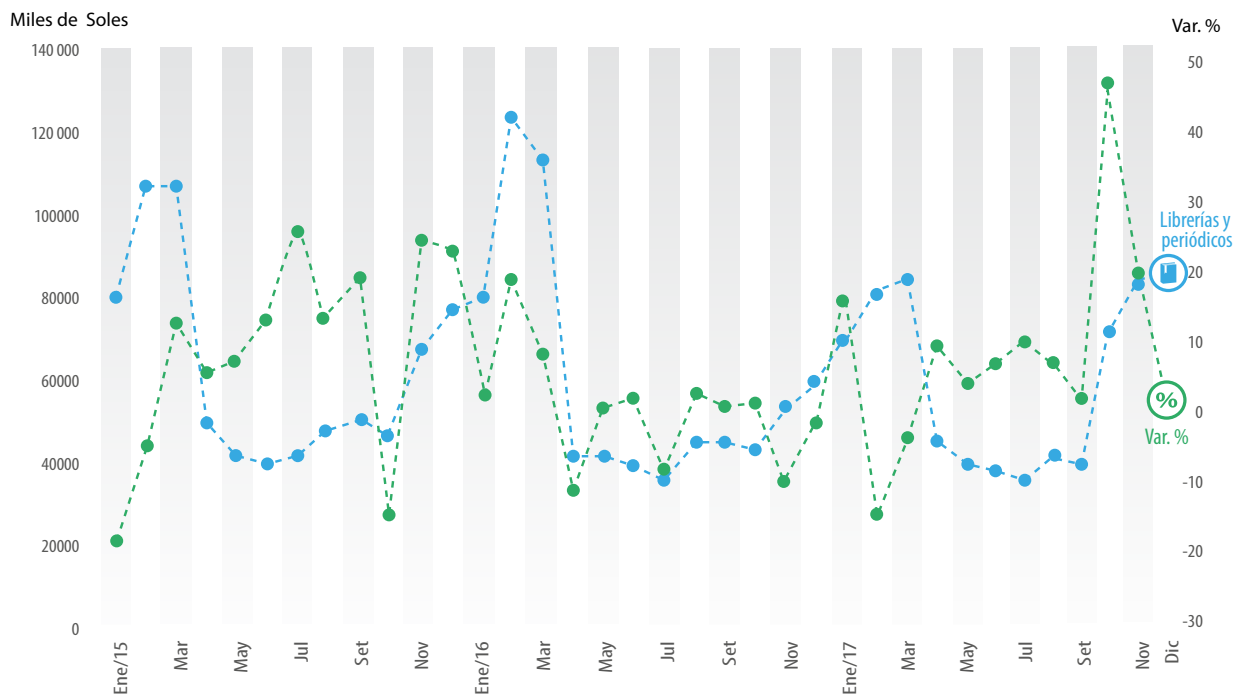
La actividad de venta de “libros, periódicos y artículos de papelería” registró en diciembre un crecimiento interanual de 2,4%. Dicho crecimiento se da en un contexto de menores compras en productos de librerías y otros productos, debido a que se adelantaron las ventas en el mes de noviembre 2017. Cabe resaltar que las mayores ventas de esta actividad se acentúan en los meses de campaña escolar de enero a abril.

A nivel de empresas, aquellas que tuvieron un mayor dinamismo en ventas fueron Tai Loy, Librerías Crisol y Distribuidora Navarrete, que concentraron el 90,1% del total de ventas.



### Evolución y variación porcentual

Ventas internas de libros, periódicos y artículos de papelería (Enero 2015 - Diciembre 2017)

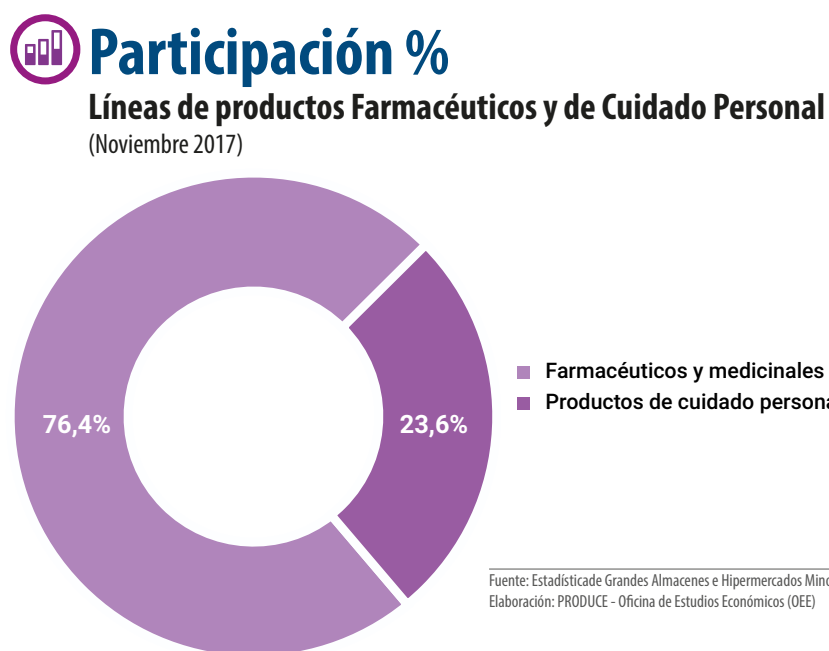


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas  
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)

## Ventas al por menor de productos farmacéuticos y cosméticos

En diciembre de 2017, la línea de productos farmacéuticos y medicinales alcanzó una participación de 76,4% de las ventas totales en esta actividad, y el 23,6% lo conformó la línea de productos de cuidado personal. La alta

participación que mantiene la línea de farmacéuticos y medicinales es debida a su importancia y prioridad en el cuidado de la salud.



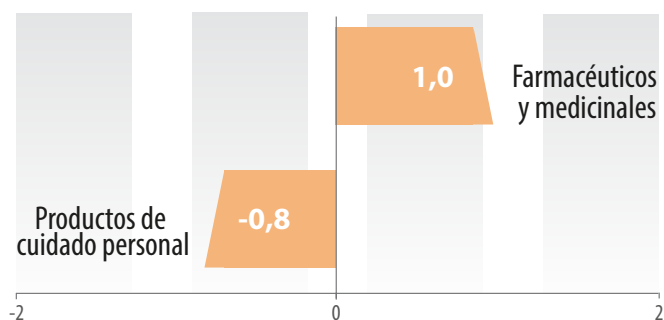
En el mes en referencia, las líneas de la actividad de boticas y farmacias registraron un crecimiento de 0,6% interanual en sus ventas. Dicho crecimiento fue alentado en parte por el ingreso de nuevos formatos de negocios que expenden principalmente productos de cuidado personal como Aruma y Victoria Secret, entre otras empresas referentes al cuidado personal. Asimismo, cabe mencionar que el menor crecimiento del sector, en particular por las cadenas de farmacias y boticas, obedece a la competencia por las ventas que se realizan por catálogos y de muchos productos que se ofertan en supermercados, los cuales han venido ganando porciones de mercado.

A nivel de empresas, las principales farmacias que registraron un mayor nivel de ventas fueron Inkafarma, Mi Farma, Cetco, Albis, Productos Avon y BTL, concentrado el 84,1% de las ventas.

En 2017 la evolución en las ventas al por menor de productos farmacéuticos y de cuidado personal mostraron una tendencia, debido a la pérdida de un segmento de consumidores por la apertura de tiendas propias, de principales marcas de productos de cuidado personal que se expendían en boticas y farmacias.

# S/ Ventas por líneas de productos

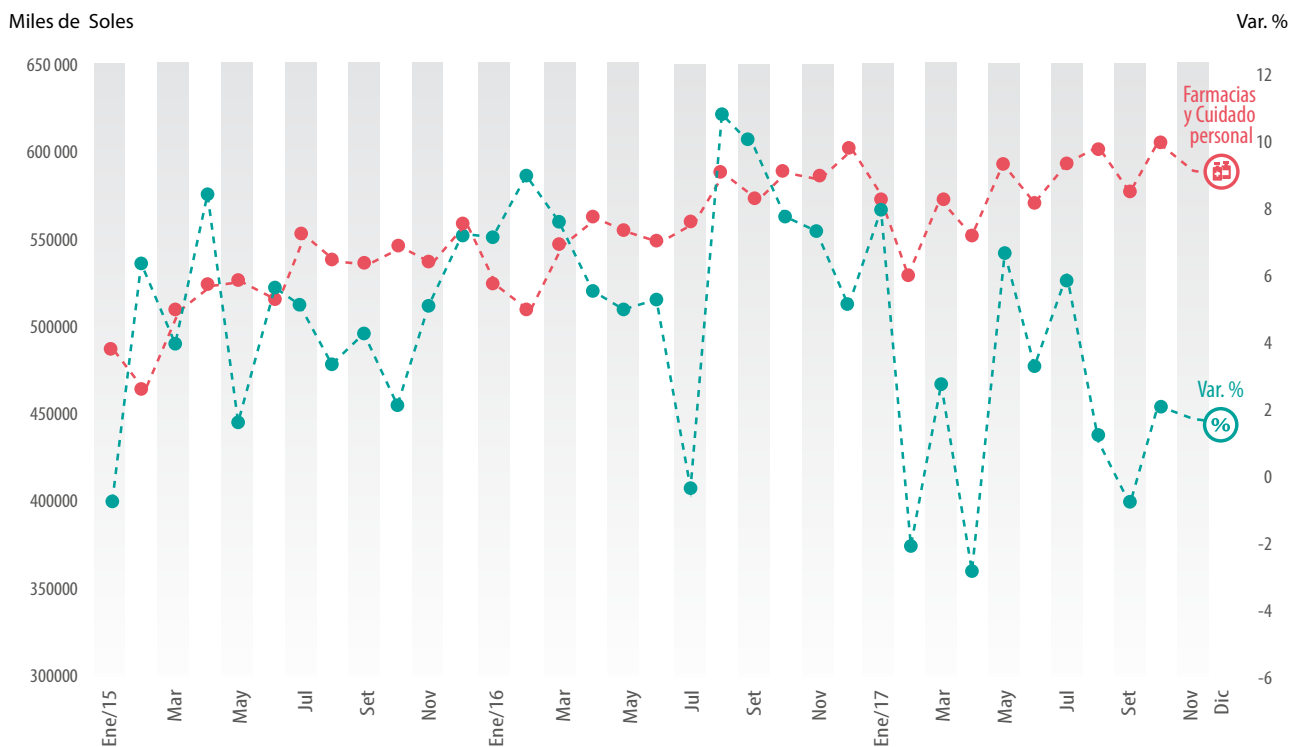
## Farmacéuticos y de Cuidado personal, Diciembre 2017 (Var.%)



Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas  
 Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)

# Evolución y variación porcentual

Ventas internas de boticas, farmacias y cuidado personal (Enero 2015 - Diciembre 2017)



Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas  
 Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)

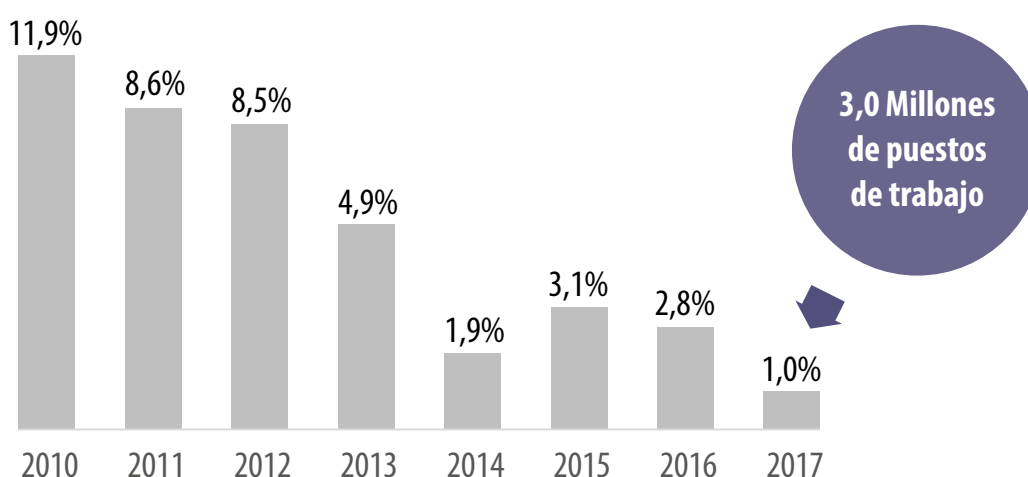


# Dinámica empresarial de las Mipymes del sector comercio

El sector comercio representa una parte esencial dentro de la economía de un país, debido al efecto multiplicador que éste genera en la cadena productiva, la generación de empleo, y el valor de las transacciones que dinamizan los mercados.

En 2017 el valor agregado bruto (VAB) registró un crecimiento de 1,0%. Asimismo, el empleo generado en este sector ascendió a 3,0 millones de puestos de trabajo, cifra que representó el 18,3% de la PEA ocupada nacional.

Gráfico 1  
**Evolución del VAB del sector comercio, 2010-2017 (Var.%)\***



\* La variación porcentual se calculó respecto del PBI a valores constantes de 2007

Fuente: INEI, ENAHO-2016

Elaboración: PRODUCE-Oficina de Estudios Económicos (OEE)

En este contexto, las Mipyme constituyen un segmento bastante dinámico en cuanto a las tasas de creación y mortandad, y se caracterizan por su marcada heterogeneidad en cuanto a su desempeño productivo. Esto hace que no sea adecuado pensar en las Mipyme como un conjunto uniforme de unidades productivas y menos pretender que las estrategias para incentivar su crecimiento sean igualmente efectivas cuando se implementan sin tener en cuenta sus particularidades (CEPAL, 2016).

En Perú el tejido empresarial formal está conformado en un 99,5% por micro, pequeñas y medianas empresas (Mipyme<sup>2</sup>) que operan en el país. Este segmento reúne agentes económicos que dinamizan y contribuyen al desarrollo económico. Una parte significativa de la población y de la economía depende de la actividad y el desempeño de este segmento debido a su reconocida capacidad para generar empleo y a la importante participación en la producción y el comercio.

A nivel empresarial, se cuenta con un total de 765 494 empresas pertenecientes al sector comercio en 2016, y representan el 44,1% del total de empresas formales que operan en el país (1,7 millones). Por estrato empresarial, las Mipyme representan el 99,6% de las empresas totales del sector comercio, las cuales generan alrededor de 1,8 millones de empleos formales en el sector privado.

<sup>2</sup> Se denomina Mipyme a aquellas empresas con ventas anuales menores o iguales a 2 300 UITs, según Ley N° 30056.

Es importante también analizar la tasa de entrada bruta (TEB) y la tasa de salida bruta (TSB)<sup>3</sup> de las empresas, a fin de conocer la dinámica de permanencia en el mercado. En relación a las Mipyme del sector comercio, la tasa de creación o de entrada bruta de empresas ha sido casi el triple a la tasa de salida de las mismas. Así, se tiene que entre 2015 y 2016 la TEB fue de 12% y 13,4%, respectivamente; mientras que la tasa de salida fue de 4,9% y 4,7% en dicho periodo. Sin embargo, existen similitudes en cuanto a la proporción de Mipymes del sector comercio que ingresan al mercado versus aquellas que salen del mercado (44,5% de empresas ingresaron al mercado y 44,3% salieron del mercado), tal como se observa en el cuadro 1 y 2.

Cuadro 1

**TEB de las Mipyme formales, según sector económico, 2015-16**

Sector económico	Sector económico		TEB 2015 (%)	TEB 2016 (%)	Promedio TEB (%)
	N° Mipyme	Part. %			
Agropecuario	2 779	1,2	11,7	11,6	11,7
Pesca	530	0,2	14,0	15,2	14,6
Minería	1 308	0,6	10,1	11,3	10,7
Manufactura	17 973	7,8	10,2	11,9	11,0
Construcción	9 820	4,3	19,7	16,9	18,3
Comercio	102 327	44,5	12,0	13,4	12,7
Servicios	95 359	41,4	12,5	13,3	12,9
<b>Total</b>	<b>230 096</b>	<b>100,0</b>	<b>12,3</b>	<b>13,3</b>	<b>12,8</b>

Fuente: Sunat, Registro Único del Contribuyente 2015-2016  
Elaboración: PRODUCE-Oficina de Estudios Económicos (OEE)

Cuadro 2

**Tasa de salida bruta de las Mipyme formales, según sector, 2015-2016**

Sector económico	Total Mipyme	Sector económico		TEB 2015 (%)	TEB 2016 (%)	Promedio TEB (%)
		N° Mipyme	Part. %			
Agropecuario	23 908	1 210	1,5	5,6	5,1	5,4
Pesca	3 495	258	0,3	7,4	7,4	7,4
Minería	11 562	1 206	1,5	12,3	10,4	11,4
Manufactura	151 584	6 541	7,9	5,0	4,3	4,7
Construcción	58 093	4 657	5,6	8,0	8,0	8,0
Comercio	762 127	35 942	43,3	4,9	4,7	4,8
Servicios	718 008	33 265	40,0	4,9	4,6	4,7
<b>Total</b>	<b>1 728 777</b>	<b>83 079</b>	<b>100,0</b>	<b>5,1</b>	<b>4,8</b>	<b>4,9</b>

Fuente: Sunat, Registro Único del Contribuyente 2015-2016  
Elaboración: PRODUCE-Oficina de Estudios Económicos (OEE)

<sup>3</sup> La tasa de creación o tasa de entrada bruta (TEB), se define como el porcentaje que representan las empresas creadas en un periodo t, en relación con las empresas operativas en el mismo periodo. En tanto, La tasa de mortalidad o tasa de salida bruta (TSB), se define como el porcentaje de las empresas que cierran en un periodo t en relación a las empresas operativas en ese mismo periodo. La construcción de esta variable se realiza a partir de los datos sobre la fecha de baja.

Otro enfoque para analizar el dinamismo de las Mipyme del sector comercio es mediante la matriz de transición<sup>4</sup>. En este caso particular, dicha matriz mide la migración de empresas Mipyme de un sector económico a otro en un periodo determinado.

En el siguiente cuadro se puede observar que la transición de las empresas Mipyme de un sector a otro es muy baja, lo cual queda evidenciado en que más del 70% de las empresas se mantuvieron en su mismo sector entre 2008 y 2016. No obstante, una característica importante a resaltar es la facilidad relativa que tienen las empresas de algunos sectores para migrar hacia otro. Este caso se evidencia en el sector manufactura, pues del total de 3 439 Mipymes existentes en 2008, el 3,1% de éstas migraron al sector comercio al 2016. Situación similar se aprecia en el sector construcción, comercio y servicios. Cabe resaltar que en el sector pesca, existe un mayor porcentaje de empresas (11,2%) que migraron con relativa facilidad al sector comercio y servicios.

Cuadro 3  
**Matriz de transición de empresas nacidas en 2007 (2008-2016)**  
(En Porcentaje)

En 2016 En 2008	Agropecuario	Pesca	Minería	Manufactura	Construcción	Comercio	Servicios	Total
Agropecuario	91,9	0,2	0,0	0,7	0,2	2,1	4,9	100,0
Pesca	0,0	79,6	0,0	7,4	1,9	5,6	5,6	100,0
Minería	0,0	0,0	84,7	1,7	1,7	1,7	10,2	100,0
Manufactura	0,1	0,0	0,0	94,2	0,1	3,1	2,4	100,0
Construcción	0,0	0,0	0,1	0,5	89,4	3,1	7,0	100,0
Comercio	0,1	0,0	0,1	0,8	0,1	96,0	2,9	100,0
Servicios	0,1	0,0	0,1	0,9	0,4	3,2	95,3	100,0

Nota: El estrato empresarial es determinado de acuerdo con la Ley N° 30056. Se considera gran empresa a aquella cuyas ventas son mayores a 2 300 UIT.

Fuente: Sunat, Registro Único del Contribuyente 2007-2016

Elaboración: PRODUCE-Oficina de Estudios Económicos (OEE)

<sup>4</sup> La matriz de transición proporciona información acerca de la transición o "migración" de Mipymes que operan en un determinado sector al inicio y que posteriormente se desplazan hacia otro sector. Asimismo, dicha matriz está compuesta por dos ejes: el vertical, que muestra las diferentes categorías en las que se encuentran las empresas al inicio del periodo, y el eje horizontal, que da cuenta de la categoría en que se encuentran las empresas al final del período considerado.

## Otras variables del sector

### Personal Ocupado

El personal ocupado del subsector comercio minorista aumentó en 4,8% en diciembre de 2017, en relación a similar mes del año anterior, debido al requerimiento de mayor personal para atender el incremento de las ventas por campaña navideña. Las actividades que registraron un mayor número de contrataciones de personal fueron las de ferreterías y electrodomésticos (20,6%) y de libros, periódicos y artículos de papelería (5,8%) y en menor medida las actividades de boticas y farmacias (3,0%) y de tiendas por departamento y supermercados en 0,8%.

Por tipo de empleo, el personal permanente aumentó 9,3% en diciembre de 2017, respecto a igual mes del año anterior; mientras que el personal eventual disminuyó en 9,3%. El aumento del personal permanente fue resultado de

mayores contrataciones en las actividades de ferreterías y electrodomésticos (6,0%) y de boticas y farmacias (3,4%), principalmente.

Por tipo de género, se registraron mayores contrataciones de personal tanto en hombres (5,0%) como en mujeres (4,7%). En el mes en referencia, las actividades que tuvieron una mayor contratación de personal de mujeres fueron Libros, periódicos y artículos de papelería, y de Ferreterías y electrodomésticos.



## Personal Ocupado

Número de personas según grupo y clase CIIU (Diciembre 2016 - 2017)

Actividad	Total	Permanentes	Eventuales	Varones	Mujeres	
Variación % <sup>1/</sup>	4,8	9,3	-9,3	5,0	4,7	
CIIU <sup>a/</sup> Total 2017	114 085	Var.% <sup>1/</sup> 90 184	23 901	55 033	59 052	
471 Tiendas por departamento <sup>2/</sup> y supermercados	64 737	0,8	52 216	12 521	33 621	31 116
475 Ferreterías y electrodomésticos	22 808	20,6	21 556	1 252	14 241	8 567
4761 Libros, periódicos y artículos de papelería	2 527	5,8	1 228	1 299	1 502	1 025
4772 Boticas y Farmacias	24 013	3,0	15 184	8 829	5 669	18 344

Notas :

(a) Grupo CIIU ( tres dígitos), Clase CIIU ( cuatro dígitos).

1/: Variación porcentual respecto al mismo mes del año anterior.

2/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos.

Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas

Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



## Número de tiendas

En diciembre de 2017 el número de locales de tiendas por departamento y de supermercados sumaron un total de 510, mayor en 52 locales al total registrado en diciembre de 2016. Por su parte, en este mismo mes las actividades de farmacias y de cuidado personal también se observa un aumento del número de locales (259), en Libros, periódicos y artículos de papelería (19 locales adicionales), así como en la actividad de ferreterías y electrodomésticos, la cual registró un aumento de 9 locales en comparación a diciembre 2016.



## Número de tiendas

Según Grupo y Clase CIIU (Diciembre 2016 - 2017)

CIIU <sup>a/</sup>	Actividad	Dic-16	Dic-17	Var. (%) Diciembre 2017/16
471	Tiendas por departamento <sup>1/</sup> y supermercados	458	510	11,4
475	Ferreterías y electrodomésticos	528	537	1,7
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	121	140	15,7
4772	Boticas y Farmacias	2 094	2 353	12,4

Notas:

Cifras sujetas a reajuste.

(a) Grupo CIIU (tres dígitos), Clase CIIU ( cuatro dígitos).

1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos.

Fuente: Estadística de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas.

Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)

## Proyectos de inversión

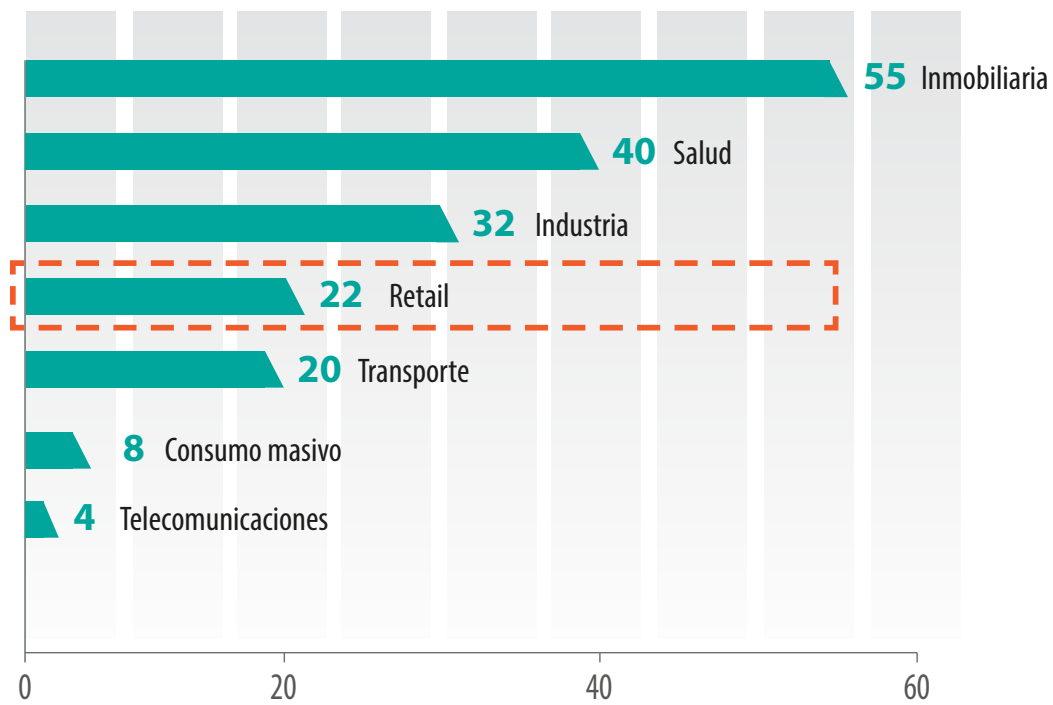
En diciembre, las inversiones en el sector retail mantienen un dinamismo positivo. Así, el monto de inversión en el sector retail ascendió a US\$ 181 millones, de los cuales destacan las inversiones de las empresas Promart y Tiendas EFE.

En efecto, la empresa Promart anunció que invertirá US\$ 10 millones en la construcción de una nueva tienda de 5 000 m<sup>2</sup> ubicada en el centro comercial Real Plaza de Nuevo Chimbote. Por su parte, la empresa Tiendas EFE anunció que invertirá US\$ 12 millones en la remodelación de sus locales. Que consistirá en mejorar el espacio físico y la oferta de productos.

# Anuncios de Inversiones

## Diciembre 2017

(Millones de dólares)



Fuente: Apoyo Consultoría

Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



*Trabajando para  
todos los peruanos*

**MINISTERIO DE LA PRODUCCIÓN**

OFICINA GENERAL DE EVALUACIÓN DE IMPACTO Y ESTUDIOS ECONÓMICOS

Oficina de Estudios Económicos

Calle Uno Oeste N° 060, Urb Córpac - San Isidro

Central Telefónica: 616 2222

[www.produce.gob.pe](http://www.produce.gob.pe)