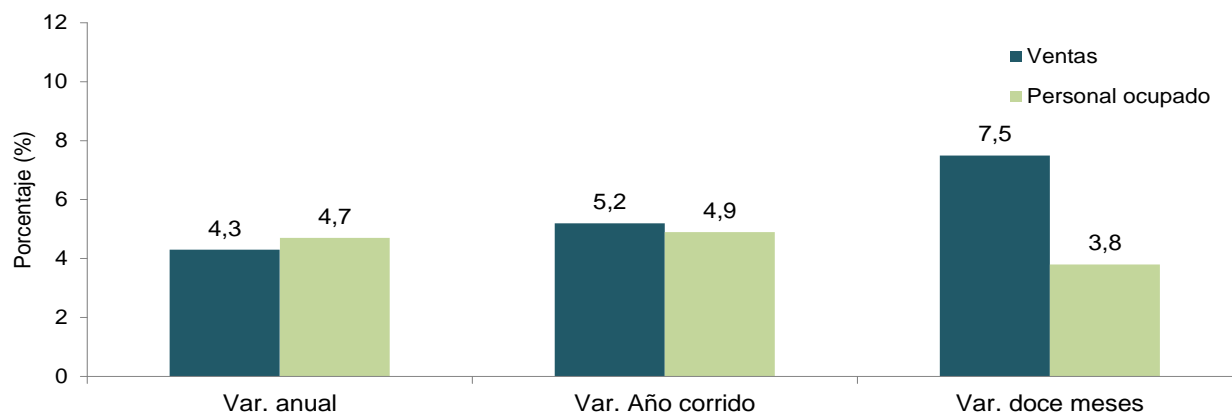


Bogotá D.C., 14 de abril de 2015

## Encuesta Mensual de Comercio al por Menor y Comercio de Vehículos – EMCM Febrero 2015

Total comercio minorista y personal ocupado



- Resumen
- Introducción
- Resultados EMCM
- Variables principales total nacional
- Comercio al por menor realizado en Barranquilla, Bogotá, Bucaramanga, Cali y Medellín
- Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas – GAHM
- Comercio de Vehículos Nuevos
- Alcance metodológico rediseño y series empalmadas
- Ficha metodológica
- Glosario



GP 011-1



SC 1081-1



CO-SC 1081-1

**Director**  
Mauricio Perfetti del Corral

**Subdirector**  
Diego Silva Ardila

**Dirección de Metodología y Producción Estadística**  
Eduardo Efraín Freire Delgado

## RESUMEN

---

En febrero de 2015, las ventas reales y el personal ocupado del comercio minorista aumentaron 4,3% y 4,7% respectivamente, comparados con el mismo mes de 2014. Excluyendo el comercio de vehículos automotores y motocicletas, la variación de las ventas reales fue 7,3%; excluyendo el comercio de combustibles la variación fue 4,8%.

### **Total comercio**

- El crecimiento de 4,3% registrado por las ventas minoristas del comercio en febrero de 2015 se explicó principalmente por las líneas de alimentos y bebidas no alcohólicas; electrodomésticos, muebles para el hogar y equipo de informática y telecomunicaciones para uso personal o doméstico; repuestos, partes, accesorios y lubricantes para vehículos; y productos de aseo personal, cosméticos y perfumería, con un aporte conjunto de 4,2 puntos porcentuales. En contraste las líneas de vehículos automotores y motocicletas; y libros, papelería, periódicos, revistas y útiles escolares restaron 1,9 puntos porcentuales al comportamiento del sector. El incremento de 4,7% registrado por el personal ocupado en febrero de 2015 fue resultado del aumento de 4,1% en el personal permanente, 7,2% en el temporal contratado directamente y 3,4% en el personal contratado a través de empresas.
- Durante los primeros dos meses de 2015, las ventas reales del comercio minorista presentaron un incremento de 5,2% respecto al mismo período del año anterior. Las líneas que registraron los mayores crecimientos durante este período, fueron: artículos de ferretería, vidrios y pinturas; bebidas alcohólicas, cigarros, cigarrillos y productos del tabaco; otras mercancías para uso personal o doméstico; y productos para el aseo del hogar. El personal ocupado promedio del comercio en este periodo superó en 4,9% al del año precedente. La contratación registró un incremento de 4,2% en el personal permanente, de 6,8% en el personal temporal directo y de 5,4% en el personal temporal contratado a través de agencias.

- En los últimos doce meses hasta febrero de 2015, las ventas reales del comercio minorista presentaron un incremento de 7,5% respecto al año precedente. Las líneas que registraron los mayores crecimientos durante este período, fueron: artículos de ferretería, vidrios y pinturas; electrodomésticos, muebles para el hogar y equipo de informática y telecomunicaciones para uso personal o doméstico; productos para el aseo del hogar; y otras mercancías para uso personal o doméstico. El personal ocupado promedio del comercio en este periodo superó en 3,8% al del año precedente. La contratación registró un incremento de 4,4% en el personal permanente, de 2,9% en el personal temporal directo y de 1,4% en el personal temporal contratado través de agencias.

## **Ciudades**

- Durante el mes de febrero de 2015, las ventas reales del comercio minorista para la ciudad de Bogotá permanecieron constantes, es decir, no presentaron variación con relación al mismo mes del año anterior. Los mayores crecimientos los registraron las ciudades de Cali (5,4%) y Medellín (3,7%), mientras que Bucaramanga presentó variación negativa (-3,9%), seguida de Barranquilla (-0,4%).
- Los mayores aumentos en el personal ocupado se presentaron en Cali (4,7%) y Bogotá (3,7%).
- En los primeros dos meses de 2015, las ventas reales del comercio minorista crecieron en cuatro de las cinco principales ciudades del país con relación al mismo periodo del año anterior. Los mayores crecimientos los registraron las ciudades de Medellín (4,7%) y Cali (3,9%), mientras que Bucaramanga presentó la única variación negativa (-1,8%).
- En los últimos doce meses hasta febrero de 2015, las ventas reales del comercio minorista en las cinco principales ciudades del país crecieron con relación al año anterior. Los mayores crecimientos los registraron las ciudades de Medellín (6,4%) y Cali (6,2%).

## **Grandes Almacenes**

- En febrero de 2015, los Grandes Almacenes e Hipermercados minoristas vendieron un total de \$3,1 billones y ocuparon 156.262 personas.
- En los primeros dos meses de 2015, las ventas del comercio minorista en los Grandes Almacenes, ascendieron a \$6,5 billones, y el personal ocupado promedio mensual fue de 157.557 personas.
- En los últimos doce meses hasta febrero de 2015, las ventas del comercio minorista en los Grandes Almacenes ascendieron a \$40,6 billones, y el personal ocupado promedio mensual fue de 153.604 personas.

## Vehículos

- En febrero de 2015, las ensambladoras y las importadoras directas de vehículos incrementaron sus ventas en dos de las cuatro categorías de vehículos. La principal contribución positiva se registró en las ventas de automóviles particulares (10,7 p.p.).
- Durante los primeros dos meses de 2015, las ventas de vehículos realizadas por las ensambladoras de vehículos y las importadoras directas presentaron un incremento de 1,4% respecto al mismo período de 2014. La principal contribución positiva se registró en las ventas de automóviles particulares (6,3 p.p.), contrarrestada con la contribución registrada en las ventas de camperos y camionetas (-4,4 p.p.).
- En los últimos doce meses hasta febrero de 2015, las ventas de vehículos realizadas por las ensambladoras de vehículos y las importadoras directas tuvieron un incremento de 11,3% respecto al año inmediatamente anterior. Las principales contribuciones positivas a esta variación las realizaron las categorías de automóviles particulares (6,1 p.p.) y camperos y camionetas con (3,0 p.p.).

## INTRODUCCIÓN

---

El Departamento Administrativo Nacional de Estadística, en un esfuerzo permanente por mejorar y actualizar las estadísticas del sector de comercio interno, publica las cifras de la Encuesta Mensual de Comercio al por menor - EMCM, integrada con Comercio de Vehículos Nuevos, Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas, con representatividad nacional y, a partir del mes de referencia septiembre 2014, la información para Barranquilla, Bogotá, Bucaramanga, Cali y Medellín.

- A partir de los resultados referentes al mes de mayo de 2014, el DANE divulgó las estimaciones de evolución del comercio minorista nacional con base en una muestra actualizada para representar dominios basados en la CIIU Rev. 4 A.C. Los resultados se produjeron para la serie mensual desde febrero de 2013, teniendo en cuenta que la nueva muestra se recogió en paralelo con la anterior a partir de este mes.

- La información correspondiente a comercio de vehículos nuevos que se publicaba trimestralmente, cambió a periodicidad mensual y conservó la estructura habitual (valores y unidades, por categoría), con una ampliación de cobertura. Se suprimió la información de origen nacional e importado, por razones de reserva estadística.

- La información correspondiente a los Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas que se publicaba trimestralmente, pasó a tener periodicidad mensual para las variables ventas y personal ocupado, con una ampliación de cobertura a partir de enero de 2013. Se presentó una mejora en el directorio, lo cual generó ajustes a las cifras publicadas anteriormente para el año 2013 y primer trimestre de 2014.

- Con el objeto de ampliar la cobertura de las estimaciones del comportamiento del comercio minorista a nivel regional, que hasta el segundo trimestre de 2014 sólo se producían para Bogotá, a partir del mes de referencia septiembre de 2014, el DANE puso a disposición de los usuarios, indicadores coyunturales mensuales de ventas y personal ocupado para las cinco principales ciudades del país: Barranquilla, Bogotá, Bucaramanga, Cali y Medellín. Los indicadores se produjeron para la serie mensual desde febrero de 2013, pues la información se solicitó a partir de este mes.

# 1. RESULTADOS ENCUESTA MENSUAL DE COMERCIO AL POR MENOR – EMCM FEBRERO 2015

## 1.1. EVOLUCIÓN DE LAS PRINCIPALES VARIABLES TOTAL NACIONAL

En febrero de 2015, las ventas reales y el personal ocupado del comercio minorista aumentaron 4,3% y 4,7% respectivamente, comparados con el mismo mes de 2014. Excluyendo el comercio de vehículos automotores y motocicletas, la variación de las ventas reales fue 7,3%; excluyendo el comercio de combustibles la variación fue 4,8%.

Tabla 1.

Resumen del comportamiento de las principales variables

Ventas	Variación (%)				
	Anual		Año corrido		Doce meses
	Feb14/ feb13	Feb 15/ feb 14	Ene – feb 14 / ene – feb 13	Ene – feb 15 / ene – feb 14	Mar 14- feb 15 / Mar 13- feb 14
Total comercio al por menor	6,5	4,3	6,5	5,2	7,5
Total comercio al por menor sin vehículos	5,6	7,3	4,9	7,7	7,2
Total comercio al por menor sin combustibles	7,5	4,8	7,5	6,1	8,4
Total comercio al por menor sin combustibles ni vehículos	6,5	8,5	5,7	9,3	8,3
Total Personal ocupado	4,0	4,7	4,0	4,9	3,8

Fuente DANE – EMCM

## 1.2. VENTAS REALES

### 1.2.1. Grupos de mercancías

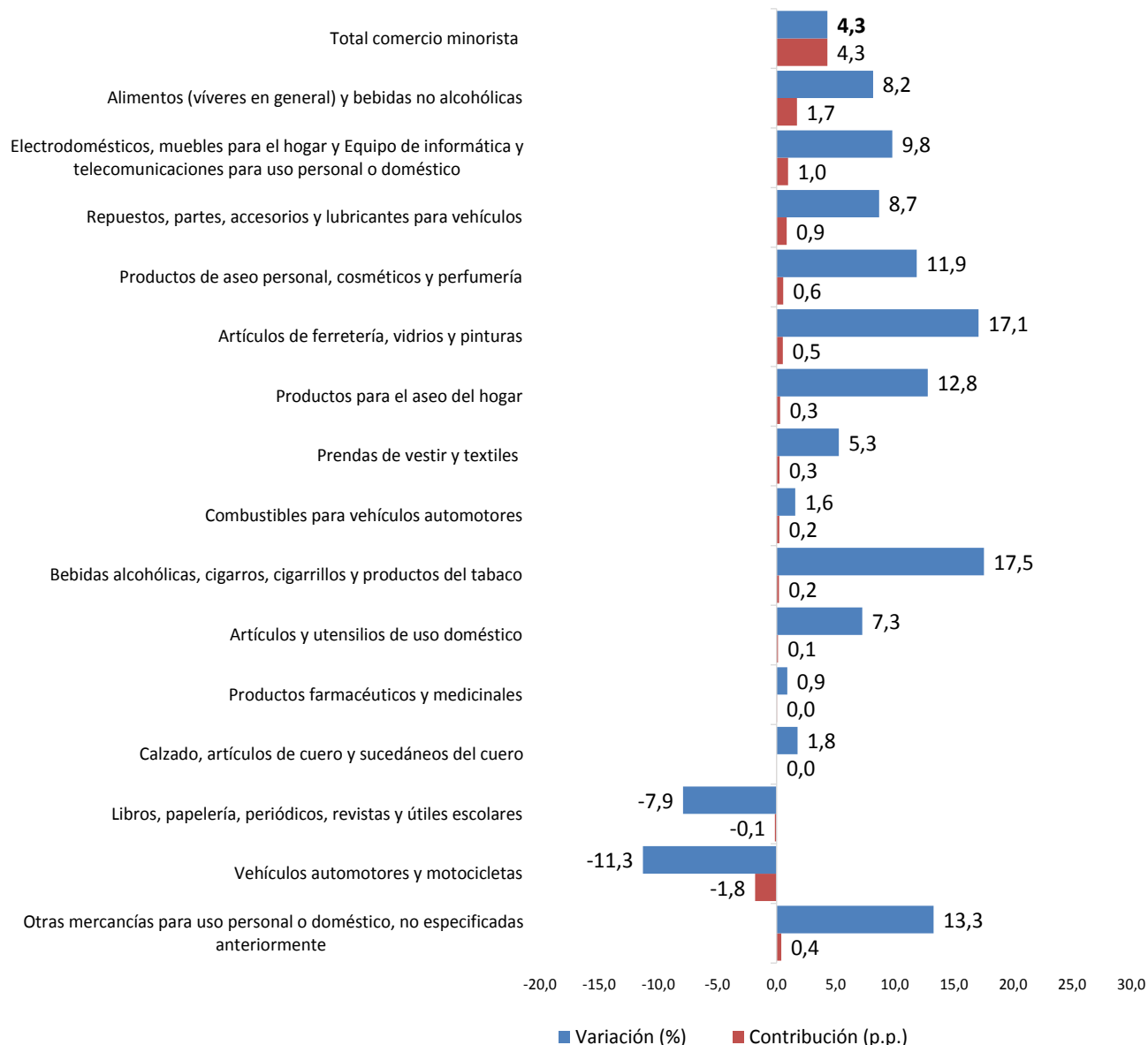
#### Variación anual: febrero 2015

En febrero de 2015, las ventas del comercio minorista aumentaron 4,3% respecto a las registradas en igual mes de 2014. Los grupos de mercancías que presentaron los mayores crecimientos fueron: bebidas alcohólicas, cigarros, cigarrillos y productos del tabaco; artículos de ferretería, vidrios y pinturas; otras mercancías para uso personal o doméstico; y productos para el aseo del hogar. (Gráfico 1)

Las principales contribuciones positivas a la variación total de las ventas en el mes, las realizaron las líneas de alimentos y bebidas no alcohólicas; electrodomésticos, muebles para el hogar y equipo de informática y telecomunicaciones para uso personal o doméstico; repuestos, partes, accesorios y lubricantes para vehículos; y productos de aseo personal, cosméticos y perfumería, con un aporte conjunto de 4,2 puntos porcentuales. En contraste las líneas de vehículos automotores y motocicletas; y libros, papelería,

periódicos, revistas y útiles escolares restaron 1,9 puntos porcentuales al comportamiento del sector.

**Gráfico 1. Variación anual de las ventas reales, según grupos de mercancías**  
**Total nacional**  
**Febrero 2015 / febrero 2014**



Fuente DANE – EMCM

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

La sumatoria de las contribuciones puede diferir con los anexos por redondeo de decimales.

## **Variación año corrido: enero - febrero (2015/2014)**

Durante los primeros dos meses de 2015, las ventas reales del comercio minorista presentaron un incremento de 5,2% respecto al mismo período del año anterior. Las líneas que registraron los mayores crecimientos durante este período, fueron: artículos de ferretería, vidrios y pinturas; bebidas alcohólicas, cigarros, cigarrillos y productos del tabaco; otras mercancías para uso personal o doméstico; y productos para el aseo del hogar.

Las mayores contribuciones positivas a la variación año corrido de las ventas reales, estuvieron a cargo de las líneas de alimentos y bebidas no alcohólicas; electrodomésticos, muebles para el hogar y equipo de informática y telecomunicaciones para uso personal o doméstico; repuestos, partes, accesorios y lubricantes para vehículo; y artículos de ferretería, vidrios y pinturas, con un aporte conjunto de 4,4 puntos porcentuales. En contraste la línea de vehículos automotores y motocicletas restó 1,3 puntos porcentuales al comportamiento del sector. (Gráfico 2)

## **Variación doce meses: marzo 2014 – febrero 2015 / marzo 2013 – febrero 2014**

En los últimos doce meses hasta febrero de 2015, las ventas reales del comercio minorista presentaron un incremento de 7,5% respecto al mismo periodo del año precedente. Las líneas que registraron los mayores crecimientos durante este período, fueron: artículos de ferretería, vidrios y pinturas; electrodomésticos, muebles para el hogar y equipo de informática y telecomunicaciones para uso personal o doméstico; productos para el aseo del hogar; y otras mercancías para uso personal o doméstico.

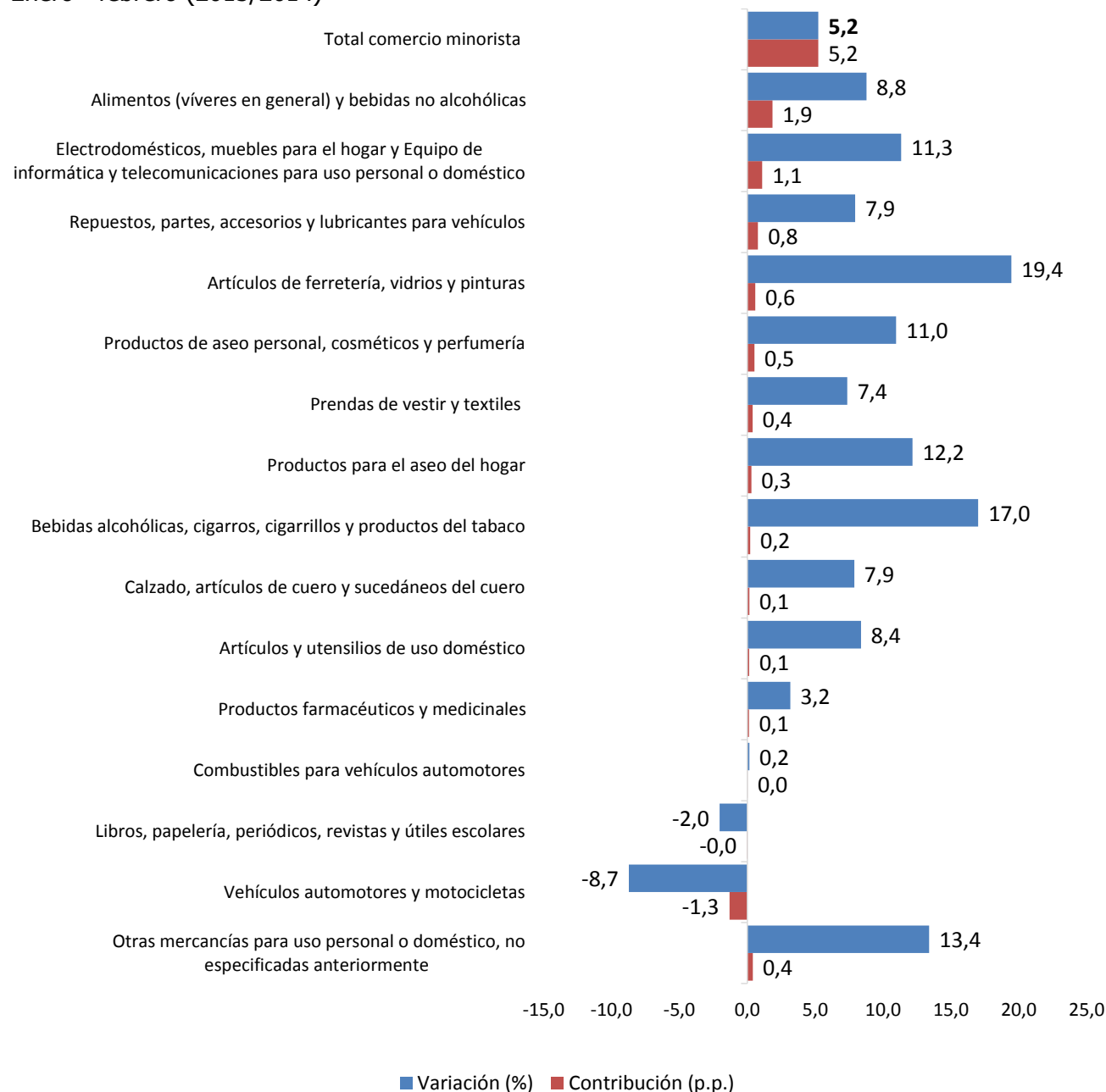
Las mayores contribuciones positivas a la variación de las ventas en los últimos doce meses hasta febrero de 2015, estuvieron a cargo de las líneas de alimentos y bebidas no alcohólicas; vehículos automotores y motocicletas; electrodomésticos, muebles para el hogar y equipo de informática y telecomunicaciones para uso personal o doméstico; y repuestos, partes, accesorios y lubricantes para vehículos, con un aporte conjunto de 5,1 puntos porcentuales. (Gráfico 3)



Gráfico 2. Variación año corrido de las ventas reales del comercio minorista, según grupos de mercancías

Total nacional

Enero - febrero (2015/2014)



Fuente: DANE – EMCM

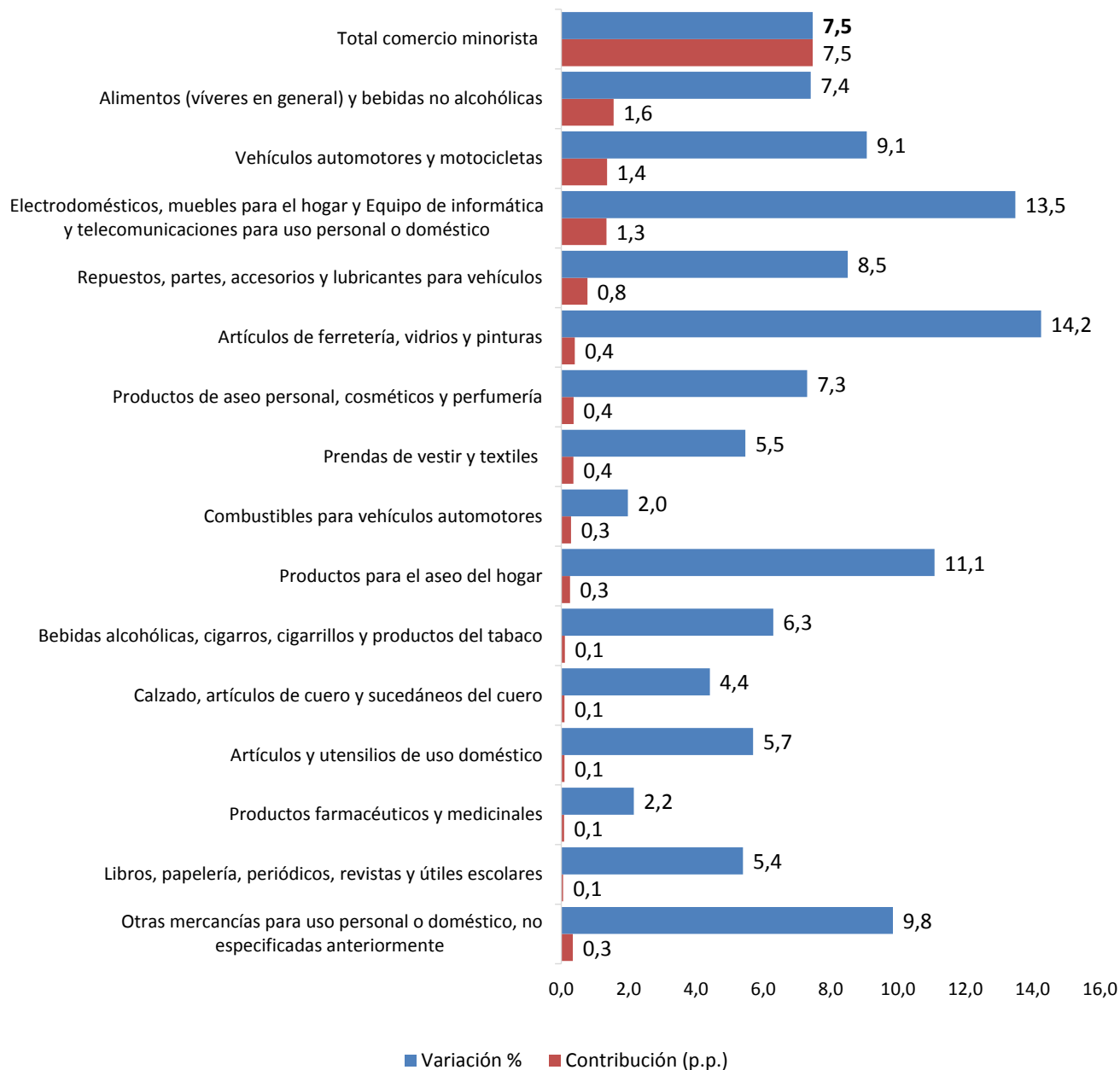
\*Otras mercancías, incluye: juguetes, bicicletas, artículos de deporte, piñatería, artículos para bebés, gas propano en cilindros, equipo fotográfico, revestimiento para pisos, etc.

La sumatoria de las contribuciones puede diferir con los anexos por redondeo de decimales.

Gráfico 3. Variación doce meses de las ventas reales del comercio minorista, según grupos de mercancías

Total nacional

Marzo 2014 – febrero 2015 / marzo 2013 – febrero 2014



Fuente: DANE – EMCM

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

La sumatoria de las contribuciones puede diferir con los anexos por redondeo de decimales.

## **1.2.2. Actividad comercial CIIU Rev.4**

### **Variación anual: febrero 2015 / febrero 2014**

De acuerdo con la actividad económica (CIIU Rev.4 A.C.) en la que se clasifican las empresas investigadas en la Encuesta Mensual de Comercio al por Menor, en febrero de 2015 los almacenes no especializados con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos registraron un incremento de 9,8% en sus ventas, y aquellos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos y especializados en alimentos presentaron un crecimiento de 9,6%.

En cuanto al comercio especializado, se destacaron por su contribución a la variación total, las ventas registradas por los almacenes dedicados al comercio de partes, piezas y accesorios para vehículos automotores; y combustibles para automotores, lubricantes, aditivos y productos de limpieza para vehículos. (Gráfico 4)

### **Variación año corrido: enero - febrero (2015/2014)**

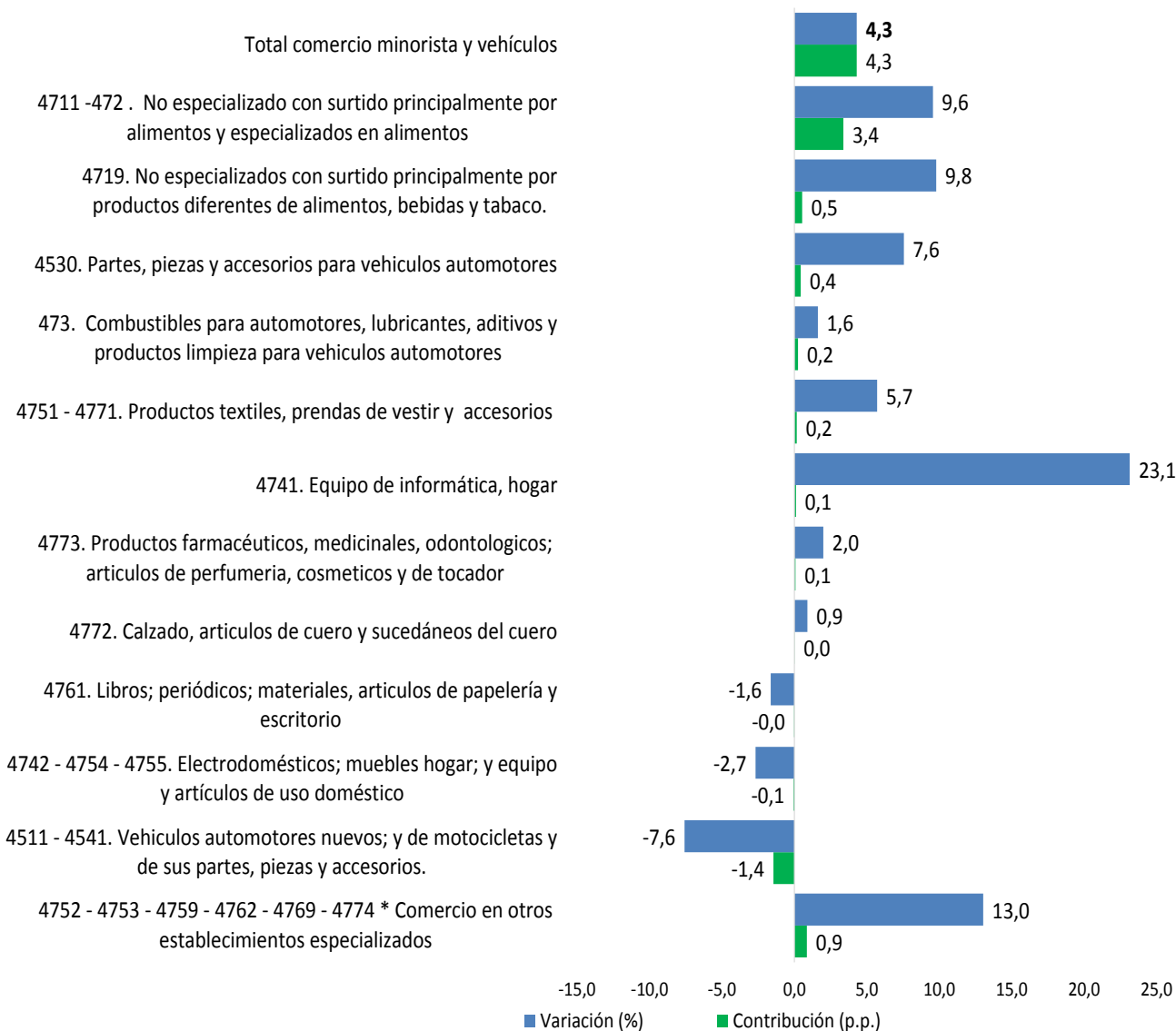
Durante los primeros dos meses de 2015 los almacenes no especializados con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos incrementaron sus ventas reales en 14,5%, y los no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos y especializados en alimentos presentaron un crecimiento de 9,5%.

En términos de contribución, los mayores aportes al crecimiento de las ventas reales en establecimientos especializados, se registraron en aquellos que comercializan principalmente partes, piezas y accesorios para vehículos automotores; productos textiles, prendas de vestir y accesorios; y productos farmacéuticos, medicinales, odontológicos, artículos de perfumería, cosméticos y de tocador. (Gráfico 5)

Gráfico 4. Variación anual de las ventas reales del comercio minorista, según actividad económica

Total nacional

Febrero 2015 / febrero 2014

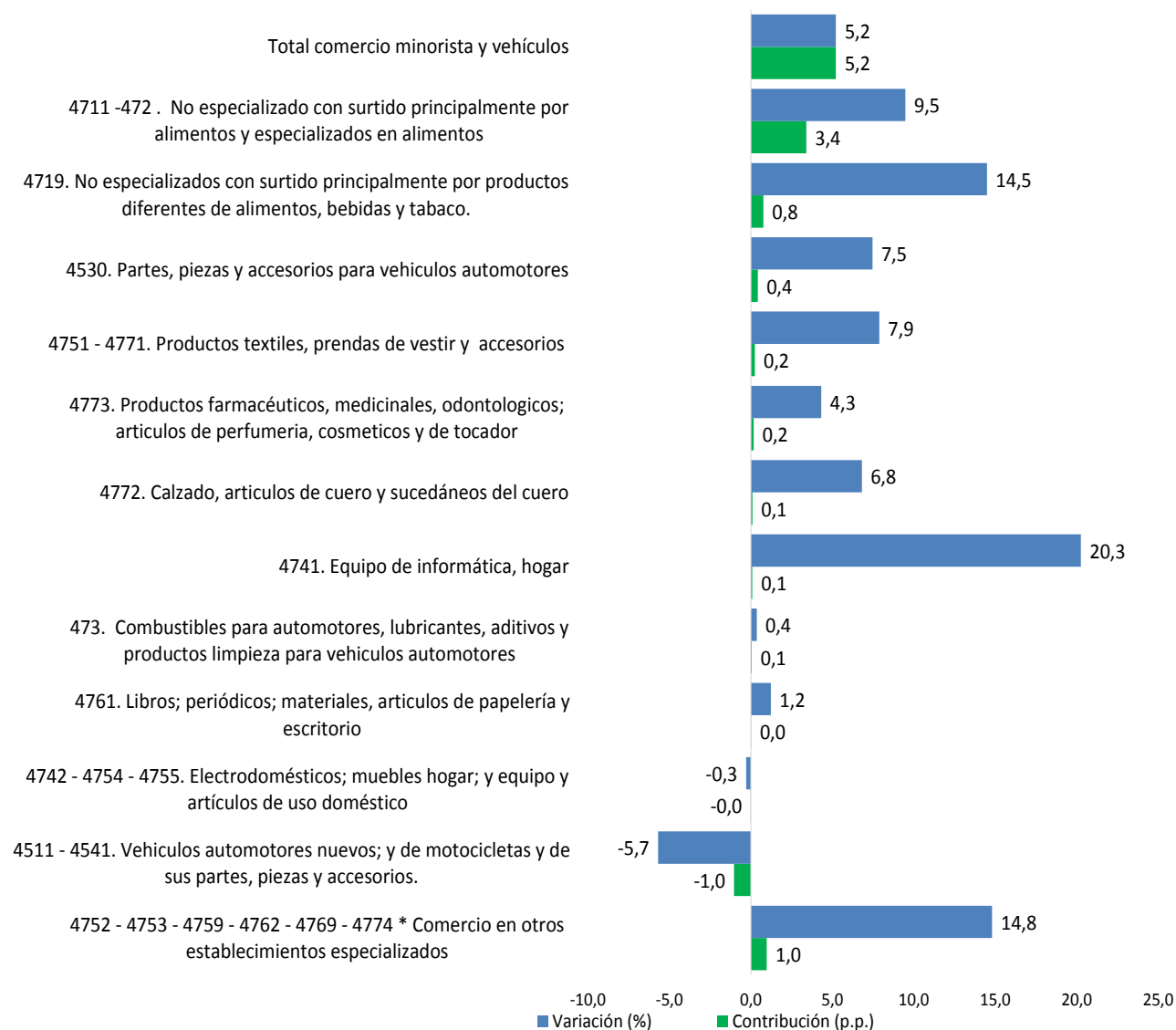


Fuente: DANE – EMCM

\* Comercio en otros establecimientos especializados: incluye el comercio al por menor de: artículos de ferretería, vidrios y pinturas; tapices y alfombras; artículos culturales y de entretenimiento equipo fotográfico, óptico y de precisión, otros artículos de uso doméstico, etc.

La sumatoria de las contribuciones puede diferir con los anexos por redondeo de decimales.

**Gráfico 5. Variación año corrido de las ventas reales del comercio minorista, según actividad comercial**  
**Total nacional**  
**Enero - febrero (2015/2014)**



Fuente: DANE – EMCM

\* Comercio en otros establecimientos especializados: incluye el comercio al por menor de: artículos de ferretería, vidrios y pinturas; tapices y alfombras; artículos culturales y de entretenimiento equipo fotográfico, óptico y de precisión, otros artículos de uso doméstico, etc.

La sumatoria de las contribuciones puede diferir con los anexos por redondeo de decimales.

## Variación doce meses: marzo 2014 – febrero 2015 / marzo 2013 – febrero 2014

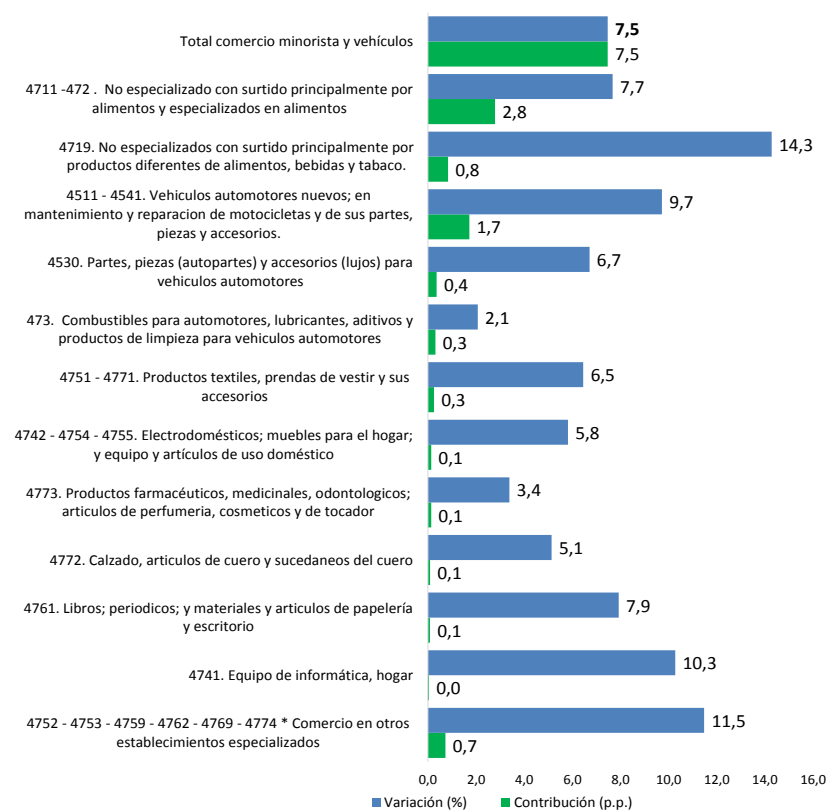
En los últimos doce meses hasta febrero de 2015, las mayores contribuciones a la variación total de las ventas reales del comercio minorista por parte de los almacenes especializados se registraron en los que comercializan vehículos automotores y motocicletas; y partes, piezas y accesorios para vehículos automotores.

Por su parte, los almacenes no especializados con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos incrementaron sus ventas reales en 14,3%, y los no especializados con surtido compuesto principalmente de alimentos y especializados en alimentos presentaron un crecimiento de 7,7%.

Gráfico 6. Variación doce meses de las ventas reales del comercio minorista, según actividad comercial

Total nacional

Marzo 2014 – febrero 2015 / marzo 2013 – febrero 2014



Fuente: DANE – EMCM

\* Comercio en otros establecimientos especializados: incluye el comercio al por menor de: artículos de ferretería, vidrios y pinturas; tapices y alfombras; artículos culturales y de entretenimiento equipo fotográfico, óptico y de precisión, otros artículos de uso doméstico, etc.

La sumatoria de las contribuciones puede diferir con los anexos por redondeo de decimales.

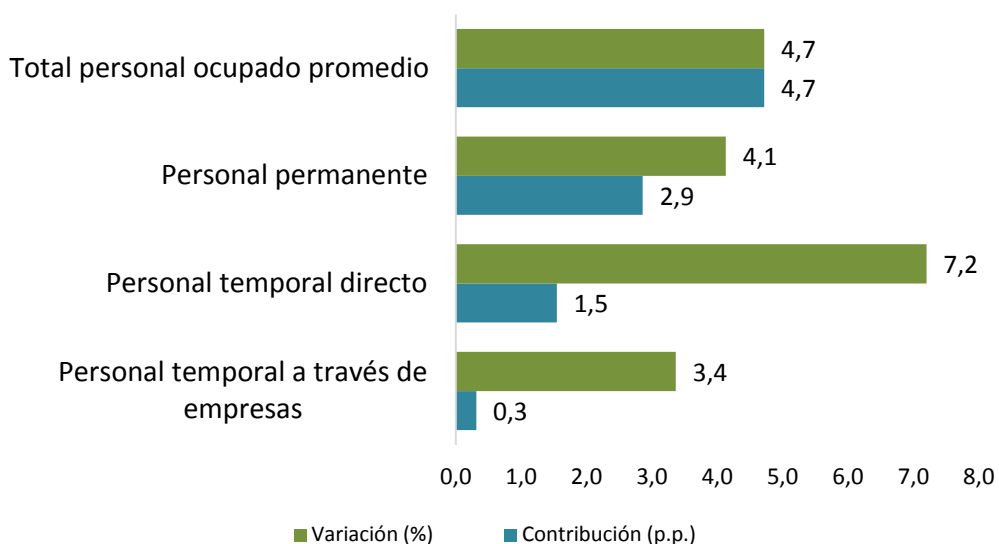
## 1.3. PERSONAL OCUPADO

### 1.3.1. Personal ocupado por categoría de contratación

#### Variación anual: febrero 2015 / febrero 2014

El personal ocupado por el comercio minorista en febrero de 2015 aumentó 4,7%, frente al mismo mes del año anterior, como resultado del aumento de 4,1% en el personal permanente, 7,2% en el temporal contratado directamente y 3,4% en el personal contratado a través de empresas.

Gráfico 7. Variación anual del personal ocupado, según categoría de contratación  
Total nacional  
Febrero 2015 / febrero 2014

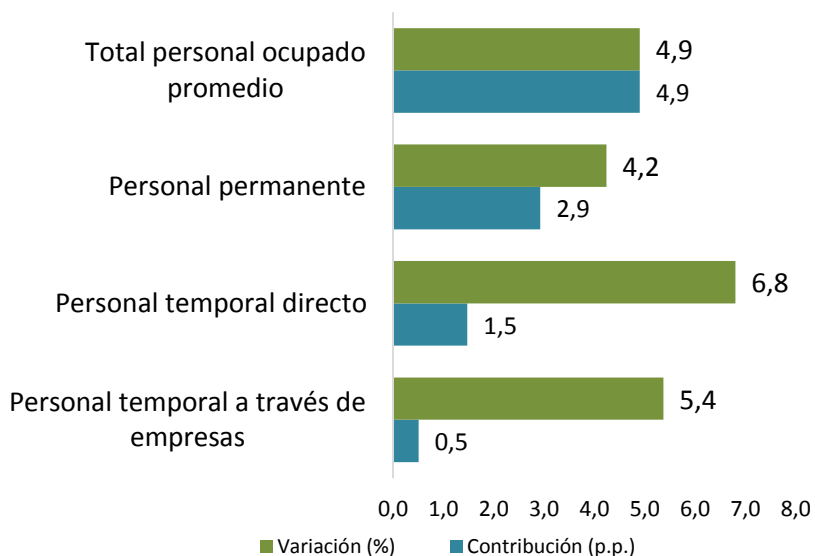


Fuente DANE – EMCM

#### Variación año corrido: enero – febrero (2015/2014)

El personal ocupado por el comercio minorista en los primeros dos meses de 2015 aumentó 4,9%, frente al mismo período de 2014. La contratación registró un incremento de 4,2% en el personal permanente; de 6,8% en el personal temporal directo; y de 5,4% en el personal temporal contratado a través de agencias. (Gráfico 8)

Gráfico 8. Variación año corrido del personal ocupado, según categoría de contratación  
 Total nacional  
 Enero - febrero (2015/2014)



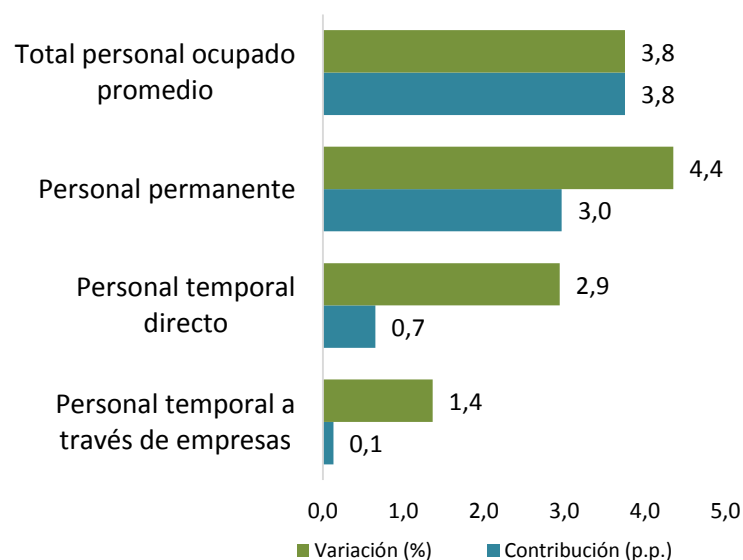
Fuente DANE – EMCM

### Variación doce meses: marzo 2014 – febrero 2015 / marzo 2013 – febrero 2014

El personal ocupado promedio del comercio en los últimos doce meses hasta febrero de 2015 superó en 3,8% al del año precedente. La contratación registró un incremento de 4,4% en el personal permanente, de 2,9% en el personal temporal directo y de 1,4% en el personal temporal contratado través de agencias. (Gráfico 9)



Gráfico 9. Variación doce meses del personal ocupado, según categoría de contratación  
 Total nacional  
 Marzo 2014 – febrero 2015 / marzo 2013 – febrero 2014



Fuente DANE – EMCM

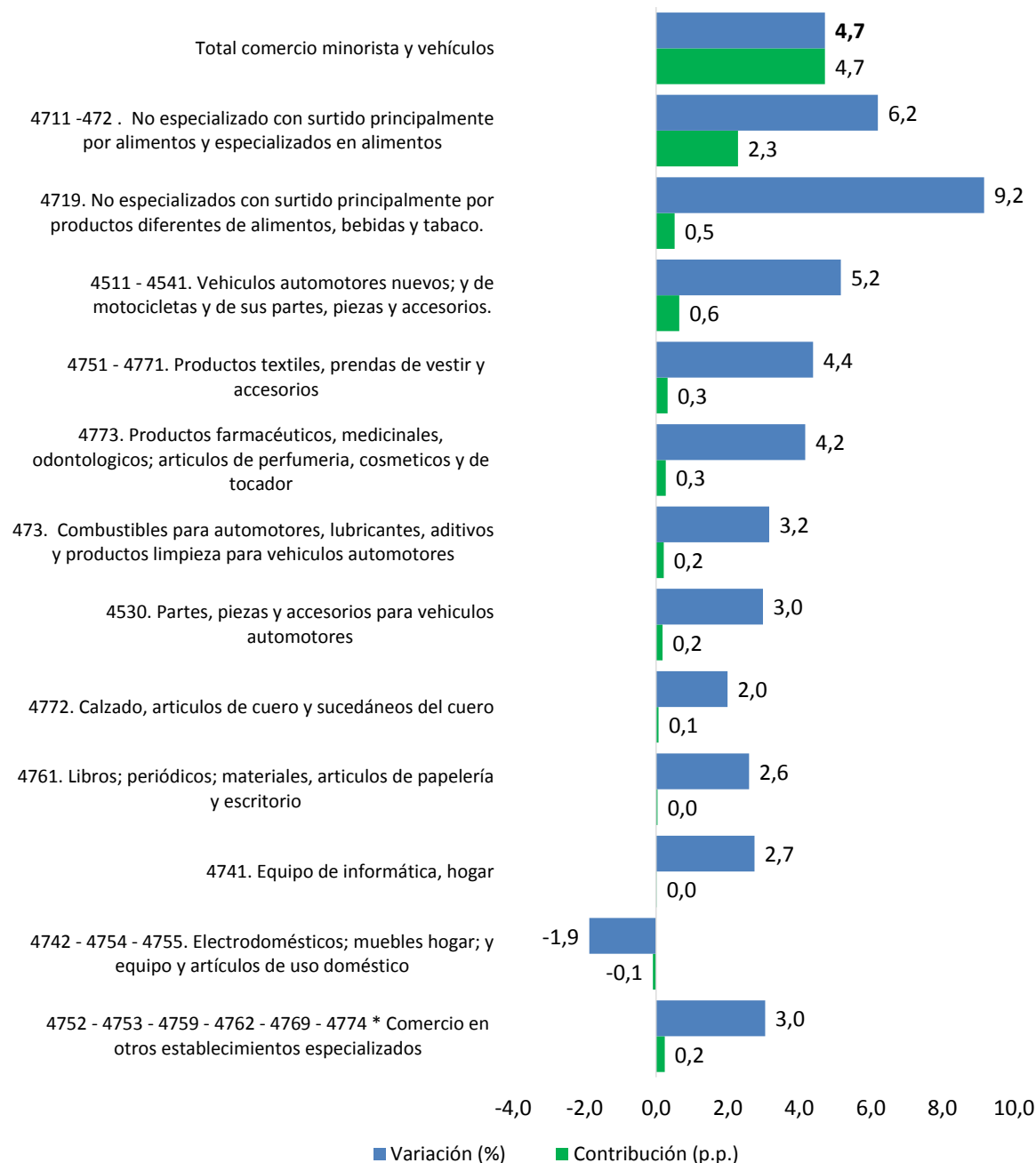
### 1.3.2. Personal ocupado por actividad económica CIIU Rev. 4 A.C.

#### Variación anual: febrero 2015 / febrero 2014

De acuerdo con la actividad económica (CIIU Rev.4 A.C.) en la que se clasifican las empresas investigadas en la Encuesta Mensual de Comercio al por Menor y comercio de vehículos, en febrero de 2015 los almacenes no especializados con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos registraron un incremento de 9,2% en la contratación de personal, y aquellos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos y especializados en alimentos presentaron un crecimiento de 6,2%.

En cuanto al comercio especializado, por contribución se destaca la mayor contratación de personal registrada por los almacenes dedicados a la venta de vehículos automotores nuevos, y de motocicletas, sus partes, piezas y accesorios. (Gráfico 10)

**Gráfico 10. Variación anual del personal ocupado, según actividad económica**  
**Total nacional**  
**Febrero 2015 / febrero 2014**



Fuente DANE – EMCM

\* Comercio en otros establecimientos especializados: incluye el comercio al por menor de: artículos de ferretería, vidrios y pinturas; tapices y alfombras; artículos culturales y de entretenimiento equipo fotográfico, óptico y de precisión, otros artículos de uso doméstico, etc.  
 La sumatoria de las contribuciones puede diferir con los anexos por redondeo de decimales.

## Variación año corrido: enero – febrero (2015/2014)

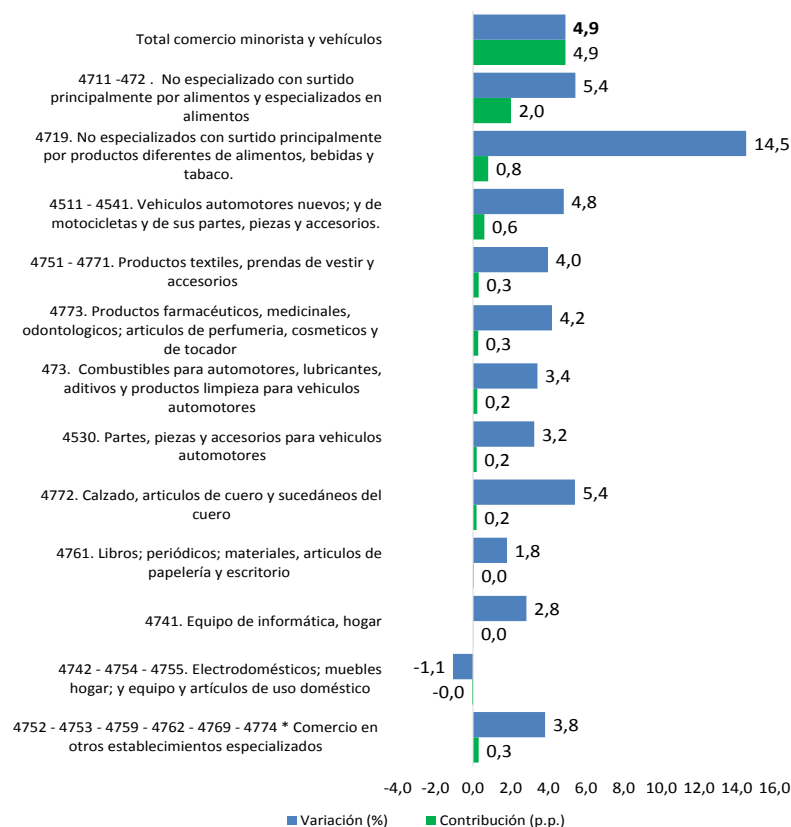
Durante los primeros dos meses de 2015, los almacenes no especializados con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos registraron un incremento de 14,5% en la contratación de personal, y aquellos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos y especializados en alimentos presentaron un crecimiento de 5,4%.

En cuanto al comercio especializado, se destaca el aumento en la contratación de personal registrado por los almacenes dedicados a la venta de vehículos automotores nuevos, y de motocicletas, sus partes, piezas y accesorios; productos textiles, prendas de vestir y accesorios; y productos farmacéuticos, medicinales, odontológicos, artículos de perfumería, cosméticos y de tocador.

Gráfico 11. Variación año corrido del personal ocupado, según actividad económica

Total nacional

Enero - febrero (2015/2014)



Fuente DANE – EMCM

\* Comercio en otros establecimientos especializados: incluye el comercio al por menor de: artículos de ferretería, vidrios y pinturas; tapices y alfombras; artículos culturales y de entretenimiento equipo fotográfico, óptico y de precisión, otros artículos de uso doméstico, etc.

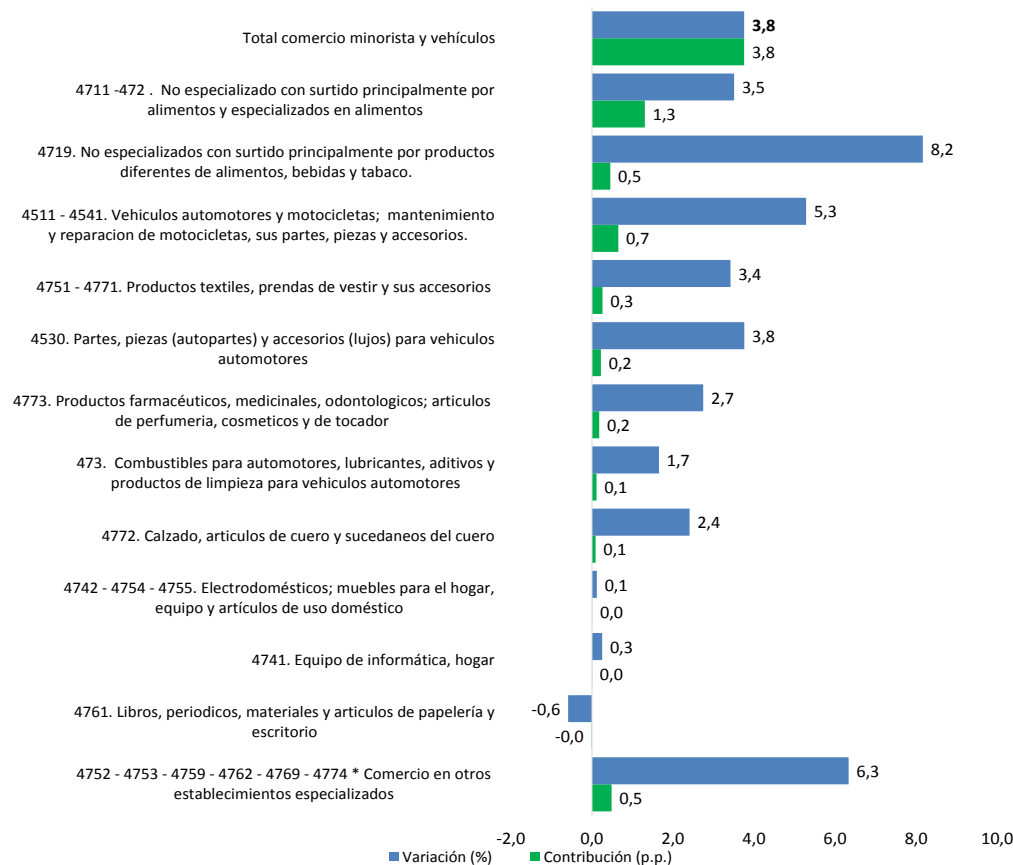
La sumatoria de las contribuciones puede diferir con los anexos por redondeo de decimales.

## Variación doce meses: marzo 2014 – febrero 2015 / marzo 2013 – febrero 2014

En los últimos doce meses hasta febrero de 2015, los almacenes no especializados con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos registraron un incremento de 8,2% en la contratación de personal, y aquellos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos y especializados en alimentos presentaron un crecimiento de 3,5%.

En cuanto al comercio especializado, por contribución se destaca el aumento en la contratación de personal registrado por los almacenes dedicados a la venta de vehículos automotores nuevos, y de motocicletas, sus partes, piezas y accesorios; y productos textiles, prendas de vestir y sus accesorios.

Gráfico 12. Variación doce meses del personal ocupado, según actividad económica  
Total nacional  
Marzo 2014 – febrero 2015 / marzo 2013 – febrero 2014



Fuente DANE – EMCM

\* Comercio en otros establecimientos especializados: incluye el comercio al por menor de: artículos de ferretería, vidrios y pinturas; tapices y alfombras; artículos culturales y de entretenimiento equipo fotográfico, óptico y de precisión, otros artículos de uso doméstico, etc.

La sumatoria de las contribuciones puede diferir con los anexos por redondeo de decimales.

## 2. COMERCIO AL POR MENOR REALIZADO EN BARRANQUILLA, BOGOTÁ, BUCARAMANGA, CALI Y MEDELLÍN

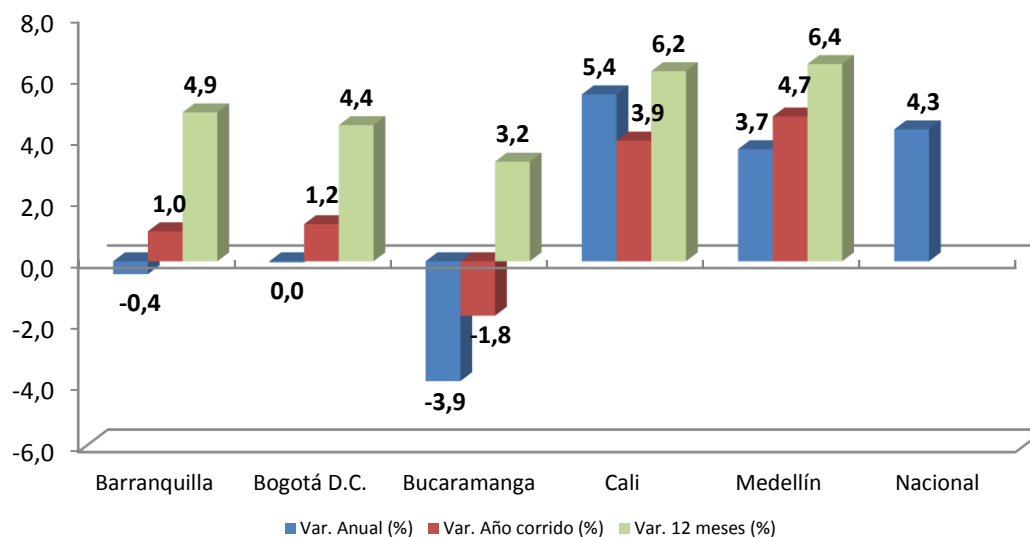
### 2.1. VENTAS REALES

Durante el mes de febrero de 2015, las ventas reales del comercio minorista para la ciudad de Bogotá permanecieron constantes, es decir, no presentaron variación con relación al mismo mes del año anterior. Los mayores crecimientos los registraron las ciudades de Cali (5.4%) y Medellín (3,7%), mientras que Bucaramanga presentó variación negativa (-3,9%), seguida de Barranquilla (-0,4%).

En los primeros dos meses del año, las ventas reales del comercio minorista crecieron en cuatro de las cinco principales ciudades del país con relación al mismo periodo del año anterior. Las ciudades que registraron los mayores crecimientos fueron Medellín (4,7%) y Cali (3,9%), mientras que Bucaramanga presentó la única variación negativa (-1,8%).

En los últimos doce meses hasta febrero de 2015, las ventas reales del comercio minorista en las cinco principales ciudades del país aumentaron con relación al mismo periodo del año anterior. Los mayores crecimientos se registraron en Medellín (6,4%) y Cali (6,2%).

Gráfico 13. Variación anual, año corrido y doce meses de las ventas minoristas reales  
Cinco ciudades principales  
Febrero 2015 / 2014



Fuente: DANE – EMCM

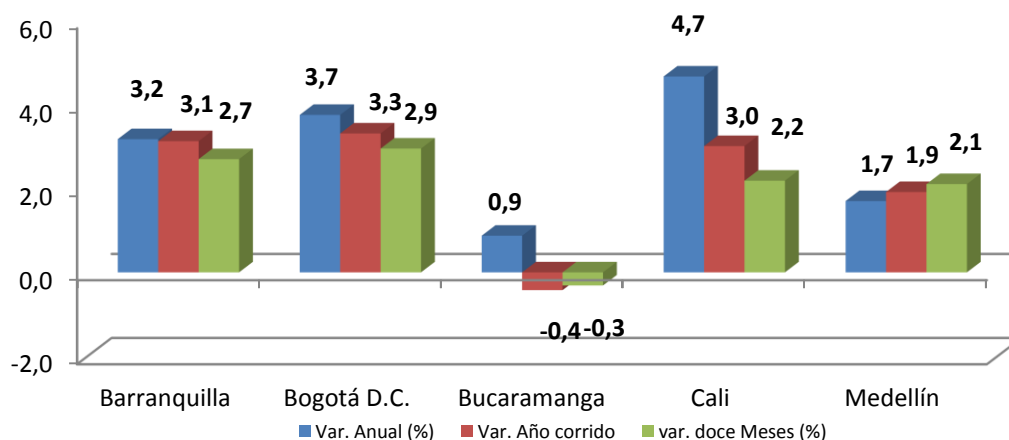
## 2.2 PERSONAL OCUPADO

Durante el mes de febrero de 2015, los mayores incrementos en la contratación de personal del comercio minorista se presentaron en Cali (4,7%) y Bogotá (3,7%).

En los primeros dos meses del año, la contratación de personal del comercio minorista creció en cuatro de las cinco principales ciudades del país con relación al mismo periodo del año anterior. Las ciudades que registraron los mayores aumentos los registraron las ciudades de Bogotá (3,3%) y Barranquilla (3,1%), mientras que Bucaramanga presentó la única variación negativa (-0,4%).

En los últimos doce meses hasta febrero de 2015, se incrementó el personal ocupado por el comercio minorista en cuatro de las cinco principales ciudades del país con relación al año anterior. Los mayores aumentos en la contratación los registraron las ciudades de Bogotá (2,9%) y Barranquilla (2,7%), mientras que Bucaramanga presentó la única variación negativa (-0,3%).

Gráfico 14. Variación anual, año corrido y doce meses del personal ocupado  
Cinco ciudades principales  
Febrero 2015/2014



Fuente: DANE – EMCM

## 3. GRANDES ALMACENES E HIPERMERCADOS MINORISTAS -GAHM

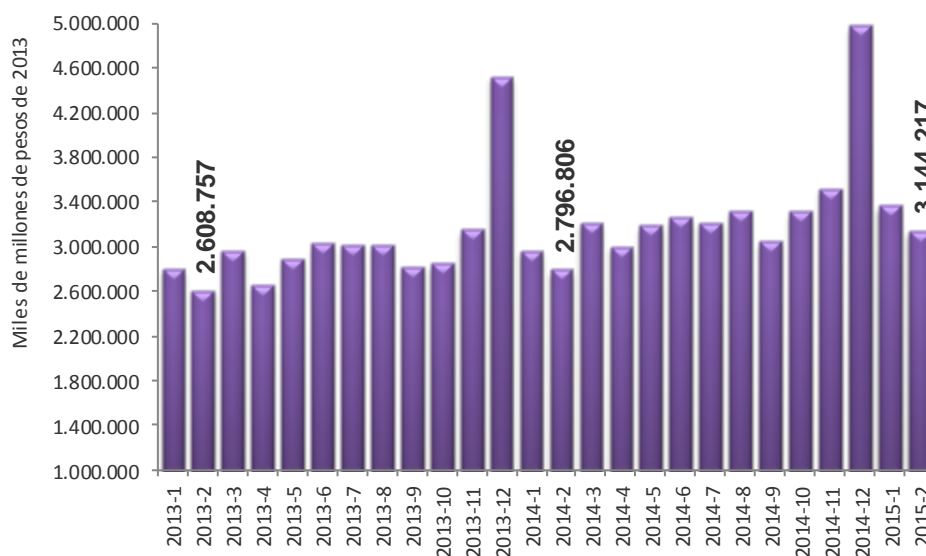
### 3.1 VALOR DE LAS VENTAS

Durante el mes de febrero de 2015, las ventas del comercio minorista en los Grandes Almacenes e Hipermercados minoristas alcanzaron un total de \$3,1 billones, lo que significó un aumento de 12,4%, respecto al mismo mes de 2014.

En los primeros dos meses del año, las ventas del comercio minorista en los Grandes Almacenes, ascendieron a \$6,5 billones, lo que significó un aumento de 13,1% respecto al mismo período del año anterior.

En los últimos doce meses hasta febrero de 2015, las ventas del comercio minorista en los Grandes Almacenes ascendieron a \$40,6 billones, lo que significó un aumento de 10,6% con relación al año precedente.

Gráfico 15. Ventas corrientes en grandes almacenes e hipermercados minoristas  
Valores en millones de pesos  
Total nacional  
Febrero 2015



Fuente: DANE – EMCM

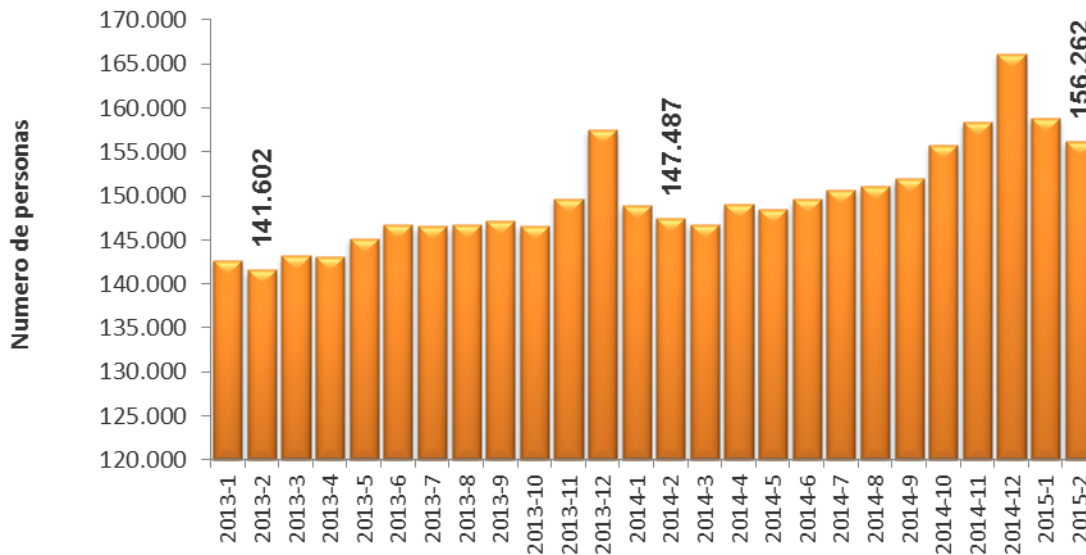
## 3.2 PERSONAL OCUPADO

El personal ocupado por los Grandes Almacenes e Hipermercados minoristas en febrero de 2015 alcanzó un total de 156.262, lo que significó un aumento de 5,9% frente al mismo mes de 2014.

En los primeros dos meses del año, el personal ocupado por los Grandes Almacenes e Hipermercados minoristas ocuparon en promedio mensual 157.557 personas, lo que significó un aumento de 6,3% respecto al mismo período del año anterior.

En los últimos doce meses hasta febrero de 2015, los Grandes Almacenes e Hipermercados minoristas ocuparon en promedio mensual 153.604 personas, lo que significó un aumento de 4,2% frente al año anterior.

Gráfico 16. Personal ocupado por los grandes almacenes e hipermercados minoristas  
Total nacional  
Febrero 2015



Fuente: DANE – EMCM



## 4. Comercio de vehículos nuevos

### 4.1 UNIDADES

#### 4.1.1. Según categoría

##### Variación anual: febrero 2015

En febrero de 2015, las ensambladoras y las importadoras directas de vehículos presentaron una reducción en unidades vendidas en tres de las categorías investigadas. La mayor reducción la registraron las ventas de camperos y camionetas comparadas con el mismo mes del año anterior.

Tabla 1. Total de vehículos nacionales e importados vendidos, según categoría

Total nacional  
Febrero 2015

	Febrero de 2014	Febrero de 2015	Variación Anual Feb 2015 / feb 2014
	Total	Total	Total
<b>Automóviles particulares</b>	<b>13.129</b>	<b>15.456</b>	<b>17,7</b>
<b>Camperos y camionetas</b>	<b>9.009</b>	<b>7.564</b>	<b>-16,0</b>
<b>Vehículos de transporte público</b>	<b>1.973</b>	<b>1.914</b>	<b>-3,0</b>
<b>Vehículos de carga</b>	<b>1.193</b>	<b>1.118</b>	<b>-6,3</b>

Fuente DANE – EMCM

Nota: Las categorías camperos y camionetas se agrupan por reserva estadística, al igual que el origen de los vehículos (Ley 79 de 1993)

##### Variación año corrido: enero- febrero (2014 / 2015)

Durante los dos primeros meses de 2015, se vendieron más automóviles particulares, pero menos camperos y camionetas, vehículos de transporte público y vehículos de carga, que en el mismo período del año anterior. (Tabla 2)

Tabla 2. Total de vehículos nacionales e importados vendidos, según categoría

Total nacional

Enero – febrero 2015 / 2014

Tipo de vehículo	Ene - feb 2014	Ene - feb 2015	Variación año corrido Ene - feb 2015 / 2014
	Total	Total	Total
Automóviles particulares	23.063	24.152	4,7
Camperos y camionetas	15.682	13.440	-14,3
Vehículos de transporte público	3.474	3.416	-1,7
<b>Vehículos de carga</b>	<b>2.388</b>	<b>2.059</b>	<b>-13,8</b>

Fuente DANE – EMCM

Nota: Las categorías camperos y camionetas se agrupan por reserva estadística, al igual que el origen de los vehículos (Ley 79 de 1993)

#### Variación doce meses: marzo 2014 – febrero 2015 / marzo 2013 – febrero 2014

En los últimos doce meses hasta febrero de 2015, se vendieron más vehículos de carga y automóviles particulares, pero menos camperos y camionetas y vehículos de transporte público, con respecto al mismo periodo del año anterior.

Tabla 3. Total de vehículos nacionales e importados vendidos, según categoría

Total nacional

Marzo 2014 – febrero 2015 / marzo 2013 – febrero 2014

Tipo de vehículo	Mar 13 - feb-14	Mar 14 - feb-15	Variación acumulada Mar 14 - feb 15 / mar 13 - feb 14
	Total	Total	Total
Automóviles particulares	167.306	189.354	13,2
Camperos y camionetas	117.688	116.275	-1,2
Vehículos de transporte público	25.501	25.421	-0,3
<b>Vehículos de carga</b>	<b>15.864</b>	<b>18.372</b>	<b>15,8</b>

Fuente DANE – EMCM

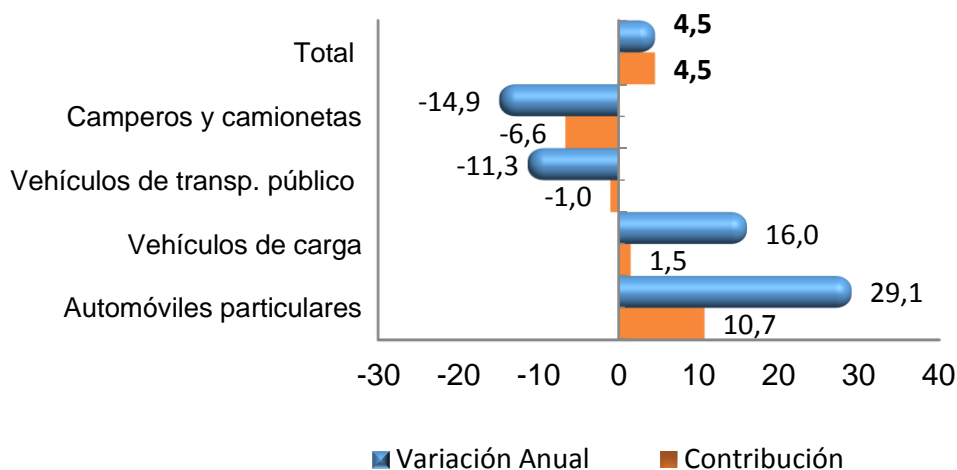
Nota: Las categorías camperos y camionetas se agrupan por reserva estadística, al igual que el origen de los vehículos (Ley 79 de 1993)

## 4.2. VALOR DE LAS VENTAS

### Variación anual: febrero 2015

En febrero de 2015, las ventas a precios corrientes de vehículos por parte de las ensambladoras y de los importadores directos crecieron 4,5%, explicado principalmente por el crecimiento en la venta de automóviles particulares y vehículos de carga. La reducción de las ventas de camperos y camionetas y vehículos de transporte público contrarrestó parte del efecto positivo de los anteriores. (Gráfico 17).

Gráfico 17. Variación y contribución anual de las ventas nominales de vehículos según categoría  
Total nacional  
Febrero 2015 / febrero 2014



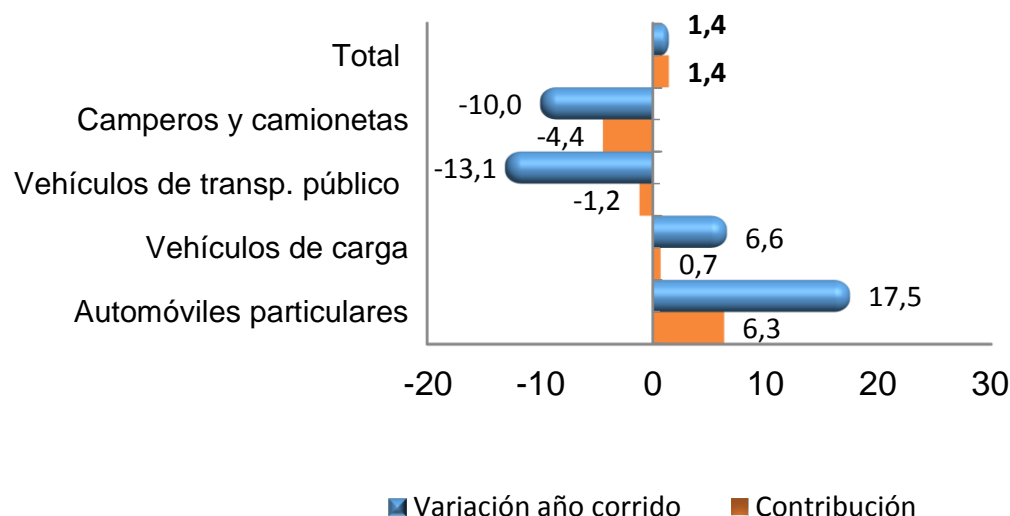
Fuente DANE – EMCM

Nota: Las categorías camperos y camionetas se agrupan por reserva estadística, al igual que el origen de los vehículos (Ley 79 de 1993)

### Variación año corrido: enero- febrero (2015 / 2014)

Durante los primeros dos meses de 2015, las ventas de vehículos automotores nacionales e importados presentaron un incremento de 1,4% respecto al mismo período de 2014, explicado principalmente por el crecimiento en la venta de automóviles particulares y vehículos de carga. La reducción de las ventas de camperos y camionetas y vehículos de transporte público contrarrestó parte del efecto positivo de los anteriores. (Gráfico 18).

Gráfico 18. Variación año corrido de las ventas nominales de vehículos según categoría  
Total nacional  
Enero - febrero (2015-2014)



Fuente DANE – EMCM

Nota: Las categorías camperos y camionetas se agrupan por reserva estadística, al igual que el origen de los vehículos (Ley 79 de 1993)

### Variación doce meses: marzo 2014 – febrero 2015 / marzo 2013 – febrero 2014

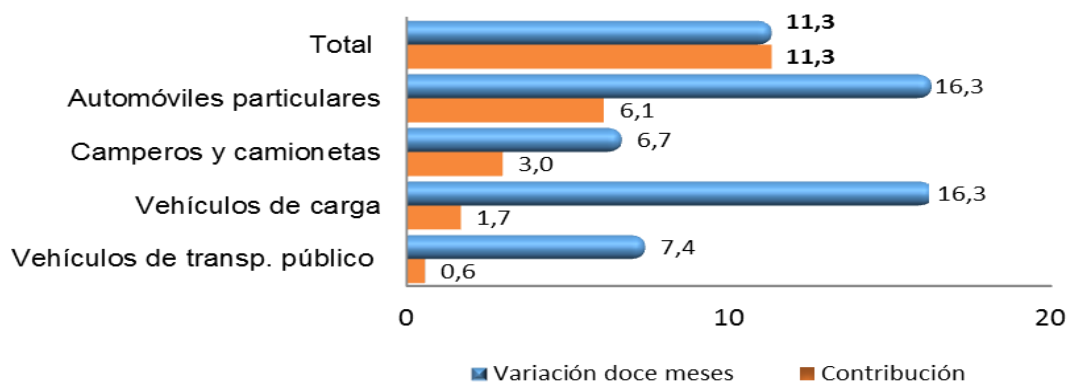
En los últimos doce meses hasta febrero de 2015, las ventas de vehículos automotores nacionales e importados presentaron un incremento de 11,3% con respecto del año precedente.

Todas las categorías de vehículos presentaron incremento en las ventas, destacándose la contribución registrada en automóviles particulares de 6,1 puntos porcentuales a la variación total del período. (Gráfico 19).

Gráfico 19. Variación y contribución doce meses de las ventas nominales de vehículos según categoría

Total nacional

Marzo 2014 – febrero 2015 / marzo 2013 – febrero 2014



Fuente DANE – EMCM

Nota: Las categorías camperos y camionetas se agrupan por reserva estadística, al igual que el origen de los vehículos (Ley 79 de 1993)

## 5. Alcance metodológico rediseño Encuesta Mensual de Comercio al por Menor – EMCM y series empalmadas

### 5.1 ANTECEDENTES

El DANE investiga el comportamiento mensual del sector comercial en el país desde 1970, debido a su importancia en el PIB, el empleo que genera y la cantidad de bienes que circulan en este sector.

En 1974 se diseñó una muestra probabilística, cuyo marco de muestreo fue el Censo de Industria, Comercio y Servicios de 1970, por medio del cual se generó información del comercio al por menor para las doce ciudades principales del país.

En 1981 y 1989 se conformaron nuevas muestras probabilísticas, siendo necesario un nuevo rediseño en 1999, dado el desgaste de la muestra, por la dinámica del sector, para ello se tomó como marco de muestreo la Encuesta Anual de Comercio – EAC de 1997, ajustada con información de otras entidades como CONFECAMARAS.

Con el objeto de dar respuesta sistemática a las necesidades de la Dirección de Síntesis y Cuentas Nacionales-DSCN, y a los demás usuarios de información, en 1997 surge la medición de la dinámica de los Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas-GAHM, y del comercio de vehículos.

Luego en el año 2004, el DANE firmó un convenio con la Secretaría de Hacienda del Distrito con el fin de obtener información trimestral sobre el comercio minorista en la ciudad de Bogotá. Los primeros resultados correspondieron al primer Trimestre de 2004. En el 2008 el DANE asume la investigación con presupuesto propio y se construye el nuevo marco basado en la Encuesta Anual de Comercio.

En 2012 con el propósito de actualizar la muestra e implementar mejoras metodológicas se inició un nuevo proceso de rediseño de las investigaciones coyunturales del sector comercio interno, así: Muestra Mensual de Comercio al por Menor – MMCM, Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas - GAHM y Comercio de Vehículos, y Muestra Trimestral de Comercio de Bogotá – MTCB.

Como resultado de la necesidad de información de los usuarios se construye una encuesta, denominada Encuesta Mensual de Comercio al por Menor y Comercio de Vehículos - EMCM, que permite: aplicar la Clasificación Industrial Internacional Uniforme – CIIU, revisión 4 A.C.), lograr mayor eficiencia en el operativo de campo, ampliar la cobertura de información por ciudades, actualizar el esquema de cálculo de los índices, e

implementar deflatores a la medida. Para ello se generó un marco de muestreo a partir de la información de la EAC 2009, 2010 y 2011.

El operativo de recolección de la encuesta inició en Febrero de 2013, y la primera publicación hace referencia a la información del mes de mayo de 2014, en la cual se conserva la publicación mensual de la información nacional; en octubre de 2014 se dio inicio a la publicación mensual de la información que hasta ahora había tenido periodicidad trimestral.

## 5.2. LINEAMIENTOS METODOLÓGICOS CORRELACIÓN CIIU REV. 3 A.C. – CIIU REV. 4. C.

A continuación se presentan las consideraciones metodológicas para la divulgación de resultados de la Encuesta Mensual de Comercio al por Menor y Comercio de vehículos, de acuerdo con la Clasificación Internacional Industrial Uniforme – CIIU, revisión 4 A.C., calculados a partir de correlativas entre CIIU Rev. 3 A.C. y Rev. 4 A.C.

Con el fin de ofrecer una serie de datos que permita a los usuarios contar con información histórica del comercio minorista el DANE ha elaborado la correlativa entre las dos clasificaciones, para el total del sector, línea de mercancía y actividad económica. No se requieren correlativas para categorías de contratación, y salarios per cápita porque son comparables directamente.

A partir de la correlativa se construyó la serie empalmada desde de febrero de 2003 y hasta Febrero de 2012; los índices generados a partir de 2013 corresponden a la información recolectada en la nueva muestra.

El método de empalme, utilizando es el de retropolación (calculo por variación). Se implementó este método debido a la poca complejidad que representa, obteniendo series sin perder propiedades deseadas como son, por ejemplo, la variación porcentual anual, la cual se garantiza por cualquiera de los métodos implementados.

### **Empalme de series total nacional y líneas de mercancía**

Para realizar el empalme de series por línea de mercancías es necesario partir del análisis de la correlación de los dominios, entre la versión de muestra anterior y la rediseñada, la cual se presenta en la tabla 4.

Tabla 4. Correlación de las líneas de mercancía. Encuesta Mensual de Comercio al por Menor - EMCM

Grupos de mercancías. Tradicional - MMCM	Líneas Correlación	Líneas Rediseño	Grupos de mercancías. Rediseño - EMCM
<b>Total comercio minorista sin combustibles</b>	*		<b>Total comercio minorista</b>
<b>Total comercio minorista sin combustibles ni vehículos</b>	*		<b>Total comercio minorista sin combustibles</b>
			<b>Total comercio minorista sin combustibles ni vehículos</b>
1. Alimentos (víveres en general) y bebidas no alcohólicas	1		1 Alimentos (víveres en general) y bebidas no alcohólicas
2. Licores y cigarrillos	2		2 Bebidas alcohólicas, cigarrillos, cigarrillos y productos del tabaco
3. Productos textiles y prendas de vestir	3		3 Prendas de vestir y textiles
4. Calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero	4		4 Calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero
5. Productos farmacéuticos	5		5 Productos farmacéuticos y medicinales
6. Productos de aseo personal, cosméticos y perfumería	6		6 Productos de aseo personal, cosméticos y perfumería
7. Electrodomésticos y muebles para el hogar			7 Electrodomésticos y muebles para el hogar
8. Equipo de informática, hogar	7**		8 Equipo de informática y telecomunicaciones para uso personal o doméstico
9. Artículos y utensilios de uso doméstico	8		9 Artículos y utensilios de uso doméstico
10. Productos para el aseo del hogar	9		10 Productos para el aseo del hogar
11. Libros, papelería, periódicos y revistas	10		11 Libros, papelería, periódicos, revistas y útiles escolares
12. Artículos de ferretería, vidrios y pinturas	11		12 Artículos de ferretería, vidrios y pinturas
13. Repuestos y accesorios para vehículos			13 Repuestos, partes, accesorios y lubricantes para vehículos
14. Lubricantes para vehículos automotores	12***		
15. Vehículos automotores y motocicletas	13		14 Vehículos automotores y motocicletas
16. Otras mercancías no especificadas anteriormente	14		15 Otras mercancías para uso personal o doméstico, no especificadas anteriormente
No registra	N.A.		16 Combustibles para vehículos automotores

N.A. No aplica

**Convenciones del tipo de correlación**

Un grupo con un grupo
  Varios grupos a un grupo
  No aplica correlación

\* Únicamente son comparables los totales: sin combustibles y sin combustibles ni vehículos, puesto que en la publicación de la anterior muestra no se incluía esta mercancía.

\*\* Se agregan temporalmente las líneas de mercancía de electrodomésticos y muebles para el hogar, y equipo de informática para el hogar, porque en la muestra mensual anterior, electrodomésticos y muebles para el hogar incluía además de los muebles todo tipo de electrodomésticos, mientras que en el rediseño los artículos de audio y video salen de esta línea y se incluyen en la línea de equipo de informática y telecomunicaciones para uso personal o doméstico.

Este cambio se realiza dado que en la actualidad los equipos de audio y video tienen un alto componente electrónico, conllevando a que contablemente muchas fuentes los registren en un sólo ítem.

\*\*\* Las líneas de repuestos y accesorios para vehículos y lubricantes para vehículos no son comparables directamente, porque en la anterior muestra mensual los lubricantes se publicaban por separado; mientras que en el rediseño se agregan con los repuestos y accesorios para vehículos.

Este cambio se debe a que el peso de la venta de lubricantes no es suficientemente representativa para ser publicada por separado y el grupo de mercancía más homogéneo para su agregación es el de repuestos y accesorios para vehículos automotores.



Como se evidencia en la tabla 4 las series empalmadas corresponden a 14 dominios, en lugar de los 16 de la muestra anterior y de los que se generarán en el rediseño, dada la necesidad de agregar cuatro dominios en dos.

## **Empalme de series total ventas y personal ocupado para Bogotá.**

Para el empalme de las series de ventas y personal ocupado de Bogotá, publicado tradicionalmente por la Muestra Trimestral de Comercio de Bogotá, se partió desde la serie mensual y se realizó por el método de retropolación privilegiando la variación anual trimestral.

## **Empalme de series por actividad económica.**

La muestra anterior se realizó a partir de la CIIU Rev. 3 A.C., una de las mejoras de la muestra rediseñada es dar alcance a la CIIU Rev. 4 A.C.; por tanto, para realizar el empalme de las series se generó una correlación entre los dominios en las dos revisiones de la CIIU (Ver Tabla 5).

Aunque cada una de las empresas que hacen parte de la muestra de la EMCM cuenta con la clasificación a cuatro dígitos de la CIIU Rev.4 A.C., no es posible realizar una comparación a los niveles de los dominios del rediseño, la restricción surge en razón a que los dominios de representatividad de la muestra rediseñada agregan varias clases de la clasificación.

Para generar las correlativas entre las dos versiones de la CIIU, se partió del análisis de los 16 dominios publicados en revisión CIIU Rev.3 A.C., y los 16 que se publicarán en el rediseño, se encontró que:

- Cinco (5) dominios tienen relación directa, uno a uno, con la revisión 4 A.C.
- Cinco (5) dominios tienen relación de varias a uno, con la revisión 4 A.C.; es decir, es necesario agregar algunos de los dominios de estudio de la CIIU Rev. 3 A.C., para hacerlos comparables con los dominios en versión CIIU Rev. 4 A.C.
- Un dominio no es comparable: corresponde a las empresas cuya actividad principal es el comercio de combustibles, las cuales no eran objeto de estudio en la muestra anterior.

Cabe precisar que por actividad económica no se generaban totales, por tanto, no aparece en las series empalmadas. El total del comercio se empalmó con las series de líneas de mercancía.

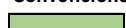

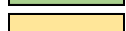
Si bien es cierto que a nivel de actividades económicas es necesario realizar un mayor nivel de agregación que en las líneas de mercancía, también es cierto que normalmente la

información más utilizada por los usuarios es la generada a nivel de líneas de mercancía, la cual cuenta con un nivel de correlación bastante significativo.

Tabla 5. Correlación de las actividades económicas. Encuesta Mensual de Comercio al por Menor – EMCM

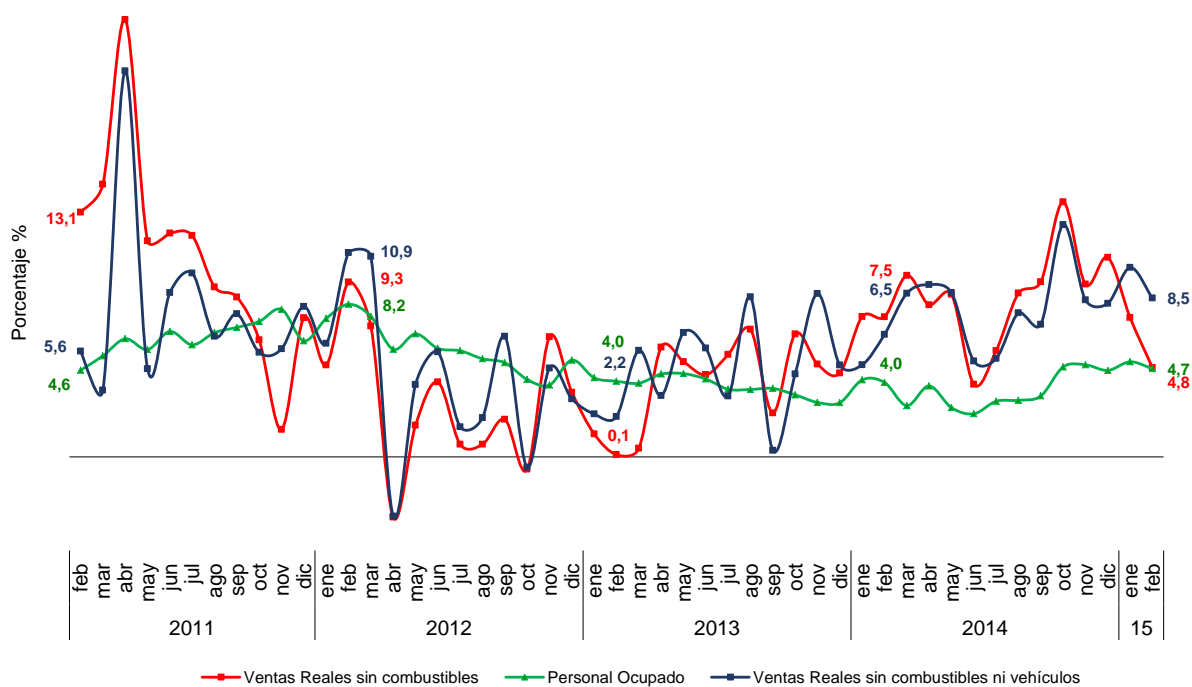
CIU Rev. 3 A.C.				CIU Rev. 4 A.C.				
No	CORRELA	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	Dominios correlación	Dominios rediseño	CORRELA	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN
1	5010	5010	Vehículos automotores	1	1	451	4511	Vehículos y motocicletas
2	5040	5040	Motocicletas y sus partes				4541	
3	5030	5030	Partes piezas y accesorios	2	2	4530	4530	Repuestos para vehículos
4	5219	5219	No especializados principalmente diferente alimentos	3	3	4719	4719	No especializados dif de alimentos
5	5211	5211	No especializados principalmente alimentos	4	4	4711_2	4711	No especializado y especializado alimentos
6	5220	5221	Especializado en alimentos				4721	
		5222					4722	
		5223					4723	
		5224					4724	
		5225					4729	
7	5231	5231	Especializado en productos farmacéuticos, perfumería y de tocador	5	5	4773	4773	Farmacéuticos, medicinales, cosméticos y tocador
8	5232	5232	Especializado en textiles	6	6	4771	4751	Prendas de vestir y textiles
9	5233	5233	Especializado en prendas de vestir y sus accesorios				4771	
10	5234	5234	Especializado en calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero	7	7	4772	4772	Calzado y artículos de cuero y sucedáneos del cuero
11	5244	5244	Especializado en libros, periódicos y artículos de papelerías	8	8	4761	4761	Libros, periódicos, artículos de papelería y escritorio
12	5235	5235	Especializado en electrodomésticos	9	9	4754	4742	Electrodomésticos, artículos de uso doméstico, muebles y equipos de iluminación
13	5236	5236	Especializado en muebles para el hogar				4754	
14	5237	5237	Especializado en equipo y artículos de uso doméstico				4755	
15	5239	5239	Especializado en otros productos de consumo doméstico	10	10	4759	4759	Otros productos n.c.p.
16	5245	5241	Especializados en ferretería; pintura; equipo de informática hogar; equipo fotográfico, óptico y de precisión; lubricantes y aditivos; y otros productos.				4752	
		5242					4753	
		5243					4769	
		5244					4774	
		5249		11	4741	4741	Informática, sonido y video	
		5052	Comercio al por menor de lubricantes (aceites, grasas), aditivos y productos de limpieza para vehículos automotores		12	473	4732	Combustibles y lubricantes para vehículos
No registra	5051	5051	Lubricantes para vehículos	N. A.			4731	

#### Convenciones del tipo de correlación

	Un grupo a un grupo	5 dominios		No aplica correlación	1 dominio
	Varios grupos a un grupo	5 dominios			

## Series empalmadas

Gráfico 20  
Variación anual de las ventas reales y el personal ocupado del comercio minorista  
Total nacional  
Febrero (2011 - 2015)



Fuente DANE – MMCM - EMCM

Nota: Las variaciones anuales de las ventas corresponden al total sin combustibles y sin combustibles ni vehículos, debido a que son los datos comparables históricamente, porque anteriormente no se publicaba información sobre combustibles. La serie de ventas y personal se empalman por el método de retroprolación.

## Ficha metodológica

**Objetivo:** Medir el comportamiento del comercio al por menor y de vehículos automotores, sus partes, piezas y accesorios, a partir de las variables: ventas, personal ocupado, y sueldos y salarios per cápita causados en las empresas investigadas; y de manera relacionada el consumo de las familias, en el corto plazo.

### **Cobertura geográfica:**

Total comercio al por menor: nacional

Grandes almacenes e hipermercados minoristas: nacional

Comercio de vehículos: nacional

Ciudades: Barranquilla, Bogotá, Bucaramanga, Cali y Medellín.

### **Alcance temático:**

- Total comercio al por menor nacional: información sobre ventas, personal ocupado, y sueldos y salarios per cápita causados en las empresas investigadas; y de manera relacionada el consumo de las familias, en el corto plazo.

En cuanto a los dominios de estudio por actividad económica principal se estudian las empresas cuya actividad principal es el comercio de vehículos automotores y motocicletas, sus partes, piezas y accesorios, así como las dedicadas al comercio al por menor (incluso el comercio al por menor de combustibles).

Grandes almacenes e hipermercados minoristas: información sobre ventas y personal ocupado.

- Comercio de vehículos nuevos: unidades y valores por categoría y origen (nacional e importado)
- Ciudades: información sobre ventas y personal ocupado.

Se excluyen aquellas empresas:

- En las que los mayores ingresos se generan por el mantenimiento o reparación de mercancías.
- Cuyos mayores ingresos se generan por el comercio al por menor de artículos de segunda mano, se realiza en puestos de venta móviles, o no se realiza en establecimientos.

## **Universo de estudio:**

- Total comercio al por menor nacional: empresas cuyos ingresos anuales fueron iguales o superiores a \$2.818 millones de 2011 (dato que se actualiza cada año de acuerdo con el comportamiento del Índice de precios al Consumidor – IPC), y/o con 20 o más personas ocupadas promedio, cuya actividad principal es el comercio al por menor de mercancías, comercio de vehículos automotores o productos nuevos.

Grandes almacenes e hipermercados minoristas: empresas que para 2011 tuvieron ingresos por ventas anuales iguales o superiores a \$28.200 millones de 2011 (dato que se actualiza cada año de acuerdo con el comportamiento del Índice de Precios al Consumidor – IPC) y/o con 200 o más personas ocupadas promedio.

- Comercio de vehículos nuevos empresas importadoras de vehículos cuya actividad principal corresponde al comercio de vehículos automotores nuevos de producción nacional o importados, así como las empresas ensambladoras de vehículos.

- Ciudades: unidades locales ubicadas en Barranquilla, Bogotá, Bucaramanga, Cali o Medellín, pertenecientes a las empresas cuyos ingresos nacionales anuales fueron iguales o superiores a \$2.818 millones de 2011, dato que se actualiza cada año de acuerdo con el comportamiento del IPC, y/o con 20 o más personas ocupadas promedio.

## **Tipo de investigación:**

- Total comercio al por menor nacional: muestra probabilística estratificada aleatoria.

Grandes almacenes e hipermercados minoristas: censo de las empresas que cumplen con los parámetros para ser objeto de estudio.

- Comercio de vehículos nuevos: censo de las empresas importadoras de vehículos y ensambladoras de vehículos en el país.

- Ciudades: muestra probabilística estratificada aleatoria.

## **Unidad estadística:**

Unidad de muestreo, observación y análisis:

- Total comercio al por menor nacional: la empresa dedicada a la actividad de comercio al por menor.

- Grandes almacenes e hipermercados minoristas: la empresa dedicada a la actividad de comercio al por menor.

- Comercio de vehículos nuevos: las empresas importadoras y ensambladoras de vehículos en el país.

- Ciudades: la unidad local de las empresas dedicadas a la actividad de comercio al por menor, cuyos ingresos anuales nacionales corresponden a \$2.818 millones y/o que tienen 20 o más personas ocupadas en 2011.

**Población objetivo:**

- Empresas dedicadas al comercio al por menor dedicadas a la “reventa” (venta sin transformación) de mercancías o productos, destinados para el consumo o uso personal o doméstico, que se encuentran en el territorio nacional y que hacen parte del universo de estudio.
- Empresas importadoras o ensambladoras de vehículos que se encuentran en el territorio nacional y que hacen parte del universo de estudio.

**Periodicidad:** mensual

## Glosario

---

**Actividad:** Proceso o grupo de operaciones que constituyen una unidad y su resultado es un conjunto de bienes y servicios. (CIIU Rev. 4 A.C p.494).

**Actividad CIIU Rev.4 A.C:** se encarga de establecer una estructura dentro de la cual deben presentarse las estadísticas de las actividades económicas de los diferentes sectores productivos del país. 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.

**CIIU REV. 4 A.C.:** Clasificación Industrial Internacional Uniforme de Todas las Actividades Económicas. Revisión 4 Adaptada para Colombia.

**CIIU Rev. 4 A.C. División 45.** Comercio, mantenimiento y reparación de vehículos automotores y motocicletas, sus partes, piezas y accesorios: comercio al por mayor y al por menor de vehículos automotores, motocicletas, camiones, su mantenimiento y reparación; el comercio de partes, piezas (autopartes) y accesorios (lujos) para vehículos automotores; las actividades de los agentes de venta de vehículos en comisión o por contrata; el lavado, lustramiento (polichado), despinchado y remolque de vehículos, entre otros. (CIIU Rev. 4 A.C.)

**CIIU Rev. 4 A.C. DIVISIÓN 47** Comercio al por menor (incluso el comercio al por menor de combustibles), excepto el de vehículos automotores y motocicletas. Comprende la reventa (venta sin transformación) al público en general, realizada en almacenes por departamentos, tiendas, supermercados, cooperativas de consumidores, de productos nuevos para su consumo y uso personal o doméstico. . (CIIU Rev. 4 A.C.)

**Clasificación:** agrupamiento de objetos en conjuntos homogéneos de acuerdo con criterios preestablecidos y en función del uso que tendrá la clasificación. Los conjuntos conformados son además exhaustivos, cubren la totalidad de los elementos del universo, mutuamente excluyentes, un objeto pertenece a una y sólo una categoría de un mismo nivel. Para la Muestra Mensual de Comercio al por Menor, se han clasificado las mercancías en 16 grupos. (Ver resumen metodológico o formulario Muestra Mensual de Comercio al por Menor).

**Comercio:** para efectos de las investigaciones económicas que realiza el DANE, se define comercio como "la reventa (venta sin transformación) de mercancías o productos nuevos o usados, 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 (venta sin transformación) de mercancías o productos nuevos o usados, a la vista del público en general, destinados exclusivamente para su consumo o uso personal o doméstico. Para efectos de las investigaciones de comercio que realiza el DANE, 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, ni la venta de mercancías usadas.”

**Comercio especializado:** se refiere al comercio del establecimiento cuando la mayoría de sus ventas pertenecen a una clase de artículos, por ejemplo cuando los productos agrícolas participa con la mitad o más de todas las ventas del establecimiento se consideraría “Comercio al por menor de productos agrícolas para el consumo en establecimientos especializados”, actividad 4721. (Basado en CIIU Rev. 4 A.C.)

**Comercio no especializado:** se refiere al comercio del establecimiento cuando sus ventas se encuentran distribuidas porcentualmente en diferentes clases de productos sin una participación marcada de un tipo de productos.

**Empresa comercial:** es la unidad estadística a la que se refiere los datos solicitados en las investigaciones del sector comercio y define como: “la combinación de actividades y recursos que de manera independiente realiza una empresa o una parte de una empresa, para la reventa (venta sin transformación) del grupo más homogéneo posible de bienes nuevos o usados, en un emplazamiento o desde un emplazamiento o zona geográfica, y de la cual se llevan registros independientes sobre compras y ventas de mercancías, costos y gastos, remuneraciones, personal ocupado, inversiones en activos fijos y demás recursos físicos que se utilizan en el proceso de comercialización y en las actividades auxiliares o complementarias a esta, entendiéndose como actividades auxiliares las que proveen servicios a la empresa y que se toman como parte de sus labores y recursos”.

**Establecimiento:** empresa o parte de una empresa que, de manera independiente, se dedica exclusivamente a un tipo de actividad económica en un emplazamiento o desde un emplazamiento o dentro de una zona geográfica y respecto de la cual, como unidad estadística de observación, existen o pueden recopilarse con alguna precisión datos que permiten calcular la producción y sus costos.

**Marco muestral:** es un subconjunto del directorio en el cual se extraen los registros de los establecimientos de interés para una investigación en especial, los cuales conforman el universo de estudio.

**Mes de referencia:** es el lapso de tiempo del cual se desea obtener información. Comprende los 30 días del mes investigado (n).

**Mes de recolección:** es el lapso de tiempo en que la empresa suministra la información al DANE. Corresponde al mes siguiente al mes de referencia (n+1).



**Muestra probabilística:** es una parte de un universo, obtenida mediante selección aleatoria, usando un diseño muestral  $p(\cdot)$ , el cual asegura que todos y cada uno de los elementos, tengan una probabilidad conocida, mayor de cero, de ser incluidos en la muestra. El objetivo de seleccionar una muestra es conocer a través de ella características de la población que se desconocen, como frecuencias de ocurrencia de un suceso, promedios, totales, proporciones, etc.

**Personal ocupado:** corresponde al personal promedio ocupado en la empresa, hombres y mujeres, contratado en forma directa, por esta o a través de agencias de empleo diferenciando de estos a los propietarios, socios y familiares con remuneración fija, vendedores a domicilio y comisionistas que no sean empleados de la empresa.

En la Muestra Mensual de Comercio al por Menor se solicita esta información teniendo en cuenta el tipo de vinculación así:

1. Personal permanente
2. Personal temporal contratado directamente por la empresa
3. Personal temporal contratado a través de agencias de empleo

**Unidad informante:** la unidad informante es la empresa comercial minorista, definida como "la unidad económica, que bajo una denominación jurídica única, en uno o más establecimientos, abarca, controla y dirige, directa o indirectamente, el conjunto de actividades y recursos de su propiedad, necesarios para el desarrollo de la función económica u objeto social motivo de su constitución".

**Ventas:** es el intercambio de un bien o servicio por un valor monetario establecido de acuerdo con las características del mismo. Para efectos de la Encuesta Mensual de Comercio al por Menor y Comercio de Vehículos se investigan las ventas totales por agrupación comercial y por línea de mercancía efectuadas durante el mes por el (los) establecimiento(s) cualquiera sea el plazo o la forma de pago (a crédito o al contado/efectivo, cheque o tarjeta de crédito), sin incluir impuestos indirectos (IVA y consumo).



*Si requiere información adicional, contáctenos a través del correo*  
**contacto@dane.gov.co.**

*Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE)*  
*Bogotá, D.C. – Colombia*

**www.dane.gov.co**