



PERÚ

Ministerio  
de la Producción

Oficina de Estudios Económicos

Agosto 2019

**Boletín de  
Comercio Interno**

# Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas especializadas

## **BOLETÍN DE COMERCIO INTERNO**

GRANDES ALMACENES, SUPERMERCADOS Y TIENDAS ESPECIALIZADAS

Editado por:

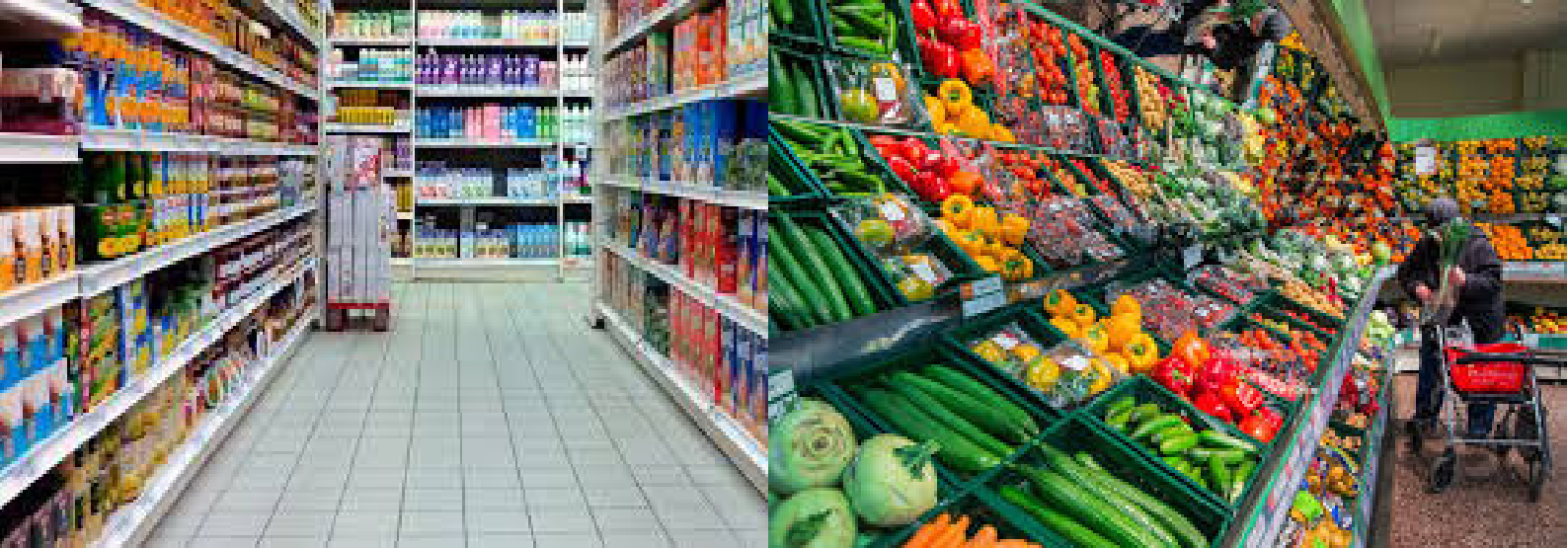
MINISTERIO DE LA PRODUCCIÓN

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

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

1era Edición, Agosto 2019

Esta publicación es un producto de la Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos de la Secretaría General del Ministerio de la Producción



# Índice | Agosto 2019

## Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas especializadas

Introducción	3
Producción total versus sector comercio	4
Desempeño según actividades	5
Otras variables del sector	16
Número de tiendas	17
Proyectos de inversión	17

# Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas especializadas

Boletín Estadístico – Agosto de 2019

## Introducción

En agosto 2019, las ventas del comercio interno<sup>1</sup> aumentaron en 3.5% interanual. Dicho avance fue resultado del dinamismo positivo de todas las actividades que componen este sector, como la de Tiendas por departamento y supermercados (4.3%), de ferreterías y equipamiento del hogar en 2.8%, de boticas y farmacias (1.5%) y la de libros, periódicos y artículos de papelería (9.5%).

El dinamismo positivo en las ventas de las actividades de este sector, permiten que sigan alcanzando resultados

favorables; es así que para este mes las actividades de tiendas por departamentos y supermercados, ferreterías y equipamiento del hogar, así como la de libros y artículos de papelería, presentan crecimientos debido a la mayor demanda de productos por las mayores ofertas y promociones; así como la reactivación del sector construcción tanto en obras públicas como privadas.

Durante los ocho meses del 2019, las ventas del comercio interno mantienen un comportamiento positivo debido a las campañas de precios bajos y apertura de nuevos



## Ventas internas

Según grupo y clase CIIU,<sup>2/</sup> Ago 2018 - Ago 2019

(Miles de soles a precios corrientes)

CIIU <sup>(a)</sup>	Actividad	Ago-18 <sup>(b)</sup>	Ago-19 <sup>(b)</sup>	Var. (%) Ago 19/18
	Total	3,055,412	3,161,385	3.5
471	Tiendas por departamento <sup>1/</sup> y supermercados	1,722,191	1,795,605	4.3
475	Ferreterías y equipamiento del hogar	667,295	685,693	2.8
4772	Boticas y Farmacias	612,611	621,693	1.5
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	53,315	58,394	9.5

Notas:

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

(b) Cifras sujetas a reajuste.

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

2/ Las ventas de comercio interno corresponden a Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas y representan aprox. el 98,5% del total; sin incluir las ventas al por menor de combustibles de la actividad CIIU 4730.

Fuente: Estadística mensual de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

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

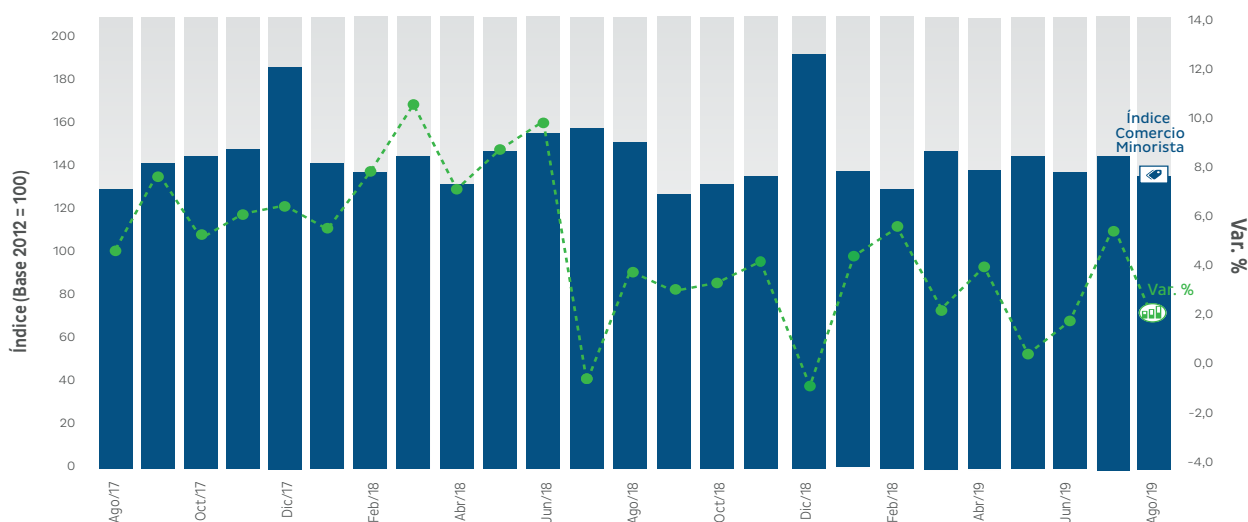
<sup>1</sup> En el presente boletín, las ventas del comercio interno se aproximan como las ventas de los grandes almacenes, supermercados y tiendas especializadas, agregando las actividades del grupo CIIU 471 y 475, y de las clases CIIU 4772 y 4761 de revisión 4.



locales de venta específicamente tiendas de conveniencia concentrados en Lima, en las actividades de supermercados y tiendas por departamento, y en boticas y farmacias.



## Índice y variación porcentual de comercio minorista (Agosto 2017 - Agosto 2019)



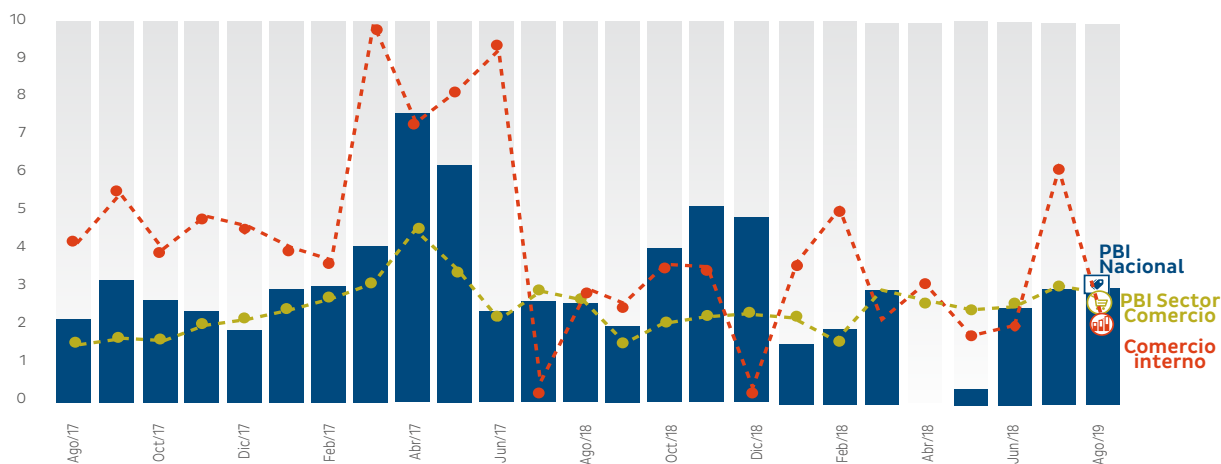
Fuente: INEI, BCRP y Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas  
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE).

## Producción total nacional versus sector comercio

En agosto del 2019, el PBI nacional creció en 3.4%, registrando 121 meses de crecimiento continuo. En tanto, el sector comercio registró un avance de 3.2% (alcanzando 28 meses de crecimiento continuo), el mismo que obedeció al buen desempeño de los subsectores de comercio mayorista y minorista. En efecto, en este mes dichos subsectores registraron un crecimiento de 3.2% y 3.0% interanual respectivamente. En el caso del subsector minorista, el avance se sustenta por el incremento de las ventas de todas sus actividades (supermercados y tiendas especializadas, ferreterías y equipamiento del hogar, boticas y farmacias, y librerías).



## Variación porcentual<sup>2</sup> del PBI nacional, PBI sector comercio e índice de comercio interno<sup>1</sup> (Ago 2017- Ago 2019)



Nota: 1/ El índice de ventas de comercio interno corresponden a las ventas de Grandes Almacenes, Supermercados y tiendas Especializadas.  
2/ Las variaciones porcentuales del PBI nacional y del sector comercio a precios constantes de 2007 y del comercio interno con año base 2012.  
Fuente: INEI, BCRP y Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas  
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE).

## Desempeño según actividades

### Ventas en tiendas por departamento y supermercados

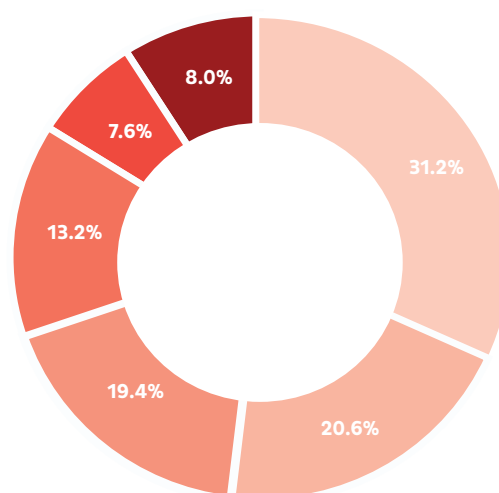
En agosto del 2019, las ventas de la actividad de tiendas por departamento y supermercados se incrementaron en 4.3% interanual. Este resultado responde por las mayores ventas de las principales líneas de esta actividad, como son las bebidas y tabaco, otros productos, artículos de uso doméstico, productos farmacéuticos y cosméticos, así como alimentos.

Cabe indicar que, en este mes las líneas de alimentos, prendas de vestir y calzado, y otros productos, concentraron en conjunto el 71.2% del valor de ventas de la actividad de tiendas por departamento y supermercados. Mientras que, el restante 28.8% correspondió a productos como artículos de uso doméstico, bebidas y tabaco, y de productos farmacéuticos y cosméticos.

Entre las principales empresas que destacan en esta actividad según sus niveles de ventas son: Supermercados Peruanos, Cencosud Retail Perú, Hipermercados Tottus, Saga Falabella, Tiendas Ripley y Makro Supermayorista, las cuales representaron en conjunto el 93.8 % del valor total facturado.

Como se puede observar en la gráfica, el desempeño positivo mostrado por la actividad de tiendas por departamento y supermercados es mayor y responde, principalmente, a la mayor venta a través de ofertas y descuentos.

### Participación % Líneas de productos en tiendas por departamentos<sup>1/</sup> y supermercados (Ago 2019)



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

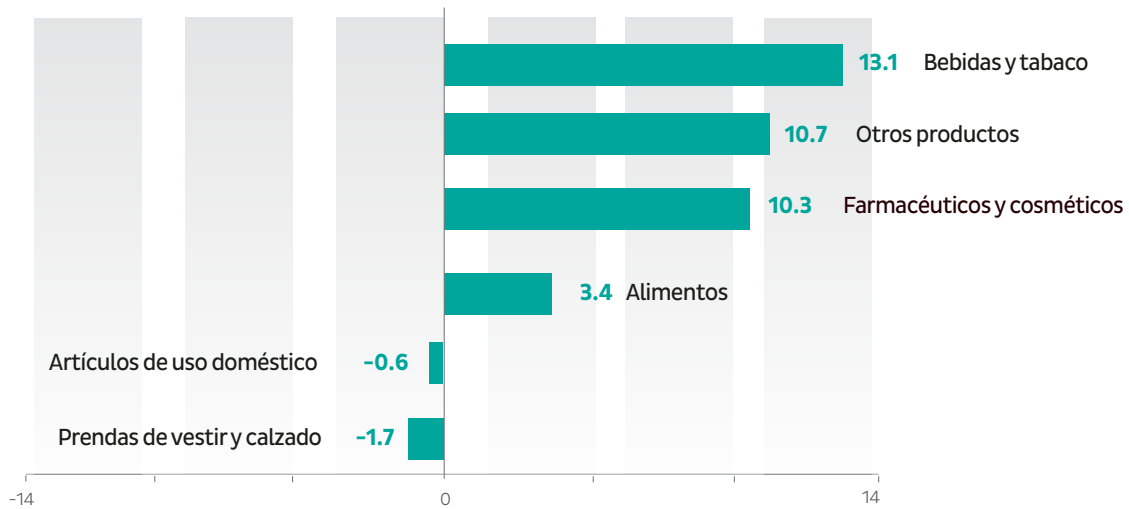
Nota: 1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos.

Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas.  
Elaboración: PRODUCE-Oficina de Estudios Económicos (OEE)



# Ventas por líneas de productos

Tiendas por departamento<sup>1/</sup> y supermercados, Agosto 2019 (Var.%)



Nota: 1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos.  
 Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas  
 Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



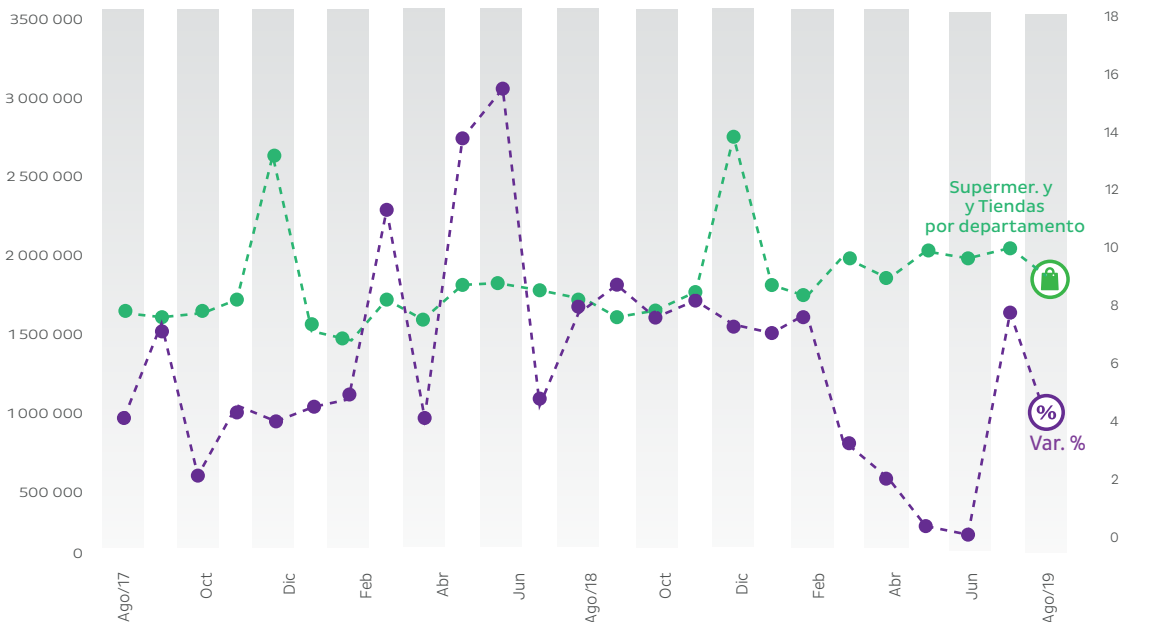
# Evolución y variación porcentual

Ventas internas de tiendas por departamento<sup>1/</sup> y supermercados

(Ago 2017 - Ago 2019)

Miles de Soles

Var. %



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, Supermercados y Tiendas Especializadas.  
 Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)

## Ventas de productos de ferreterías y equipamiento del hogar

Para agosto del 2019, la actividad de ferreterías y equipamiento del hogar registró un incremento en sus ventas en 2.8% interanual, resultado que es la más alta en lo que va del año, asociado principalmente a las mayores ventas de todas sus líneas como son; otros productos, muebles, artículos de ferretería y artículos de uso doméstico. Asimismo, el mayor dinamismo por la continuidad de las obras de construcción y ampliación ejecutadas por la actividad privada.

En el mes de estudio, la línea de otros productos fue la que tuvo una mayor participación en las ventas de la actividad

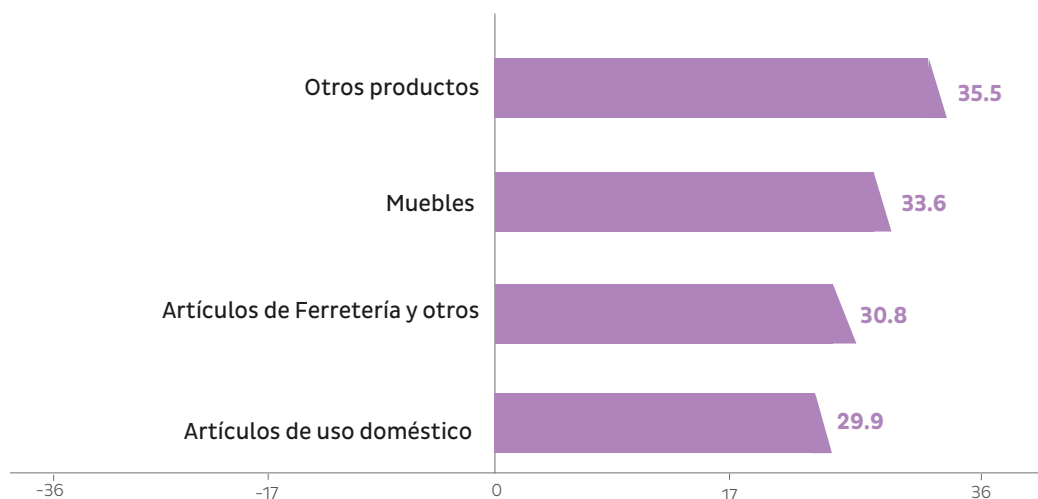
de línea artículos de productos diversos (35.5%), seguido de la de ferreterías y otros, con el 30.8%, artículos de uso doméstico (29.9%), los cuales en su conjunto representan el 96.2%.

Entre las principales empresas que destacan en esta actividad son: Maestro Homecenter, Promart Homecenter, Conecta Retail (Efe/Curacao), Importaciones Hiraoka, Elektra del Perú y Cemento y Acero, con una participación conjunta de 82.4% en las ventas totales.



### Venta por líneas de productos

Ferreterías y equipamiento del hogar, Agosto 2019 (Var.%)



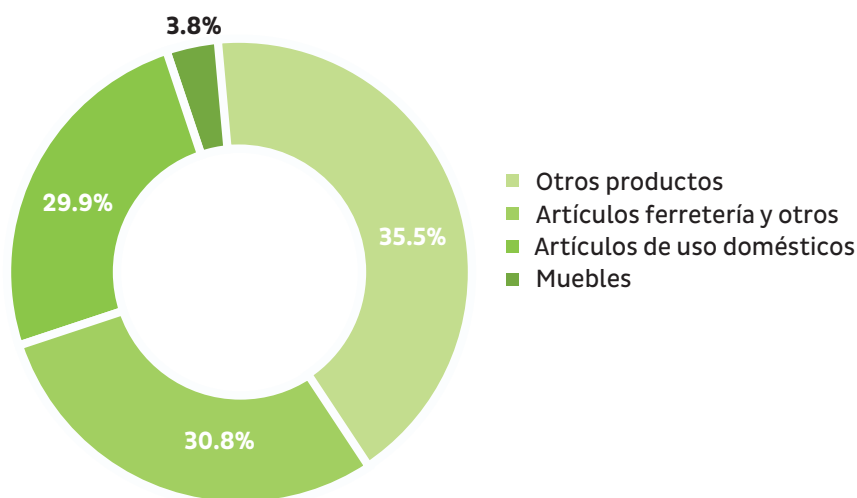
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas  
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)





## Participación %

Líneas de productos de ferreterías y equipamiento del hogar  
(Ago 2019)



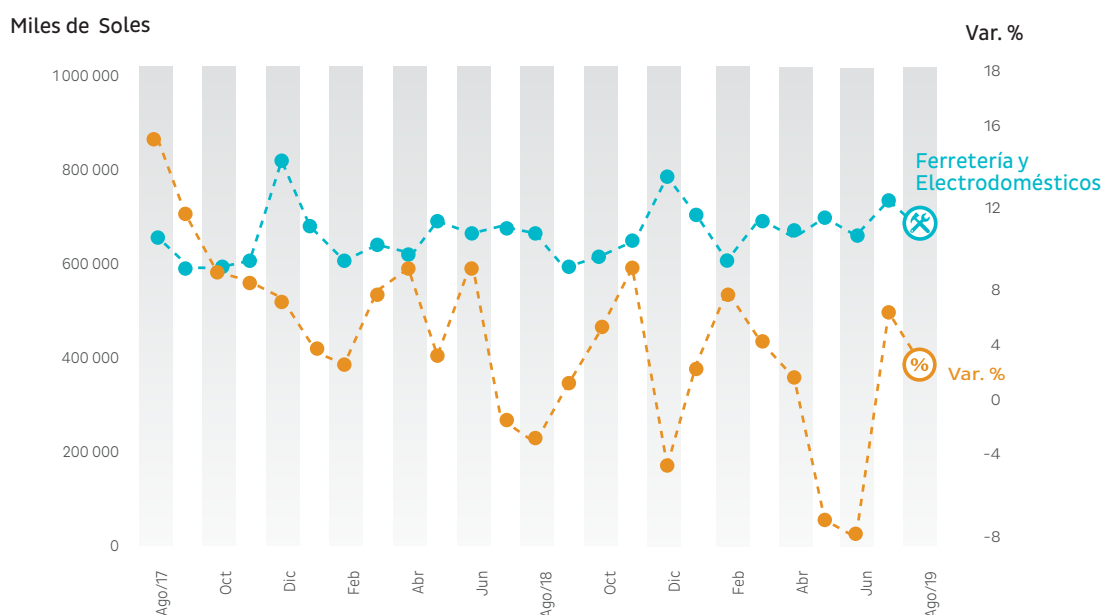
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas  
Elaboración: PRODUCE-Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos -OEE

Durante el periodo de enero 2017 agosto 2019, las ventas de esta actividad viene presentando algunos resultados negativos principalmente a partir del año 2018, sin embargo en el año 2019 algunos meses alcanzaron resultados positivos, como es el caso de este mes; resultado favorecido entre otros factores por o la mayor inversión en proyectos inmobiliarios principalmente en los distritos de Lima Metropolitana; también continuaron las obras en centros comerciales; clínicas y colegios; y obras vinculadas a la reparación e instalación de redes subterráneas, postes, torres eléctricas, subestaciones y líneas de transmisión eléctrica, así como la construcción de hidroeléctricas.



## Evolución y variación porcentual

Ventas internas de ferreterías y equipamiento del hogar (Ago 2017 - Ago 2019)



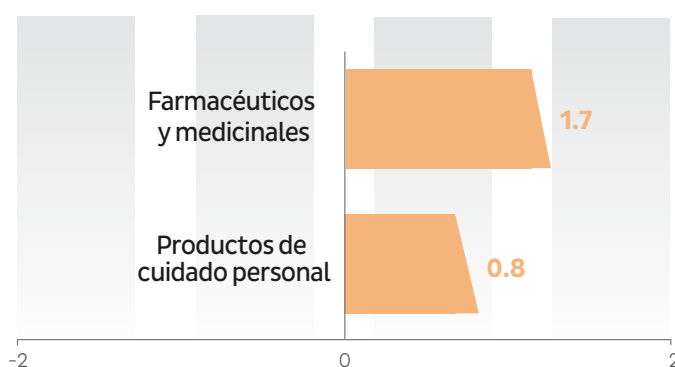
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas  
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)

## Ventas de productos farmacéuticos y cosméticos

En agosto del 2019, las ventas de productos farmacéuticos y de cuidado personal crecieron en 1.5% interanual. Como resultado del avance en la línea de productos de cuidado personal (0.8%), así como también de la línea de farmacéuticos y medicinales (1.7%).

Entre las principales farmacias que destacan con mayores niveles de ventas en este mes son: MiFarma, Ekerd Perú, CETCO, ALBIS y Productos Avon, las cuales concentraron el 86.7% del total facturado.

### **Ventas por líneas de productos** Farmacéuticos y de cuidado personal, Ago 2019 (Var.%)



Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas  
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)

En cuanto a la participación de las líneas de productos de esta actividad, se observa que en agosto del 2019 la línea de productos farmacéuticos y medicinales tuvo una participación de 74.9% en las ventas totales de esta actividad, y el restante (25.1%) corresponde a la línea de productos de cuidado personal.

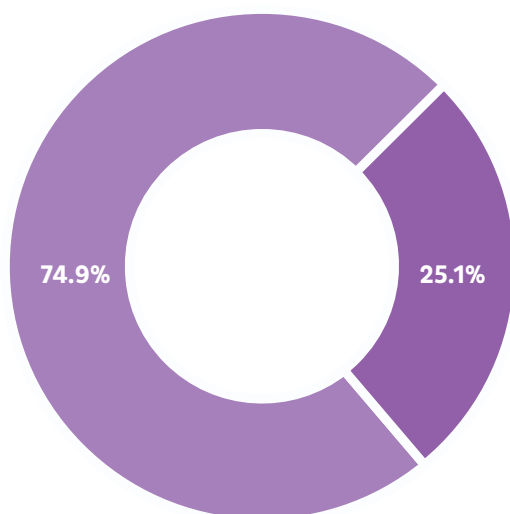
Entre enero del 2017 y agosto del 2019, el nivel de ventas de la actividad de productos farmacéuticos y cuidado

personal ha continuado en ascenso. Este resultado se debe por las intensivas campañas de precios bajos ofrecidas por las cadenas de farmacias (con la finalidad de tener más llegada a los consumidores), así como también por la mayor adquisición de productos de cuidado personal, tanto en mujeres como en varones.



# Participación %

## Líneas de productos farmacéuticos y de cuidado personal (Ago 2019)



- Farmacéuticos y medicinales
- Productos de cuidado personal

Fuente: Estadísticas de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas  
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)

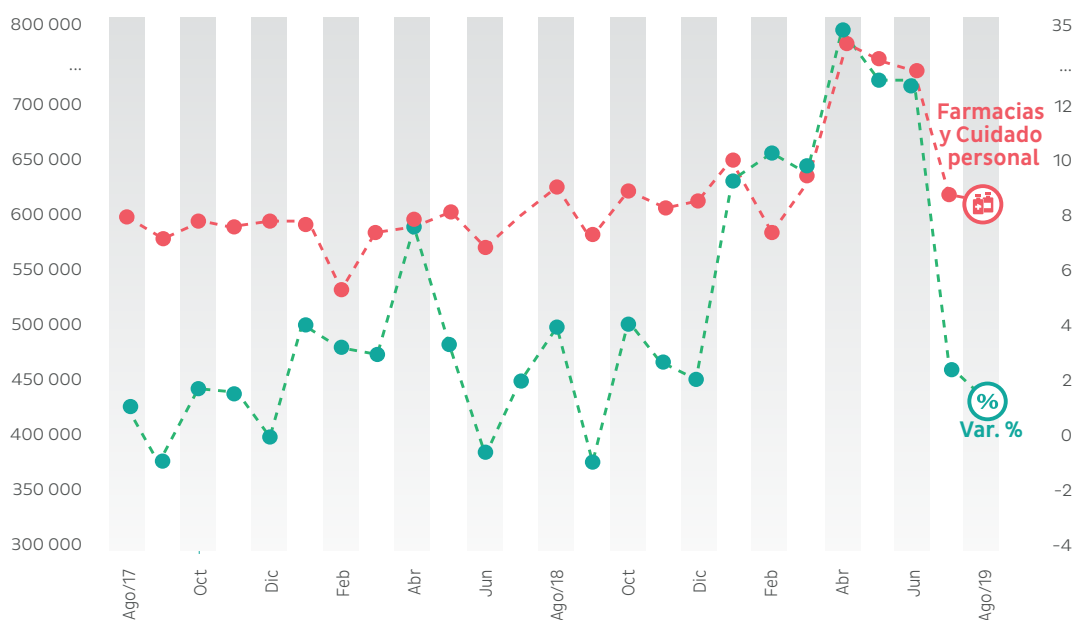


# Evolución y variación porcentual

## Ventas internas de boticas, farmacias y cuidado personal (Ago 2017 - Ago 2019)

Miles de Soles

Var. %



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

Para agosto del 2019, la venta de libros, periódicos y artículos de papelería crecieron en 9.5% interanual, sustenta este crecimiento la demanda interna de productos de útiles de escritorio y de librería. Así como por las ventas generadas en la 24° Feria Internacional del Libro de Lima que culminó el 4 de agosto.

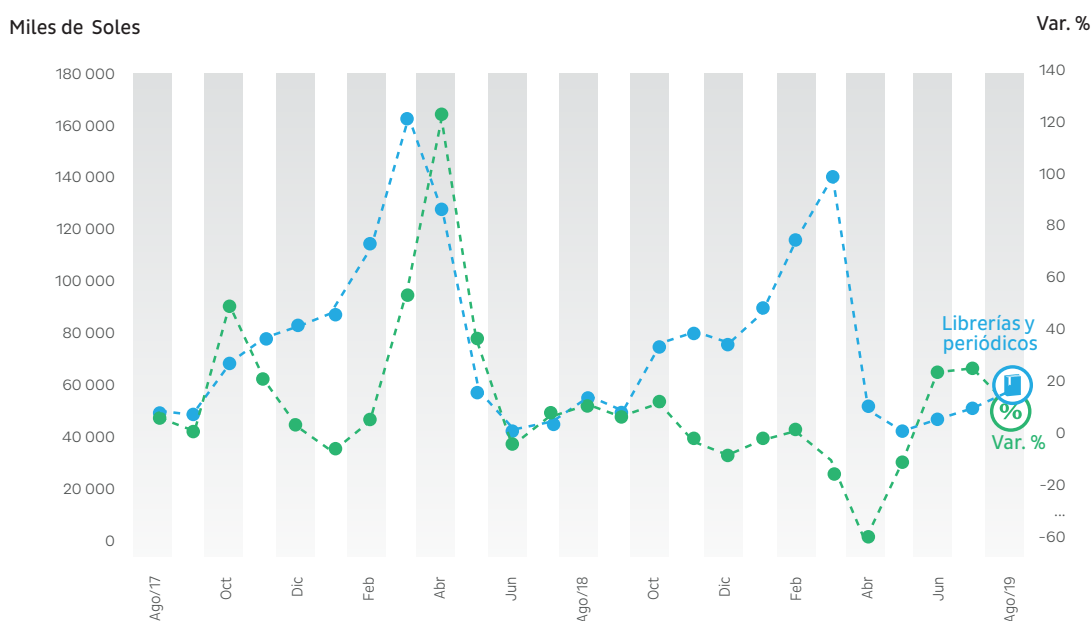
Entre las principales empresas que destacan en las ventas de esta actividad fueron: Distribuidora Navarrete, Ibero Librerías, Librerías Crisol y Tai Loy. En su conjunto estas empresas concentraron el 95.0% de la facturación total de la actividad.



### Evolución y variación porcentual

#### Ventas internas de libros, periódicos y artículos de papelería

(Ago 2017 - Ago 2019)



Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas  
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



# Desempeño crediticio en las Mipyme del sector comercio al primer semestre de 2019

En el sector empresarial resulta crucial disponer y acceder a las fuentes de financiamiento para aumentar el capital y sostener el crecimiento. El capital de deuda obtenido de los bancos y otros intermediarios financieros, así como el capital privado a cambio de una participación en la propiedad de las empresas ofrecen recursos que permitirían sostener actividades de innovación y expansión, especialmente en las etapas más tempranas del ciclo de negocio. Sin embargo, dejado a su propia dinámica, el mercado tiende a producir un nivel subóptimo de financiamiento para esas actividades, por lo que los gobiernos han entrado a intervenir con diversas medidas de política (Rojas, 2017) <sup>1</sup>.

Por su parte, Schumpeter (1912) <sup>2</sup> el sistema financiero constituye un componente fundamental que facilita el crecimiento de las economías a través de la dotación de recursos a los proyectos más innovadores. Esta asignación de recursos tendría como objetivo promover la producción de nuevos bienes y aplicar nuevas formas de producción y comercialización. Los canales de atención y productos financieros se expanden también para atender a sectores con potencial crecimiento, nacientes o incipientes. En este caso, dicha expansión cumple las funciones de transferir recursos de los sectores sin crecimiento, a los sectores con potencial crecimiento, lo cual promueve el emprendimiento en estos últimos.

En este contexto, un segmento empresarial en particular que recibe dicho financiamiento son las Mipyme, el cual reúne agentes económicos que dinamizan y contribuyen al desarrollo económico del país. Una parte significativa de la población y de la economía dependen del desempeño de este segmento empresarial debido a su reconocida capacidad para generar empleo y su participación en la actividad productiva del país. A partir de los datos de Sunat <sup>3</sup> (2017), las Mipyme en el Perú representan el 99.5% del tejido empresarial, asimismo, aportan el 31% del valor agregado nacional y generan el 89% del empleo en el sector privado<sup>4</sup>.

A nivel sectorial, las Mipyme juegan un rol importante en la economía, en particular, dentro del sector comercio representan el 99.6% de las empresas formales en este sector. Es importante resaltar que, según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), en los últimos 5 años (2014 - 2018), el sector comercio ha mantenido un buen dinamismo que ha influido positivamente en el crecimiento del Producto Bruto Interno (PBI). En dicho periodo, el PBI del sector comercio creció a un ritmo de 2.4% en promedio anual; mientras que el PBI nacional lo hizo en 3.2%. Así también, en el primer semestre de 2019 el PBI de comercio creció a una tasa interanual de 2.3% y el PBI nacional en 1.7%, respectivamente, si bien el crecimiento ha sido menor, pero permite a que la producción nacional sostenga valores positivos.

Por tanto, el empuje y dinamismo que generan las Mipyme dentro del sector comercio se hace relevante dentro de la economía. A su vez, esto no sería posible en parte sin el crédito que se destinan a las Mipyme, principal fuente de financiamiento para el buen desempeño y dinamizar la actividad productiva. Así, de acuerdo con (Salloum & Vigier, 1997), a nivel de empresas, el financiamiento eficiente y efectivo ha sido reconocido como factor clave para asegurar que aquellas firmas con potencial genuino de crecimiento puedan expandirse y ser más competitivas.

En los últimos 5 años (2014-2018), los créditos otorgados a las Mipyme registraron un crecimiento de 5.3% en promedio anual. El último año, los créditos ascendieron a S/. 85,435 millones según las cifras de la Superintendencia de Banca y Seguros (SBS), significando ello un desempeño positivo que aún se mantiene este año, ya que a junio de 2019, los créditos otorgados a este segmento ascendieron a S/. 85,580 millones, representando un avance de 3.8% con relación a junio de l año anterior.

<sup>1</sup> Rojas, Laura (2017). Situación del financiamiento a PYMES y empresas nuevas en América Latina.

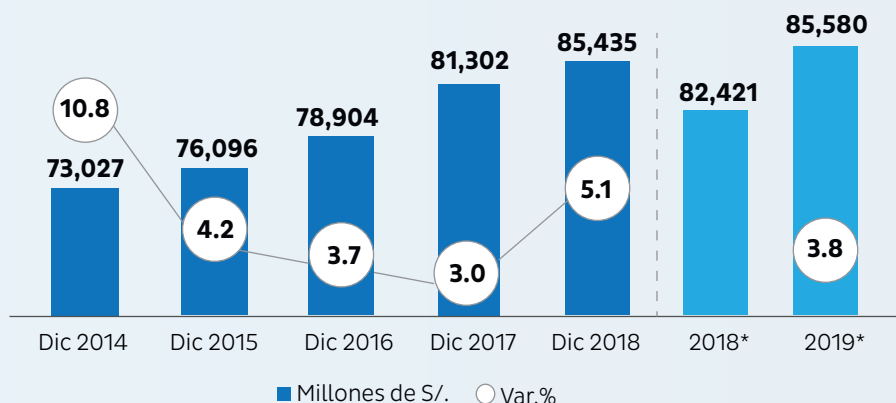
<sup>2</sup> Schumpeter, J. A. (1961). The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle (1912/1934).

<sup>3</sup> Superintendencia Nacional de Administración Tributaria.

<sup>4</sup> Información disponible al 2017 según la información del Registro Único de Contribuyentes proporcionada por Sunat, Encuesta Nacional de Hogares del INEI y de la Encuesta Nacional de Empresas (ENE) 2017.

Gráfico 1

**Evolución del crédito otorgado a las Mipyme, 2014-2019\*** (Millones de S/.)

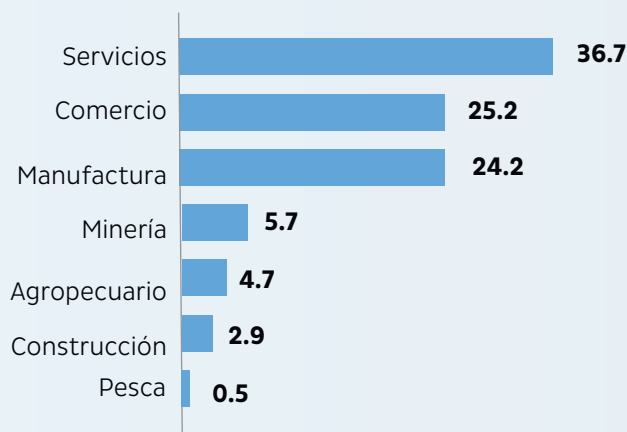


\* Cifras a junio  
 Fuente: SBS-Sunat  
 Elaboración: Produce-OEE

A junio de 2019, el saldo de créditos del sistema financiero otorgadas a las empresas<sup>5</sup> ascendieron a S/. 138 mil millones. En dicho año el sector comercio fue el segundo sector después de servicios que concentró el mayor porcentaje de los créditos asignados por el sistema financiero (25.2%).

Gráfico 2

**Perú: Créditos otorgados por el sistema financiero según sector económico, Junio 2019\*** (%)



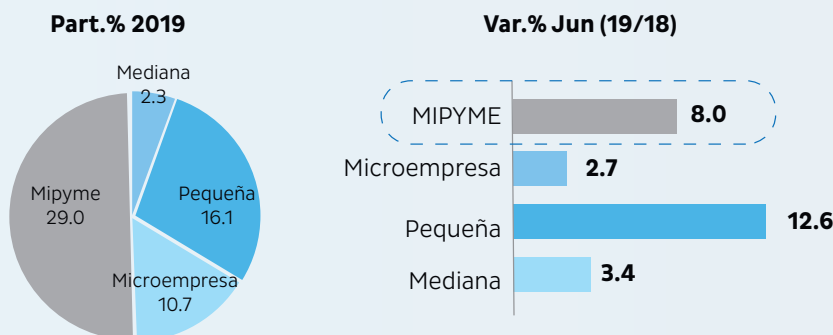
\* Cifras preliminares  
 Fuente: SBS-Sunat  
 Elaboración: Produce-OEE

En el sector comercio, las Mipyme participaron con el 29.0% de los créditos totales del sistema financiero a junio de 2019. Cabe resaltar que, al interior de las Mipyme, las pequeñas empresas son las que registran una mayor participación en los créditos como resultado del dinamismo que tuvieron en el primer semestre. En contraste, el estrato de mediana empresa, obtuvo la menor participación en las colocaciones del sistema financiero en el sector comercio, pese a ello, el crecimiento es mayor en comparación con el estrato de microempresa.

<sup>5</sup> Los créditos o colocaciones corresponden únicamente a empresas naturales o jurídicas que cuenten con RUC.

Gráfico 3

### Dinamismo de las colocaciones de las Mipyme en el sector comercio según tamaño empresarial

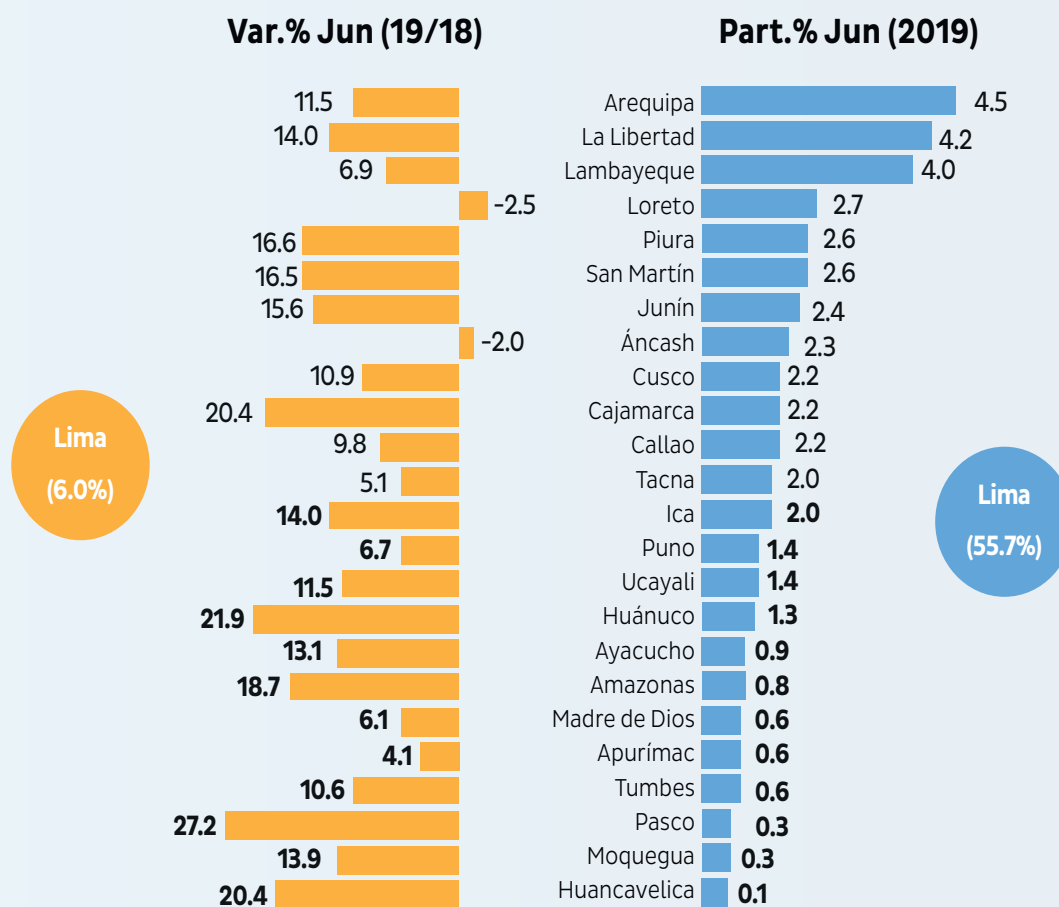


Fuente: SBS-Sunat  
Elaboración: Produce-OEE

A nivel departamental, los mayores créditos otorgados al segmento empresarial se registraron en Lima, alcanzando una participación de 55.7% en las colocaciones totales otorgados al sector privado, y que a su vez, obtuvo un crecimiento de 6.0% a junio de 2019.

Gráfico 4

### Dinamismo de los créditos a las Mipyme del sector comercio según departamento a junio 2019



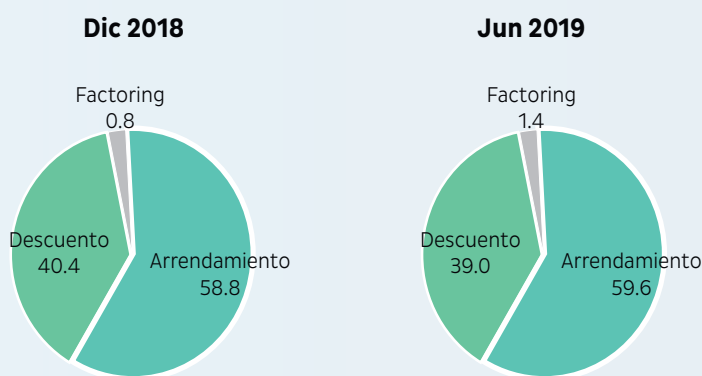
Fuente: SBS-Sunat  
Elaboración: Produce-OEE

Otras formas de créditos a la Mipyme lo constituyen las operaciones de arrendamiento, descuento y factoring. Al respecto, en las operaciones de arrendamiento, la entidad financiera (arrendadora) se compromete a otorgar el uso o goce temporal de un bien al cliente (arrendatario), obligándolo a este último a pagar una renta periódica que cubra el valor original del bien, un cargo por concepto por interés, más los gastos adicionales que incluía el contrato. Por su parte, el descuento y el factoring pueden ser consideradas como operaciones de adelanto de liquidez. En estos contratos, la entidad financiera recibe del cliente títulos valores (letras o facturas negociables), por los cuales le otorga una proporción del monto facturado en el título valor.

El tipo de instrumento financiero que más utiliza las Mipyme del sector comercio es el arrendamiento, seguido por el descuento. En contraste, el instrumento financiero que aún no es muy utilizado por las Mipyme es el factoring, y su incremento es gradual. Es así que, en el primer semestre de 2019 aumentó ligeramente su participación en 0.6 puntos porcentuales respecto a diciembre de 2018.

Gráfico 5

### Créditos al segmento Mipyme del sector comercio según instrumento financiero, Dic 2018–Jun 2019 (%) \*



\* El porcentaje se calcula respecto a las colocaciones totales de estos 3 tipos de instrumentos financieros.  
Fuente: SBS-Sunat  
Elaboración: Produce-OEE



## Otras variables del sector

### Personal Ocupado

En agosto 2019, el personal ocupado del subsector de comercio interno disminuyó en 0.9% interanual. Dicho resultado negativo fue resultado de la menor contratación en la actividad de libros, periódicos y artículos de papelería (-31.7%), de tiendas por departamento y supermercados (-2.9%), y de boticas y farmacias (-0.1%), y atenuado por la mayor contratación de personal en la actividad de ferreterías y equipamiento del hogar (6.9%).

Por tipo de empleo, en la actividad de comercio interno se registró una ligera disminución en las contrataciones del

personal permanente (-2.5%), por la menor contratación de personal en las actividades de boticas y farmacias (-24.5%) y tiendas por departamento y supermercados (-0.3%); mientras que en el personal eventual se registró un incremento de 5.1%, debido al aumento del personal de la actividad de boticas y farmacias (45.9%).

Por tipo de género, la actividad de comercio interno registró un ligero incremento en la contratación de personal, tanto de varones (0.3), y una disminución en la de mujeres (2.1%).



## Personal ocupado

Número de personas según grupo y clase CIIU (Agosto 2019)

Actividad				Permanentes	Eventuales	Varones	Mujeres
Var. (%) Ago 19/Ago 18		-0.9		-2.5	5.1	0.3	-2.1
CIIU <sup>a/</sup>	Total Ago 2019	107,162	Var.% <sup>1/</sup>	82,392	24,770	52,249	54,913
471	Tiendas por departamento <sup>2/</sup> y supermercados	58,397	-2.9	46,486	11,911	31,250	27,147
475	Ferreterías y electrodomésticos	24,625	6.9	23,681	944	15,148	9,477
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	1,572	-31.7	1,085	487	915	657
4772	Boticas y Farmacia	22,568	-0.1	11,140	11,428	4,936	17,632

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, Supermercados y Tiendas Especializadas

Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)

## Número de tiendas

En agosto del 2019, el número de locales de tiendas por departamento y de supermercados ascendió a un total de 3 764 tiendas, mayor en 407 locales en comparación al total registrado en agosto del 2018. Ello debido a que en dicho mes aumentó la cantidad de tiendas en las actividades de farmacias y de cuidado personal (234 locales más) y ferreterías y electrodomésticos (17 locales más) y en tiendas por departamento y supermercados (167 locales más). Sin embargo, cabe destacar una disminución de locales en la actividad de Libros, periódicos y artículos de papelería (11 locales menos).



## Número de tiendas Según grupo y clase CIIU (Agosto 2019)

CIIU <sup>a/</sup>	Actividad	Ago-18	Ago-19	Var. (%) Ago 19/18
471	Tiendas por departamento <sup>1/</sup> y supermercados	618	785	27.0
475	Ferreterías y electrodomésticos	537	554	3.2
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	155	144	-7.1
4772	Boticas y Farmacias	2,047	2,281	11.4

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, Supermercados y Tiendas Especializadas.

Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)

## Proyectos de inversión

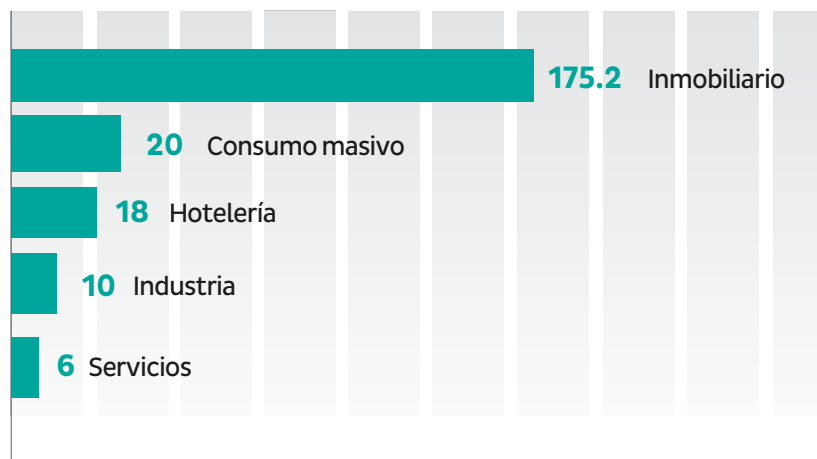
En agosto 2019, el monto total por anuncios de inversión ascendió a US\$ 229.2 millones, donde en el sector Retail no hubo ningún anuncio de inversión; sin embargo destacar los anuncios del sector inmobiliario que alcanzaron los US\$ 175.2.



## Anuncios de inversiones

Agosto 2019

(Millones de dólares)



Fuente: Apoyo Consultoría

Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



**MINISTERIO DE LA PRODUCCIÓN**


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


Central Telefónica: 616 2222


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

<http://ogeiee.produce.gob.pe>

 /minproduccion

 @minproduccion

 producegob

 minproduccion