

Perú: Características Económicas y Financieras de las Empresas Comerciales

Resultados de la Encuesta Económica Anual 2016
(Ejercicio Económico 2015)



CRÉDITOS

Dirección Ejecutiva de Censos y Encuestas de Empresas y Establecimientos

Jefe del INEI

Dr. Aníbal Sánchez Aguilar

Director Nacional de la Dirección Nacional de Censos y Encuestas

Gaspar Morán Flores

Director Adjunto de la Dirección Nacional de Censos y Encuestas

Arturo Arias Chumpitaz

Director Ejecutivo:

Jose Luis Huertas Chumbes

Director:

Fredy Marengo Cáceres

Elaboración y coordinación:

Yessica Maria Panuera Moreno

Carmen Ismelda Ñique Chacón

Heidy Grecia Achahui Quispe

Asesor:

Raúl Enrique Lozan Cangalaya

Soporte Informático:

Monica Luz Asca Gutierrez

Personal de la Dirección Ejecutiva de Censos y Encuestas de Empresas y Establecimientos:

Almeyda Castro Juana Liliana

Alvarado Cabrera Zoraida Gissell

Angulo Botiquín Edith Beatriz

Asurza Olaechea Máximo Edison

Díaz Mora Héctor Danilo

Gonzales Plasencia Carmen Rosa

Herrera Yarihuamán Noemí Estela

Labrín Vargas Carla Susana

Martínez Ordinola Vilma

Montes Carlo Yianina

Tippe Campos Jorge

Vega Vásquez Neptalí Mario

Velasque Ramirez José

Vílchez Sánchez Leonel

Edición y diseño:

César Zambrano Durán

Diseño de carátula:

César Zambrano Durán

Presentación

El Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), en su condición de órgano rector del Sistema Estadístico Nacional, pone a disposición de las instituciones públicas, privadas y usuarios en general, el documento **“Perú: Características Económicas y Financieras de las Empresas Comerciales, 2015”**, elaborado con información proveniente de la Encuesta Económica Anual 2016 (Ejercicio Económico 2015). Esta investigación es ejecutada por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) y las Oficinas Sectoriales del Sistema Estadístico Nacional (SEN).

La Encuesta Económica Anual tiene por finalidad proporcionar información, clasificada por actividad económica, sobre las características de las unidades económicas del país, tales como: Ventas anuales, número de trabajadores, remuneraciones, egresos, inversión, valor agregado, estado de situación financiera, estado de resultados por naturaleza, movimiento de activo fijo y depreciación, impuestos, existencias, volúmenes producidos, costos de producción, entre otros.

La actividad de comercio permite conocer la distribución de los bienes a los consumidores en sus diferentes canales y la competitividad de las empresas productoras. Es una de las actividades que genera empleo en todos los niveles socioeconómicos, así como mayores ingresos fiscales al país.

El documento contiene cuatro capítulos. El primero, presenta información de las características de las Empresas Comerciales según segmento empresarial, actividad económica, organización jurídica, año de inicio de operaciones y rango de personal ocupado. El segundo capítulo presenta el análisis de las Empresas Mayoristas y Minoristas. El tercero ofrece las características económicas de los Supermercados, el cuarto y último capítulo está referido a indicadores económicos y financieros, información que permite completar el análisis integral de las empresas comerciales. Asimismo, se acompaña el documento con los Anexos; Ficha Técnica, donde se presenta los aspectos metodológicos de la Encuesta Económica Anual, el Glosario de Términos y el Cuestionario del Sector Comercio.

El Instituto Nacional de Estadística e Informática expresa su agradecimiento a las empresas que participaron en la Encuesta Económica Anual 2016, quienes con su valiosa información han permitido elaborar este documento.

Lima, setiembre 2017

Instituto Nacional de Estadística e Informática

Contenido

Resumen Ejecutivo.....	9
I. Información de las Empresas Comerciales.....	21
1.1 Características de las empresas comerciales.....	21
1.1.1 Empresas comerciales según segmento empresarial.....	21
1.1.2 Empresas comerciales según actividad económica.....	21
1.1.3 Empresas comerciales según organización jurídica.....	22
1.1.4 Empresas comerciales según año de inicio de operación.....	23
1.1.5 Empresas comerciales según rango de personal ocupado.....	24
1.2 Ventas netas de las empresas comerciales.....	25
1.2.1 Ventas netas según actividad económica.....	25
1.2.2 Ventas netas según organización jurídica.....	26
1.2.3 Ventas netas según rango de personal ocupado.....	27
1.3 Compra de mercadería de las empresas comerciales.....	28
1.3.1 Compra de mercadería según actividad económica.....	28
1.3.2 Compra de mercadería según organización jurídica.....	30
1.4 Ingresos netos de las empresas comerciales.....	31
1.4.1 Ingresos netos según actividad económica.....	31
1.4.2 Ingresos netos según organización jurídica.....	32
1.4.3 Ingresos netos según rango de personal ocupado.....	34
1.5 Egresos de las empresas comerciales.....	34
1.5.1 Egresos según actividad económica.....	35
1.5.2 Egresos según organización jurídica.....	36
1.5.3 Egresos según rango de personal ocupado.....	37
1.6 Inversión de las empresas comerciales.....	39
1.6.1 Inversión según actividad económica.....	39
1.6.2 Inversión según organización jurídica.....	41
1.6.3 Inversión según rango de personal ocupado.....	42
1.7 Generación de empleo en las empresas comerciales.....	43
1.7.1 Personal ocupado según actividad económica.....	43
1.7.2 Personal ocupado según organización jurídica.....	45
1.7.3 Personal ocupado según rango de personal.....	46
1.7.4 Personal ocupado por sexo.....	47
1.7.5 Personal ocupado por sexo y según actividad económica.....	49
1.7.6 Personal ocupado por sexo y según organización jurídica.....	50
1.7.7 Personal ocupado por sexo y según rango de personal ocupado.....	51
1.8 Remuneraciones pagadas por las empresas comerciales.....	52
1.8.1 Remuneraciones según actividad económica.....	53
1.8.2 Remuneraciones según organización jurídica.....	54
1.8.3 Remuneraciones según rango de personal ocupado.....	55

II. Características de las Empresas Mayoristas y Minoristas.....	61
2.1 Características de las empresas mayoristas.....	61
2.1.1 Número de empresas comerciales mayoristas.....	61
2.1.2 Ventas netas de las empresas comerciales mayoristas.....	61
2.1.3 Compra de mercadería de las empresas comerciales mayoristas.....	62
2.1.4 Ingresos de las empresas comerciales mayoristas.....	63
2.1.5 Egresos de las empresas comerciales mayoristas.....	64
2.1.6 Inversión de las empresas comerciales mayoristas.....	65
2.1.7 Generación de empleo en las empresas comerciales mayoristas.....	66
2.1.8 Remuneraciones pagadas por las empresas comerciales mayoristas.....	67
2.2 Características de las empresas minoristas.....	68
2.2.1 Números de empresas comerciales minoristas.....	68
2.2.2 Ventas netas de las empresas comerciales minoristas.....	69
2.2.3 Compras de mercadería de las empresas comerciales minoristas.....	70
2.2.4 Ingresos de las empresas comerciales minoristas.....	71
2.2.5 Egresos de las empresas comerciales minoristas.....	72
2.2.6 Inversión de las empresas comerciales minoristas.....	73
2.2.7 Generación de empleo en las empresas comerciales minoristas.....	74
2.2.8 Remuneraciones pagadas por las empresas comerciales minoristas.....	75
III. Características económicas de los supermercados.....	79
3.1 Evolución de las cadenas de los supermercados.....	79
3.2 Número de establecimientos de supermercados según departamento.....	79
3.3 Ventas anuales de supermercados.....	80
3.4 Personal Ocupado de los supermercados.....	80
3.5 Remuneraciones pagadas por los supermercados.....	81
3.6 Inversión de los supermercados.....	82
3.7 Ingresos de los supermercados.....	82
3.8 Egresos de los supermercados.....	83
IV. Indicadores Económicos y Financieros.....	87
4.1 Indicadores de actividad económica.....	87
4.2 Grandes Empresas Comerciales: Indicadores Financieros.....	92
4.2.1 Ratios de Rentabilidad.....	92
4.2.2 Ratios de liquidez.....	94
4.2.3 Ratios de Gestión.....	95
4.2.4 Ratios de solvencia financiera.....	97
Anexo 1: Ficha Técnica.....	101
Anexo 2: Glosario de términos.....	115
Anexo 3: Formularios	
Cuadros estadísticos (Ver CD rom)	

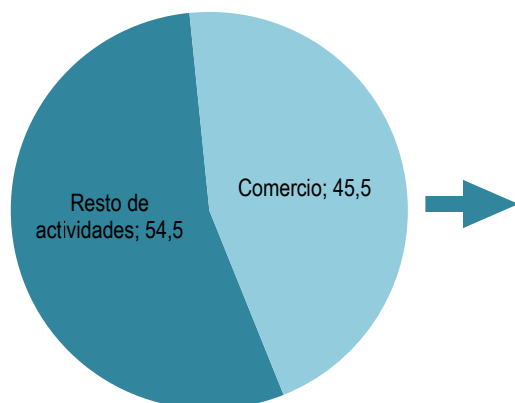
Resumen Ejecutivo



Resumen Ejecutivo

- En el año 2015, el Directorio Central de Empresas y Establecimientos registró 2 millones 42 mil 992 empresas, de las cuales el 45,5% se dedicaron a actividades comerciales realizando la compra y venta de bienes sea para su uso, venta o transformación. Las grandes, medianas y pequeñas empresas comerciales representan el 4,2% del total de empresas dedicadas a la actividad económica de comercio.

PERÚ: EMPRESAS, SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA, 2015
(Distribución porcentual)

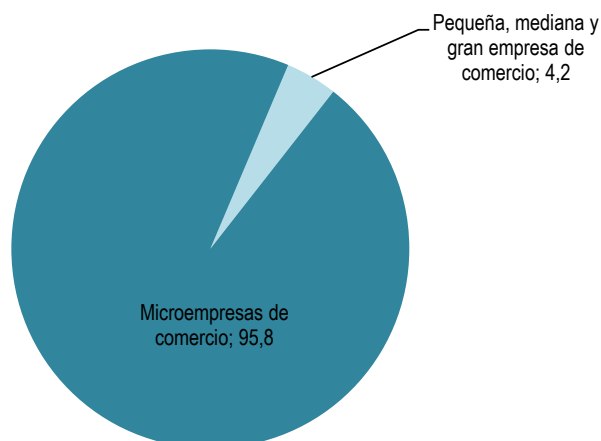


Total:

2 millones 42 mil 992 unidades económicas.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Directorio Central de Empresas y Establecimientos 2015.

PERÚ: EMPRESAS COMERCIALES, SEGÚN SEGMENTO EMPRESARIAL, 2015
(Distribución porcentual)



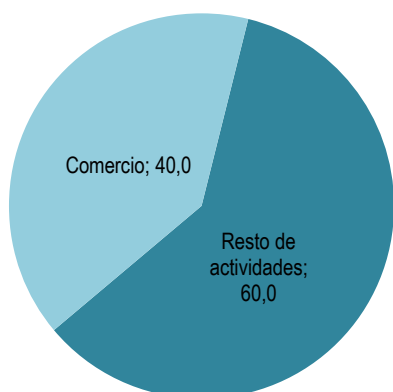
Total:

929 mil 231 unidades económicas.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Directorio Central de Empresas y Establecimientos 2015.

- La Encuesta Económica Anual que ejecuta el Instituto Nacional de Estadística e Informática investiga a las grandes, medianas y pequeñas empresas. En el año 2015 se registró 76 mil 886 empresas, de las cuales el 40,0% realizaron actividades comerciales. Por otra parte, del total de las ventas generadas por todas las actividades económicas, el 37,4% lo generaron las empresas comerciales, y estas a su vez, contribuyeron con el 20,0% del total del empleo.

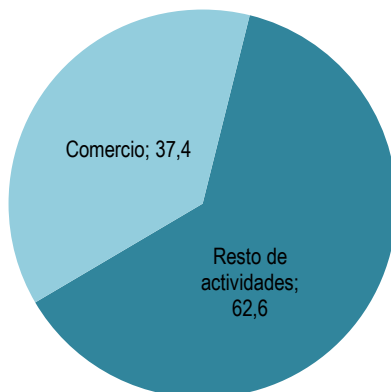
Unidades económicas
(Distribución porcentual)



Total:

76 mil 886 unidades económicas.

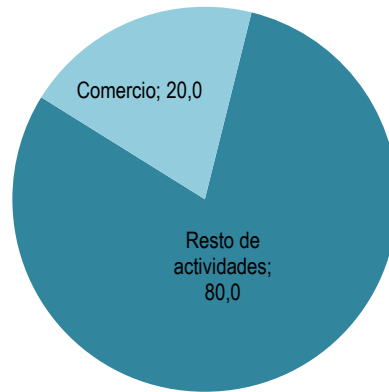
Ventas netas
(Distribución porcentual)



Total:

731 mil 203 millones de soles.

Empleo
(Distribución porcentual)



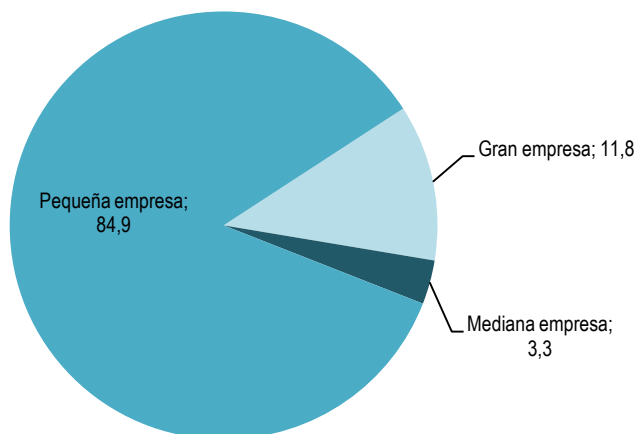
Total:

3 millones 248 mil 339 empleos.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

3 . En el año 2015, se reportaron 30 mil 779 empresas comerciales¹ con ventas netas anuales mayores a 577 mil 500 soles (150 UIT)², de las cuales el 84,9% se encuentran clasificadas como pequeña empresa, el 11,8% en la gran empresa y el 3,3% en la mediana empresa.

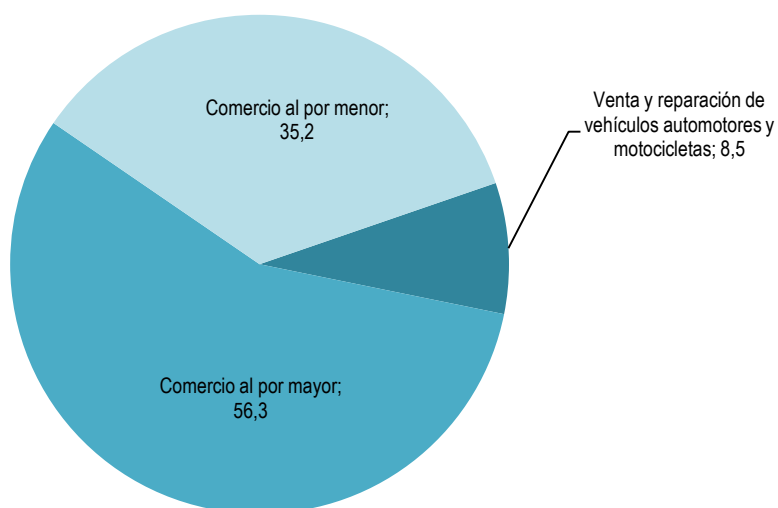
PERÚ: EMPRESAS COMERCIALES, SEGÚN SEGMENTO EMPRESARIAL, 2015
(Distribución porcentual)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

4 . El 56,3% de las empresas comerciales se dedicaron al comercio al por mayor, el 35,2% al comercio al por menor y el 8,5% a la venta y reparación de vehículos automotores y motocicletas.

PERÚ: EMPRESAS COMERCIALES, SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA, 2015
(Distribución porcentual)



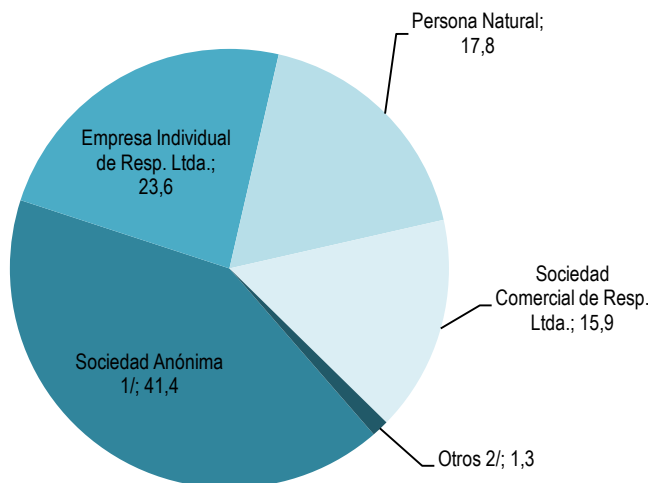
Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

¹ Se considera la sección G de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme revisión 4.

² En el año 2015 la UIT es igual a 3 850 soles.

5 . Según la forma de organización jurídica, el 41,4% de las empresas comerciales se encontraron organizadas como sociedades anónimas, el 23,6% como empresa individual de responsabilidad limitada, el 17,8% como persona natural y el 15,9% como sociedad comercial de responsabilidad limitada.

PERÚ: EMPRESAS COMERCIALES, SEGÚN ORGANIZACIÓN JURÍDICA, 2015
(Distribución porcentual)



1/ Incluye sociedad anónima, sociedad anónima abierta y sociedad anónima cerrada.

2/ Incluye sociedad en comandita por acciones, sociedad colectiva, sociedad civil, asociación, cooperativa, fundaciones, instituciones y otros

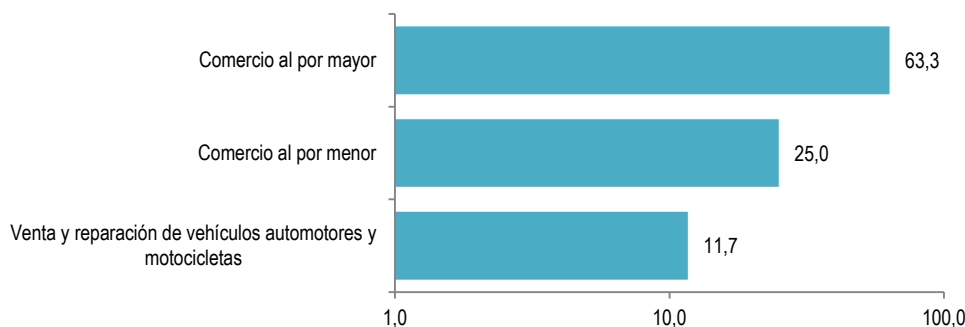
Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

6 . El 32,0% de las empresas comerciales se encontraron ubicadas en el departamento de Lima, es decir, 3 de cada 10 empresas comerciales, con ventas netas mayores a 577 mil 500 soles (150 UIT) realizaron sus actividades en Lima, lo que demuestra el grado de concentración de la actividad comercial en la capital del país.

Ventas netas e inversiones

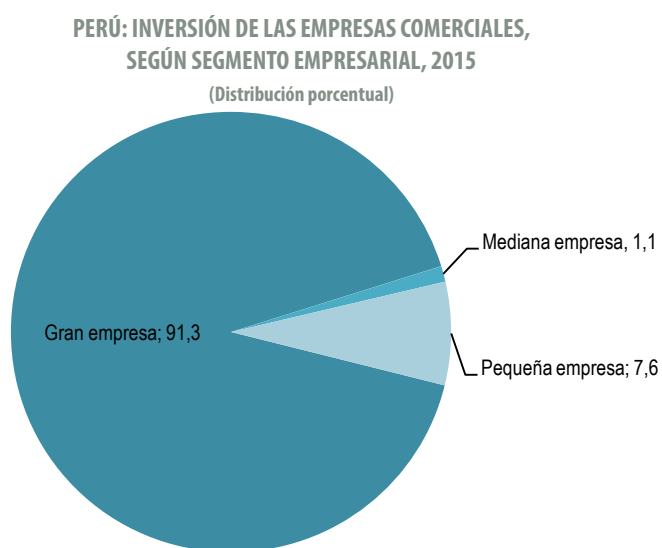
7 . En el año 2015, las ventas netas de las empresas comerciales ascendieron a 273 mil 331 millones de soles, siendo las empresas dedicadas al comercio al por mayor (alimentos, combustibles, materiales de construcción, metales y minerales metalíferos, maquinarias y materiales de construcción y ferreterías) las que generaron el mayor monto de venta con el 63,3% del total, seguido de las empresas de comercio al por menor (grifos, farmacias, supermercados y tiendas por departamentos) con el 25,0% y las empresas dedicadas a la venta y reparación de vehículos automotores y motocicletas con el 11,7%.

PERÚ: VENTAS NETAS DE LAS EMPRESAS COMERCIALES, SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA, 2015
(Distribución porcentual)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

8 . Los resultados de la Encuesta Económica Anual 2016 muestran que en el año 2015, las empresas comerciales realizaron inversiones en activos fijos (construcción o fabricación propia, compras de maquinaria y equipo) por 11 mil 654 millones de soles, de los cuales el 91,3% lo realizó la gran empresa, el 7,6% la pequeña empresa y el 1,1% la mediana empresa.



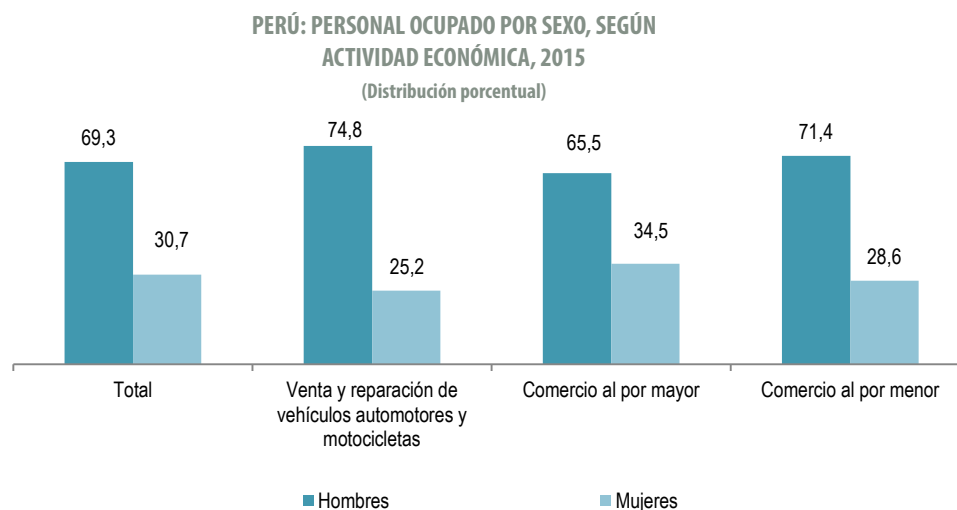
Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

Personal ocupado

9 . En el año 2015, las grandes, medianas y pequeñas empresas comerciales generaron empleo directo a 650 mil 146 trabajadores, de los cuales el 75,7% lo ofertó la gran empresa, el 22,0% la pequeña empresa y el 2,3% la mediana empresa.

10. Del total de empleo generado por las empresas comerciales, el 53,1% fueron ocupados por las empresas dedicadas al comercio al por menor, seguido por el comercio al por mayor (40,0%), y en menor proporción la venta y reparación de vehículos automotores y motocicletas (6,9%).

11. El 69,3% del personal ocupado por las empresas comerciales fueron cubiertos por hombres y el 30,7% por mujeres. Esta distribución fue similar por segmento empresarial. Cuando se mide por actividad económica, el mayor número de empleo ocupado por mujeres se encuentra en el comercio por mayor con el 34,5%.

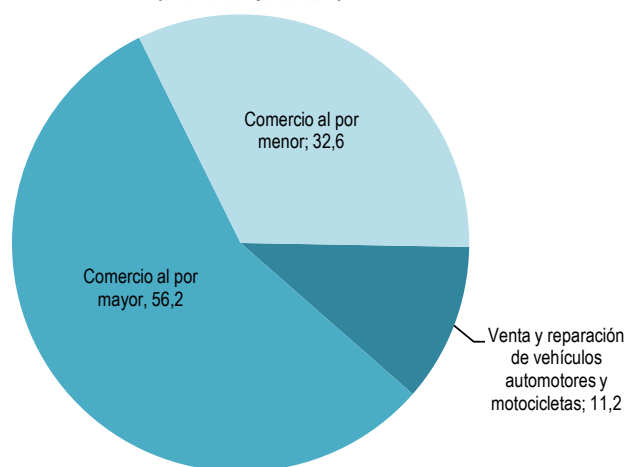


Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

Remuneraciones

12. En el año 2015, el pago del factor trabajo realizado por las empresas comerciales ascendió a 16 mil 130 millones de soles, donde el 83,2% correspondió a la gran empresa, el 15,0% la pequeña empresa y el 1,8% la mediana empresa.
13. Por actividad económica, las empresas de comercio al por mayor (maquinarias, enseres domésticos, alimentos y materiales de construcción y ferreterías) concentraron el 56,2% de las remuneraciones pagadas totales, le siguen las empresas de comercio al por menor (destacando comercio de productos farmacéuticos, supermercados, grifos y enseres domésticos) con el 32,6% y las empresas de venta y reparación de vehículos automotores y motocicletas con el 11,2%.

PERÚ: REMUNERACIONES PAGADAS, SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA, 2015
(Distribución porcentual)

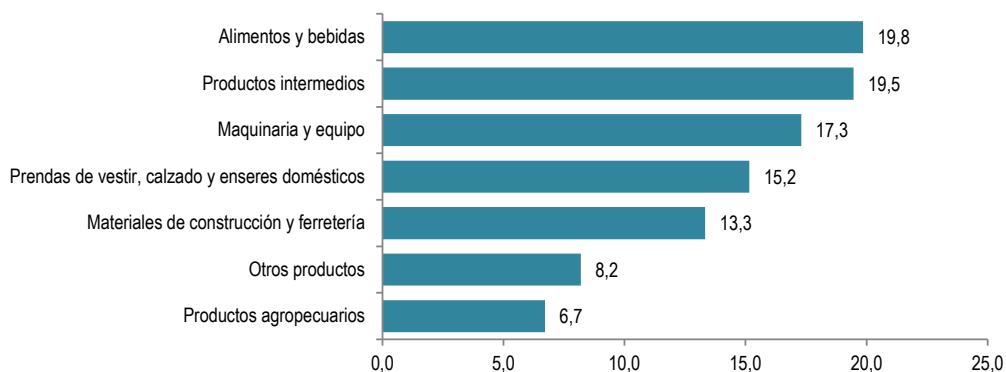


Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

Empresas mayoristas

14. Del total de empresas comerciales mayoristas, el 28,0% se dedicaron al comercio de alimentos y bebidas, el 18,1% al comercio de materiales de construcción y ferretería, el 15,0% al comercio de maquinarias y equipos, y el 14,7% al comercio de prendas de vestir, calzado y enseres domésticos.
15. El 19,8% de las ventas netas de las empresas de comercio al por mayor fue realizado por las empresas dedicadas a la venta de alimentos y bebidas y el 19,5% a la venta de productos intermedios (combustibles, metales y minerales metalíferos, sustancias y productos químicos, desperdicios, chatarra para el reciclaje).

PERÚ: VENTAS NETAS DE LAS EMPRESAS COMERCIALES MAYORISTAS, SEGÚN PRODUCTOS, 2015
(Distribución porcentual)



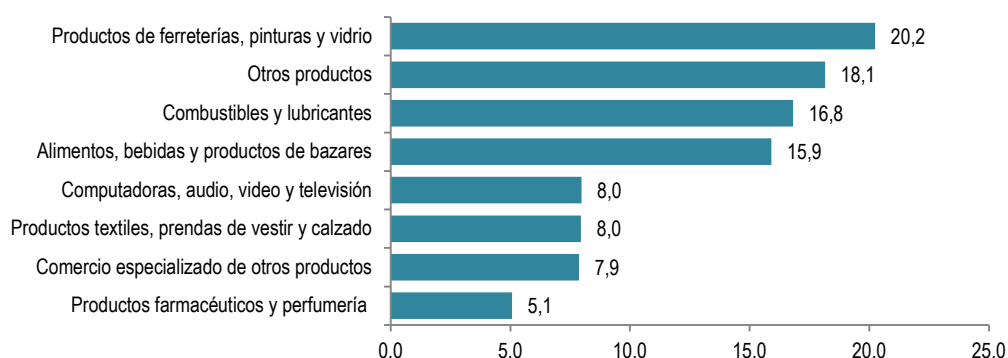
Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

Empresas minoristas

16. Del total de empresas comerciales minoristas, el 20,2% se dedicaron al comercio de productos de ferreterías, pinturas y vidrio, el 18,1 pertenecieron al comercio de otros productos, el 16,8% al comercio de combustibles y lubricantes, finalmente el 15,9% se dedicaron al rubro de alimentos, bebidas y productos de bazares, entre los principales.

PERÚ: EMPRESAS COMERCIALES MINORISTAS, SEGÚN PRODUCTOS, 2015

(Distribución porcentual)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

17. El 32,0% de las ventas netas de las empresas de comercio al por menor lo generaron las empresas de alimento, bebidas y productos de bazares, el 20,2% las unidades económicas de comercio de combustible y lubricantes, el 13,9% las empresas dedicadas a la venta de productos farmacéuticos y lubricantes y el 10,2% a la venta de otros productos.

PERÚ: VENTAS NETAS DE LAS EMPRESAS COMERCIALES MINORISTAS, SEGÚN PRODUCTOS, 2015

(Distribución porcentual)

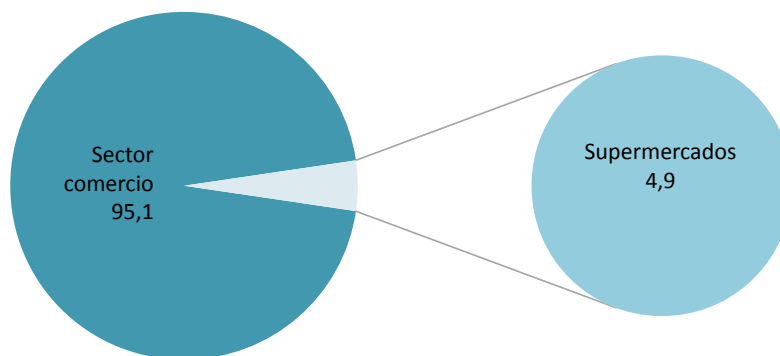


Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

Supermercados

18. En el año 2015, el número de establecimientos de supermercados ascendió a 321, presentando una variación positiva de 21,1% con respecto al año anterior. El mayor número de establecimientos se concentra en la región de Lima Metropolitana con 217 supermercados.
19. En el año 2015, las ventas anuales de los supermercados ascendieron a 13 mil 413 millones de soles, que representó el 4,9% de las ventas anuales del sector comercio.

PERÚ: VENTAS NETAS DE SUPERMERCADOS, 2015
(Distribución porcentual)

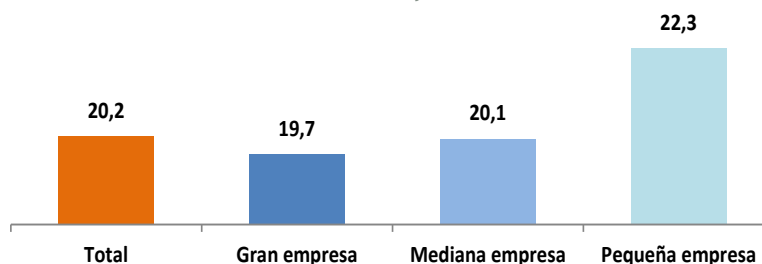


Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

Indicadores económicos y financieros

20. En el año 2015, el margen comercial, que mide la producción de las empresas comerciales, fue de 20,2%; en la pequeña empresa 22,3%, en la mediana empresa 20,1% y en la gran empresa el margen comercial fue 19,7%.

PERÚ: MARGEN COMERCIAL DE LAS EMPRESAS COMERCIALES, SEGÚN SEGMENTO EMPRESARIAL, 2015
(Porcentaje)

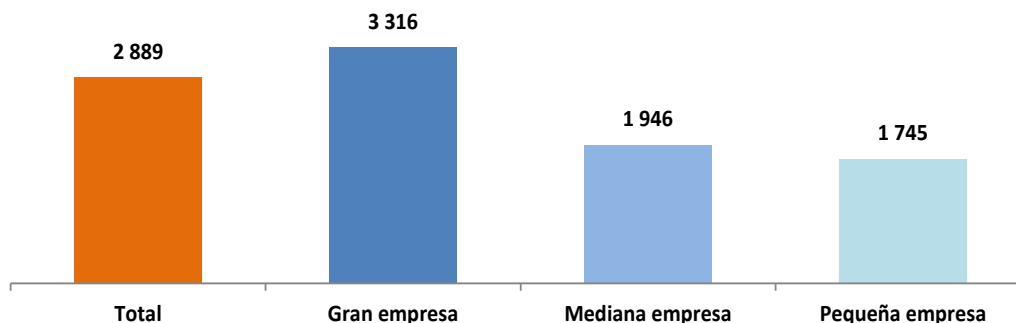


Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

21. En el año 2015, la productividad del trabajo que mide la proporción del valor agregado producido por cada persona ocupada fue de 56,7, es decir, en promedio, el valor agregado anual generado por cada persona ocupada fue de 56,7 mil soles.

22. La remuneración promedio mensual fue de 2 mil 889 soles. Medida por segmento empresarial las grandes empresas pagaron en promedio 3 mil 316 soles mensuales, las medianas empresas 1 mil 946 soles mensuales y las pequeñas empresas 1 mil 745 soles mensuales.

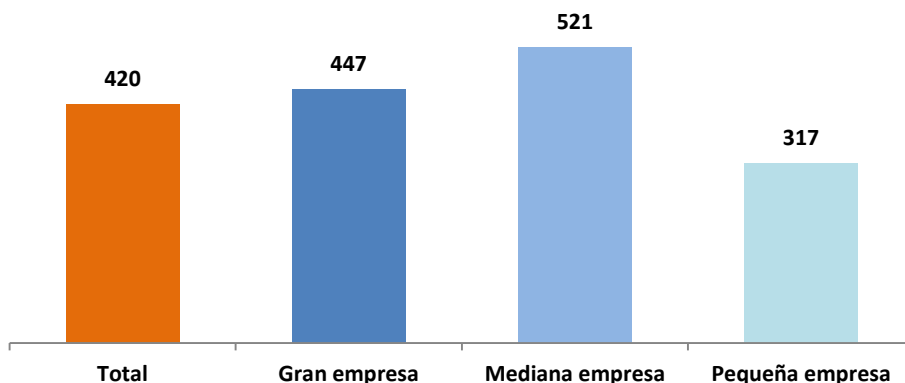
PERÚ: REMUNERACIÓN PROMEDIO MENSUAL DE LAS EMPRESAS COMERCIALES, SEGÚN SEGMENTO EMPRESARIAL, 2015
(Soles)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

23. En las empresas comerciales, cada persona ocupada generó en promedio ventas por un valor de 420 mil soles al año. El mayor nivel de ventas por persona ocupada en la actividad comercial se registró en las medianas empresas, con ventas de 521 mil soles.

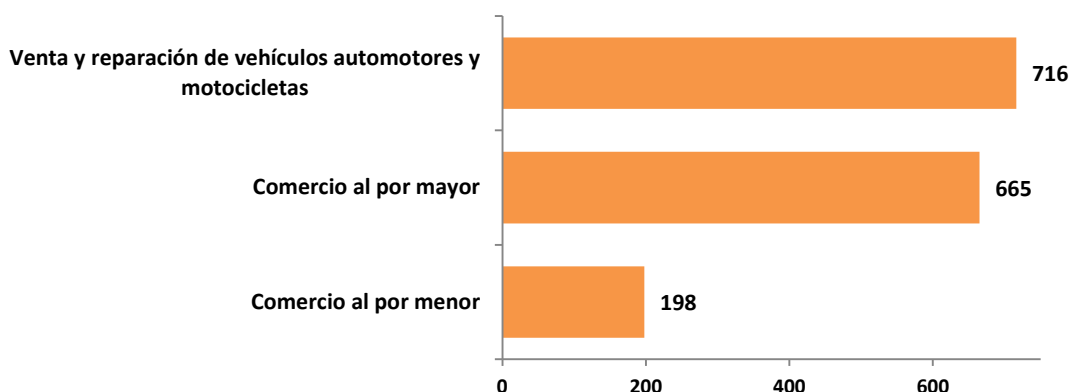
PERÚ: VENTAS NETAS POR PERSONAL OCUPADO DE LAS EMPRESAS COMERCIALES, SEGÚN SEGMENTO EMPRESARIAL, 2015
(Miles de soles)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

24. El coeficiente técnico muestra qué porcentaje de la producción representan los suministros y servicios utilizados. Este indicador permite conocer la eficiencia de la empresa en el uso de los suministros para la comercialización de los bienes. En el año 2015, el coeficiente técnico fue de 41,5%, es decir, por cada sol de producción se necesitó 0.42 soles en bienes y servicios utilizados para la comercialización de los productos.
25. Las ventas netas por cada trabajador en la actividad de venta y reparación de vehículos automotores y motocicletas alcanzó 716 mil soles, el comercio al por mayor fue de 665 mil soles y en el comercio al por menor fue de 198 mil soles.

PERÚ: VENTAS NETAS POR PERSONAL OCUPADO DE LAS EMPRESAS COMERCIALES, SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA, 2015
(Miles de soles)

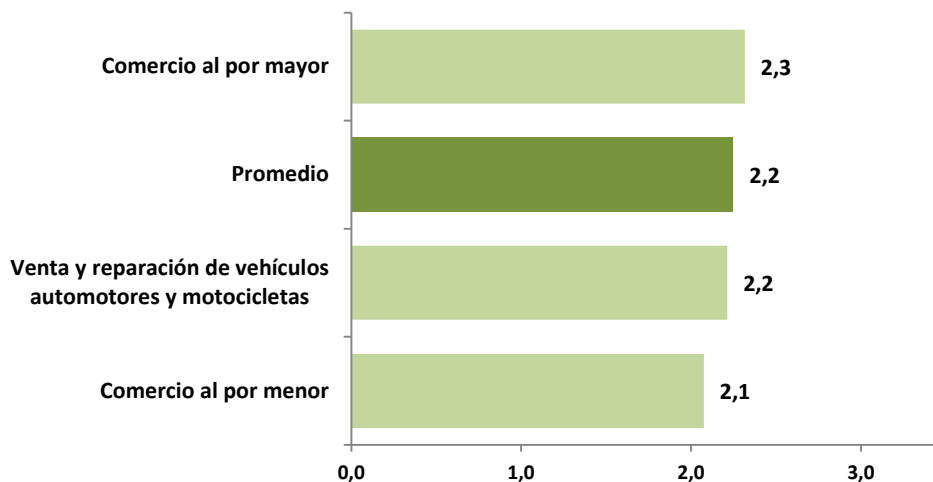


Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

26. En el año 2015, el margen comercial sobre las ventas en las grandes empresas comerciales fue en promedio 2,2%, significa que, por cada 1000 soles de venta de mercaderías se generó una ganancia de 22 soles. Esta rentabilidad fue mayor en las empresas dedicadas al comercio al por menor (2,1%), le siguen las empresas dedicadas a ventas y reparación de vehículos automotores y motocicletas (2,2%) y comercio al por mayor (2,3%).

PERÚ: MARGEN COMERCIAL SOBRE VENTAS DE LAS GRANDES EMPRESAS COMERCIALES, SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA, 2015

(Porcentaje)

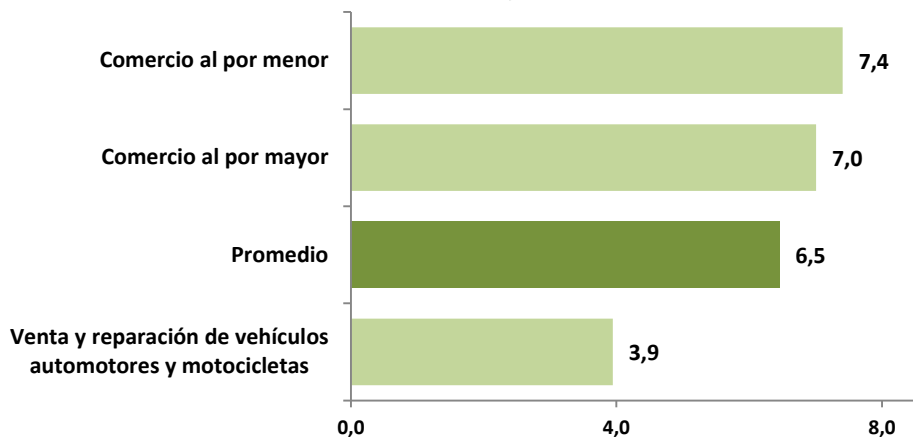


Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

27. En el año 2015, las grandes empresas comerciales obtuvieron una rotación de existencias promedio de 6,5, es decir, las existencias se renovaron siete veces en promedio.

PERÚ: ROTACIÓN DE EXISTENCIAS DE LAS GRANDES EMPRESAS COMERCIALES, SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA, 2015

(Porcentaje)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

I. Información de las Empresas Comerciales



I. Información de las Empresas Comerciales

1.1 Características de las empresas comerciales

1.1.1 Empresas comerciales según segmento empresarial

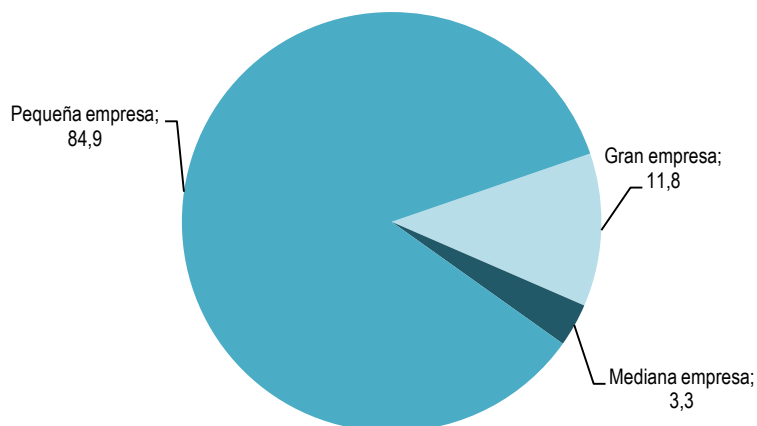
Según los resultados de la Encuesta Económica Anual 2016, en el año 2015 funcionaban en el país 30 mil 779 grandes, medianas y pequeñas empresas comerciales con ventas netas anuales mayores a 577 mil 500 soles (150 UIT). Según el segmento empresarial, 26 mil 126 empresas comerciales pertenecieron al segmento de pequeña empresa (84,9%), 3 mil 631 a la gran empresa (11,8%) y 1 mil 22 mediana empresa (3,3%).

CUADRO N° 1.1
PERÚ: EMPRESAS COMERCIALES, SEGÚN SEGMENTO EMPRESARIAL, 2015

Segmento empresarial	Absoluto	%
Total	30 779	100,0
Gran empresa	3 631	11,8
Mediana empresa	1 022	3,3
Pequeña empresa	26 126	84,9

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

GRÁFICO N° 1.1
PERÚ: EMPRESAS COMERCIALES, SEGÚN
SEGMENTO EMPRESARIAL, 2015
(Distribución porcentual)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

1.1.2 Empresas comerciales según actividad económica

Según la actividad económica, el 56,3% de las empresas comerciales realizaron venta de productos al por mayor, siendo la actividad más representativa a nivel nacional. Las empresas que realizaron venta de productos al por menor representaron el 35,2%, en tanto que, las empresas que se dedicaron a la venta y reparación de vehículos automotores y motocicletas constituyen el 8,5% del total.

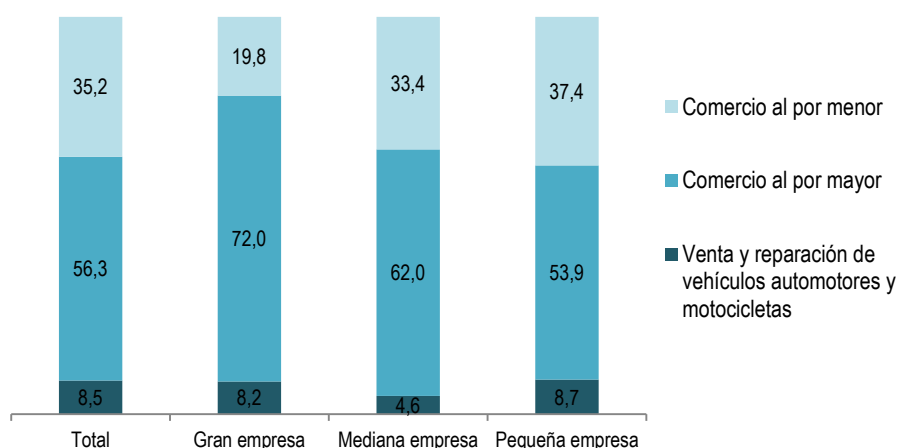
CUADRO N° 1.2
PERÚ: EMPRESAS COMERCIALES POR SEGMENTO EMPRESARIAL, SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA, 2015

Actividad económica	Total		Gran empresa		Mediana empresa		Pequeña empresa	
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
Total	30 779	100,0	3 631	100,0	1 022	100,0	26 126	100,0
Venta y reparación de vehículos automotores y motocicletas	2 614	8,5	299	8,2	47	4,6	2 268	8,7
Comercio al por mayor	17 345	56,3	2 613	72,0	634	62,0	14 098	53,9
Comercio al por menor	10 820	35,2	719	19,8	341	33,4	9 760	37,4

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

Según el segmento empresarial, en la gran empresa, el 72,0% realizó actividad de comercio al por mayor, el 19,8% comercio al por menor y el 8,2% venta y reparación de vehículos automotores y motocicletas. Este orden de importancia se mantiene para la mediana y pequeña empresa.

GRÁFICO N° 1.2
PERÚ: EMPRESAS COMERCIALES POR ACTIVIDAD ECONÓMICA,
SEGÚN SEGMENTO EMPRESARIAL, 2015
(Distribución porcentual)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

1.1.3 Empresas comerciales según organización jurídica

Según la forma como se encuentran organizadas las empresas comerciales, se observó que la mayor parte de las empresas fueron constituidas como sociedades anónimas concentrando el 41,4%, es decir, de cada diez empresas con ventas netas mayores a 577 mil 500 soles (150 UIT) cuatro se registraron como sociedad anónima, por otra lado, el 23,6% operaron bajo la modalidad de empresas individuales de responsabilidad limitada, el 15,9% como sociedad comercial de responsabilidad limitada y el 17,8% como persona natural.

CUADRO N° 1.3
PERÚ: EMPRESAS COMERCIALES POR SEGMENTO EMPRESARIAL, SEGÚN ORGANIZACIÓN JURÍDICA, 2015

Organización jurídica	Total		Gran empresa		Mediana empresa		Pequeña empresa	
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
Total	30 779	100,0	3 631	100,0	1 022	100,0	26 126	100,0
Persona Natural	5 492	17,8	87	2,4	149	14,6	5 256	20,1
Sociedad Anónima 1/	12 751	41,4	2 697	74,3	340	33,2	9 714	37,2
Sociedad Comercial de Resp. Ltda.	4 889	15,9	447	12,3	176	17,3	4 266	16,3
Empresa Individual de Resp. Ltda.	7 255	23,6	339	9,3	357	34,9	6 559	25,1
Otros 2/	392	1,3	61	1,7	0	0,0	331	1,3

1/ Incluye sociedad anónima, sociedad anónima abierta y sociedad anónima cerrada.

2/ Incluye sociedad en comandita por acciones, sociedad colectiva, sociedad civil, asociación, cooperativa, fundaciones, instituciones y otros.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

De las empresas organizadas como sociedad anónima, se observó que el 76,1% corresponde a empresas clasificadas como pequeñas empresas, seguida de la gran empresa (21,2%) y la mediana empresa (2,7%).

CUADRO N° 1.4
PERÚ: EMPRESAS COMERCIALES POR SEGMENTO EMPRESARIAL, SEGÚN ORGANIZACIÓN JURÍDICA, 2015

Organización jurídica	Total		Gran empresa		Mediana empresa		Pequeña empresa	
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
Total	30 779	100,0	3 631	11,8	1 022	3,3	26 126	84,9
Persona Natural	5 492	100,0	87	1,6	149	2,7	5 256	95,7
Sociedad Anónima 1/	12 751	100,0	2 697	21,2	340	2,7	9 714	76,1
Sociedad Comercial de Resp. Ltda.	4 889	100,0	447	9,1	176	3,6	4 266	87,3
Empresa Individual de Resp. Ltda.	7 255	100,0	339	4,7	357	4,9	6 559	90,4
Otros 2/	392	100,0	61	15,6	0	0,0	331	84,4

1/ Incluye sociedad anónima, sociedad anónima abierta y sociedad anónima cerrada.

2/ Incluye sociedad en comandita por acciones, sociedad colectiva, sociedad civil, asociación, cooperativa, fundaciones, instituciones y otros.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

En las unidades empresariales organizadas como persona natural, el 95,7% pertenecieron al segmento de pequeña empresa, el 2,7% a la mediana empresa y el 1,6% a la gran empresa.

1.1.4 Empresas comerciales según año de inicio de operación

El año de inicio indica la longevidad de las empresas. Según los resultados de la Encuesta Económica Anual 2016, el 38,6% de las empresas comerciales iniciaron operación entre los años 2010 al 2015, el 30,6% entre el 2005 al 2009, el 13,6% entre los años 2000 al 2004, el 7,9% entre el periodo de 1995 a 1999 y el 9,3% antes de 1995.

CUADRO N° 1.5
PERÚ: EMPRESAS COMERCIALES POR SEGMENTO EMPRESARIAL, SEGÚN ORGANIZACIÓN JURÍDICA, 2015

Año de inicio	Total		Gran empresa		Mediana empresa		Pequeña empresa	
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
Total	30 779	100,0	3 631	100,0	1 022	100,0	26 126	100,0
Antes de 1995	2 861	9,3	670	18,5	178	17,5	2 013	7,7
De 1995 a 1999	2 414	7,9	620	17,1	101	9,8	1 693	6,5
De 2000 a 2004	4 201	13,6	651	17,9	190	18,6	3 360	12,9
De 2005 a 2009	9 421	30,6	851	23,4	230	22,5	8 340	31,9
De 2010 a 2015	11 882	38,6	839	23,1	323	31,6	10 720	41,0

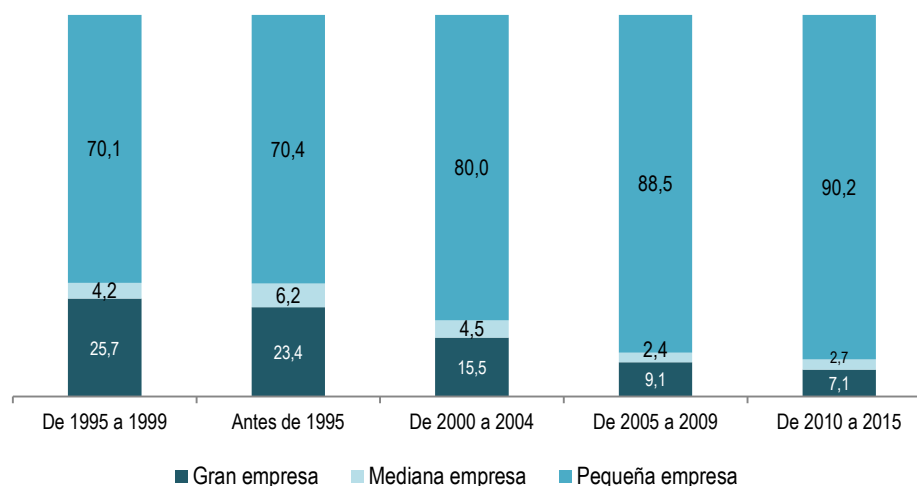
1/ Incluye sociedad anónima, sociedad anónima abierta y sociedad anónima cerrada.

2/ Incluye sociedad en comandita por acciones, sociedad colectiva, sociedad civil, asociación, cooperativa, fundaciones, instituciones y otros.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

En el gráfico siguiente, se observa que las empresas que iniciaron sus actividades entre los años 2010 al 2015, el 90,2% estuvo conformado por la pequeña empresa, el 7,1% por la gran empresa y el 2,7% por la mediana empresa.

GRÁFICO N° 1.3
PERÚ: EMPRESAS COMERCIALES, POR SEGMENTO EMPRESARIAL, SEGÚN AÑO DE INICIO DE OPERACIÓN, 2015
 (Distribución porcentual)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

1.1.5 Empresas comerciales según rango de personal ocupado

La agrupación de las empresas por número de personas ocupadas mostraron que el 78,1% de las empresas dedicadas al comercio fueron unidades económicas que emplearon entre 1 a 10 trabajadores, el 17,7% tenían entre 11 a 50 trabajadores, el 1,9% fueron empresas que disponían de 51 a 100 trabajadores y el 2,3% de 101 a más trabajadores.

Por el nivel de segmento empresarial, se observó que en la gran empresa el 46,8% de las empresas tenían de 11 a 50 trabajadores, el 19,4% de 1 a 10 trabajadores, el 15,0% de 51 a 100 trabajadores y el 8,1% tuvo de 201 a más trabajadores.

En el segmento de la mediana empresa, la mayor concentración se presentó en las empresas comerciales que tenían de 11 a 50 trabajadores (58,4%), las unidades económicas de 1 a 10 trabajadores representaron el 40,8% y las de 51 a 100 trabajadores, el 0,8%.

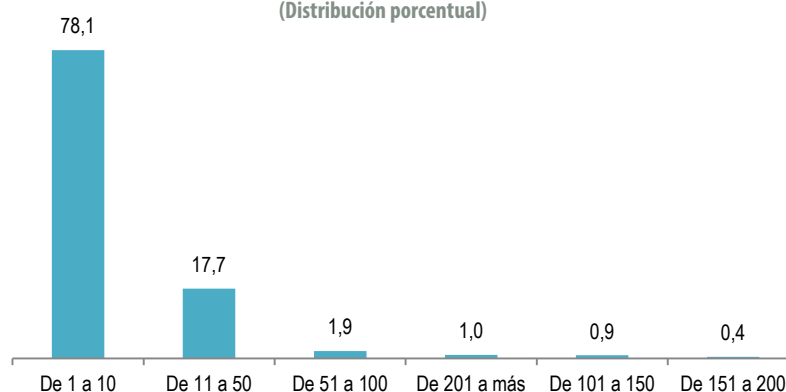
En cuanto al segmento de la pequeña empresa, la mayor concentración se encontró en las empresas que tuvieron de 1 a 10 trabajadores que significa el 87,8% del total, le siguen las empresas que tuvieron de 11 a 50 trabajadores con el 12,1% y en el rango de 51 a 100 trabajadores se concentró el 0,1% del total de los trabajadores.

CUADRO N° 1.6
PERÚ: EMPRESAS COMERCIALES POR SEGMENTO EMPRESARIAL, SEGÚN RANGO DE PERSONAL OCUPADO, 2015

Rango de personal ocupado	Total		Gran empresa		Mediana empresa		Pequeña empresa	
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
Total	30 779	100,0	3 631	100,0	1 022	100,0	26 126	100,0
De 1 a 10	24 054	78,1	707	19,4	416	40,8	22 931	87,8
De 11 a 50	5 459	17,7	1 698	46,8	597	58,4	3 164	12,1
De 51 a 100	583	1,9	543	15,0	9	0,8	31	0,1
De 101 a 150	264	0,9	264	7,3	0	0,0	0	0,0
De 151 a 200	125	0,4	125	3,4	0	0,0	0	0,0
De 201 a más	294	1,0	294	8,1	0	0,0	0	0,0

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

GRÁFICO N° 1.4
PERÚ: EMPRESAS COMERCIALES, SEGÚN RANGO DE PERSONAL OCUPADO, 2015
(Distribución porcentual)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

1.2 Ventas netas de las empresas comerciales

Las ventas netas de las empresas comerciales comprenden los ingresos por las ventas de mercadería, la venta de productos terminados e ingresos por la prestación de servicios.

1.2.1 Ventas netas según actividad económica

Según los resultados de la Encuesta Económica Anual 2016, en el año 2015 las ventas netas de las empresas comerciales ascendieron a 273 mil 331 millones de soles, de las cuales el 80,6% fue realizado por la gran empresa, el 16,6% por la pequeña empresa y el 2,8% por la mediana empresa.

Las empresas dedicadas a la venta de productos al por mayor (alimentos, combustibles, materiales de construcción, metales y minerales metalíferos, maquinarias y materiales de construcción y ferreterías) fueron las que generaron el mayor volumen de ventas netas representando el 63,3% del total, le siguen las empresas dedicadas a la venta de productos al por menor (grifos, farmacias, supermercados y tiendas por departamentos) con el 25,0% y las empresas dedicadas a la venta y reparación de vehículos automotores y motocicletas con el 11,7%.

Según el nivel de segmento empresarial, las grandes empresas comerciales generaron ventas netas por un monto de 220 mil 272 millones de soles, de las cuales el 65,0% las generaron las empresas de comercio al por mayor, el 22,4% el comercio al por menor y el 12,6% la venta y reparación de vehículos automotores y motocicletas.

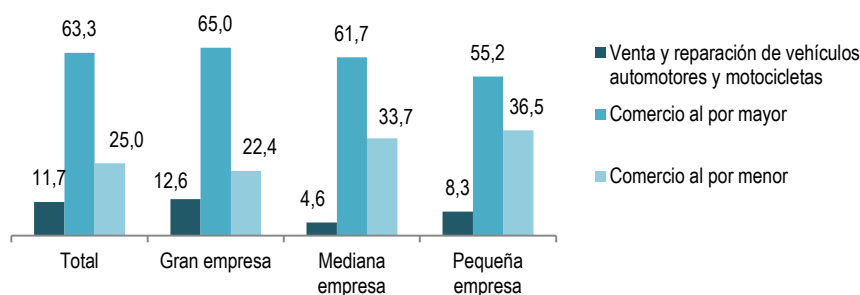
En el segmento de pequeñas empresas, el 55,2% de las ventas netas las generaron las empresas de la actividad de comercio al por mayor, el 36,5% las empresas de venta de productos al por menor, mientras que el 8,3% de las ventas fue aportado por las empresas de venta y reparación de vehículos automotores y motocicletas.

CUADRO N° 1.7
PERÚ: VENTAS NETAS DE LAS EMPRESAS COMERCIALES POR SEGMENTO EMPRESARIAL, SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA, 2015
(Millones soles)

Actividad económica	Total		Gran empresa		Mediana empresa		Pequeña empresa	
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
Total	273 331	100,0	220 272	100,0	7 644	100,0	45 415	100,0
Venta y reparación de vehículos automotores y motocicletas	31 897	11,7	27 772	12,6	350	4,6	3 775	8,3
Comercio al por mayor	173 032	63,3	143 263	65,0	4 718	61,7	25 051	55,2
Comercio al por menor	68 402	25,0	49 237	22,4	2 576	33,7	16 589	36,5

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

GRÁFICO N° 1.5
PERÚ: VENTAS NETAS DE LAS EMPRESAS COMERCIALES POR SEGMENTO EMPRESARIAL, SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA, 2015
 (Porcentaje)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

Del total de ventas netas realizadas por las empresas dedicadas al comercio al por mayor, las ventas netas de las grandes empresas ascendieron a 143 mil 263 millones de soles representando el 82,8%, la pequeña empresa aportó el 14,5%, mientras que la mediana empresa contribuyó con el 2,7% del total de las ventas netas.

CUADRO N° 1.8
PERÚ: VENTAS NETAS DE LAS EMPRESAS COMERCIALES POR SEGMENTO EMPRESARIAL, SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA, 2015
 (Millones de soles)

Actividad económica	Total		Gran empresa		Mediana empresa		Pequeña empresa	
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
Total	273 331	100,0	220 272	80,6	7 644	2,8	45 415	16,6
Venta y reparación de vehículos automotores y motocicletas	31 897	100,0	27 772	87,1	350	1,1	3 775	11,8
Comercio al por mayor	173 032	100,0	143 263	82,8	4 718	2,7	25 051	14,5
Comercio al por menor	68 402	100,0	49 237	71,9	2 576	3,8	16 589	24,3

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

1.2.2 Ventas netas según organización jurídica

Según la forma como se encuentran organizadas las empresas comerciales, el 77,9% de las ventas netas fueron generadas por las empresas constituidas como sociedad anónima con 212 mil 950 millones de soles, seguidas por las empresas constituidas como sociedad comercial de responsabilidad limitada con 29 mil 80 millones de soles (10,6%), empresas individuales de responsabilidad limitada con ventas por 19 mil 578 millones de soles (7,2%) y las personas naturales con 9 mil 479 millones de soles (3,5%).

CUADRO N° 1.9
PERÚ: VENTAS NETAS DE LAS EMPRESAS COMERCIALES POR SEGMENTO EMPRESARIAL, SEGÚN ORGANIZACIÓN JURÍDICA, 2015
 (Millones de soles)

Organización jurídica	Total		Gran empresa		Mediana empresa		Pequeña empresa	
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
Total	273 331	100,0	220 272	100,0	7 644	100,0	45 415	100,0
Persona Natural	9 479	3,5	1 453	0,7	1 093	14,3	6 933	15,3
Sociedad Anónima 1/	212 950	77,9	191 266	86,8	2 461	32,2	19 223	42,3
Sociedad Comercial de Resp. Ltda.	29 080	10,6	19 614	8,9	1 330	17,4	8 136	17,9
Empresa Individual de Resp. Ltda.	19 578	7,2	6 459	2,9	2 760	36,1	10 359	22,8
Otros 2/	2 244	0,8	1 480	0,7	0	0,0	764	1,7

1/ Incluye sociedad anónima, sociedad anónima abierta y sociedad anónima cerrada.

2/ Incluye sociedad en comandita por acciones, sociedad colectiva, sociedad civil, asociación, cooperativa, fundaciones, instituciones y otros

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

De total de ventas netas generadas por las unidades económicas registradas como personas naturales, la pequeña empresa concentró el 73,1%, la gran empresa el 15,3% y la mediana empresa el 11,6%.

CUADRO N° 1.10
PERÚ: VENTAS NETAS DE LAS EMPRESAS COMERCIALES POR SEGMENTO EMPRESARIAL, SEGÚN ORGANIZACIÓN JURÍDICA, 2015
(Millones de soles)

Organización jurídica	Total		Gran empresa		Mediana empresa		Pequeña empresa	
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
Total	273 331	100,0	220 272	80,6	7 644	2,8	45 415	16,6
Persona Natural	9 479	100,0	1 453	15,3	1 093	11,6	6 933	73,1
Sociedad Anónima 1/	212 950	100,0	191 266	89,8	2 461	1,2	19 223	9,0
Sociedad Comercial de Resp. Ltda.	29 080	100,0	19 614	67,4	1 330	4,6	8 136	28,0
Empresa Individual de Resp. Ltda.	19 578	100,0	6 459	33,0	2 760	14,1	10 359	52,9
Otros 2/	2 244	100,0	1 480	66,0	0	0,0	764	34,0

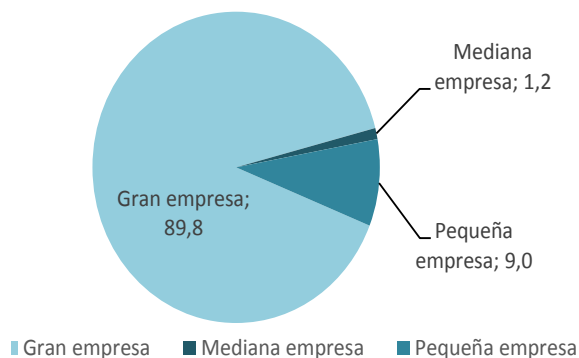
1/ Incluye sociedad anónima, sociedad anónima abierta y sociedad anónima cerrada.

2/ Incluye sociedad en comandita por acciones, sociedad colectiva, sociedad civil, asociación, cooperativa, fundaciones, instituciones y otros

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

En cuanto a las empresas organizadas como sociedad anónima, la gran empresa concentró el 89,8% de ventas, mientras que la pequeña empresa representó el 9,0% y la mediana empresa el 1,2%.

GRÁFICO N° 1.6
PERÚ: VENTAS NETAS DE LAS EMPRESAS COMERCIALES CONSTITUIDAS COMO SOCIEDADES ANÓNIMAS,
SEGÚN SEGMENTO EMPRESARIAL, 2015
(Distribución porcentual)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

1.2.3 Ventas netas según rango de personal ocupado

Las ventas netas por personal ocupado relacionan las ventas generadas por las empresas comerciales según el rango de personal ocupado permitiendo así identificar a las empresas según su aporte en el nivel de ventas. Así, las empresas que tuvieron más de 201 trabajadores, tuvieron ventas netas por un valor de 95 mil 674 millones de soles que representó el 35,0% de la venta neta total, las empresas comerciales que contaban entre 11 a 50 trabajadores registraron el 24,2% de las ventas netas y las empresas con personal de 1 a 10 trabajadores generaron el 20,2%.

Según segmento empresarial, en la categoría de gran empresa, el 43,4% de las ventas netas fueron generadas por las empresas que tenían de 201 a más trabajadores, el 23,7% correspondió a las empresas que registraron de 11 a 50 trabajadores, el 10,6% a las que tuvieron de 51 a 100 trabajadores y el 7,7% a las unidades económicas con 101 a 150 trabajadores, entre los más significativos.

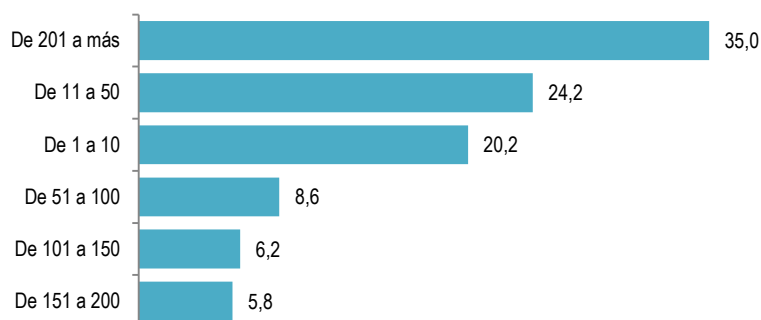
En el caso del segmento mediana empresa, el 58,0% de las ventas netas fueron generadas por las empresas que contaron con 11 a 50 trabajadores, mientras que el 41,1% de las ventas por las empresas que tuvieron de 1 a 10 trabajadores.

CUADRO N° 1.11
PERÚ: VENTAS NETAS DE LAS EMPRESAS COMERCIALES POR SEGMENTO EMPRESARIAL, SEGÚN RANGO DE PERSONAL OCUPADO, 2015
 (Millones de soles)

Rango de personal ocupado	Total		Gran empresa		Mediana empresa		Pequeña empresa	
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
Total	273 331	100,0	220 272	100,0	7 644	100,0	45 415	100,0
De 1 a 10	55 241	20,2	16 188	7,4	3 138	41,1	35 915	79,1
De 11 a 50	66 108	24,2	52 268	23,7	4 437	58,0	9 403	20,7
De 51 a 100	23 580	8,6	23 414	10,6	69	0,9	97	0,2
De 101 a 150	17 001	6,2	17 001	7,7	0	0,0	0	0,0
De 151 a 200	15 727	5,8	15 727	7,2	0	0,0	0	0,0
De 201 a más	95 674	35,0	95 674	43,4	0	0,0	0	0,0

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

GRÁFICO N° 1.7
PERÚ: VENTAS NETAS DE EMPRESAS COMERCIALES, SEGÚN RANGO DE PERSONAL OCUPADO, 2015
 (Distribución porcentual)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

1.3 Compra de mercadería de las empresas comerciales

Las compras de mercaderías comprenden los bienes adquiridos por las empresas comerciales para ser revendidas sin someterlos a transformación, a través de los canales de comercialización hasta los usuarios finales generando una ganancia.

1.3.1 Compra de mercadería según actividad económica

Según los resultados de la Encuesta Económica Anual 2016, en el 2015, el valor de las compras de mercadería de las empresas comerciales ascendieron a 218 mil 189 millones de soles, de las cuales el 81,0% fue realizado por la gran empresa, el 16,2% por la pequeña empresa y el 2,8% por la mediana empresa.

Las empresas dedicadas a la venta de productos al por mayor fueron las que realizaron los más altos volúmenes de compras de mercaderías representando el 63,3% del total, le siguen las empresas que venden productos al por menor (23,9%) y las empresas de venta y reparación de vehículos automotores y motocicletas (12,8%).

Según segmento empresarial, las grandes empresas comerciales realizaron compras de mercaderías por un valor de 176 mil 812 millones de soles, de las cuales el 64,9% lo generaron las empresas de comercio al por mayor, el 20,9% las empresas de comercio al por menor y el 14,2% las empresas de venta y reparación de vehículos automotores.

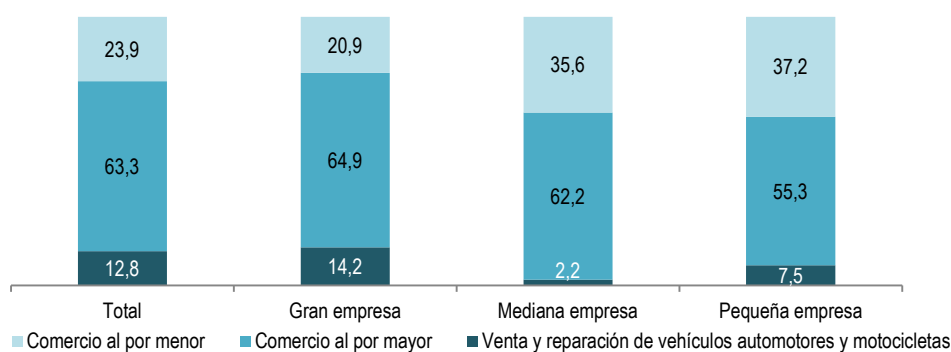
En el segmento de pequeñas empresas, el 55,3% de las compras de mercadería lo realizaron las empresas de la actividad de comercio al por mayor, el 37,2% las que se dedicaron a la venta de productos al por menor y el 7,5% de compras de mercaderías las efectuaron las empresas de venta y reparación de vehículos automotores y motocicletas.

CUADRO N° 1.12
PERÚ: COMPRA DE MERCADERÍA DE LAS EMPRESAS COMERCIALES POR SEGMENTO
EMPRESARIAL, SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA, 2015
(Millones de soles)

Actividad económica	Total		Gran empresa		Mediana empresa		Pequeña empresa	
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
Total	218 189	100,0	176 812	100,0	6 107	100,0	35 270	100,0
Venta y reparación de vehículos automotores y motocicletas	27 862	12,8	25 102	14,2	132	2,2	2 628	7,5
Comercio al por mayor	138 081	63,3	114 764	64,9	3 801	62,2	19 516	55,3
Comercio al por menor	52 246	23,9	36 946	20,9	2 174	35,6	13 126	37,2

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

GRÁFICO N° 1.8
PERÚ: COMPRA DE MERCADERÍA DE LAS EMPRESAS COMERCIALES POR SEGMENTO
EMPRESARIAL, SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA, 2015
(Porcentaje)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

Del total de las compras de mercaderías realizadas por las empresas dedicadas al comercio al por mayor, las grandes empresas adquirieron mercadería por un valor de 114 mil 764 millones de soles, lo que representó el 83,1% del total de las compras; la pequeña empresa gastó el 14,1% y la mediana empresa solo significó el 2,8% del total de compras.

CUADRO N° 1.13
PERÚ: COMPRAS DE MERCADERÍA DE LAS EMPRESAS COMERCIALES POR
SEGMENTO EMPRESARIAL, SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA, 2015
(Millones de soles)

Actividad económica	Total		Gran empresa		Mediana empresa		Pequeña empresa	
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
Total	218 189	100,0	176 812	81,0	6 107	2,8	35 270	16,2
Venta y reparación de vehículos automotores y motocicletas	27 862	100,0	25 102	90,1	132	0,5	2 628	9,4
Comercio al por mayor	138 081	100,0	114 764	83,1	3 801	2,8	19 516	14,1
Comercio al por menor	52 246	100,0	36 946	70,7	2 174	4,2	13 126	25,1

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

1.3.2 Compra de mercadería según organización jurídica

Según la forma cómo se encuentran organizadas legalmente las empresas comerciales, el 77,2% de las compras de mercadería fueron realizadas por las unidades económicas constituidas como sociedad anónima con 168 mil 505 millones de soles, seguida por las constituidas como sociedad comercial de responsabilidad limitada con 23 mil 921 millones de soles (11,0%), las empresas individuales de responsabilidad limitada por 16 mil 100 millones de soles (7,4%) y las personas naturales compraron por 8 mil 79 millones de soles (3,7%).

CUADRO N° 1.14
PERÚ: COMPRA DE MERCADERÍA DE LAS EMPRESAS COMERCIALES POR SEGMENTO EMPRESARIAL,
SEGÚN ORGANIZACIÓN JURÍDICA, 2015
 (Millones de soles)

Organización jurídica	Total		Gran empresa		Mediana empresa		Pequeña empresa	
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
Total	218 189	100,0	176 812	100,0	6 107	100,0	35 270	100,0
Persona Natural	8 079	3,7	1 309	0,7	940	15,4	5 830	16,5
Sociedad Anónima 1/	168 505	77,2	152 888	86,5	1 535	25,1	14 082	39,9
Sociedad Comercial de Resp. Ltda.	23 921	11,0	16 214	9,2	1 102	18,1	6 605	18,7
Empresa Individual de Resp. Ltda.	16 100	7,4	5 331	3,0	2 530	41,4	8 239	23,4
Otros 2/	1 584	0,7	1 070	0,6	0	0,0	514	1,5

1/ Incluye sociedad anónima, sociedad anónima abierta y sociedad anónima cerrada.

2/ Incluye sociedad en comandita por acciones, sociedad colectiva, sociedad civil, asociación, cooperativa, fundaciones, instituciones y otros

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

Del total de compras de mercaderías efectuadas por las unidades económicas registradas como persona natural, la pequeña empresa realizó compras del 72,2%, mientras que el 16,2% de las compras fueron generadas por la gran empresa. Una menor participación de gastos en mercadería lo realizó la mediana empresa con el 11,6%.

CUADRO N° 1.15
PERÚ: COMPRA DE MERCADERÍA DE LAS EMPRESAS COMERCIALES POR SEGMENTO EMPRESARIAL,
SEGÚN ORGANIZACIÓN JURÍDICA, 2015
 (Millones de soles)

Organización jurídica	Total		Gran empresa		Mediana empresa		Pequeña empresa	
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
Total	218 189	100,0	176 812	81,0	6 107	2,8	35 270	16,2
Persona Natural	8 079	100,0	1 309	16,2	940	11,6	5 830	72,2
Sociedad Anónima 1/	168 505	100,0	152 888	90,7	1 535	0,9	14 082	8,4
Sociedad Comercial de Resp. Ltda.	23 921	100,0	16 214	67,8	1 102	4,6	6 605	27,6
Empresa Individual de Resp. Ltda.	16 100	100,0	5 331	33,1	2 530	15,7	8 239	51,2
Otros 2/	1 584	100,0	1 070	67,5	0	0,0	514	32,5

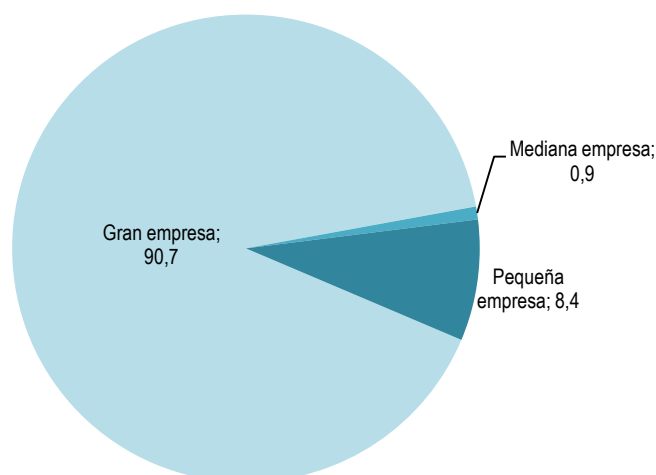
1/ Incluye sociedad anónima, sociedad anónima abierta y sociedad anónima cerrada.

2/ Incluye sociedad en comandita por acciones, sociedad colectiva, sociedad civil, asociación, cooperativa, fundaciones, instituciones y otros

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

En cuanto a las empresas organizadas como sociedad anónima, la gran empresa concentró el 90,7% de las compras de mercadería, mientras que la pequeña empresa representó el 8,4% y la mediana empresa el 0,9%.

GRÁFICO N° 1.9
PERÚ: COMPRA DE MERCADERÍA DE LAS EMPRESAS COMERCIALES CONSTITUIDAS COMO SOCIEDADES ANÓNIMAS,
SEGÚN SEGMENTO EMPRESARIAL, 2015
(Distribución porcentual)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

1.4 Ingresos netos de las empresas comerciales

Los ingresos netos son las ventas registradas por las empresas comerciales de las mercancías en los diferentes canales de distribución deducidas de los descuentos, rebajas y bonificaciones que conceden a sus clientes. Los ingresos de las empresas comerciales comprenden: Margen de comercio (venta de mercadería menos la compra de mercadería), ingresos por la venta de productos terminados, por prestación de servicios, ganancias por medición de actividades comerciales no financieros al valor razonable y otros ingresos de gestión.

1.4.1 Ingresos netos según actividad económica

Los ingresos netos que obtuvieron las empresas comerciales en el año 2015 ascendió a 93 mil 757 millones de soles. La actividad económica con mayores ingresos fue el comercio al por mayor que registró ingresos por un monto de 63 mil 567 millones de soles que representó el 67,8% del total de ingresos netos.

La actividad de comercio al por menor reportó ingresos que ascienden a 20 mil 272 millones de soles (21,6%) y la actividad de venta y reparación de vehículos automotores y motocicletas tuvo ingresos netos por un monto de 9 mil 918 millones de soles (10,6%).

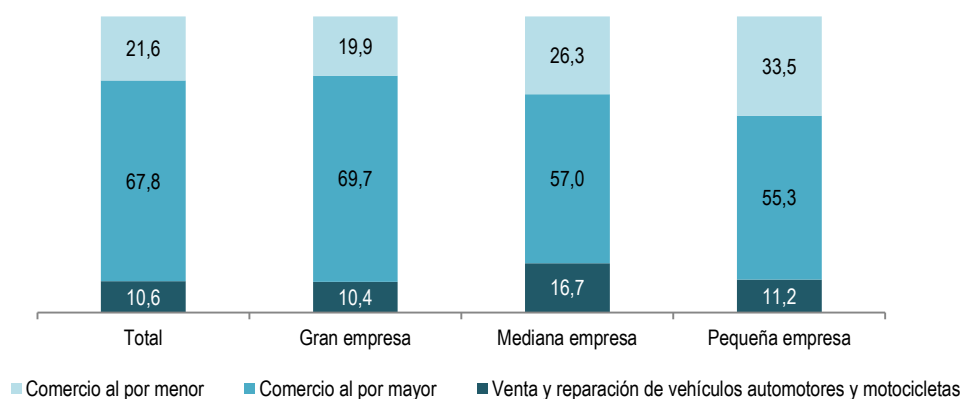
CUADRO N° 1.16
PERÚ: INGRESOS NETOS DE LAS EMPRESAS COMERCIALES POR SEGMENTO EMPRESARIAL,
SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA, 2015
(Millones de soles)

Actividad económica	Total		Gran empresa		Mediana empresa		Pequeña empresa	
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
Total	93 757	100,0	81 228	100,0	1 760	100,0	10 769	100,0
Venta y reparación de vehículos automotores y motocicletas	9 918	10,6	8 421	10,4	294	16,7	1 203	11,2
Comercio al por mayor	63 567	67,8	56 605	69,7	1 004	57,0	5 958	55,3
Comercio al por menor	20 272	21,6	16 202	19,9	462	26,3	3 608	33,5

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Encuesta Económica Anual 2016.

En el segmento de las grandes empresas, el 69,7% de los ingresos netos lo generaron las unidades económicas que realizaron ventas de productos al por mayor, el 19,9% de los ingresos fue de venta al por menor, mientras que el 10,4% a las empresas de venta y reparación de vehículos automotores y motocicletas.

GRÁFICO N° 1.10
PERÚ: INGRESOS NETOS POR ACTIVIDAD ECONÓMICA, SEGÚN SEGMENTO EMPRESARIAL, 2015
 (Distribución porcentual)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

Según la Encuesta Económica Anual 2016, el segmento donde se concentraron los mayores ingresos netos corresponde a la gran empresa con un monto que asciende a 81 mil 228 millones de soles que representó el 86,6% sobre el total, las pequeñas empresas obtuvieron ingresos por 10 mil 769 millones de soles (11,5%) y la mediana empresa generó ingresos por 1 mil 760 millones de soles (1,9%).

De las empresas que se dedicaron al comercio al por mayor, la gran empresa obtuvo el 89,0%, mientras que la pequeña y mediana empresa el 9,4% y 1,6%, respectivamente.

CUADRO N° 1.17
PERÚ: INGRESOS NETOS DE LAS EMPRESAS COMERCIALES POR SEGMENTO EMPRESARIAL,
SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA, 2015
 (Millones de soles)

Actividad económica	Total		Gran empresa		Mediana empresa		Pequeña empresa	
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
Total	93 757	100,0	81 228	86,6	1 760	1,9	10 769	11,5
Venta y reparación de vehículos automotores y motocicletas	9 918	100,0	8 421	84,9	294	3,0	1 203	12,1
Comercio al por mayor	63 567	100,0	56 605	89,0	1 004	1,6	5 958	9,4
Comercio al por menor	20 272	100,0	16 202	79,9	462	2,3	3 608	17,8

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

1.4.2 Ingresos netos según organización jurídica

Según la forma de organización de las empresas comerciales, el 86,9% de los ingresos netos de las empresas comerciales lo obtuvieron las empresas constituidas como sociedad anónima, por un monto que ascendió a 81 mil 434 millones de soles, en orden de importancia le siguen las sociedades comerciales de responsabilidad limitada con 5 mil 947 millones de soles (6,3%), las empresas individuales de responsabilidad limitada con 4 mil 24 millones de soles (4,3%) y las personas naturales con 1 mil 482 millones de soles (1,6%).

CUADRO N° 1.18
PERÚ: INGRESOS NETOS DE LAS EMPRESAS COMERCIALES POR SEGMENTO EMPRESARIAL,
SEGÚN ORGANIZACIÓN JURÍDICA, 2015
(Millones de soles)

Organización jurídica	Total		Gran empresa		Mediana empresa		Pequeña empresa	
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
Total	93 757	100,0	81 228	100,0	1 760	100,0	10 769	100,0
Persona Natural	1 482	1,6	198	0,3	169	9,6	1 115	10,4
Sociedad Anónima 1/	81 434	86,9	74 915	92,2	930	52,8	5 589	51,9
Sociedad Comercial de Resp. Ltda.	5 947	6,3	4 129	5,1	234	13,3	1 584	14,7
Empresa Individual de Resp. Ltda.	4 024	4,3	1 401	1,7	427	24,3	2 196	20,4
Otros 2/	870	0,9	585	0,7	0	0,0	285	2,6

1/ Incluye sociedad anónima, sociedad anónima abierta y sociedad anónima cerrada.

2/ Incluye sociedad en comandita por acciones, sociedad colectiva, sociedad civil, asociación, cooperativa, fundaciones, instituciones y otros

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

Del total de ingresos netos de las empresas constituidas como sociedades anónimas, el 92,0% lo obtuvieron las grandes empresas, el 6,9% lo generaron las pequeñas empresas y la mediana empresa el 1,1% del total.

De las empresas registradas como personas naturales, el 75,2% de los ingresos netos lo obtuvieron las pequeñas empresas, el 13,4% las grandes empresas y el 11,4% las medianas empresas.

CUADRO N° 1.19
PERÚ: INGRESOS NETOS DE LAS EMPRESAS COMERCIALES POR SEGMENTO EMPRESARIAL,
SEGÚN ORGANIZACIÓN JURÍDICA, 2015
(Distribución porcentual)

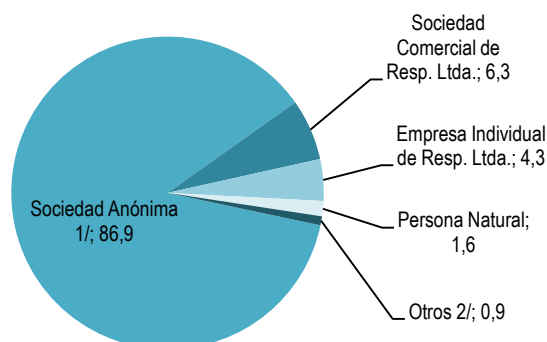
Organización jurídica	Total		Gran empresa		Mediana empresa		Pequeña empresa	
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
Total	93 757	100,0	81 228	86,6	1 760	1,9	10 769	11,5
Persona Natural	1 482	100,0	198	13,4	169	11,4	1 115	75,2
Sociedad Anónima 1/	81 434	100,0	74 915	92,0	930	1,1	5 589	6,9
Sociedad Comercial de Resp. Ltda.	5 947	100,0	4 129	69,4	234	3,9	1 584	26,7
Empresa Individual de Resp. Ltda.	4 024	100,0	1 401	34,8	427	10,6	2 196	54,6
Otros 2/	870	100,0	585	67,3	0	0,0	285	32,7

1/ Incluye sociedad anónima, sociedad anónima abierta y sociedad anónima cerrada.

2/ Incluye sociedad en comandita por acciones, sociedad colectiva, sociedad civil, asociación, cooperativa, fundaciones, instituciones y otros

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

GRÁFICO N° 1.11
PERÚ: INGRESOS NETOS DE LAS EMPRESAS COMERCIALES, SEGÚN ORGANIZACIÓN JURÍDICA, 2015
(Distribución porcentual)



1/ Incluye sociedad anónima, sociedad anónima abierta y sociedad anónima cerrada.

2/ Incluye sociedad en comandita por acciones, sociedad colectiva, sociedad civil, asociación, cooperativa, fundaciones, instituciones y otros

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

1.4.3 Ingresos netos según rango de personal ocupado

El mayor monto de los ingresos netos obtenidos por las empresas comerciales se encontraron en el rango de 201 a más personas ocupadas con el 33,2%; en el rango de 51 a 100 personas ocupadas se generó el 24,3% de los ingresos, las empresas que emplearon de 11 a 50 trabajadores el 18,5% de los ingresos comerciales y las empresas con 1 a 10 personas ocupadas alcanzaron el 13,1% de los ingresos.

CUADRO N° 1.20
PERÚ: INGRESOS NETOS DE LAS EMPRESAS COMERCIALES POR SEGMENTO EMPRESARIAL,
SEGÚN RANGO DE PERSONAL OCUPADO, 2015
(Millones de soles)

Rango de personal ocupado	Total		Gran empresa		Mediana empresa		Pequeña empresa	
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
Total	93 757	100,0	81 228	100,0	1 760	100,0	10 769	100,0
De 1 a 10	12 232	13,1	4 600	5,7	494	28,1	7 138	66,2
De 11 a 50	17 390	18,5	12 561	15,5	1 227	69,7	3 602	33,5
De 51 a 100	22 798	24,3	22 730	28,0	39	2,2	29	0,3
De 101 a 150	5 344	5,7	5 344	6,6	0	0,0	0	0,0
De 151 a 200	4 886	5,2	4 886	6,0	0	0,0	0	0,0
De 201 a más	31 107	33,2	31 107	38,2	0	0,0	0	0,0

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

En las empresas comerciales que emplearon de 101 a más trabajadores, el 100% de los ingresos netos fueron generados por la gran empresa. Las empresas que tenían de 11 a 50 trabajadores, el 72,2% de los ingresos fueron obtenidos por la gran empresa, el 20,7% por la pequeña empresa y el 7,1% de los ingresos lo registró la mediana empresa.

CUADRO N° 1.21
PERÚ: INGRESOS NETOS DE LAS EMPRESAS COMERCIALES POR SEGMENTO EMPRESARIAL,
SEGÚN RANGO DE PERSONAL OCUPADO, 2015
(Millones de soles)

Rango de personal ocupado	Total		Gran empresa		Mediana empresa		Pequeña empresa	
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
Total	93 757	100,0	81 228	86,6	1 760	1,9	10 769	11,5
De 1 a 10	12 232	100,0	4 600	37,6	494	4,0	7 138	58,4
De 11 a 50	17 390	100,0	12 561	72,2	1 227	7,1	3 602	20,7
De 51 a 100	22 798	100,0	22 730	99,7	39	0,2	29	0,1
De 101 a 150	5 344	100,0	5 344	100,0	0	0,0	0	0,0
De 151 a 200	4 886	100,0	4 886	100,0	0	0,0	0	0,0
De 201 a más	31 107	100,0	31 107	100,0	0	0,0	0	0,0

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

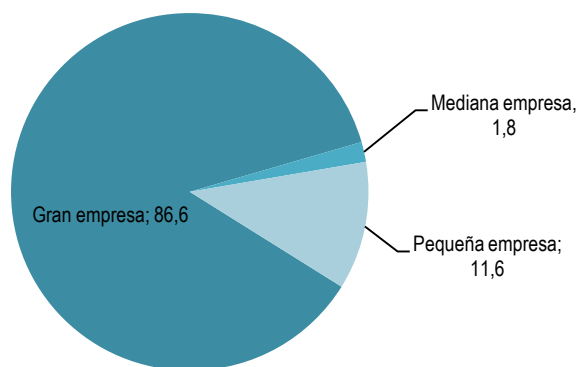
1.5 Egresos de las empresas comerciales

Los egresos son los desembolsos realizados en bienes y servicios necesarios para administrar y llevar a cabo las actividades comerciales de la empresa. Los egresos representan desembolsos o gastos asociados directamente con la adquisición de los bienes vendidos.

Los egresos de las empresas comerciales están conformados por las compras de suministros, repuestos, envases y embalajes; costos vinculados con las compras; gastos de servicios prestados por terceros, materias auxiliares, gastos de personal; tributos; otros gastos de gestión; valuación y deterioro de activos y provisiones; pérdida por medición de activos no financieros al valor razonable y gastos financieros.

En el año 2015, los egresos de las empresas comerciales ascendieron a 83 mil 497 millones de soles de los cuales el 86,6% lo realizó la gran empresa, el 11,6% la pequeña empresa y el 1,8% la mediana empresa.

GRÁFICO N° 1.12
PERÚ: EGRESOS DE LAS EMPRESAS COMERCIALES, SEGÚN SEGMENTO EMPRESARIAL, 2015
 (Distribución porcentual)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

1.5.1 Egresos según actividad económica

Según las actividades económicas que desempeñaron las empresas comerciales, la actividad de comercio al por mayor concentró los mayores egresos, con 57 mil 32 millones de soles que representó el 68,3% del total, seguido de las empresas de comercio al por menor (21,0%) y empresas que realizaron venta y reparación de vehículos automotores y motocicletas (10,7%). Esta misma distribución, se observó en los segmentos de la gran empresa, mediana y pequeña empresa.

CUADRO N° 1.22
PERÚ: EGRESOS DE LAS EMPRESAS COMERCIALES POR SEGMENTO EMPRESARIAL, SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA, 2015
 (Millones de soles)

Actividad económica	Total		Gran empresa		Mediana empresa		Pequeña empresa	
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
Total	83 497	100,0	72 327	100,0	1 513	100,0	9 657	100,0
Venta y reparación de vehículos automotores y motocicletas	8 939	10,7	7 473	10,3	289	19,1	1 177	12,2
Comercio al por mayor	57 032	68,3	50 748	70,2	889	58,8	5 395	55,9
Comercio al por menor	17 526	21,0	14 106	19,5	335	22,1	3 085	31,9

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

Del total de egresos de la actividad de comercio al por menor, la gran empresa concentró el 80,5% de los egresos, la pequeña empresa el 17,6% y la mediana empresa el 1,9%. En tanto que en la actividad de venta y reparación de vehículos automotores y motocicletas, la gran empresa agrupó el 83,6% de los egresos, la pequeña empresa el 13,2% y la mediana empresa el 3,2%.

CUADRO N° 1.23
 PERÚ: EGRESOS DE LAS EMPRESAS COMERCIALES POR SEGMENTO EMPRESARIAL, SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA, 2015
 (Millones de soles)

Actividad económica	Total		Gran empresa		Mediana empresa		Pequeña empresa	
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
Total	83 497	100,0	72 327	86,6	1 513	1,8	9 657	11,6
Venta y reparación de vehículos automotores y motocicletas	8 939	100,0	7 473	83,6	289	3,2	1 177	13,2
Comercio al por mayor	57 032	100,0	50 748	88,9	889	1,6	5 395	9,5
Comercio al por menor	17 526	100,0	14 106	80,5	335	1,9	3 085	17,6

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

1.5.2 Egresos según organización jurídica

Según la constitución legal de las empresas comerciales, las sociedades anónimas registraron egresos por 73 mil 346 millones de soles que representó el 87,8% del total, le siguen las sociedades comerciales de responsabilidad limitada con el 6,1%, la empresa individual de responsabilidad limitada significó el 4,0%, las empresas organizadas como persona natural el 1,3% y otros formas de organización el 0,8%.

CUADRO N° 1.24
 PERÚ: EGRESOS DE LAS EMPRESAS COMERCIALES POR SEGMENTO EMPRESARIAL, SEGÚN ORGANIZACIÓN JURÍDICA, 2015
 (Millones de soles)

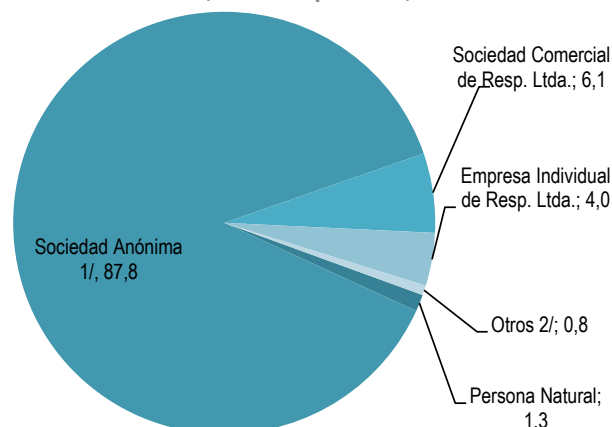
Organización jurídica	Total		Gran empresa		Mediana empresa		Pequeña empresa	
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
Total	83 497	100,0	72 327	100,0	1 513	100,0	9 657	100,0
Persona Natural	1 086	1,3	111	0,2	143	9,5	832	8,6
Sociedad Anónima 1/	73 346	87,8	67 435	93,2	939	62,1	4 972	51,5
Sociedad Comercial de Resp. Ltda.	5 080	6,1	3 282	4,5	141	9,3	1 657	17,2
Empresa Individual de Resp. Ltda.	3 373	4,0	1 123	1,6	290	19,1	1 960	20,3
Otros 2/	612	0,8	376	0,5	0	0,0	236	2,4

1/ Incluye sociedad anónima, sociedad anónima abierta y sociedad anónima cerrada.

2/ Incluye sociedad en comandita por acciones, sociedad colectiva, sociedad civil, asociación, cooperativa, fundaciones, instituciones y otros

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

GRÁFICO N° 1.13
 PERÚ: EGRESOS DE LAS EMPRESAS COMERCIALES, SEGÚN ORGANIZACIÓN JURÍDICA, 2015
 (Distribución porcentual)



1/ Incluye sociedad anónima, sociedad anónima abierta y sociedad anónima cerrada.

2/ Incluye sociedad en comandita por acciones, sociedad colectiva, sociedad civil, asociación, cooperativa, fundaciones, instituciones y otros

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

Del total de egresos de las empresas registradas como personas naturales, el 76,5% fue generado por la pequeña empresa, el 13,2% por la mediana empresa y el 10,3% por la gran empresa. En el caso del total de egresos de las empresas organizadas como empresa individual de responsabilidad limitada, el 58,1% lo realizó la pequeña empresa, el 33,3% la gran empresa y el 8,6% la mediana empresa.

CUADRO N° 1.25
PERÚ: EGRESOS DE LAS EMPRESAS COMERCIALES POR SEGMENTO EMPRESARIAL, SEGÚN ORGANIZACIÓN JURÍDICA, 2015
(Millones de soles)

Organización jurídica	Total		Gran empresa		Mediana empresa		Pequeña empresa	
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
Total	83 497	100,0	72 327	86,6	1 513	1,8	9 657	11,6
Persona Natural	1 086	100,0	111	10,3	143	13,2	832	76,5
Sociedad Anónima 1/	73 346	100,0	67 435	91,9	939	1,3	4 972	6,8
Sociedad Comercial de Resp. Ltda.	5 080	100,0	3 282	64,6	141	2,8	1 657	32,6
Empresa Individual de Resp. Ltda.	3 373	100,0	1 123	33,3	290	8,6	1 960	58,1
Otros 2/	612	100,0	376	61,5	0	0,0	236	38,5

1/ Incluye sociedad anónima, sociedad anónima abierta y sociedad anónima cerrada.

2/ Incluye sociedad en comandita por acciones, sociedad colectiva, sociedad civil, asociación, cooperativa, fundaciones, instituciones y otros

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

1.5.3 Egresos según rango de personal ocupado

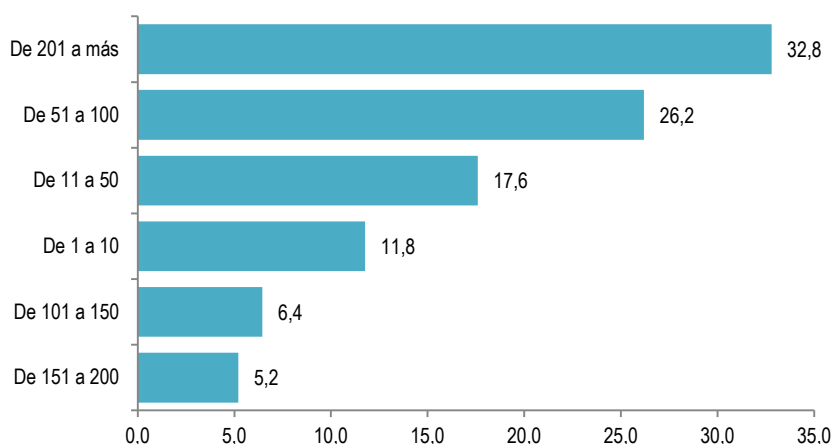
Según el rango de personal ocupado, las empresas que disponían de 201 a más trabajadores, reportaron egresos por 27 mil 380 millones de soles, cifra que representó el 32,8% del total de egresos, cabe señalar que todas las unidades económicas pertenecen a la gran empresa, el 26,2% de los egresos correspondieron a las empresas comerciales de 51 a 100 trabajadores con 21 mil 872 millones de soles y las empresas con personal de 11 a 50 trabajadores generaron el 17,6% de los egresos totales.

CUADRO N° 1.26
PERÚ: EGRESOS DE LAS EMPRESAS COMERCIALES POR SEGMENTO EMPRESARIAL, SEGÚN RANGO DE PERSONAL OCUPADO, 2015
(Millones de soles)

Rango de personal ocupado	Total		Gran empresa		Mediana empresa		Pequeña empresa	
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
Total	83 497	100,0	72 327	100,0	1 513	100,0	9 657	100,0
De 1 a 10	9 826	11,8	3 397	4,7	360	23,8	6 069	62,8
De 11 a 50	14 688	17,6	10 027	13,9	1 114	73,6	3 547	36,7
De 51 a 100	21 872	26,2	21 792	30,1	39	2,6	41	0,5
De 101 a 150	5 385	6,4	5 385	7,4	0	0,0	0	0,0
De 151 a 200	4 346	5,2	4 346	6,0	0	0,0	0	0,0
De 201 a más	27 380	32,8	27 380	37,9	0	0,0	0	0,0

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

GRÁFICO N° 1.14
PERÚ: EGRESOS DE LAS EMPRESAS COMERCIALES, SEGÚN RANGO DE PERSONAL OCUPADO, 2015
 (Distribución porcentual)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

En el año 2015, de las empresas comerciales que tenían de 101 a más trabajadores, el 100% de los egresos fueron exclusivos de la gran empresa.

En el rango de 51 a 100 trabajadores, el 99,6% de los gastos lo realizó la gran empresa, la mediana y pequeña empresa gastó el 0,2% cada una.

En el rango de 11 a 50 trabajadores, el 68,2% de los gastos lo efectuó la gran empresa, el 24,2% la pequeña empresa y el 7,6% la mediana empresa.

En el rango de 1 a 10 trabajadores, el 61,7% de los gastos lo hace la pequeña empresa, el 34,6% la gran empresa y el 3,7% la mediana empresa.

CUADRO N° 1.27
PERÚ: EGRESOS DE LAS EMPRESAS COMERCIALES POR SEGMENTO EMPRESARIAL,
SEGÚN RANGO DE PERSONAL OCUPADO, 2015
 (Millones de soles)

Rango de personal ocupado	Total		Gran empresa		Mediana empresa		Pequeña empresa	
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
Total	83 497	100,0	72 327	86,6	1 513	1,8	9 657	11,6
De 1 a 10	9 826	100,0	3 397	34,6	360	3,7	6 069	61,7
De 11 a 50	14 688	100,0	10 027	68,2	1 114	7,6	3 547	24,2
De 51 a 100	21 872	100,0	21 792	99,6	39	0,2	41	0,2
De 101 a 150	5 385	100,0	5 385	100,0	0,0	0,0	0	0,0
De 151 a 200	4 346	100,0	4 346	100,0	0,0	0,0	0	0,0
De 201 a más	27 380	100,0	27 380	100,0	0,0	0,0	0	0,0

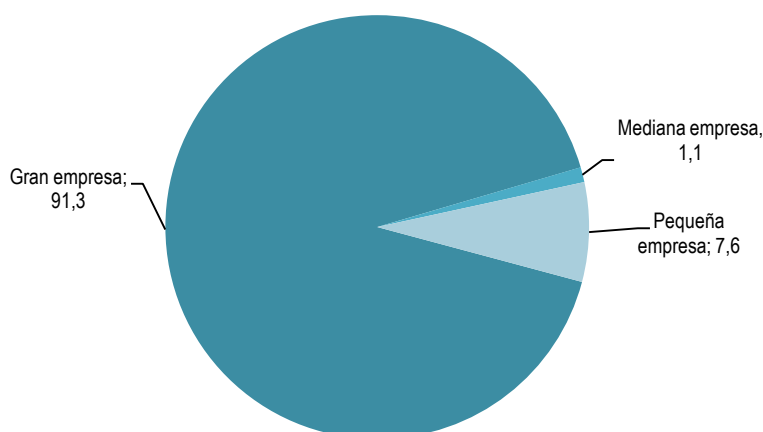
Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

1.6 Inversión de las empresas comerciales

Las empresas comerciales realizan inversión en activos fijos (Construcción o fabricación propia y compras de tangibles), lo que le permite realizar sus actividades comerciales.

Según los resultados de la Encuesta Económica Anual 2016, en el año 2015, la inversión en activos fijos de las empresas comerciales ascendieron a 11 mil 654 millones de soles, de los cuales el 91,3% lo realizó la gran empresa, el 7,6% la pequeña empresa y el 1,1% la mediana empresa.

GRÁFICO N° 1.15
PERÚ: INVERSIÓN DE LAS EMPRESAS COMERCIALES, SEGÚN SEGMENTO EMPRESARIAL, 2015
 (Distribución porcentual)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

1.6.1 Inversión según actividad económica

Según la actividad económica, las empresas dedicadas al comercio al por mayor concentraron la mayor inversión con 6 mil 827 millones de soles que representó el 58,5% del total, seguido de las empresas que realizaron comercio al por menor con el 25,8%, y las que se dedicaron a la venta y reparación de vehículos automotores y motocicletas representaron el 15,7%.

Según el segmento empresarial, en la gran empresa, el 58,4% de la inversión lo hicieron las empresas de comercio al por mayor, el 25,4% las empresas de comercio al por menor y el 16,2% las empresas de venta de vehículos, automotores y motocicletas.

En el segmento de mediana empresa, la actividad de comercio al por menor agrupó al 48,6%, seguido por el comercio al por mayor con 45,5% y por la venta y reparación de vehículos automotores y motocicletas con 5,9%.

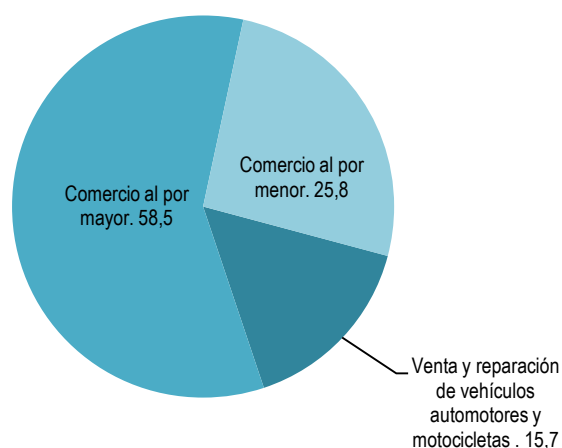
En tanto que, en el segmento de pequeña empresa, el 61,7% de la inversión se concentraron en el comercio al por mayor, el 27,2% en el comercio al por menor y el 11,1% en las empresas que se dedicaron a la venta y reparación de vehículos automotores y motocicletas.

CUADRO N° 1.28
PERÚ: INVERSIÓN DE LAS EMPRESAS COMERCIALES POR SEGMENTO EMPRESARIAL, SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA, 2015
(Millones de soles)

Actividad económica	Total		Gran empresa		Mediana empresa		Pequeña empresa	
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
Total	11 654	100,0	10 639	100,0	133	100,0	882	100,0
Venta y reparación de vehículos automotores y motocicletas	1 825	15,7	1 720	16,2	8	5,9	97	11,1
Comercio al por mayor	6 827	58,5	6 222	58,4	60	45,5	545	61,7
Comercio al por menor	3 002	25,8	2 697	25,4	65	48,6	240	27,2

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

GRÁFICO N° 1.16
PERÚ: INVERSIÓN DE LAS EMPRESAS COMERCIALES, SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA, 2015
(Distribución porcentual)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

Del total de la inversión realizada por las empresas comerciales de venta y reparación de vehículos automotores y motocicletas, la gran empresa concentró el 94,2% seguido de la pequeña empresa con el 5,4% y la mediana empresa con 0,4%.

En la actividad de comercio al por mayor, el 91,1% de la inversión lo realizó la gran empresa, el 8,0% la pequeña empresa y el 0,9% la mediana empresa. En la actividad de comercio al por menor, la gran empresa concentró el 89,8% de la inversión, la pequeña empresa el 8,0% y la mediana empresa el 2,2%.

CUADRO N° 1.29
PERÚ: INVERSIÓN DE LAS EMPRESAS COMERCIALES POR SEGMENTO EMPRESARIAL, SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA, 2015
(Millones de soles)

Actividad económica	Total		Gran empresa		Mediana empresa		Pequeña empresa	
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
Total	11 654	100,0	10 639	91,3	133	1,1	882	7,6
Venta y reparación de vehículos automotores y motocicletas	1 825	100,0	1 720	94,2	8	0,4	97	5,4
Comercio al por mayor	6 827	100,0	6 222	91,1	60	0,9	545	8,0
Comercio al por menor	3 002	100,0	2 697	89,8	65	2,2	240	8,0

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Encuesta Económica Anual 2016.

1.6.2 Inversión según organización jurídica

Según la forma cómo se encuentran organizadas las empresas comerciales, las sociedades anónimas realizaron una inversión por un monto de 10 mil 448 millones de soles que representó el 89,6% del total, le siguen las empresas formadas como sociedad comercial de responsabilidad limitada con el 5,8%, las empresas individuales de responsabilidad limitada con el 3,5%, las empresas que se registraron como persona natural con el 0,7% y otras formas de organización con el 0,4%.

CUADRO N° 1.30
PERÚ: INVERSIÓN DE LAS EMPRESAS COMERCIALES POR SEGMENTO EMPRESARIAL, SEGÚN ORGANIZACIÓN JURÍDICA, 2015
 (Millones de soles)

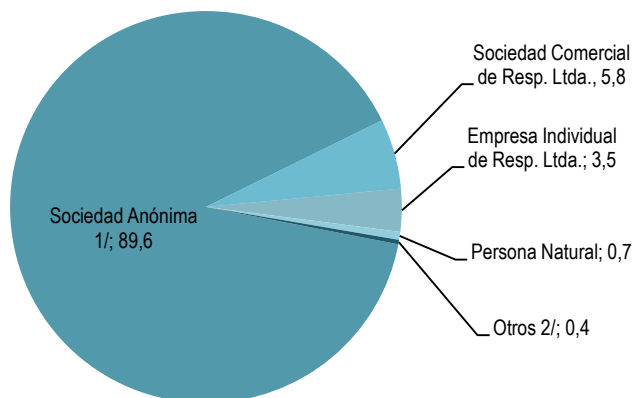
Organización jurídica	Total		Gran empresa		Mediana empresa		Pequeña empresa	
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
Total	11 654	100,0	10 639	100,0	133	100,0	882	100,0
Persona Natural	77	0,7	41	0,4	3	2,3	33	3,8
Sociedad Anónima 1/	10 448	89,6	9 954	93,6	38	28,3	456	51,6
Sociedad Comercial de Resp. Ltda.	676	5,8	483	4,5	18	13,5	175	19,8
Empresa Individual de Resp. Ltda.	410	3,5	123	1,2	74	55,9	213	24,2
Otros 2/	43	0,4	38	0,3	0	0,0	5	0,6

1/ Incluye sociedad anónima, sociedad anónima abierta y sociedad anónima cerrada.

2/ Incluye sociedad en comandita por acciones, sociedad colectiva, sociedad civil, asociación, cooperativa, fundaciones, instituciones y otros

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

GRÁFICO N° 1.17
PERÚ: INVERSIÓN DE LAS EMPRESAS COMERCIALES, SEGÚN ORGANIZACIÓN JURÍDICA, 2015
 (Distribución porcentual)



1/ Incluye sociedad anónima, sociedad anónima abierta y sociedad anónima cerrada.

2/ Incluye sociedad en comandita por acciones, sociedad colectiva, sociedad civil, asociación, cooperativa, fundaciones, instituciones y otros

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

En el año 2015, la inversión en las empresas organizadas como sociedad anónima, la gran empresa aportó el 95,3%, la pequeña empresa el 4,4% y la mediana empresa el 0,3%. En las empresas constituidas como persona natural, el 52,8% de la inversión lo realizó la gran empresa, el 43,3% la pequeña empresa y el 3,9% la mediana empresa.

CUADRO N° 1.31
 PERÚ: INVERSIÓN DE LAS EMPRESAS COMERCIALES POR SEGMENTO EMPRESARIAL, SEGÚN ORGANIZACIÓN JURÍDICA, 2015
 (Millones de soles)

Organización jurídica	Total		Gran empresa		Mediana empresa		Pequeña empresa	
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
Total	11 654	100,0	10 639	91,3	133	1,1	882	7,6
Persona Natural	77	100,0	41	52,8	3	3,9	33	43,3
Sociedad Anónima 1/	10 448	100,0	9 954	95,3	38	0,3	456	4,4
Sociedad Comercial de Resp. Ltda.	676	100,0	483	71,5	18	2,7	175	25,8
Empresa Individual de Resp. Ltda.	410	100,0	123	29,9	74	18,1	213	52,0
Otros 2/	43	100,0	38	88,0	0	0,0	5	12,0

1/ Incluye sociedad anónima, sociedad anónima abierta y sociedad anónima cerrada.

2/ Incluye sociedad en comandita por acciones, sociedad colectiva, sociedad civil, asociación, cooperativa, fundaciones, instituciones y otros

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

1.6.3 Inversión según rango de personal ocupado

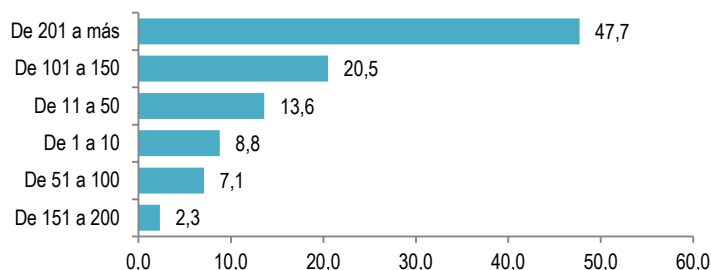
Según el rango de personal ocupado, la inversión en las empresas que tienen de 201 a más trabajadores ascendió a 5 mil 558 millones de soles y representó el 47,7% de la inversión total, el 20,5% de inversión la realizaron las empresas comerciales que tenían de 101 a 150 trabajadores con un monto equivalente a 2 mil 389 millones de soles. En tanto que, en las empresas con personal de 151 a 200 trabajadores, la inversión total fue del 2,3% con un monto de 270 millones de soles.

CUADRO N° 1.32
 PERÚ: INVERSIÓN DE LAS EMPRESAS COMERCIALES POR SEGMENTO EMPRESARIAL, SEGÚN RANGO DE PERSONAL OCUPADO, 2015
 (Millones de soles)

Rango de personal ocupado	Total		Gran empresa		Mediana empresa		Pequeña empresa	
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
Total	11 654	100,0	10 639	100,0	133	100,0	882	100,0
De 1 a 10	1 026	8,8	395	3,7	34	25,4	597	67,6
De 11 a 50	1 585	13,6	1 212	11,4	90	68,0	283	32,1
De 51 a 100	826	7,1	815	7,7	9	6,6	2	0,3
De 101 a 150	2 389	20,5	2 389	22,5	0	0,0	0	0,0
De 151 a 200	270	2,3	270	2,5	0	0,0	0	0,0
De 201 a más	5 558	47,7	5 558	52,2	0	0,0	0	0,0

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

GRÁFICO N° 1.18
 PERÚ: INVERSIÓN DE LAS EMPRESAS COMERCIALES, SEGÚN RANGO DE PERSONAL OCUPADO, 2015
 (Millones de soles)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

En las empresas comerciales que disponían de 101 a más trabajadores, el 100% de la inversión fue generado por las grandes empresas. En tanto que las empresas que tuvieron de 1 a 10 trabajadores el 58,2% de la inversión lo realizó la pequeña empresa, el 38,5% la gran empresa y el 3,3% la mediana empresa.

CUADRO N° 1.33
PERÚ: INVERSIÓN DE LAS EMPRESAS COMERCIALES POR SEGMENTO EMPRESARIAL,
SEGÚN RANGO DE PERSONAL OCUPADO, 2015
 (Millones de soles)

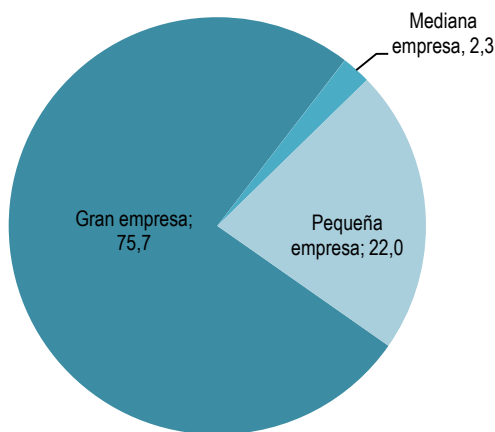
Rango de personal ocupado	Total		Gran empresa		Mediana empresa		Pequeña empresa	
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
Total	11 654	100,0	10 639	91,3	133	1,1	882	7,6
De 1 a 10	1 026	100,0	395	38,5	34	3,3	597	58,2
De 11 a 50	1 585	100,0	1 212	76,5	90	5,7	283	17,8
De 51 a 100	826	100,0	815	98,6	9	1,1	2	0,3
De 101 a 150	2 389	100,0	2 389	100,0	0	0,0	0	0,0
De 151 a 200	270	100,0	270	100,0	0	0,0	0	0,0
De 201 a más	5 558	100,0	5 558	100,0	0	0,0	0	0,0

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

1.7 Generación de empleo en las empresas comerciales

En la ejecución de sus actividades económicas, las empresas comerciales son fuente generadora de empleo directo. Los resultados de la Encuesta Económica Anual 2016 muestran que las empresas comerciales con ventas netas superiores a 577 mil 500 soles (150 UIT) en el año 2015, generaron empleo en forma directa a 650 mil 146 trabajadores de los cuales el 75,7% lo ofertó la gran empresa, el 22,0% la pequeña empresa y el 2,3% la mediana empresa.

GRÁFICO N° 1.19
PERÚ: PERSONAL OCUPADO EN LAS EMPRESAS COMERCIALES, SEGÚN SEGMENTO EMPRESARIAL, 2015
 (Distribución porcentual)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

1.7.1 Personal ocupado según actividad económica

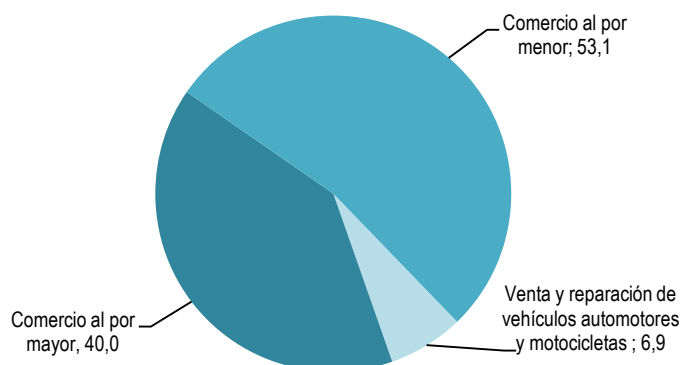
Según la actividad económica, las empresas dedicadas al comercio al por menor concentraron el mayor número de personal ocupado con 345 mil 447 trabajadores que representó el 53,1%, seguido de las unidades económicas que realizaron comercio al por mayor con el 40,0% y las empresas de venta y reparación de vehículos automotores y motocicletas con el 6,9%.

CUADRO N° 1.34
PERÚ: PERSONAL OCUPADO EN LAS EMPRESAS COMERCIALES POR SEGMENTO EMPRESARIAL, SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA, 2015
(Millones de soles)

Actividad económica	Total		Gran empresa		Mediana empresa		Pequeña empresa	
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
Total	650 146	100,0	492 363	100,0	14 678	100,0	143 105	100,0
Venta y reparación de vehículos automotores y motocicletas	44 541	6,9	29 427	6,0	1 012	6,9	14 102	9,9
Comercio al por mayor	260 158	40,0	181 168	36,8	8 619	58,7	70 371	49,1
Comercio al por menor	345 447	53,1	281 768	57,2	5 047	34,4	58 632	41,0

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

GRÁFICO N° 1.20
PERÚ: PERSONAL OCUPADO EN LAS EMPRESAS COMERCIALES, SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA, 2015
(Distribución porcentual)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

Del total de personal ocupado de las empresas que desempeñan actividades de comercio al por mayor, el segmento de gran empresa concentró el 69,6%, seguido de la pequeña empresa con el 27,1% y la mediana empresa con el 3,3%. En la actividad de comercio al por menor, la gran empresa concentró el 81,5%, la pequeña empresa el 17,0% y la mediana empresa el 1,5%. En la actividad de venta y reparación de vehículos automotores y motocicletas, la gran empresa el 66,0%, la pequeña empresa representó el 31,7% y la mediana empresa el 2,3%.

CUADRO N° 1.35
PERÚ: PERSONAL OCUPADO EN LAS EMPRESAS COMERCIALES POR SEGMENTO EMPRESARIAL, SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA, 2015

Actividad económica	Total		Gran empresa		Mediana empresa		Pequeña empresa	
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
Total	650 146	100,0	492 363	75,7	14 678	2,3	143 105	22,0
Venta y reparación de vehículos automotores y motocicletas	44 541	100,0	29 427	66,0	1 012	2,3	14 102	31,7
Comercio al por mayor	260 158	100,0	181 168	69,6	8 619	3,3	70 371	27,1
Comercio al por menor	345 447	100,0	281 768	81,5	5 047	1,5	58 632	17,0

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Encuesta Económica Anual 2016.

1.7.2 Personal ocupado según organización jurídica

Las empresas comerciales constituidas como sociedad anónima, emplearon a 414 mil 997 trabajadores esto fue el 63,8% del total de personal ocupado, seguido por las empresas constituidas como sociedad comercial de responsabilidad limitada con 169 mil 32 trabajadores (26,0%), la empresa individual de responsabilidad limitada con 41 mil 217 trabajadores (6,4%), persona natural con 17 mil 732 trabajadores (2,7%) y otras formas de organización (1,1%).

CUADRO N° 1.36
PERÚ: PERSONAL OCUPADO EN LAS EMPRESAS COMERCIALES POR SEGMENTO EMPRESARIAL, SEGÚN ORGANIZACIÓN JURÍDICA, 2015

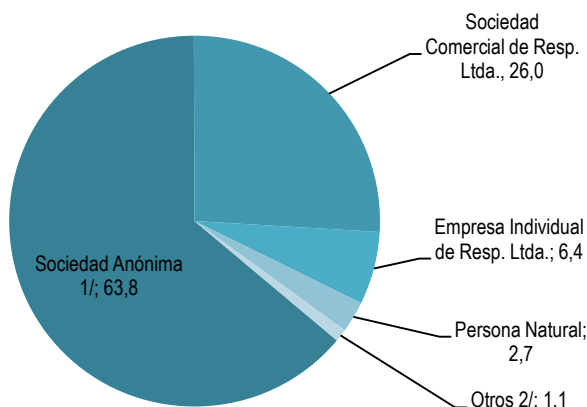
Organización jurídica	Total		Gran empresa		Mediana empresa		Pequeña empresa	
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
Total	650 146	100,0	492 363	100,0	14 678	100,0	143 105	100,0
Persona Natural	17 732	2,7	1 218	0,2	1 202	8,2	15 312	10,7
Sociedad Anónima 1/	414 997	63,8	337 362	68,5	6 647	45,3	70 988	49,6
Sociedad Comercial de Resp. Ltda.	169 032	26,0	142 115	28,9	2 604	17,7	24 313	17,0
Empresa Individual de Resp. Ltda.	41 217	6,4	8 274	1,7	4 225	28,8	28 718	20,1
Otros 2/	7 168	1,1	3 394	0,7	0	0,0	3 774	2,6

1/ Incluye sociedad anónima, sociedad anónima abierta y sociedad anónima cerrada.

2/ Incluye sociedad en comandita por acciones, sociedad colectiva, sociedad civil, asociación, cooperativa, fundaciones, instituciones y otros

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

GRÁFICO N° 1.21
PERÚ: PERSONAL OCUPADO EN LAS EMPRESAS COMERCIALES, SEGÚN ORGANIZACIÓN JURÍDICA, 2015
(Distribución porcentual)



1/ Incluye sociedad anónima, sociedad anónima abierta y sociedad anónima cerrada.

2/ Incluye sociedad en comandita por acciones, sociedad colectiva, sociedad civil, asociación, cooperativa, fundaciones, instituciones y otros.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

Del total de personal ocupado por las empresas que se registraron como personas naturales, el 86,3% laboraron en la pequeña empresa, el 6,9% en la gran empresa y el 6,8% en la mediana empresa.

CUADRO N° 1.37

PERÚ: PERSONAL OCUPADO EN LAS EMPRESAS COMERCIALES POR SEGMENTO EMPRESARIAL, SEGÚN ORGANIZACIÓN JURÍDICA, 2015

Organización jurídica	Total		Gran empresa		Mediana empresa		Pequeña empresa	
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
Total	650 146	100,0	492 363	75,7	14 678	2,3	143 105	22,0
Persona Natural	17 732	100,0	1 218	6,9	1 202	6,8	15 312	86,3
Sociedad Anónima 1/	414 997	100,0	337 362	81,3	6 647	1,6	70 988	17,1
Sociedad Comercial de Resp. Ltda.	169 032	100,0	142 115	84,1	2 604	1,5	24 313	14,4
Empresa Individual de Resp. Ltda.	41 217	100,0	8 274	20,1	4 225	10,3	28 718	69,6
Otros 2/	7 168	100,0	3 394	47,4	0	0,0	3 774	52,6

1/ Incluye sociedad anónima, sociedad anónima abierta y sociedad anónima cerrada.

2/ Incluye sociedad en comandita por acciones, sociedad colectiva, sociedad civil, asociación, cooperativa, fundaciones, instituciones y otros.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

1.7.3 Personal ocupado según rango personal

Las empresas comerciales que se encontraban en el rango de 201 a más trabajadores generaron 357 mil 998 puestos de trabajo, lo cual representó el 55,0% del total de personal ocupado, las unidades económicas que contaban de 11 a 50 trabajadores dieron empleo a 103 mil 793 personas, que representó el 16,0% del total y en las empresas con personal ocupado de 1 a 10 trabajadores laboraron el 14,3%, entre los más importantes.

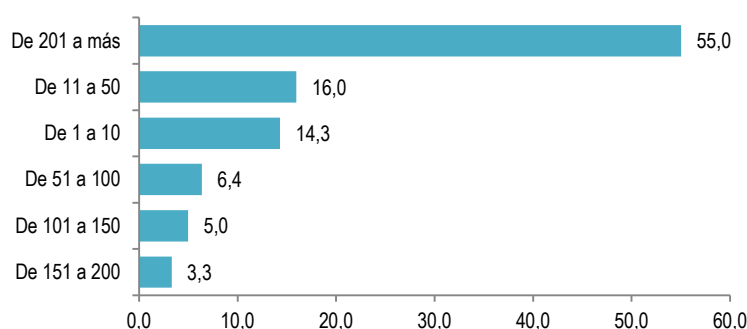
CUADRO N° 1.38

PERÚ: PERSONAL OCUPADO EN LAS EMPRESAS COMERCIALES POR SEGMENTO EMPRESARIAL, SEGÚN RANGO DE PERSONAL OCUPADO, 2015

Rango de personal ocupado	Total		Gran empresa		Mediana empresa		Pequeña empresa	
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
Total	650 146	100,0	492 363	100,0	14 678	100,0	143 105	100,0
De 1 a 10	93 003	14,3	3 803	0,8	2 725	18,6	86 475	60,4
De 11 a 50	103 793	16,0	38 880	7,9	11 318	77,1	53 595	37,5
De 51 a 100	41 449	6,4	37 779	7,7	635	4,3	3 035	2,1
De 101 a 150	32 433	5,0	32 433	6,6	0	0,0	0	0,0
De 151 a 200	21 470	3,3	21 470	4,4	0	0,0	0	0,0
De 201 a más	357 998	55,0	357 998	72,6	0	0,0	0	0,0

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

GRÁFICO N° 1.22

 PERÚ: PERSONAL OCUPADO EN LAS EMPRESAS COMERCIALES, SEGÚN RANGO DE PERSONAL OCUPADO, 2015
 (Distribución porcentual)


Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

Del total de trabajadores que laboraron en empresas ubicados en el rango de 1 a 10 trabajadores, el 93,0% se concentró en la pequeña empresa, mientras que en las unidades del mismo segmento y que se ubicaron en el rango de 11 a 50 trabajadores, alcanzaron el 51,6% del total; asimismo las empresas que contaban entre 51 a 100 trabajadores, el 91,1% se encontró laborando en la gran empresa. En los rangos de 101 a más, el 100,0% de las personas ocupadas laboraron en la gran empresa.

CUADRO N° 1.39
PERÚ: PERSONAL OCUPADO EN LAS EMPRESAS COMERCIALES POR SEGMENTO EMPRESARIAL,
SEGÚN RANGO DE PERSONAL OCUPADO, 2015

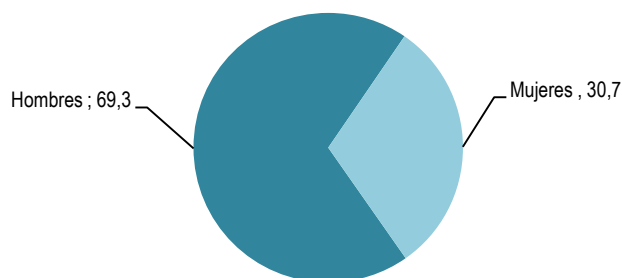
Rango de personal ocupado	Total		Gran empresa		Mediana empresa		Pequeña empresa	
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
Total	650 146	100,0	492 363	75,7	14 678	2,3	143 105	22,0
De 1 a 10	93 003	100,0	3 803	4,1	2 725	2,9	86 475	93,0
De 11 a 50	103 793	100,0	38 880	37,5	11 318	10,9	53 595	51,6
De 51 a 100	41 449	100,0	37 779	91,1	635	1,6	3 035	7,3
De 101 a 150	32 433	100,0	32 433	100,0	0	0,0	0	0,0
De 151 a 200	21 470	100,0	21 470	100,0	0	0,0	0	0,0
De 201 a más	357 998	100,0	357 998	100,0	0	0,0	0	0,0

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

1.7.4 Personal ocupado por sexo

Según la Encuesta Económica Anual 2016, en el año 2015, el 69,3% del personal ocupado en las empresas comerciales fueron hombres y el 30,7% fueron mujeres. Similar distribución se presenta a nivel de segmento empresarial.

GRÁFICO N° 1.23
PERÚ: PERSONAL OCUPADO EN LAS EMPRESAS
COMERCIALES, SEGÚN SEXO, 2015
(Distribución porcentual)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

De un total de 450 mil 427 trabajadores varones el 77,7% se encontraron laborando en la gran empresa, el 20,2% en la pequeña empresa y el 2,1% en la mediana empresa. Similar distribución se presentó en las mujeres.

CUADRO N° 1.40
PERÚ: PERSONAL OCUPADO EN LAS EMPRESAS COMERCIALES POR SEXO, SEGÚN SEGMENTO EMPRESARIAL, 2015

Segmento empresarial	Total		Sexo			
			Hombres		Mujeres	
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
Total	650 146	100,0	450 427	100,0	199 719	100,0
Gran empresa	492 363	75,7	350 196	77,7	142 167	71,2
Mediana empresa	14 678	2,3	9 468	2,1	5 210	2,6
Pequeña empresa	143 105	22,0	90 763	20,2	52 342	26,2

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

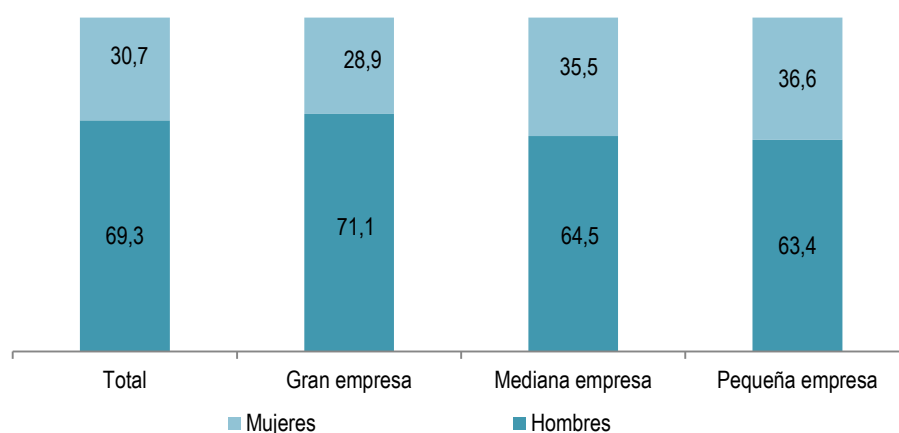
Del total de personal ocupado en la gran empresa (492 mil 363 trabajadores), la participación de las mujeres fue de 28,9% y de los hombres fue de 71,1%. Similar distribución se presentó en la mediana y pequeña empresa.

CUADRO N° 1.41
PERÚ: PERSONAL OCUPADO EN LAS EMPRESAS COMERCIALES POR SEXO, SEGÚN SEGMENTO EMPRESARIAL, 2015

Segmento empresarial	Total		Sexo			
			Hombres		Mujeres	
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
Total	650 146	100,0	450 427	69,3	199 719	30,7
Gran empresa	492 363	100,0	350 196	71,1	142 167	28,9
Mediana empresa	14 678	100,0	9 468	64,5	5 210	35,5
Pequeña empresa	143 105	100,0	90 763	63,4	52 342	36,6

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

GRÁFICO N° 1.24
PERÚ: PERSONAL OCUPADO EN LAS EMPRESAS COMERCIALES POR SEXO, SEGÚN SEGMENTO EMPRESARIAL, 2015
(Distribución porcentual)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

1.7.5 Personal ocupado por sexo y según actividad económica

Del total de personal ocupado femenino (199 mil 719 trabajadoras), el 49,5% se encontraron laborando en las empresas que realizan la actividad de comercio al por menor, el 44,9% en las empresas de la actividad de comercio al por mayor y el 5,6% en las empresas que se dedicaron a la actividad de venta y reparación de vehículos automotores y motocicletas.

En cuanto al total de personal ocupado masculino (450 mil 427 trabajadores), el 54,8% se encontró laborando en las empresas que realizaron la actividad de comercio al por menor, el 37,8% en el comercio al por mayor y el 7,4% en la actividad de venta y reparación de vehículos automotores y motocicletas.

CUADRO N° 1.42
PERÚ: PERSONAL OCUPADO EN LAS EMPRESAS COMERCIALES POR SEXO, SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA, 2015

Actividad económica	Total		Sexo			
			Hombres		Mujeres	
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
Total	650 146	100,0	450 427	100,0	199 719	100,0
Venta y reparación de vehículos automotores y motocicletas	44 541	6,9	33 319	7,4	11 222	5,6
Comercio al por mayor	260 158	40,0	170 436	37,8	89 722	44,9
Comercio al por menor	345 447	53,1	246 672	54,8	98 775	49,5

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

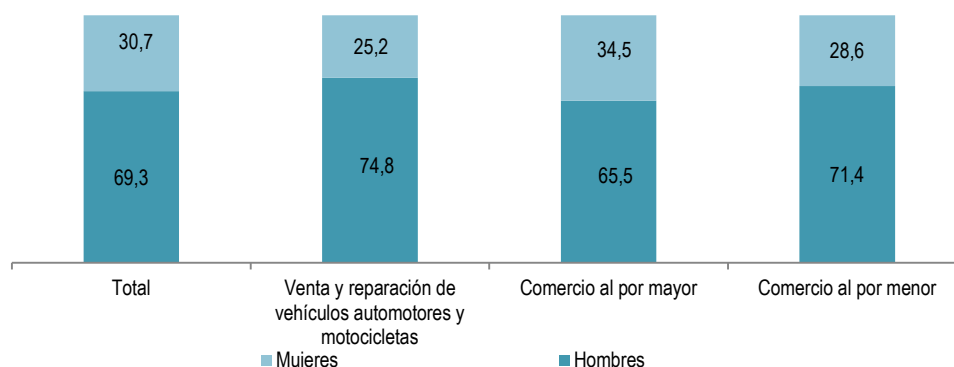
En el año 2015, de un total de 44 mil 541 personas ocupadas en la actividad de venta y reparación de vehículos automotores y motocicletas, el 25,2% fue cubierto por mujeres y el 74,8% por hombres. En tanto que la participación de la mujer en la actividad de comercio al por menor fue 28,6% y de hombres el 71,4%.

CUADRO N° 1.43
PERÚ: PERSONAL OCUPADO EN LAS EMPRESAS COMERCIALES POR SEXO, SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA, 2015

Actividad económica	Total		Sexo			
			Hombres		Mujeres	
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
Total	650 146	100,0	450 427	69,3	199 719	30,7
Venta y reparación de vehículos automotores y motocicletas	44 541	100,0	33 319	74,8	11 222	25,2
Comercio al por mayor	260 158	100,0	170 436	65,5	89 722	34,5
Comercio al por menor	345 447	100,0	246 672	71,4	98 775	28,6

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

GRÁFICO N° 1.25
 PERÚ: PERSONAL OCUPADO EN LAS EMPRESAS COMERCIALES POR SEXO, SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA, 2015
 (Distribución porcentual)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

1.7.6 Personal ocupado por sexo y según organización jurídica

Según la forma cómo se encuentran organizadas las empresas comerciales, del total de personal ocupado femenino, el 79,2% laboraron en las empresas constituidas como sociedad anónima, el 8,8% en empresas registradas como sociedad comercial de responsabilidad limitada, el 7,4% en empresa individual de responsabilidad limitada, el 3,1% estuvieron registrados como persona natural y el 1,5% en otras formas de organización. Similar distribución presentó el personal masculino.

CUADRO N° 1.44
 PERÚ: PERSONAL OCUPADO EN LAS EMPRESAS COMERCIALES POR SEXO, SEGÚN ORGANIZACIÓN JURÍDICA, 2015

Organización jurídica	Total		Sexo			
			Hombres		Mujeres	
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
Total	650 146	100,0	450 427	100,0	199 719	100,0
Persona Natural	17 732	2,7	11 592	2,6	6 140	3,1
Sociedad Anónima 1/	414 997	63,8	256 801	57,0	158 196	79,2
Sociedad Comercial de Resp. Ltda.	169 032	26,0	151 494	33,6	17 538	8,8
Empresa Individual de Resp. Ltda.	41 217	6,4	26 395	5,9	14 822	7,4
Otros 2/	7 168	1,1	4 145	0,9	3 023	1,5

1/ Incluye sociedad anónima, sociedad anónima abierta y sociedad anónima cerrada.

2/ Incluye sociedad en comandita por acciones, sociedad colectiva, sociedad civil, asociación, cooperativa, fundaciones, instituciones y otros.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

La distribución del personal ocupado en las empresas registradas como persona natural 17 mil 732 trabajadores, las mujeres cubrieron el 34,6%, es decir, que por cada 10 personas ocupadas, aproximadamente 3 fueron cubiertas por mujeres. En las empresas organizadas como sociedades anónimas, de un total de 414 mil 997 trabajadores, las mujeres cubrieron el 38,1% del personal ocupado y los hombres el 61,9% del total.

CUADRO N° 1.45
PERÚ: PERSONAL OCUPADO EN LAS EMPRESAS COMERCIALES POR SEXO, SEGÚN ORGANIZACIÓN JURÍDICA, 2015

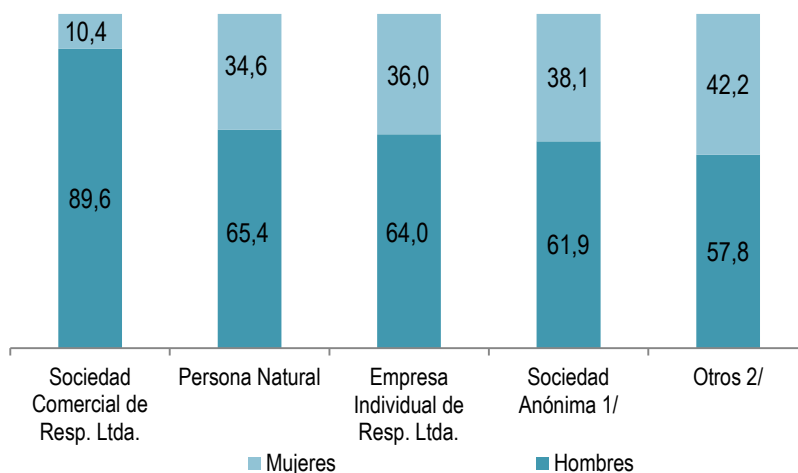
Organización jurídica	Total		Sexo			
			Hombres		Mujeres	
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
Total	650 146	100,0	450 427	69,3	199 719	30,7
Persona Natural	17 732	100,0	11 592	65,4	6 140	34,6
Sociedad Anónima 1/	414 997	100,0	256 801	61,9	158 196	38,1
Sociedad Comercial de Resp. Ltda.	169 032	100,0	151 494	89,6	17 538	10,4
Empresa Individual de Resp. Ltda.	41 217	100,0	26 395	64,0	14 822	36,0
Otros 2/	7 168	100,0	4 145	57,8	3 023	42,2

1/ Incluye sociedad anónima, sociedad anónima abierta y sociedad anónima cerrada.

2/ Incluye sociedad en comandita por acciones, sociedad colectiva, sociedad civil, asociación, cooperativa, fundaciones, instituciones y otros.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

GRÁFICO N° 1.26
PERÚ: PERSONAL OCUPADO EN LAS EMPRESAS COMERCIALES POR SEXO, SEGÚN ORGANIZACIÓN JURÍDICA, 2015
(Distribución porcentual)



1/ Incluye sociedad anónima, sociedad anónima abierta y sociedad anónima cerrada.

2/ Incluye sociedad en comandita por acciones, sociedad colectiva, sociedad civil, asociación, cooperativa, fundaciones, instituciones y otros.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

1.7.7 Personal ocupado por sexo y según rango de personal ocupado

Según la distribución de las empresas por el rango de personal ocupado, con un total de 650 mil 146 trabajadores, el 55,0% laboraron en las empresas comerciales que contaban de 201 a más trabajadores, el 16,0% en las empresas de 11 a 50 trabajadores, el 14,3% en las empresas de 1 a 10 trabajadores y el 6,4% en las empresas de 51 a 100 personas ocupadas.

CUADRO N° 1.46
PERÚ: PERSONAL OCUPADO EN LAS EMPRESAS COMERCIALES POR SEXO,
SEGÚN RANGO DE PERSONAL OCUPADO, 2015

Rango de personal ocupado	Total		Sexo			
			Hombres		Mujeres	
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
Total	650 146	100,0	450 427	100,0	199 719	100,0
De 1 a 10	93 003	14,3	60 994	13,5	32 009	16,0
De 11 a 50	103 793	16,0	65 066	14,4	38 727	19,4
De 51 a 100	41 449	6,4	28 413	6,3	13 036	6,5
De 101 a 150	32 433	5,0	19 135	4,3	13 298	6,7
De 151 a 200	21 470	3,3	13 180	3,0	8 290	4,2
De 201 a más	357 998	55,0	263 639	58,5	94 359	47,2

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

Del total de personas ocupadas en el rango de 201 a más trabajadores, el 73,6% fueron hombres y el 26,4% fueron mujeres, es decir, en este rango por cada 10 puestos de trabajo, 2 fueron ocupados por mujeres.

CUADRO N° 1.47
PERÚ: PERSONAL OCUPADO EN LAS EMPRESAS COMERCIALES POR SEXO,
SEGÚN RANGO DE PERSONAL OCUPADO, 2015

Rango de personal ocupado	Total		Sexo			
			Hombres		Mujeres	
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
Total	650 146	100,0	450 427	69,3	199 719	30,7
De 1 a 10	93 003	100,0	60 994	65,6	32 009	34,4
De 11 a 50	103 793	100,0	65 066	62,7	38 727	37,3
De 51 a 100	41 449	100,0	28 413	68,5	13 036	31,5
De 101 a 150	32 433	100,0	19 135	59,0	13 298	41,0
De 151 a 200	21 470	100,0	13 180	61,4	8 290	38,6
De 201 a más	357 998	100,0	263 639	73,6	94 359	26,4

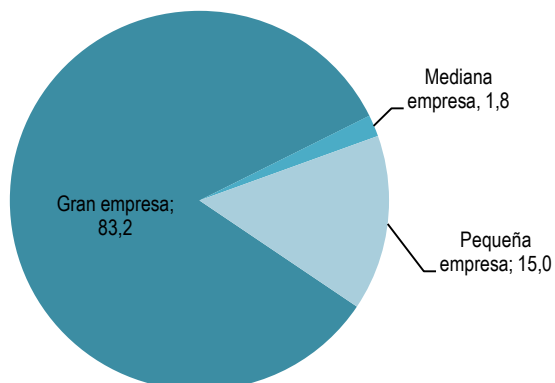
Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

1.8 Remuneraciones pagadas por las empresas comerciales

Las remuneraciones son los pagos totales brutos en dinero o especie, así como las aportaciones por seguridad y previsión social efectuados por el empleador durante el período de referencia para retribuir el trabajo realizado por las personas incluidas en la categoría de trabajadores remunerados.

Según los resultados de la Encuesta Económica Anual 2016, las remuneraciones pagadas por las empresas comerciales ascendió a 16 mil 130 millones de soles, de las cuales el 83,2% lo pagó la gran empresa, el 15,0% la pequeña empresa y el 1,8% la mediana empresa.

GRÁFICO N° 1.27
PERÚ: REMUNERACIONES PAGADAS, SEGÚN SEGMENTO EMPRESARIAL, 2015
(Distribución porcentual)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

1.8.1 Remuneraciones según actividad económica

Las empresas que se dedicaron al comercio mayorista (maquinarias, enseres domésticos, alimentos y materiales de construcción y ferreterías) pagaron remuneraciones por 9 mil 70 millones de soles que representó el 56,2% del total de remuneraciones, seguido por las empresas que realizaron comercio al por menor (donde destaca el comercio minorista de productos farmacéuticos, supermercados, grifos y enseres domésticos) con el 32,6% y las que se dedicaron a la venta y reparación de vehículos automotores y motocicletas con el 11,2%.

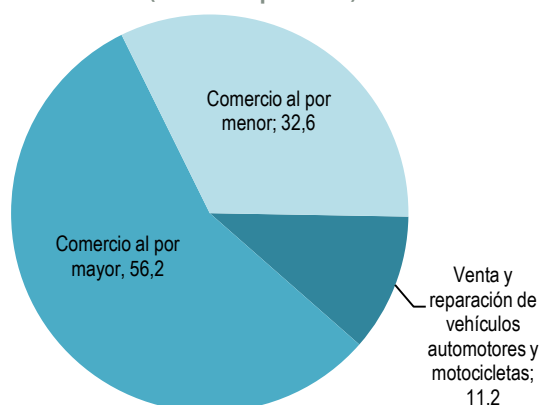
A nivel de segmento empresarial, en la mediana empresa, la actividad de comercio al por menor pagó el 25,4% y el comercio al por mayor el 65,2% de las remuneraciones.

CUADRO N° 1.48
PERÚ: REMUNERACIONES PAGADAS POR SEGMENTO EMPRESARIAL, SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA, 2015
(Millones de soles)

Actividad económica	Total		Gran empresa		Mediana empresa		Pequeña empresa	
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
Total	16 130	100,0	13 419	100,0	298	100,0	2 413	100,0
Venta y reparación de vehículos automotores y motocicletas	1 803	11,2	1 523	11,4	28	9,4	252	10,5
Comercio al por mayor	9 070	56,2	7 622	56,8	194	65,2	1 254	51,9
Comercio al por menor	5 257	32,6	4 274	31,8	76	25,4	907	37,6

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

GRÁFICO N° 1.28
PERÚ: REMUNERACIONES PAGADAS, SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA, 2015
 (Distribución porcentual)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

Del total de las remuneraciones pagadas por las empresas que realizaron comercio al por menor (5 mil 257 millones de soles), la gran empresa pagó el 81,3% de las remuneraciones, la pequeña empresa el 17,3% y la mediana empresa el 1,4%.

CUADRO N° 1.49
PERÚ: REMUNERACIONES PAGADAS POR SEGMENTO EMPRESARIAL, SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA, 2015
 (Millones de soles)

Actividad económica	Total		Gran empresa		Mediana empresa		Pequeña empresa	
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
Total	16 130	100,0	13 419	83,2	298	1,8	2 413	15,0
Venta y reparación de vehículos automotores y motocicletas	1 803	100,0	1 523	84,5	28	1,5	252	14,0
Comercio al por mayor	9 070	100,0	7 622	84,0	194	2,2	1 254	13,8
Comercio al por menor	5 257	100,0	4 274	81,3	76	1,4	907	17,3

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

1.8.2 Remuneraciones según organización jurídica

Las empresas comerciales organizadas como sociedades anónimas pagaron por remuneraciones 13 mil 904 millones de soles que representó el 86,1% del total, le sigue la sociedad comercial de responsabilidad limitada con el 7,8%, la empresa individual de responsabilidad limitada con el 3,7% y las empresas registradas como persona natural con el 1,2% al igual que otros tipo de organización.

CUADRO N° 1.50
PERÚ: REMUNERACIONES POR SEGMENTO EMPRESARIAL, SEGÚN ORGANIZACIÓN JURÍDICA, 2015
 (Millones de soles)

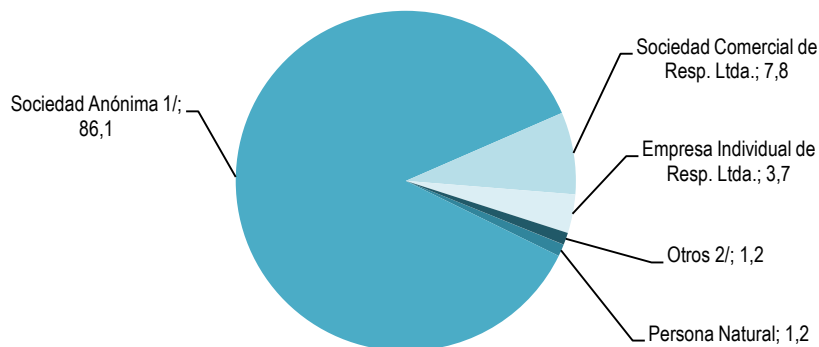
Organización jurídica	Total		Gran empresa		Mediana empresa		Pequeña empresa	
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
Total	16 130	100,0	13 419	100,0	298	100,0	2 413	100,0
Persona Natural	187	1,2	25	0,2	17	5,7	145	6,0
Sociedad Anónima 1/	13 904	86,1	12 277	91,5	174	58,3	1 453	60,2
Sociedad Comercial de Resp. Ltda.	1 259	7,8	818	6,1	54	18,1	387	16,0
Empresa Individual de Resp. Ltda.	593	3,7	188	1,4	53	17,9	352	14,6
Otros 2/	187	1,2	111	0,8	0	0,0	76	3,2

1/ Incluye sociedad anónima, sociedad anónima abierta y sociedad anónima cerrada.

2/ Incluye sociedad en comandita por acciones, sociedad colectiva, sociedad civil, asociación, cooperativa, fundaciones, instituciones y otros.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

GRÁFICO N° 1.29
PERÚ: REMUNERACIONES, SEGÚN ORGANIZACIÓN JURÍDICA, 2015
(Distribución porcentual)



1/ Incluye sociedad anónima, sociedad anónima abierta y sociedad anónima cerrada.

2/ Incluye sociedad en comandita por acciones, sociedad colectiva, sociedad civil, asociación, cooperativa, fundaciones, instituciones y otros.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

Del total de remuneraciones pagadas por las empresas constituidas como sociedad anónima (13 mil 904 millones de soles), el 88,2% lo pagó la gran empresa, el 10,5% la pequeña empresa y el 1,3% la mediana empresa. En las unidades organizadas como persona natural, el 77,5% de las remuneraciones lo pagaron las pequeñas empresas, el 13,5% la gran empresa y el 9,0% la mediana empresa.

CUADRO N° 1.51
PERÚ: REMUNERACIONES PAGADAS POR SEGMENTO EMPRESARIAL, SEGÚN ORGANIZACIÓN JURÍDICA, 2015
(Millones de soles)

Organización jurídica	Total		Gran empresa		Mediana empresa		Pequeña empresa	
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
Total	16 130	100,0	13 419	83,2	298	1,8	2 413	15,0
Persona Natural	187	100,0	25	13,5	17	9,0	145	77,5
Sociedad Anónima 1/	13 904	100,0	12 277	88,2	174	1,3	1 453	10,5
Sociedad Comercial de Resp. Ltda.	1 259	100,0	818	65,0	54	4,3	387	30,7
Empresa Individual de Resp. Ltda.	593	100,0	188	31,6	53	9,1	352	59,3
Otros 2/	187	100,0	111	59,5	0	0,0	76	40,5

1/ Incluye sociedad anónima, sociedad anónima abierta y sociedad anónima cerrada.

2/ Incluye sociedad en comandita por acciones, sociedad colectiva, sociedad civil, asociación, cooperativa, fundaciones, instituciones y otros.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

1.8.3 Remuneraciones según rango de personal ocupado

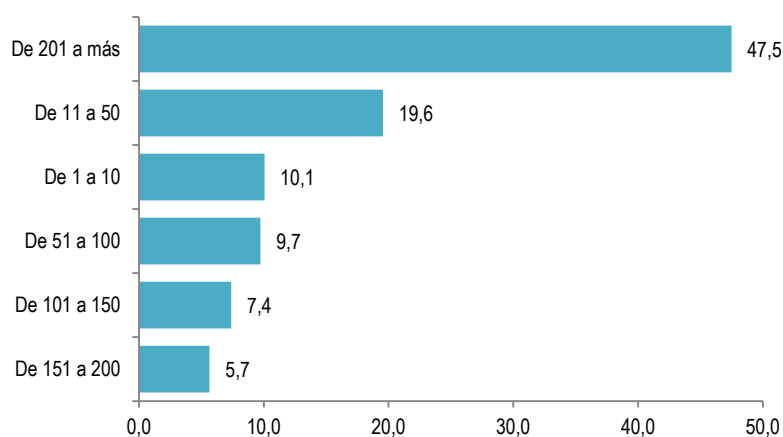
Las remuneraciones pagadas por las empresas comerciales ascendieron a 16 mil 130 millones de soles, según rango de personal ocupado, las empresas comerciales que disponían de 201 a más trabajadores pagaron remuneraciones por un monto de 7 mil 680 millones de soles que representó el 47,5% del total, seguido de las empresas que tuvieron de 11 a 50 trabajadores con 3 mil 155 millones de soles (19,6%), las empresas de 1 a 10 trabajadores pagaron un monto de 1 mil 623 millones de soles (10,1%) y las empresas de 51 a 100 trabajadores con 1 mil 569 millones de soles que representó el 9,7% del total de las remuneraciones.

CUADRO N° 1.52
PERÚ: REMUNERACIONES PAGADAS POR SEGMENTO EMPRESARIAL, SEGÚN RANGO DE PERSONAL OCUPADO, 2015
 (Millones de soles)

Rango de personal ocupado	Total		Gran empresa		Mediana empresa		Pequeña empresa	
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
Total	16 130	100,0	13 419	100,0	298	100,0	2 413	100,0
De 1 a 10	1 623	10,1	237	1,8	73	24,6	1 313	54,4
De 11 a 50	3 155	19,6	1 844	13,7	212	71,2	1 099	45,6
De 51 a 100	1 569	9,7	1 555	11,6	13	4,2	1	0,0
De 101 a 150	1 191	7,4	1 191	8,9	0	0,0	0	0,0
De 151 a 200	912	5,7	912	6,8	0	0,0	0	0,0
De 201 a más	7 680	47,5	7 680	57,2	0	0,0	0	0,0

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

GRÁFICO N° 1.30
PERÚ: REMUNERACIONES PAGADAS, SEGÚN RANGO DE PERSONAL OCUPADO, 2015
 (Distribución porcentual)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

De las empresas comerciales que tuvieron de 101 a más trabajadores, el 100% de las remuneraciones lo pagaron las grandes empresas. En las empresas de 1 a 10 trabajadores, el 80,9% lo pagó la pequeña empresa, el 14,6% la gran empresa y el 4,5% la mediana empresa.

CUADRO N° 1.53
 PERÚ: REMUNERACIONES PAGADAS POR SEGMENTO EMPRESARIAL, SEGÚN RANGO DE PERSONAL OCUPADO, 2015
 (Millones de soles)

Rango de personal ocupado	Total		Gran empresa		Mediana empresa		Pequeña empresa	
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
Total	16 130	100,0	13 419	83,2	298	1,8	2 413	15,0
De 1 a 10	1 623	100,0	237	14,6	73	4,5	1 313	80,9
De 11 a 50	3 155	100,0	1 844	58,4	212	6,8	1 099	34,8
De 51 a 100	1 569	100,0	1 555	99,1	13	0,8	1	0,1
De 101 a 150	1 191	100,0	1 191	100,0	0	0,0	0	0,0
De 151 a 200	912	100,0	912	100,0	0	0,0	0	0,0
De 201 a más	7 680	100,0	7 680	100,0	0	0,0	0	0,0

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

II. Características de las Empresas Mayoristas y Minoristas



II. Características de las Empresas Mayoristas y Minoristas

2.1 Características de las empresas mayoristas

2.1.1 Número de empresas comerciales mayoristas

Según los resultados de la Encuesta Económica Anual 2016 existieron 17 mil 345 empresas con ventas netas mayores a 577 mil 500 soles (150 UIT), cuya actividad principal fue el comercio al por mayor, de estas, el 28,0% se dedicaron al comercio mayorista de alimentos y bebidas, el 18,1% al comercio de materiales de construcción y ferretería, y el 15,0% al comercio de maquinarias y equipos.

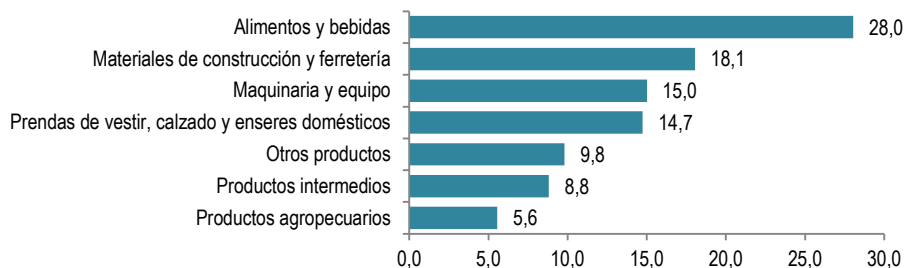
CUADRO N° 2.1
PERÚ: EMPRESAS COMERCIALES MAYORISTAS, SEGÚN PRODUCTOS, 2015

Productos	Absoluto	%
Total	17 345	100,0
Productos agropecuarios	960	5,6
Alimentos y bebidas	4 865	28,0
Prendas de vestir, calzado y enseres domésticos	2 557	14,7
Maquinaria y equipo	2 603	15,0
Materiales de construcción y ferretería	3 131	18,1
Productos intermedios	1 529	8,8
Otros productos	1 701	9,8

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

Por otro lado, de las empresas que se dedicaron a la venta al por mayor, la actividad con menor número de unidades económicas fueron las de venta de productos agropecuarios (materias primas agropecuarias y animales vivos) con el 5,6% del total.

GRÁFICO N° 2.1
PERÚ: EMPRESAS COMERCIALES MAYORISTA, SEGÚN PRODUCTOS, 2015
(Distribución porcentual)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

2.1.2 Ventas netas de las empresas comerciales mayoristas

De los 173 mil 32 millones de soles de ventas netas realizadas por las empresas mayoristas, el 19,8% fue conseguido por las empresas que comercializaron alimentos y bebidas, el 19,5% lo generaron las empresas dedicadas a productos intermedios al por mayor (combustibles, metales y minerales, metalíferos, sustancias y productos químicos, desperdicios y chatarra para el reciclaje), el 17,3% las que comercializaron maquinaria y equipos al por mayor y el 15,2% las empresas que vendieron prendas de vestir, calzado y enseres domésticos. Por otro lado las empresas dedicadas al comercio al por mayor de materiales de construcción y ferretería representaron el 13,3% de las ventas y las empresas dedicadas al comercio al por mayor de otros productos tuvieron un 8,2% del total de ventas realizadas por las empresas mayoristas.

CUADRO N° 2.2
VENTAS NETAS DE LAS EMPRESAS COMERCIALES MAYORISTAS, SEGÚN PRODUCTOS, 2015
 (Millones de soles)

Productos	Absoluto	%
Total	173 032	100,0
Productos agropecuarios	11 619	6,7
Alimentos y bebidas	34 354	19,8
Prendas de vestir, calzado y enseres domésticos	26 221	15,2
Maquinaria y equipo	29 936	17,3
Materiales de construcción y ferretería	23 063	13,3
Productos intermedios	33 663	19,5
Otros productos	14 176	8,2

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

Las empresas con menor participación de ventas fueron las empresas que se dedicaron a la venta de productos agropecuarios con el 6,7% del total de las ventas.

GRÁFICO N° 2.2
PERÚ: VENTAS NETAS DE LAS EMPRESAS COMERCIALES MAYORISTAS, SEGÚN PRODUCTOS, 2015
 (Distribución porcentual)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

2.1.3 Compra de mercadería de las empresas comerciales mayoristas

En el año 2015, las empresas que comercializaron productos al por mayor compraron mercaderías por un monto que ascendió a 138 mil 81 millones de soles. De este total, el 21,1% lo realizaron las empresas que se dedicaron al comercio mayorista de alimentos y bebidas, el 20,7% de las compras lo efectuaron las empresas mayoristas que venden los productos intermedios (combustibles, metales y minerales metalíferos, sustancias y productos químicos, desperdicios, chatarra para el reciclaje), el 15,4% de los gastos por compras lo realizaron las empresas de maquinaria y equipo, el 14,8% por las empresas que venden materiales de construcción y ferretería, el 14,2% por las empresas que comercializaron maquinaria y equipo al por mayor.

CUADRO N° 2.3
PERÚ: COMPRA DE MERCADERÍA DE LAS EMPRESAS COMERCIALES MAYORISTAS, SEGÚN PRODUCTOS, 2015
 (Millones de soles)

Productos	Absoluto	%
Total	138 081	100,0
Productos agropecuarios	8 727	6,3
Alimentos y bebidas	29 123	21,1
Prendas de vestir, calzado y enseres domésticos	19 674	14,2
Maquinaria y equipo	21 210	15,4
Materiales de construcción y ferretería	20 498	14,8
Productos intermedios	28 586	20,7
Otros productos	10 263	7,5

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

Las empresas con menor valor de compra de mercadería fueron las empresas que se dedicaron a la venta de productos agropecuarios con el 6,3% del total de las compras.

GRÁFICO N° 2.3
PERÚ: COMPRA DE MERCADERÍA DE LAS EMPRESAS COMERCIALES MAYORISTAS, SEGÚN PRODUCTOS, 2015
 (Distribución porcentual)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

2.1.4 Ingresos de las empresas comerciales mayoristas

Según la Encuesta Económica Anual 2016, el total de ingresos de las empresas comerciales mayoristas en el 2015, llegaron a 63 mil 567 millones de soles. De este total, las empresas mayoristas dedicadas a la venta de maquinarias y equipos concentraron el 43,4%, le siguen las empresas que venden prendas de vestir, calzado y enseres domésticos con el 14,5% de los ingresos y las empresas dedicadas a la venta de alimentos y bebidas con el 10,9% del total de ventas, entre las principales.

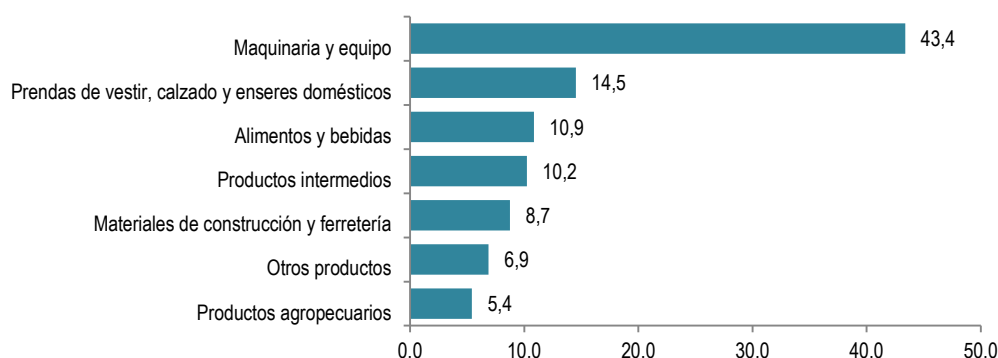
CUADRO N° 2.4
PERÚ: INGRESOS DE LAS EMPRESAS COMERCIALES MAYORISTAS, SEGÚN PRODUCTOS, 2015
 (Millones de soles)

Productos	Absoluto	%
Total	63 567	100,0
Productos agropecuarios	3 435	5,4
Alimentos y bebidas	6 898	10,9
Prendas de vestir, calzado y enseres domésticos	9 231	14,5
Maquinaria y equipo	27 571	43,4
Materiales de construcción y ferretería	5 560	8,7
Productos intermedios	6 501	10,2
Otros productos	4 371	6,9

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

En tanto que, las empresas que generaron los menores ingresos corresponde a las que realizaron el comercio mayorista de productos agropecuarios (materias primas agropecuarias y animales vivos) con el 5,4% de total de ingresos.

GRÁFICO N° 2.4
PERÚ: INGRESOS DE LAS EMPRESAS COMERCIALES MAYORISTAS, SEGÚN PRODUCTOS, 2015
 (Distribución porcentual)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

2.1.5 Egresos de las empresas comerciales mayoristas

Del total de los egresos de las empresas comerciales mayoristas, el 43,4% lo realizaron las empresas que comercializaron maquinaria y equipo, el 15,1% las que vendieron prendas de vestir, calzados y enseres domésticos, alimentos y bebidas y productos intermedios realizaron cada uno el 10,6% del total de los egresos comerciales.

CUADRO N° 2.5
PERÚ: EGRESOS DE LAS EMPRESAS COMERCIALES MAYORISTAS, SEGÚN PRODUCTOS, 2015
(Millones de soles)

Productos	Absoluto	%
Total	57 032	100,0
Productos agropecuarios	2 899	5,1
Alimentos y bebidas	6 028	10,6
Prendas de vestir, calzado y enseres domésticos	8 595	15,1
Maquinaria y equipo	24 771	43,4
Materiales de construcción y ferretería	5 317	9,3
Productos intermedios	6 051	10,6
Otros productos	3 371	5,9

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

Asimismo, las actividades que declararon menores egresos fueron las que se dedicaron a la venta al por mayor de productos agropecuarios con el 5,1% del total de egresos de las empresas comerciales mayoristas.

GRÁFICO N° 2.5
PERÚ: EGRESOS DE LAS EMPRESAS COMERCIALES MAYORISTAS, SEGÚN PRODUCTOS, 2015
(Distribución porcentual)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

2.1.6 Inversión de las empresas comerciales mayoristas

Los resultados de la Encuesta Económica Anual 2016 muestran que del total de la inversión realizada por las empresas comerciales mayoristas en el año 2015, el 31,0% la realizaron las empresas que se dedicaron al comercio de prendas de vestir, calzado y enseres domésticos, el 19,8% las empresas que vendían maquinaria y equipos, el 13,2% las empresas que comercializaron productos intermedios (combustibles, metales y minerales metalíferos, sustancias y productos químicos, desperdicios, chatarra para el reciclaje) y el 10,9% las empresas que comercializaron materiales de construcción y ferretería.

CUADRO N° 2.6
PERÚ: INVERSIÓN DE LAS EMPRESAS COMERCIALES MAYORISTAS, SEGÚN PRODUCTOS, 2015
 (Millones de soles)

Productos	Absoluto	%
Total	6 827	100,0
Productos agropecuarios	573	8,4
Alimentos y bebidas	550	8,1
Prendas de vestir, calzado y enseres domésticos	2 116	31,0
Maquinaria y equipo	1 355	19,8
Materiales de construcción y ferretería	743	10,9
Productos intermedios	903	13,2
Otros productos	587	8,6

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

Asimismo, las empresas que realizaron menor inversión fueron las que se dedicaron al comercio de alimentos y bebidas con el 8,1% del total.

GRÁFICO N° 2.6
PERÚ: INVERSIÓN DE LAS EMPRESAS COMERCIALES MAYORISTAS, SEGÚN PRODUCTOS, 2015
 (Distribución porcentual)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

2.1.7 Generación de empleo en las empresas comerciales mayoristas

Durante el año 2015, el personal ocupado en las empresas comerciales mayoristas llegó a 260 mil 158 personas. El 20,1% del empleo fue demandado por las empresas que se dedicaron al comercio mayorista de prendas de vestir, calzado y enseres domésticos, el 20,0% por las empresas que se dedicaron al comercio mayorista de alimentos y bebidas, el 17,1% del empleo es requerido por las empresas que se dedicaron a la venta de maquinarias y equipo, y el 14,2% las empresas que se dedicaron a la venta de materiales de construcción y ferretería.

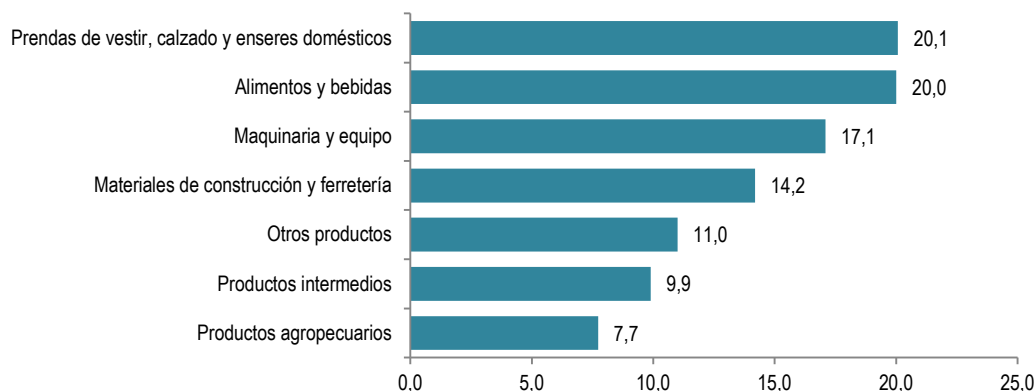
CUADRO N° 2.7
PERÚ: PERSONAL OCUPADO EN LAS EMPRESAS COMERCIALES MAYORISTAS,
SEGÚN PRODUCTOS, 2015

Productos	Absoluto	%
Total	260 158	100,0
Productos agropecuarios	20 123	7,7
Alimentos y bebidas	52 055	20,0
Prendas de vestir, calzado y enseres domésticos	52 231	20,1
Maquinaria y equipo	44 473	17,1
Materiales de construcción y ferretería	36 920	14,2
Productos intermedios	25 745	9,9
Otros productos	28 611	11,0

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

En tanto que, las empresas que tuvieron menor personal ocupado fueron las que se dedicaron al comercio de productos agropecuarios (materias primas agropecuarias y animales vivos) con el 7,7% del total.

GRÁFICO N° 2.7
PERÚ: PERSONAL OCUPADO EN LAS EMPRESAS COMERCIALES MAYORISTAS, SEGÚN PRODUCTOS, 2015
(Distribución porcentual)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

2.1.8 Remuneraciones pagadas por las empresas comerciales mayoristas

En el año 2015, la remuneración pagada por las empresas comerciales mayoristas llegó a 9 mil 70 millones de soles, de las cuales, el 25,1% correspondió a la venta de maquinaria y equipo, el 22,0% a la venta de prendas de vestir, calzados y enseres domésticos, el 13,4% a la venta de alimentos y bebidas y el 12,4% de las remuneraciones estuvo a cargo de las empresas que vendían materiales de construcción y ferretería.

CUADRO N° 2.8
PERÚ: REMUNERACIONES PAGADAS POR LAS EMPRESAS COMERCIALES MAYORISTAS, SEGÚN PRODUCTOS, 2015
 (Millones de soles)

Productos	Absoluto	%
Total	9 070	100,0
Productos agropecuarios	408	4,5
Alimentos y bebidas	1 209	13,4
Prendas de vestir, calzado y enseres domésticos	1 997	22,0
Maquinaria y equipo	2 279	25,1
Materiales de construcción y ferretería	1 125	12,4
Productos intermedios	981	10,8
Otros productos	1 071	11,8

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

Por otro lado, las empresas que pagaron menor remuneración fueron las que se dedicaron al comercio de productos agropecuarios (materias primas agropecuarias y animales vivos) con el 4,5% del total.

GRÁFICO N° 2.8
PERÚ: REMUNERACIONES PAGADAS POR LAS EMPRESAS COMERCIALES MAYORISTAS, SEGÚN PRODUCTOS, 2015
 (Distribución porcentual)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

2.2 Características de las empresas minoristas

2.2.1 Número de empresas comerciales minoristas

Según los resultados de la Encuesta Económica Anual 2016 en el país funcionaron un total de 10 mil 820 empresas con ventas netas mayores a 577 mil 500 soles (150 UIT) que se dedicaron al comercio minorista. De estas, el 20,2% fue representado por las empresas que comercializan productos de ferretería, pinturas y vidrio, el 18,1% pertenecieron al comercio de otros productos (aparatos electrodomésticos, muebles, libros, diarios, revistas, útiles de escritorio, juguetes, etc.), el 16,8% al comercio de combustibles y lubricantes, y el 15,9% al comercio de alimentos, bebidas y productos de bazares.

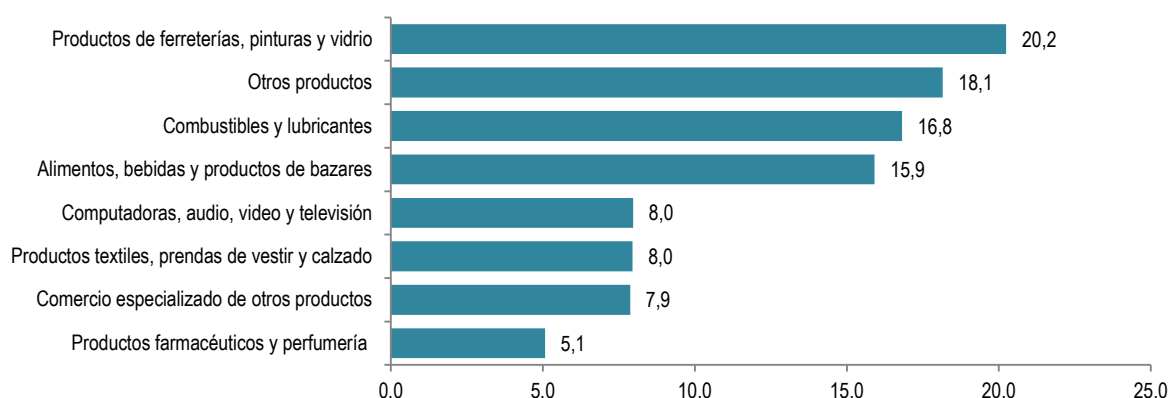
CUADRO N° 2.9
PERÚ: EMPRESAS COMERCIALES MINORISTAS, SEGÚN PRODUCTOS, 2015

Productos	Absoluto	%
Total	10 820	100,0
Alimentos, bebidas y productos de bazares	1 722	15,9
Combustibles y lubricantes	1 820	16,8
Computadoras, audio, video y televisión	863	8,0
Productos textiles, prendas de vestir y calzado	860	8,0
Productos de ferreterías, pinturas y vidrio	2 190	20,2
Productos farmacéuticos y perfumería	549	5,1
Comercio especializado de otros productos	852	7,9
Otros productos	1 964	18,1

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

Por otro lado, las empresas que se dedican a la venta minorista con menor número de unidades económicas fueron las que realizaron el comercio de productos farmacéuticos y perfumería con el 5,1% del total.

GRÁFICO N° 2.9
PERÚ: EMPRESAS COMERCIALES MINORISTAS, SEGÚN PRODUCTOS, 2015
(Distribución porcentual)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

2.2.2 Ventas netas de las empresas comerciales minoristas

En el año 2015, las ventas netas de las empresas comerciales minoristas ascendieron a 68 mil 402 millones de soles, de las cuales, las que vendieron alimentos, bebidas y productos de bazares concentraron el 32,0% de las ventas, las empresas que comercializan combustible para vehículos y lubricantes representaron el 20,2%, y las empresas dedicadas a la venta de productos farmacéuticos y perfumería representó el 13,9% del total de ventas, entre las más representativas.

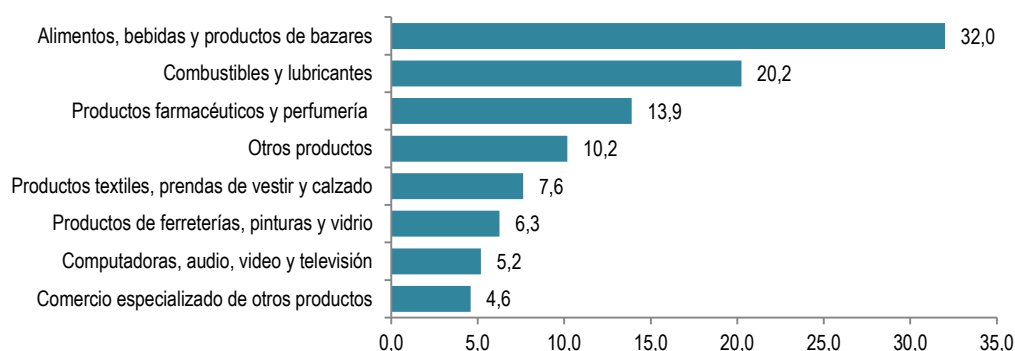
CUADRO N° 2.10
PERÚ: VENTAS NETAS DE LAS EMPRESAS COMERCIALES MINORISTAS, SEGÚN PRODUCTOS, 2015
 (Millones de soles)

Productos	Absoluto	%
Total	68 402	100,0
Alimentos, bebidas y productos de bazares	21 895	32,0
Combustibles y lubricantes	13 846	20,2
Computadoras, audio, video y televisión	3 549	5,2
Productos textiles, prendas de vestir y calzado	5 213	7,6
Productos de ferreterías, pinturas y vidrio	4 284	6,3
Productos farmacéuticos y perfumería	9 511	13,9
Comercio especializado de otros productos	3 136	4,6
Otros productos	6 968	10,2

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

En tanto que, las menores ventas lo obtuvieron las empresas que se dedicaron al comercio especializado de otros productos con el 4,6% del total de ventas.

GRÁFICO N° 2.10
PERÚ: VENTAS NETAS DE LAS EMPRESAS COMERCIALES MINORISTAS, SEGÚN PRODUCTOS, 2015
 (Distribución porcentual)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

2.2.3 Compras de mercadería de las empresas comerciales minoristas

En el año 2015, la compra de mercadería de las empresas comerciales minoristas fue de 52 mil 246 millones de soles. Destacan las compras de mercadería realizadas por las empresas comerciales minoristas de alimentos, bebidas y productos de bazares con el 33,6% del total de las compras, las empresas de combustibles y lubricantes con el 21,2% y las empresas dedicadas a las ventas de productos farmacéuticos y perfumería 13,0%.

CUADRO N° 2.11
PERÚ: COMPRA DE MERCADERÍA DE LAS EMPRESAS COMERCIALES MINORISTAS, SEGÚN PRODUCTOS, 2015
(Millones de soles)

Productos	Absoluto	%
Total	52 246	100,0
Alimentos, bebidas y productos de bazares	17 620	33,6
Combustibles y lubricantes	11 063	21,2
Computadoras, audio, video y televisión	1 972	3,8
Productos textiles, prendas de vestir y calzado	3 797	7,3
Productos de ferreterías, pinturas y vidrio	3 642	7,0
Productos farmacéuticos y perfumería	6 769	13,0
Comercio especializado de otros productos	2 259	4,3
Otros productos	5 124	9,8

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

En tanto que, las menores compras se realizaron en las empresas dedicadas al comercio de computadoras, audio, video y televisión con el 3,8%, seguido de las empresas que se dedicaron al comercio especializado de otros productos con 4,3% y las empresas que vendieron productos de ferreterías, pinturas y productos de vidrio con el 7,0% del total de las compras de mercadería.

GRÁFICO N° 2.11
PERÚ: COMPRA DE MERCADERÍA DE LAS EMPRESAS COMERCIALES MINORISTAS, SEGÚN PRODUCTOS, 2015
(Distribución porcentual)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

2.2.4 Ingresos de las empresas comerciales minoristas

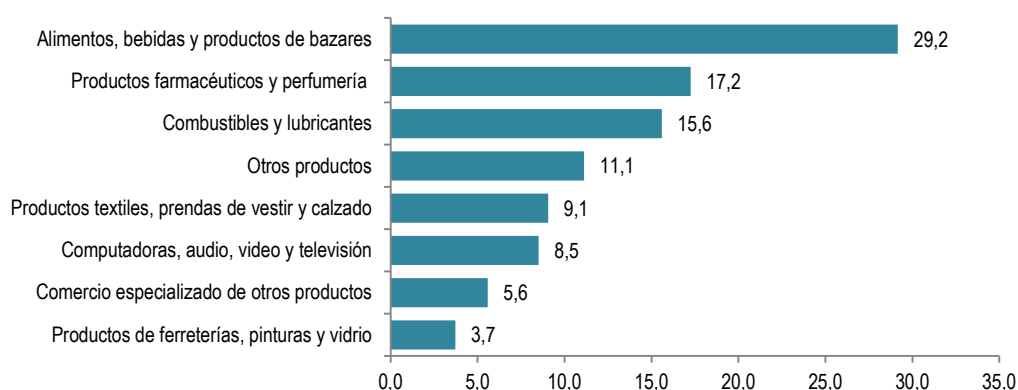
En el año 2015, los ingresos de las empresas de comercio minorista ascendieron a 20 mil 272 millones de soles, de las cuales la venta minorista de productos de alimentos, bebidas y bazares concentraron los mayores ingresos con el 29,2%, seguido por las empresas dedicadas al comercio de productos farmacéuticos y perfumerías con el 17,2%, el comercio de combustibles y lubricantes representó con el 15,6% y el comercio minorista de otros productos como aparatos electrodomésticos, muebles, libros, diarios, revistas, útiles de escritorio y juguetes 11,1% del total de ventas.

CUADRO N° 2.12
PERÚ: INGRESOS DE LAS EMPRESAS COMERCIALES MINORISTAS, SEGÚN PRODUCTOS, 2015
 (Millones de soles)

Productos	Absoluto	%
Total	20 272	100,0
Alimentos, bebidas y productos de bazares	5 913	29,2
Combustibles y lubricantes	3 160	15,6
Computadoras, audio, video y televisión	1 726	8,5
Productos textiles, prendas de vestir y calzado	1 836	9,1
Productos de ferreterías, pinturas y vidrio	754	3,7
Productos farmacéuticos y perfumería	3 496	17,2
Comercio especializado de otros productos	1 132	5,6
Otros productos	2 255	11,1

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

GRÁFICO N° 2.12
PERÚ: INGRESOS DE LAS EMPRESAS COMERCIALES MINORISTAS, SEGÚN PRODUCTOS, 2015
 (Distribución porcentual)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

2.2.5 Egresos de las empresas comerciales minoristas

Del total de egresos generados en el año 2015 por las empresas comerciales minoristas, el 31,4% fueron realizados por las empresas que vendieron productos de alimentos, bebidas y bazares, el 18,2% por las empresas de expendio de productos farmacéuticos y perfumería, el 13,9% de los egresos fueron realizados por las empresas de venta de combustibles y lubricantes, y el 11,8% de las empresas comerciales de otros productos (aparatos electrodomésticos, muebles, libros, diarios, revistas, útiles de escritorio, juguetes, etc.).

CUADRO N° 2.13
PERÚ: EGRESOS DE LAS EMPRESAS COMERCIALES MINORISTAS, SEGÚN PRODUCTOS, 2015
(Millones de soles)

Productos	Absoluto	%
Total	17 526	100,0
Alimentos, bebidas y productos de bazares	5 506	31,4
Combustibles y lubricantes	2 430	13,9
Computadoras, audio, video y televisión	1 055	6,0
Productos textiles, prendas de vestir y calzado	1 629	9,3
Productos de ferreterías, pinturas y vidrio	710	4,1
Productos farmacéuticos y perfumería	3 200	18,2
Comercio especializado de otros productos	935	5,3
Otros productos	2 061	11,8

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

GRÁFICO N° 2.13
PERÚ: EGRESOS DE LAS EMPRESAS COMERCIALES MINORISTAS, SEGÚN PRODUCTOS, 2015
(Distribución porcentual)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

2.2.6 Inversión de las empresas comerciales minoristas

Según los resultados de la Encuesta Económica Anual 2016, la inversión (construcción o fabricación propia, compra de maquinaria y equipo) de las empresas comerciales minoristas ascendieron a 3 mil 2 millones de soles, donde el 44,4% fueron realizados por las unidades económicas que venden alimentos, bebidas y productos de bazares, es decir, de cada cien soles en inversión, cuarenta y cuatro fueron invertidos por los supermercados, bodegas y bazares. Le sigue en orden de importancia, las empresas de expendio de combustibles y lubricantes con el 17,0% del total de inversiones.

CUADRO N° 2.14
PERÚ: INVERSIÓN DE LAS EMPRESAS COMERCIALES MINORISTAS, SEGÚN PRODUCTOS, 2015
(Millones de soles)

Productos	Absoluto	%
Total	3 002	100,0
Alimentos, bebidas y productos de bazares	1 332	44,4
Combustibles y lubricantes	512	17,0
Computadoras, audio, video y televisión	173	5,8
Productos textiles, prendas de vestir y calzado	214	7,1
Productos de ferreterías, pinturas y vidrio	135	4,5
Productos farmacéuticos y perfumería	254	8,5
Comercio especializado de otros productos	147	4,9
Otros productos	235	7,8

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

GRÁFICO N° 2.14
PERÚ: INVERSIÓN DE LAS EMPRESAS COMERCIALES MINORISTAS, SEGÚN PRODUCTOS, 2015
(Distribución porcentual)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

2.2.7 Generación de empleo en las empresas comerciales minoristas

En el año 2015, del total de empleo demandado por las empresas de comercio minorista, el 39,2% fue requerido por las empresas que vendieron computadoras, audio, video y televisión, el 19,4% por las unidades comerciales de venta de alimentos, bebidas y productos bazares, el 11,3% por las que se dedican a la venta de productos farmacéuticos y perfumería y el 9,5% por las empresas comercializadoras de otros productos.

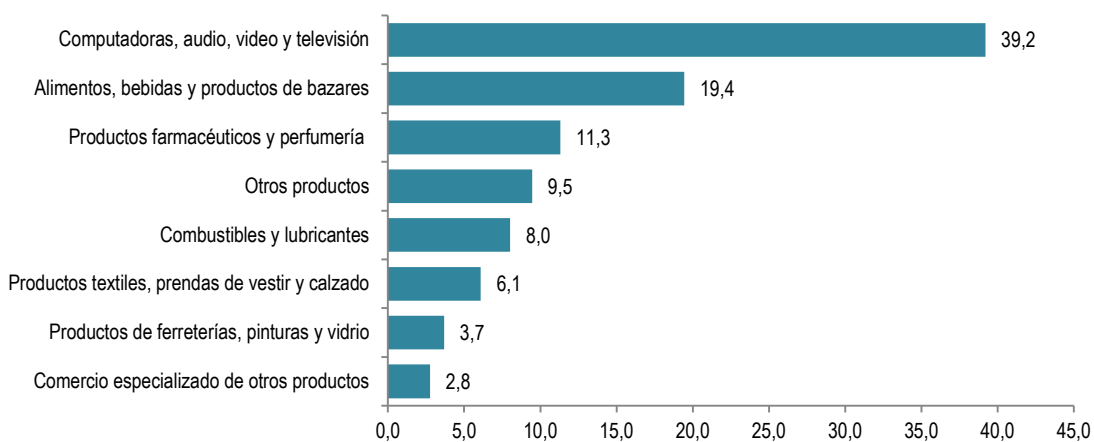
CUADRO N° 2.15
PERÚ: PERSONAL OCUPADO EN LAS EMPRESAS COMERCIALES MINORISTAS, SEGÚN PRODUCTOS, 2015

Productos	Absoluto	%
Total	345 447	100,0
Alimentos, bebidas y productos de bazares	67 251	19,4
Combustibles y lubricantes	27 709	8,0
Computadoras, audio, video y televisión	135 444	39,2
Productos textiles, prendas de vestir y calzado	21 038	6,1
Productos de ferreterías, pinturas y vidrio	12 715	3,7
Productos farmacéuticos y perfumería	39 082	11,3
Comercio especializado de otros productos	9 541	2,8
Otros productos	32 667	9,5

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

Las empresas que demandaron personal en menor proporción fueron las empresas de comercio especializado de otros productos con 2,8% y el comercio de ferreterías, pinturas y productos de vidrio con 3,7%.

GRÁFICO N° 2.15
PERÚ: PERSONAL OCUPADO EN LAS EMPRESAS COMERCIALES MINORISTAS, SEGÚN PRODUCTOS, 2015
(Distribución porcentual)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

2.2.8 Remuneraciones pagadas por las empresas comerciales minoristas

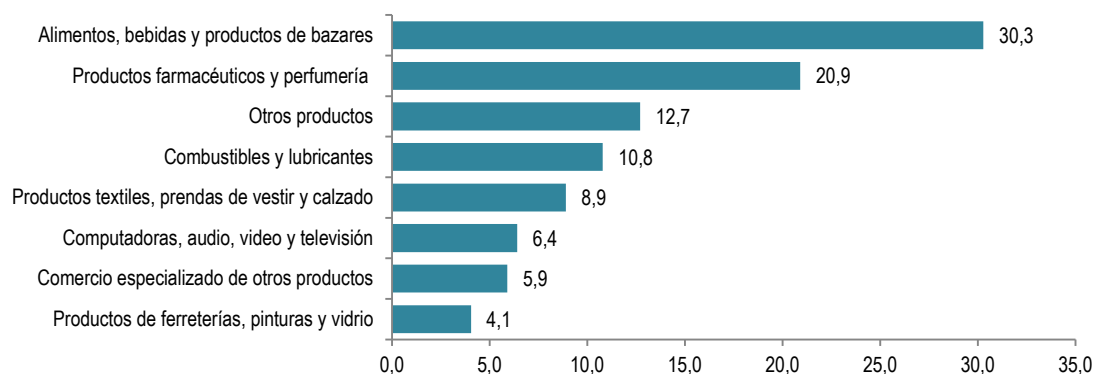
En el año 2015, del total de remuneraciones pagadas por las empresas minoristas, el 30,3% fue pagada por las empresas que vendieron alimentos, bebidas y productos de bazares y el 20,9% por las empresas que se dedicaron al expendio de productos farmacéutico y perfumería. Por otro lado, otros productos pagaron menos del 12,7% del total de remuneraciones.

CUADRO N° 2.16
PERÚ: REMUNERACIONES PAGADAS POR LAS EMPRESAS COMERCIALES MINORISTAS, SEGÚN PRODUCTOS, 2015
 (Millones de soles)

Productos	Absoluto	%
Total	5 257	100,0
Alimentos, bebidas y productos de bazares	1 592	30,3
Combustibles y lubricantes	568	10,8
Computadoras, audio, video y televisión	337	6,4
Productos textiles, prendas de vestir y calzado	469	8,9
Productos de ferreterías, pinturas y vidrio	212	4,1
Productos farmacéuticos y perfumería	1 100	20,9
Comercio especializado de otros productos	311	5,9
Otros productos	668	12,7

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

GRÁFICO N° 2.16
PERÚ: REMUNERACIONES PAGADAS POR LAS EMPRESAS COMERCIALES MINORISTAS, SEGÚN PRODUCTOS, 2015
 (Distribución porcentual)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

III. Características económicas de los supermercados.



III. Características económicas de los supermercados

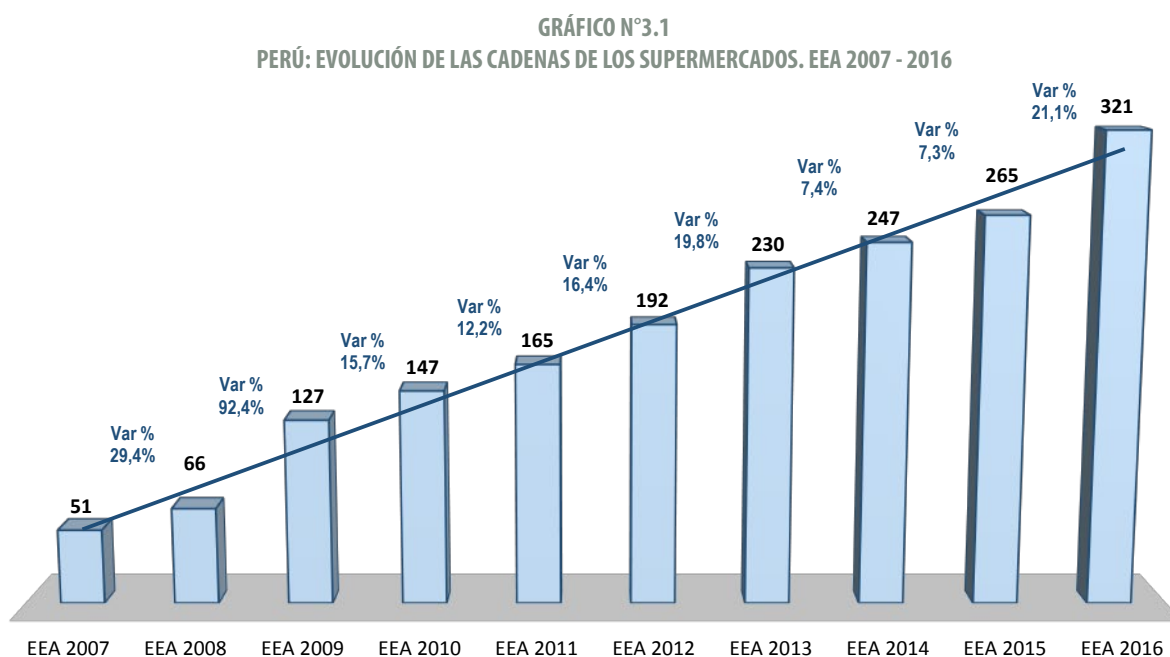
Los supermercados son establecimientos comerciales de venta, que ofrecen bienes de consumo bajo la modalidad de autoservicio entre los que se encuentran alimentos, ropa, artículos de higiene, perfumería y limpieza.

Según la Encuesta Económica Anual 2016, en el sector de comercio la venta de los productos de alimentos, bebidas y productos de bazares fueron representativas en sus diferentes características económicas, los cuales se comercializan dentro de los supermercados.

El análisis de los supermercados se realizó a nivel de establecimientos.

3.1 Evolución de las cadenas de los supermercados

La evolución de las cadenas de supermercados desde el año 2007 al 2016 ha tenido una tendencia creciente a lo largo de estos años; incluso alcanzando una variación positiva de más del 90,0% en el año 2009; año en el que el número de solicitudes de licencia de funcionamiento de bodegas disminuyó considerablemente por la competencia de los supermercados en un 27,0%. Es así que, según la Encuesta Económica Anual 2016, en el año 2015 el número de establecimientos de supermercados ascendió a 321 establecimientos, presentando una variación positiva de 21,1% con respecto al año anterior.

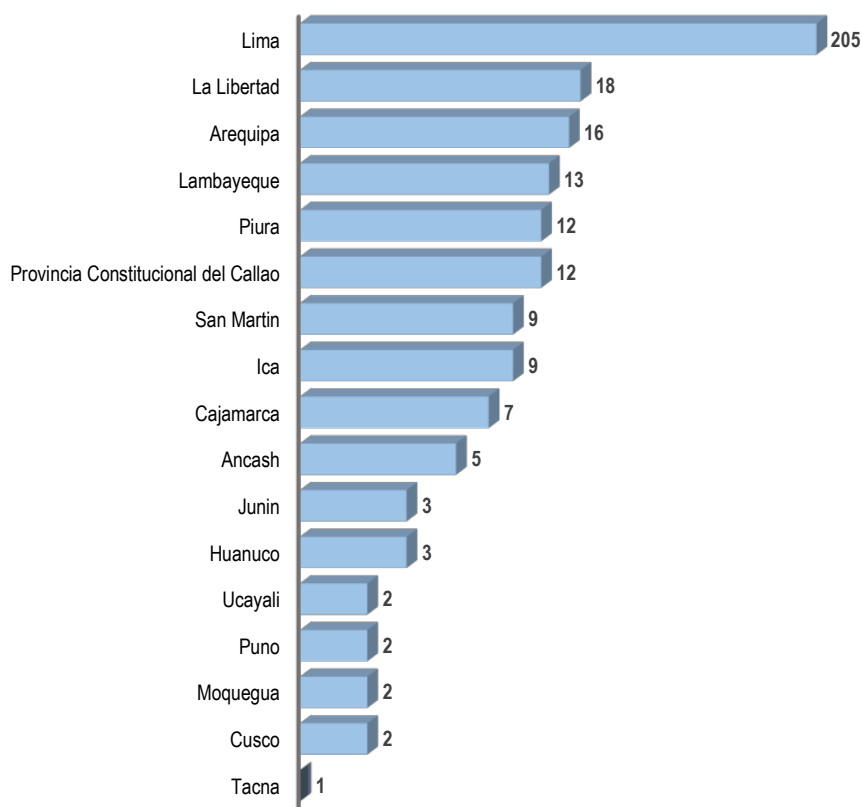


Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

3.2 Número de establecimientos de supermercados según departamento

Según la Encuesta Económica Anua 2016, de los 321 establecimientos de supermercados a nivel nacional, 205 establecimientos se situaron en el departamento de Lima, le siguen en orden de importancia el departamento de La Libertad con 18 establecimientos, Arequipa con 16 establecimientos, Lambayeque con 13 establecimientos, Piura y la Provincia constitucional del Callao con 12 establecimientos de supermercados cada uno. Mientras que el departamento de Tacna contó con solo un establecimiento de supermercado.

GRÁFICO N°3.2
PERÚ: NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS DE SUPERMERCADOS SEGÚN DEPARTAMENTO, 2015

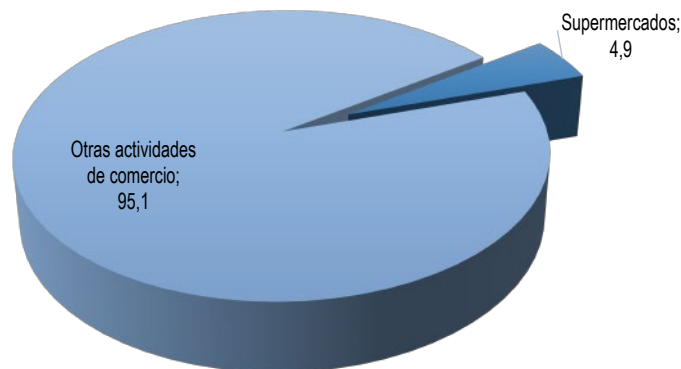


Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

3.3 Ventas anuales de supermercados

Según la Encuesta Económica Anual 2016, en el año 2015 las ventas anuales de los supermercados ascendieron a 13 mil 413 millones de soles, que representó el 4,9% de las ventas anuales del sector comercio, mientras que el 95,1% lo representó las otras actividades de comercio.

GRÁFICO N° 3.3
PERÚ: VENTAS ANUALES DE LOS SUPERMERCADOS, 2015
(Distribución Porcentual)

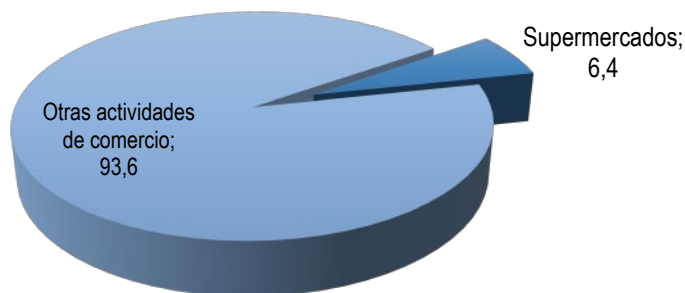


Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

3.4 Personal Ocupado de los supermercados

En el año 2015, del total de empleo demandado por las empresas de comercio, el 6,4% del personal fue requerido por los supermercados lo cual significó que los supermercados dieron empleo a 41 mil 405 personas y otras actividades de comercio representaron el 93,6% del personal ocupado.

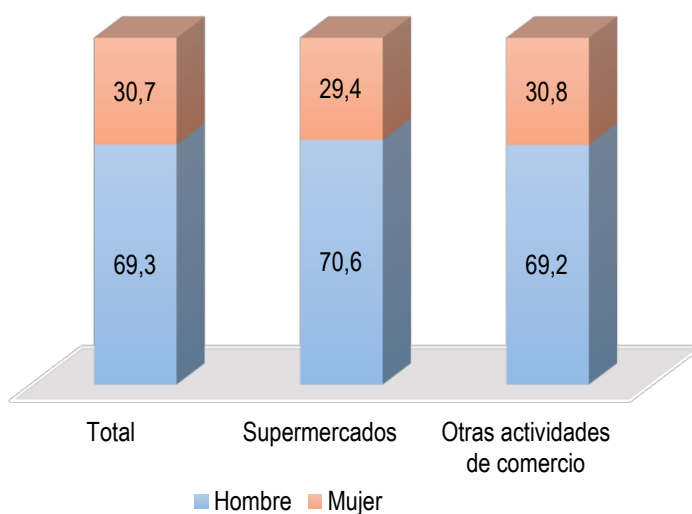
GRÁFICO N° 3.4
PERÚ: PERSONAL OCUPADO DE LOS SUPERMERCADOS, 2015
 (Distribución Porcentual)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

Según el sexo del personal ocupado se observó que el 70,6% fue ocupado por los hombres y el 29,4% lo conformaron las mujeres, observando así una mayor representatividad de trabajadores hombres en los supermercados; similar comportamiento se mostró en las otras actividades de comercio, donde el 69,2% fueron trabajadores hombres y el 30,8% fueron mujeres.

GRÁFICO N° 3.5
PERÚ: PERSONAL OCUPADO POR SEXO EN LOS SUPERMERCADOS, 2015
 (Distribución Porcentual)

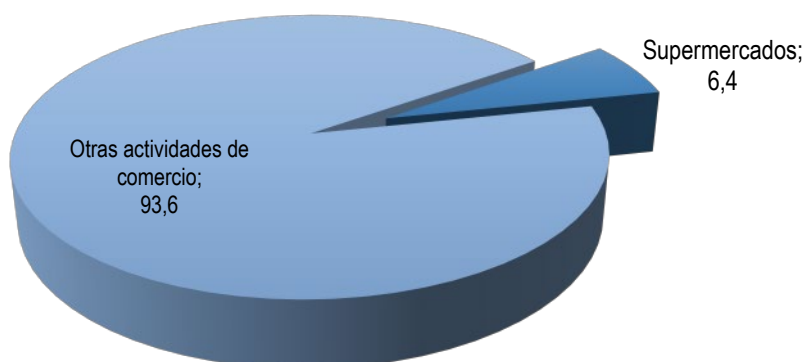


Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

3.5 Remuneraciones pagadas por los supermercados

En el año 2015 la remuneración del personal de los supermercados ascendió a 977 millones de soles, representando el 6,4% del total del sector comercio, mientras que otras actividades de comercio tuvieron una remuneración del personal de 15 mil 152 millones de soles el cual representó el 93,6% del total.

GRÁFICO N° 3.6
PERÚ: REMUNERACIONES PAGADAS EN LOS SUPERMERCADOS, 2015
(Distribución Porcentual)

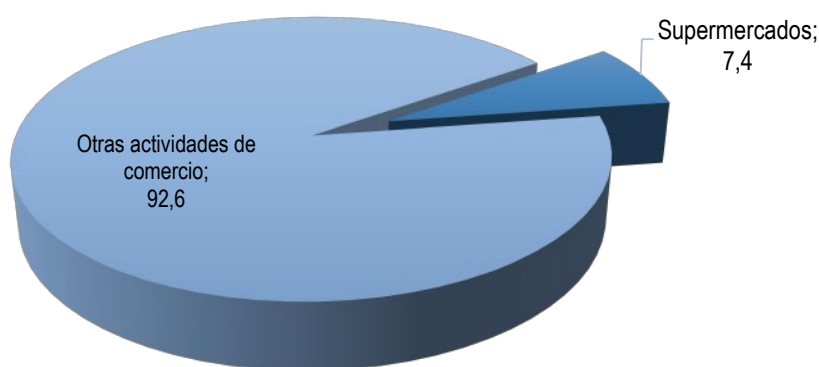


Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

3.6 Inversión de los supermercados

Según los resultados de la Encuesta Económica Anual 2016, en el año 2015 la inversión de los establecimientos de supermercados ascendieron a 866 millones de soles, el cual representó el 7,4% del total del sector comercio; mientras que el resto de actividades de comercio representó el 92,6%.

GRÁFICO N° 3.7
PERÚ: INVERSIÓN DE LOS SUPERMERCADOS, 2015
(Distribución Porcentual)

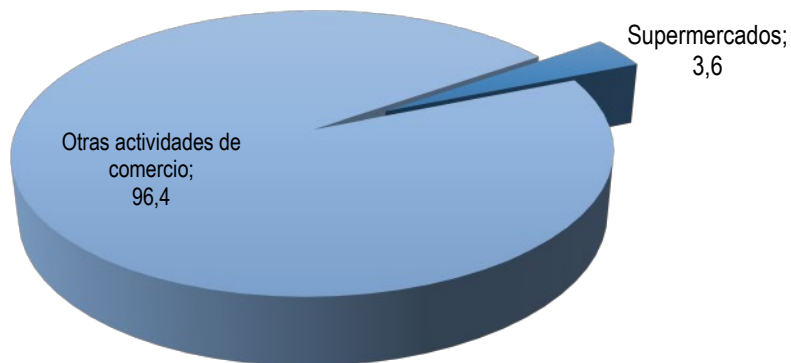


Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

3.7 Ingresos de los supermercados

Según los resultados de la Encuesta Económica Anual 2016, en el año 2015, los ingresos de supermercados ascendieron a 3 mil 361 millones de soles, el cual representó el 3,6% del total de ingresos del sector comercio; mientras que el resto de actividades de comercio aportó con el 96,4% del total.

GRÁFICO N° 3.8
PERÚ: INGRESOS DE LOS SUPERMERCADOS, 2015
 (Distribución Porcentual)

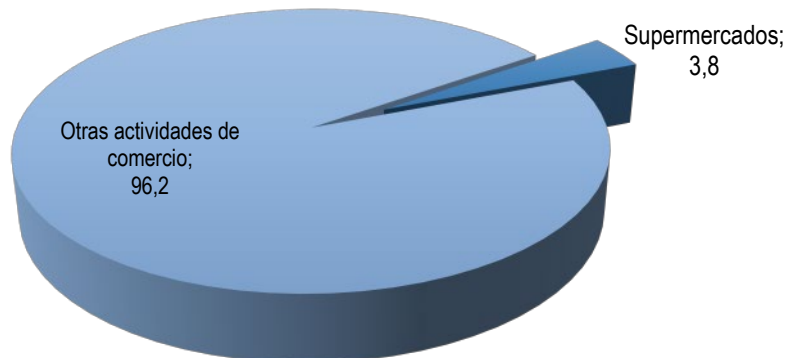


Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

3.8 Egresos de los supermercados

Según los resultados de la Encuesta Económica Anual 2016, en el año 2015, los egresos de supermercados ascendieron a 3 mil 188 millones de soles, el cual representó el 3,8% del total del sector comercio; mientras que el resto de actividades de comercio representó el 96,2%.

GRÁFICO N° 3.9
PERÚ: EGRESOS DE LOS SUPERMERCADOS, 2015
 (Distribución Porcentual)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

IV. Indicadores Económicos y Financieros



IV. Indicadores Económicos y Financieros

Los indicadores económicos - financieros expresan la relación entre dos o más elementos de los estados financieros. Son útiles para comparar el desempeño financiero de una empresa frente a su desempeño histórico y frente a los promedios de las empresas del sector. Los indicadores reflejan la capacidad de una empresa para pagar sus deudas y obligaciones corrientes y no corrientes, su rentabilidad y el valor de mercado de sus acciones en relación con sus competidores.

El análisis de los indicadores permite a los gerentes de las empresas administrar eficazmente y eficientemente sus recursos para obtener los mejores resultados económicos y financieros posibles.

Con la información de la Encuesta Económica Anual, se puede analizar el desempeño de las empresas comerciales a través de indicadores económicos y financieros.

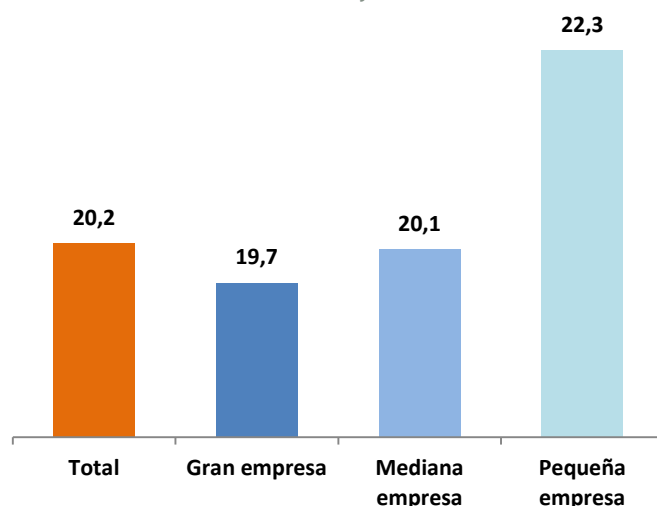
4.1 Indicadores de actividad económica

Margen comercial por segmento empresarial

Resulta de la comparación de los ingresos menos las compras de las mercaderías (costo de mercadería, transporte, seguro, gastos y derechos de aduana, entre otros) respecto a las ventas netas. Mientras mayor sea el ratio, mayor será el beneficio que está obteniendo la empresa por sus ventas.

En el año 2015, el margen comercial promedio de las empresas comerciales fue de 20,2%, es decir, por cada 100 soles en venta de mercadería, las empresas comerciales en promedio tenían un beneficio de 20,2 soles. Según el segmento empresarial, en la pequeña empresa fue de 22,3%, en la mediana empresa fue de 20,1% y en la gran empresa de 19,7%.

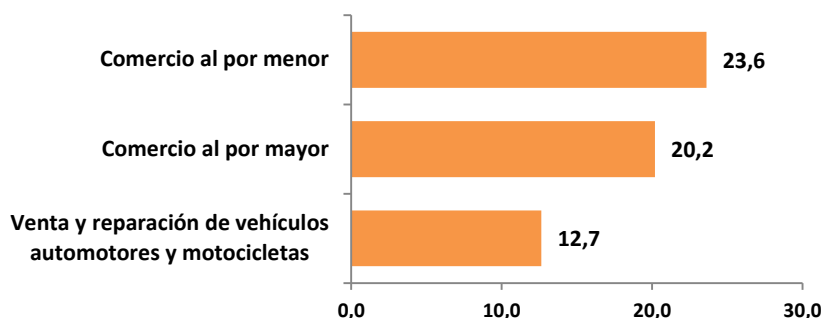
GRÁFICO N° 4.1
PERÚ: MARGEN COMERCIAL DE LAS EMPRESAS
COMERCIALES, SEGÚN SEGMENTO EMPRESARIAL, 2015
(Porcentaje)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

Según la actividad económica de las empresas comerciales, el margen comercial de las empresas de comercio al por menor fue de 23,6%, de las empresas dedicadas al comercio al por mayor fue de 20,2% y de las empresas que se dedicaron a la venta y reparación de vehículos automotores y motocicletas fue de 12,7%.

GRÁFICO N° 4.2
PERÚ: MARGEN COMERCIAL DE LAS EMPRESAS COMERCIALES,
SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA, 2015
 (Porcentaje)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

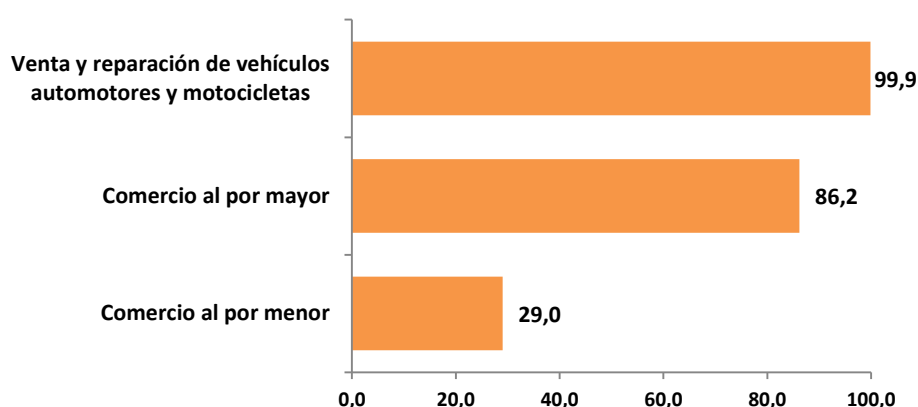
Productividad del trabajo de las empresas por actividad económica

El indicador de la productividad del trabajo permite obtener una información valiosa sobre el desempeño de la empresa tanto a nivel económico como en su aporte social a la generación de empleo del país. Elevar la productividad del trabajo significa encontrar mejores formas de emplear con más eficiencia la fuerza de trabajo, el capital físico y los recursos que dispone la empresa.

La productividad del trabajo mide la relación entre el valor agregado por cada persona ocupada. Asimismo, evalúa la capacidad de los trabajadores de una empresa para generar valor agregado.

Según la actividad económica de las empresas comerciales, la mayor productividad del trabajo se presentó en la actividad de venta y reparación de vehículos automotores y motocicletas con 99,9 mil soles de venta, seguido de la actividad de comercio al por mayor con 86,2 mil soles y la actividad de comercio al por menor con 29,0 mil soles.

GRÁFICO N° 4.3
PERÚ: PRODUCTIVIDAD DEL TRABAJO DE LAS EMPRESAS
COMERCIALES, SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA, 2015
 (Miles de soles)



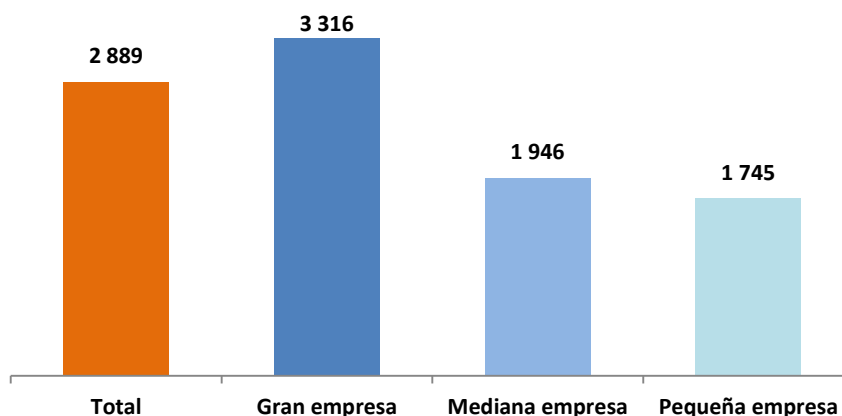
Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

Remuneración promedio mensual

La remuneración promedio mensual es el importe de las retribuciones tanto en dinero como en especie que pagan las empresas a sus trabajadores. Se calcula dividiendo la remuneración promedio mensual pagada entre el promedio anual de número de trabajadores.

En el año 2015, la remuneración promedio mensual por trabajador fue de 2 889 soles. El segmento de gran empresa alcanzó los 3 316 soles, en la mediana empresa 1 mil 946 soles y en la pequeña empresa 1 mil 745 soles.

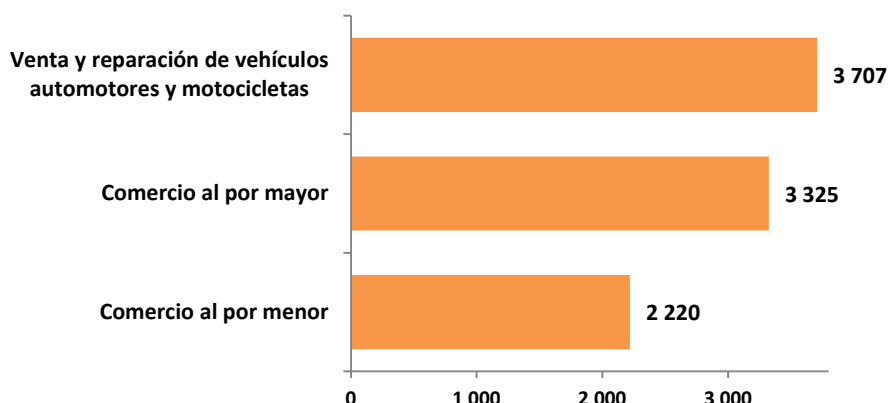
GRÁFICO N° 4.4
PERÚ: REMUNERACIÓN PROMEDIO MENSUAL DE LAS EMPRESAS
COMERCIALES, SEGÚN SEGMENTO EMPRESARIAL, 2015
 (Soles)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

Según la actividad económica, la remuneración promedio mensual en las empresas que realizaron la venta y reparación de vehículos automotores y motocicletas fue de 3 707 soles, en la actividad de comercio al por mayor de 3 325 y en la actividad de comercio al por menor 2 mil 220 soles.

GRÁFICO N° 4.5
PERÚ: REMUNERACIÓN PROMEDIO MENSUAL DE LAS EMPRESAS
COMERCIALES, SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA, 2015
 (Soles)

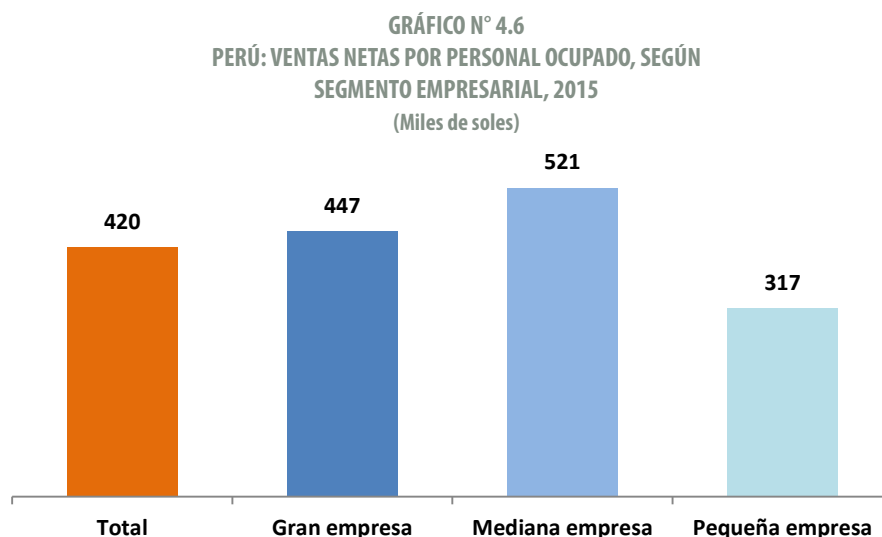


Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

Ventas netas por personal ocupado

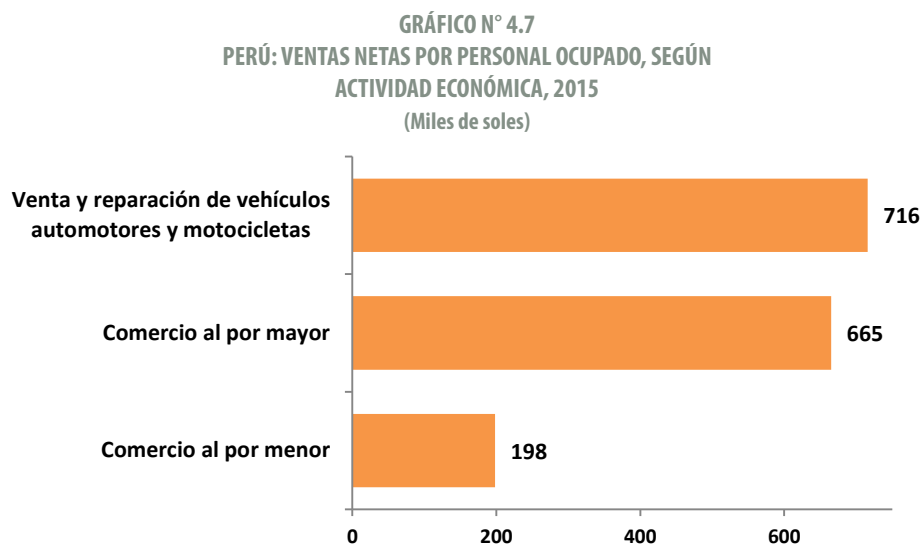
El indicador de ventas netas por personal ocupado muestra cuántas ventas netas en promedio son generadas por cada trabajador, reflejando las ventas netas per cápita. El resultado de las ventas netas per cápita refleja la productividad de los trabajadores en términos del valor de las ventas netas obtenidas por cada unidad de fuerza de trabajo. En el año 2015, la contribución a las ventas netas fue de 420 mil soles en promedio por trabajador.

Según el segmento empresarial, en la gran empresa las ventas netas per cápita de los trabajadores fueron de 447 mil soles, en la mediana empresa 521 mil soles y en la pequeña empresa 317 mil soles.



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

Según la actividad económica, las ventas netas por cada trabajador en la actividad de venta y reparación de vehículos automotores y motocicletas fue de 716 mil soles, en la actividad de comercio al por mayor fue de 665 mil soles y en la actividad de comercio al por menor fue de 198 mil soles.

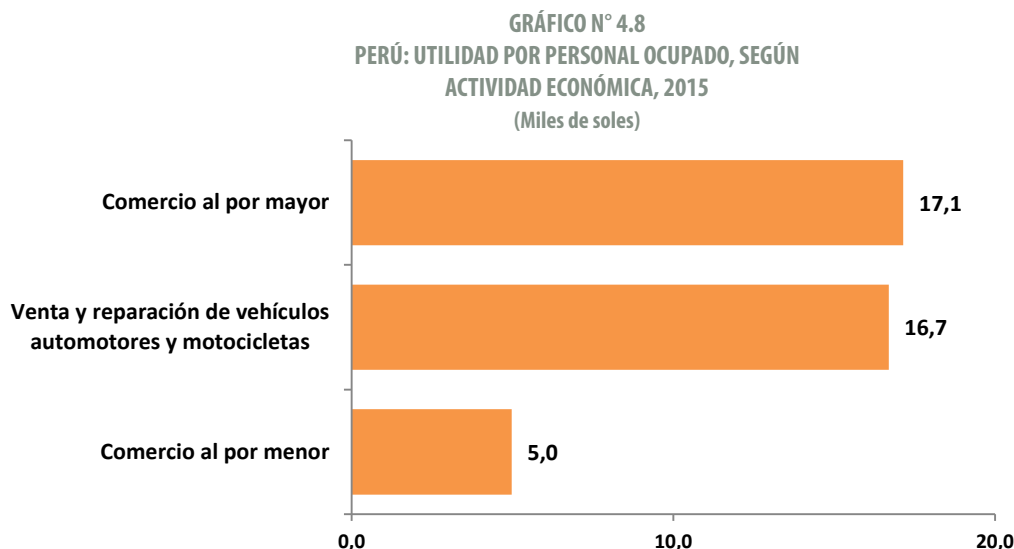


Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

Utilidad por personal ocupado

El indicador de utilidad por personal ocupado muestra cuánta utilidad (o pérdida) representa en promedio cada trabajador.

Según la actividad económica, la utilidad promedio por cada trabajador en la actividad de comercio al por mayor fue de 17,1 mil soles, en la actividad de venta y reparación de vehículos automotores y motocicletas fue de 16,7 mil soles y en la actividad de comercio al por menor fue de 5,0 mil soles.

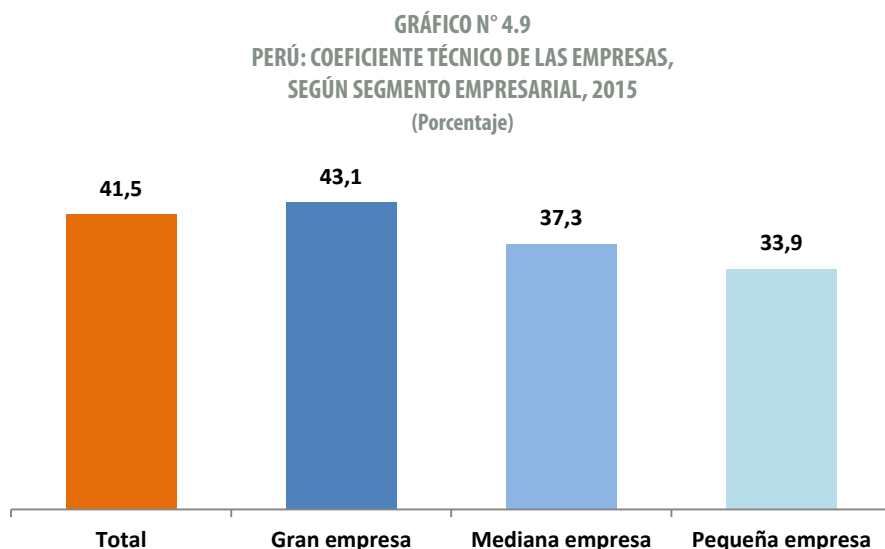


Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

Coefficiente técnico

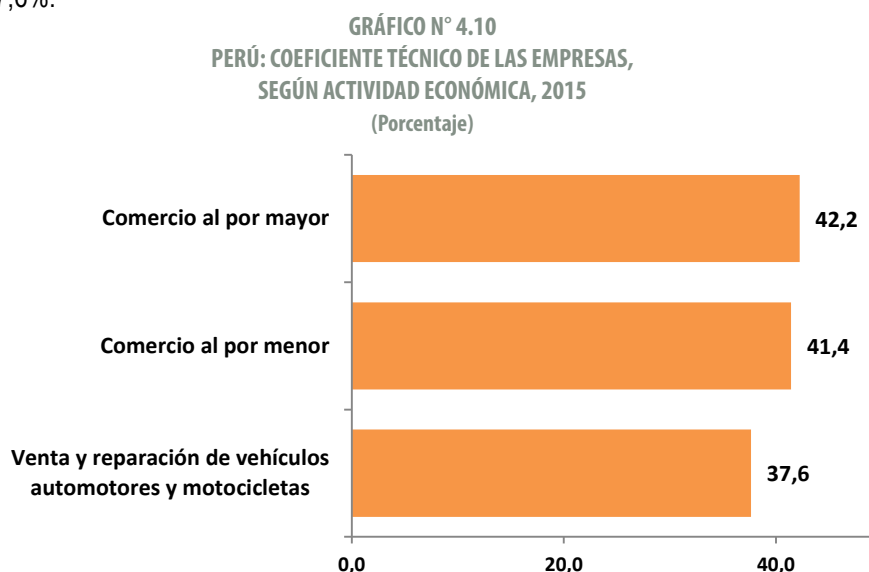
El coeficiente técnico muestra qué porcentaje de la producción representa los suministros y servicios utilizados. Este indicador permite conocer la eficiencia de la empresa en el uso de los suministros para la comercialización de los bienes.

En el año 2015, el coeficiente técnico fue de 41,5%, es decir, por cada sol de producción se necesitó S/. 0.41 soles en bienes y servicios utilizados para la comercialización de los productos. Según el segmento empresarial, el coeficiente técnico en la gran empresa fue de 43,1%, en la mediana empresa 37,3% y en la pequeña empresa 33,9% en promedio.



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

Según la actividad económica, el coeficiente técnico en la actividad de comercio al por mayor fue 42,2%, en la actividad de comercio al por menor 41,4% y en la actividad de venta y reparación de vehículos automotores y motocicletas 37,6%.



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

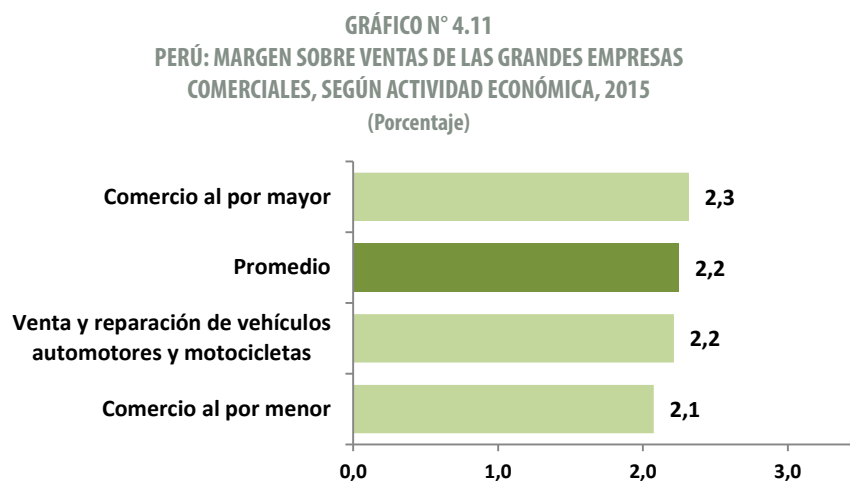
4.2 Grandes Empresas Comerciales: Indicadores Financieros

4.2.1 Ratios de Rentabilidad

Los ratios de rentabilidad comprenden un conjunto de indicadores y medidas cuya finalidad es diagnosticar si una empresa genera ingresos suficientes para cubrir sus costos y poder remunerar a sus propietarios o inversionistas, por tanto, son medidas que contribuyen en el estudio de la capacidad de generar ganancia por parte de la empresa. En ese sentido, estos ratios son útiles para juzgar hasta qué punto las empresas utilizan eficientemente sus activos.

Margen sobre las ventas

Mide la utilidad obtenida en un año con respecto a las ventas netas efectuadas en el mismo periodo. En el año 2015, las empresas comerciales en promedio obtuvieron un margen de utilidad sobre ventas de 2,2%. Esta rentabilidad es menor a la actividad de comercio al por mayor (2,3%), le siguen las empresas dedicadas a la venta y reparación de vehículos automotores y motocicletas (2,2%) y comercio al por menor (2,1%).



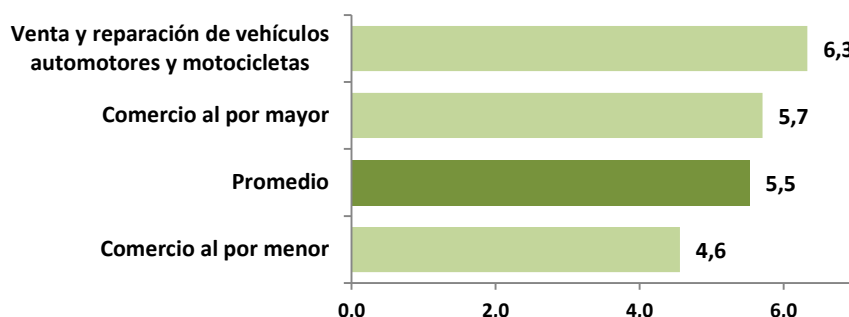
Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

Margen de utilidad de operación

Muestra cuánto de utilidad propia del negocio se obtuvo sin considerar los efectos de la financiación externa, ni de otros ingresos ajenos a la actividad realizada en un año, respecto a las ventas efectuadas en el mismo periodo. Es un indicador importante para poder evaluar si la empresa está generando suficiente utilidad para cubrir sus actividades de financiamiento.

En promedio, las empresas comerciales obtuvieron un margen de utilidad de operación de 5,5%, en la actividad de venta y reparación de vehículos automotores y motocicletas fue de 6,3%, y en la actividad de comercio al por menor fue de 4,6%; por otra parte, en la actividad de comercio al por mayor fue 5,7%.

GRÁFICO N° 4.12
PERÚ: MARGEN DE UTILIDAD DE OPERACIÓN DE LAS GRANDES EMPRESAS COMERCIALES, SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA, 2015
(Porcentaje)



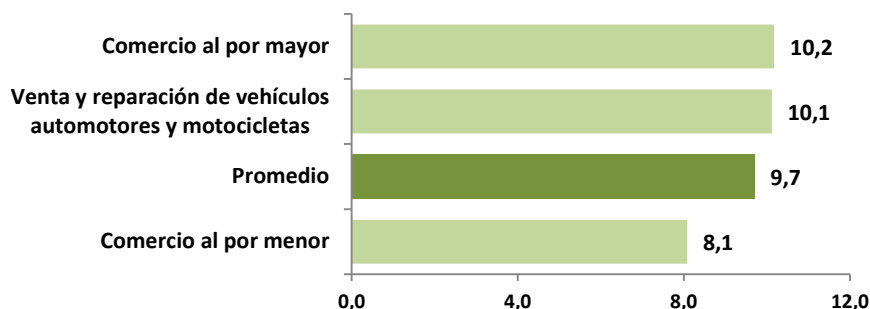
Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

Rentabilidad económica

Este indicador se obtiene dividiendo el resultado de explotación entre el total de activos, se considera una medida de la capacidad de los activos de una empresa para generar valor con independencia de cómo han sido financiados. La rentabilidad económica es un indicador básico para juzgar la eficiencia en la gestión empresarial.

En el año 2015, las empresas comerciales obtuvieron una rentabilidad económica promedio de 9,7%. Por actividad económica, la mayor rentabilidad económica se dio en las empresas de comercio al por mayor con 10,2%, seguido por las empresas de venta y reparación de vehículos automotores y motocicletas con 10,1%, y comercio al por menor con 8,1%.

GRÁFICO N° 4.13
PERÚ: RENTABILIDAD ECONÓMICA DE LAS GRANDES EMPRESAS COMERCIALES, SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA, 2015
(Porcentaje)



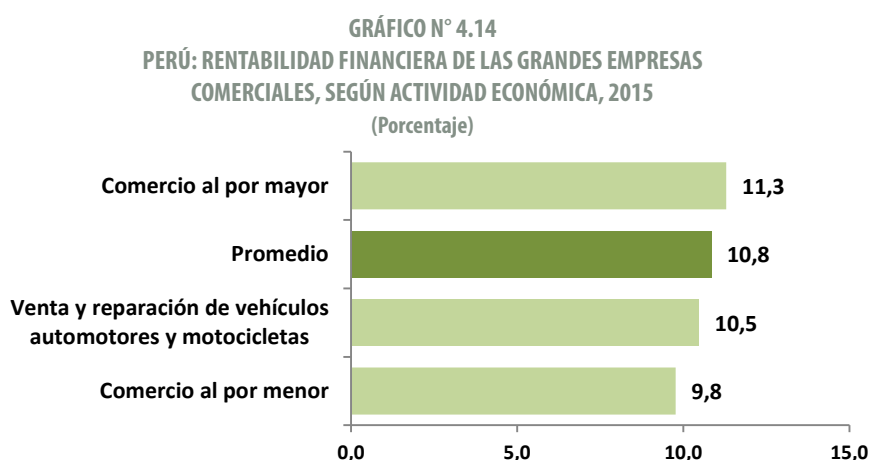
Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

Rentabilidad financiera

La rentabilidad financiera o de los fondos propios es una medida, referida a un determinado periodo, del rendimiento obtenido por los capitales propios. La rentabilidad financiera puede considerarse como una medida de rentabilidad más cercana a los accionistas o propietarios que la rentabilidad económica, de ahí que sea el indicador de rentabilidad que los directivos buscan maximizar en interés de los propietarios.

El indicador muestra el beneficio neto generado en relación con la inversión que han efectuado los propietarios de la empresa. Por tanto, muestra la rentabilidad por nuevo sol invertido.

En el año 2015, la rentabilidad financiera promedio de las grandes empresas comerciales fue de 10,8%. La mayor rentabilidad financiera la obtuvieron las empresas dedicadas al comercio al por mayor con 11,3%, seguido por las empresas de venta y reparación de vehículos automotores y motocicletas con 10,5% y el comercio al por menor con 9,8%.



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

4.2.2 Ratios de liquidez

Mide la capacidad que tiene la empresa para hacer frente a sus deudas de corto plazo. Es decir, la capacidad de la empresa para conseguir el dinero en efectivo y responder por sus obligaciones de corto plazo. Estos ratios expresan no solamente el manejo de las finanzas de la empresa, sino la habilidad gerencial para convertir en efectivo los activos corrientes.

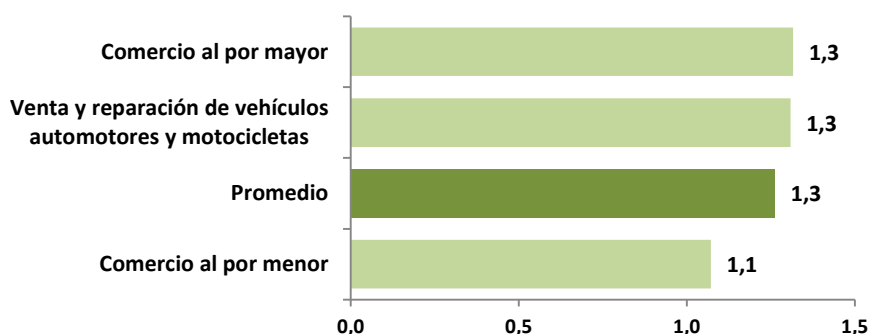
Los ratios de liquidez son: razón corriente y prueba ácida.

Razón Corriente

Relaciona los activos más líquidos de una empresa con las obligaciones que vencen en el corto plazo. Este ratio mide de forma muy general, la relación entre la disponibilidad de liquidez a corto plazo y la necesidad de tesorería para responder a las deudas a corto plazo. La falta de liquidez puede implicar un freno a la capacidad de maniobra de la empresa.

En el año 2015, el indicador promedio de razón corriente de las grandes empresas comerciales fue de 1,3 números de veces más grande que el pasivo corriente, es decir que por cada sol de deuda, la empresa contó con una capacidad de pago de 1,3 soles. Este indicador se muestra en las empresas dedicadas a la venta y reparación de vehículos automotores y motocicletas con 1,3, y en las empresas de comercio al por mayor fue de 1,3. En tanto que las empresas de comercio al por menor el indicador fue de 1,1.

GRÁFICO N° 4.15
PERÚ: RAZÓN CORRIENTE DE LAS GRANDES EMPRESAS COMERCIALES,
SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA, 2015
 (Número de veces)



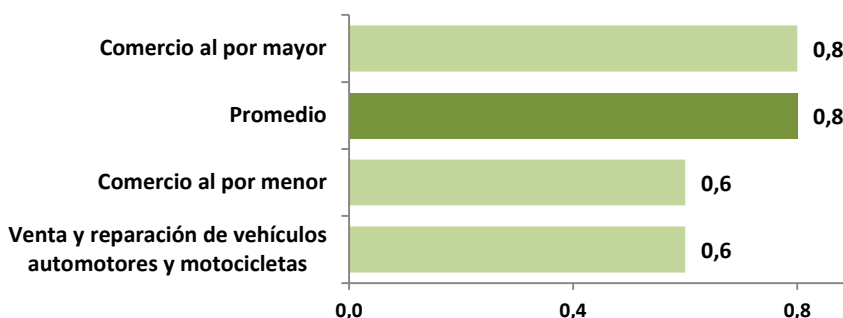
Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

Prueba ácida

Es un indicador más exigente de la razón corriente, ya que resta del activo circulante la partida de existencias que generalmente es la parte menos líquida y difícil de realizar en dinero. Es una medida más exigente de la capacidad de pago de una empresa en el corto plazo.

En el año 2015, el indicador promedio de prueba ácida en las grandes empresas comerciales fue de 0,8 números de veces. Esta proporción se mostró en las empresas de la actividad de comercio al por mayor con 0,8. En la actividad de comercio al por menor el indicador fue de 0,6 y en la actividad de venta y reparación de vehículos automotores y motocicletas fue de 0,6 número de veces.

GRÁFICO N° 4.16
PERÚ: PRUEBA ÁCIDA DE LAS GRANDES EMPRESAS COMERCIALES,
SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA, 2015
 (Número de veces)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

4.2.3 Ratios de Gestión

Miden la efectividad y eficiencia de la gestión en la administración de los activos que la empresa utiliza para apoyar sus ventas, expresan los efectos de las decisiones y políticas seguidas por la empresa, con respecto a la utilización de sus fondos. Evidencian cómo se manejó la empresa en lo referente a cobranzas, ventas al contado, inventarios y ventas totales. Estos ratios implican una comparación entre ventas y activos necesarios para soportar el nivel de ventas, considerando que existe un apropiado valor de correspondencia entre estos conceptos.

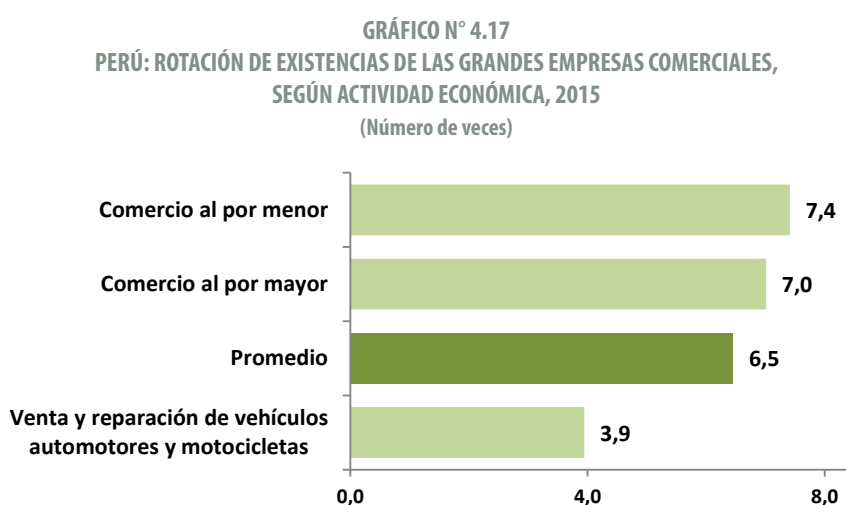
Los ratios de gestión son: rotación de existencias, rotación de activos y rotación de patrimonio.

Rotación de existencias

La rotación de inventarios o rotación de existencias es el indicador que permite conocer el número de veces en que el inventario es realizado en un periodo determinado. Es uno de los parámetros utilizados para el control de gestión de la función logística o del departamento comercial de la empresa. Se calcula de la división de las ventas netas entre el promedio de existencias durante el periodo. La rotación de existencias indica cuantas veces se han renovado las existencias en un año.

Los resultados de la Encuesta Económica Anual 2016 indican que, en el año 2015, las grandes empresas comerciales obtuvieron en promedio una rotación de existencias de 6,5, es decir, que las existencias se renovaron 6,5 veces.

Por actividad económica, en la actividad de comercio al por menor la rotación de existencias fue de 7,4, seguido por la actividad de comercio al por mayor con 7,0 y la actividad de venta y reparación de vehículos automotores y motocicletas con 3,9 número de veces.



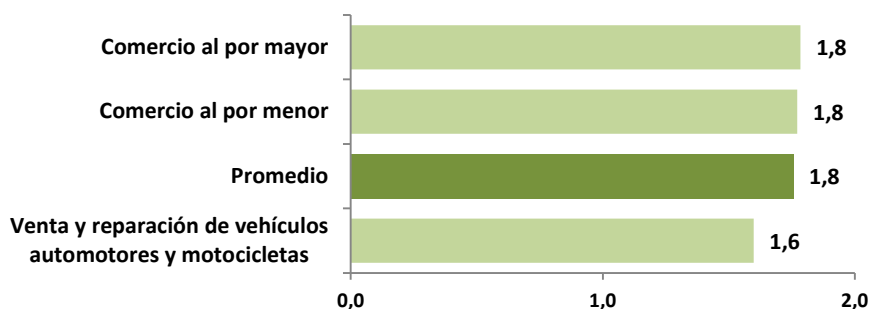
Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

Rotación de activos

Ratio que tiene por objeto medir el número de unidades monetarias vendidas por cada unidad monetaria de activo. Es una medida de la eficiencia en la utilización de los activos para generar ingresos (o alternativamente puede verse como medida de la capacidad para controlar el nivel de inversión en los activos para un particular nivel de ingresos). Esta relación indica qué tan productivos son los activos para generar ventas, es decir, cuanto se está generando de ventas por cada nuevo sol invertido.

En el año 2015, las grandes empresas comerciales obtuvieron en promedio una rotación de activos de 1,8 veces, es decir, que por cada 180 unidades monetarias obtenidas de ventas se necesitaron 100 unidades de activos totales. Según actividad económica, la actividad de comercio al por mayor y comercio al por menor tuvieron una rotación de activos de 1,8 veces cada uno y reparación de vehículos automotores y motocicletas tuvo una rotación de activos de 1,6 veces.

GRÁFICO N° 4.18
PERÚ: ROTACIÓN DE ACTIVOS DE LAS GRANDES EMPRESAS
COMERCIALES, SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA, 2015
 (Número de veces)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

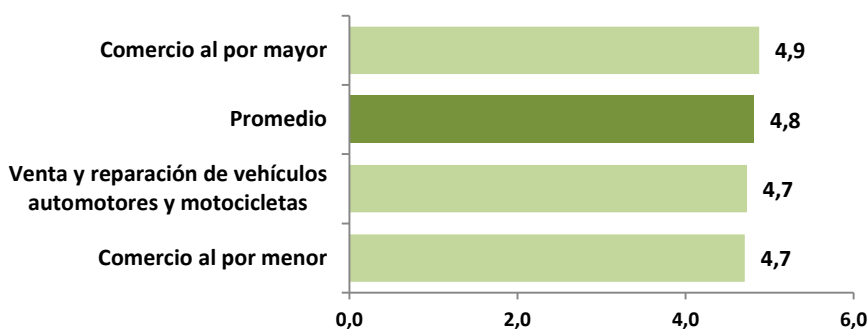
Rotación de patrimonio

El indicador compara los ingresos por ventas netas de la empresa con sus recursos propios. Indica la cantidad de soles vendidos por cada sol invertido por los accionistas.

En el año 2015, las grandes empresas comerciales obtuvieron en promedio una rotación de patrimonio de 4,8 veces, es decir que por cada 480 unidades monetarias de ventas obtenidas, se necesitaron 100 unidades invertidas por los accionistas en patrimonio.

En 4,9 veces resultó la mayor rotación de patrimonio de las empresas que se dedicaron al comercio al por mayor, seguido por las empresas de venta y reparación de vehículos y motocicletas y las empresas de comercio al por menor con 4,7 veces cada uno.

GRÁFICO N° 4.19
PERÚ: ROTACIÓN DE PATRIMONIO DE LAS GRANDES EMPRESAS
COMERCIALES, SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA, 2015
 (Número de veces)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

4.2.4 Ratios de solvencia financiera

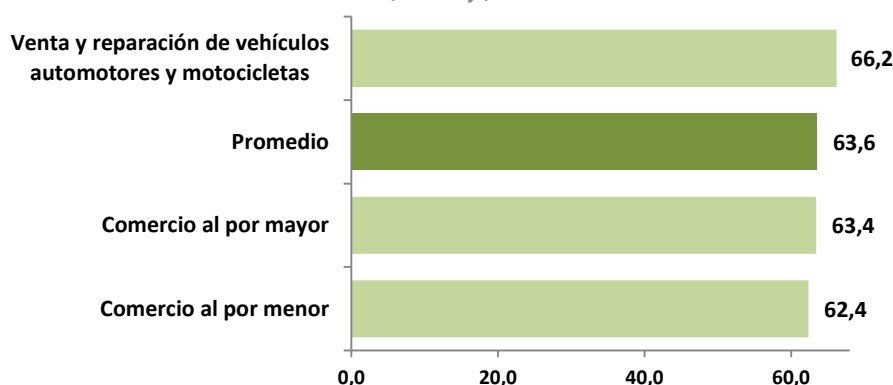
Muestra el nivel de respaldo que tiene el pasivo con relación a los activos. Este indicador puede desagregarse en endeudamiento a corto plazo (considerando solo el pasivo corriente) y endeudamiento a largo plazo (considerando sólo el pasivo no corriente).

Razón de endeudamiento

Los resultados de la Encuesta Económica Anual muestran que en el año 2015, las grandes empresas comerciales obtuvieron una razón de endeudamiento de 63,6% en promedio, es decir, por cada 100 unidades monetarias de activos, se tiene 63,6 unidades de obligaciones con terceros.

Según la actividad económica, en promedio las empresas de venta y reparación de vehículos automotores y motocicletas tuvieron una razón de endeudamiento de 66,2%, la actividad de comercio al por mayor mantuvo un 63,4% y las empresas que se dedicaron al comercio al por menor tuvieron un 62,4%.

GRÁFICO N° 4.20
PERÚ: RAZÓN DE ENDEUDAMIENTO DE LAS GRANDES EMPRESAS COMERCIALES, SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA, 2015
 (Porcentaje)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

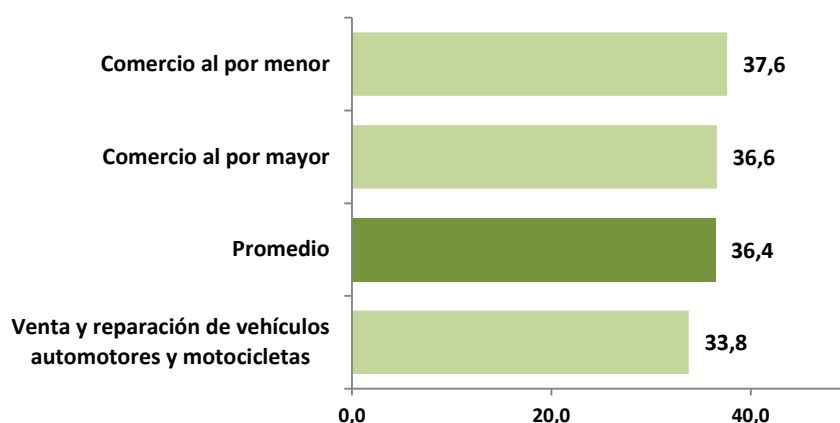
Independencia financiera

Este indicador relaciona el valor del patrimonio con el total del pasivo más patrimonio. Muestra qué porcentaje de toda la financiación corresponde a los recursos propios de la empresa, proporcionando un índice de la independencia o autonomía financiera de la empresa.

En el año 2015, las grandes empresas comerciales mostraron un indicador de independencia financiera de 36,4%, es decir que por cada 100 soles de patrimonio y pasivo, existieron 36,4 soles de patrimonio propio de la empresa.

La mayor independencia financiera se registró en las empresas de comercio al por menor con 37,6%, seguido por las empresas de comercio al por mayor con 36,6% y las empresas de ventas y reparación de vehículos automotores y motocicletas con 33,8%.

GRÁFICO N° 4.21
PERÚ: INDEPENDENCIA FINANCIERA DE LAS GRANDES EMPRESAS COMERCIALES, SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA, 2015
 (Porcentaje)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2016.

Anexos

Anexo 1: Ficha Técnica

1.1 Antecedentes

La Encuesta Económica Anual es una de las investigaciones estadísticas más importantes que realiza el Sistema Estadístico Nacional, proporciona información económica - financiera clasificada y ordenada por actividad económica y/o por región geográfica sobre las características de las empresas y/o establecimientos que desarrollan actividades económicas en el país.

En los años 70's, la información económica - financiera era solicitada a las empresas en formatos no estandarizados, sin tener en cuenta criterios, definiciones y estructuras comunes, ello dificultaba su agregación y comparación para el análisis y evaluación de la economía del país.

En ese contexto, el 30 de diciembre de 1975, por Decreto Ley N° 21372, se establece el Sistema Estadístico Nacional (SEN) y crea el Instituto Nacional de Estadística (INE), como ente rector del SEN. Ante la necesidad de organizar los requerimientos de información a las empresas, se estableció la aplicación de un "Cuestionario Único", bajo un sistema de información uniforme que permita la construcción de una nueva base para las Cuentas Nacionales, así como la creación de un sistema de estadísticas básicas económicas oficiales.

Mediante el Decreto Ley N° 20172, en el año 1974, se crea el Sistema Uniforme de Contabilidad para empresas que establece el Plan Contable General, que facilitó la preparación y presentación de sus Estados Financieros comparables.

El INEI, a partir del año 1977, adopta el Plan y formula un "Cuestionario Único" dirigido a las empresas de: Manufactura, Pesca extractiva y Minería. El cuestionario estaba dividido en dos partes: la primera era común para todas las empresas, y contenía los estados financieros y la segunda parte se solicitaba información a los establecimientos, según la actividad económica que desarrollaban.

En el año 1978, la cobertura de la encuesta se amplió a las actividades Agro industriales, Transportes y Comunicaciones, Educación, Salud, Comercio y Turismo. El método de recolección era el auto-empadronamiento y el procedimiento de recolección censal. Todas las empresas estaban obligadas a presentar la encuesta, la información se solicitaba en formatos impresos.

Las encuestas eran planificadas y ejecutadas en coordinación con las Oficinas Sectoriales de Estadística (OSSES) de los ministerios, con excepción del sector Comercio y Servicios de responsabilidad exclusiva del INEI. Cada encuesta era aprobada mediante Resolución Jefatural.

La EEA ha ido adoptando en los estados financieros la estructura de los planes contables de empresas implementados en el Perú. En el año 1985 adopta el nuevo Plan Contable General Revisado. Posteriormente, en el año 2011, se incorpora el nuevo Plan Contable General Empresarial.

En el año 1990, mediante el D. L N° 604, se crea el Instituto Nacional de Estadística e Informática, en la nueva estructura se encargó a la Dirección Nacional de Estadísticas Básicas (DNEB), la ejecución de las Encuestas Económicas Anuales y de los marcos muestrales de empresas.

Con el levantamiento del III Censo Nacional Económico en los años 1993-94, permite obtener los marcos muestrales sectoriales y Directorios de Empresas y Establecimientos clasificados por ventas. El relevamiento se realiza por rangos de ventas, que permite captar información de las empresas más importantes.

En el año 1996, como resultado del proceso de reorganización del INEI, la DNEB es desactivada. La EEA, es responsabilidad de la Dirección Nacional de Censos y Encuestas (DNCE) y; posteriormente en el 1998 al 2000 pasa a formar parte de la Dirección Nacional de Cuentas Nacionales, en donde se dan los cambios de formato impreso a cuestionario electrónico. Cabe indicar, que este constituyó un cambio significativo en el uso de la tecnología para el relevamiento de información de las encuestas a empresas, el cual aporta en el ahorro de tiempo, costos y oportunidad en la obtención de resultados.

A partir del año 2001, la EEA pasa nuevamente a formar parte de la DNCE, se inician acciones para contar con la infraestructura estadística a fin de disponer del Directorio Central de Empresas y Establecimientos. Este era un problema medular que se presentaba en las EEA's. En el año 2001, se suscribió un convenio con la SUNAT, para acceder a sus bases de datos y bajo un algoritmo, se actualice el directorio con un flujo diario a través del Padrón del Registro Único de Contribuyentes.

Del año 2001 hasta el año 2011, la EEA utilizó los Formularios Electrónicos, que son cuestionarios automatizados por sectores que podían ser descargados por los informantes desde la página web del INEI.

El INEI también desarrolla el Sistema de Información de la EEA, cuya ejecución se realiza a través de módulos, que permite almacenar los datos de todos los procesos de la encuesta hasta la obtención de resultados.

En el año 2007, se diseña por separado un cuestionario del Sector Comercio y otro del Sector Servicios, que incluye: sector Salud, Inmobiliario, Dotación de personal, Publicidad, Ingeniería y Arquitectura, Tecnología de la Información, Servicio de Agua y Otros Servicios que incluye a las Instituciones sin Fines de Lucro.

En el año 2008, se ejecuta el IV Censo Nacional Económico 2007 con la finalidad de cambiar el nuevo año base 2007 de las Cuentas Nacionales, en ese año las EEA's de las Grandes y Medianas Empresas recogieron información económica financiera para dicho Censo. A partir de ese año se adopta la cuarta revisión de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme CIIU Rev. 4, en el SEN.

En relación al Directorio Central de Empresas, obtenido con los resultados del IV Censo Nacional Económico, la información del Padrón del Contribuyente de la SUNAT y de las EEA's, ha permitido seleccionar muestras de empresas que se vienen utilizando en la ejecución de las encuestas que ejecuta el SEN. La SUNAT lo viene implementando, a través de la aplicación de un sistema de asignación del código CIIU Rev.4 que se encuentra en la página web del INEI.

En el año 2012, se recibió la consultoría de experto del INE- España, el cual realizó un diagnóstico del contenido de los diferentes cuestionarios de la EEA, El formulario fue simplificado diferenciando aquellas variables que son fundamentales con periodicidad anual de aquellas otras cuya periodicidad debiera ser plurianual.

Asimismo, se efectuó la revisión del diseño muestral de la EEA, fundamentalmente en lo que al número de unidades que debe incorporar el estrato forzoso se refiere.

A partir del año 2012 se cambió de formulario electrónico con formato Excel por un nuevo formato Delphi el que se utilizó hasta el año 2015. Paralelamente a partir del año 2014, se desarrolló el formulario Web o en línea el cual se aplicó para todos los sectores y tamaños de empresas que investiga la EEA.

Actualmente, la EEA recoge información de 14 actividades económicas: Agencias de Viaje, Agroindustria, Educación Privada, Comercio, Construcción, Hospedaje, Hidrocarburos, Pesca (Extractiva, Transformativa y Acuicultura), Manufactura, Servicios Eléctricos, Transportes y comunicaciones, Universidades Privadas, Restaurantes y Servicios.

1.2 Diseño o planeamiento de la investigación

1.2.1 Marco conceptual

1.2.1.1 Objetivos

a. Objetivo general

Recoger información económica financiera confiable y oportuna de las principales características de los agregados macroeconómicos, produciendo estadísticas sobre la evolución de la actividad empresarial.

b. Objetivos específicos

- Obtener información estadística básica de las empresas y sus establecimientos que permita caracterizar la estructura económica del país a nivel nacional y por actividad económica.
- Ser fuente permanente de actualización del Directorio Central de Empresas y Establecimientos.
- Organizar e implementar un banco de datos, con información sistematizada y clasificada, creando así un sistema de información permanente para el análisis sectorial.

1.2.1.2 Marco de referencia

a. Base conceptual

Actividad económica: La Clasificación Industrial Internacional Uniforme revisión 4 presenta una sección dedicada a las actividades económicas de comercio (Sección G) con tres divisiones. El clasificador permite agrupar a las unidades económicas comerciales con características homogéneas posibilitando la comparabilidad internacional.

Actividades económicas de comercio

Venta y reparación de vehículos automotores y motocicletas
Comercio al por mayor
Comercio al por menor

Comercio al por mayor y al por menor y reparación de vehículos automotores y motocicletas:

Comprende todas las actividades (excepto la fabricación y el alquiler) relacionadas con los vehículos automotores y las motocicletas, incluidos los camiones, como la venta al por mayor y al por menor de vehículos nuevos y usados, la reparación y el mantenimiento de vehículos y la venta al por menor de partes, piezas y accesorios para vehículos automotores y motocicletas. Abarca también las actividades de los comisionistas que participan en la venta al por mayor o al por menor de vehículos. Se incluyen asimismo actividades tales como el lavado y pulido de vehículos.

Comercio al por mayor: Comprende el comercio al por mayor por cuenta propia o a cambio de una retribución o por contrata (comercio a comisión), abarca tanto el comercio interior como el comercio internacional (importación/exportación).

La venta al por mayor consiste en la reventa (venta sin transformación) de productos nuevos y usados a minoristas, a usuarios industriales, comerciales, institucionales o profesionales y a otros mayoristas, o la actuación como agente o intermediario en la compra o la venta de mercancías para esas personas o compañías. Los principales tipos de empresas comprendidas son los mayoristas que son propietarios de las mercancías que venden, como los comerciantes mayoristas o los intermediarios, los distribuidores industriales, los exportadores, los importadores. También se incluye a los corredores de mercancías, a los comisionistas y a los agentes y montadores, a los compradores y a las asociaciones cooperativas que comercializan productos agropecuarios.

Comercio al por menor: Comprende la reventa (venta sin transformación) de productos nuevos y usados, principalmente al público en general, para el consumo o uso personal o doméstico, realizada por tiendas, grandes almacenes, puestos de venta, empresas de venta por correo, cooperativas de consumidores, casas de subastas, entre otros.

Los productos que se venden en esta actividad se limitan a los denominados bienes de consumo, y por lo tanto no abarcan los productos que no se suelen vender al por menor, como cereales en grano, minerales, maquinaria industrial. En esta actividad, se clasifican también las unidades que venden al público en general mercancías a la vista, como ordenadores personales, artículos de papelería, pinturas o madera, aunque esos productos no estén destinados exclusivamente al consumo personal o doméstico. Los productos pueden ser objeto de algún grado de elaboración, pero sólo en relación directa con la venta; por ejemplo, selección, clasificación o reempaquetado de productos, instalación de aparatos de uso doméstico. También se incluyen la venta al por menor por comisionistas y las actividades de las casas de subastas al por menor.

Segmento empresarial: Es el tamaño de la empresa según sus ventas anuales. La segmentación de las unidades económicas permite conocer el aporte de la producción nacional según el tamaño de la unidad económica. Se han determinado tres segmentos empresariales⁴:

Segmento	Ventas anuales	
	UIT	Soles
Pequeña empresa	Mayor de 150 hasta 1 700	Mayor a 577 500 hasta 6 545 000
Mediana empresa	Mayor de 1 700 hasta 2 300	Mayor a 6 545 000 hasta 8 855 000
Gran empresa	Mayor a 2 300	Mayor a 8 855 000

Nota: La Unidad Impositiva Tributaria (UIT) en el año 2015 fue de 3 850 soles

Forma de organización jurídica: Se ha establecido una categoría a las personas naturales o físicas y cuatro categorías para las empresas constituidas como persona jurídica, conforme a la Ley General de Sociedades. Esto permite conocer la organización de las empresas comerciales.

Formas de organización jurídica
Persona Natural
Sociedad Anónima
Sociedad Comercial Responsabilidad Limitada
Empresa Individual de Responsabilidad Limitada
Otros

Ubicación Geográfica: Para determinar los ámbitos geográficos se utiliza el Código de Ubicación Geográfica (UBIGEO) aprobado por Resolución Jefatural N° 149-2001-INEI que establece su uso en el Sistema Estadístico Nacional (SEN).

Este código posibilita la identificación de los departamentos, provincias y distritos del país, con el propósito de enlazar la información estadística referida a cada espacio geográfico, permitiendo el intercambio de información geográfica, económica, social y demográfica.

⁴ Según ley 30056. Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial, emitido el 2 de julio de 2013.

b. Variables que se investigan

En el documento se analizan las variables siguientes:

Ingresos: Son las entradas de efectivo que reciben las empresas comerciales por las transferencias de las mercancías en los diferentes canales de distribución. Los ingresos de las empresas comerciales incluyen los márgenes de comercio (venta de mercadería menos la compra de mercadería), los ingresos por la venta de productos terminados y por prestación de servicios, ganancias por medición de actividades comerciales no financieros al valor razonable y otros gastos de gestión.

Egresos: Son las salidas de efectivo que disminuyen el beneficio o aumentan la pérdida de las empresas comerciales. Estos egresos se recuperan al vender los productos a los consumidores intermedios o finales. Los egresos de las empresas comerciales se recogen en los estados de resultados por naturaleza y están conformados por las compras de materias primas, auxiliares, suministros, repuestos, envases y embalajes; costos vinculados con las compras; gastos de servicios prestados por terceros; gastos de personal; tributos; otros gastos de gestión; valuación y deterioro de activos y provisiones; pérdida por medición de activos no financieros al valor razonable y gastos financieros.

Inversión de activos fijos: Es la inversión realizada por las empresas conformadas por la suma de los activos en construcción o fabricación propia, activos en compras de maquinaria y equipos.

Ventas: Es el ingreso obtenido por las empresas a través de la venta de mercadería, venta de productos terminados y el ingreso por prestación de servicios.

Personal ocupado: Es el número promedio de trabajadores permanentes o eventuales que durante el período de referencia se encontraban ejerciendo una labor remunerada para la empresa. Se incluye a trabajadores en uso de licencias cortas, vacaciones y en huelga, personal no remunerado y los propietarios. Se excluye al personal de otras empresas de intermediación laboral, cooperativas de trabajo y personal en uso de licencias indefinidas.

Para la presentación de resultados de personal ocupado, se ha realizado con la siguiente agrupación en seis categorías:

- De 1 a 10
- De 11 a 50
- De 51 a 100
- De 101 a 150
- De 151 a 200
- De 201 a más

Remuneraciones: Son los pagos totales brutos en dinero o en especie, así como las aportaciones por seguridad y previsión social efectuados por el empleador durante el período de referencia para retribuir el trabajo realizado por el personal que se encuentra en planilla.

1.2.2 Marco legal

- Decreto Legislativo 604. Ley de Organización y Funciones del Instituto Nacional de Estadística e Informática.
- Decreto Supremo N° 043-2001 PCM. Reglamento de Organización y Funciones del Instituto Nacional de Estadística e Informática.
- Resolución Jefatural N° 152-2016-INEI. Autoriza la ejecución de la Encuesta Económica Anual 2016. El Peruano 26 de abril de 2016.
- Resolución Jefatural 024-2010 INEI. Referente a la adopción de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU rev.4). El Peruano 29 de enero de 2010.
- Ley 30056. Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial, artículo 5. Emitido el 2 de julio de 2013.

1.2.3 Diseño estadístico o características técnicas

1.2.3.1 Método de recolección

Encuesta por muestro probabilístico, estratificada y unietápica.

1.2.3.2 Universo de estudio

Empresas con ventas netas superiores a 577 mil 500 soles (150 Unidades Impositivas Tributarias-UIT)⁵ en el periodo de referencia.

1.2.3.3 Cobertura geográfica

La Encuesta Económica Anual recopila información de las empresas que desarrollan actividades económicas en los 24 departamentos del país y en la Provincia Constitucional del Callao.

1.2.3.4 Cobertura temática

Los principales temas que son estudiados en la Encuesta Económica Anual son los siguientes:

- **Información de estados financieros**
 - Estado de la situación financiera
 - Estado de resultados por naturaleza
 - Movimiento de activo fijo y depreciación
 - Dividendos por pagar y pagados
 - Capital social
 - Impuestos
 - Existencias
- **Información económica**
 - Volúmenes producidos
 - Costos de producción
 - Materia prima
 - Personal ocupado
 - Remuneraciones
 - Suministros
 - Ciencia y tecnología
 - Tecnología de información y comunicaciones

1.2.3.5 Unidad estadística

La unidad de investigación estadística es la empresa.

a. Clasificadores utilizados

Las unidades económicas se clasifican según la cuarta revisión de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU Rev. 4), que se adoptó en el Perú según Resolución Jefatural N° 024-2010-INEI.

b. Cobertura por sectores

La Encuesta Económica Anual investiga a las empresas de las siguientes actividades económicas:

- 1) Agencias de viaje
- 2) Agroindustria
- 3) Comercio
- 4) Construcción

⁵ En el año 2015 una UIT es igual a 3850 soles.

- 5) Educación privada
- 6) Hidrocarburos
- 7) Hospedaje
- 8) Manufactura
- 9) Pesca y Acuicultura
- 10) Restaurantes
- 11) Servicios eléctricos
- 12) Servicios
- 13) Transportes y comunicaciones
- 14) Universidades privadas

Para la elaboración de esta publicación se ha considerado la Sección G que comprende a la actividad de comercio.

Actividad de comercio:

Según la cuarta revisión de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU Rev.4), se considera en el sector comercio tres divisiones:

- División 45: Comercio al por mayor y al por menor y reparación de vehículos automotores y motocicletas.
- División 46: Comercio al por mayor, excepto el de vehículos automotores y motocicletas.
- División 47: Comercio al por menor, excepto el de vehículos automotores y motocicletas.

1.2.3.7 Periodo de referencia

La información está referida al ejercicio económico del año 2015.

1.2.4 Indicadores obtenidos

Con la información de la Encuesta Económica Anual, se analiza el desempeño de las empresas comerciales a través de indicadores económicos y financieros.

1.2.4.1 Indicadores de actividad económica

- **Margen comercial**

Margen comercial es la ganancia por el servicio de intermediación comercial de una empresa. Mientras mayor sea el ratio, mayor será el beneficio que está obteniendo la empresa por sus ventas.

Este indicador se calcula dividiendo las ventas netas menos las compras de las mercaderías (costo de mercadería, transporte, seguro, gastos y derechos de aduana, entre otros) por las ventas netas. Luego, el resultado se multiplica por 100 para ser expresado como porcentaje.

$$\text{Margen comercial} = \frac{\text{Ventas netas} - \text{Compras de mercaderías}}{\text{Ventas netas}} * 100$$

- **Productividad del trabajo:**

El indicador productividad del trabajo mide el aporte promedio de cada persona ocupada en la generación del valor agregado. Su valor deseable es el mayor posible.

Este indicador se calcula dividiendo el valor agregado anual por el total de personal ocupado. El resultado se encuentra expresado en soles.

$$\text{Productividad del trabajo} = \frac{\text{Valor agregado}}{\text{Personal ocupado}}$$

- **Remuneración promedio mensual:**

La remuneración promedio mensual es el importe de las retribuciones tanto en dinero como en especie que pagan las empresas a sus trabajadores. Su valor deseable depende de cada actividad.

Este indicador se calcula dividiendo las remuneraciones del personal ocupado por el total de personal ocupado. El resultado se encuentra expresado en soles.

$$\text{Remuneración per cápita} = \text{Remuneraciones del personal ocupado} / \text{Personal ocupado}$$

- **Ventas netas por personal ocupado:**

Este indicador muestra el promedio de las ventas netas de la empresa que son generadas por cada trabajador, cuyo resultado refleja la productividad de los trabajadores en términos del valor de ventas. Su valor deseable es el mayor posible.

Se calcula dividiendo las ventas netas por el total de personal ocupado. El resultado se encuentra expresado en soles.

$$\text{Ventas netas por personal ocupado} = \text{Ventas Netas} / \text{Personal ocupado}$$

- **Utilidad por personal ocupado:**

El indicador de utilidad por personal ocupado muestra cuánta utilidad (o pérdida) genera la empresa en promedio por cada trabajador. Su valor deseable es el mayor posible.

Se calcula dividiendo el resultado del ejercicio anual por el total de personal ocupado. El resultado se encuentra expresado en soles.

$$\text{Utilidad por personal ocupado} = \text{Resultado del ejercicio} / \text{Personal ocupado}$$

- **Coefficiente técnico:**

Este indicador mide la eficiencia de la empresa en el uso de los bienes y servicios que se consumen, transforman o incorporan en otros productos en un proceso productivo. Su valor deseable es el menor posible.

Se calcula dividiendo el consumo intermedio (valor de bienes y servicios consumidos como insumos en un proceso de producción, excluido los activos fijos) por la producción total. Luego, el resultado se multiplica por 100 para ser expresado como porcentaje.

$$\text{Coeficiente técnico} = \text{Consumo intermedio} / \text{Producción total} * 100$$

1.2.4.2 Indicadores Financieros de las Grandes Empresas Comerciales

- **Ratios de rentabilidad:** Los ratios de rentabilidad comprenden un conjunto de indicadores y medidas cuya finalidad es diagnosticar si una empresa genera ingresos suficientes para cubrir sus costos y poder remunerar a sus propietarios o inversionistas, por tanto, son medidas que contribuyen en el estudio de la capacidad de generar ganancia por parte de la empresa.

a. Margen sobre las ventas:

Mide la utilidad obtenida en un año con respecto a las ventas efectuadas en el mismo periodo. Su valor deseable es el mayor posible.

Se calcula dividiendo el resultado del ejercicio por el total de ventas netas. Luego, el resultado se multiplica por 100 para ser expresado como porcentaje.

$$\text{Margen sobre ventas} = \text{Resultado del ejercicio} / \text{Ventas netas} * 100$$

b. Margen de utilidad de operación:

Muestra cuanto de utilidad propia del negocio se obtuvo sin considerar los efectos de la financiación externa, ni de otros ingresos ajenos a la actividad realizada en un año, respecto a las ventas efectuadas en el mismo periodo. Este indicador permite evaluar si la empresa genera suficiente utilidad para cubrir sus actividades de financiamiento. Su valor deseable es el mayor posible.

Se calcula dividiendo la utilidad de operación por el total de ventas netas. Luego, el resultado se multiplica por 100 para ser expresado como porcentaje.

$$\text{Margen de utilidad de operación} = \text{Utilidad de operación} / \text{Ventas netas} * 100$$

c. Rentabilidad económica:

Se considera como una medida de la capacidad de los activos de una empresa para generar valor, independientemente de cómo hayan sido financiados estos. El indicador rentabilidad económica es básico para evaluar la eficiencia en la gestión empresarial. Su valor deseable es el mayor posible.

Este indicador se obtiene dividiendo el resultado de explotación entre el total de activos. Luego, el resultado se multiplica por 100 para ser expresado como porcentaje.

$$\text{Rentabilidad económica} = \text{Resultado de explotación} / \text{Total activo} * 100$$

d. Rentabilidad financiera:

El indicador muestra el beneficio neto generado en relación con la inversión que han efectuado los propietarios de la empresa, por tanto, muestra la rentabilidad por sol invertido. Su valor deseable es el mayor posible.

Este indicador se obtiene dividiendo el resultado del ejercicio entre el total de patrimonio. Luego, el resultado se multiplica por 100 para ser expresado como porcentaje.

$$\text{Rentabilidad financiera} = \text{Resultado del ejercicio} / \text{Total patrimonio} * 100$$

- **Ratios de liquidez:** Miden la capacidad que tiene la empresa para hacer frente a sus deudas de corto plazo. Estos ratios expresan no solamente el manejo de las finanzas de la empresa, sino la habilidad gerencial para convertir en efectivo los activos corrientes. Los ratios de liquidez son: razón corriente y prueba ácida.

a. Razón corriente:

Este ratio mide, de forma muy general, la relación entre la disponibilidad de liquidez a corto plazo y la necesidad de tesorería para responder las deudas a corto plazo. Su valor deseable se encuentra entre 1.5 y 2 veces.

Este indicador se obtiene dividiendo el total activo corriente por el total pasivo corriente. El resultado se encuentra en número de veces.

$$\text{Razón corriente} = \text{Total activo corriente} / \text{Total pasivo corriente (número de veces)}$$

b. Prueba ácida:

Es un indicador más exigente que la razón corriente, respecto a la capacidad de pago de una empresa en el corto plazo, ya que resta del activo circulante la partida de existencias que generalmente es la parte menos líquida y difícil de realizar en dinero.

Este indicador se obtiene dividiendo el activo corriente menos las existencias por el total pasivo corriente. El resultado se encuentra en número de veces.

$$\text{Prueba ácida} = (\text{Activo corriente} - \text{Existencias}) / \text{Total pasivo corriente (número de veces)}$$

- **Ratios de gestión:** Miden la efectividad y eficiencia de la gestión en la administración de los activos que la empresa utiliza para apoyar sus ventas. Expresan los efectos de las decisiones y políticas seguidas por la empresa, con respecto a la utilización de sus fondos.

a. Rotación de existencias:

La rotación de inventarios o rotación de existencias es el indicador que permite conocer el número de veces en que el inventario es renovado en un periodo determinado. Es uno de los parámetros utilizados para el control de gestión de la función logística o del departamento comercial de la empresa. Su valor deseable es el mayor posible.

Se calcula dividiendo las ventas netas entre el promedio de existencias. El resultado se encuentra en número de veces.

$$\text{Rotación de existencias} = \text{Ventas netas} / \text{Existencias (número de veces)}$$

b. Rotación de activos:

Ratio que tiene por objeto medir el número de unidades monetarias vendidas por cada unidad monetaria de activo. Es una medida de la eficiencia en la utilización de los activos para generar ingresos. Su valor deseable es el mayor posible.

Se calcula dividiendo las ventas netas entre el total de activos. El resultado se encuentra en número de veces.

$$\text{Rotación de activos} = \text{Ventas netas} / \text{Total de activos (número de veces)}$$

c. Rotación de patrimonio:

Este indicador compara los ingresos por ventas netas de la empresa con sus recursos propios. Indica el número de veces que las ventas cubren cada sol invertido por los accionistas. Su valor deseable es el mayor posible.

Se calcula dividiendo las ventas netas entre el total de patrimonio. El resultado se encuentra en número de veces.

$$\text{Rotación de patrimonio} = \text{Ventas netas} / \text{Total patrimonio (número de veces)}$$

- **Ratios de solvencia financiera:** Los ratios de solvencia financiera miden la capacidad de una empresa de hacer frente sus obligaciones de pago. Es decir, si una empresa tuviese que pagar todas sus deudas en un momento dado, determina si tendría activos para hacer frente a esos pagos.

a. Razón de endeudamiento:

Muestra el nivel de respaldo que tiene el pasivo con relación a los activos. Este indicador puede desagregarse en endeudamiento a corto plazo (considerando sólo el pasivo corriente) y endeudamiento a largo plazo (considerando sólo el pasivo no corriente). Su valor deseable depende de la actividad.

Se calcula dividiendo el total de pasivos entre el total de activos. Luego, el resultado se multiplica por 100 para ser expresado como porcentaje.

$$\text{Razón de endeudamiento} = \text{Total pasivo} / \text{Total activo} * 100$$

b. Independencia financiera:

Muestra qué porcentaje de toda la financiación corresponde a los recursos propios de la empresa, proporcionando un índice de independencia o autonomía financiera de la empresa, cuando este porcentaje es mayor. Por lo tanto su valor deseable es el mayor posible.

Se calcula dividiendo el total de patrimonio entre el total de pasivos y patrimonio. Luego, el resultado se multiplica por 100 para ser expresado como porcentaje.

$$\text{Independencia financiera} = \text{Total patrimonio} / \text{Total pasivo y patrimonio} * 100$$

1.2.5 Diseño muestral

1.2.5.1 Marco muestral

El marco muestral proviene del Directorio Central de Empresas y Establecimientos (DCEE) que administra el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) y que tiene como fuentes de actualización el Padrón de Contribuyentes de la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) y las investigaciones estadísticas sobre empresas que ejecuta el INEI.

El marco muestral de la Encuesta Económica Anual estuvo conformado por 76 mil 796 empresas.

El marco tiene la siguiente depuración:

- Se incluyen las empresas que registran valor de ventas
- Se incluyen las empresas que están en condición de activas y habidas.
- Se incluyen las personas naturales con negocio.

- Se incluyen a personas jurídicas con empresa.
- No forman parte del marco las empresas agrícolas, empresas de educación pública, del gobierno central, organismos extraterritoriales, instituciones financieras y empresas mineras y algunas clases de la CIU de servicios que desarrollan actividades benéficas.

1.2.5.2 Unidad de muestreo

La empresa.

1.2.5.2 Unidad de muestreo

La muestra es probabilística, estratificada, unietápica e independiente en cada división de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme – Revisión 4.

Es probabilística porque todas las empresas tienen la misma probabilidad de ser elegidos para la muestra; por tanto, asegura la representatividad de la población.

Es estratificada, porque se homogeniza las empresas en grupos con la finalidad de reducir la varianza. Se tienen dos estratos:

- El Estrato Forzoso es autorrepresentado, es decir, cada empresa de éste estrato tiene una probabilidad igual a 1 de ser incluida en la muestra.
- El Estrato No Forzoso (muestral), se aplica el muestreo aleatorio simple con selección independiente por cada División, las empresas son identificadas a 2 dígitos del CIU Revisión 4. Las empresas fueron seleccionadas mediante un procedimiento sistemático simple al azar con arranque aleatorio.

1.2.5.4 Tamaño de muestra

La Encuesta Económica Anual 2016 se ejecuta de una muestra de 13 mil 81 empresas a nivel nacional. En cada división se trabajó una muestra independiente en 78 divisiones de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme revisión 4 (CIU rev.4). La actividad comercial comprende tres subdivisiones: Venta y reparación de vehículos automotores y motocicletas, comercio al por mayor y comercio al por menor.

Tamaño de la muestra del sector comercio

La muestra de la actividad comercial fue de 3 mil 459 empresas.

1.2.5.5 Factor de expansión

Para que las estimaciones derivadas de la Encuesta Económica Anual 2016 sean representativas, es necesario multiplicar los datos de cada empresa muestral por un factor de expansión (también llamado factor de ponderación o simplemente peso).

Para el Estrato Forzoso se le asigna un peso igual a 1 y para el Estrato No Forzoso recibirán un peso igual a la inversa de la probabilidad de selección.

La probabilidad de selección de cada empresa (en el estrato no forzoso) puede expresarse de la siguiente manera:

$$P_h = \frac{n_h}{N_h}$$

n_h : Número de empresas a seleccionar en el estrato h

N_h : Total de empresas en el estrato h del marco

P_h : Probabilidad final de selección

El peso o factor básico de expansión (W_h) es calculado como el inverso de la probabilidad final de selección (P_h).

$$w_h = \frac{1}{P_h}$$

1.3 Recolección y transmisión

1.3.1.1 Actividades preparatorias

a. Capacitación

La capacitación de personal es uno de los procesos más importantes en toda investigación, por su repercusión e impacto en la calidad de los resultados. Ello demanda una adecuada planificación y una selección de metodologías que apoyen la enseñanza y facilite el aprendizaje. En ese sentido, se realizó la capacitación para la selección de personal que realizarán la operación de campo y consistencia de datos.

En todas las actividades de capacitación se hará uso de métodos y técnicas con la finalidad de lograr la conceptualización de los temas a los participantes. Los métodos y técnicas estarán referidos:

- Activo-participativo
- Dinámica grupal
- Práctica de gabinete

Asimismo, se realizarán evaluaciones tanto a los postulantes como a los instructores con la finalidad de evaluar el conocimiento adquirido y la calidad de la transmisión de conocimientos. Además, del uso de manuales, instructivos, equipo y materiales para la realización de los cursos de capacitación.

b. Selección del personal

Esta actividad consiste en la ejecución de un proceso que permita la selección de personal idóneo en las diferentes etapas de la encuesta. Los procesos de convocatoria previstos fueron para la contratación de personal encargados de la operación de campo y consistencia de datos.

Contratación de personal para la operación de campo

Comprende tareas como: convocatoria pública por la página web del INEI, evaluación curricular, entrevista a los postulantes y selección de los profesionales que participarán en el curso de capacitación para Jefes de equipo y Operadores de empresas.

Contratación de personal para la consistencia de datos

Esta actividad consiste en la selección de personal con el perfil adecuado para la realización de las actividades de validación de los datos recogidos a través de los formularios, así como el análisis y depuración de la base de datos. Comprende también las tareas de convocatoria pública por medio de la página web del INEI, evaluación curricular, entrevista a los postulantes y selección de los profesionales que participarán en el curso de capacitación para procesamiento y consistencia de datos.

1.3.1.2 Recolección de información

a. Organización de campo

La etapa de operación de campo tiene como objetivo que los consultores de empresas visiten a las empresas seleccionadas en la muestra. El funcionario encargado de coordinar la entrega de información es el operador de empresas, quien tenía como objetivo entrevistarse con la persona encargada de desarrollar y absolver las consultas de la encuesta así como proporcionar la convocatoria oficial y los documentos adicionales. Así mismo, de asistir técnicamente al informante para ingresar al formulario por vía Web o Desktop, forma de llenado y procedimiento para la entrega de información.

La carga de trabajo por operador de empresas es de 12 visitas por día.

b. Método y procedimiento para la recolección

Método de Entrevista: Auto empadronamiento.

Recolección de datos

La información se recoge a través de dos tipos de formularios:

- **Formulario Web:** El mismo que podrá ser llenado en línea por el informante, desde el portal de la encuesta.
- **Formulario electrónico:** En su versión escritorio (desktop) que podrá ser descargado del portal de la encuesta ubicado en la página Web del INEI.

En tanto que, se utilizan los medios siguientes para contactar a las empresas seleccionadas:

• **Courier**

Se remiten cartas a las empresas seleccionadas a fin de hacer de su conocimiento el inicio de la encuesta.

• **Llamadas Telefónicas**

Se realizan llamadas telefónicas a las empresas seleccionadas con el objeto de hacer conocer el inicio de la encuesta, brindar los contactos para las coordinaciones y absolver consultas sobre la encuesta.

• **Página Web**

A través del portal de la encuesta ubicado en la página Web del INEI, las empresas pueden consultar si han sido seleccionadas, asimismo, pueden ingresar a su formulario a través de un usuario y password.

1.4 Procesamiento de datos

La captura de los datos y procesamiento se realizará a través del sistema en el servidor del INEI para su consolidación, validación y verificación en todos los procesos. En esta actividad se verificará la cobertura de la encuesta según sectores y formatos, datos correctamente cargados en la base de datos y validaciones básicas.

1.4.1 Consistencia

Comprende la ejecución de un conjunto de tareas que tiene por objeto asegurar que la información recopilada sea coherente y consistente.

El analista de consistencia ingresará al sistema de procesamiento de datos en donde realizará las tareas siguientes:

- √ Revisión y corrección de actividades económicas.
- √ Generar reportes de errores del proceso de consistencia.
- √ Ingresar al módulo de corrección donde revisará y corregirá las inconsistencias contables y financieras previa consulta con la persona responsable del llenado de la encuesta.

Una vez verificada y corregida la información, se procederá a consolidar la información en una base de datos.

1.5 Difusión

La difusión se realiza a través de publicaciones impresas y en digital las cuales se muestran en la página web del INEI.

El acceso de la documentación es a través de microdatos.

Anexo 2: Glosario de términos

Actividad económica: Conjunto de operaciones realizadas por las empresas y/o establecimientos en las que se combinan recursos que intervienen en el proceso productivo, tales como: mano de obra, materias primas, equipos e insumos con el objeto de producir un conjunto homogéneo de bienes y/o servicios.

Proceso mediante el cual se adquieren bienes y servicios que cubren necesidades o se obtienen ganancias.

Actividad económica principal: Es la actividad económica que se realiza dentro de una misma unidad de producción, cuyo valor agregado es mayor o supera al que se genera en cualquier otra actividad que se ejecute en esa misma unidad económica. La estimación del valor agregado se realiza por la incidencia de los insumos dentro de la estructura de costos de producción de una empresa, respecto a los niveles de producción.

Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU): Es una clasificación de actividades económicas cuyo alcance abarca a todas las actividades económicas, las cuales se refieren tradicionalmente a las actividades productivas, es decir, aquellas que producen bienes y servicios. La CIIU, permite la comparación internacional y realización de análisis. Asimismo, presta un papel importante al proporcionar el tipo de detalle por actividad, necesario para la elaboración de las cuentas nacionales desde el punto de vista de la producción.

Comercio: Comprende la venta al por mayor y al por menor (sin transformación) de todo tipo de productos y la prestación de servicios accesorios a la venta de esos productos. La venta al por mayor y la venta al por menor son los estadios finales de la distribución de productos. Los productos comprados y vendidos se denominan también mercancías.

Empresa: Es la unidad económica que tiene la capacidad, por derecho propio, de poseer activos, contraer pasivos y realizar operaciones económicas con otras unidades institucionales.

Encuesta Económica Anual (EEA): Es la investigación estadística destinada a recolectar información económico-financiera de las empresas y/o establecimientos en forma anual. La información procesada permite conocer la estructura y principales características generadas por las actividades económicas, calcular las Cuentas Nacionales, así como obtener directorios actualizados, constituyéndose en uno de los proyectos más importantes que realiza la Dirección Nacional de Censos y Encuestas del INEI.

Segmento empresarial:

La estratificación de las unidades económicas es importante porque permite conocer el aporte de la producción nacional según el tamaño de empresa. Para realizar el análisis de los datos de la Encuesta Económica se tuvieron en cuenta los siguientes segmentos:

- Pequeña empresa: Tiene un nivel de venta anual a partir de 150 UIT hasta 1 700 UIT (577 500 hasta 6 545 000 Soles).
- Mediana empresa: Tiene un nivel de ventas anuales superior a 1 700 UIT hasta 2 300 UIT (6 545 000 hasta 8 855 000 Soles).
- Gran empresa: Tiene un nivel de ventas anual superior a 2 300 UIT (8 855 000 Soles).

Ingresos netos: Los ingresos netos son las entradas de efectivo que reciben las empresas comerciales por las ventas de productos y/o prestación de servicios, ganancias por medición de actividades comerciales no financieras al valor razonable y otros ingresos de gestión a los cuales se le ha deducido las compras de mercaderías.

Egresos: Son las salidas de efectivo que disminuyen el beneficio o aumentan la pérdida de las empresas comerciales; también es el desembolso necesario para poder administrar y llevar a cabo las actividades comerciales. Estos egresos se recuperan al vender los productos a los consumidores intermedios o finales.

Inversión: Se refiere al empleo de un capital en algún tipo de actividad o negocio, con el objetivo de incrementarlo. Está compuesta por el activo en construcción o fabricación propia, activo en compras y aportes y los activos en otras adiciones.

Persona jurídica: Es toda entidad jurídica constituida u organizada de otro modo con arreglo a la legislación vigente, tenga o no fines de lucro y ya sea de propiedad privada o pública, con inclusión de cualquier sociedad de capital, sociedad de gestión, sociedad personal, empresa conjunta, empresa individual o asociación.

Persona natural: Comprende a la persona natural, persona física o ser humano, de existencia visible, dotado de todos los derechos y obligaciones que la legislación le reconoce. La persona natural responde con todo su patrimonio personal, frente a deudas que se generen en el negocio. La persona natural o empresa unipersonal no tiene responsabilidad limitada.

Personal ocupado: Comprende a los asalariados, ya sean empleados u obreros permanentes o eventuales que perciben un ingreso durante el año por la empresa en su actividad comercial.

Remuneraciones: Representan la retribución que efectúan los establecimientos a sus empleados como compensación por el trabajo que éstos realizan, la cual puede ser dinero o en especie.

Sociedad anónima: Son empresas jurídicas constituidas legalmente, se constituyen como mínimo con dos personas que pueden llegar a tener hasta 750 socios. Los socios no responden con su patrimonio personal. Tienen responsabilidad limitada.

Valor agregado: Corresponde a la suma del valor de las ventas menos el costo de las materias primas.

Ventas: Es el monto monetario total de las ventas de mercaderías y/o servicios realizados directamente por el establecimiento.