

INFORME TÉCNICO

ESTADÍSTICA MENSUAL DE COMERCIO INTERNO (EMCI) 2016

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. Resolución Ministerial N° 343-2012-PRODUCE, Reglamento de Organización y Funciones del Ministerio de la Producción.
2. Decreto Supremo N° 022-2008-PRODUCE, adecuan denominación del Viceministerio de MYPE e Industria.
3. Decreto Supremo N° 043-2001-PCM Reglamento de Organización y Funciones del Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI.

III. ENTIDAD EJECUTORA

De acuerdo a lo especificado en el Resolución Ministerial N° 343-2012-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 Dirección General de Estudios Económicos, Evaluación y Competitividad 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 como lo es el Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI.

IV. CARACTERÍSTICAS DEL ESTUDIO

4.1 OBJETIVOS

4.1.1 OBJETIVO GENERAL

La Estadística Mensual de Comercio Interno, tiene como objetivo recopilar información básica sobre la evolución de las ventas, el empleo y los inventarios de los grandes almacenes e hipermercados minoristas 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 **"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 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 Almacén o Hipermercado Minorista y Centro Comercial, así mismo que están diseñadas para ofrecer diversos servicios y comodidades que buscan determinar a la gente que permanezca más tiempo.

4.5 MARCO MUESTRAL

El marco muestral está constituido por el directorio de los establecimientos comerciales que se caracterizan por comercializar al menudeo una o varias líneas de productos de consumo a través del sistema de autoservicio.

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 factura y el número de trabajadores de 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 lo cual se ingresaran 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 constituido según:

a) Encuesta de Grandes Almacenes e Hipermercados y Tiendas Especializadas

La muestral está constituido por el directorio de los establecimientos comerciales cumplan con cualquiera 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 252 establecimientos comerciales a nivel nacional.

b) Centros Comerciales

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

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

La muestra es de 16 empresas con 55 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 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 en la 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 Dirección General de Estudios Económicos, Evaluación y Competitividad del Ministerio de la Producción, a través de la **Dirección de Estudios Económicos de MYPE e Industria**.

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 calendario de finalizado el mes solicitado**.

4.10 PRESENTACIÓN DE FORMATOS

Ministerio de la Producción en forma virtual atreves de la web con la respectiva clave asignada, Telefax: 616-2222 anexos 1636-1651.

Asimismo aquellas empresas que no tengan facilidad de acceso a Internet, de manera excepcional y por un tiempo determinado y previa coordinación con la Dirección General de Estudios Económicos, Evaluación y Competitividad Territorial 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 anexos, 1636 y 1651; Regiones: Direcciones Regionales del Produce **Internet:** Con la respectiva clave asignada enviarán electrónicamente Los formatos.

4.11 PROCESAMIENTO Y RESULTADOS

El procesamiento y resultados de la Estadística Mensual de Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Tiendas especializadas. Centros Comerciales –EMCI; 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 Dirección General de Estudios Económicos, Evaluación y Competitividad Territorial del Ministerio de la Producción.

4.12 CRONOGRAMA DE PRESENTACION

La presentación de la Estadística Mensual de Grandes Almacenes Hipermercado Minorista será en los primeros (10) días de cada mes de acuerdo al cronograma.

CRONOGRAMA DE PRESENTACION DE LA ENCUESTA DE COMERCIO INTERNO:2016			
VENCIMIENTO: 10 DÁS HABLES			
ENERO	2016	12 DE FEBRERO	2016
FEBRERO	2016	14 DE MARZO	2016
MARZO	2016	14 DE ABRIL	2016
ABRIL	2016	13 DE MAYO	2016
MAYO	2016	14 DE JUNIO	2016
JUNIO	2016	14 DE JULIO	2016
JULIO	2016	12 DE AGOSTO	2016
AGOSTO	2016	14 DE SETIEMBRE	2016
SEPTIEMBRE	2016	14 DE OCTUBRE	2016
OCTUBRE	2016	15 DE NOVIEMBRE	2016
NOVIEMBRE	2016	15 DE DICIEMBRE	2016
DICIEMBRE	2016	13 DE ENERO	2017