



PERÚ

Ministerio  
de la Producción

Oficina de Estudios Económicos

Octubre 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, Octubre 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 | Octubre 2019

## Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas especializadas

Introducción	3
Producción total versus sector comercio	4
Desempeño según actividades	5
Otras variables del sector	15
Número de tiendas	16
Proyectos de inversión	17

# Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas especializadas

Boletín Estadístico – Octubre de 2019

## Introducción

En octubre 2019, las ventas del comercio interno aumentaron en 2.5% interanual, debido al buen desempeño de las principales actividades que componen este sector, tales como tiendas por departamento y supermercados (2.4%) y ferreterías y equipamiento del hogar (6.4%). Sin embargo, este resultado positivo fue atenuado parcialmente por una disminución en las ventas de las actividades de boticas y farmacias (-0.7%) y de libros, periódicos y artículos de papelería (-2.9%).

En este mes, las actividades de este sector, que están vinculadas al consumo de bienes personales, como alimentos y vestimenta, y mejoramiento del hogar, son las que mantuvieron el dinamismo positivo del comercio

interno. Sin embargo, las actividades que representan al consumo de salud, cuidado personal, libros y similares, tuvieron un comportamiento negativo, que atenuaron el dinamismo del sector.

Las ventas del comercio interno en el periodo de enero a octubre de 2019, mantuvieron un comportamiento positivo debido a las campañas de precios bajos y a la apertura de nuevos locales de venta, específicamente, tiendas de conveniencia concentrados en Lima, en las actividades de supermercados y tiendas por departamento, y en boticas y farmacias.



## Ventas internas

Según grupo y clase CIU, <sup>2/</sup> Oct 2018 - Oct 2019

(Miles de soles a precios corrientes)

CIU <sup>(a)</sup>	Actividad	Oct-18 <sup>(b)</sup>	Oct-19 <sup>(b)</sup>	Var. (%) Oct 19/18
	<b>Total</b>	<b>3,000,069</b>	<b>3,073,799</b>	<b>2.5</b>
471	Tiendas por departamento <sup>1/</sup> y supermercados	1,663,324	1,703,322	2.4
475	Ferreterías y equipamiento del hogar	626,913	666,978	6.4
4772	Boticas y Farmacias	637,638	633,366	-0.7
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	72,194	70,133	-2.9

Notas:

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

(b) Cifras sujetas a reajuste.

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

<sup>2/</sup> 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 CIU 4730.

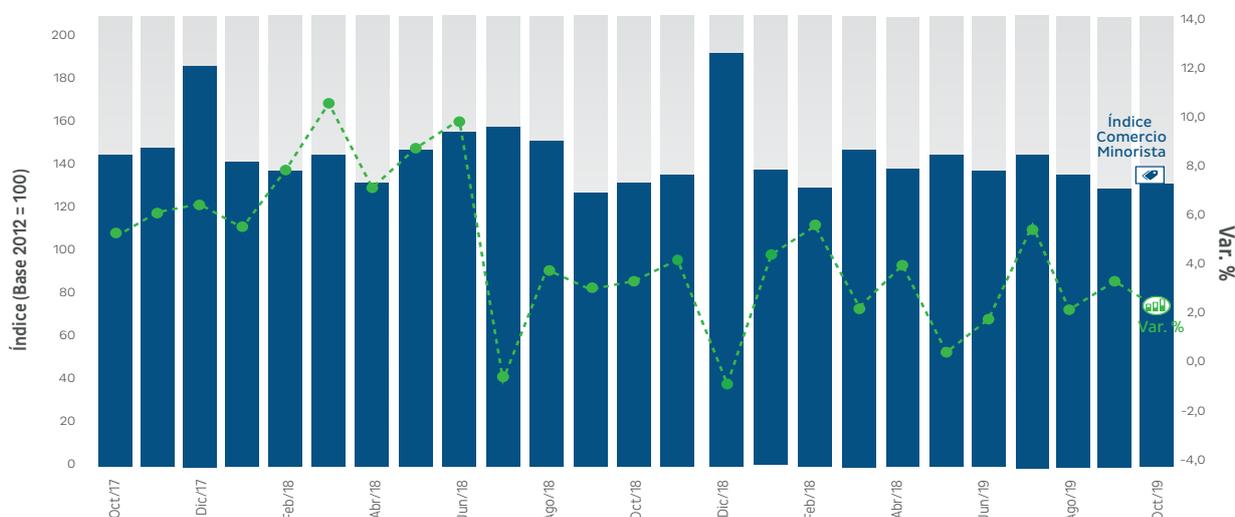
Fuente: Estadística mensual de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

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 CIU 471 y 475, y de las clases CIU 4772 y 4761 de revisión 4.



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



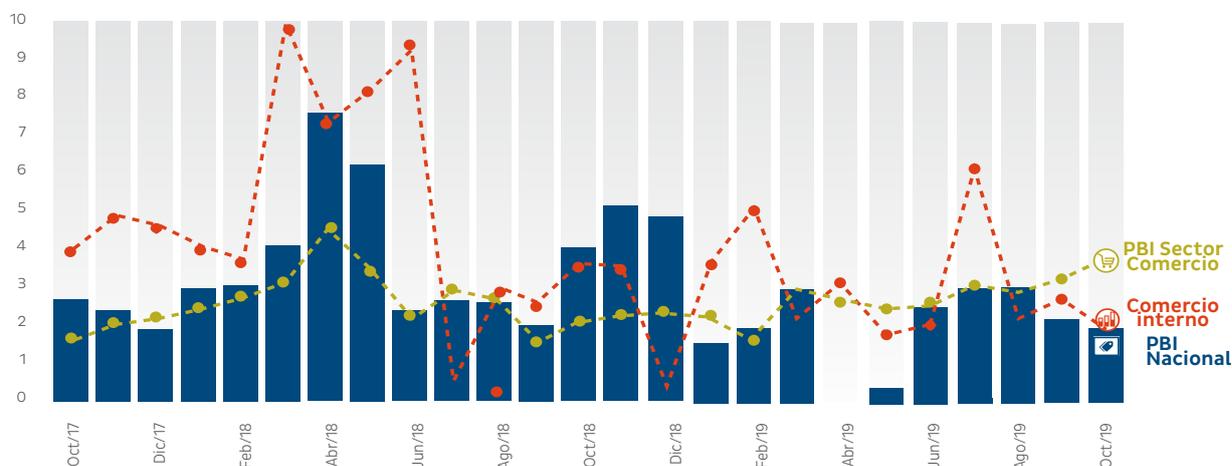
Fuente: INEI, BCRP y Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas  
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE).

## Producción total nacional versus sector comercio

En octubre del 2019, el PBI nacional creció en 2.1%, registrando 123 meses de crecimiento continuo. En tanto, el sector comercio registró un avance de 3.5% (alcanzando 30 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 3.5% y 3.1% interanual, respectivamente. En el caso del subsector minorista, el avance se sustenta en el incremento de las ventas de sus actividades (supermercados y tiendas especializadas, y ferreterías y equipamiento del hogar).



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

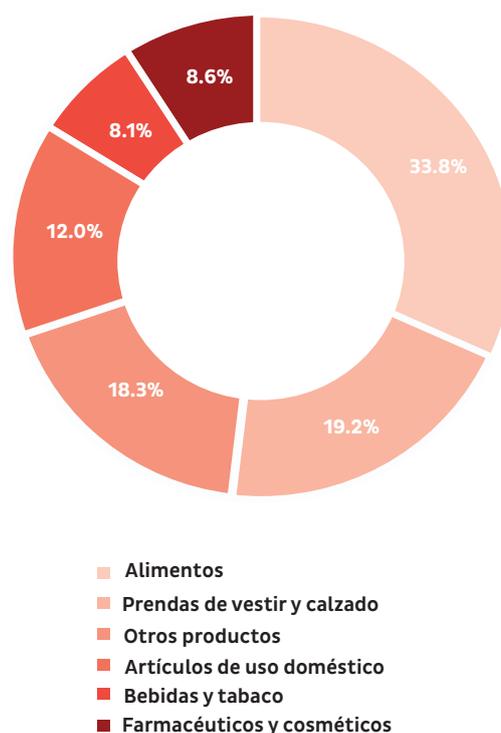
En octubre del 2019, las ventas de la actividad de tiendas por departamento y supermercados se incrementaron en 2.4% interanual. Esto como resultado de un aumento en las ventas de bebidas y tabaco, farmacéuticos y cosméticos, productos diversos, y prendas de vestir y calzado, la misma que estuvo asociado a la mayor demanda de productos de consumo, así como por la mayor apertura en el número de tiendas (en particular las tiendas de conveniencia).

Cabe indicar que, en este mes las líneas de alimentos, prendas de vestir y calzado y otros productos, concentraron en conjunto el 71.3% del valor de ventas de la actividad de tiendas por departamento y supermercados. Mientras que, el restante 28.7% 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, alcanzando una participación conjunta de 94.0% del valor total facturado.

El desempeño positivo registrado por la actividad de tiendas por departamento y supermercados, como se evidencia en el gráfico de evolución de las ventas, responde principalmente al mayor número de locales con el formato de precios bajos así como por las mayores ofertas y descuentos.

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



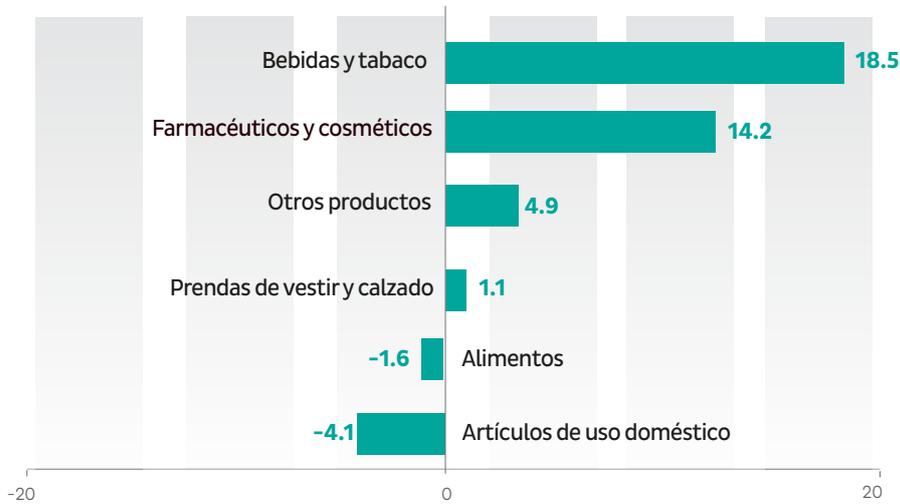
Nota: 1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos.

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, Octubre 2019 (Var.%)

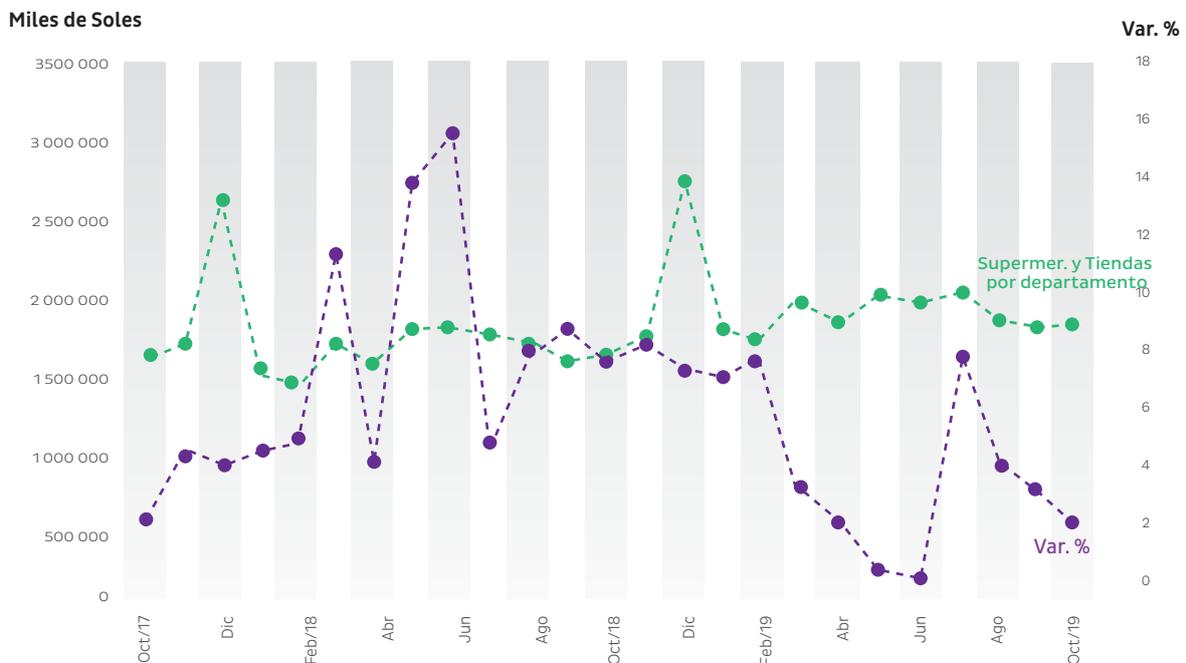


Nota: 1/ Se refiere a tiendas de grandes dimensiones donde se comercializa variedad de productos.  
 Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas  
 Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



# Evolución y variación porcentual

Ventas internas de tiendas por departamento<sup>1/</sup> y supermercados (Oct 2017 - Oct 2019)



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

La actividad de ferreterías y equipamiento del hogar, en octubre del 2019, registró un incremento en sus ventas de 6.4% interanual, debido a las ventas en las tiendas de productos de acabado, proveniente del sector construcción, el cual requirió productos de la línea de muebles, artículos de ferretería, productos diversos y artículos de uso doméstico.

En el mes en referencia, la línea de otros productos fue la que tuvo una mayor participación en las ventas de la actividad (35.5%), seguido de artículos de uso doméstico

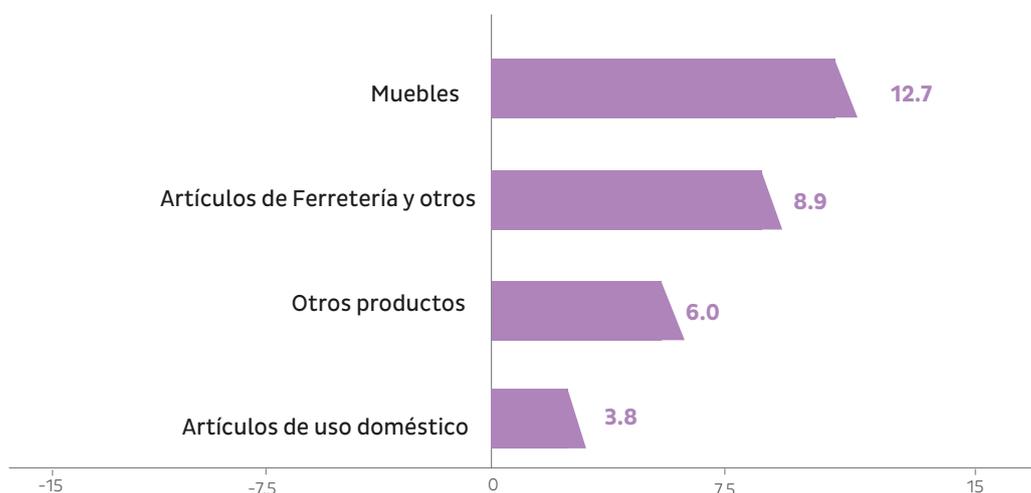
(30.7%), de artículos de ferreterías y otros (30.7%), que en conjunto representaron el 96.9%.

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 79.4% en las ventas totales.



### Venta por líneas de productos

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

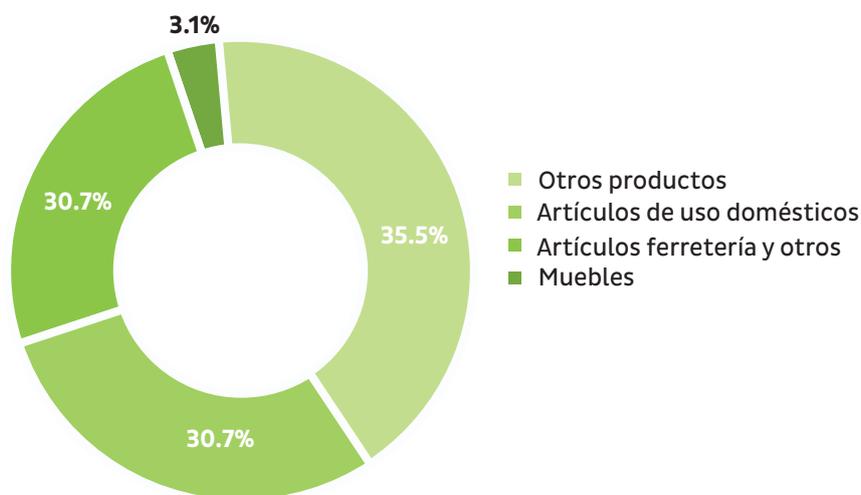


Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas  
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



## Participación %

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



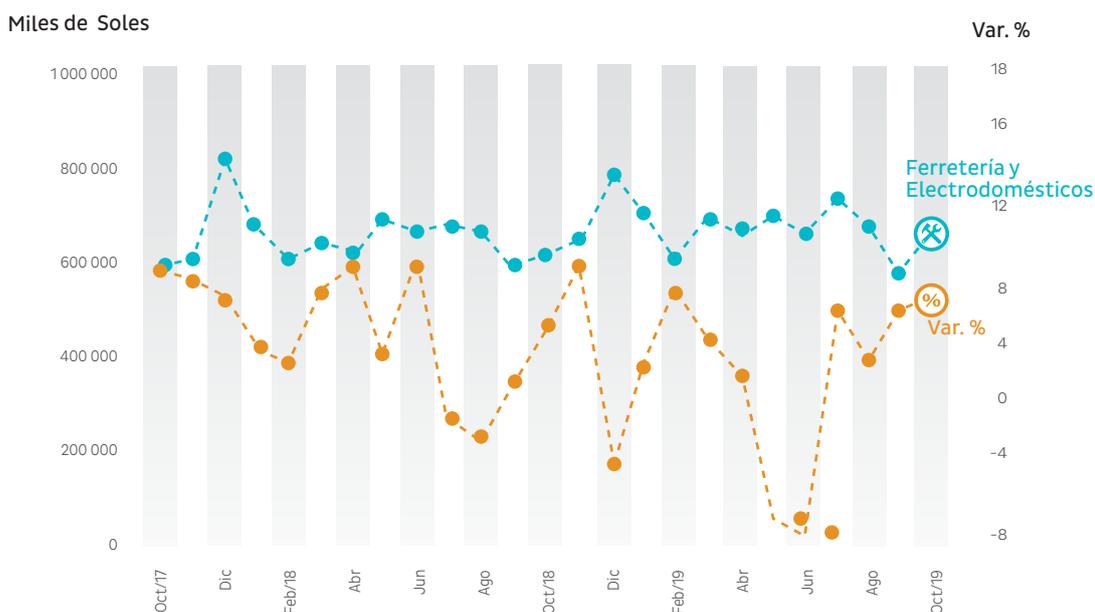
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas  
Elaboración: PRODUCE-Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos -OEE

Durante el periodo de octubre 2017 a octubre 2019, las ventas de esta actividad registraron algunos resultados negativos principalmente a partir del año 2018; sin embargo, en algunos meses de este año las ventas de esta actividad alcanzaron resultados positivos, favorecido entre otros factores por la mayor inversión en proyectos inmobiliarios, principalmente en los distritos de Lima Metropolitana. Así también, por la continuidad de 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 (Oct 2017 - Oct 2019)



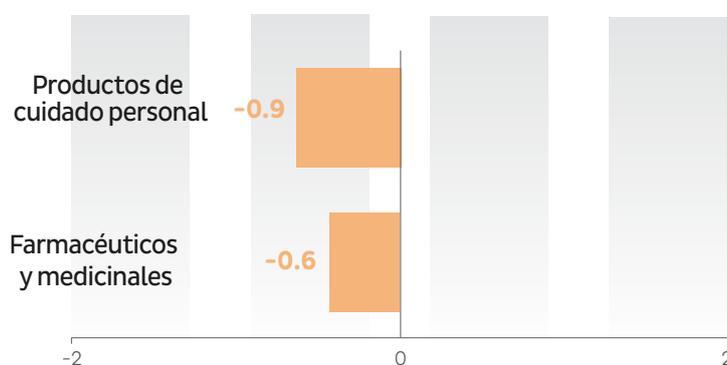
Fuente: Estadística de Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas  
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)

## Ventas de productos farmacéuticos y cosméticos

Las ventas de productos farmacéuticos y de cuidado personal disminuyeron en 0.7% en octubre del 2019. Esta disminución estuvo asociada al bajo desempeño en las ventas de las líneas de productos farmacéuticos y medicinales, así como de cuidado personal.

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 87.1% del total facturado.

### **Ventas por líneas de productos** Farmacéuticos y de cuidado personal, Oct 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 setiembre del 2019 la línea de productos farmacéuticos y medicinales tuvo una participación de 74.0% en las ventas totales de esta actividad, y el restante (26.0%) corresponde a la línea de productos de cuidado personal.

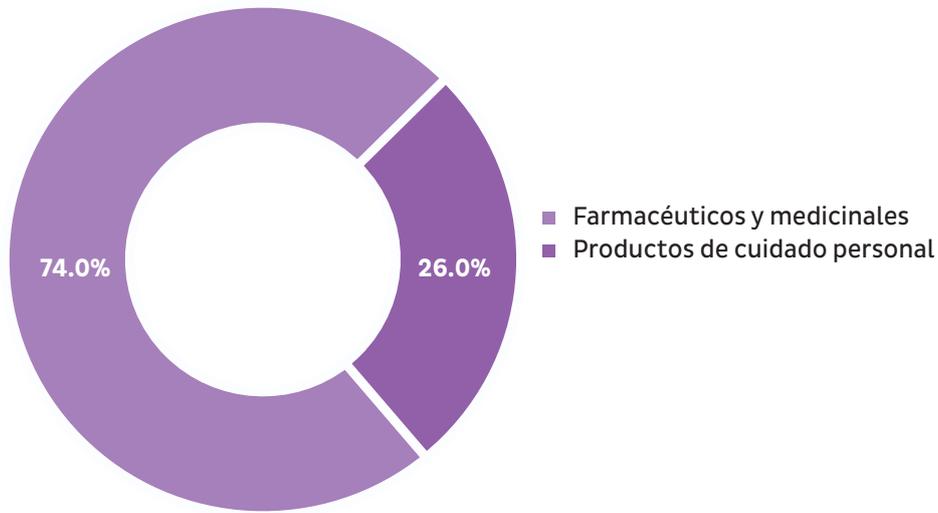
Entre enero del 2017 y octubre del 2019, el nivel de ventas de la actividad de productos farmacéuticos y cuidado

personal, a pesar del resultado negativo del último mes, ha mostrado una tendencia positiva. Resultado que se debe a 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 (Oct 2019)



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 (Oct 2017- Oct 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

En octubre del 2019, la venta de libros, periódicos y artículos de papelería disminuyó en 2.9% interanual, como resultado de las menores ventas de útiles de escritorio y accesorios de papelería, entre otros productos. Ello debido a un retraso en las ventas, las cuales se iniciaron recién en noviembre y no en este mes de octubre como se esperaba.

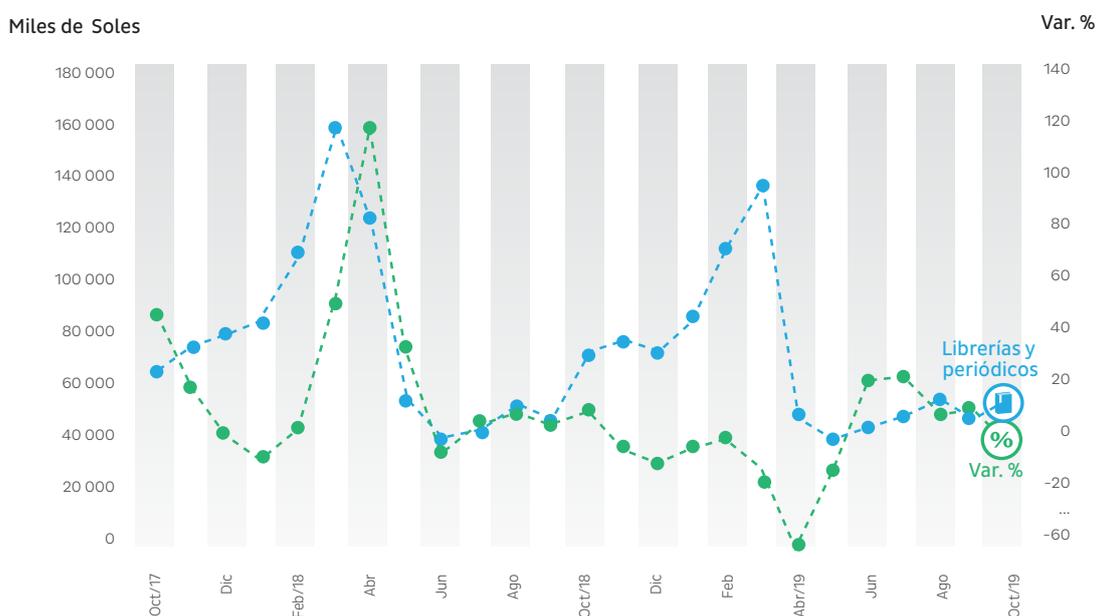
Entre las principales empresas que destacan en las ventas de esta actividad figuran: Distribuidora Navarrete, Ibero Librerías, Librerías Crisol y Tai Loy. En su conjunto estas empresas concentraron el 95.4% de la facturación total de la actividad.



### Evolución y variación porcentual

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

(Oct 2017 - Oct 2019)



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

# Dinámica empresarial de las Mipymes del sector comercio

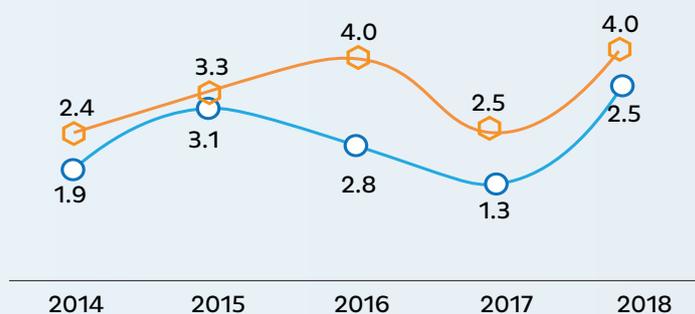
El segmento de la micro, pequeña y mediana empresa (Mipyme), si bien constituyen el 99% del tejido empresarial y son fuente generadora de empleos, sin embargo, su productividad es extremadamente baja en relación con las grandes empresas. Por ello, para reducir la brecha de productividad es importante el desarrollo de cadenas productivas que incorporen empresas de diferente tamaño, con especial atención en las mypes, a fin de generar empleos y salarios que reduzcan la heterogeneidad entre los sectores. Una mayor internacionalización de estas empresas contribuye a mejorar la productividad y las condiciones laborales de sus trabajadores (CEPAL, 2019).

Uno de los eslabones de la cadena de valor en los que participan las Mipyme corresponde a la actividad comercial, con una participación de 46.2% sobre el total de Mipyme a nivel nacional. Asimismo, estas empresas mediante las transacciones comerciales con los consumidores son las que agregan un mayor dinamismo a los mercados.

De acuerdo con las cifras del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), entre 2014 y 2018, el crecimiento de la actividad productiva del sector comercio ha sido moderada, habiendo incidido de manera positiva en el crecimiento del Producto Bruto Interno (PBI) nacional. En dicho periodo, el PBI del sector comercio creció a un ritmo de 2.3% en promedio anual, mientras que en el caso del PBI nacional fue de 3.2%.

Gráfico 1

## Evolución del dinamismo del PBI nacional y del sector comercio\*, 2014-2018 (Var.%)



Nota: (\*) A precios constantes de 2007

Fuente: INEI

Elaboración: Produce- Oficina de Estudios Económicos

En este contexto, las Mipyme constituyen un segmento bastante importante y dinámico en cuanto a las tasas de creación y mortandad, ya que estas 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 el Perú, el tejido empresarial formal está conformado en un 99.5% por micro, pequeña y mediana empresa (Mipyme<sup>1</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.

En 2018, a nivel empresarial se contabiliza un total de 1,022,078 empresas Mipyme pertenecientes al sector comercio, que representan el 46.2% del total de empresas formales que operan en el país (2,211,981 empresas). En la actividad comercial, las Mipyme generan alrededor de 2.3 millones de empleos formales, significando ello alrededor del 20% de la Población Económica Activa ocupada a nivel nacional en el sector privado.

La creación de empresas es un indicador del grado de empresarialidad, y es uno de los factores que explican su dinamismo en el mercado. Por ello, con la finalidad de conocer la dinámica de permanencia en el mercado se analiza la tasa de entrada bruta (TEB) y la tasa de salida bruta (TSB)<sup>2</sup> de las empresas.

Las Mipyme del sector comercio, evidencian una tasa de creación o de entrada bruta de empresas de 6% en 2018, siendo mayor en comparación al 2017 (3.4%), lo cual significa que 6 de cada 100 empresas ingresaron al mercado en 2018. Esta mayor tasa de entrada obedece al dinamismo de la actividad comercial, cuyo PBI pasó de 1.3% en 2017 a 2.5% en 2018. Asimismo, las exportaciones y la demanda interna registraron un mayor dinamismo en este año.

En cuanto a la tasa de salida, ésta fue de 2.4% en 2018, ligeramente mayor a la tasa registrada en 2017 (2.1%), tal como se observa en el cuadro 1.

Cuadro 1

### TEB de las Mipyme formales, según sector económico, 2018

	Sector comercio	Nacional	N° Mipyme	Part.%	Tasa 2017	Tasa 2018
Total Mipyme	1,022,078	2,211,981	-			
Empresas nacidas en 2018	-		60,863	43.9	3.4	6.0
Empresas que salieron en 2018	-		24,379	48.7	2.1	2.4

Fuente: Sunat, Registro Único del Contribuyente 2017-2018  
Elaboración: PRODUCE-OEE

Otro enfoque para analizar el dinamismo de las Mipyme del sector comercio es considerar la matriz de transición<sup>3</sup>. En este caso particular, dicha matriz mide la migración de empresas Mipyme de un sector económico a otro en un periodo determinado, ello debido al comportamiento de la actividad productiva que motiva a las empresas a cambiar de giro.

<sup>1</sup> Se denomina Mipyme a aquellas empresas con ventas anuales menores o iguales a 2 300 UITs, según Ley N° 30056.

<sup>2</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.

<sup>3</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 periodo considerado.

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 80% de las empresas se mantuvieron en su mismo sector entre 2008 y 2018. 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 Mipymes existentes en 2008 (2,569), el 5.2% de éstas migraron al sector comercio al 2018, así también, se observa que el 5.7% de las empresas agropecuarias y el 5.1% de las empresas de servicios cambiaron de giro a la actividad comercial.

Cuadro 2

**Matriz de transición de empresas nacidas en 2007 (2008-2018) (En porcentaje)**

En 2018 En 2008	Agropecuario	Pesca	Minería	Manufactura	Construcción	Comercio	Servicio	Total
Agropecuario	86.9	0.0	0.0	2.2	0.0	5.7	5.1	100.0
Pesca	2.0	80.4	0.0	9.8	0.0	2.0	5.9	100.0
Minería	0.0	0.0	83.1	1.3	2.5	2.5	10.6	100.0
Manufactura	0.2	0.0	0.0	90.7	0.4	5.2	3.5	100.0
Construcción	0.1	0.0	0.2	0.9	83.3	3.8	11.7	100.0
Comercio	0.1	0.0	0.1	1.1	0.2	93.9	4.5	100.0
Servicios	0.1	0.0	0.1	1.4	0.9	5.1	92.3	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 2007-2018

Elaboración: PRODUCE-Oficina de Estudios Económicos (OEE)

## Otras variables del sector

### Personal Ocupado

En octubre 2019, el personal ocupado del subsector de comercio interno aumentó en 4.1% interanual. Dicho avance fue resultado de la mayor contratación de personal en las actividades de ferreterías y equipamiento del hogar (7.7%), así como de tiendas por departamento y supermercados (5.8%); sin embargo, hubo una disminución en la actividad de de libros, periódicos y artículos de papelería (-29.7%), y de boticas y farmacias (-0.9%).

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

del personal permanente (-0.6%), debido a la menor contratación de personal en las actividades de boticas y farmacias (-25.4%); mientras que en el personal eventual se registró un incremento de 24.1%, debido al aumento del personal de la actividad de boticas y farmacias (45.6%) y Tiendas por departamento y supermercados (19.9%).

Por tipo de género, la actividad de comercio interno registró un incremento en la contratación de personal, tanto de varones (3.3), y en la de mujeres (4.9%).



## Personal ocupado

Número de personas según grupo y clase CIU (Octubre 2019)

Actividad				Permanentes	Eventuales	Varones	Mujeres
Var. (%) Oct 19/Oct 18		4.1		-0.6	24.1	3.3	4.9
CIU <sup>a/</sup>	Total 2019	113,527	Var.% <sup>1/</sup>	87,612	25,915	54,231	59,296
471	Tiendas por departamento <sup>2/</sup> y supermercados	64,143	5.8	51,034	13,109	33,114	31,029
475	Ferreterías y electrodomésticos	25,331	7.7	24,410	921	15,332	9,999
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	1,574	-29.7	1,085	489	915	659
4772	Boticas y Farmacia	22,479	-0.9	11,083	11,396	4,870	17,609

Notas:

(a) Grupo CIU ( tres dígitos), Clase CIU ( 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 octubre del 2019, el número de locales de tiendas por departamento y de supermercados ascendió a un total de 3,772 tiendas, mayor en 416 locales en comparación al total registrado en octubre del 2018. Ello debido a que en dicho mes aumentó la cantidad de tiendas en las actividades de farmacias y de cuidado personal (242 locales más); en tiendas por departamento y supermercados (162 locales más) y ferreterías y electrodomésticos (21 locales más). Sin embargo, se registró una disminución de locales en la actividad de Libros, periódicos y artículos de papelería (9 locales menos).



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

CIIU <sup>a/</sup>	Actividad	Oct-18	Oct-19	Var. (%) Oct 19/18
471	Tiendas por departamento <sup>1/</sup> y supermercados	622	784	26.0
475	Ferreterías y electrodomésticos	537	558	3.9
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	154	145	-5.8
4772	Boticas y Farmacias	2,043	2,285	11.8

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)

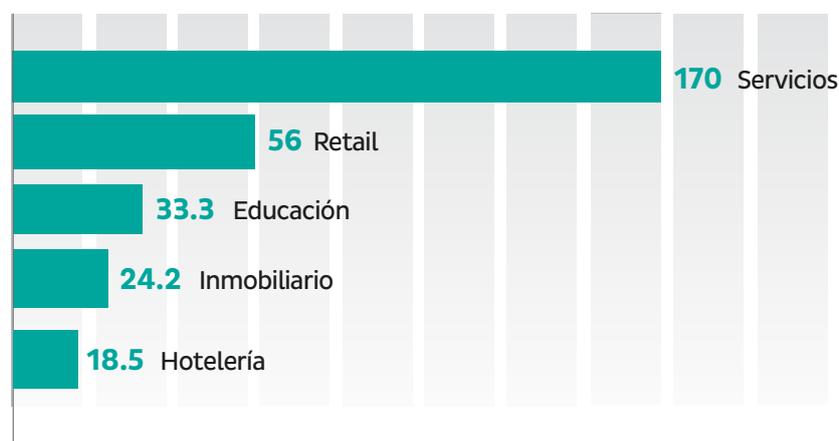
## Proyectos de inversión

En octubre 2019, el monto total por anuncios de inversión ascendió a US\$ 302 millones, de los cuales se estima que en el sector Retail se invertirá US\$ 56 millones, donde la empresa Cinemark invertirá US\$ 23 millones por cada proyecto (uno en Lima y otro en provincia), la misma que se estima concretarse en el año 2021. Por su parte, la empresa Cocinas Ocultas, estima una inversión de entre US\$ 10 y US\$ 15 millones, para implementar 10 propiedades en Lima, con 25 cocinas en cada una, cuya operación se llevaría a cabo a inicios de 2020.



## Anuncios de inversiones Octubre 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