

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



- 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
Carlos Felipe Prada Lombo

Director de Metodología y Producción Estadística
Eduardo Efraín Freire Delgado

RESUMEN

En julio de 2015, las ventas reales y el personal ocupado del comercio minorista aumentaron 4,5% y 4,0% respectivamente, comparados con el mismo mes de 2014. Excluyendo el comercio de vehículos automotores y motocicletas, la variación de las ventas reales fue 6,1%; excluyendo el comercio de combustibles la variación fue 4,6%.

Total comercio

- El crecimiento de 4,5% registrado por las ventas minoristas del comercio en julio de 2015 se explicó principalmente por las líneas de alimentos (víveres en general) y bebidas no alcohólicas; repuestos, partes, accesorios y lubricantes para vehículo; electrodomésticos, muebles para el hogar y equipo de informática y telecomunicaciones para uso personal o doméstico; prendas de vestir y textiles; y combustibles para vehículos automotores, con un aporte conjunto de 3,7 puntos porcentuales. En contraste la línea de vehículos automotores y motocicletas restó 0,6 puntos porcentuales al comportamiento del sector. El incremento de 4,0% registrado por el personal ocupado en julio de 2015 fue resultado del aumento de 5,2% en el personal permanente, 3,7% en el temporal contratado directamente, mientras que el personal contratado a través de empresas presentó una disminución de 3,7%.
- Durante los primeros siete meses de 2015, las ventas reales del comercio minorista presentaron un incremento de 3,6% respecto al mismo período del año anterior. Las mayores contribuciones positivas a la variación año corrido de las ventas reales, estuvieron a cargo de las líneas de alimentos (víveres en general) y bebidas no alcohólicas; repuestos, partes, accesorios y lubricantes para vehículos; electrodomésticos, muebles para el hogar y equipo de informática y telecomunicaciones para uso personal o doméstico; artículos de ferretería, vidrios y pinturas; y productos de aseo personal, cosméticos y perfumería, con un aporte conjunto de 3,3 puntos porcentuales. En contraste la línea de vehículos automotores y motocicletas restó 1,0 punto porcentual al comportamiento del sector. El personal ocupado promedio del comercio registró una variación de 4,9% frente a la registrada en el mismo período del año anterior. La contratación registró un incremento de 4,8% en el personal permanente, 5,7% en el personal temporal directo y 3,3% en el personal temporal contratado a través de empresas.

- En los últimos doce meses hasta julio de 2015, las ventas reales del comercio minorista presentaron un incremento de 5,9% respecto al año precedente. Las mayores contribuciones positivas a la variación de las ventas en los últimos doce meses hasta julio de 2015, estuvieron a cargo de las líneas de alimentos (víveres en general) 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; vehículos automotores y motocicletas; y artículos de ferretería, vidrios y pinturas con un aporte conjunto de 4,0 puntos porcentuales. El personal ocupado promedio del comercio en los últimos doce meses hasta julio de 2015 registró una variación de 4,7% frente a la registrada en el año precedente. La contratación registró un incremento de 4,7% en el personal permanente, de 4,9% en el personal temporal directo; y de 4,0% en el personal temporal contratado a través de empresas.

Ciudades

- Durante el mes de julio de 2015, las ventas reales del comercio minorista aumentaron en cuatro de las cinco ciudades estudiadas. Los mayores crecimientos los registraron las ciudades de Cali 5,8% y Medellín 4,4%, mientras que Bucaramanga presentó la única variación negativa de 5,0%.
- Los mayores aumentos en el personal ocupado se presentaron en Cali 5,2% y Medellín 3,1%, mientras que Bucaramanga presentó la única variación negativa de 0,2%.
- En los primeros siete meses del año, las ventas reales del comercio minorista crecieron en tres de las cinco ciudades investigadas con relación al mismo período del año anterior. Los mayores crecimientos se registraron en Medellín 4,3% y Cali 3,7%, mientras que Bucaramanga y Bogotá presentaron variaciones negativas de 2,9% y 0,2% respectivamente.
- En los últimos doce meses hasta julio de 2015, las ventas reales del comercio minorista en las cinco principales ciudades del país aumentaron con relación al mismo período del año anterior. Los mayores crecimientos se registraron en Medellín 5,7% y Cali 5,0%.

Grandes Almacenes

- En julio de 2015, los Grandes Almacenes e Hipermercados minoristas vendieron un total de \$3,6 billones y ocuparon 159.897 personas.
- En los primeros siete meses de 2015, las ventas del comercio minorista en los Grandes Almacenes, ascendieron a \$23,8 billones, y el personal ocupado promedio mensual fue de 159.282 personas.
- En los últimos doce meses hasta julio de 2015, las ventas del comercio minorista en los Grandes Almacenes ascendieron a \$41,8 billones, y el personal ocupado promedio mensual fue de 158.700 personas.

Vehículos

- En julio de 2015, las ensambladoras y las importadoras directas de vehículos incrementaron sus ventas en 3,5% explicado por el crecimiento en la venta de dos de las cuatro categorías investigadas, la mayor contribución positiva se registró en la venta de camperos y camionetas (4,4 p.p.), mientras que la mayor contribución negativa se registró en la venta de vehículos de transporte público (-3,3 p.p.).
- Durante los primeros siete meses de 2015, las ventas de vehículos realizadas por las ensambladoras de vehículos y las importadoras directas presentaron una reducción de 2,0% respecto al mismo período de 2014. Las mayores contribuciones negativas se registraron en la venta de vehículos de transporte público (-3,9 p.p.) y camperos y camionetas (-1,2 p.p.), contrarrestada por la venta de automóviles particulares (3,7 p.p.).
- En los últimos doce meses hasta julio de 2015, las ventas de vehículos realizadas por las ensambladoras de vehículos y las importadoras directas tuvieron un incremento de 6,6% respecto al año inmediatamente anterior. Las principales contribuciones positivas a esta variación las realizaron las categorías de automóviles particulares (5,7 p.p.) y camperos y camionetas con (1,9 p.p.), mientras que la única contribución negativa la registró la venta de vehículos de transporte público (-1,9 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 junio 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 JULIO 2015

1.1. EVOLUCIÓN DE LAS PRINCIPALES VARIABLES TOTAL NACIONAL

En julio de 2015, las ventas reales y el personal ocupado del comercio minorista aumentaron 4,5% y 4,0% respectivamente, comparados con el mismo mes de 2014. Excluyendo el comercio de vehículos automotores y motocicletas, la variación de las ventas reales fue 6,1%; excluyendo el comercio de combustibles la variación fue 4,6%.

Tabla 1.

Resumen del comportamiento de las principales variables

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

Fuente DANE – EMCM

1.2. VENTAS REALES

1.2.1. Grupos de mercancías

Variación anual: julio 2015 / julio 2014

En julio de 2015, las ventas del comercio minorista aumentaron 4,5% respecto a las registradas en igual mes de 2014. Las principales contribuciones positivas a la variación total de las ventas en el mes, las realizaron las líneas de alimentos (víveres en general) y bebidas no alcohólicas; repuestos, partes, accesorios y lubricantes para vehículo; electrodomésticos, muebles para el hogar y equipo de informática y telecomunicaciones para uso personal o doméstico; prendas de vestir y textiles; y combustibles para vehículos automotores, con un aporte conjunto de 3,7 puntos porcentuales. En contraste la línea de vehículos automotores y motocicletas restó 0,6 puntos porcentuales al comportamiento del sector.

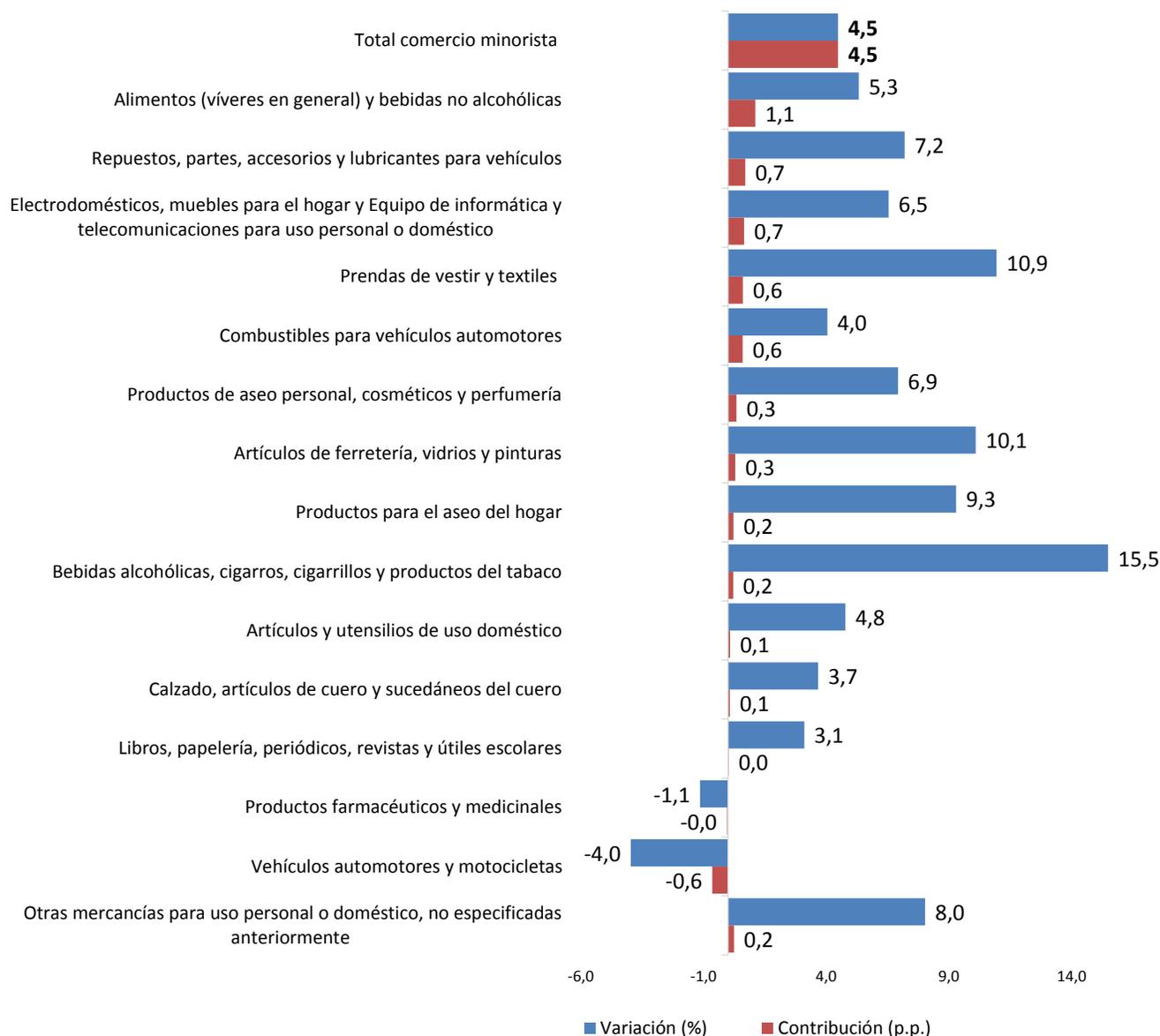
Los grupos de mercancías que presentaron los mayores crecimientos fueron: bebidas alcohólicas, cigarrillos y productos del tabaco; prendas de vestir y textiles; artículos de ferretería, vidrios y pinturas; y productos para el aseo del hogar. (Gráfico 1)

Variación año corrido: enero - julio (2015/2014)

Durante los primeros siete meses de 2015, las ventas reales del comercio minorista presentaron un incremento de 3,6% respecto al mismo período del año anterior. Las mayores contribuciones positivas a la variación año corrido de las ventas reales, estuvieron a cargo de las líneas de alimentos (víveres en general) y bebidas no alcohólicas; repuestos, partes, accesorios y lubricantes para vehículo; electrodomésticos, muebles para el hogar y equipo de informática y telecomunicaciones para uso personal o doméstico; artículos de ferretería, vidrios y pinturas; y productos de aseo personal, cosméticos y perfumería, con un aporte conjunto de 3,3 puntos porcentuales. En contraste la línea de vehículos automotores y motocicletas restó 1,0 puntos porcentuales al comportamiento del sector.

Las líneas que registraron los mayores crecimientos durante este período, fueron: artículos de ferretería, vidrios y pinturas; bebidas alcohólicas, cigarrillos y productos del tabaco; productos para el aseo del hogar; y otras mercancías para uso personal o doméstico, no especificadas anteriormente. (Gráfico 2)

Gráfico 1. Variación y contribución anual de las ventas reales, según grupos de mercancías
Total nacional
Julio 2015 / julio 2014

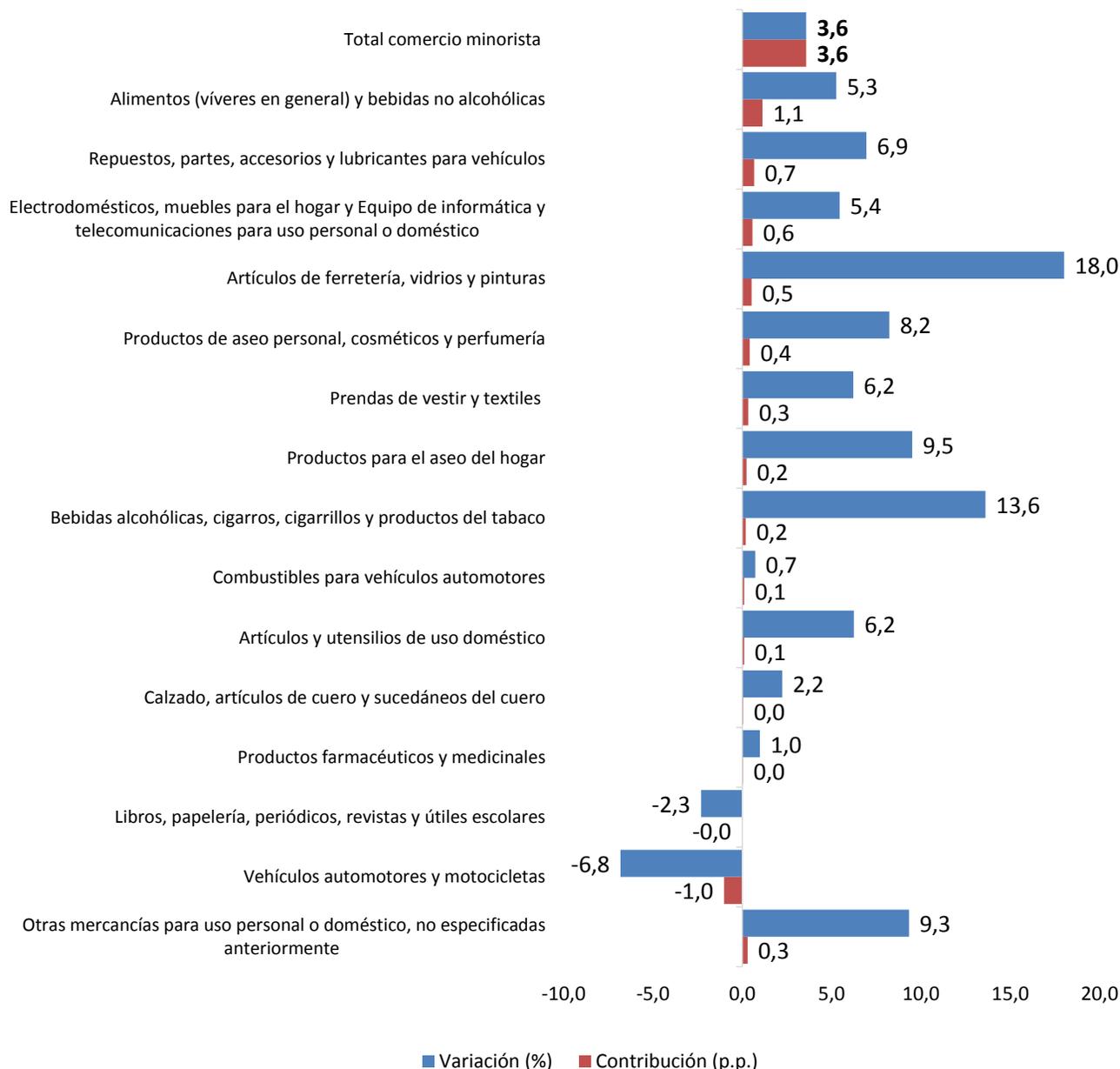


Fuente DANE – EMCM

*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 2. Variación y contribución año corrido de las ventas reales del comercio minorista, según grupos de mercancías
Total nacional
Enero - julio (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.

Variación doce meses: agosto 2014 – julio 2015 / agosto 2013 – julio 2014

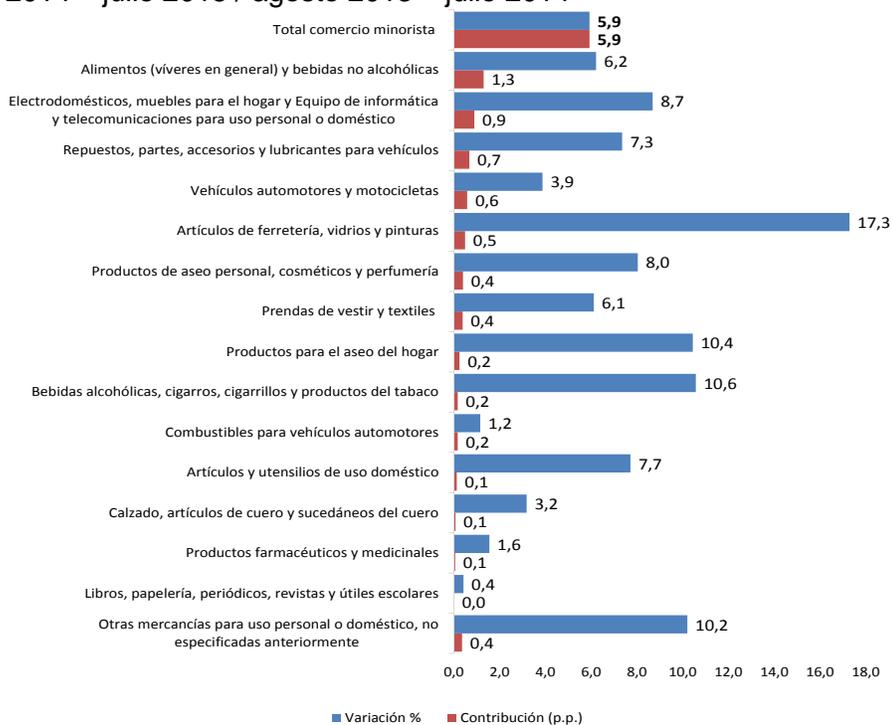
En los últimos doce meses hasta julio de 2015, las ventas reales del comercio minorista presentaron un incremento de 5,9% respecto al año precedente. Las mayores contribuciones positivas a la variación de las ventas en los últimos doce meses hasta julio de 2015, estuvieron a cargo de las líneas de alimentos (víveres en general) 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; vehículos automotores y motocicletas; y artículos de ferretería, vidrios y pinturas con un aporte conjunto de 4,0 puntos porcentuales.

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; productos para el aseo del hogar; y otras mercancías para uso personal o doméstico, no especificados anteriormente.

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

Total nacional

Agosto 2014 – julio 2015 / agosto 2013 – julio 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: julio 2015 / julio 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 julio de 2015 los almacenes no especializados con surtido principalmente por alimentos y especializados en alimentos presentaron un crecimiento de 6,0%, y aquellos no especializados con surtido principalmente por productos diferentes de alimentos, bebidas y tabaco registraron un incremento de 11,5% en sus ventas.

En cuanto al comercio especializado, se destacaron por su contribución a la variación total, las ventas registradas por los almacenes dedicados al comercio de combustibles para automotores, lubricantes, aditivos y productos de limpieza para vehículos automotores; productos textiles, prendas de vestir y sus accesorios; partes, piezas y accesorios para vehículos automotores; y productos farmacéuticos, medicinales, odontológicos, artículos de perfumería, cosméticos y de tocador. (Gráfico 4)

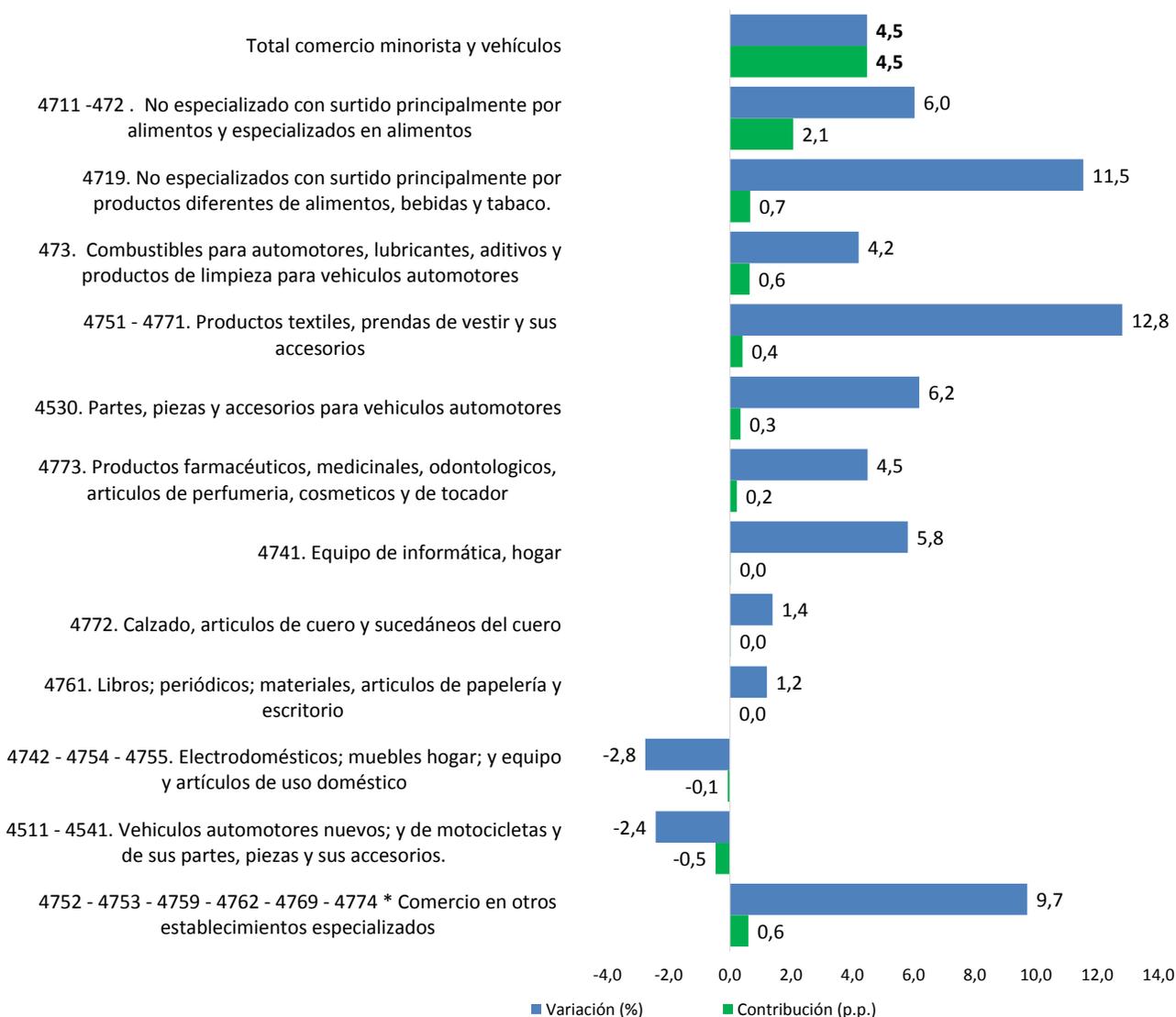
Variación año corrido: enero - julio (2015/2014)

Durante los primeros siete meses de 2015 los almacenes no especializados con surtido principalmente por alimentos y especializados en alimentos presentaron un crecimiento de 5,4%, y los no especializados con surtido principalmente por productos diferentes de alimentos, bebidas y tabaco incrementaron sus ventas reales en 11,1%.

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 sus accesorios; y productos farmacéuticos, medicinales, odontológicos, artículos de perfumería, cosméticos y de tocador. (Gráfico 5)

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

Total nacional
Julio 2015 / julio 2014

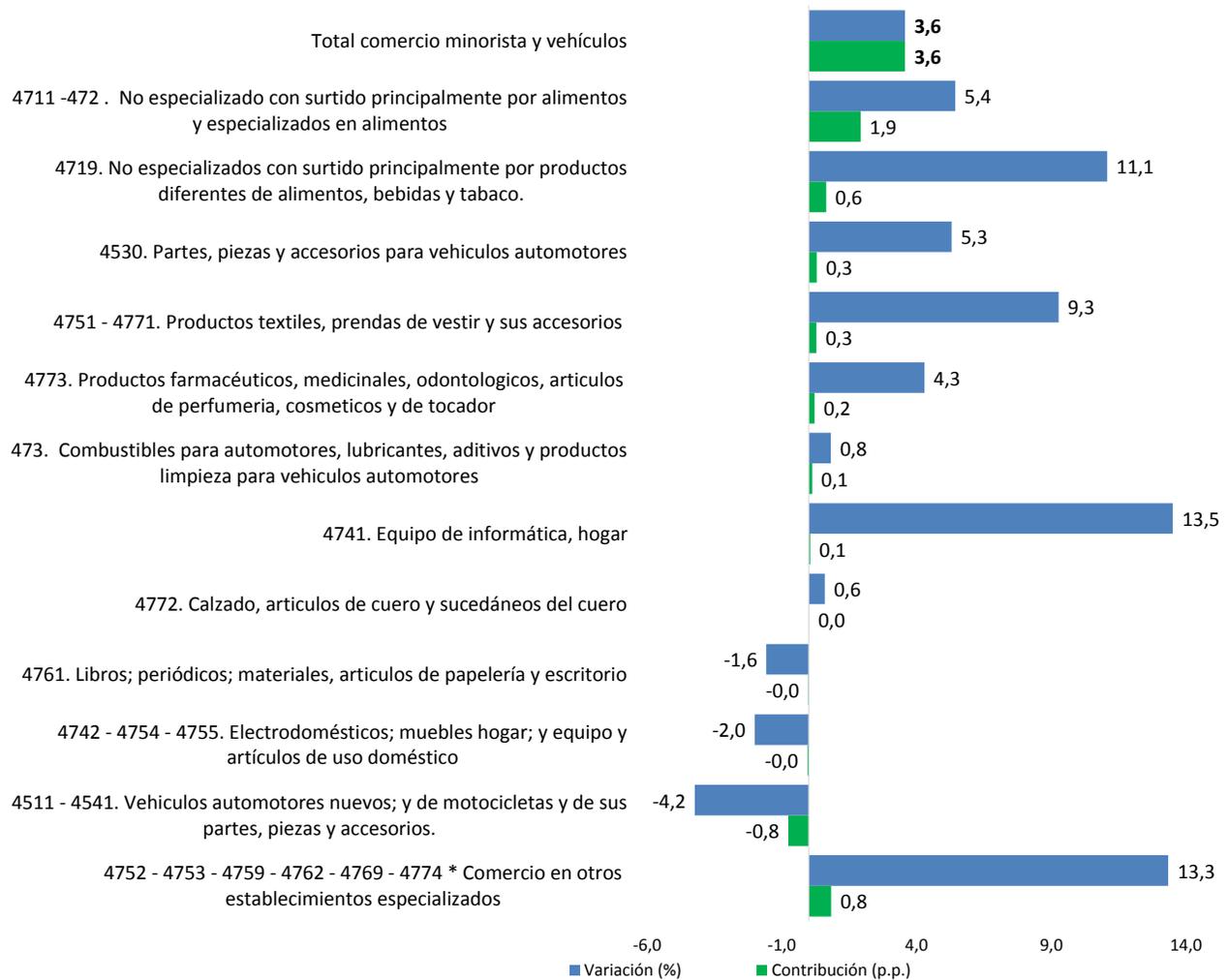


Fuente: DANE – EMCM

* 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 y contribución año corrido de las ventas reales del comercio minorista, según actividad comercial
Total nacional
Enero - julio (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: agosto 2014 – julio 2015 / agosto 2013 – julio 2014

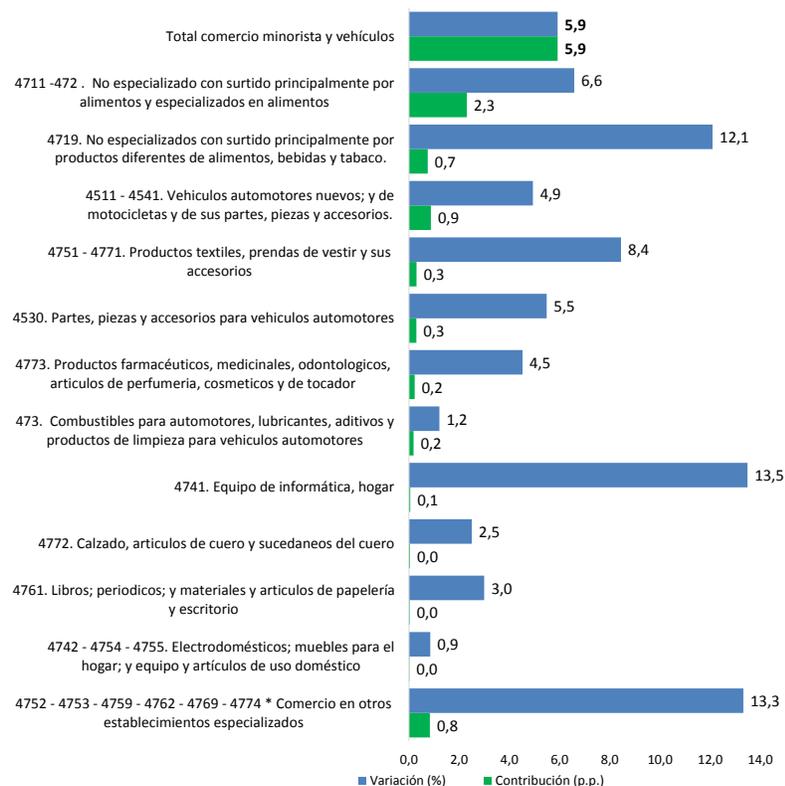
En los últimos doce meses hasta julio de 2015, los almacenes no especializados con surtido principalmente de alimentos y especializados en alimentos presentaron un crecimiento de 6,6%, y los no especializados con surtido principalmente por productos diferentes de alimentos, bebidas y tabaco incrementaron sus ventas reales en 12,1%.

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 nuevos, y de motocicletas y de sus partes piezas, piezas y accesorios; productos textiles, prendas de vestir y sus accesorios; partes, piezas y accesorios para vehículos automotores; y productos farmacéuticos, medicinales, odontológicos, y artículos de perfumería, cosméticos y de tocador.

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

Total nacional

Agosto 2014 – julio 2015 / agosto 2013 – julio 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.

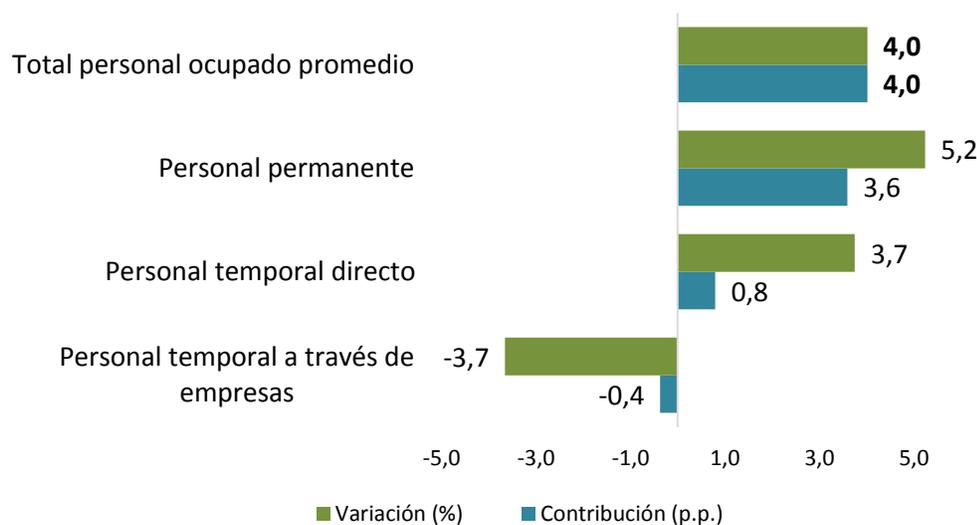
1.3. PERSONAL OCUPADO

1.3.1. Personal ocupado por categoría de contratación

Variación anual: julio 2015 / julio 2014

El personal ocupado por el comercio minorista en julio de 2015 aumentó 4,0%, frente al mismo mes del año anterior, como resultado del aumento de 5,2% en el personal permanente y 3,7% en el temporal contratado directamente, en contraste el personal contratado a través de empresas presentó una disminución de 3,7%.

Gráfico 7. Variación y contribución anual del personal ocupado, según categoría de contratación
Total nacional
Julio 2015 / julio 2014

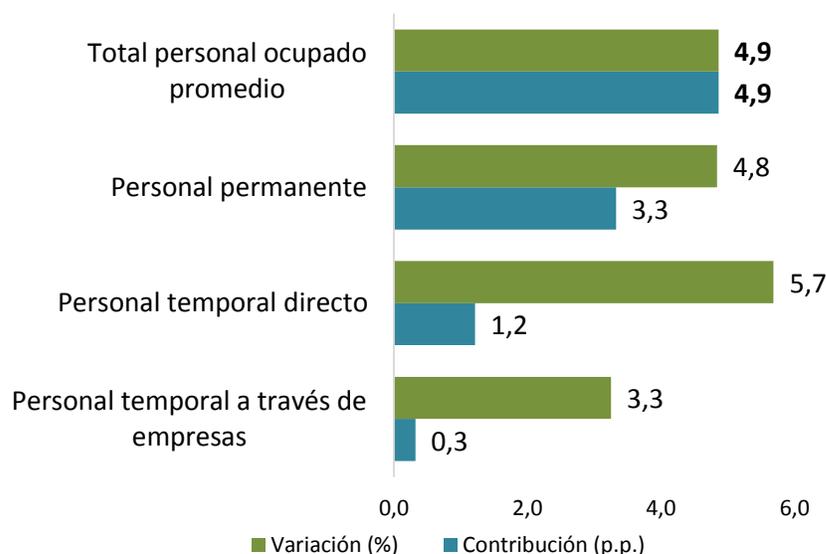


Fuente DANE – EMCM

Variación año corrido: enero – julio (2015/2014)

El personal ocupado por el comercio minorista en los primeros siete meses de 2015 aumentó 4,9%, frente al mismo período de 2014. La contratación registró un incremento de 4,8% en el personal permanente; 5,7% en el personal temporal directo y 3,3% en el personal temporal contratado a través de empresas. (Gráfico 8)

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



Fuente DANE – EMCM

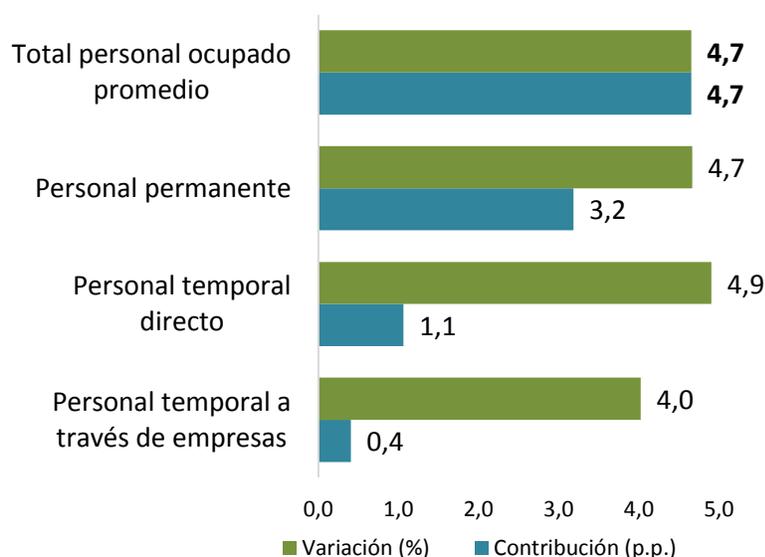
Variación doce meses: agosto 2014 – julio 2015 / agosto 2013 – julio 2014

El personal ocupado promedio del comercio en los últimos doce meses hasta julio de 2015 registró una variación de 4,7% frente a la registrada en el año precedente. La contratación registró un incremento de 4,7% en el personal permanente, de 4,9% en el personal temporal directo; y de 4,0% en el personal temporal contratado a través de empresas. (Gráfico 9)

Gráfico 9. Variación y contribución doce meses del personal ocupado, según categoría de contratación

Total nacional

Agosto 2014 – julio 2015 / agosto 2013 – julio 2014



Fuente DANE – EMCM

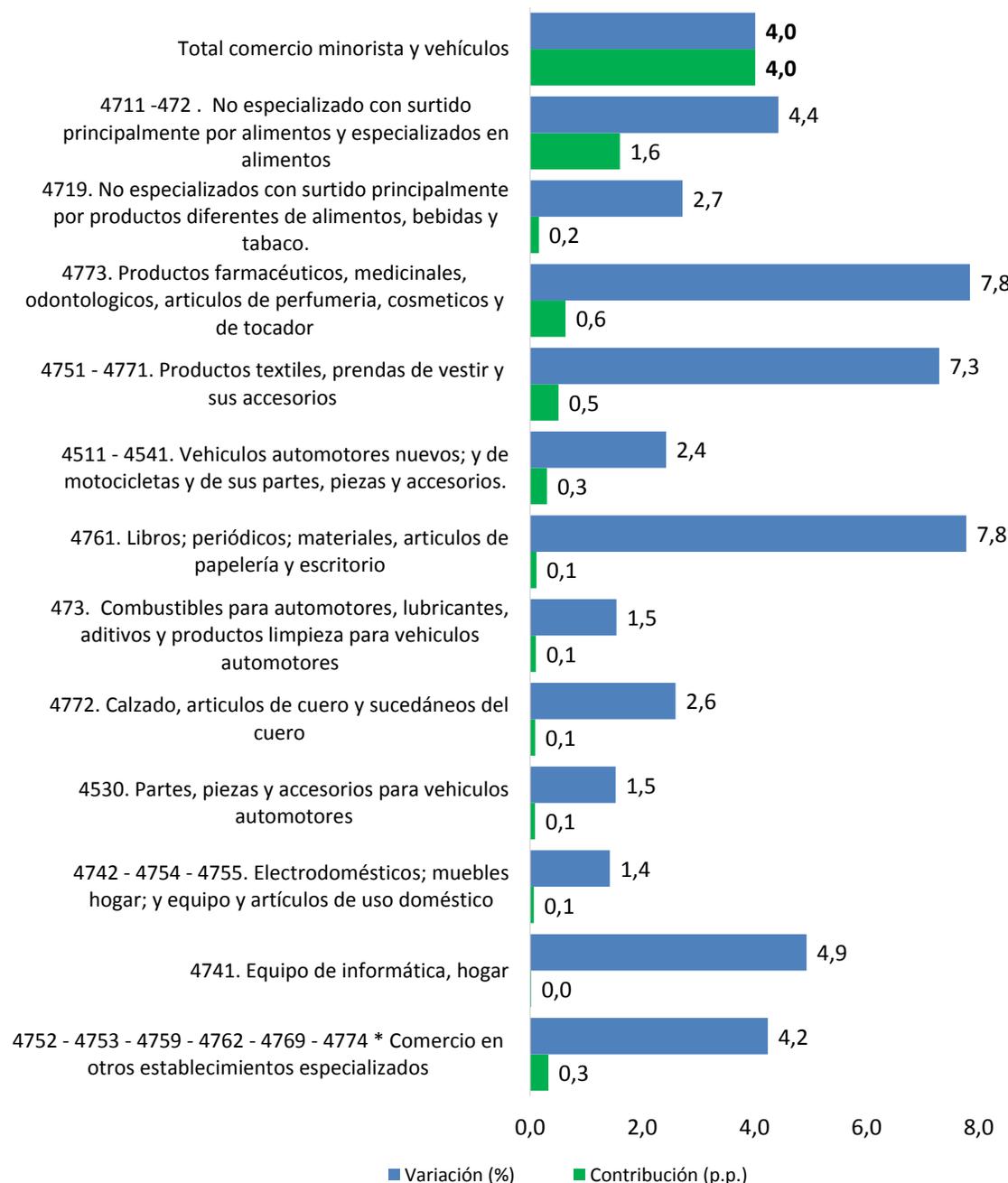
1.3.2. Personal ocupado por actividad económica CIIU Rev. 4 A.C.

Variación anual: julio 2015 / julio 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 julio de 2015 los almacenes no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos y especializados en alimentos presentaron un crecimiento de 4,4%, y aquellos no especializados con surtido principalmente por productos diferentes de alimentos, bebidas y tabaco registraron un incremento de 2,7% en la contratación de personal.

En cuanto al comercio especializado, por contribución se destaca la mayor contratación de personal registrada por los almacenes dedicados a la venta de productos farmacéuticos, medicinales, odontológicos, artículos de perfumería, cosméticos y de tocador; productos textiles, prendas de vestir y sus accesorios; y vehículos automotores nuevos, y de motocicletas y de sus partes, piezas y accesorios. (Gráfico 10)

Gráfico 10. Variación y contribución anual del personal ocupado, según actividad económica
Total nacional
Julio 2015 / julio 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 – julio (2015/2014)

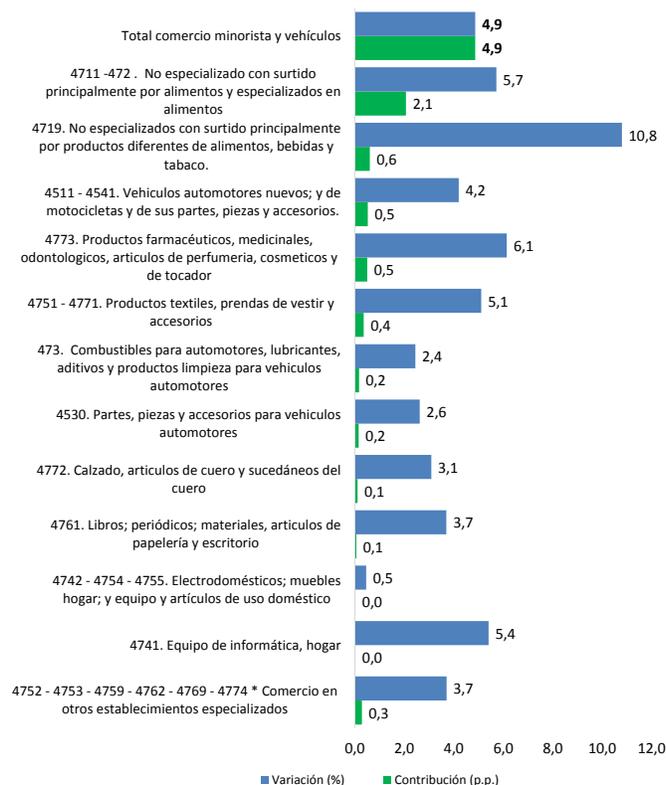
Durante los primeros siete meses de 2015, los almacenes no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos y especializados en alimentos presentaron un crecimiento de 5,7%, y aquellos no especializados con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos, bebidas y tabaco registraron un incremento de 10,8% en la contratación de personal.

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 y de sus partes, piezas y accesorios; productos farmacéuticos, medicinales, odontológicos, artículos de perfumería, cosméticos y de tocador; y productos textiles, prendas de vestir y accesorios.

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

Total nacional

Enero - julio (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: agosto 2014 – julio 2015 / agosto 2013 – julio 2014

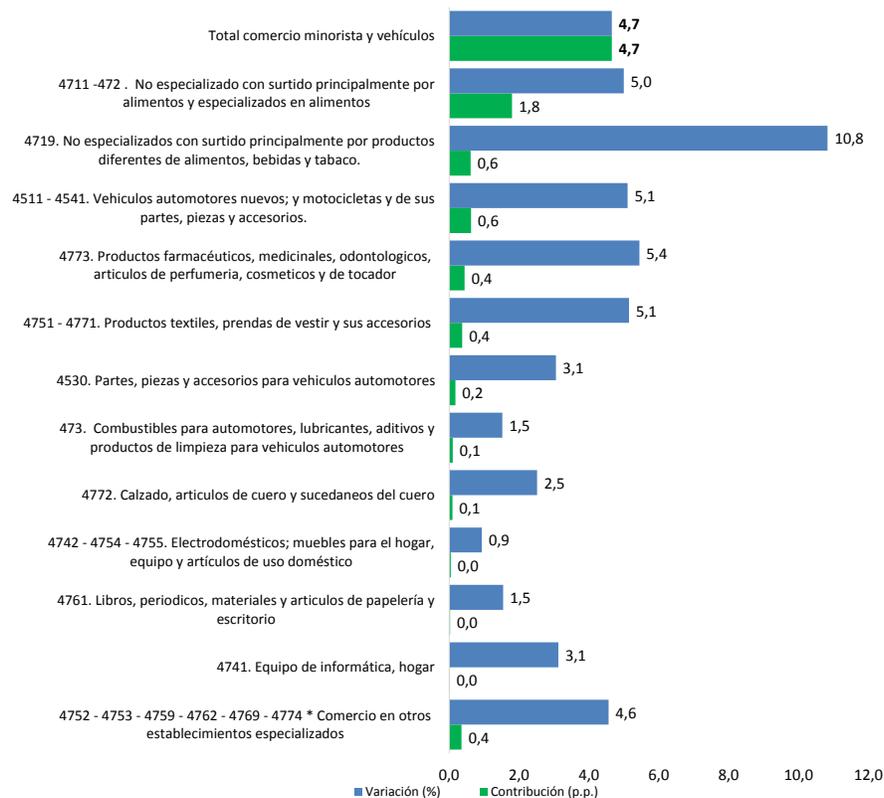
En los últimos doce meses hasta julio de 2015, los almacenes no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos y especializados en alimentos presentaron un crecimiento de 5,0%, y aquellos no especializados con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos, bebidas y tabaco registraron un incremento de 10,8% en la contratación de personal.

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 motocicletas y de sus partes, piezas y accesorios; y productos farmacéuticos, medicinales, odontológicos, artículos de perfumería, cosméticos y de tocador .

Gráfico 12. Variación y contribución doce meses del personal ocupado, según actividad económica

Total nacional

Agosto 2014 – julio 2015 / agosto 2013 – julio 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

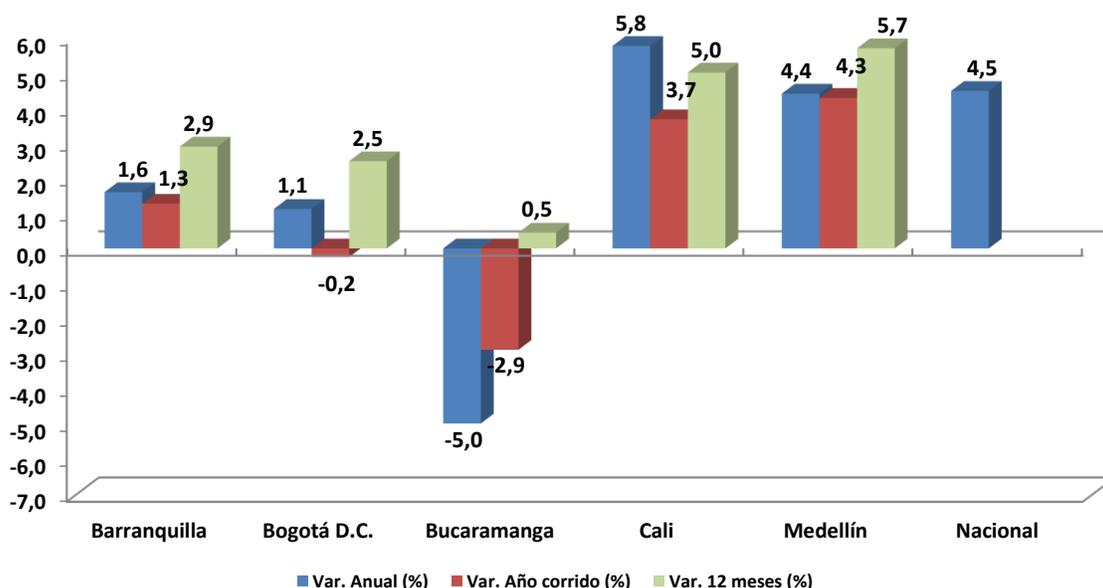
2.1. VENTAS REALES

Durante el mes de julio de 2015, las ventas reales del comercio minorista crecieron en cuatro de las cinco ciudades estudiadas. Los mayores crecimientos los registraron las ciudades de Cali 5,8% y Medellín 4,4%, mientras que Bucaramanga presentó la única variación negativa de 5,0%.

En los primeros siete meses del año, las ventas reales del comercio minorista crecieron en tres de las cinco ciudades investigadas con relación al mismo período del año anterior. Las ciudades que registraron los mayores crecimientos fueron Medellín 4,3% y Cali 3,7%, mientras que Bucaramanga y Bogotá presentaron variaciones negativas de (2,9%) y (0,2%) respectivamente.

En los últimos doce meses hasta julio de 2015, las ventas reales del comercio minorista en las cinco principales ciudades del país aumentaron con relación al mismo período del año anterior. Los mayores crecimientos se registraron en Medellín 5,7% y Cali 5,0%.

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



Fuente: DANE – EMCM

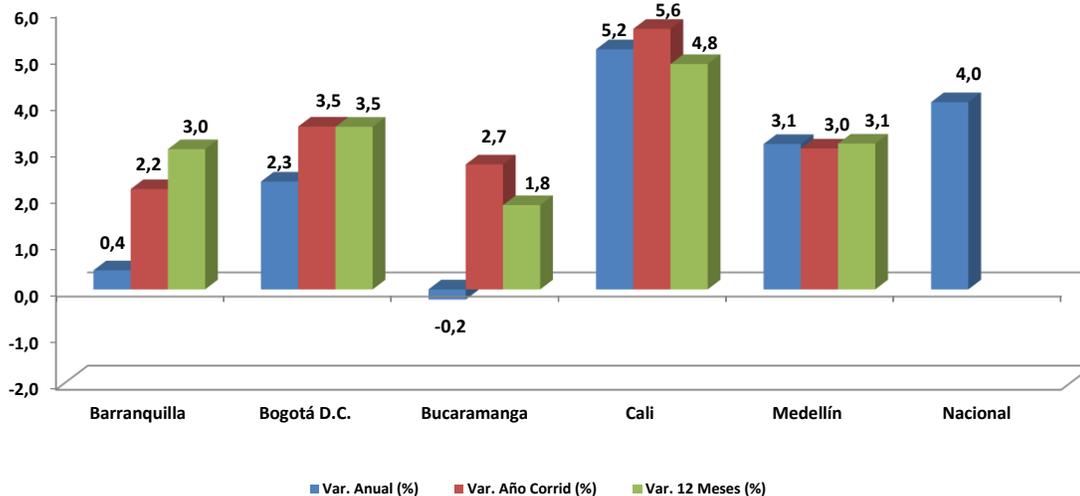
2.2 PERSONAL OCUPADO

Durante el mes de julio de 2015, la contratación de personal del comercio minorista creció en cuatro de las cinco ciudades estudiadas. Los mayores crecimientos los registraron las ciudades de Cali 5,2% y Medellín 3,1%, mientras que Bucaramanga presentó la única variación negativa de 0,2%.

En los primeros siete meses del año, la contratación de personal del comercio minorista creció en las cinco principales ciudades del país con relación al mismo período del año anterior. Los mayores aumentos en la contratación los registraron las ciudades de Cali 5,6% y Bogotá 3,5%.

En los últimos doce meses hasta julio de 2015, se incrementó el personal ocupado por el comercio minorista en las cinco principales ciudades del país con relación al año anterior. Los mayores aumentos en la contratación los registraron las ciudades de Cali 4,8% y Bogotá 3,5%.

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



Fuente: DANE – EMCM

3. GRANDES ALMACENES E HIPERMERCADOS MINORISTAS -GAHM

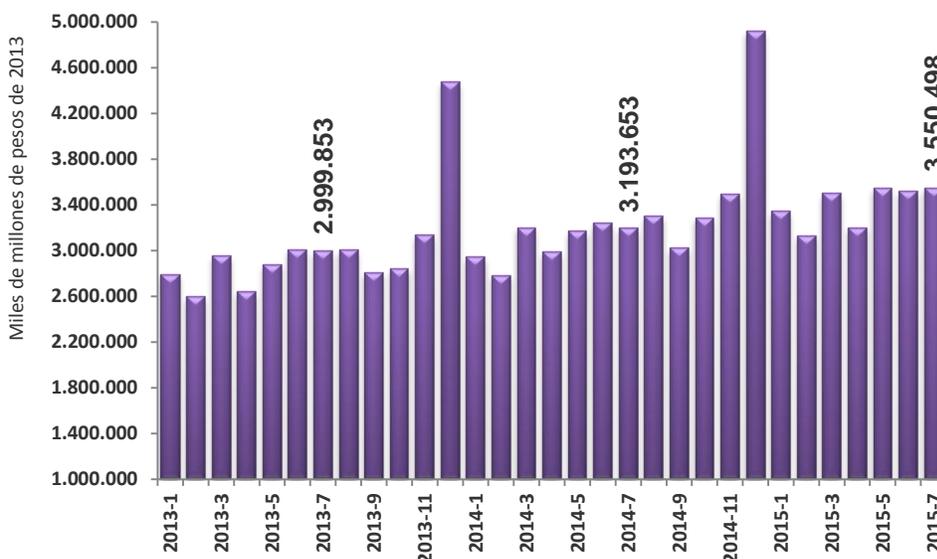
3.1 VALOR DE LAS VENTAS

Durante el mes de julio de 2015, las ventas del comercio minorista en los Grandes Almacenes e Hipermercados, alcanzaron un total de \$3,6 billones, lo que significó un aumento de 11,2%, respecto al mismo mes de 2014.

En los primeros siete meses del año, las ventas del comercio minorista en los Grandes Almacenes e Hipermercados, ascendieron a \$23,8 billones, lo que significó un aumento de 10,6% respecto al mismo período del año anterior.

En los últimos doce meses hasta julio de 2015, las ventas del comercio minorista en los Grandes Almacenes e Hipermercados, ascendieron a \$41,8 billones, lo que significó un aumento de 10,7% con relación al año precedente.

Gráfico 15. Ventas corrientes en grandes almacenes e hipermercados minoristas
Valores en millones de pesos
Total nacional
Enero 2013 – julio 2015



Fuente: DANE – EMCM

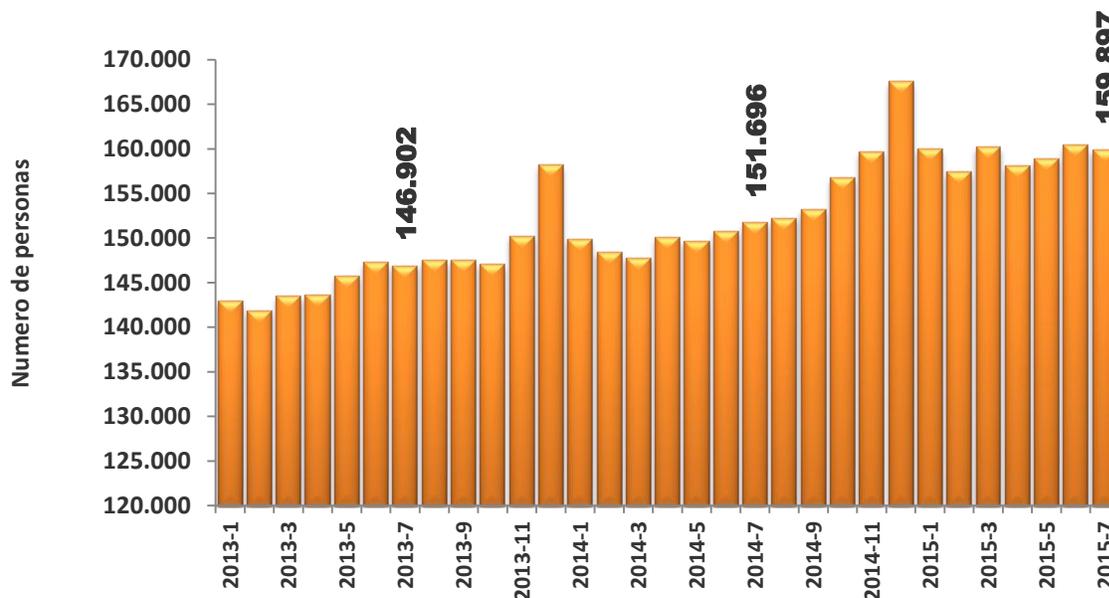
3.2 PERSONAL OCUPADO

El personal ocupado por los Grandes Almacenes e Hipermercados minoristas en julio de 2015 alcanzó un total de 159.897, lo que significó un aumento de 5,4% frente al mismo mes de 2014.

En los primeros siete meses del año, los Grandes Almacenes e Hipermercados minoristas, ocuparon en promedio mensual 159.282 personas, lo que significó un aumento de 6,4% respecto al mismo período del año anterior.

En los últimos doce meses hasta julio de 2015, los Grandes Almacenes e Hipermercados minoristas ocuparon en promedio mensual 158.700 personas, lo que significó un aumento de 5,9% frente al año anterior.

Gráfico 16. Personal ocupado por los grandes almacenes e hipermercados minoristas
Total nacional
Enero 2013 - julio 2015



Fuente: DANE – EMCM

4. Comercio de vehículos nuevos

4.1 UNIDADES

4.1.1. Según categoría

Variación anual: Julio 2015/Julio 2014

En julio de 2015, las ensambladoras y las importadoras directas de vehículos presentaron reducción en las unidades vendidas en las cuatro categorías investigadas. Las mayores reducciones la registraron los vehículos de transporte público y vehículos de carga comparadas con el mismo mes del año anterior.

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

Total nacional

Julio 2015

	Julio de 2014	Julio de 2015	Variación Anual Jul 2015 / jul 2014
	Total	Total	Total
Automóviles particulares	15.698	15.176	-3,3
Camperos y camionetas	9.418	9.164	-2,7
Vehículos de transporte público	2.444	2.034	-16,8
Vehículos de carga	1.919	1.776	-7,5

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 - julio (2015 / 2014)

Durante los siete primeros meses de 2015, las ensambladoras y las importadoras directas de vehículos presentaron reducción en unidades vendidas en las cuatro categorías investigadas. Las mayores reducciones la registraron las ventas de vehículos de transporte público y vehículos de carga comparadas con el mismo período del año anterior. (Tabla 2)

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

Total nacional

Enero – julio (2015 / 2014)

Tipo de vehículo	Ene - jul 2014	Ene - jul 2015	Variación Año Corrido Ene - jul 2015 / 2014
	Total	Total	Total
Automóviles particulares	99.102	97.846	-1,3
Camperos y camionetas	65.066	57.977	-10,9
Vehículos de transporte público	15.894	12.523	-21,2
Vehículos de carga	11.318	10.045	-11,2

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: agosto 2014 – julio 2015 / agosto 2013 – julio 2014

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

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

Total nacional

Agosto 2014 – julio 2015 / agosto 2013 – julio 2014

Tipo de vehículo	Ago 13 -	Ago 14 -	Variación acumulada
	ago 13 - jul-14	ago 14 - jul-15	Ago 14 - jul 15 / ago 13 - jul 14
	Total	Total	Total
Automóviles particulares	173.907	188.445	8,4
Camperos y camionetas	117.462	112.103	-4,6
Vehículos de transporte público	27.403	24.029	-12,3
Vehículos de carga	19.223	19.985	4,0

Fuente DANE – EMCM

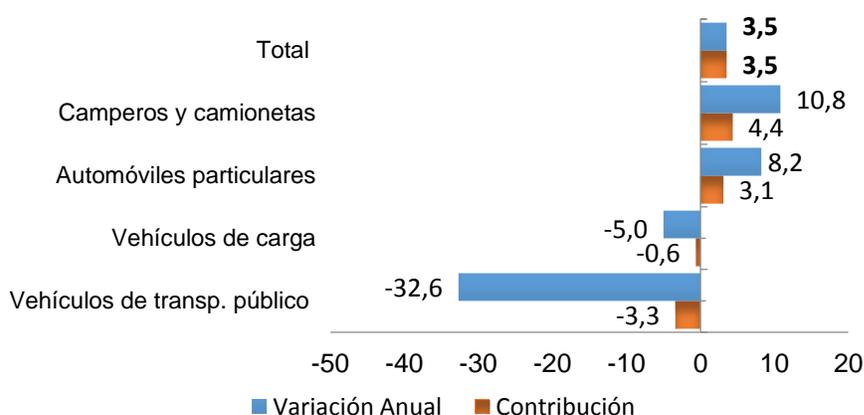
Nota: Las categorías camperos y camionetas se agrupan por reserva estadística, al igual que el origen de los vehículos (Ley 79 de 1993)

4.2. VALOR DE LAS VENTAS

Variación anual: julio 2015/julio 2014

En julio de 2015, las ventas a precios corrientes de vehículos por parte de las ensambladoras y de los importadores directos crecieron 3,5%, explicado por el incremento en la venta de camperos y camionetas; y automóviles particulares, este comportamiento es contrarrestado por la reducción en las ventas de vehículos de transporte público y vehículos de carga.

Gráfico 17. Variación y contribución anual de las ventas nominales de vehículos según categoría
Total nacional
Julio 2015 / julio 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)

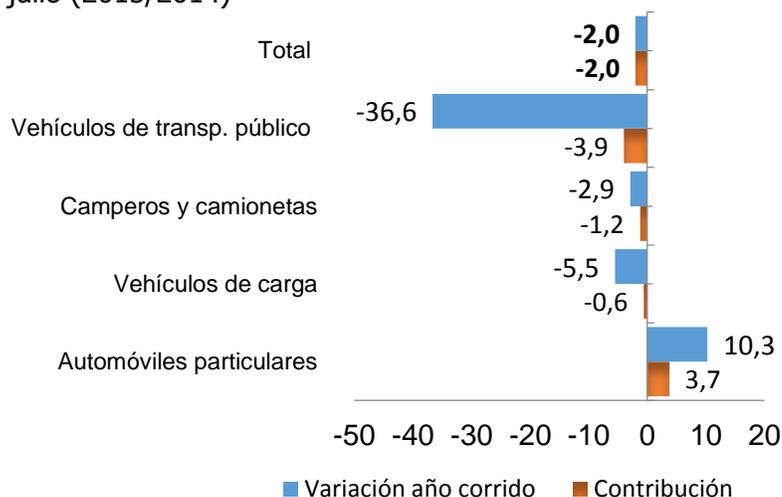
Variación año corrido: enero- julio (2015 / 2014)

Durante los primeros siete meses de 2015, las ventas de las ensambladoras y las importadoras de vehículos automotores nacionales e importados presentaron disminución en vehículos automotores de 2,0% respecto al mismo período de 2014, explicado por el decrecimiento en la venta de vehículos de transporte público, camperos y camionetas y vehículos de carga; el incremento registrado en la venta de automóviles particulares, contrarrestó parte del efecto negativo. (Gráfico 18).

Gráfico 18. Variación y contribución año corrido de las ventas nominales de vehículos según categoría

Total nacional

Enero - julio (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)

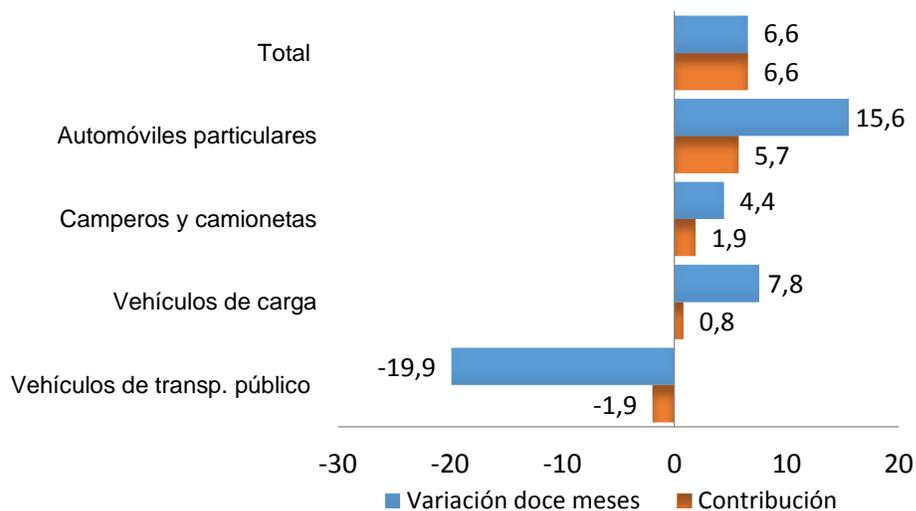
Variación doce meses: agosto 2014 – julio 2015 / agosto 2013 – julio 2014

En los últimos doce meses hasta julio de 2015, las ventas de vehículos automotores nacionales e importados realizadas por ensambladoras y las importadoras directas presentaron un incremento de 6,6% con respecto al año precedente, explicado principalmente por el crecimiento en la venta de automóviles particulares, camperos y camionetas; y vehículos de carga. La reducción en las ventas de vehículos de transporte público contrarrestó parte del efecto positivo de las anteriores. (Gráfico 19).

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

Total nacional

Agosto 2014 – julio 2015 / agosto 2013 – julio 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 junior 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 junio de 2014, en la cual se conserva la publicación mensual de la información nacional; en octubre de 2014 se dió 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 que se garantiza por cualquiera de los métodos implementados.

Empalme de series total nacional y líneas de mercancías

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 mercancías. Encuesta Mensual de Comercio al por Menor - EMCM

Grupos de mercancías. Tradicional - MMCM	Líneas Correlación	Líneas Rediseño	Grupos de mercancías. Rediseño - EMCM
Total comercio minorista sin combustibles	*		Total comercio minorista
Total comercio minorista sin combustibles ni vehículos	*		Total comercio minorista sin combustibles
			Total comercio minorista sin combustibles ni vehículos
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 mercancías 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 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 (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 mercancías.

Si bien es cierto que a nivel de actividades económicas es necesario realizar un junior nivel de agregación que en las líneas de mercancías, también es cierto que normalmente la información más utilizada por los usuarios es la generada a nivel de líneas de mercancías, 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

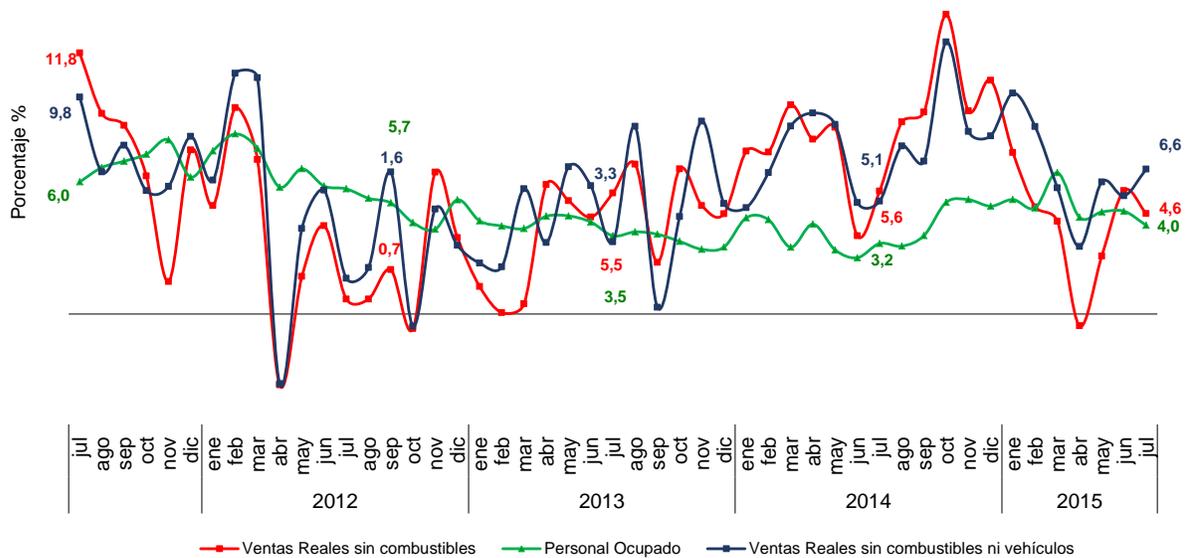
CIU Rev. 3 A.C.				CIU Rev. 4 A.C.				
No	CORRELA	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	Dominios correlación	Dominios rediseño	CORRELA	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN
1	5010	5010	Vehículos automotores	1	1	451	4511	Vehículos y motocicletas
2	5040	5040	Motocicletas y sus partes				4541	
3	5030	5030	Partes piezas y accesorios	2	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	
		5245					4774	
		5052	Comercio al por menor de lubricantes (aceites, grasas), aditivos y productos de limpieza para vehículos automotores		11	4741	4741	Informática, sonido y video
No registra	5051	5051	Lubricantes para vehículos	N. A.			4732	Combustibles y lubricantes para vehículos
							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
Julio (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 retropolación.

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 juniors ingresos se generan por el mantenimiento o reparación de mercancías.
- Cuyos juniors 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 junior 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 junior. 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 junción 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, junior 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: 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