

# Boletín de Prensa

## Bogotá

Prensa  
DANE

12 de Septiembre de 2013

### GRANDES ALMACENES E HIPERMERCADOS MINORISTAS Y COMERCIO DE VEHICULOS AUTOMOTORES NUEVOS II Trimestre 2013

(Preliminares)

Director  
Jorge Bustamante R.

Subdirector  
Juan Carlos Guataquí Roa

Director de Metodología y Producción Estadística  
Eduardo Efraín Freire Delgado





## Grandes almacenes e hipermercados minoristas y comercio de vehículos automotores nuevos.

II Trimestre de 2013 (Preliminares)

### Contenido

Resumen

Introducción

Resultados Generales

1. Ventas reales
  - 1.1 Grupos de mercancías
  - 1.2 Actividad comercial CIU Rev. 3 A.C.
2. Personal ocupado
  - 2.1 Categoría de contratación
  - 2.2 Personal ocupado en la actividad comercial, según CIU Rev. 3 A.C.
3. Inventarios finales
4. Área de ventas.

Ficha metodológica

Glosario

### Resumen

- *En el segundo trimestre de 2013, las ventas reales de los Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas aumentaron 9,3% y el personal ocupado registró un incremento de 5,9%, en comparación con el mismo trimestre del año anterior.*
- *En este periodo, los inventarios reales en los Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas presentaron una variación positiva de 13,0%, comparados con el mismo trimestre de 2012.*
- *Las ventas reales de vehículos automotores (nacionales e importados) registraron un caída de 2.5% respecto al mismo periodo de 2012.*
- *Durante el primer semestre de 2013, las ventas reales de los Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas aumentaron 8,1% y el personal ocupado registró un incremento de 6,0% respecto al mismo periodo de 2012.*
- *Durante los últimos cuatro trimestres hasta el II trimestre de 2013, las ventas reales de los Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas aumentaron 7,8% respecto al año precedente. Durante este periodo el personal ocupado registró un incremento de 6,5%.*
- *En éste período el total de las ventas reales de vehículos automotores (nacionales e importados) presentó un descenso de 2,7% con respecto al año precedente.*



## Introducción

El sector comercial constituye parte importante de la economía nacional dada su participación en el Producto Interno Bruto, en el volumen de bienes de consumo final que circulan por este canal, en el crecimiento de las empresas y por ende en el empleo que genera. De ahí que sea imprescindible contar con indicadores coyunturales del comercio al por menor en el país, que permitan evaluar la dinámica del sector y orienten la formulación y diagnóstico de la política económica nacional.

De esta manera surgió Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas a partir de 1997; una investigación de carácter estadístico cuyo objetivo es conocer el comportamiento de la actividad de los Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas a nivel nacional a partir de la información de ventas, personal ocupado, sueldos y salarios, que trimestralmente suministran los comerciantes. La muestra es representativa para el comercio minorista con ventas anuales mayores o iguales a 7.000 millones de pesos de 1995 o que ocupa 200 o más personas en cada uno de los 8 grupos de actividades de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme adaptada para Colombia Revisión 3 - CIU Rev. 3 A.C.

A partir de esta información el DANE genera indicadores coyunturales del comercio al por menor en el ámbito nacional para los diferentes usuarios gubernamentales y privados.

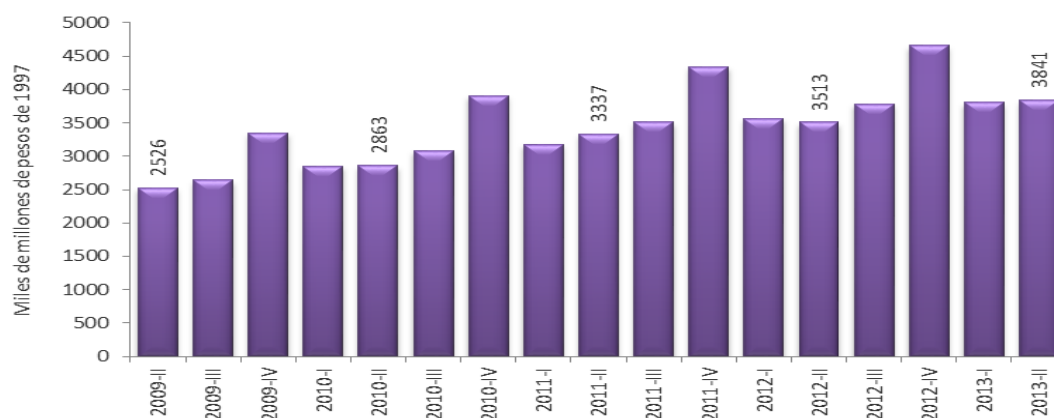
## GRANDES ALMACENES E HIPERMERCADOS MINORISTAS Y COMERCIO DE VEHICULOS AUTOMOTORES NUEVOS

### Resultados generales

**Gráfico 1. Ventas reales en grandes almacenes e hipermercados minoristas**

Total nacional

2009 – 2013 (II trimestre)



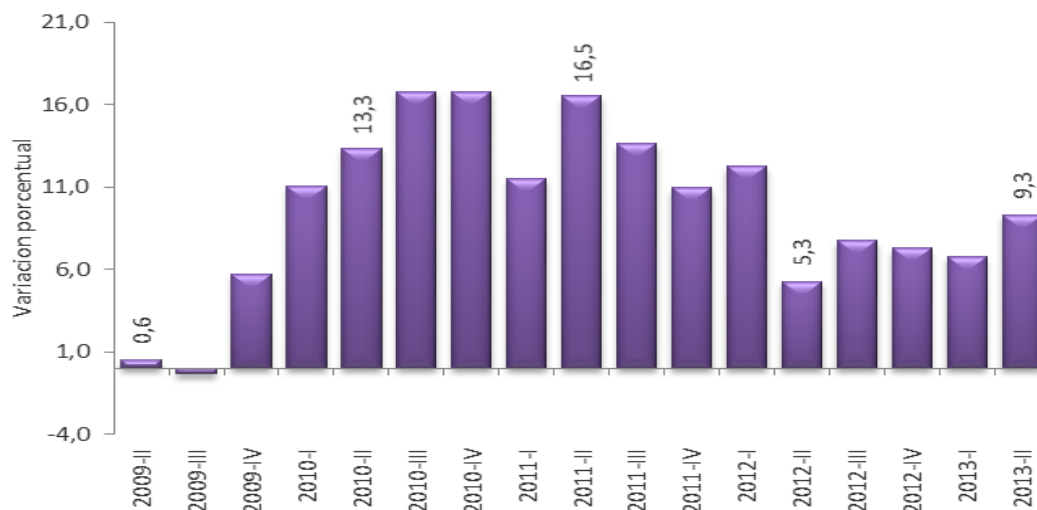
Fuente: DANE – GAHM

En el segundo trimestre de 2013, las ventas del comercio minorista en los grandes almacenes aumentaron 9,3%, respecto al mismo trimestre de 2012.

**Gráfico 2. Variación anual de las ventas reales en grandes almacenes e hipermercados minoristas**

Total nacional

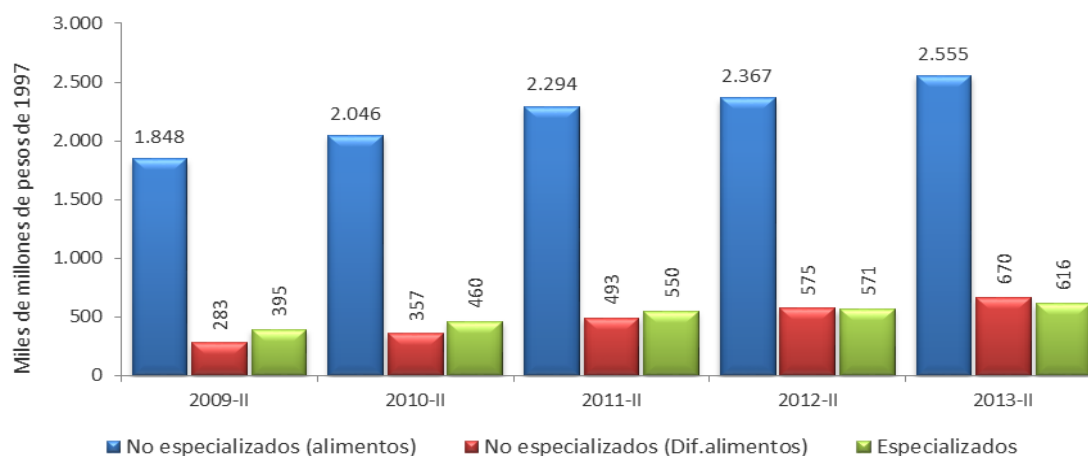
2009 – 2013 (II trimestre)



Fuente: DANE - GAHM

Durante el segundo trimestre de 2013, 84,0% de las ventas reales (\$ 3.225 miles de millones de pesos de 1997) se realizaron en almacenes no especializados, y el 16,0% en especializados.

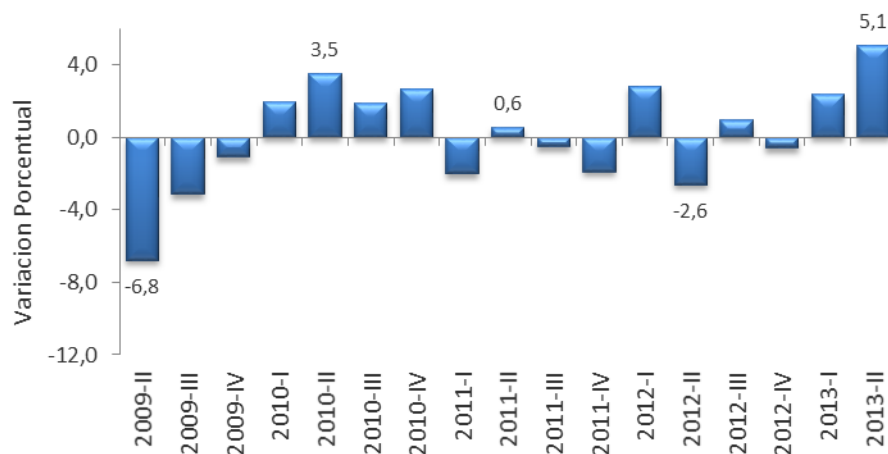
**Gráfico 3. Ventas reales en grandes almacenes e hipermercados minoristas por tipo de almacén**  
**Total nacional**  
**2009 – 2013 (II trimestre)**



Fuente: DANE - GAHM

En el segundo trimestre de 2013, las ventas reales de alimentos y bebidas no alcohólicas presentaron un aumento de 5,1% respecto al mismo periodo del año anterior.

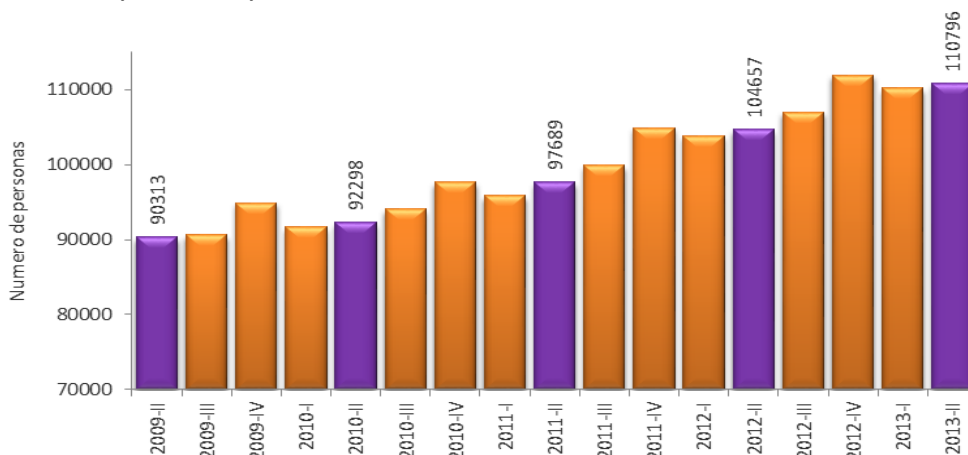
**Gráfico 4. Variación anual de las ventas reales de alimentos y bebidas no alcohólicas en grandes almacenes e hipermercados minoristas**  
**Total nacional**  
**2009 – 2013 (II trimestre)**



Fuente: DANE - GAHM

El personal ocupado por los grandes almacenes e hipermercados alcanzó un total de 110.796 personas ocupadas, lo que significó un aumento de 5,9% frente al segundo trimestre de 2012 (Gráfico 5).

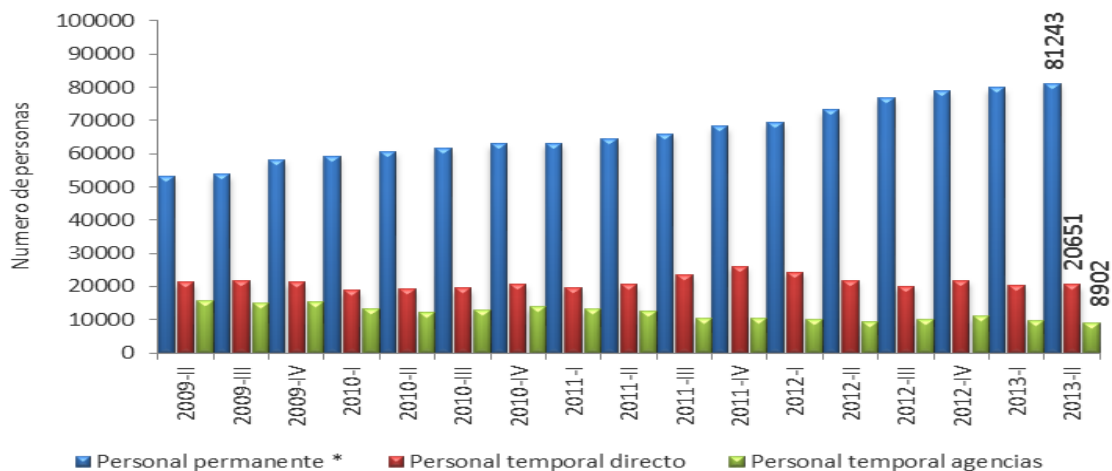
**Gráfico 5. Personal ocupado por los grandes almacenes e hipermercados minoristas Total nacional 2009 – 2013 (II trimestre)**



Fuente: DANE – GAHM

En el segundo trimestre de 2013, 73,3% del personal que ocuparon los grandes almacenes e hipermercados minoristas era permanente, 18,7% era temporal directo y 8,0% temporal contratado a través de agencias.

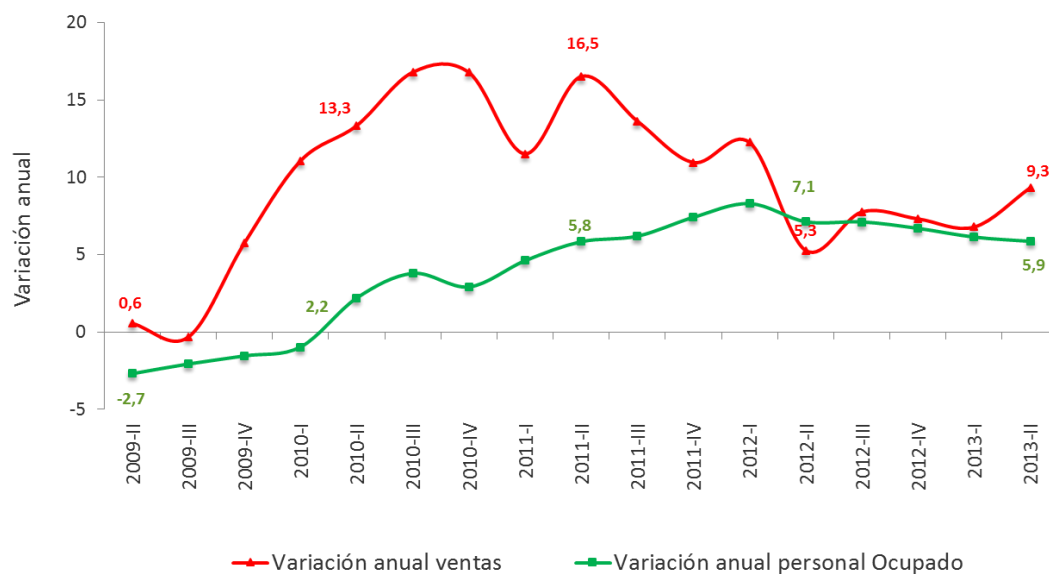
**Gráfico 6. Personal ocupado, por los grandes almacenes e hipermercados minoristas según tipo de contratación\* Total nacional 2009 – 2013 (II trimestre)**



\* Incluye socios y propietarios

Fuente: DANE GAHM

**Gráfico 7. Variación anual de las ventas reales y el personal ocupado  
Total nacional  
2009 – 2013 (II trimestre)**



Fuente: DANE – GAHM

**Tabla 1. Resumen del comportamiento de las principales variables  
Total nacional  
II trimestre de 2013**

Indicador	Variación (%)					
	Anual		Año corrido		Doce meses	
	2012	2013	2012	2013	2012	2013
<b>Ventas</b>	5,3	9,3	8,7	8,1	10,5	7,8
<b>Personal Ocupado</b>	7,1	5,9	7,7	6,0	7,3	6,5

Fuente: DANE – GAHM

## 1. VENTAS REALES

### 1.1 Grupos de mercancías

#### 1.1.1 Variación anual: II trimestre de 2013

Durante el segundo trimestre de 2013, las ventas reales aumentaron 9,3% respecto al mismo periodo del año anterior. Los grupos de mercancías que presentaron las mayores variaciones positivas fueron: equipo de informática, hogar; electrodomésticos y muebles para el hogar; otras mercancías; artículos de ferretería, vidrios y pinturas; repuestos y accesorios para vehículos; artículos y utensilios de uso doméstico; calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero; y alimentos y bebidas no alcohólicas (Gráfico 8).

**Gráfico 8. Variación anual de las ventas reales  
Total nacional  
II trimestre 2013**



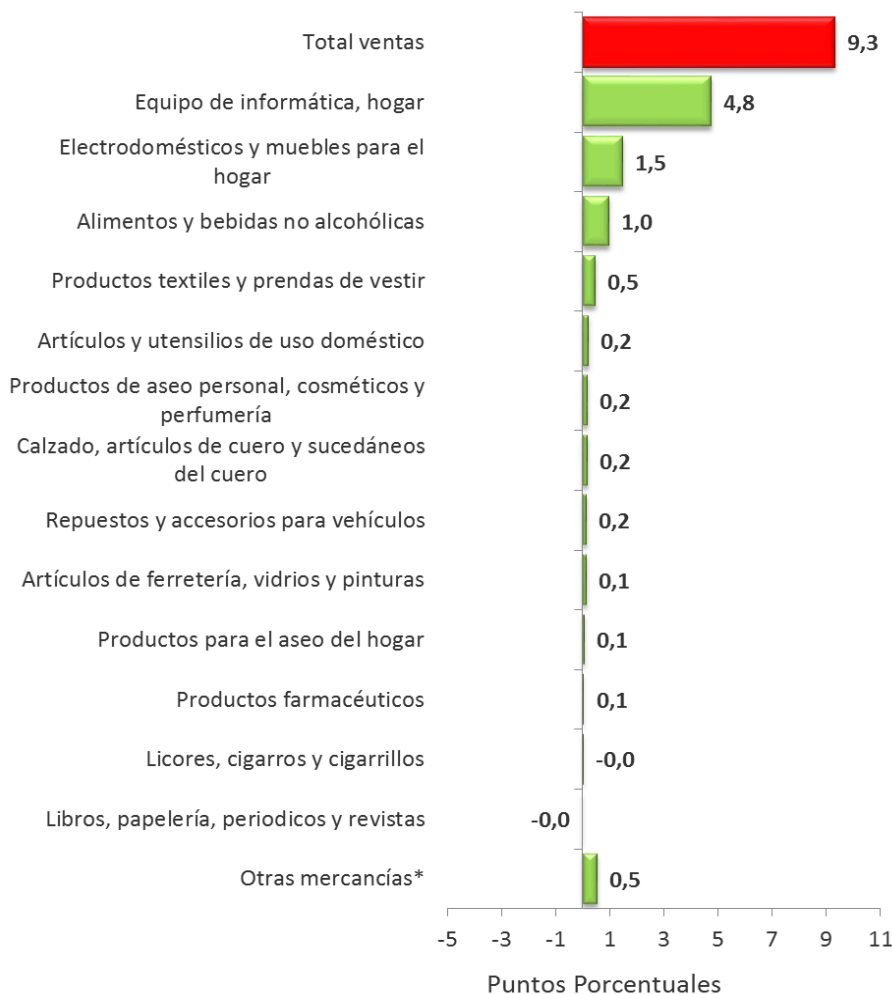
Fuente: DANE – GAHM

\* Otras mercancías, incluye: juguetes, bicicletas, artículos para deporte, piñatería, artículos para bebés, gas propano en cilindros, lubricantes y aditivos para vehículos automotores, equipo fotográfico, revestimiento para pisos, etc.

El grupo de mercancías que explicó en mayor medida la variación total del periodo fue equipo de informática, hogar con 4,8 puntos porcentuales, seguido por electrodomésticos y muebles del hogar con 1,5 puntos porcentuales; y por alimentos y bebidas no alcohólicas con 1,0 puntos porcentuales (Gráfico 9).



**Gráfico 9. Contribución anual a la variación de las ventas reales**  
**Total nacional**  
**II trimestre 2013**



Fuente DANE – GAHM

\* Otras mercancías, incluye: juguetes, bicicletas, artículos para deporte, piñatería, artículos para bebés, gas propano en cilindros, lubricantes y aditivos para vehículos automotores, equipo fotográfico, revestimiento para pisos, etc.

### 1.1.2 Variación año corrido

En el primer semestre de 2013, las ventas reales del comercio minorista en los grandes almacenes e hipermercados aumentaron 8,1% respecto al mismo período del año anterior. Los grupos de mercancías que presentaron las mayores variaciones positivas fueron: equipo de informática, hogar; artículos y utensilios de uso doméstico; otras mercancías; calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero; electrodomésticos y muebles para el hogar; artículos de ferretería, vidrios y pinturas; y licores y cigarrillos (Gráfico 10).

**Gráfico 10. Variación año corrido de las ventas reales  
Total nacional  
I - II trimestre 2013**



Fuente: DANE – GAHM

\* Otras mercancías, incluye: juguetes, bicicletas, artículos de deporte, piñatería, artículos para bebés, gas propano en cilindros, lubricantes y aditivos para vehículos automotores, equipo fotográfico, revestimiento para pisos, etc.

El comportamiento de las ventas en los grandes almacenes e hipermercados minoristas en el segundo semestre se explica principalmente por el aumento de las ventas de equipo de informática, hogar; electrodomésticos y muebles para el hogar; alimentos y bebidas no alcohólicas; y productos textiles y prendas de vestir, grupos que aportaron en conjunto 6,6 puntos porcentuales a la variación total (Gráfico 11).

**Gráfico 11. Contribución año corrido a la variación de las ventas reales  
Total nacional  
I - II trimestre 2013**



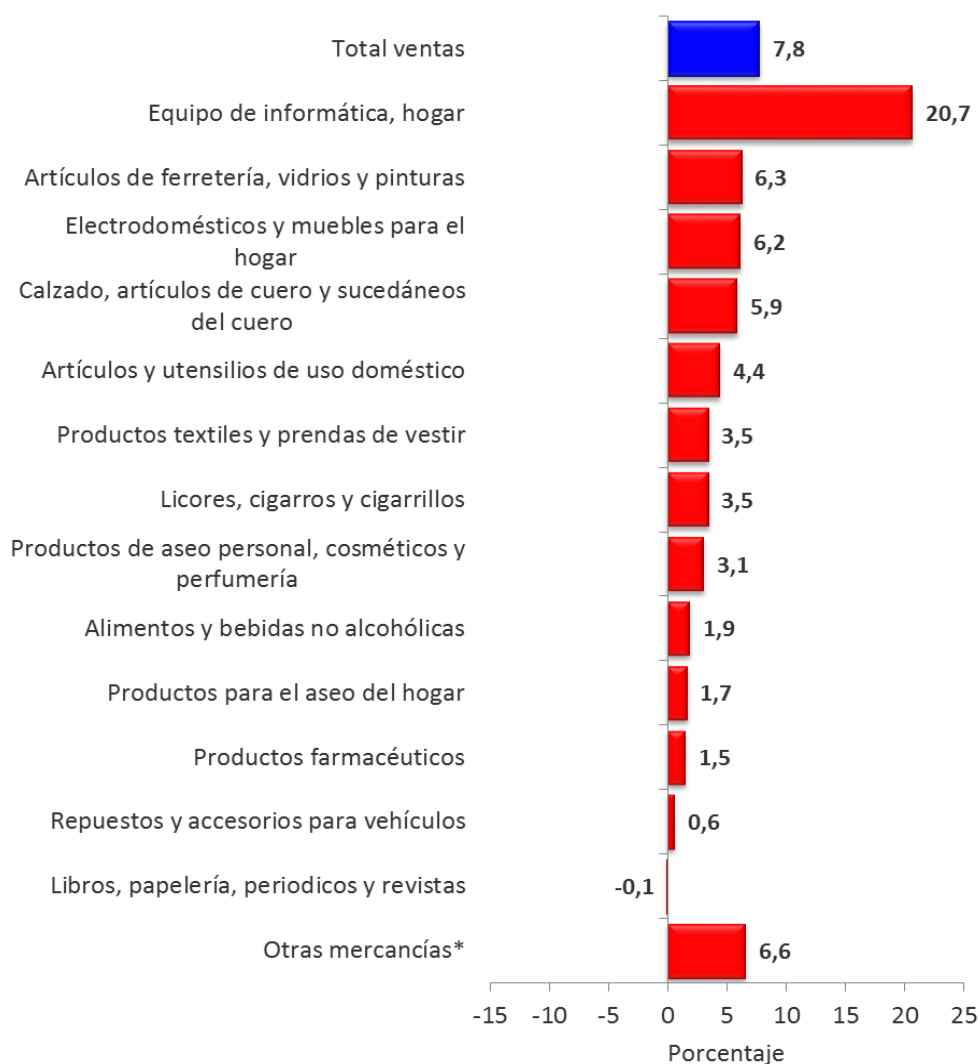
Fuente: DANE - GAHM

\* Otras mercancías, incluye: juguetes, bicicletas, artículos para deporte, piñatería, artículos para bebés, gas propano en cilindros, lubricantes y aditivos para vehículos automotores, equipo fotográfico, revestimiento para pisos, etc.

### 1.1.3 Variación doce meses

En los últimos cuatro trimestres hasta el segundo trimestre del 2013, las ventas reales del comercio minorista en los grandes almacenes e hipermercados aumentaron 7,8% respecto al año precedente. Los grupos de mercancías que presentaron las mayores variaciones positivas fueron: equipo de informática, hogar; otras mercancías; artículos de ferretería, vidrios y pinturas; electrodomésticos y muebles para el hogar; calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero; artículos y utensilios de uso doméstico; productos textiles y prendas de vestir; y licores, cigarros y cigarrillos (Gráfico 12).

**Gráfico 12. Variación doce meses de las ventas reales  
Total nacional  
II trimestre 2013**



Fuente: DANE – GAHM

\* Otras mercancías, incluye: juguetes, bicicletas, artículos de deporte, piñatería, artículos para bebés, gas propano en cilindros, lubricantes y aditivos para vehículos automotores, equipo fotográfico, revestimiento para pisos, etc.

El comportamiento de las ventas en los grandes almacenes e hipermercados minoristas se explica principalmente por el aumento en las ventas de equipo de informática, hogar; electrodomésticos y muebles para el hogar; productos textiles y prendas de vestir; y alimentos y bebidas no alcohólicas, grupos que aportaron en conjunto 6,8 puntos porcentuales a la variación total (Gráfico 13).

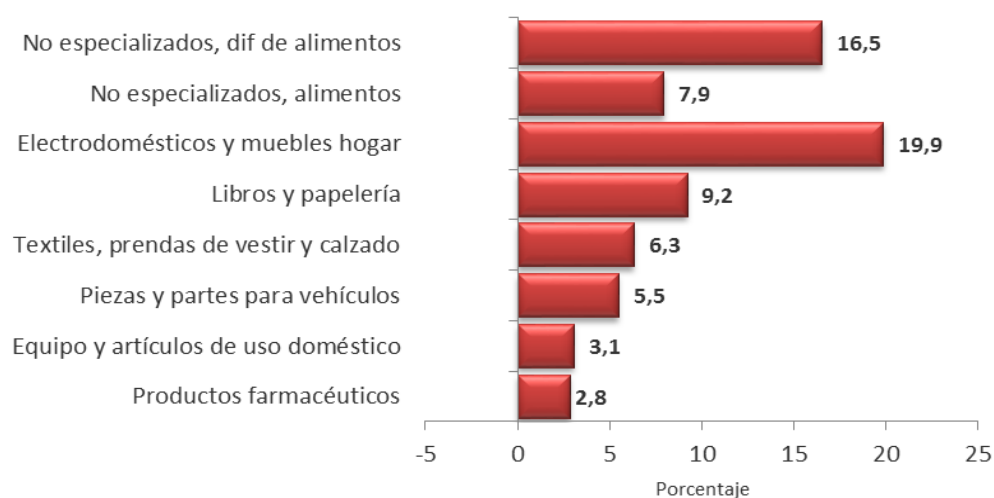
**Gráfico 13. Contribución doce meses a la variación de las ventas reales****Total nacional****II trimestre 2013**

Fuente: DANE - GAHM

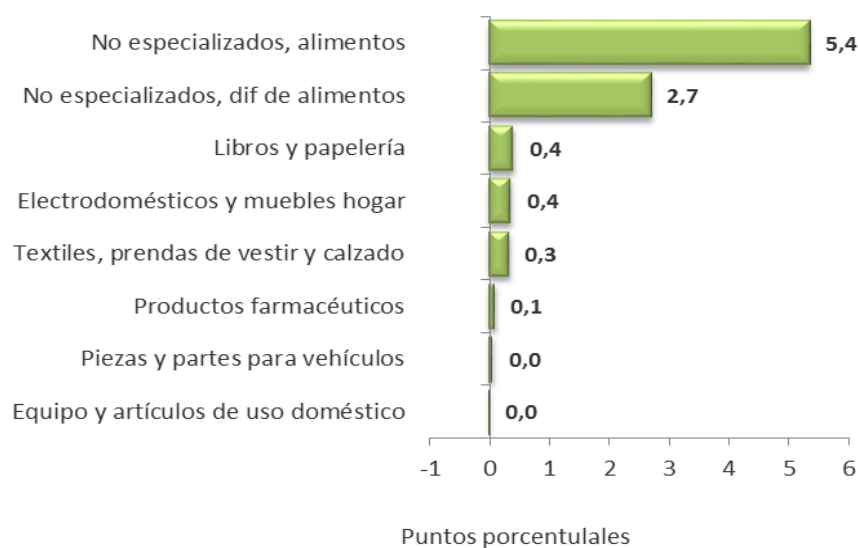
\* Otras mercancías, incluye: juguetes, bicicletas, artículos para deporte, piñatería, artículos para bebés, gas propano en cilindros, lubricantes y aditivos para vehículos automotores, equipo fotográfico, revestimiento para pisos, etc.

**1.2 Actividad comercial CIU Rev. 3 A.C.****1.2.1 Variación anual: II trimestre de 2013**

De acuerdo con el tipo de actividad comercial (CIU Rev.3) desarrollada por las empresas investigadas, en el segundo trimestre de 2013 se registró un aumento en las ventas reales del comercio no especializado de 16,5% en aquellas con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos, y de 7,9% en los que tienen surtido compuesto principalmente de alimentos. En el comercio especializado los principales crecimientos se registraron en: electrodomésticos y muebles para el hogar; libros y papelería; y textiles, prendas de vestir y calzado (Gráfico 14).

**Gráfico 14. Variación anual de las ventas reales, según actividad comercial****Total nacional****II trimestre 2013**

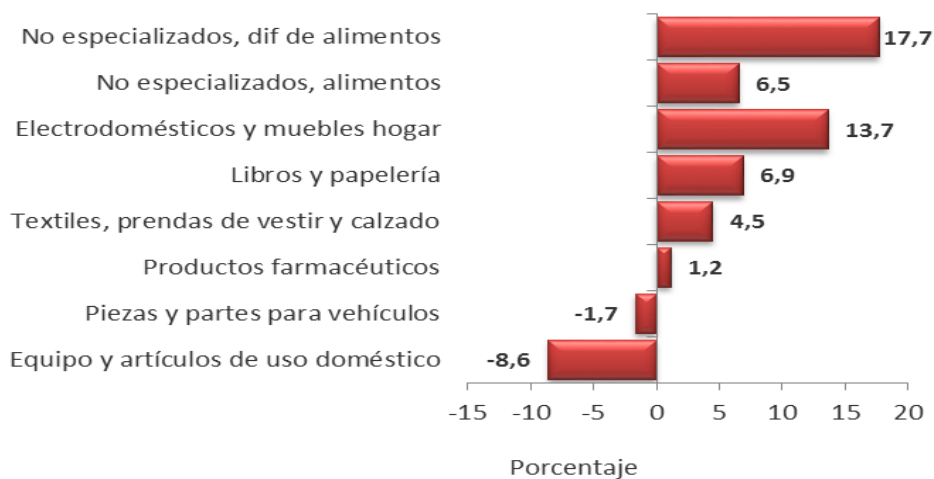
Fuente: DANE – GAHM

**Gráfico 15. Contribución a la variación anual de las ventas reales, según actividad comercial****Total nacional****II trimestre 2013**

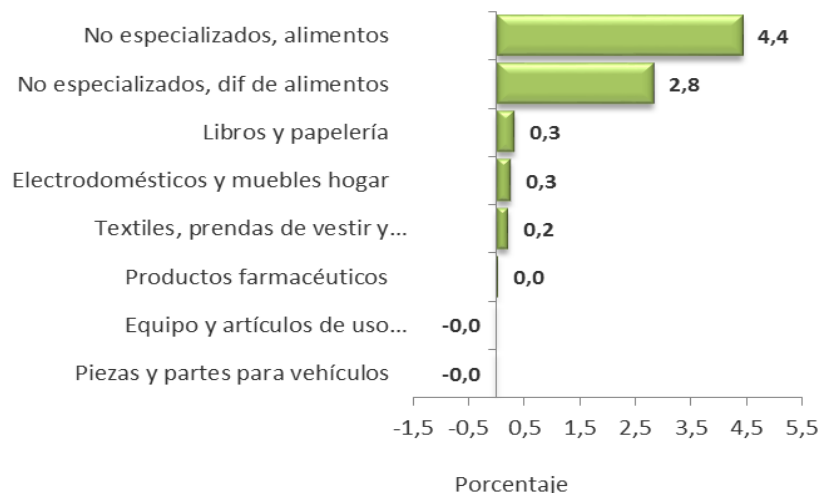
Fuente: DANE – GAHM

### 1.2.2 Variación año corrido

De acuerdo con el tipo de actividad comercial (CIU Rev.3) desarrollada por las empresas investigadas, en el primer semestre de 2013 se registró un aumento en las ventas reales del comercio no especializado de 17,7% en aquellas con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos, y de 6,5% en las que tienen surtido compuesto principalmente de alimentos. En el comercio especializado los principales crecimientos se registraron en: electrodomésticos y muebles para el hogar; libros y papelería; textiles, prendas de vestir y calzado; y productos farmacéuticos (Gráfico 16).

**Gráfico 16. Variación año corrido de las ventas reales, según actividad comercial****Total nacional****I - II trimestre 2013**

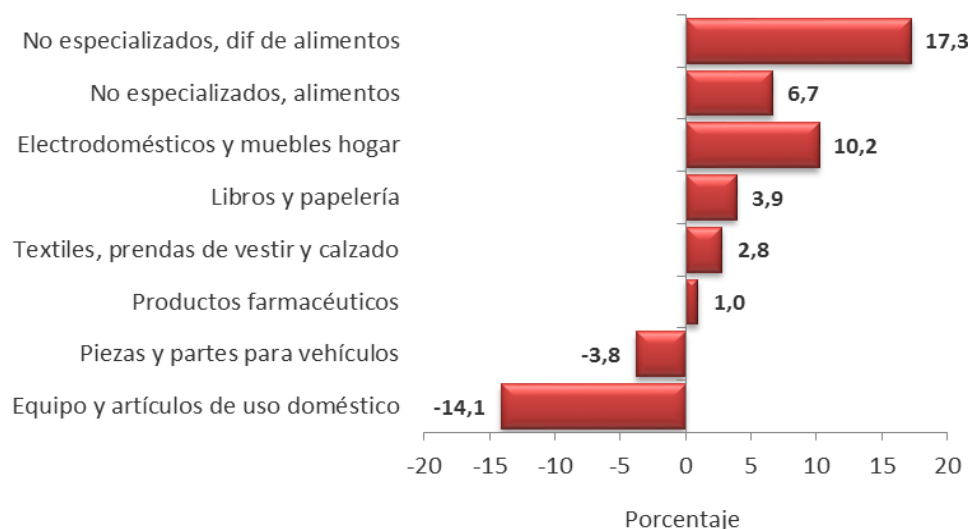
Fuente: DANE – GAHM

**Gráfico 17. Contribución a la variación año corrido de las ventas reales, según actividad comercial****Total nacional****I - II trimestre 2013**

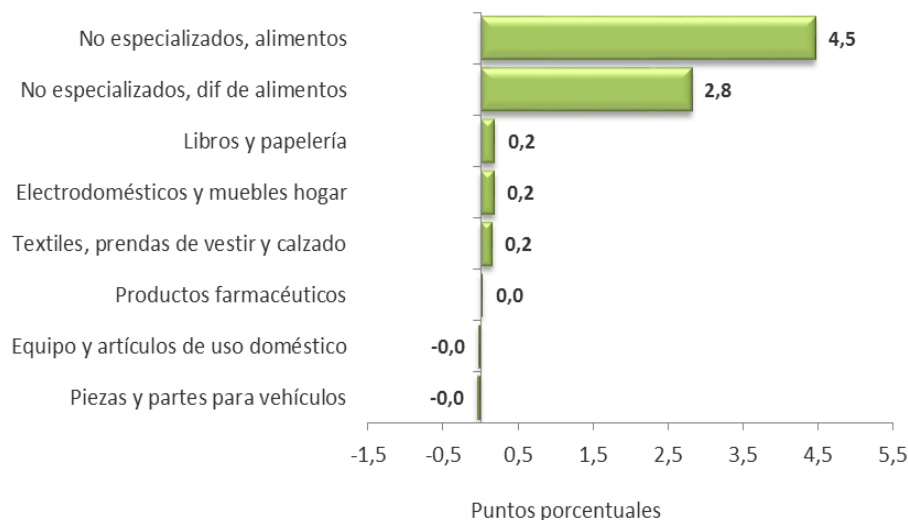
Fuente: DANE – GAHM

### 1.2.3 Variación doce meses

En los últimos cuatro trimestres hasta el segundo trimestre de 2013, los principales aumentos de las ventas reales se registraron en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (17,3%). Las empresas especializadas que presentaron los mayores incrementos en sus ventas reales fueron las dedicadas al comercio de: electrodomésticos y muebles para el hogar; libros y papelería; y textiles, prendas de vestir y calzado (Gráfico 18).

**Gráfico 18. Variación doce meses de las ventas reales, según actividad comercial****Total nacional****II trimestre 2013**

Fuente: DANE – GAHM

**Gráfico 19. Contribución doce meses a la variación de las ventas reales según actividad comercial****Total nacional****II trimestre 2013**

Fuente: DANE – GAHM

## 2. PERSONAL OCUPADO

### 2.1 Categoría de Contratación

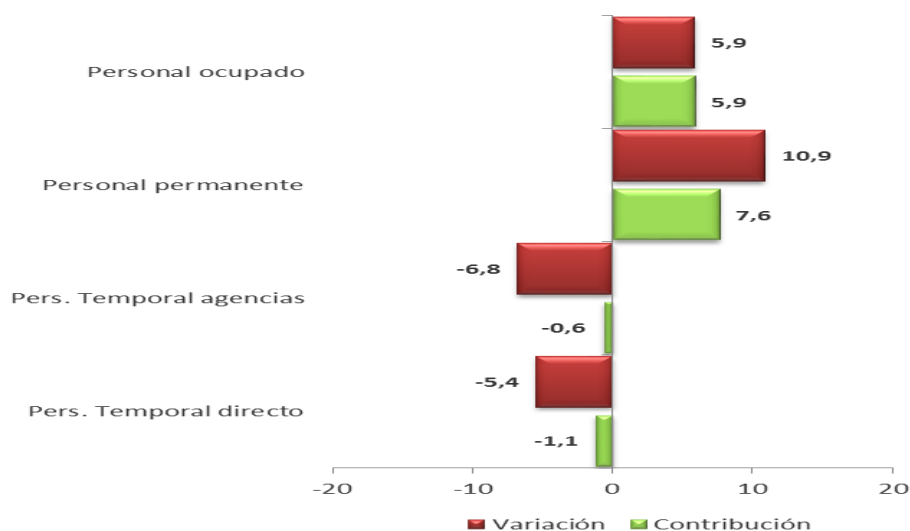
#### 2.1.1 Variación anual: II trimestre de 2013

En el segundo trimestre de 2013, el personal ocupado asociado a los grandes almacenes e hipermercados minoristas aumentó 5,9% con respecto al mismo periodo de 2012, explicado principalmente por el



crecimiento en la contratación de personal permanente, que aportó 7,6 puntos porcentuales a la variación total.

**Gráfico 20. Variación y contribución anual del personal ocupado, según categoría de contratación**  
Total nacional  
II trimestre 2013

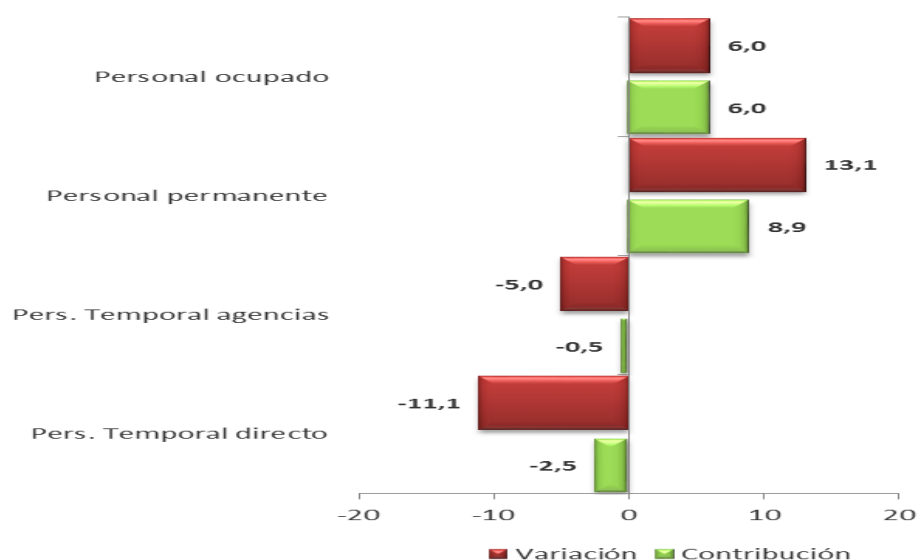


Fuente: DANE – GAHM

### 2.1.2 Variación año corrido

En el primer semestre de 2013, el personal ocupado asociado a los grandes almacenes e hipermercados minoristas aumentó 6,0% con respecto al mismo periodo de 2012 explicado principalmente por el crecimiento en la contratación de personal permanente que aportó 8,9 puntos porcentuales a la variación total.

**Gráfico 21. Variación y contribución año corrido del personal ocupado, según categoría de contratación**  
Total nacional  
I - II trimestre 2013

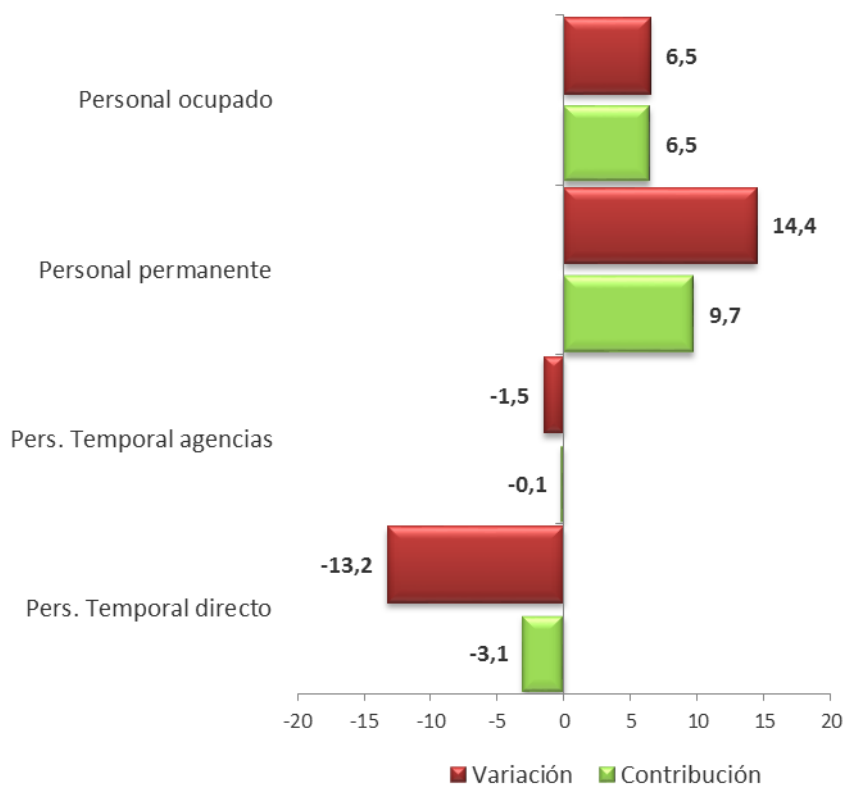


Fuente: DANE – GAHM

### 2.1.3 Variación doce meses

En los últimos cuatro trimestres hasta el segundo trimestre de 2013, el personal ocupado por los grandes almacenes e hipermercados minoristas, presentó un aumento de 6,5% respecto al año precedente, debido al crecimiento del personal permanente que contribuyó con 9,7 puntos porcentuales. Este efecto fue contrarrestado por el comportamiento del personal temporal por agencias y temporal directo que disminuyeron 1,5% y 13,2% respectivamente y que en conjunto contribuyeron negativamente con 3,4 puntos porcentuales.

**Gráfico 22. Variación y contribución doce meses del personal ocupado, según categoría de contratación**  
Total nacional  
II trimestre 2013



Fuente: DANE – GAHM

## 2.2 Personal ocupado en la actividad comercial, según CIU Rev. 3 A.C.

### 2.2.1 Variación anual: II trimestre de 2013

En el segundo trimestre de 2013, la mayor variación en el personal ocupado se registró en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (11,2%), presentando la mayor contribución positiva junto con los establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos los cuales aportaron en conjunto 6,0 puntos porcentuales (Gráfico 23).

**Gráfico 23. Variación anual del personal ocupado, según actividad comercial**

**Total nacional**

**II trimestre 2013**

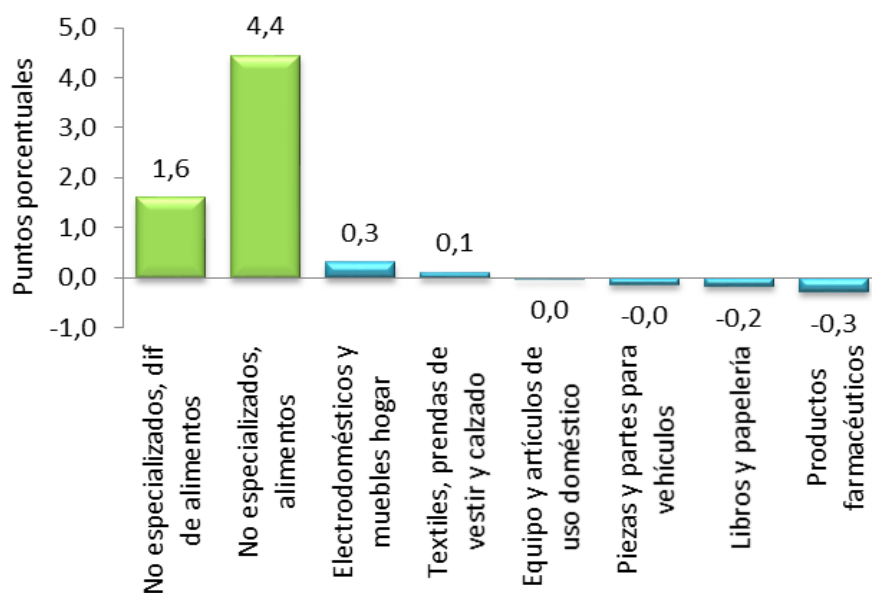


Fuente: DANE – GAHM

**Gráfico 24. Contribución anual a la variación del personal ocupado, según actividad comercial**

**Total nacional**

**I trimestre 2013**



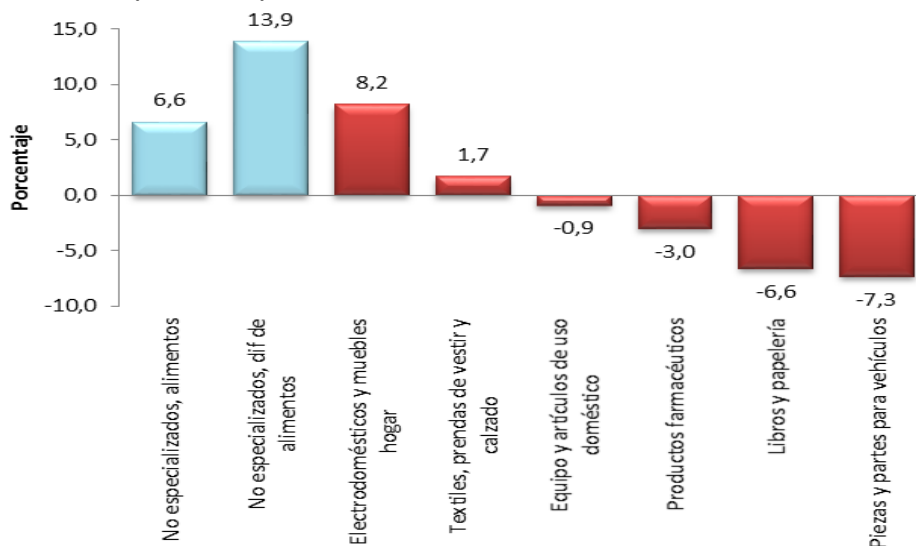
Fuente: DANE – GAHM

## 2.2.2 Variación año corrido

Durante el primer semestre de 2013, la mayor variación del personal ocupado se registró en los establecimientos no especializados, con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos; la principal contribución positiva (4,2 puntos porcentuales) se registró en los establecimientos no especializados, con surtido compuesto principalmente por alimentos (Gráfico 25)

**Gráfico 25. Variación año corrido del personal ocupado, según actividad comercial Total nacional**

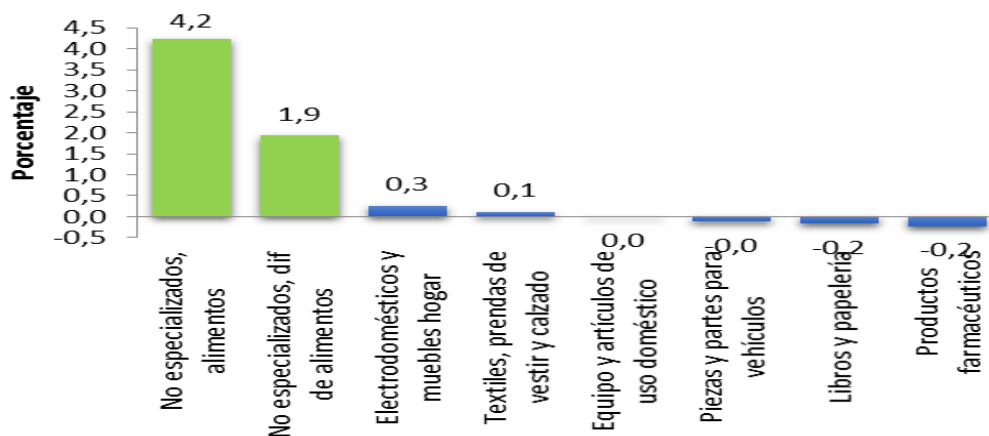
I- II trimestre (2013/2012)



Fuente: DANE – GAHM

**Gráfico 26. Contribución año corrido del personal ocupado, según actividad comercial Total nacional**

I - II trimestre (2013/2012)

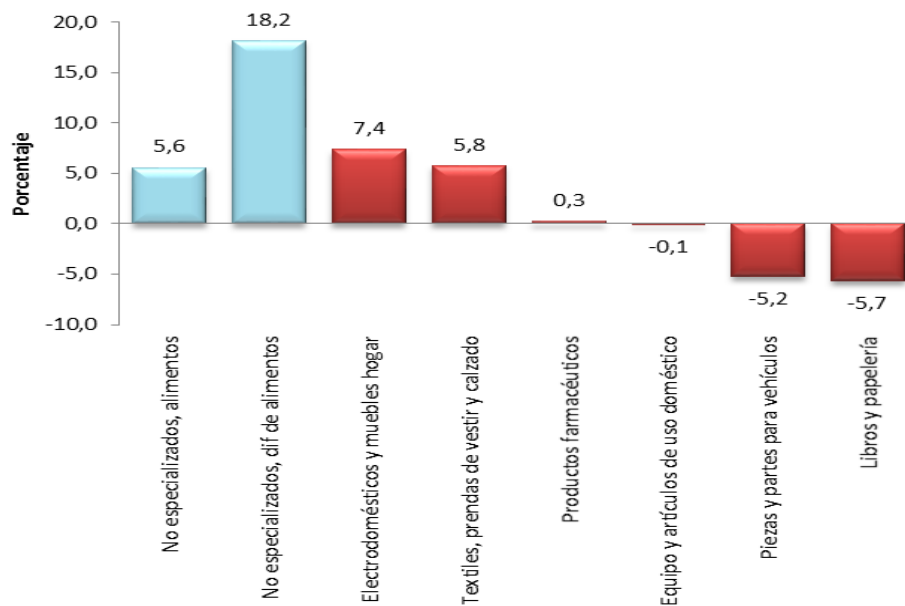


Fuente: DANE – GAHM

### 2.2.3 Variación doce meses

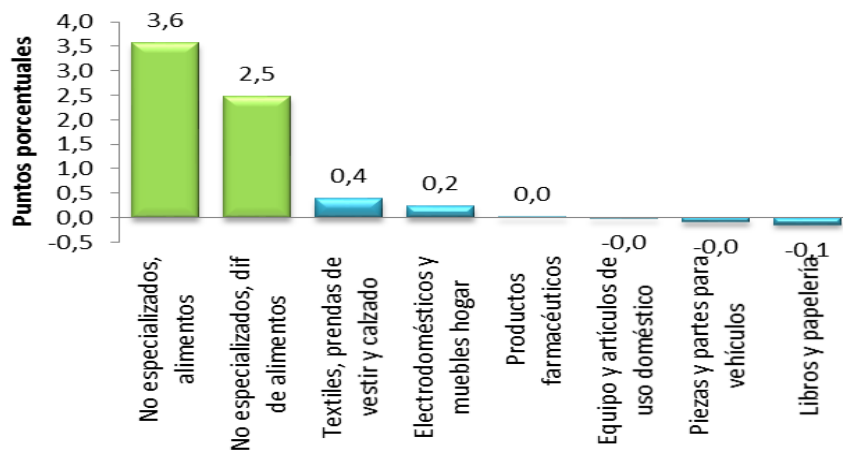
En los últimos cuatro trimestres hasta el segundo trimestre de 2013, los establecimientos no especializados, con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos presentaron la mayor variación en el personal ocupado (18,2%); a su vez, la principal contribución positiva en el personal ocupado (3,6 puntos porcentuales) se registró en los establecimientos no especializados, con surtido compuesto principalmente por alimentos (Gráfico 27).

**Gráfico 27. Variación doce meses del personal ocupado, según actividad comercial**  
**Total nacional**  
**II trimestre 2013**



Fuente: DANE – GAHM

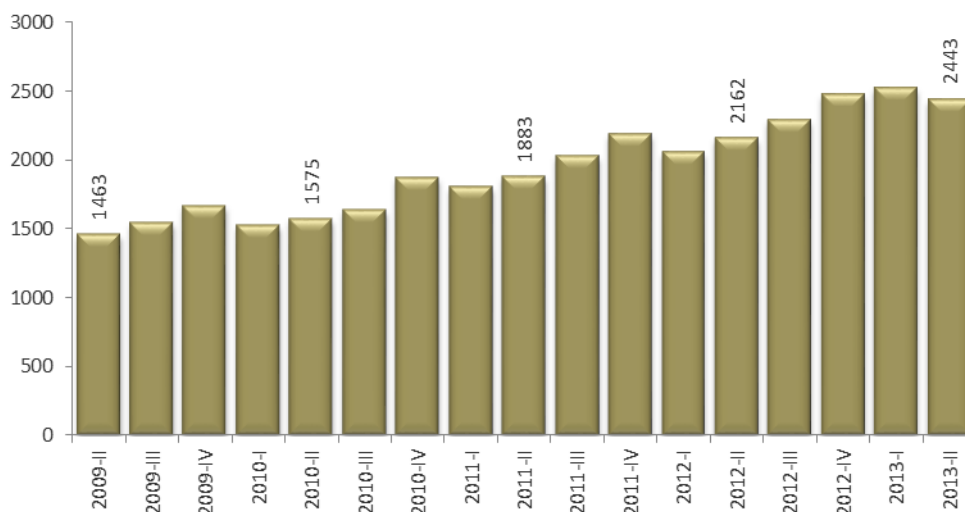
**Gráfico 28. Contribución doce meses a la variación del personal ocupado, según actividad comercial**  
**Total nacional**  
**II trimestre 2013**



Fuente: DANE – GAHM

### 3. INVENTARIOS FINALES

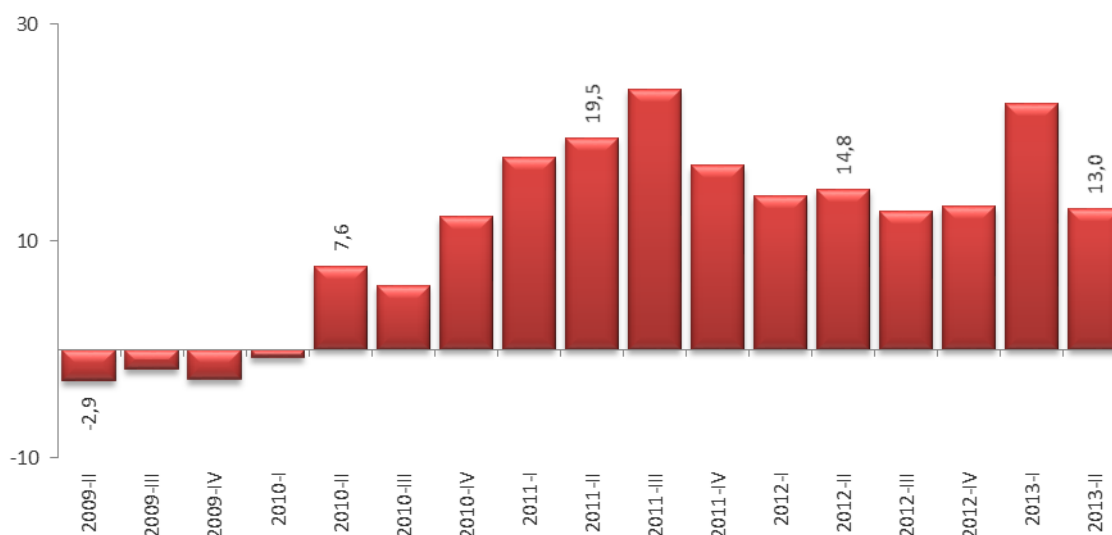
**Gráfico 29. Inventarios finales reales en los grandes almacenes e hipermercados minoristas 2009 – 2013 (II trimestre)**



Fuente: DANE – GAHM

En el segundo trimestre de 2013 respecto al segundo trimestre de 2012, los inventarios reales finales de los grandes almacenes e hipermercados minoristas registraron un crecimiento de 13,0%.

**Gráfico 30. Variación anual de los inventarios finales reales de los grandes almacenes e hipermercados minoristas Total nacional 2009 – 2013 (II trimestre)**



Fuente: DANE - GAHM

Durante el segundo trimestre de 2013, las principales variaciones positivas en acumulación de inventarios de acuerdo con la CIU Rev.3 se presentaron en: las empresas no especializadas, con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (víveres en general), bebidas y tabaco (22,4%), seguido



por los establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente de alimentos (víveres en general), bebidas y tabaco (12,4%).

#### 4. ÁREA DE VENTAS

En el segundo trimestre de 2013, los grandes almacenes e hipermercados minoristas reportaron un área de ventas disponible al público de 2.996.278 m<sup>2</sup>, lo que significó un aumento de 6,9% comparado con el mismo periodo de 2013.

**Tabla 2. Área de ventas de los Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas  
Total nacional  
2009 (I trimestre) – 2013 (II trimestre)**

Trimestre	No especializados	Especializados	Total	Variación anual
I/09	2.104.450	292.608	2.397.058	8,7
II/09	2.112.940	300.037	2.412.977	8,1
III/09	2.114.754	304.639	2.419.393	6,2
IV/09	2.157.509	310.783	2.468.292	5,4
I/10	2.187.339	313.325	2.500.664	4,3
II/10	2.218.559	315.429	2.533.988	5,0
III/10	2.231.065	324.837	2.555.902	5,6
IV/10	2.260.626	335.528	2.596.154	5,2
I/11	2.271.390	347.896	2.619.286	4,7
II/11	2.303.117	352.727	2.655.844	4,8
III/11	2.339.310	358.465	2.697.775	5,6
IV/11	2.371.641	374.313	2.745.954	5,8
I/12	2.398.851	378.005	2.776.856	6,0
II/12	2.421.628	381.741	2.803.369	5,6
III/12	2.471.503	387.139	2.858.642	6,0
IV/12	2.541.729	391.830	2.933.559	6,8
I/13	2.584.518	393.106	2.977.624	7,2
II/13	2.599.678	396.600	2.996.278	6,9

Fuente: DANE- GAHM

En este periodo, el comercio no especializado participó con el 86,8% del total del área de ventas, mientras que el comercio especializado lo hizo con el 13,2% restante.



## FICHA METODOLÓGICA

- Objetivo:** Conocer el comportamiento de las ventas, el empleo y los inventarios de los Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas a nivel nacional y obtener información trimestral en volúmenes (unidades) y valores (miles de pesos) del comercio de vehículos nuevos (nacionales e importados) realizado directamente y/o por concesionarios autorizados en el ámbito nacional.
- Alcance:** Comercio de productos nuevos en los Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y comercio de vehículos nuevos automotores de producción nacional e importada.
- Universo de estudio:** Los Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y empresas comerciantes de vehículos automotores nuevos (importadores y productores nacionales).
- Tipo de investigación:** Censo.
- Unidad estadística:** empresa comercial minorista.
- Población objetivo:** Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas con ventas anuales mayores o iguales a 7.000 millones de pesos de 1997 (según la EAC/95) y/o personal ocupado mayor o igual a 200 y empresas comerciantes de vehículos automotores nuevos (importadores y productores nacionales)
- Cobertura:** nacional, para las empresas que cumplen los parámetros de ventas y/o personal ocupado, establecidos para la investigación.
- Muestra:** 120 fuentes en grandes almacenes e hipermercados minoristas y 20 fuentes de importadores y ensambladoras de vehículos.
- Ventas reales:** valor nominal de las ventas deflactadas por el índice de precios al consumidor según grupos de mercancías.
- Variación anual:** variación porcentual calculada entre el trimestre del año en referencia (i,t) y el mismo trimestre del año anterior (i, t-1).
- Variación acumulada en lo corrido del año:** variación porcentual calculada entre lo transcurrido desde enero hasta el trimestre de referencia del año (total trimestres hasta i,t), y lo transcurrido en igual periodo del año anterior (total trimestre hasta i,t-1).
- Variación acumulada anual:** variación porcentual calculada entre lo transcurrido desde los últimos doce meses hasta el trimestre de referencia del año, y lo transcurrido en igual periodo del año anterior (doce meses hasta trimestre de referencia año t / doce meses hasta mes de referencia año t-1)

## GLOSARIO

**Actividad CIU Rev.3 A.C.:** El término actividad utilizado en este contexto se refiere a un proceso productivo, es decir, a la combinación de acciones que conduce a la obtención de un conjunto dado de bienes o servicios.

**Comercio:** es “la reventa (compra y venta sin transformación) de mercancías o productos, ya sea que esta se realice al por menor o al por mayor. Incluye las actividades de los corredores, agentes, subastadores y comisionistas dedicados a la compra y venta de mercancías a nombre y por cuenta de terceros”.

**Comercio al por menor:** o minorista, es “la reventa (compra y venta sin transformación) de mercancías o productos, destinados para consumo o uso personal o doméstico (consumidor final). Para la Muestra Trimestral de Comercio al por Menor de Bogotá se excluyen las actividades comerciales realizadas en casas de empeño, telemercadeo, expendios de lotería, puestos de ventas móviles y en viviendas con actividad económica; igualmente, no hacen parte de la investigación las actividades de mantenimiento y reparación asociadas al comercio.

**Establecimientos especializados:** Son aquellos que comercializan, única, exclusiva o principalmente, una clase homogénea de mercancías, correspondiente a las descritas en las clases de la CIU Rev. 3 adaptada para Colombia.





**Establecimientos no especializados:** Son aquellos que comercializan una gama heterogénea de mercancías, correspondientes a diferentes clases de la CIIU Rev. 3 adaptada para Colombia.

**Grandes Almacenes e Hipermercados:** Corresponden a grandes superficies, las cuales combinan los principios que rigen a los supermercados y a las tiendas de bodega. Sus ventas las realiza principalmente al consumidor final, y funcionan bajo el esquema de tiendas por departamentos.

**Empresa:** para efectos de las estadísticas económicas, empresa es toda unidad económica, o combinación de unidades económicas, propietaria o administradora que actuando bajo una denominación jurídica única, abarca y controla directa o indirectamente todas las funciones y actividades necesarias para el desarrollo y realización del objeto social para el que fue creada.

**Unidad local:** La unidad estadística de la MTCB es la unidad local, definida en la CIIU Rev. 4, adaptada para Colombia (p.15) como:

“empresa o parte de una empresa que se dedica a una o varias actividades productivas en o desde una localización dada. La definición tiene una sola dimensión, en el sentido que no se refiere al tipo de actividad realizada, pero sí a la ubicación espacial de la unidad productiva”.

**Ventas:** corresponde al valor mensual de las ventas realizadas por la empresa en el mes, discriminado por grupos de mercancías, independientemente del plazo o sistema de pago (a crédito o al contado/efectivo, cheque o tarjeta de crédito), sin incluir impuestos indirectos (IVA y consumo).

**Personal ocupado:** corresponde al personal promedio que presta sus servicios a una empresa, a cambio de una remuneración pactada mediante un contrato. Para efectos de esta investigación aparece discriminado por sexo y por tipos de contratación (permanentes y temporales)