



03 de marzo de 2014

MUESTRA TRIMESTRAL DE COMERCIO AL POR MENOR DE BOGOTÁ

IV trimestre de 2013 (Preliminar)

Contenido

Resumen

Introducción

1. Resultados Generales

1.1. Índices de ventas reales y de personal ocupado

1.2. Evolución de la variación anual de las ventas reales y del personal ocupado

1.3. Evolución de la variación acumulada doce meses de las ventas y del personal ocupado.

2. Comportamiento de las ventas

2.1. Grupos de mercancías

2.2. Actividad económica según CIIU Rev. 3 A.C.

3. Comportamiento del personal ocupado

3.1. Variación y contribución Anual.

3.2. Variación y contribución acumulada Doce Meses.

Ficha metodológica

Glosario

Resumen

- En el cuarto trimestre de 2013, las ventas reales del comercio minorista de Bogotá aumentaron 5,6% y el personal ocupado 3,5%, en comparación con el mismo trimestre del año anterior.
- En este período, los grupos de mercancías que registraron los mayores incrementos en las ventas fueron: textiles, prendas de vestir y calzado (9,4%), equipo de informática, hogar, libros, ferretería y otros productos (9,1%), farmacéuticos, cosméticos y aseo personal (5,0%), y alimentos, bebidas y licores (4,5%).
- En el año 2013, las ventas reales del comercio minorista de Bogotá aumentaron 5,0%, y el personal ocupado aumentó 3,4%, con respecto al año precedente.
- En este mismo período, los grupos de mercancías que registraron los mayores incrementos en las ventas reales, fueron: equipo de informática, hogar, libros, ferretería y otros productos (10,5%), textiles, prendas de vestir y calzado (6,4%), y farmacéuticos, cosméticos y aseo personal (5,5%).



Director
Mauricio Perfetti del Corral

Subdirector
Diego Silva Ardila

Director Metodología y Producción Estadística
Eduardo Efraín Freire Delgado



Introducción

El sector del comercio minorista 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, no solo a nivel nacional sino también regional, que permitan evaluar la dinámica del sector y orienten la formulación y diagnóstico de la política económica regional.

De esta manera surgió la Muestra Trimestral de Comercio al por Menor de Bogotá (MTCB) en 2008; una investigación de carácter estadístico cuyo objetivo es medir el comportamiento de la actividad comercial minorista en la ciudad de Bogotá, a partir de la información de ventas, personal ocupado, sueldos y salarios, que trimestralmente suministran los comerciantes. La muestra es representativa para el comercio minorista que ocupa 20 o más personas en cada uno de 4 grupos de actividades de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme adaptada para Colombia Revisión 3 - CIIU Rev. 3 A.C.

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

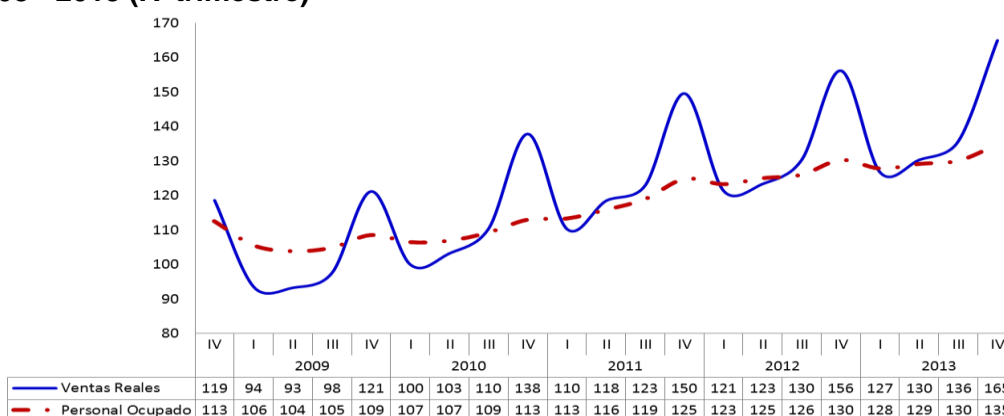
MUESTRA TRIMESTRAL DE COMERCIO AL POR MENOR DE BOGOTÁ

1. RESULTADOS GENERALES

En el cuarto trimestre de 2013, las ventas reales y el personal ocupado del comercio minorista en Bogotá aumentaron 5,6% y 3,5%, respectivamente, en comparación con el mismo trimestre de 2012

1.1 Índices de ventas reales y personal ocupado

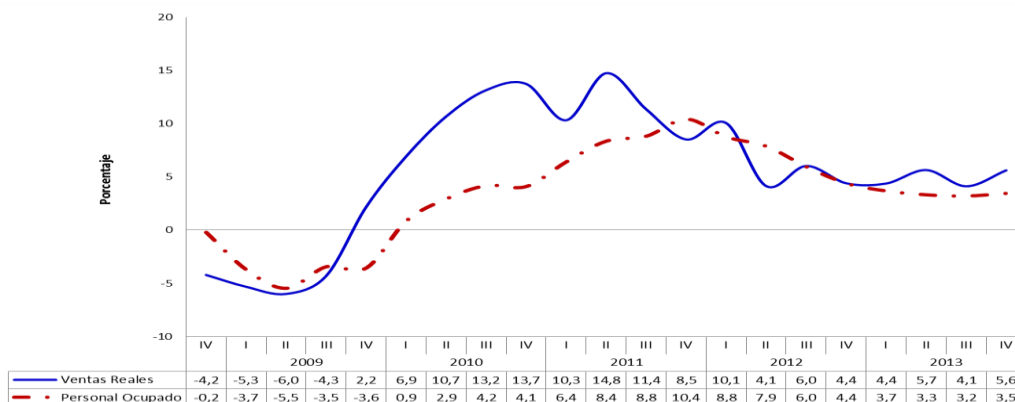
Gráfico 1
Índices de ventas y de personal ocupado del comercio al por menor en Bogotá 2008 - 2013 (IV trimestre)



Fuente DANE – MTCB

1.2 Evolución de la variación anual de las ventas reales y del personal ocupado

Gráfico 2. Variación anual de las ventas reales y del personal ocupado del comercio al por menor en Bogotá 2008 - 2013 (IV trimestre)

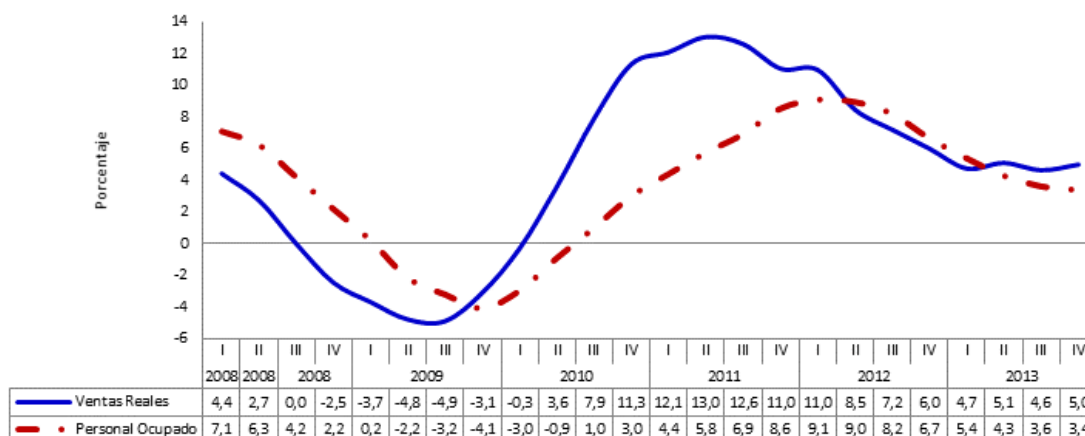


Fuente DANE – MTCB

1.3 Evolución de la variación acumulada doce meses de las ventas y del personal ocupado

Durante el año 2013, las ventas reales del comercio al por menor en Bogotá registraron un incremento de 5,0% y el personal ocupado de 3,4%, con respecto al año precedente.

Gráfico 3. Variación acumulada doce meses de las ventas y del personal ocupado del comercio al por menor en Bogotá. 2008 - 2013 (IV trimestre)



Fuente DANE – MTCB

Resumen del comportamiento de las principales variables

Indicador	Anual		Doce meses	
	2012	2013	2012	2013
Ventas	4,4	5,6	6,0	5,0
Personal ocupado	4,4	3,5	6,7	3,4

Fuente DANE – MTCB

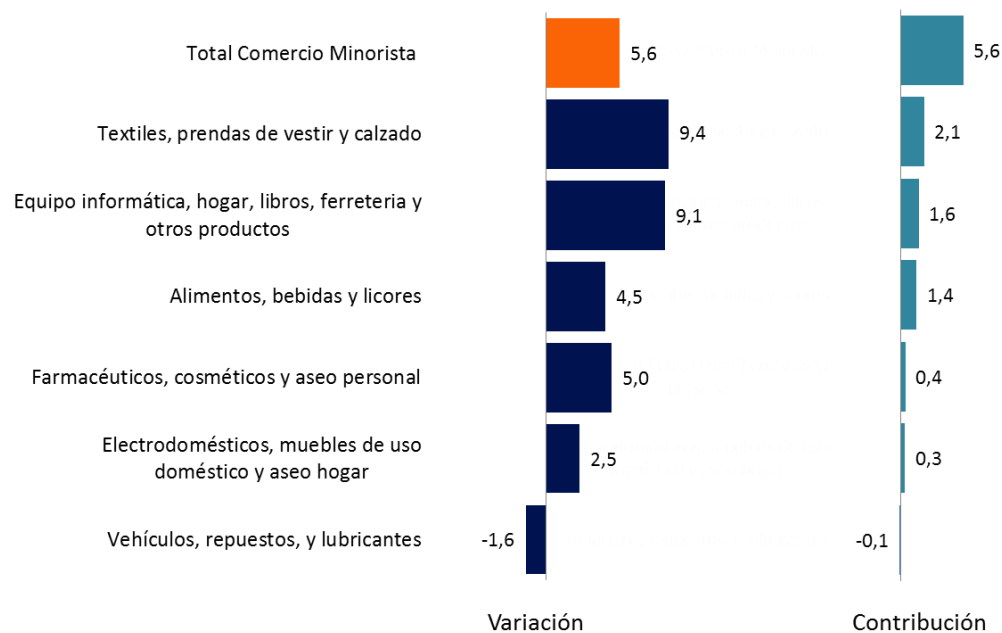
2 Comportamiento de las ventas reales

2.1 Grupos de mercancías

2.1.1 Variación y contribución anual: IV trimestre 2013

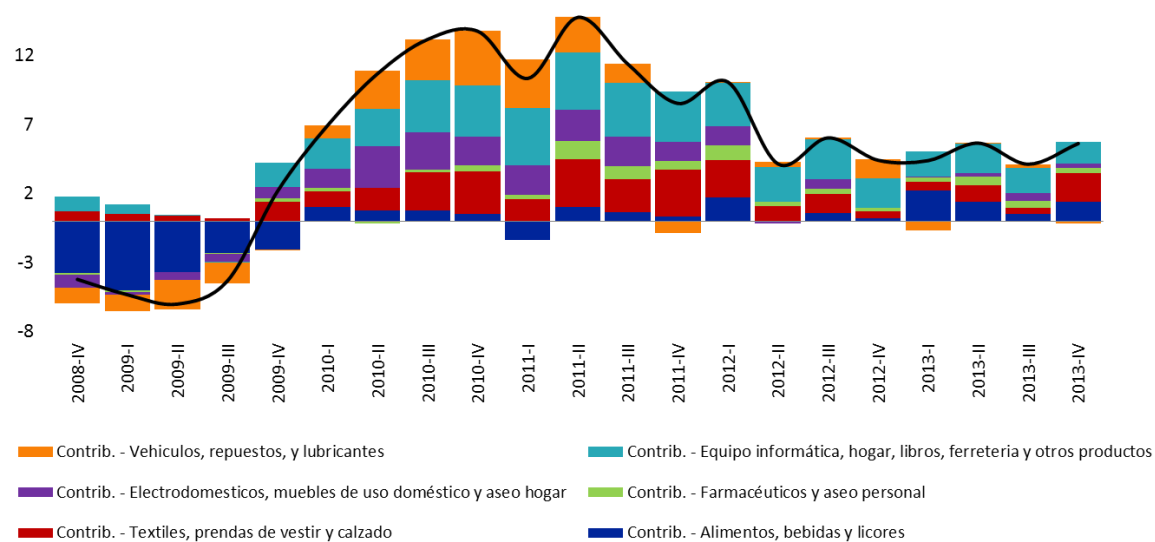
En el cuarto trimestre de 2013, las ventas del comercio minorista en Bogotá aumentaron 5,6% comparadas con el mismo período del año anterior; los grupos que presentaron los mayores incrementos en sus ventas fueron: textiles, prendas de vestir y calzado; equipo de informática, hogar, libros, ferretería y otros productos; farmacéuticos, cosméticos y aseo personal; y alimentos, bebidas y licores.

Gráfico 4. Variación y contribución anual de las ventas reales del comercio al por menor de Bogotá, según grupos de mercancías IV trimestre 2013



Fuente DANE – MTCB

Gráfico 5. Desagregación de la variación anual de las ventas reales del comercio al por menor de Bogotá, según grupos de mercancías. 2008 - 2013 (IV trimestre)



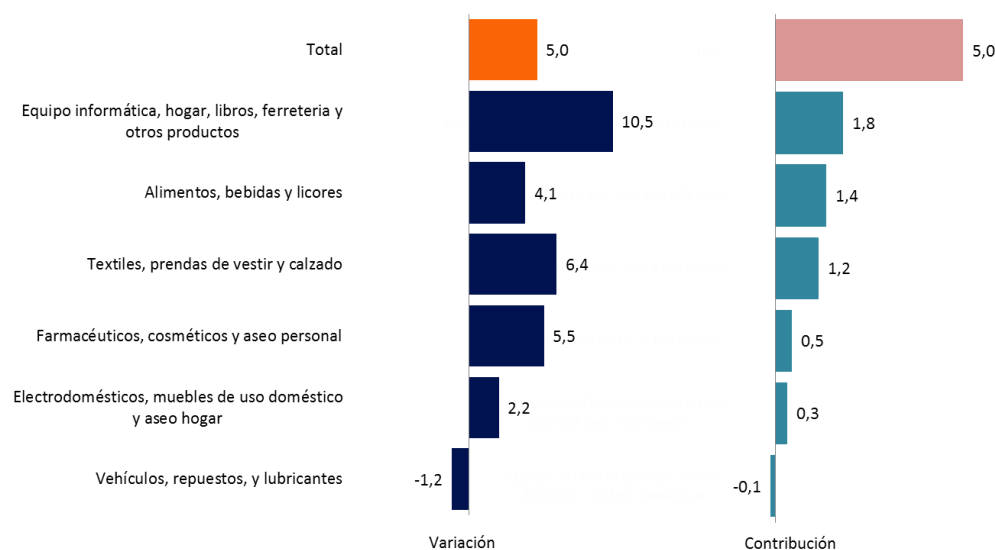
Fuente DANE – MTCB

En el cuarto trimestre de 2013, tres grupos de mercancías explicaron 5,1 puntos porcentuales del incremento de las ventas del sector: Estos fueron: textiles, prendas de vestir y calzado; equipo informática, hogar, libros, ferretería y otros productos; y alimentos, bebidas y licores.

2.1.2 Variación y contribución acumulada doce meses

Durante el año 2013, las ventas reales del comercio minorista en Bogotá aumentaron 5,0% respecto al año precedente. Los grupos de mercancías que presentaron los mayores crecimientos en las ventas, fueron: equipo de informática, hogar, libros, ferretería y otros productos; textiles, prendas de vestir y calzado; farmacéuticos, cosméticos y aseo personal; y alimentos, bebidas y licores.

Gráfico 6. Variación y contribución acumulada doce meses de las ventas reales del comercio al por menor de Bogotá según grupos de mercancías. I – IV trimestre (2013/2012)



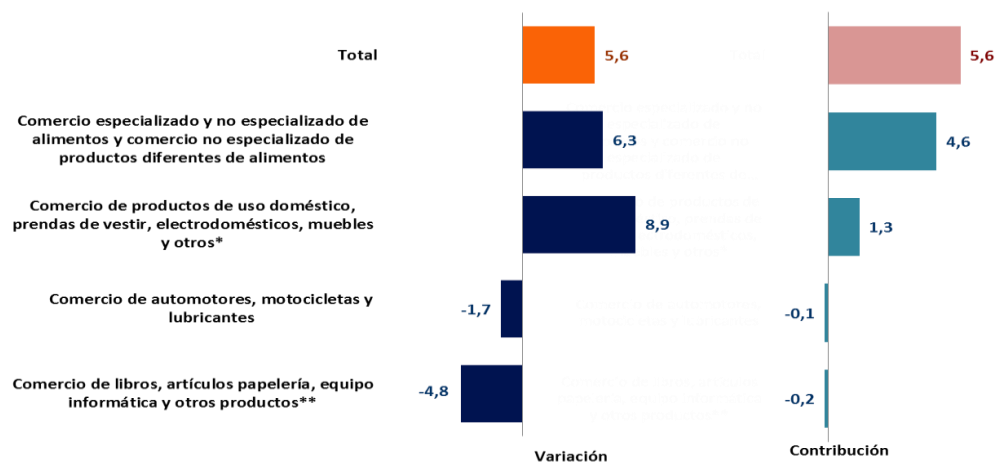
Fuente DANE – MTCB

2.2 Actividad económica según CIU Rev. 3 A.C.

2.2.1 Variación y contribución anual: IV trimestre 2013

De acuerdo con la actividad comercial (CIU Rev.3.0 A.C.) desarrollada por los almacenes investigados en la MTCB, en el cuarto trimestre de 2013, los mayores incrementos en las ventas minoristas de Bogotá se presentaron en el comercio de productos de uso doméstico, prendas de vestir, electrodomésticos, muebles y otros (8,9%), y en el comercio especializado y no especializado de alimentos y comercio no especializado de productos diferentes de alimentos (6,3%). Este último grupo fue el que registró la mayor contribución al incremento de las ventas de Bogotá con 4,6 puntos porcentuales. (Gráfico 7)

Gráfico 7. Variación anual de las ventas reales del comercio al por menor de Bogotá según actividad económica. IV Trimestre 2013



Fuente DANE – MTCB

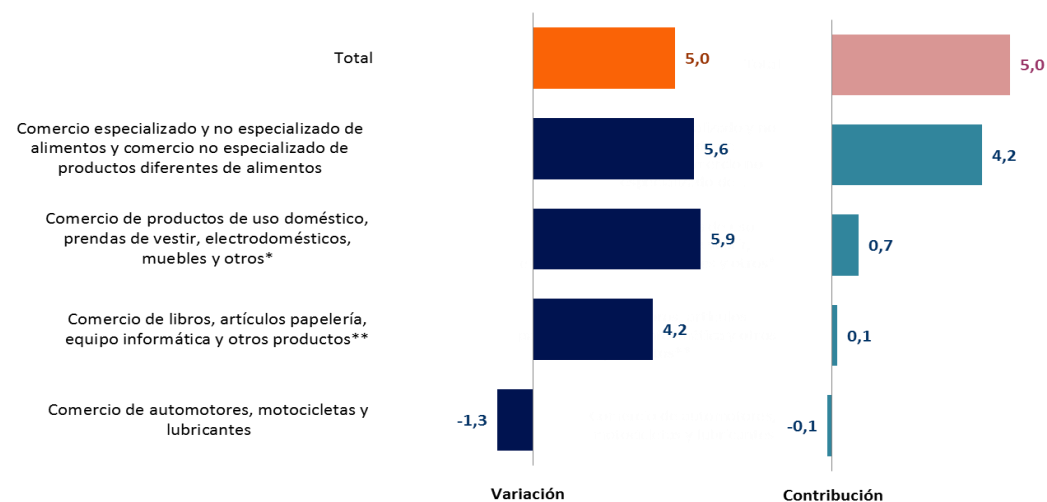
* Farmacéuticos, perfumería y cosméticos; textiles; y calzado y artículos de cuero.

** Artículos de ferretería, cerrajería, vidrios, pinturas; equipo fotográfico; y equipo óptico y de precisión

2.2.1 Variación y contribución acumulada doce meses

Durante el año 2013, el mayor incremento en las ventas del comercio minorista de Bogotá se registró en los almacenes especializados en el comercio de productos de uso doméstico, prendas de vestir, electrodomésticos, muebles y otros (5.9%), así como en el comercio especializado y no especializado de alimentos y comercio no especializado de productos diferentes de alimentos (5,6%). Este último grupo fue el que registró la mayor contribución con 4,2 puntos porcentuales.

Gráfico 8. Variación y contribución acumulada doce meses de las ventas reales del comercio al por menor de Bogotá según actividad económica. I – IV trimestre (2013/2012)



Fuente: DANE – MTCB

* Farmacéuticos, perfumería y cosméticos; textiles; y calzado y artículos de cuero.

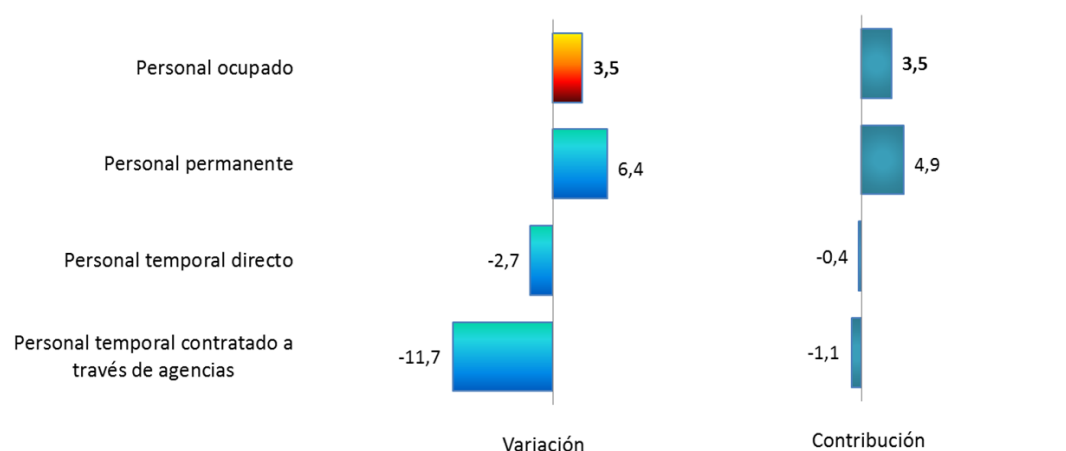
** Artículos de ferretería, cerrajería, vidrios, pinturas; equipo fotográfico; y equipo óptico y de precisión

3 Comportamiento del personal ocupado

3.1 Variación y contribución anual: IV trimestre 2013

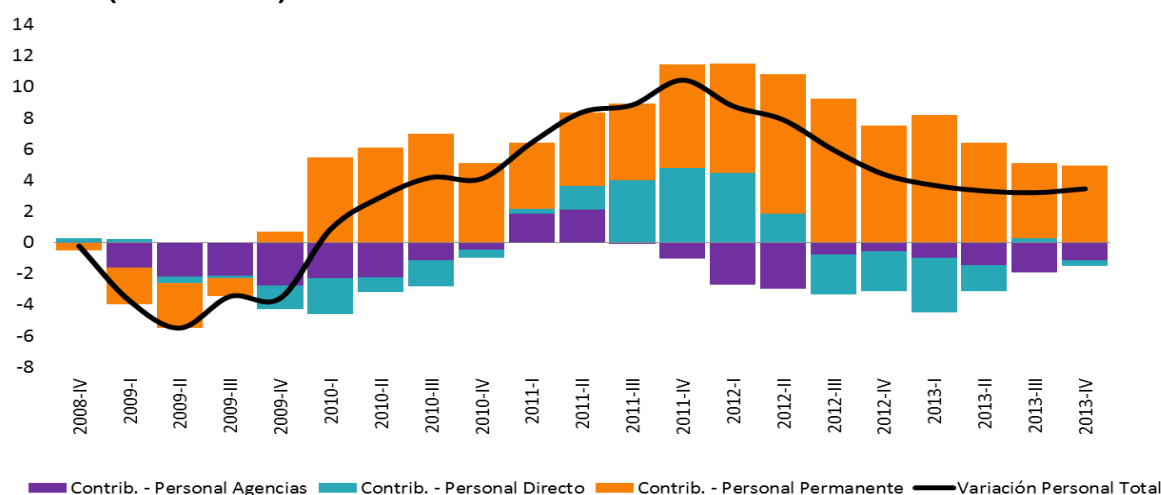
En el cuarto trimestre de 2013, el personal ocupado por el comercio minorista en la ciudad de Bogotá aumentó 3,5% respecto al mismo trimestre de 2012, cuando había registrado un crecimiento de 4,4%. El incremento del 3,5% se explica por el crecimiento de 6,4% del personal permanente y la reducción de 2,7% del personal temporal directo y de 11,7% en la contratación de personal temporal a través de agencias.

Gráfico 9. Variación y contribución anual del personal ocupado en el comercio al por menor de Bogotá según tipo de contratación. IV trimestre 2013



Fuente: DANE – MTCB

Gráfico 10. Desagregación de la variación anual del personal ocupado del comercio minorista de Bogotá según tipo de contratación. 2008 - 2013 (IV trimestre)



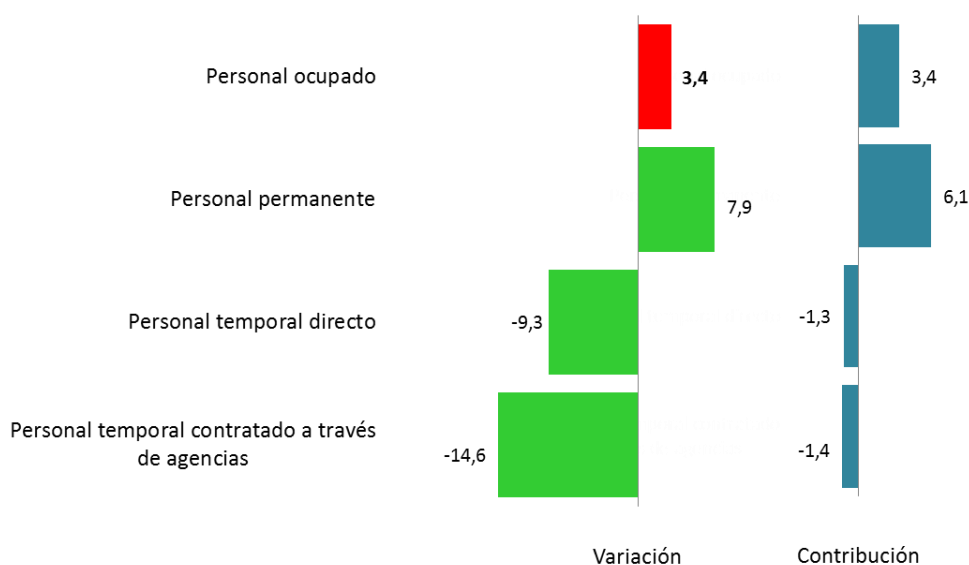
Fuente: DANE – MTCB

Los mayores aportes al crecimiento del personal ocupado por el comercio minorista de Bogotá desde comienzos de 2010 los ha realizado el personal permanente.

3.2 Variación y contribución acumulada doce meses del personal ocupado en el comercio al por menor de Bogotá según tipo de contratación.

En el año 2013, el personal ocupado por el comercio al por menor de Bogotá se incrementó 3,4%, con respecto al año precedente. Este resultado se explica por el aumento en la contratación del personal permanente (7,9%) y la reducción del personal temporal a través de agencias (-14,6%) y del temporal directo (-9,3%).

Gráfico 11. Variación y contribución acumulada doce meses del personal ocupado en el comercio minorista en Bogotá según tipo de contratación I – IV trimestre (2013/2012)



Fuente: DANE – MTCB



FICHA METODOLÓGICA MTCB

Objetivo general: Medir el comportamiento de la actividad comercial minorista en la ciudad de Bogotá, a partir de las variables ventas, personal ocupado, sueldos y salarios reales de las empresas investigadas y de manera relacionada el consumo de las familias en el corto plazo.

Alcance temático: Unidades locales, ubicadas en la ciudad de Bogotá, cuya actividad principal es el comercio al por menor, con ingresos anuales por ventas iguales o superiores a 1.800 millones de pesos del año 2001 y/o 20 o más empleados.

Unidad estadística de observación, muestreo e información: La unidad local definida como el conjunto de establecimientos de una empresa ubicados en la ciudad de Bogotá.

Tamaño de muestra: 204 Unidades locales en la ciudad de Bogotá

Unidad Informante: La gerencia general.

Tipo de investigación: Encuesta por muestreo probabilístico, estratificado por actividad comercial.

Periodicidad: Trimestral, se cuenta con información a partir del primer trimestre de 2004.

GLOSARIO

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

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

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

Coefficiente de variación: se define como la variación porcentual del error estándar con respecto a la estimación central, es decir, es el cociente entre el error estándar del estimador y el estimador multiplicado por 100.

Diseño muestral: procedimiento o algoritmo mediante el cual se obtienen los elementos que serán incluidos en la muestra probabilística, de acuerdo con los objetivos de la investigación.

Empresa: para efectos de las estadísticas económicas, empresa es toda unidad económica, o combinación de unidades económicas, propietaria o administradora que actuando bajo una



denominación jurídica única, abarca y controla directa o indirectamente todas las funciones y actividades necesarias para el desarrollo y realización del objeto social para el que fue creada.

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

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

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

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