



ENCUESTA ANUAL DE COMERCIO 2006



ICOTEC
CERTIFICADO
DE GESTION
DE LA CALIDAD
Código N° 1001-1
Detección de requerimientos, diseño, producción, análisis y difusión de los siguientes investigaciones estadísticas periódicas: Encuesta Continua de Hogares; Índice de Precios al Consumidor; Muestra Mensual Manufacturera; Comercio Exterior; Índice de Costos de Construcción de Vivienda; Índice de Costos de Construcción Pesada; Censo de Edificaciones; Muestra Mensual de Comercio al por Menor; Encuesta Anual de Servicios; Encuesta Anual Manufacturera; Encuesta Anual de Comercio; Diseño del Censo General; Encuesta Nacional Agraria; Muestra de Areas Nomenclatura y Clasificación; Cuentas Trimestrales, Estadísticas Económicas de Construcción; Índice de Costos de la Educación Superior Privada; Encuesta de Microestablecimientos de Comercio, Servicios e Industrias; Estadísticas Vitales; Proyecciones de Población y Estudios Demográficos e Informe de Cuenta Económica Regional; Índice precios de edificaciones nuevas; Índice de precios de vivienda nueva; cartera hipotecaria de vivienda; Índice de salocación prefiel; Encuesta de desempleo institucional; Encuesta de sacrificio de ganado; Encuesta de arrendamiento Regional; Servicio de Asesoría en Planificación Estadística.

ISO - 9001:2000



Contenido

Resumen

1. Estructura General
2. Comercio Mayorista
3. Comercio Minorista
4. Comercio de Vehículos Automotores, Combustibles y Lubricantes

Ficha metodológica

Anexos

Resumen

- Para el año 2006 el número de empresas cubiertas por la investigación en el sector comercio fue de 125 867.
- En el año 2006 las ventas del sector comercio fueron de \$143,01 billones de pesos.
- El comercio mayorista se destacó por tener la más alta participación en ventas, con el 46,6%.
- En la modalidad de comercio minorista se concentró el mayor número de empresas, con el 77,9%. De igual forma, presentó la concentración más alta en empleo (61,9%). Esta modalidad también presentó la mayor productividad.
- La relación costo de la mercancía/ventas más alta la obtuvo la modalidad de comercio de automotores, combustibles y lubricantes (82,1%).

Director Departamento

Dr. Héctor Maldonado Gómez

Subdirector

Dr. Carlos Eduardo Sepúlveda Rico

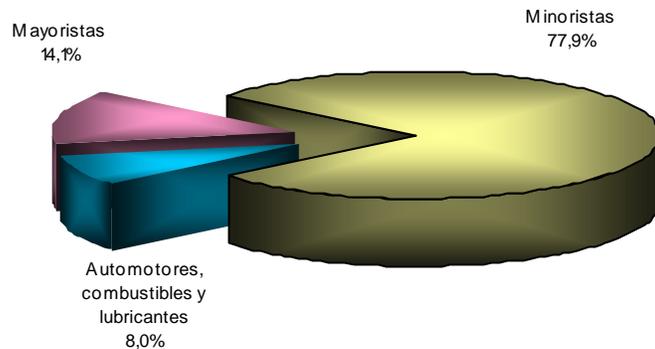
Director de Metodología y Producción Estadística

Dr. Eduardo Efraín Freire Delgado

1. Estructura General

En el año 2006 la Encuesta Anual de Comercio - EAC, cubrió 125 867 empresas¹. Las ventas de estas ascendieron a \$143,01 billones de pesos, generaron en conjunto \$19,15 billones de pesos de valor agregado y ocuparon 743 692 personas en promedio, de las cuales 546 829 causaron remuneraciones (sueldos, salarios y prestaciones sociales) por valor de \$7,87 billones de pesos.

Gráfico 1
Distribución porcentual de las empresas comerciales, según modalidad
Total nacional
2006

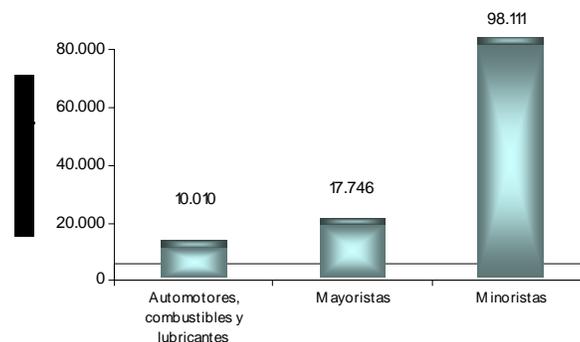


Fuente: DANE

1.1 Empresas Investigadas

La Encuesta Anual de Comercio incluye tres grandes grupos de empresas clasificadas según su actividad principal por la CIU Rev. 3, en: minoristas, mayoristas, y comerciantes de vehículos automotores y motocicletas, autopartes, combustibles y lubricantes. En el primer grupo se encuentran 98 111 empresas, 17 746 en el segundo y 10 010 en el tercero.

Gráfico 2
Número de empresas comerciales, según modalidad
Total nacional
2006



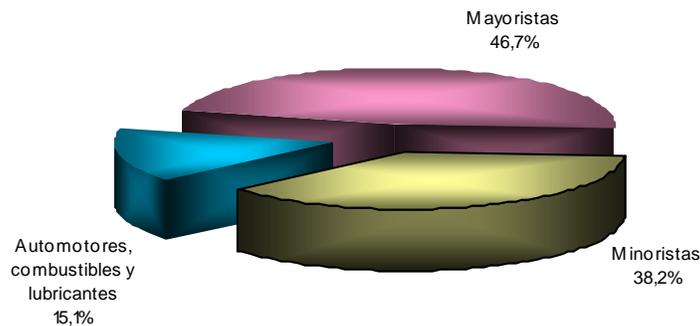
Fuente: DANE

¹ Muestra estratificada de 7 020 empresas; cuya expansión corresponde a 125 867 fuentes

1.2 Ventas y Costo de Ventas

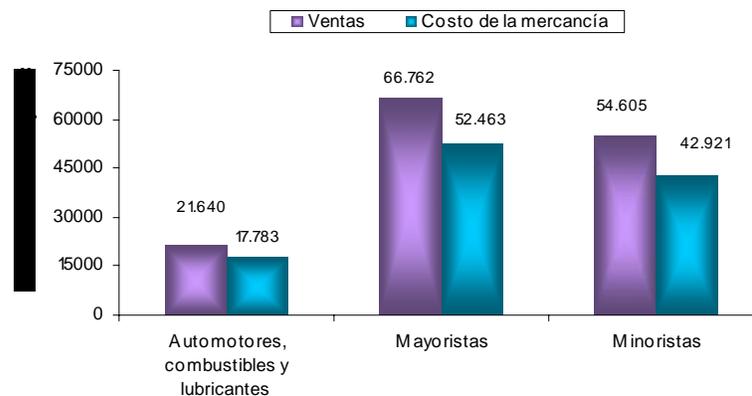
El monto total de las ventas obtenidas en el año 2006 por el conjunto de empresas fue de \$143,01 billones de pesos. De estos, \$66,76 billones correspondieron a empresas mayoristas, \$54,61 billones a empresas minoristas y \$21,64 billones a empresas comercializadoras de vehículos, autopartes, combustibles y lubricantes. El costo de la mercancía vendida fue de \$113,17 billones de pesos, cifra que representó el 79,1% del total de las ventas, destacándose el sector de vehículos, autopartes, combustibles y lubricantes, por registrar la mayor relación costo/ventas (82,2%), seguido por comercio minorista, 78,6% y comercio mayorista con 78,6%.

Gráfico 3
Distribución de las ventas del comercio, según modalidad
Total nacional
2006



Fuente: DANE

Gráfico 4
Costo de mercancía y ventas, según modalidad
Total nacional
2006

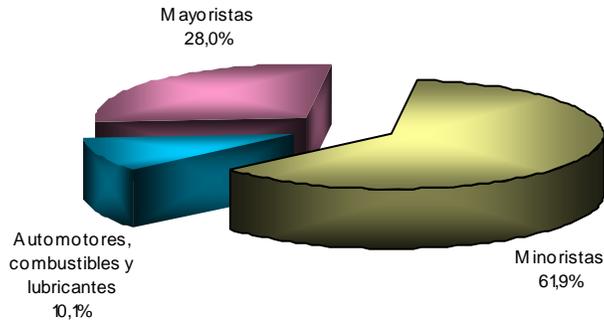


Fuente: DANE

1.3 Empleo y Remuneraciones

Las empresas comerciales ocuparon 743 692 personas en el año 2006, de las cuales el 460 399 estaban vinculados al comercio minorista, 208 256 al comercio mayorista, y 75 037 a empresas comercializadoras de vehículos, autopartes, combustibles y lubricantes.

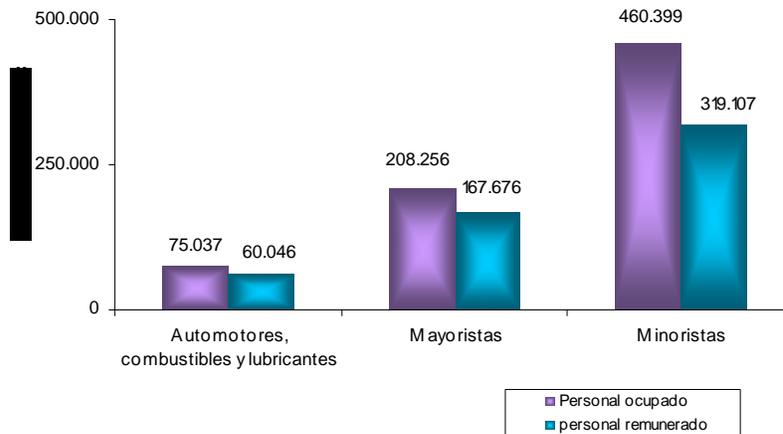
Gráfico 5
Distribución del empleo en el comercio, según modalidad
Total nacional
2006



Fuente: DANE

El monto total de sueldos, salarios y prestaciones sociales devengados por el personal remunerado² de las empresas del sector ascendió a \$7,87 billones, de los cuales, el 46,0% correspondió al comercio minorista, el 42,2% al comercio mayorista y el 11,8% al comercio de vehículos, autopartes, combustibles y lubricantes.

Gráfico 6
Personal ocupado y remunerado, según modalidad
Total nacional
2006



Fuente: DANE

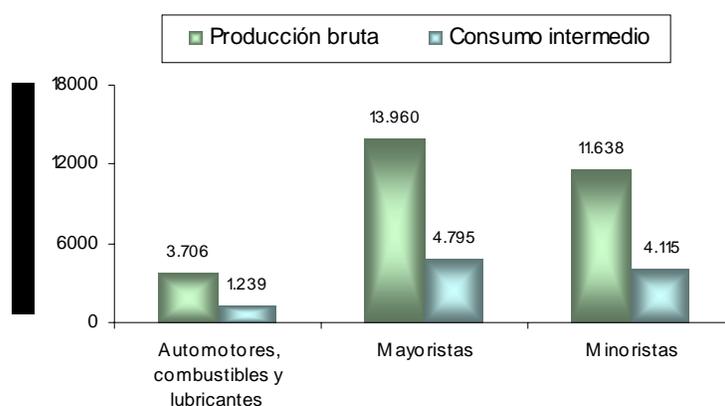
² Hace referencia al personal de nómina (personal permanente y temporal contratado directamente por la empresa)

Para el año 2006, el costo laboral promedio³ por persona ocupada fue de \$14,39 millones de pesos. El más alto (\$19,81 millones) correspondió a las personas que laboraban en empresas mayoristas, seguido de \$15,50 millones de pesos para las que laboraban en empresas de vehículos, autopartes, combustibles y lubricantes, y el más bajo (\$11,34 millones) a las empleadas en el comercio minorista.

1.4 Producción Bruta

La producción bruta alcanzó en el año 2006 un valor de \$29,30 billones de pesos, de los cuales el 47,6% fue generado por el comercio mayorista, el 39,7% por el minorista, y el 12,6% por las empresas dedicadas a la venta de vehículos, autopartes, combustibles y lubricantes

Gráfico 7
Producción bruta y consumo intermedio, según modalidad
Total nacional
2006



Fuente: DANE

1.5 Consumo Intermedio

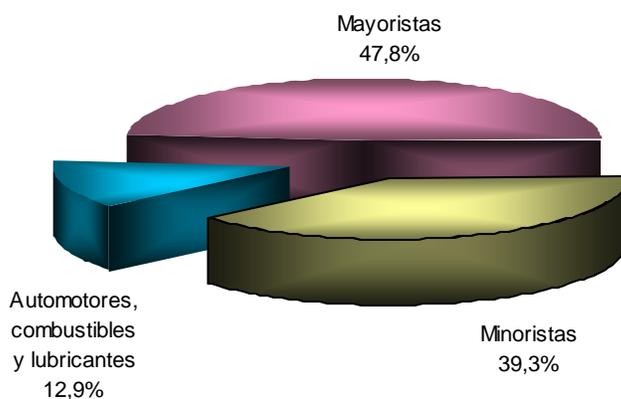
El consumo intermedio, definido como la suma de los gastos en empaques y embalajes, arrendamientos, honorarios y servicios técnicos, servicios públicos y otros gastos causados durante el periodo por las empresas para realizar su actividad comercial, fue de \$10,15 billones de pesos, de los cuales el 47,3% correspondió al comercio mayorista, el 40,5% al comercio minorista, y el restante 12,2% al comercio de vehículos, autopartes, combustibles y lubricantes.

1.6 Valor Agregado

El valor agregado sectorial, obtenido por diferencia entre la producción bruta y el consumo intermedio, ascendió en el año 2006 a \$19,15 billones de pesos. De este valor, las empresas mayoristas generaron el 47,8%, el comercio minorista el 39,3%, y el restante 12,9% el comercio de vehículos, autopartes, combustibles y lubricantes.

³ Se define como la remuneración total/personal remunerado

Gráfico 8
Distribución del valor agregado del comercio, según modalidad
Total nacional
2006



Fuente: DANE

1.7 Productividad

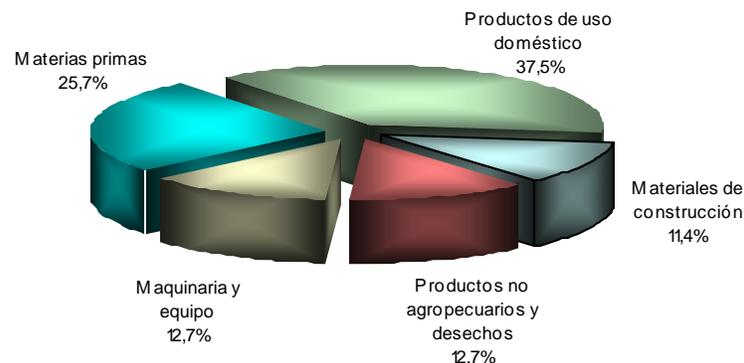
La productividad laboral, que se define como la relación entre el valor agregado y el empleo total del sector comercial en el dominio de estudio, alcanzó en el año 2006 un valor promedio de \$25,76 millones de pesos por persona ocupada. La mayor productividad se evidenció en las empresas mayoristas, con \$44,01 millones por persona, mientras que la productividad más baja la presentó el comercio minorista con \$16,34 millones de pesos por persona.

2.Comercio Mayorista

2.1 Número de Empresas

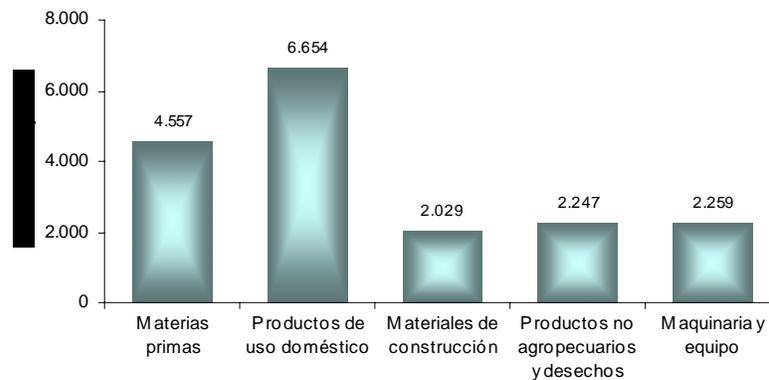
De acuerdo con los resultados arrojados por la Encuesta Anual de Comercio en el año 2006, el comercio mayorista estaba constituido por 17 746 empresas; de estas, el 37,5% se dedicó a la venta de *productos de uso doméstico*; el 25,7% a la venta de *materias primas agropecuarias* el 12,7% a la venta de *maquinaria y equipo*, el 12,7% a la comercialización de *productos intermedios no agropecuarios*, y el restante 11,4% a la venta de *materiales de construcción, vidrio y fontanería*.

Gráfico 9
Distribución de las empresas comerciales mayoristas
Total nacional
2006



Fuente: DANE

Gráfico 10
Número de empresas comerciales mayoristas
Total nacional
2006

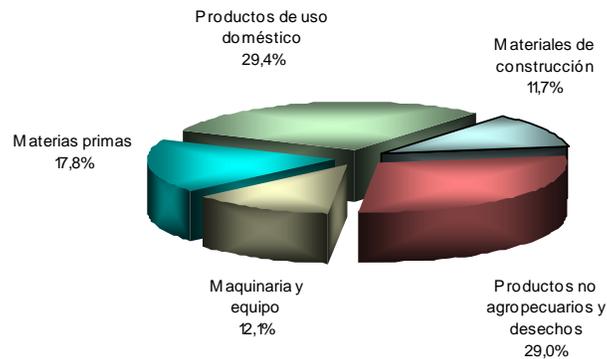


Fuente: DANE

2.2 Ventas y Costos de Ventas

Los ingresos por ventas del comercio mayorista para el año 2006 ascendieron a \$66,76 billones de pesos, lo que representó el 46,7% de las ventas totales del sector comercio. Del valor total de las ventas mayoristas, la participación más alta le correspondió a las empresas dedicadas principal o exclusivamente al expendio de *productos de uso doméstico*, con el 29,4% del total, seguidas por aquellas que comercializan *productos intermedios no agropecuario* (29,0%), *materias primas agropecuarias* (17,8%), *maquinaria y equipo* (12,1%) y *materiales de construcción, vidrio y fontanería* (11,7%).

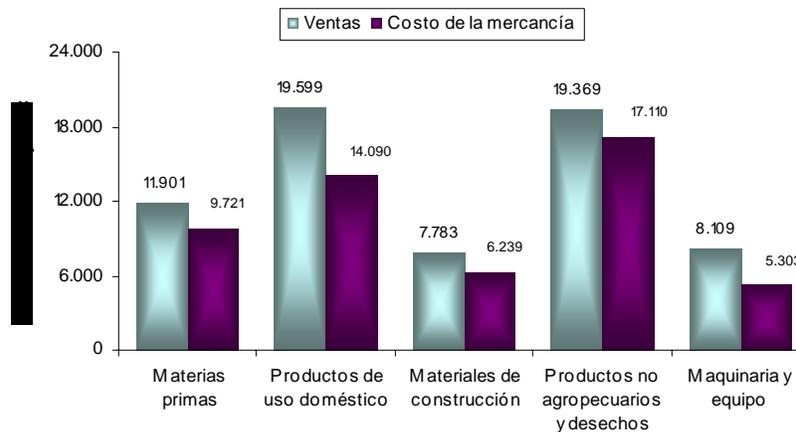
Gráfico 11
Distribución de las ventas, empresas comerciales mayoristas
Total nacional
2006



Fuente: DANE

Por su parte, el costo de la mercancía vendida por las empresas mayoristas durante 2006, fue de \$52,46 billones de pesos. De este monto, el nivel más alto lo obtuvieron las empresas dedicadas a la comercialización de *productos intermedios no agropecuarios* (\$17,11 billones de pesos), mientras que aquellas empresas que comercializan *maquinaria y equipo* presentaron el nivel más bajo (\$5,30 billones de pesos).

Gráfico 12
Venta y costo de la mercancía, empresas comerciales mayoristas
Total nacional
2006



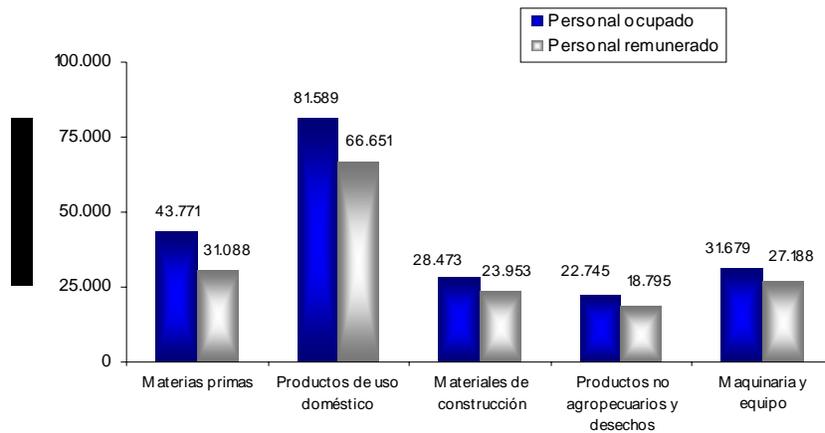
Fuente: DANE

La relación costo/ventas de las empresas mayoristas en el año 2006 fue en promedio de 78,6%, destacándose las empresas distribuidoras de *productos intermedios no agropecuarios* (88,3%), las de *materias primas agropecuarias* (81,7%) y las de *materiales de construcción, vidrio y fontanería* (80,2%). Por su parte, la relación más baja correspondió a las empresas comercializadoras de *productos de uso doméstico* (71,9%) y *maquinaria y equipo* (65,4%).

2.3 Empleo y Remuneraciones

Durante el año 2006, 208 256 personas se encontraban vinculadas al comercio mayorista, de las cuales el 80,5% correspondía a personal remunerado⁴ (167 676 personas). De acuerdo con su actividad comercial, las empresas mayoristas dedicadas a la venta de *productos de uso doméstico* generaron el 39,2% del total del empleo de este subsector, aquellas que comercializan *materias primas* agropecuarias el 21,0% y las que venden *maquinaria y equipo* (15,2%). En forma complementaria, el restante 24,6% del empleo provisto por el comercio mayorista lo generaron las empresas que se dedican a la comercialización de *materiales de construcción, vidrio y fontanería* el 13,7% y aquellas que distribuyen *productos intermedios no agropecuarios* (10,9%).

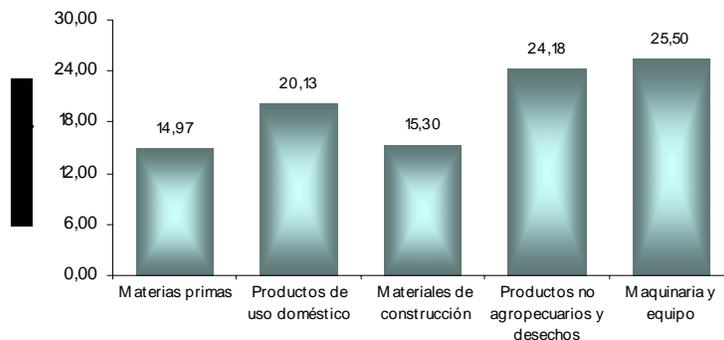
Gráfico 13
Personal ocupado y remunerado en empresas comerciales mayoristas
Total nacional
2006



Fuente: DANE

La remuneración causada por el personal contratado por las empresas mayoristas, ascendió a \$3,32 billones, de los cuales la más alta, 40,4%, se registró al interior de las empresas que comercializan principalmente *productos de uso doméstico* (\$1,34 billones de pesos). Por su parte, el menor monto fue registrado en las empresas que comercializan *materiales de construcción y fontanería* (\$366 miles de millones), correspondientes al 11,0%.

Gráfico 14
Costo laboral promedio en empresas comerciales mayoristas
Total nacional
2006



Fuente: DANE

⁴ Hace referencia al personal de nómina (personal permanente, y temporal contratado directamente por la empresa)

Durante el año 2006, el costo laboral promedio por persona ocupada en el comercio mayorista ascendió a \$19,81 millones de pesos, destacándose los altos niveles alcanzados por los comercializadores de *maquinaria y equipo* (\$25,50 millones de pesos), y *productos intermedios no agropecuarios* (\$24,18 millones de pesos).

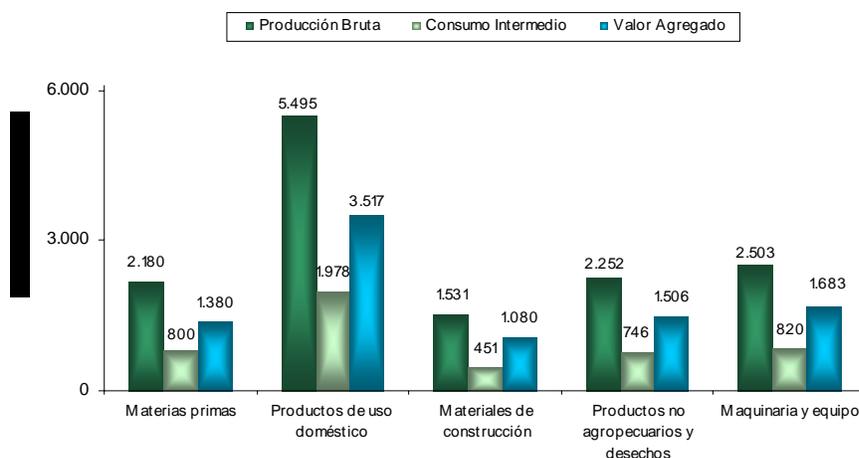
2.4 Producción Bruta

El comercio mayorista obtuvo en el año 2006 una producción bruta de \$13,96 billones de pesos, de los cuales el 39,4% fue generado por empresas que venden *productos de uso doméstico*, el 17,9% por aquellas que comercializan *maquinaria y equipo*, el 16,1% por las que distribuyen *productos intermedios no agropecuarios*, el 15,6% por empresas dedicadas a comercializar *materias primas agropecuarias*, y el 11,0% por las que venden *materiales de construcción, vidrio y fontanería*.

2.5 Consumo Intermedio

El consumo intermedio de las empresas mayoristas fue de \$4,79 billones de pesos, lo que equivale al 47,2% del total de las empresas del sector comercio. Las mayores participaciones en el consumo intermedio mayorista correspondieron a las empresas que distribuyen *productos de uso doméstico*, 41,3%, las empresas dedicadas a la comercialización de *maquinaria y equipo*, 17,1%, las dedicadas al comercio de *materias primas agropecuarias*, 16,7%, y aquellas que comercializan *productos intermedios no agropecuarios y desechos* 15,5%. El restante 9,4% fue asumido por las empresas que comercializan *materiales de construcción, vidrio y fontanería*.

Gráfico 15
Producción bruta, consumo intermedio y valor agregado
en empresas comerciales mayoristas
Total nacional
2006



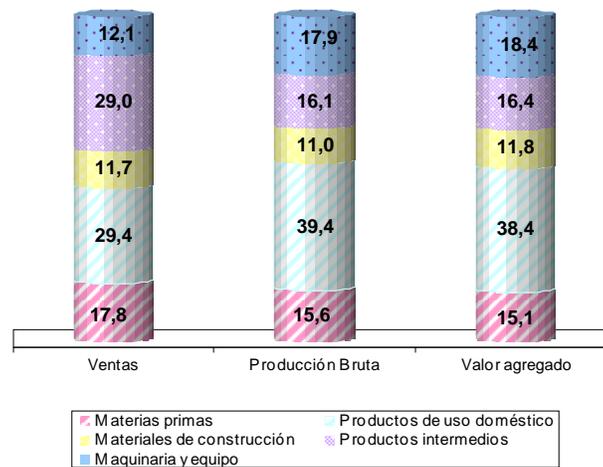
Fuente: DANE

El coeficiente técnico del comercio mayorista, (consumo intermedio/producción bruta) para el año 2006 fue de 34,3%, sobresaliendo el registrado por las empresas que venden *materias primas agropecuarias* (36,7%), *productos de uso doméstico* (36,0%) y *productos intermedios no agropecuarios* (33,1%).

2.6 Valor Agregado

El comercio mayorista durante el año 2006 generó un valor agregado total de \$9,16 billones de pesos, provenientes principalmente de las empresas dedicadas a la comercialización de *productos de uso doméstico* (38,4%), *maquinaria y equipo* (18,4%) y aquellas que comercializan *productos intermedios no agropecuarios y desechos* (16,4%). Las empresas mayoristas que menor valor agregado generaron en este período, fueron las dedicadas al comercio de *materias primas agropecuarias* (15,1%) y aquellas que expenden *materiales de construcción, vidrio y fontanería* (11,8%).

Gráfico 16
Estructura de ventas, producción bruta y valor agregado en empresas comerciales mayoristas
Porcentaje de participación en el subsector mayorista - Total nacional
2006



Fuente: DANE

2.7 Productividad

De otra parte, el comercio mayorista al finalizar el año 2006 registró una productividad laboral⁵ de \$44,01 millones de pesos por persona ocupada. Se destaca la productividad laboral obtenida por las empresas que venden *productos intermedios no agropecuarios* y la de las empresas que comercializan *artículos de uso doméstico*, la cual ascendió a \$66,21 y \$43,10 millones de pesos respectivamente. Situación contraria se observó en las empresas que distribuyen *materias primas agropecuarias* cuya productividad laboral fue la mas baja y se situó en \$31,53 millones de pesos.

3. Comercio Minorista

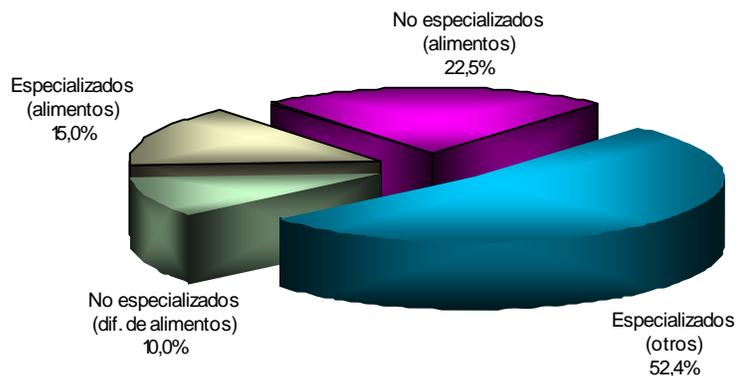
3.1 Número de Empresas

La Encuesta Anual de Comercio del año 2006 tuvo una cobertura de 98 111 empresas dedicadas al comercio minorista, correspondientes al 77,9% del sector comercio. De estas empresas, el 67,5% (66 181) eran minoristas especializadas en la comercialización de un único producto, según clasificación CIIU Revisión 3 A.C.; el restante 32,5% (31 930) pertenecían al comercio minorista no especializado.

Gráfico 17
Distribución del número de empresas comerciales minoristas

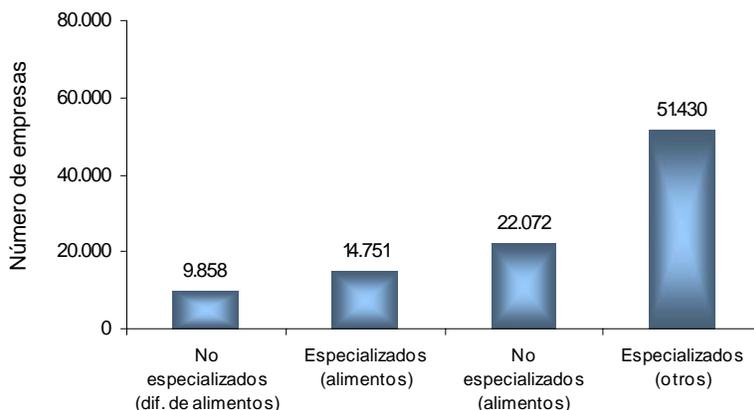
⁵ Relación valor agregado/ empleo total

Total nacional
2006



Fuente DANE

Gráfico 18
Número de empresas comerciales minoristas
Total nacional
2006



Fuente: DANE

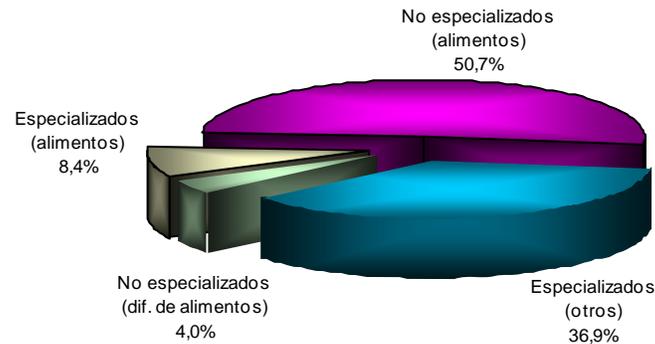
Dentro del comercio minorista especializado se encontró que la mayor concentración de empresas se ubicó en los sectores dedicados al comercio *especializado en alimentos* (22,3%), *productos farmacéuticos, perfumería, cosméticos y tocador* (14,4%), *ferretería, cerrajería y productos de vidrio* (13,8%).

3.2 Ventas y Costo de Ventas

En el año 2006, las ventas del sector minorista fueron de \$54,61 billones de pesos, 38,9% de las ventas del sector comercio; de estas, \$29,84 billones correspondieron al comercio minorista no especializado y \$24,76 billones al comercio minorista especializado. Dentro de este último, la participación más alta fue la de empresas especializadas en vender *alimentos* (18,6%) y *productos farmacéuticos* (15,1%). Por otra parte, los costos de la mercancía vendida del sector en establecimientos minoristas ascendieron a \$42,92 billones de pesos, lo que significó el 37,9% del costo de las mercancías vendidas del sector.

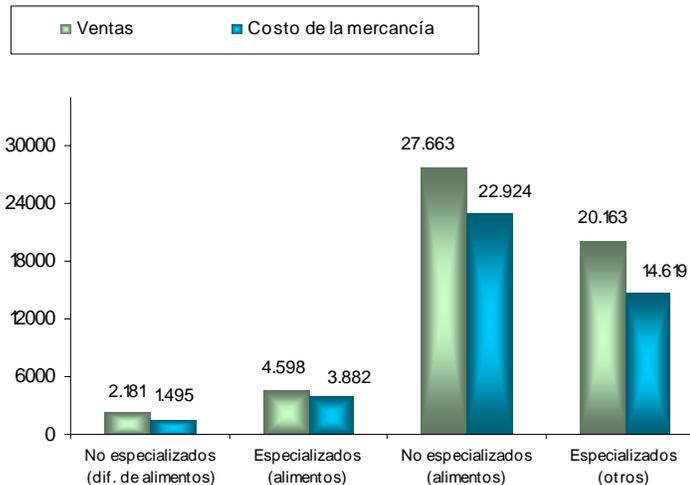
Gráfico 19

**Distribución de las ventas del comercio minorista
Total nacional
2006**



Fuente: DANE

**Gráfico 20
Ventas y costo de la mercancía del comercio minorista
Total nacional
2006**



Fuente: DANE

La relación costo/ventas del comercio minorista fue de 78,6%, en el especializado la relación más alta la presentó el conjunto de empresas dedicadas a la *comercialización de alimentos* (84,4%).

3.3 Empleo y Remuneraciones

Durante el año 2006, el sector del comercio minorista empleó en promedio 460 399 personas, valor que correspondió al 61,9% del empleo total generado por el sector comercio. De este total, 69,3% correspondió a personal remunerado (319 107). La remuneración del comercio minorista fue de \$3,62 billones de pesos, lo que significó el 46,0% del total del comercio. Los sueldos y salarios causados fueron de \$2,27 billones de pesos, es decir, el 46,0% del total generado por el comercio, mientras que las prestaciones llegaron a \$1,35 billones de pesos, que correspondieron al 45,9% de lo causado por este concepto en el sector.

Gráfico 21

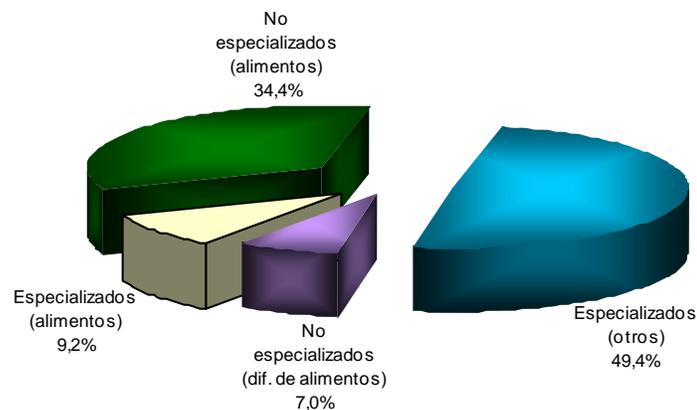
**Personal total y personal remunerado en el comercio minorista.
Total nacional
2006**



Fuente: DANE

En el subsector del comercio no especializado se emplearon 190 829 personas en promedio, valor correspondiente al 41,4% del total del empleo generado por el sector minorista. La remuneración causada en este subsector fue de \$1,70 billones de pesos, 47,0% del total generado en esta modalidad; en cuanto a sueldos y salarios se causaron \$1,04 billones de pesos, es decir, el 45,7% del total generado en ese rubro por el comercio minorista; finalmente, las prestaciones fueron de \$662 miles de millones de pesos, es decir, 49,1% del sector. Por su parte, el comercio minorista especializado generó 269 570 empleos, valor que representó el 58,5% de la modalidad minorista. La remuneración causada fue de \$1,92 billones, esto es, 53,0% del total minorista. Los sueldos y salarios causados ascendieron a \$1,23 billones (54,3%) y las prestaciones \$686 miles de millones, que correspondieron al 50,9% del total minorista.

**Gráfico 22
Distribución del personal ocupado en el comercio minorista
Total nacional
2006**



Fuente: DANE

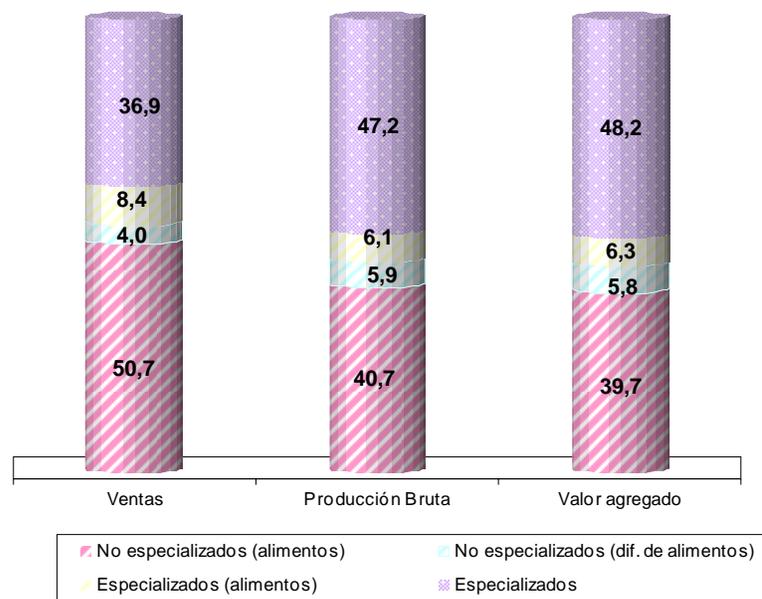
3.4 Producción Bruta

La producción bruta del sector minorista fue de \$11,64 billones. Este valor correspondió al 39,7% del total del sector comercio. Dentro de este subsector, el sector minorista no especializado obtuvo una producción bruta de \$5,42 billones de pesos, es decir, el 46,6% del total minorista. Por su parte, el comercio minorista especializado participó con \$6,21 billones (53,4%).

3.5 Consumo Intermedio

El consumo intermedio en el año 2006 para el comercio minorista fue de \$4,11 billones de pesos correspondientes al 40,5% del consumo intermedio del sector. En el sector minorista especializado dicho consumo fue de \$2,11 billones, mientras que en el sector minorista no especializado llegó a \$2,0 billones de pesos.

Gráfico 23
Estructura de ventas, producción bruta y valor agregado en el comercio minorista.
Participación porcentual en el sector subsector minorista -Total nacional
2006



3.6 Valor Agregado

El sector de comercio minorista en el año 2006 generó \$7,52 billones de pesos de valor agregado, equivalente al 39,3% del sector. El subsector de comercio minorista no especializado generó \$3,42 billones de pesos, es decir el 45,5% del valor agregado total minorista. Por su parte las empresas especializadas generaron \$4,10 billones de pesos.

3.7 Productividad

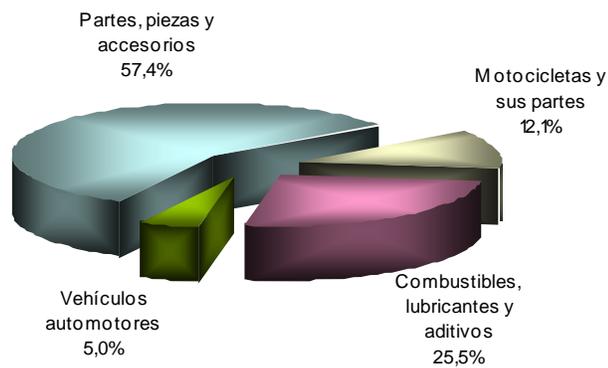
La productividad promedio del comercio minorista en el año 2006, fue de \$16,34 millones de pesos por persona. La productividad del subsector comercio no especializado fue de \$17,94 millones de pesos, mientras que en el especializado fue de \$15,20 millones de pesos.

4. Comercio de vehículos automotores, autopartes, combustibles y lubricantes

4.1 Número de Empresas

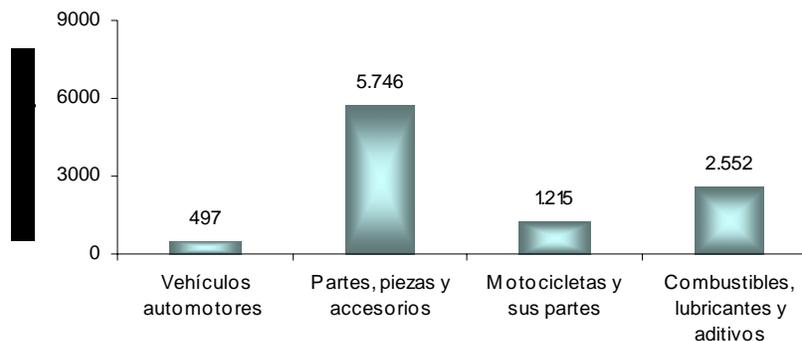
La Encuesta Anual de Comercio de 2006 cubrió 10 010 empresas comercializadoras de *vehículos automotores, autopartes, combustibles y lubricantes*, de las cuales 5 746 se dedicaron a la distribución de *partes, piezas y accesorios*; 2 552 a la venta de *combustibles, lubricantes y aditivos*; 1 215 al comercio de *motocicletas y sus partes* y las restantes 497 a la comercialización de vehículos automotores.

Gráfico 24
Distribución de las empresas de vehículos, autopartes, combustibles y lubricantes
Total nacional
2006



Fuente: DANE

Gráfico 25
Número de empresas de vehículos, autopartes, combustibles y lubricantes
Total nacional
2006

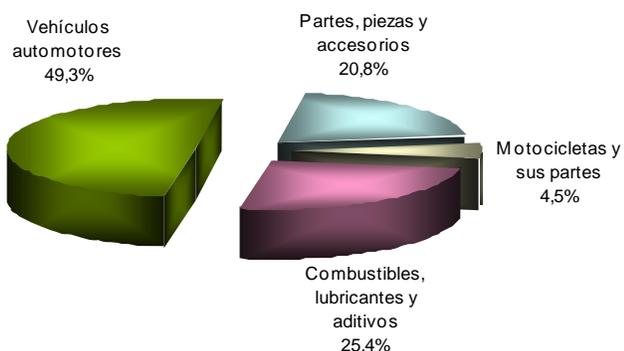


Fuente: DANE

4.2 Ventas y Costo de Ventas

Durante el año 2006, el total de ingresos por ventas de las empresas dedicadas al comercio de *vehículos automotores, combustibles y lubricantes* fue de \$21,64 billones de pesos, de los cuales el 49,3% correspondió a la *venta de vehículos automotores*, el 25,4% a la comercialización de *combustibles, lubricantes y aditivos*; el 20,8% al comercio de *partes, piezas y accesorios para vehículos* y el restante 4,5% a *motocicletas y sus partes*.

Gráfico 26
Distribución de las ventas en las empresas de vehículos, autopartes,
combustibles y lubricantes
Total nacional
2006



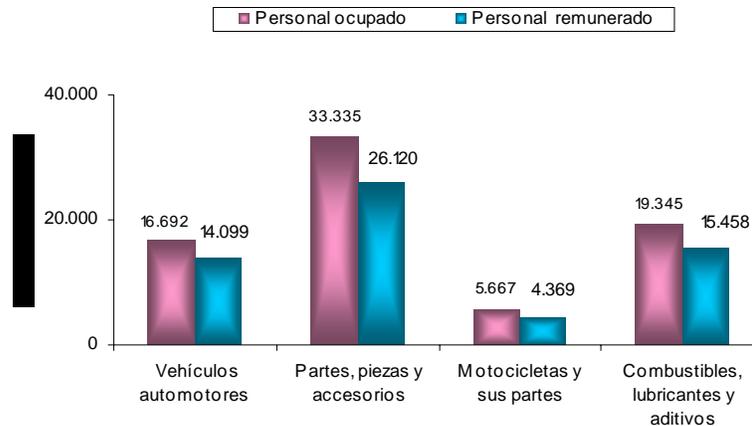
Fuente: DANE

El costo de la mercancía vendida por las empresas del subsector ascendió a \$17,78 billones de pesos, lo que equivale al 82,2% de sus ventas. Particularmente, el comercio de *combustibles, lubricantes y aditivos para automotores* registró la mayor relación costo mercancía/ventas, 87,7%, en tanto que la más baja se presentó en la venta de *partes, piezas y accesorios* (72,8%).

4.3 Empleo y Remuneraciones

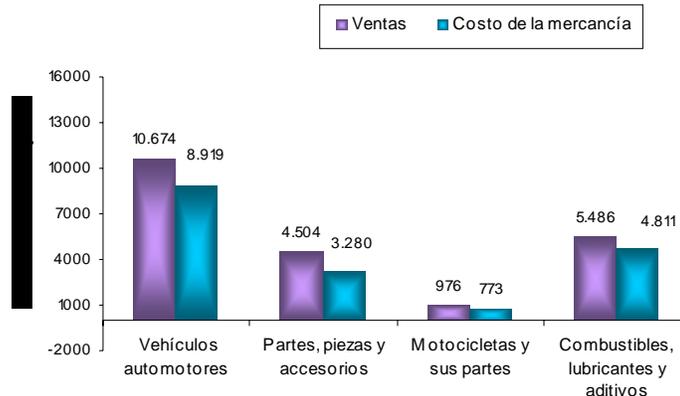
En el año de estudio, las empresas dedicadas a la venta de *vehículos automotores, autopartes, combustibles y lubricantes*, ocuparon 75 037 personas, de las cuales el 44,4% se encontró vinculado a empresas que distribuyen *piezas, partes y accesorios*; 25,8% a empresas que venden *combustibles, lubricantes y aditivos*; 22,2% a empresas de *vehículos automotores* y el restante 7,6% a los que comercializan *motocicletas y sus partes*.

Gráfico 27
Personal ocupado y remunerado en las empresas de vehículos, autopartes, combustibles y lubricantes
Total nacional
2006



Fuente: DANE

Gráfico 28
Ventas y costo de la mercancía en las empresas de vehículos, autopartes, combustibles y lubricantes
Total nacional
2006



Fuente: DANE

El personal remunerado⁶ en esta modalidad de comercio (60 046 personas) representó el 80,0% del total ocupado y devengó sueldos, salarios y prestaciones por valor de \$931 miles de millones de pesos. Comparativamente, al interior de las empresas de este subsector, los empleados de aquellas comercializadoras de *vehículos automotores* registraron la remuneración anual más alta por persona ocupada (\$23,88 millones de pesos), mientras que la más baja se presentó en las distribuidoras de *combustibles y lubricantes* (\$10,98 millones de pesos).

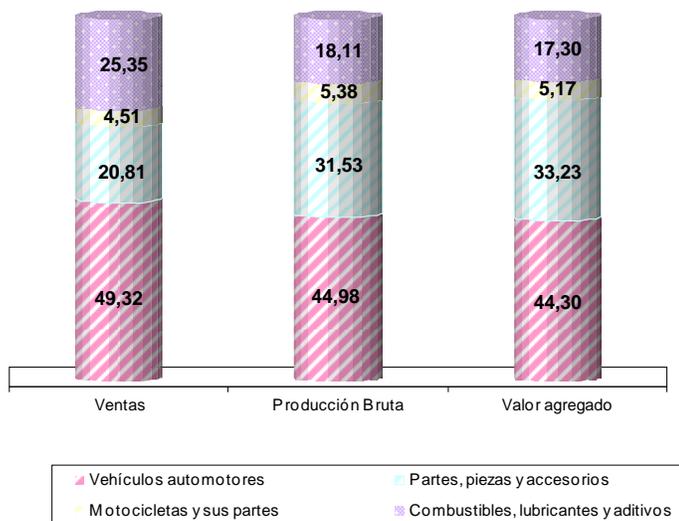
4.4 Producción Bruta

La producción bruta registrada en el año 2006 por las empresas comercializadoras de *automotores*, *combustibles y lubricantes*, fue de \$3,71 billones de pesos. El 45,0% de dicha producción le correspondió a las empresas de *vehículos*

⁶ Hace referencia al personal de nómina (personal permanente y temporal contratado directamente por la empresa)

automotores, el 31,5% a las empresas de *autopartes, piezas y accesorios*, 18,1% correspondió al comercio de *combustibles, lubricante y aditivos* y el 5,4% restante al de *motocicletas y sus partes*.

Gráfico 29
Estructura de ventas, producción bruta y valor agregado
en el comercio de vehículos, autopartes, combustibles y lubricantes
Total nacional
2006



Fuente: DANE

4.4 Consumo Intermedio

El valor del consumo intermedio causado durante el período de estudio por las empresas dedicadas al comercio de *vehículos automotores, combustibles y lubricantes*, ascendió a \$1,24 billones de pesos, destacándose el registrado por los distribuidores de *vehículos automotores* (\$575 miles de millones de pesos) con el 46,3% del total del subsector, seguido por las empresas que venden *partes, piezas y accesorios* (\$349 miles de millones de pesos) 28,1% del total del subsector. Aquellas empresas dedicadas a la venta de *combustibles, lubricantes y aditivos* tuvieron gastos equivalentes al 19,7%, mientras que las comercializadoras de *motocicletas y sus partes* participaron con el 5,8%.

En el período de estudio, el coeficiente técnico⁷ del subsector llegó a 33,4%; por encima de este valor se destacó el registrado por las empresas que comercializan vehículos automotores (34,4%), *combustibles, lubricantes y aditivos* (36,4%), y *motocicletas y sus partes* (36,1%); el coeficiente más bajo correspondió a las empresas que venden *piezas, partes y accesorios* (29,8%).

4.5 Valor Agregado

Durante el 2006, el valor agregado alcanzado por las empresas distribuidoras de *automotores, combustibles y lubricantes* fue de \$2,47 billones de pesos, de los cuales 44,3% le correspondió a los comerciantes de *vehículos automotores*, el 33,2% a los vendedores de *partes, piezas y accesorios*, el 17,3% a los expendedores de *combustibles, lubricantes y aditivos*, mientras que el restante 5,2% le correspondió a las empresas que comercializan *motocicletas y sus partes*.

4.7 Productividad

Por su parte, la productividad promedio en el año 2006 ascendió a \$32,87 millones de pesos, como resultado básicamente del comportamiento del sector de vehículos automotores, cuya productividad fue de \$65,47 millones de pesos.

⁷ Relación entre el consumo intermedio y la producción bruta

FICHA METODOLÓGICA

Objetivo: conocer la estructura y el comportamiento económico del sector comercio a nivel nacional, y por grupo de actividad comercial, de manera que permita el análisis de la evolución del sector y de la conformación de agregados económicos. Determinar la estructura de cada una de las actividades económicas de comercio y hacer análisis sectorial.

Cobertura geográfica: Nacional

Alcance temático: todas las empresas que comercializan mercancías o productos nuevos, mayoristas, minoristas y vehículos, que cumplen con los parámetros establecidos para la inclusión forzosa y probabilística. En el primer caso todas las empresas cuyos ingresos por ventas anuales son iguales o mayores a \$2.055 millones de pesos del año 2004 o en su defecto cuentan con un personal ocupado mayor o igual a 20 personas. En el segundo caso las empresas pequeñas que están por debajo de los topes establecidos de ventas y personal ocupado. Las empresas de inclusión probabilística son seleccionadas a través de una muestra.

Universo de estudio: unidades económicas formalmente establecidas ubicadas en el territorio nacional cuya actividad principal es el comercio (al por mayor, al por menor y de vehículos) excepto las dedicadas a las actividades de reparación y mantenimiento, compraventa, chance, lotería y rifa, telemercadeo o ventas por correo. No se incluye el comercio de mercancías usadas excepto vehículos

Tipo de investigación: encuesta por muestreo probabilístico

Unidad estadística: empresa comercial.

Periodicidad: anual

Nota técnica: La información de la Encuesta Anual de Comercio – EAC correspondiente a los años 2003, 2004 y 2005 fue reprocesada, debido a que se actualizó el marco de la investigación con la información del Censo General 2005, conllevando a recalcular algunos dominios de estudio. Por tanto, además de los anexos tradicionales del boletín de prensa, se puede encontrar la serie reprocesada.

Anexo A

Escala de personal ocupado

Corresponde a la clasificación de las empresas, según el número de personas que ocupan para el desarrollo de la actividad comercial, así:

Código	Número de personas ocupadas
1	De 0 a 9
2	De 10 a 19
3	De 20 a 49
4	De 50 a 99
5	De 100 a 199
6	De 200 a 499
7	Más de 500

Escala por organización jurídica

Es la forma legal que toma la empresa para su funcionamiento, conforme a la ley colombiana. Las diferentes clases de sociedades reconocidas legalmente en el país se definen a continuación por código:

- 1. Sociedad colectiva:** está conformada por dos ó más personas que se asocian bajo una razón social. Todos los socios responden solidaria e ilimitadamente por las operaciones sociales.
- 2. Sociedad en comandita simple:** se constituye por uno o varios socios gestores que responden en forma solidaria e ilimitada, y por uno o varios socios comanditarios que limitan su responsabilidad a sus respectivos aportes.
- 3. Sociedad en comandita por acciones:** el capital de esta compañía se divide en acciones de un capital nominal igual, nominativas o al portador. La emisión, colocación, expedición de títulos y negociación de acciones se sujetan a lo previsto para la sociedad anónima. Se constituye mínimo por cinco accionistas.
- 4. Sociedad limitada:** dos o más socios sin exceder de 25 conforman una sociedad limitada, respondiendo cada uno de ellos en forma solidaria por las obligaciones sociales hasta por el monto de sus aportes. Dichos aportes no representan papeles o títulos libremente negociables.
- 5. Sociedad anónima:** es la entidad mercantil que forma su capital con las acciones negociables y de igual valor que aportan los individuos integrantes de aquella, denominados accionistas (no menos de cinco), y que responden tan solo por el monto de sus acciones.
- 6. Sociedad de economía mixta:** es aquella sociedad comercial que se constituye con aportes estatales y de capital privado, sometidas al régimen de derecho privado y a la jurisdicción ordinaria.
- 7. Sociedad sucursal extranjera:** son aquellas empresas o establecimientos de comercio abiertos por una sociedad extranjera en el territorio nacional, para la ejecución de actividades permanentes y con sujeción a las leyes colombianas.
- 8. Empresa industrial y comercial del Estado:** son organismos creados por la ley, o autorizados por esta, que desarrollan actividades de naturaleza industrial o comercial, con capital independiente constituido con bienes o fondos públicos comunes, los productos de ellos o el rendimiento de impuestos, tasas o contribuciones con destinación especial.
- 9. Empresa unipersonal:** persona jurídica que se forma con la presencia de una persona natural o jurídica destina parte de sus activos para la realización de una o varias actividades de carácter mercantil.
- 10. Sociedad de hecho:** conformada por dos o más personas, propietarias de la empresa y funciona sin mediación de escritura pública ni de las demás formalidades legales; como tal no es persona jurídica y por consiguiente los derechos que se adquieran y las obligaciones que se contraigan se entenderán a favor o a cargo de todos los socios de hecho.
- 11. Persona natural:** hombre cual sujeto de derecho con capacidad para adquirir y ejercer derechos, para contraer y cumplir obligaciones, y responder de sus actos dañosos o delictivos.
- 12. Organizaciones de economía solidaria:** es una asociación voluntaria de personas que se reúnen para servirse mutuamente y en la que los socios poseen igualdad de derechos independientemente de sus aportes de capital. Incluye las cooperativas, los fondos de empleados, grupos precooperativos y asociaciones mutuales. Se caracterizan primordialmente por tener establecido un vínculo asociativo fundado en los principios y fines contemplados en los Art.4º y 5º Ley 454/98, así, deben contemplar en sus estatutos y funcionamiento la participación democrática y el NO LUCRO, es decir:
 - Que establezca la irrepartibilidad de las reservas sociales y en caso de liquidación, la del remanente patrimonial.

- Que destine sus excedentes a la prestación de servicios de carácter social, al crecimiento de sus reservas y fondos, y a reintegrar a sus asociados parte de los mismos en proporción al uso de los servicios o a la participación en el trabajo de la empresa, sin perjuicio de amortizar los aportes y conservarlos en su valor real.

13. Entidades sin ánimo de lucro: son personas jurídicas que nacen por voluntad de los asociados en virtud del derecho constitucional de asociación para la realización de fines altruistas o de beneficio comunitario; de lo que se infiere que no contempla dentro de su objeto el desarrollo de actividades mercantiles.(D.2150/95). En caso de liquidación, sus activos netos deben ser donados a otra institución diferente de sus miembros.

99. Otras: incluye consorcios, instituciones descentralizadas (fondos rotatorios), unidades administrativas descentralizadas y otras no nombradas.

Escala de ventas

La primera escala se estableció en 1995 para todas las actividades comerciales, según el valor de los ingresos por ventas alcanzadas en ese año a precios corrientes. Los límites de cada rango se establecen a precios corrientes del año de la encuesta y para cada actividad comercial según CIIU Rev. 3 A.C. se calculó una escala, que es ajustada anualmente.

Valores en miles de pesos de 2006

Grupo	Escala de ventas
TOTAL NACIONAL	
1	0 a 264 702
2	264 703 a 1 058 815
3	1 058 816 a 1 850 284
4	1 850 285 a 2 644 397
5	2 644 398 a 3 967 919
6	3 967 920 a 5 291 441
7	5 291 441 a 7 938 485
8	7 938 486 a 10 585 529
9	10 585 530 a 15 879 617
10	15 879 618 a 23 820 749
11	23 820 750 a 47 644 145
12	Mayores a 44 644 146