



Boletín de Prensa

Bogotá

Prensa
DANE

22 de Agosto de 2013

MUESTRA MENSUAL DE COMERCIO AL POR MENOR Junio 2013

(Preliminares)

Director
Jorge Bustamante R.

Subdirector
Juan Carlos Guataquí Roa

Director de Metodología y Producción Estadística
Eduardo Efraín Freire Delgado



Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE

Muestra mensual de comercio al por menor

Junio de 2013 (Preliminares)

Contenido

Resumen

Introducción

1. Evolución general de las principales variables.

2. Ventas reales

2.1 Grupos de mercancías

2.1.1 Variación anual

2.1.2 Variación año corrido

2.1.3 Variación doce meses

2.2 Grupos de mercancías

2.2.1 Variación anual

2.2.2 Variación año corrido

2.2.3 Variación doce meses

3. Personal ocupado

3.1 Variación anual

3.2 Variación año corrido

3.3 Variación doce meses

Ficha metodológica

Glosario

Resumen

- En junio de 2013, las ventas del comercio minorista crecieron 4,1%, y el personal ocupado 3,9%. Excluyendo el comercio de vehículos automotores y motocicletas, la variación de las ventas reales fue 5,4%.

- Las líneas de mercancías que principalmente explicaron el resultado de las ventas en el mes fueron: electrodomésticos y muebles para el hogar (11,3%); alimentos y bebidas no alcohólicas (3,0%); equipo de informática, hogar (15,3%); calzado y artículos de cuero (7,6%); y productos textiles y prendas de vestir (3,6%). El aporte conjunto de estos grupos a la variación total fue de 3,3 puntos porcentuales. Las ventas de vehículos automotores y motocicletas registraron una disminución de 1,8% y restaron 0,3 puntos porcentuales a la variación total.

- El incremento de 3,9% registrado por el personal ocupado en junio de 2013, se explicó por el aumento en la contratación de personal permanente (5,6%), del personal temporal directo (1,7%); y por la disminución en la contratación del personal temporal a través de agencias (-4,0%).

- En el primer semestre de 2013 las ventas reales del comercio minorista presentaron un incremento de 2,9% y sin incluir vehículos automotores y motocicletas 4,3%. Las líneas que registraron los mayores incrementos en sus ventas fueron: equipo de informática, hogar (17,0%); calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero (7,3%); licores y cigarrillos (6,0%); y artículos de ferretería, vidrios y pinturas (5,5%).

- El personal ocupado por el comercio minorista en los seis primeros meses de 2013 aumentó 4,1%, frente al mismo período de 2012. La contratación registró un incremento de 9,3% en el personal permanente y reducciones en el personal temporal, de 7,5% en el contratado directamente, y de 5,8% para el contratado a través de agencias.

- En los últimos doce meses hasta junio de 2013, las ventas reales del comercio minorista registraron un crecimiento de 2,6% respecto al año precedente. Excluyendo el comercio de vehículos automotores y motocicletas, el aumento fue 3,7%. Las líneas de mercancías que presentaron los mayores crecimientos en sus ventas en este período, fueron: equipo de informática, hogar (18,9%); artículos de ferretería, vidrios y pinturas (6,3%); y calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero (5,3%).

- El personal ocupado promedio del comercio minorista en los últimos doce meses presentó un aumento de 4,5%. Este resultado se explica por el aumento en la contratación de personal permanente (10,6%) y por la reducción de personal temporal, tanto contratado directamente (-9,1%), como a través de agencias (-5,0%).

Nota: Para esta entrega de resultados se realizaron ajustes muestrales para las estimaciones de dos actividades CIU (5010 y 5219), en razón a que algunas fuentes cambiaron sus características de tamaño. Estos ajustes se produjeron desde enero de 2013 para la 5010 y desde octubre de 2012 para la 5219.



PROSPERIDAD
PARA TODOS

Introducción

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

De esta manera surgió la Muestra Mensual de Comercio al por Menor (MMCM) en 1999; una investigación de carácter estadístico cuyo objetivo es medir el comportamiento del comercio minorista del país en el corto plazo a partir de las variables ventas, personal ocupado y sueldos y salarios que mensualmente suministran los comerciantes. La muestra es representativa para el comercio minorista que ocupa 20 o más personas en cada uno de los 19 grupos de actividades de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme adaptada para Colombia Revisión 3 -CIU Rev. 3 A.C.

A partir de esta información el DANE genera indicadores coyunturales del comercio al por menor en el ámbito nacional para los diferentes usuarios gubernamentales y privados. Es de anotar que uno de los principales usuarios de esta información es el mismo DANE en la Dirección de Síntesis y Cuentas Nacionales, encargada de elaborar las respectivas estimaciones del Producto Interno Bruto.

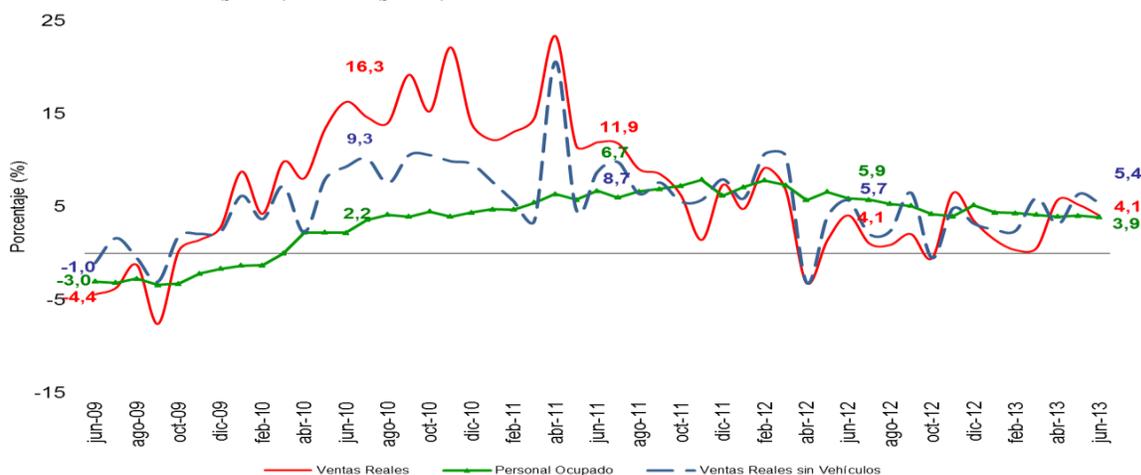
MUESTRA MENSUAL DE COMERCIO AL POR MENOR

1. Evolución general de las principales variables

En junio de 2013, las ventas reales y el personal ocupado del comercio minorista aumentaron 4,1% y 3,9% respectivamente, comparados con el mismo mes de 2012, cuando las ventas habían reportado un aumento de 4,1% y el personal ocupado un aumento de 5,9%. Excluyendo el comercio de vehículos automotores y motocicletas, la variación de las ventas reales en junio de 2013 fue 5,4%.

Gráfico 1

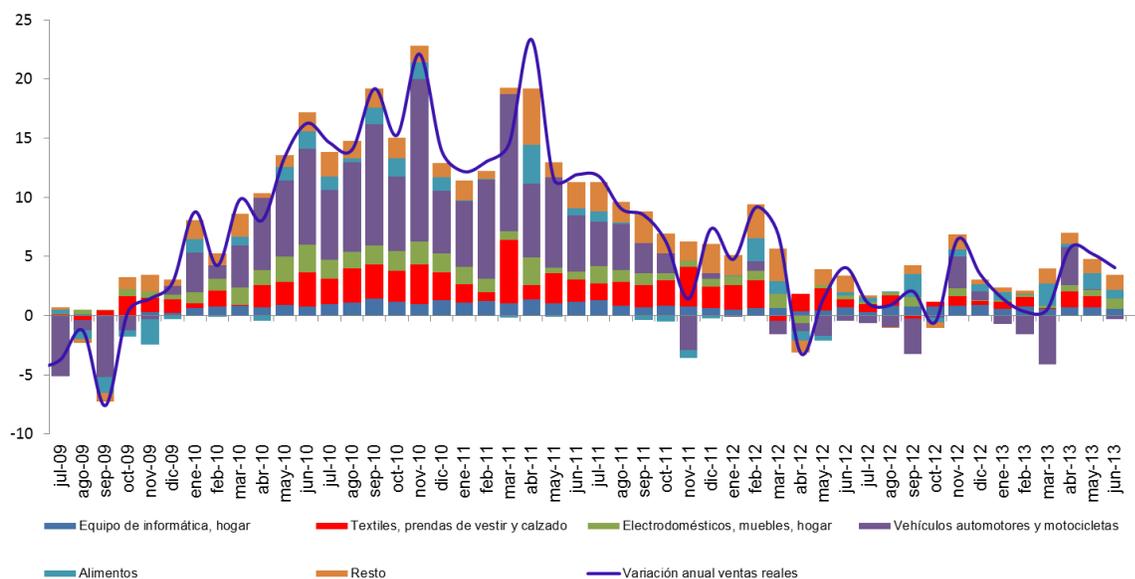
Variación anual de las ventas reales y el personal ocupado del comercio minorista Total nacional - 2009 (junio) – 2013 (junio)



Fuente DANE – MMCM

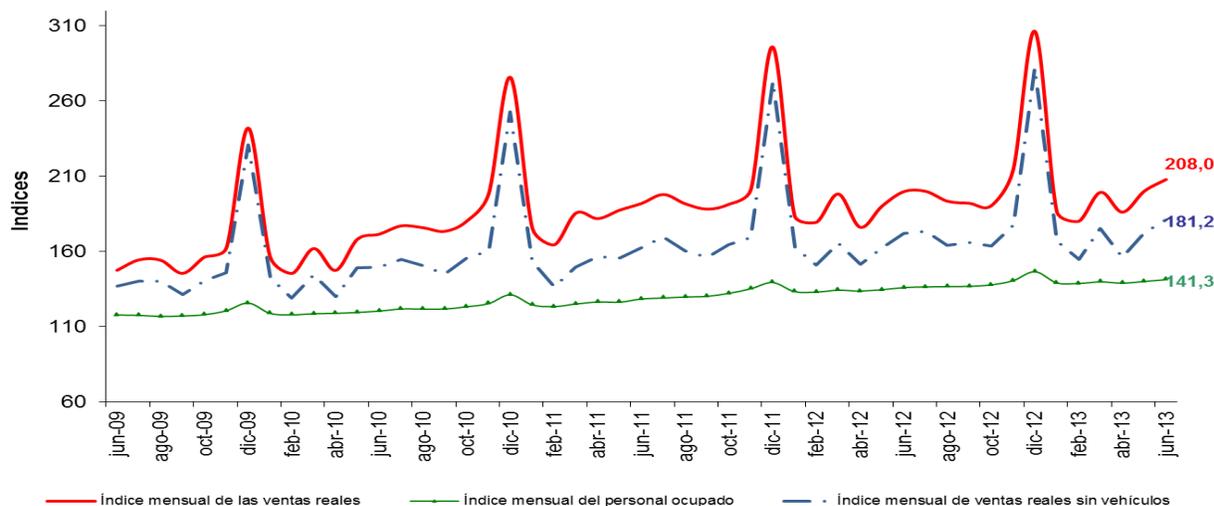
Gráfico 2. Desagregación de la variación anual de las ventas reales del comercio minorista, por líneas de mercancía, según contribución Total nacional - 2009 (junio) – 2013 (junio)

Total nacional - 2009 (junio) – 2013 (junio)



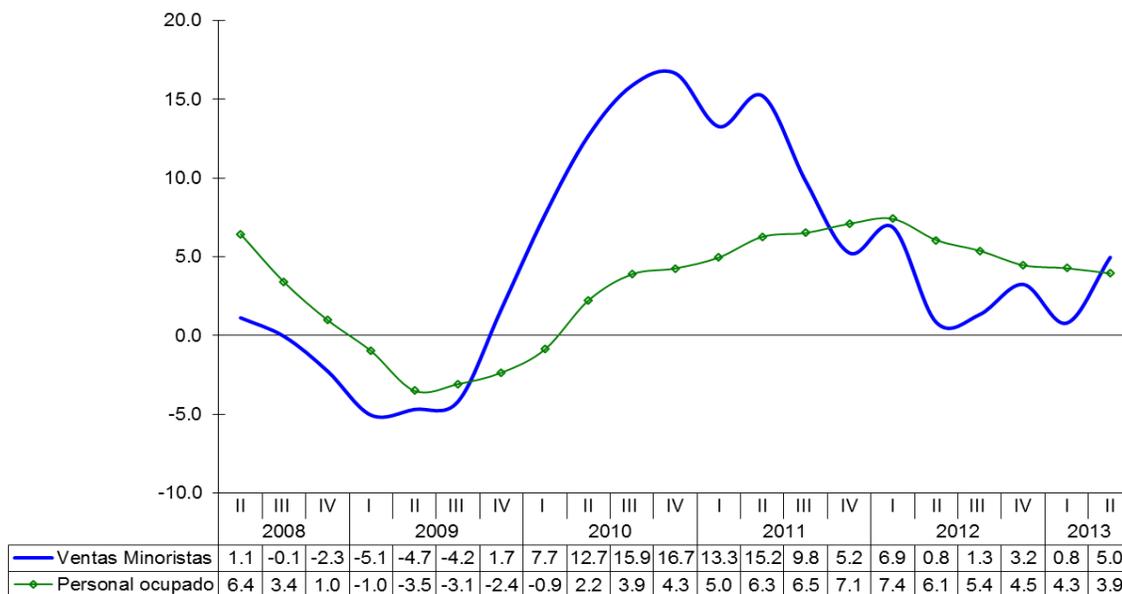
Fuente DANE – MMCM

Gráfico 3
Índices de ventas reales y personal ocupado
Total nacional
Índice base: promedio año 1999 = 100
2009 (junio) – 2013 (junio)



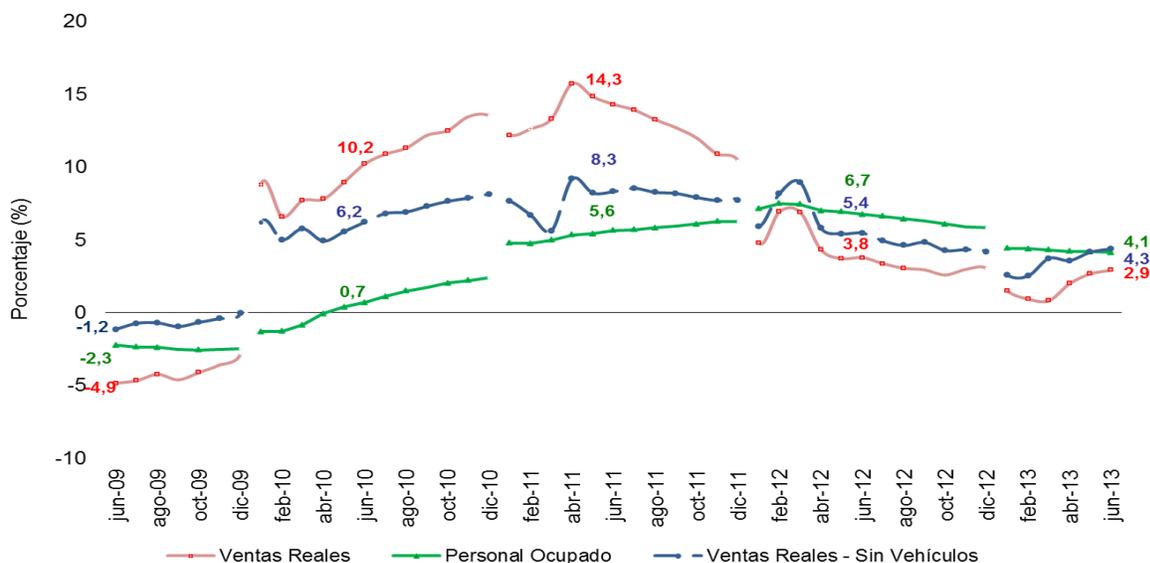
Fuente DANE – MMCM

Gráfico 4
Variación anual del trimestre de las ventas reales y el personal ocupado
Total nacional
2008-2013 (II trimestre)



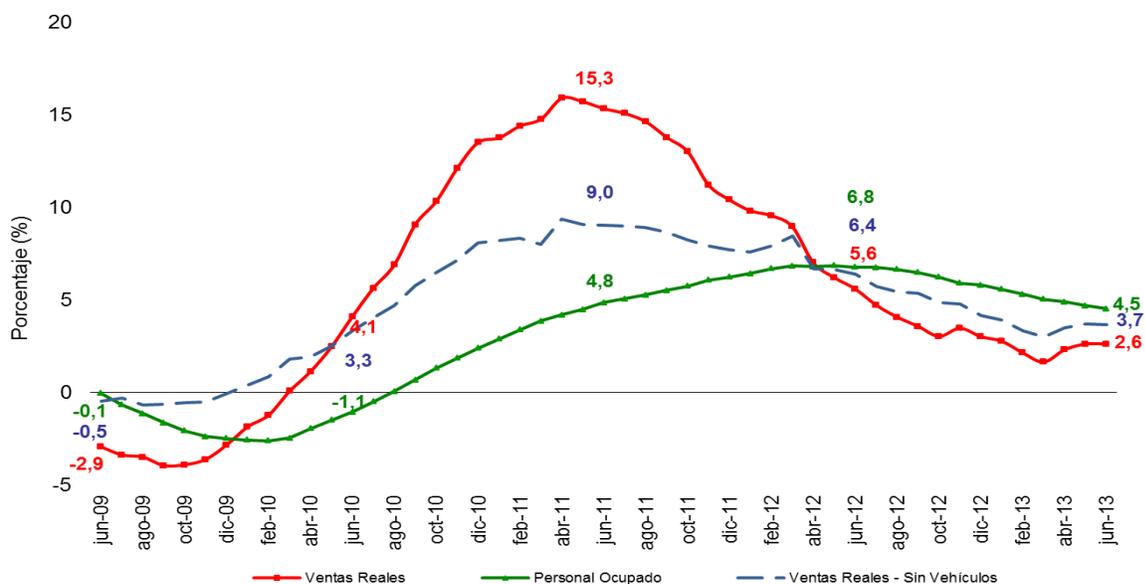
Fuente DANE – MMCM

Gráfico 5
Variación año corrido de las ventas reales y el personal ocupado
Total nacional
2009 (junio) – 2013 (junio)



Fuente DANE – MMCM

Gráfico 6
Variación acumulada doce meses de las ventas reales y el personal ocupado
Total nacional
2009 (junio) – 2013 (junio)



Fuente DANE – MMCM

Tabla 1.
Resumen del comportamiento de las principales variables

Indicador	Variación (%)							
	Anual		Año corrido		Doce meses		Anual trimestral	
	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013
Ventas	4.1	4.1	3.8	2.9	5.6	2.6	0.8	5.0
Ventas sin vehículos	5.7	5.4	5.4	4.3	6.4	3.7	2.2	5.0
Personal ocupado	5.9	3.9	6.7	4.1	6.8	4.5	6.1	3.9

Fuente DANE – MMCM

2. Ventas reales

2.1 Grupos de mercancías

2.1.1 Variación anual: junio 2013

Durante el mes de junio de 2013, las ventas del comercio minorista aumentaron 4,1% respecto a las registradas en igual mes de 2012. Los grupos de mercancías que presentaron los mayores crecimientos fueron: equipo de informática, hogar; electrodomésticos y muebles para el hogar; calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero; y licores y cigarrillos. En contraste, la mayor reducción se registró en libros, periódicos y papelería.

Gráfico 6

Variación anual de las ventas reales

Total nacional

Junio 2013



Fuente DANE – MMCM

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

Las mayores contribuciones positivas a la variación total de las ventas en el mes, las realizaron las líneas de electrodomésticos y muebles para el hogar; alimentos y bebidas no alcohólicas; equipo de informática, hogar; calzado y artículos de cuero; y productos textiles y prendas de vestir; el aporte conjunto de estos grupos a la variación total fue de 3,3 puntos porcentuales. Vehículos automotores y motocicletas registró la mayor contribución negativa (-0,3 puntos porcentuales) al resultado total del mes.

Gráfico 7
Contribución anual a las ventas reales
Total nacional
Junio 2013



Fuente DANE – MMCM

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



PROSPERIDAD PARA TODOS

Gráfico 8

Líneas de mercancías que explican principalmente el crecimiento de las ventas de junio de 2013

Gráfico 8.1
Índice de ventas electrodomésticos y muebles hogar
Índice base: promedio año 1999 = 100
2009 (junio) – 2013 (junio)

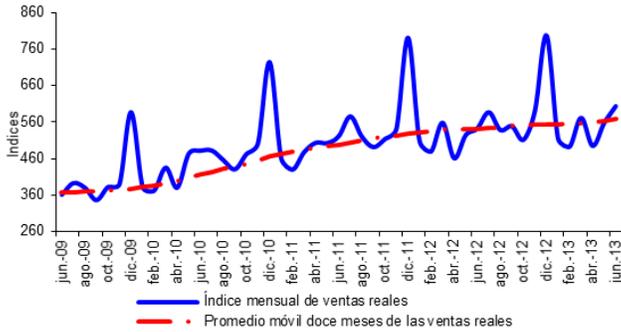


Gráfico 8.2
Variación anual de las ventas reales electrodomésticos y muebles hogar
2009 (junio) – 2013 (junio)

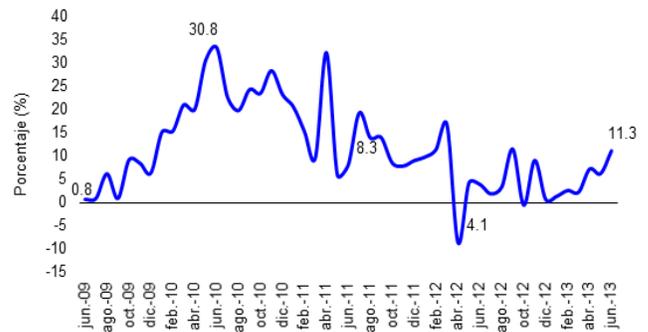


Gráfico 8.3
Índice de ventas de alimentos y bebidas no alcohólicas
Índice base: promedio año 1999 = 100
2009 (junio) – 2013 (junio)

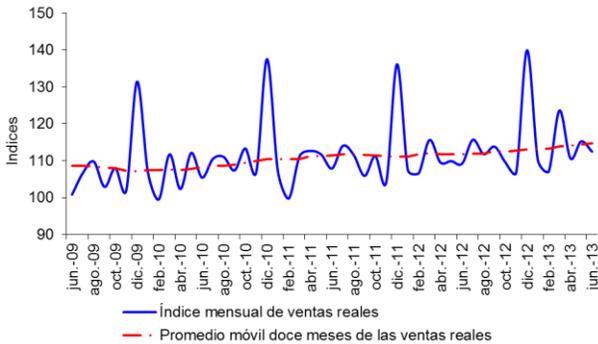


Gráfico 8.4
Variación anual de las ventas reales alimentos y bebidas no alcohólicas
2009 (junio) – 2013 (junio)

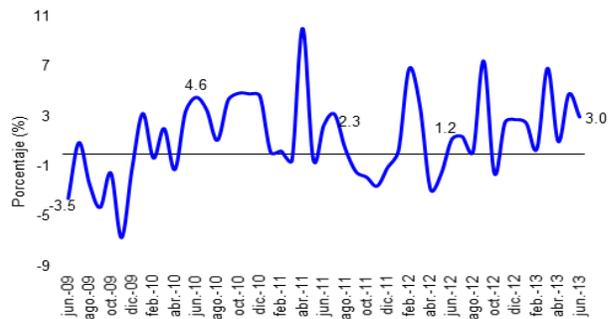


Gráfico 8.5
Índice de ventas de vehículos automotores y motocicletas
Índice base: promedio año 1999 = 100
2009 (junio) – 2013 (junio)

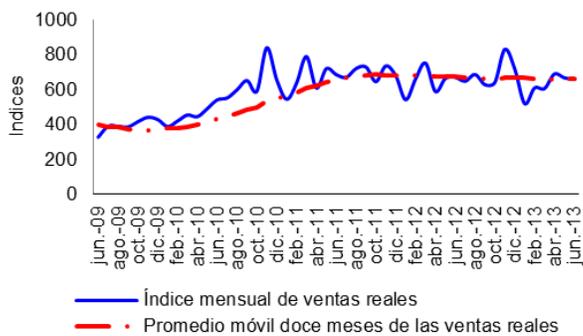
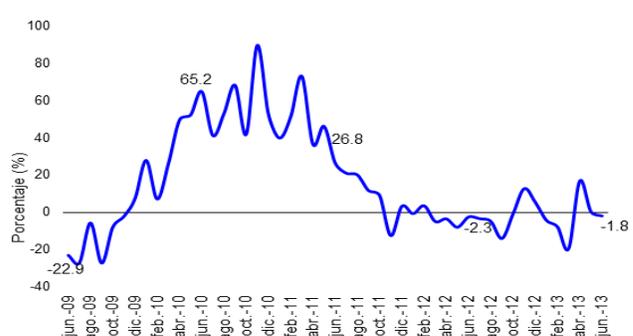


Gráfico 8.6
Variación anual de las ventas reales vehículos automotores y motocicletas
2009 (junio) – 2013 (junio)



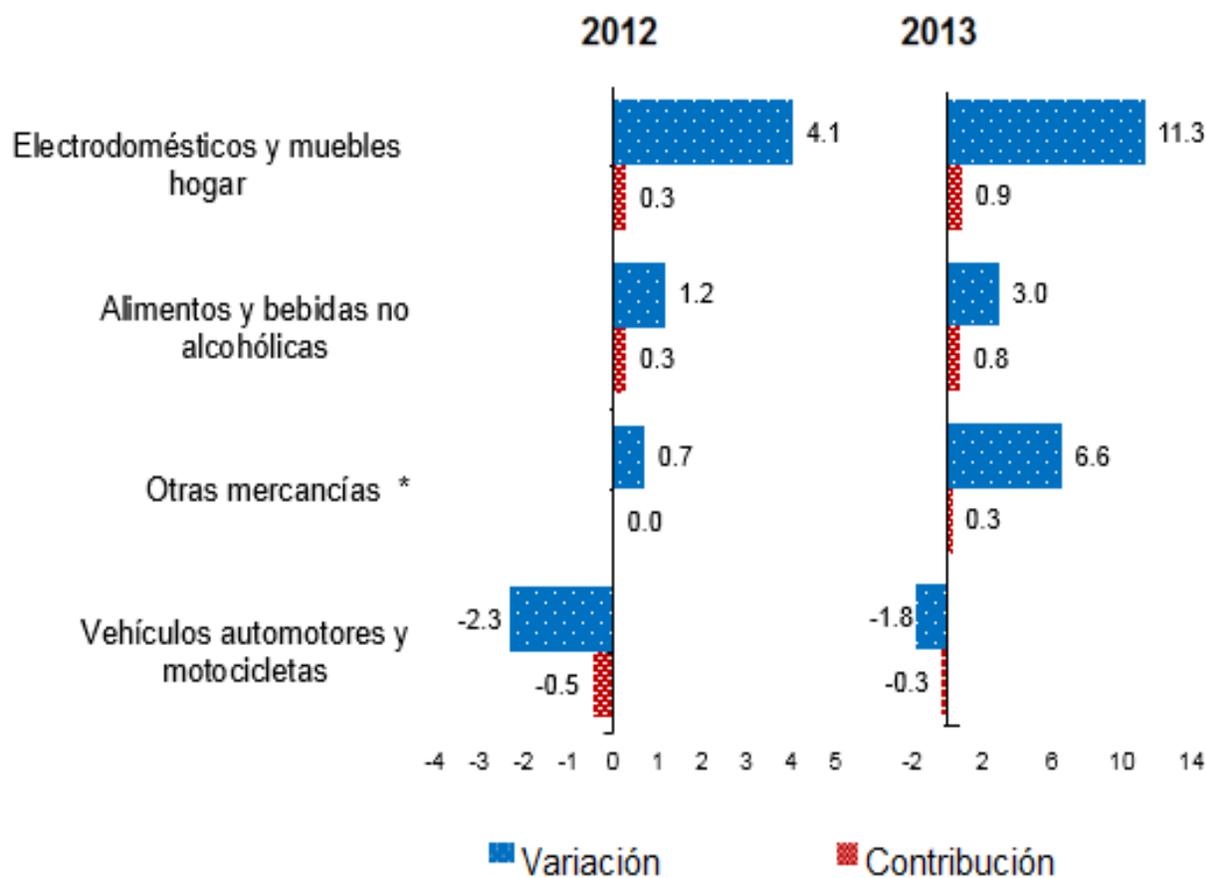
Fuente DANE – MMCM

En el gráfico 9 se presentan las líneas de mercancías que principalmente explicaron el crecimiento de las ventas minoristas en junio de 2013 (4,1%), comparadas con su crecimiento en junio de 2012 (4,1%). En junio de 2012 estos cuatro grupos sumaron 0,1 puntos porcentuales a la variación total del comercio minorista, mientras que en junio de 2013 le sumaron 1,7 puntos porcentuales.

Gráfico 9. Principales contrastes entre los resultados de 2012 y 2013 del comercio minorista

Total nacional -

Junio 2013 – 2012



Fuente: DANE – MMCM

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

2.1.2 Variación año corrido: enero - junio (2013/2012)

Durante el primer semestre de 2013, las ventas reales del comercio minorista presentaron un incremento de 2,9% respecto al mismo período del año anterior. Las líneas que registraron los mayores crecimientos durante este período, fueron: equipo de informática, hogar; calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero; licores y cigarrillos; y artículos de ferretería, vidrios y pinturas.

**Gráfico 10. Variación año corrido de las ventas reales del comercio minorista
Total nacional
Enero - junio (2013/2012)**



Fuente: DANE – MMCM

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

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; equipo de informática, hogar; calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero; y electrodomésticos y muebles del hogar, con un aporte conjunto de 2,3 puntos porcentuales a la variación total. En contraste, se destaca el aporte negativo de la línea de vehículos automotores y motocicletas de -0,6 puntos porcentuales.

**Gráfico 11. Contribución a la variación año corrido de las ventas reales del comercio minorista
Total nacional
Enero - junio (2013/2012)**



Fuente: DANE – MMCM

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



PROSPERIDAD PARA TODOS

Gráfico 12.

Líneas de mercancías que principalmente explican la variación año corrido de las ventas reales del comercio minorista del mes de Junio 2013 - Total nacional

Gráfico 12.1. Variación año corrido de las ventas reales de alimentos y bebidas no alcohólicas - 2009 (junio) - 2013 (junio)

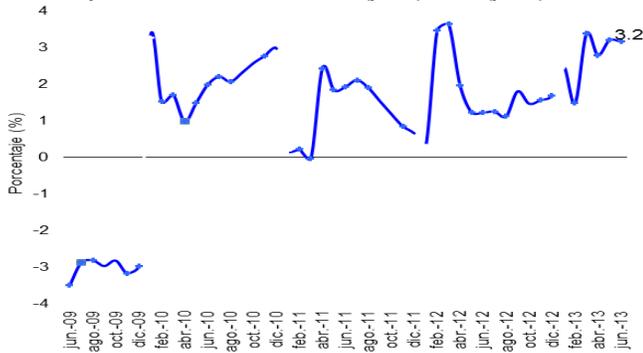


Gráfico 12.2. Variación año corrido de las ventas reales de equipo de informática, hogar - 2009 (junio) - 2013 (junio)

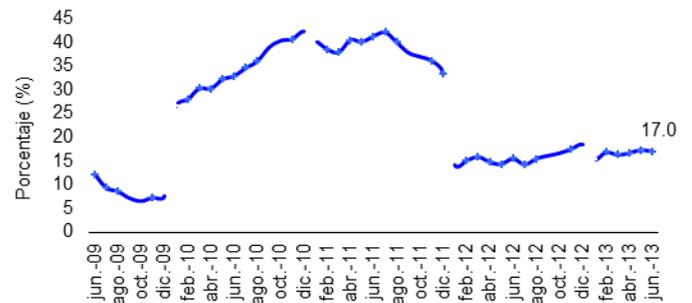


Gráfico 12.3. Variación año corrido de las ventas reales de calzado y artículos de cuero - 2009 (junio) - 2013 (junio)

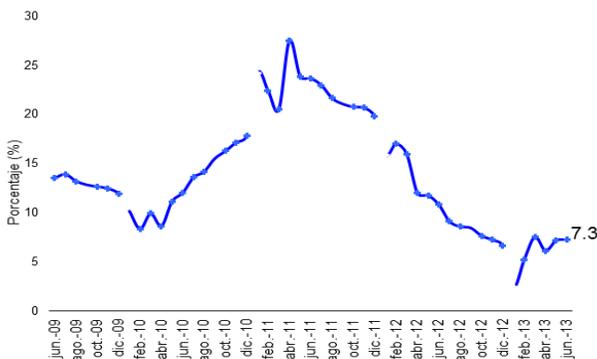


Gráfico 12.4. Variación año corrido de las ventas reales de electrodomésticos y muebles para el hogar - 2009 (junio) - 2013 (junio)

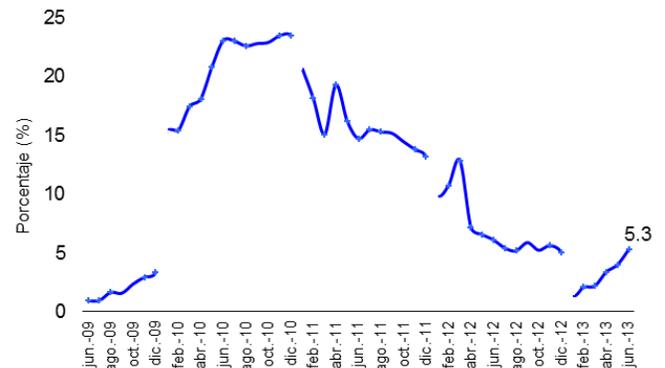


Gráfico 12.5. Variación año corrido de las ventas reales de Productos de aseo personal, cosméticos 2009 (junio) - 2013 (junio)

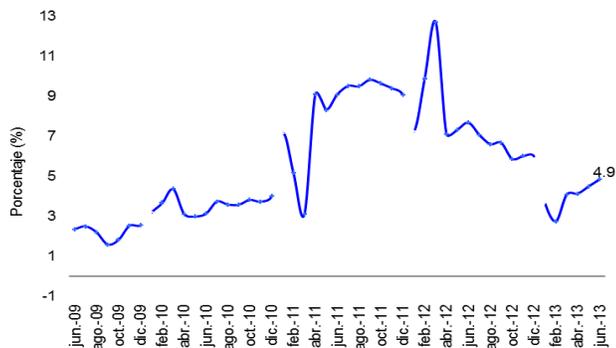
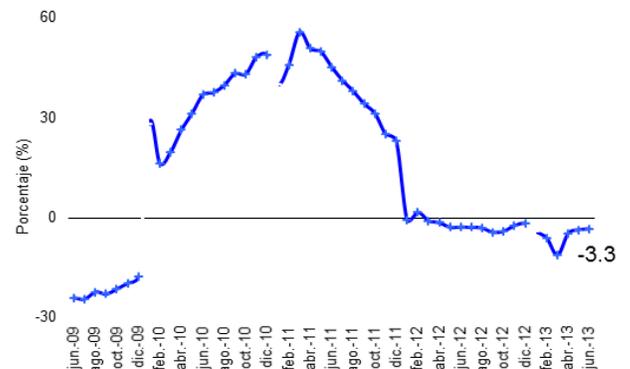


Gráfico 12.6. Variación año corrido de las ventas reales de vehículos automotores y motocicletas - 2009 (junio) - 2013 (junio)



Fuente: DANE-MMCM

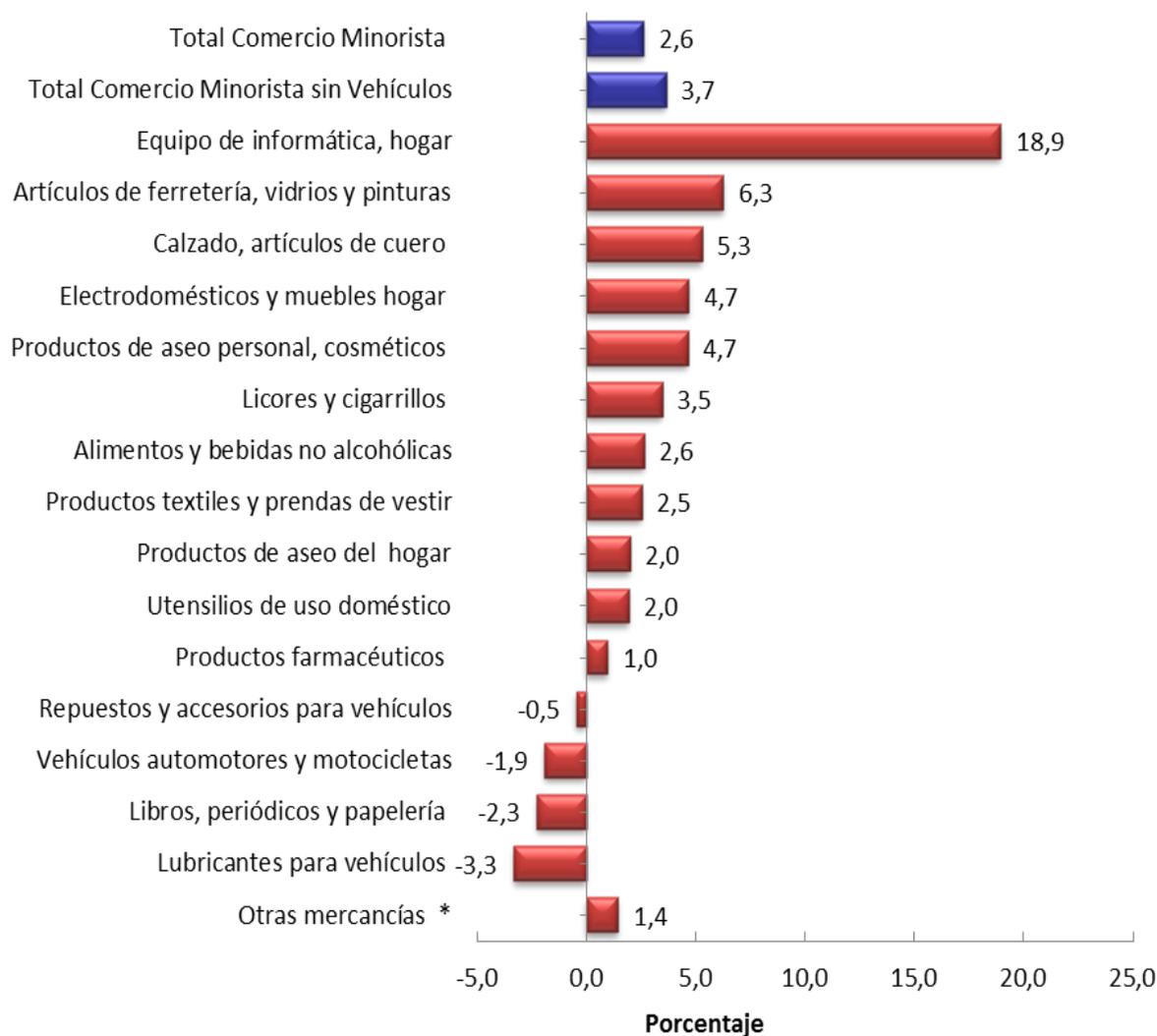
2.1.3. Variación acumulada doce meses: julio 2012 - junio 2013 / julio 2011- junio 2012

En los últimos doce meses hasta junio de 2013, las ventas reales del comercio minorista presentaron un incremento de 2,6% respecto al año precedente. Las líneas que registraron los mayores crecimientos durante este período, fueron: equipo de informática, hogar; artículos de ferretería, vidrios y pinturas; y calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero.

Gráfico 13. Variación acumulada doce meses de las ventas reales del comercio minorista

Total nacional

Julio 2012 - junio 2013 / julio 2011- junio 2012



Fuente: DANE – MMCM

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

Las mayores contribuciones a la variación en los últimos doce meses hasta junio, estuvieron a cargo de las líneas de equipo de informática, hogar; alimentos y bebidas no alcohólicas; y electrodomésticos y muebles para el hogar. El aporte conjunto de estos tres grupos de mercancías a la variación total fue 1,8 puntos porcentuales.

Gráfico 14. Contribución acumulada doce meses a las ventas reales del comercio minorista

Total nacional

Julio 2012 – junio 2013 / julio 2011- junio 2012



Fuente: DANE – MMCM

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



PROSPERIDAD PARA TODOS

Gráfico 15

Líneas de mercancías que principalmente explican la variación acumulada doce meses de las ventas reales del comercio minorista a junio 2013

Gráfico 15.1. Variación acumulada doce meses de las ventas reales de equipo de informática, hogar - 2009 (junio) - 2013 (junio)

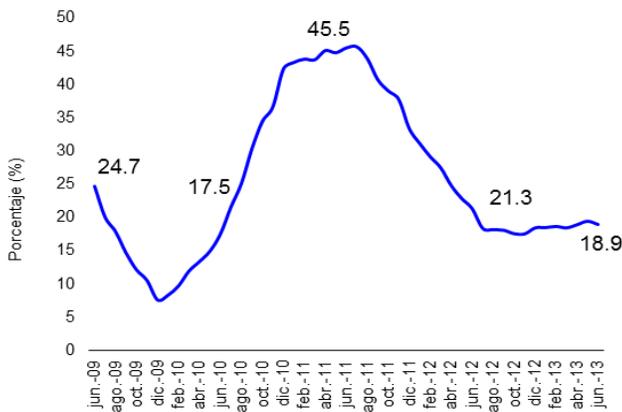


Gráfico 15.2. Variación acumulada doce meses de las ventas de alimentos y bebidas no alcohólicas - 2009 (junio) - 2013 (junio)

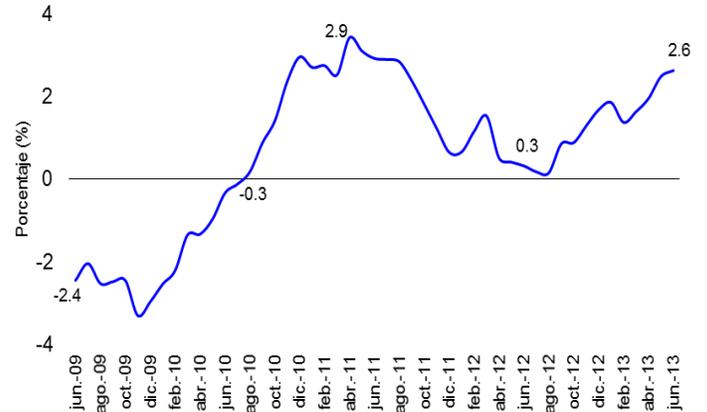


Gráfico 15.3. Variación acumulada doce meses de las ventas reales de electrodomésticos y muebles hogar 2009 (junio) - 2013 (junio)



Gráfico 15.4. Variación acumulada doce meses de las ventas reales calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero - 2009 (junio) - 2013 (junio)

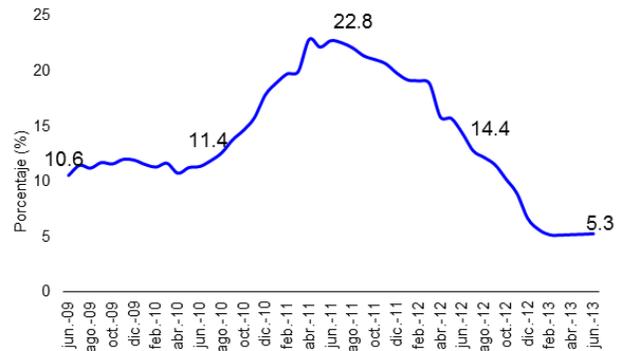


Gráfico 15.5. Variación acumulada doce meses de las ventas reales de productos textiles y prendas de vestir - 2009 (junio) - 2013 (junio)

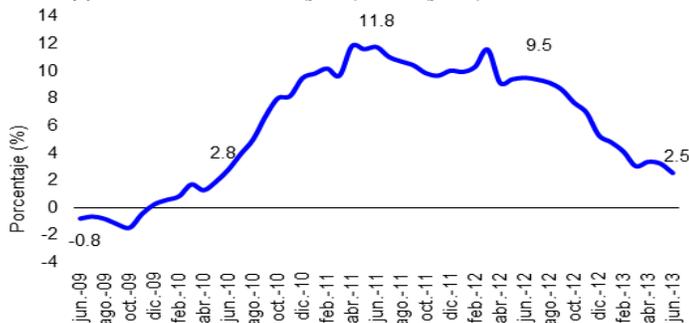
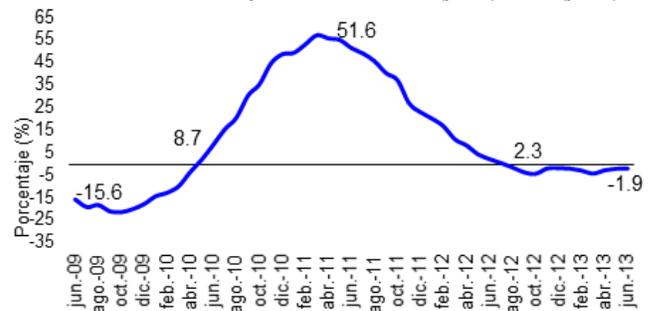


Gráfico 15.6. Variación acumulada doce meses de las ventas reales de vehículos automotores y motocicletas - 2009 (junio) - 2013 (junio)



Fuente: DANE-MMCM



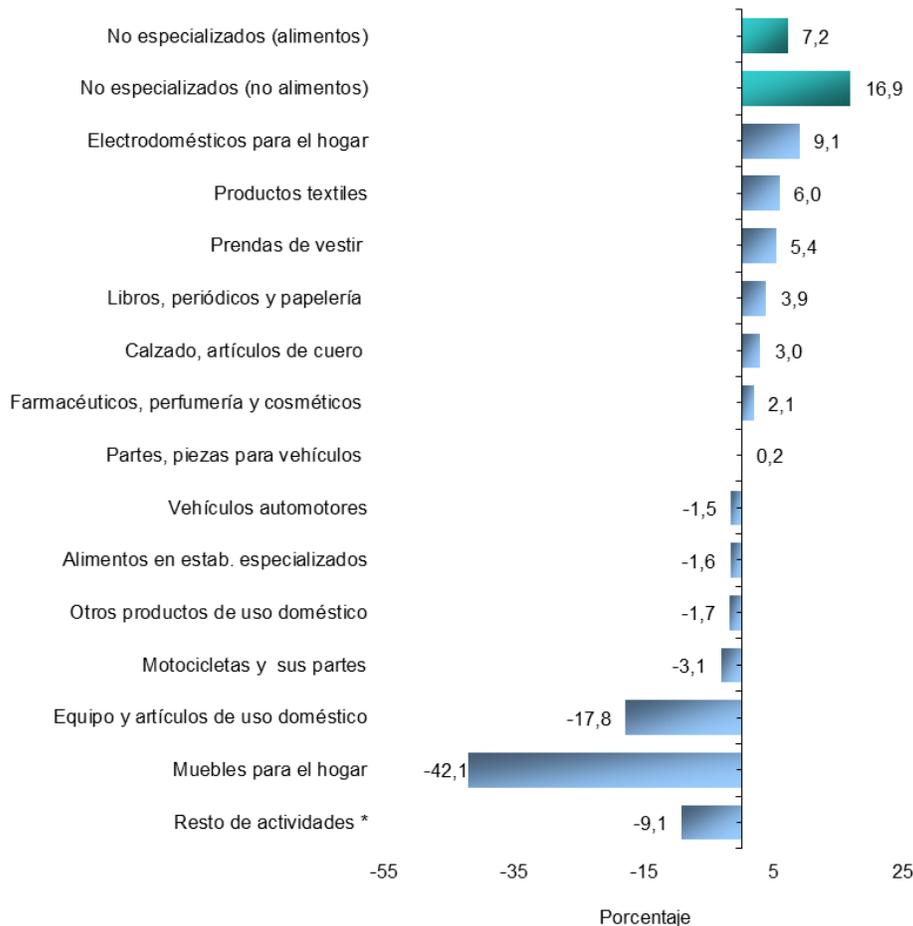
2.2 Actividad comercial CIU Rev. 3

2.2.1 Variación anual: junio 2013

De acuerdo con la actividad económica (CIU Rev.3 A.C.) en la que se clasifican las empresas investigadas en la Muestra Mensual de Comercio al por Menor, en junio de 2013 se destaca el crecimiento de las ventas registradas por los almacenes especializados en la venta de electrodomésticos para el hogar, productos textiles, y prendas de vestir. En contraste las principales reducciones en las ventas se presentaron en los almacenes especializados en la venta de muebles para el hogar, y equipo y artículos de uso doméstico.

En cuanto a los almacenes no especializados, los que tienen surtido compuesto principalmente de productos diferentes a alimentos registraron un incremento de 16,9% en sus ventas, y aquellos con surtido compuesto principalmente de alimentos presentaron un aumento de 7,2%.

Gráfico 16. Variación anual de las ventas reales del comercio minorista, según actividad comercial Total nacional Junio 2013



Fuente: DANE – MMCM

*Resto de actividades, incluye el comercio al por menor de: artículos de ferretería, vidrios y pinturas; computadores y programas de informática; equipo fotográfico, óptico y de precisión, etc.



2.2.2. Variación año corrido: enero - junio (2013/2012)

En el primer semestre de 2013, los mayores incrementos en las ventas reales en establecimientos especializados se registraron en electrodomésticos para el hogar; calzado, artículos de cuero; y libros, periódicos y papelería. Por el contrario, las mayores disminuciones se presentaron en almacenes especializados en la venta de muebles para el hogar; y equipo y artículos de uso doméstico.

Por su parte, los almacenes no especializados con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos incrementaron sus ventas reales en 17,7%, y los no especializados con surtido compuesto principalmente de alimentos presentaron un crecimiento de 5,4%.

Gráfico 17. Variación año corrido de las ventas reales del comercio minorista, según actividad comercial Total nacional Enero - junio (2013/2012)



Fuente: DANE – MMCM

*Resto de actividades, incluye el comercio al por menor de: artículos de ferretería, vidrios y pinturas; computadores y programas de informática; equipo fotográfico, óptico y de precisión, etc.

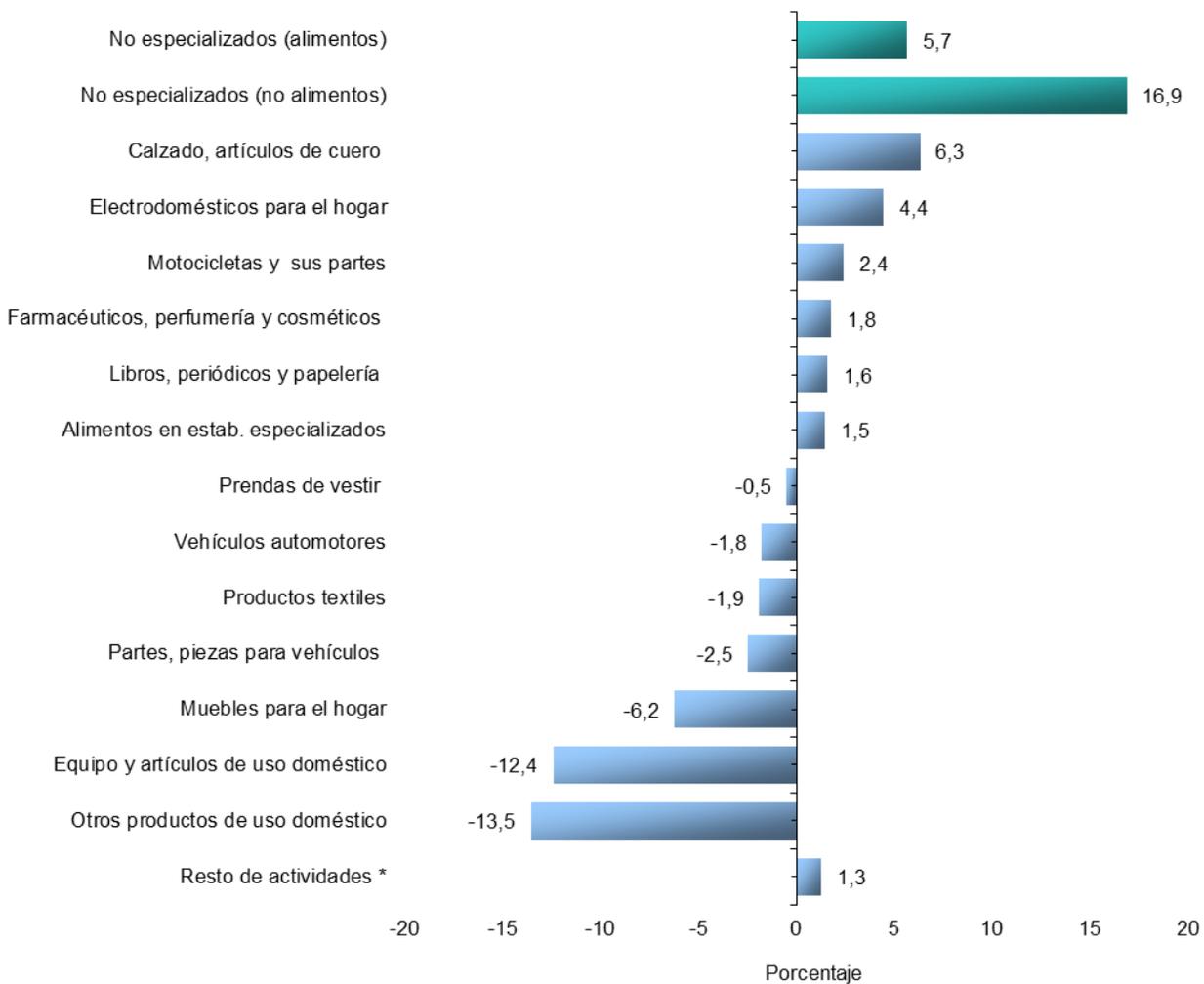


2.2.3. Variación acumulada doce meses

En los últimos doce meses hasta junio de 2013, los mayores incrementos en las ventas reales en establecimientos especializados se registraron en calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero; electrodomésticos para el hogar; y motocicletas y sus partes. En contraste, las mayores disminuciones en las ventas se reportaron en los establecimientos especializados en otros productos de uso doméstico; y equipo y artículos de uso doméstico.

Por su parte, los almacenes no especializados con surtido compuesto por productos diferentes de alimentos incrementaron sus ventas reales en 16,9%, y los no especializados con surtido compuesto principalmente de alimentos presentaron un crecimiento de 5,7%.

Gráfico 18. Variación acumulada doce meses de las ventas reales del comercio minorista, según actividad comercial Total nacional Julio 2012 - Junio 2013 / julio 2011 - junio 2012



Fuente: DANE – MMCM

*Resto de actividades, incluye el comercio al por menor de: artículos de ferretería, vidrios y pinturas; computadores y programas de informática; y equipo fotográfico, óptico y de precisión, etc.



3. Personal ocupado

3.1 Variación anual: junio 2013

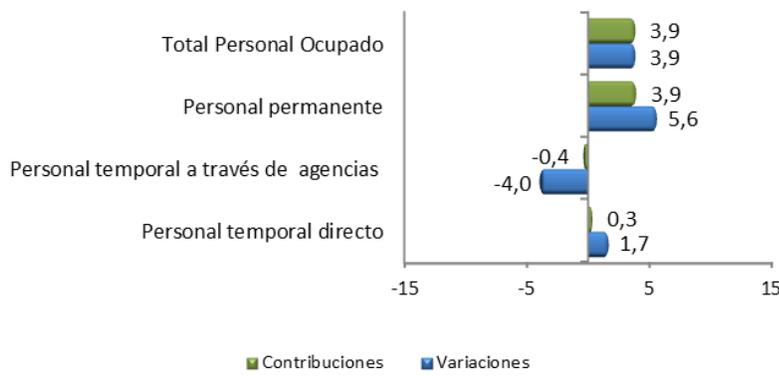
El personal ocupado por el comercio minorista en junio de 2013 aumentó 3,9%, frente al mismo mes del año anterior, como resultado del aumento en la contratación del personal permanente (5,6%), del personal temporal directo (1,7%) y la disminución en la contratación del personal temporal a través de agencias (-4,0%).

Gráfico 19

Variación y contribución anual del personal ocupado, según tipo de contratación

Total nacional

Junio 2013



Fuente DANE – MMCM

3.2 Variación año corrido: enero - junio (2013/2012)

El personal ocupado por el comercio minorista en los seis primeros meses de 2013 aumentó 4,1%, frente al mismo período de 2012. La contratación registró un incremento de 9,3% en el personal permanente y reducciones en el personal temporal, de 7,5% en el contratado directamente, y de 5,8% para el contratado a través de agencias.

Gráfico 20. Variación y contribución año corrido del personal ocupado, según tipo de contratación

Total nacional

Enero - junio (2013/2012)



Fuente DANE – MMCM



3.3. Variación acumulada doce meses: julio 2012 - junio 2013 / julio 2011 - junio 2012

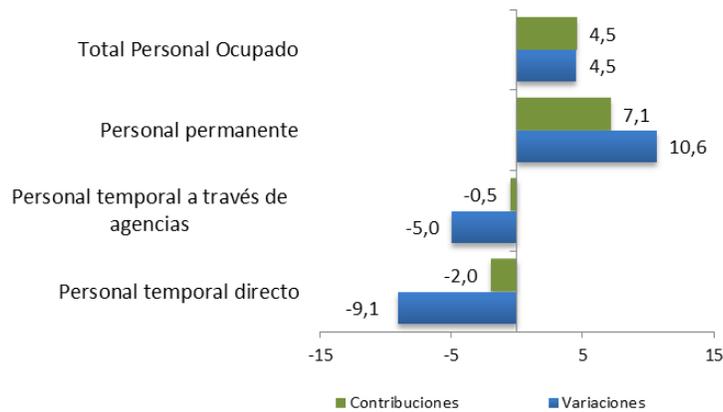
El personal ocupado promedio del comercio en los últimos doce meses hasta junio de 2013 superó en 4,5% al del año precedente. Este resultado se explica principalmente por la contribución del personal permanente cuyo aporte a la variación total fue 7,1 puntos porcentuales. En contraste, el personal temporal directo y contratado a través de agencias restó en conjunto 2,6 puntos porcentuales a dicha variación.

Gráfico 21

Variación y contribución acumulada doce meses del personal ocupado, según tipo de contratación

Total nacional

Julio 2012 - junio 2013 / julio 2011 - junio 2012



Fuente DANE – MMCM



Ficha metodológica

Nombre De La Investigación	MUESTRA MENSUAL DE COMERCIO AL POR MENOR
Sigla De La Investigación	MMCM
Antecedentes	<p>El Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE, ha venido investigando el comportamiento del sector comercial en el país en forma mensual desde 1970, debido a su importancia en el PIB, el empleo que genera y la cantidad de bienes que circulan en este sector.</p> <p>En 1974 se diseñó una muestra probabilística, tomando como marco de muestreo el Censo de Industria, Comercio y Servicios de 1970. Se seleccionaron 398 establecimientos de comercio al por menor en doce ciudades. En 1981 se amplió el número de fuentes a 697 (representaron 1110 establecimientos), para mejorar la calidad de la información de manera que reflejara la evolución del comercio al por menor. En 1989, nuevamente se conformó una muestra probabilística tomando como marco de muestreo los establecimientos de comercio afiliados al Instituto de Seguro Social (ISS), con un total de 615 fuentes que correspondieron a 1.880 establecimientos comerciales y se continuó con las mismas doce ciudades investigadas desde 1974. El desgaste de la muestra, dada la dinámica del sector, hizo imperioso su rediseño. En julio de 1999 se procedió a efectuar la selección de una nueva muestra acorde con los requerimientos. Se construyó el nuevo marco para la investigación tomando como insumo la Encuesta Anual de Comercio 1997 del DANE ajustándola según la información de otras entidades (CONFECAMARAS, DIAN, etc.). En el año 2002 se efectuó un mantenimiento para todas las actividades de la muestra, ampliándola alrededor del 50%.</p>
Objetivo General	Medir el comportamiento de la actividad comercial a partir de las variables ventas, personal ocupado y sueldos y salarios per cápita causados en las empresas comerciales minoristas investigadas y de manera relacionada el consumo de las familias en el corto plazo.
Objetivos Específicos	<ul style="list-style-type: none"> • Medir el comportamiento de las ventas por grupos de mercancías y actividad comercial CIU Rev.3. de las empresas dedicadas al comercio minorista en todo el país. • Cuantificar la evolución del personal ocupado por el comercio minorista en el territorio nacional. • Determinar la evolución de los sueldos y salarios per cápita causados en el comercio minorista. • Generar las estadísticas básicas para el cálculo del sector en las cuentas nacionales. • Proporcionar las características del marco muestral, para investigaciones referidas a comercio al por menor
Definiciones Básicas	<p>Comercio: es “la reventa (compra y venta sin transformación) de mercancías o productos, ya sea que ésta 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”.</p> <p>Comercio al por menor: o minorista es “la reventa (compra y venta sin transformación) de mercancías o productos, destinados para consumo o uso personal o doméstico (consumidor final). 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 el comercio de mercancías usadas.</p> <p>Empresa: para efectos de las estadísticas económicas, empresa es toda unidad económica, o combinación de unidades económicas, propietaria o administradora que actuando bajo una denominación jurídica única, abarca y controla directa o indirectamente todas las funciones y actividades necesarias para el desarrollo y realización del objeto social para el que fue creada.</p> <p>Actividad CIU Rev.3 A.C: se encarga de establecer una estructura dentro de la cual deben presentarse las estadísticas de las actividades económicas de los diferentes sectores</p>



	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.
Alcance Temático	Empresas cuyos ingresos anuales fueron iguales o superiores a 1210 millones de pesos de 1997 y/o 20 personas o más que tuvieran empleadas, cuya actividad principal es el Comercio al por Menor de mercancías o productos nuevos.
Tipo De Investigación	Encuesta por muestra probabilística
Variabes E Indicadores	Variable de clasificación: categorías de personal, actividad CIU Rev.3, grupos de mercancías. Variable de estudio: ingresos por ventas, personal ocupado y sueldos y salarios. Variable calculada: ventas por metro cuadrado (indicador en proceso).
Parámetros A Estimar	Se estiman totales para las variables de estudio.
Universo De Estudio	Universo: unidades económicas formalmente establecidas ubicadas en el territorio nacional, cuya actividad principal es el comercio al por menor, excepto las dedicadas a las actividades de reparación y mantenimiento, compraventa, chance, lotería, rifa telemarketing o ventas por correo, no se incluye el comercio de mercancías usadas.
Población Objetivo	Empresas de comercio al por menor dedicadas a la “reventa” (venta sin transformación) de mercancías o productos, destinados para consumo o uso personal ó doméstico y que se encuentran en el territorio nacional. Dichas empresas deben tener ingresos por ventas anuales iguales o superiores a 1210 millones de pesos de 1997 y/o 20 personas o más ocupadas.
Unidades Estadísticas De Observación, Muestreo, Información Y Análisis	Unidad de muestreo, observación y análisis: La empresa dedicadas a la actividad de comercio al por menor con personería jurídica identificadas por el NIT, que cumple los parámetros de tamaño establecidos. Unidad de información: El contador, gerente, dueño o persona que maneja los balances de la empresa.
Cantidad De Fuentes De Información Primaria Y Secundaria	El tamaño de la muestra es de 627 empresas comerciales.
Marco Estadístico o Muestral	Se conformó con el listado de las empresas de inclusión forzosa que rinden en la E.A.C. y cuyos parámetros son: ingresos por ventas anuales iguales o superiores a 1.210 millones de 1997 o en su defecto 20 o que tuvieran empleadas.
Precisión Requerida	Para los principales parámetros se tienen estimaciones con errores relativos inferiores al 5% pero se publican estimaciones con errores relativos no superiores al 15 %.
Diseño Muestral	Muestreo probabilístico estratificado.
Tipo De Muestra	Muestra probabilística estratificada de elementos. El criterio de estratificación es la actividad económica, la cual divide el universo en 19 estratos (Actividades), y las variables ventas y personal ocupado según su volumen.
Método De Selección	Al interior de cada estrato el método de selección es Muestreo Aleatorio simple.
Tamaño De Muestra	627 elementos
Mantenimiento De Muestra	Con base en el marco proporcionado por la encuesta anual se espera realizar un mantenimiento anual de la muestra.
Indicadores De Calidad	Se calculan errores relativos para todos los parámetros que se estiman y publican.
Cobertura Geográfica	Nacional
Periodo De Referencia	Mes anterior al de recolección
Periodo De Recolección	Mensual
Periodicidad De La Recolección	Mensual
Frecuencia De Entrega De Resultados	Mensual
Desagregación De Resultados	Geográfica: Al nivel nacional. Temática: Por actividad económica según CIU Revisión 3 adaptada para Colombia.



Método De Recolección	Formulario auto diligenciado, con posibilidad de asesoría en los casos que se requieran, según la Regional la distribución de los formularios se hace por correo o personalmente.
Años Y Periodos Disponibles	En Banco de datos se encuentra disponible la información desde enero de 1989 hasta la fecha. En Internet aparece información del último período publicado.
Medios De Difusión	Internet, C.D., Boletines de prensa, tabulados
Sistema Informático: Herramienta De Desarrollo	Visual fox 5.0
Sistema Informático: Módulos Desarrollados	Captura, modificación, eliminación, informes utilitarios
Sistema Informático: Arquitectura De Desarrollo	Monousuario
Sistema Informático: Nivel De Desarrollo	Mediano
Publicaciones	Índices desde 1989 y Boletines desde 1996 en forma continua a la fecha.

Glosario

Actividad principal: de un ente económico es la que más contribuye a su valor agregado, o la actividad cuyo valor agregado supera el de cualquier otra actividad de la entidad. Los productos que resultan de la actividad principal son productos principales o productos asociados.

Actividad CIU Rev.3 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.

Actividad CIU Rev.3 División 52: esta división incluye la reventa (venta sin transformación), al público en general, realizada en almacenes por departamentos, tiendas, supermercados, comisarías, o cooperativas de consumidores, vendedores ambulantes, sistemas de ventas por teléfono o correo, etc.; de productos nuevos, para su consumo y uso personal o doméstico. La mayoría de los minoristas adquieren la propiedad de las mercancías que venden, pero algunos actúan en calidad de agentes de un principal y venden dichas mercancías en consignación o en comisión. En esta división se clasifican los establecimientos que venden al público en general mercancías a la vista, tales como máquinas de escribir, útiles de escritorio, pinturas y madera, aunque esas mercancías no estén destinadas exclusivamente al consumo o al uso personal o doméstico. Por razones evidentes, las mercancías cuyo comercio se incluye en esta división se limitan a los denominados bienes de consumo. Por lo tanto, como ejemplos de mercancías que normalmente no forman parte del comercio al por menor se pueden mencionar los cereales, granos y minerales, el petróleo crudo, las sustancias químicas para uso industrial, el hierro y el acero, y la maquinaria y el equipo industriales. En algunos casos, las mercancías pueden ser objeto de cierta elaboración, pero esta elaboración debe tener lugar solo a efectos de la venta. En esta división también se incluyen la reparación e instalación de efectos personales y enseres domésticos, estén o no combinadas con la venta al por menor. Los establecimientos incluidos en esta división se pueden organizar en especializados y no especializados.

CIU REV.3 A.C.: Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas, revisión 3, adaptada para Colombia.

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 ésta 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.”*

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.

Establecimientos especializados: son aquellos que comercializan, única, exclusiva o principalmente, una clase homogénea de mercancías, correspondientes a las descritas en las clases de la CIIU rev.3 adaptada para Colombia.

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

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, para la Muestra Mensual de Comercio al por Menor, el marco de muestreo está conformado por las empresas dedicadas al comercio al por menor con más de 20 empleados o ventas superiores a 1.200 millones de pesos del año 1997.

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(.), 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.



PROSPERIDAD
PARA TODOS

Personal ocupado: corresponde al personal promedio ocupado en la empresa, hombres y mujeres, contratado en forma directa, por ésta 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. Propietarios, socios y familiares sin remuneración
2. Personal permanente
3. Personal temporal contratado directamente por la empresa
4. Personal temporal contratado con 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 investigación se investigan las ventas totales por agrupación comercial 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).