

**Departamento Administrativo
Nacional de Estadística**



**Dirección de Metodología y Producción
Estadística - DIMPE**

**Ficha Metodológica
Grandes Almacenes e
Hipermercados Minoristas - GAHM**

Abril 2006

	FICHA METODOLÓGICA GRANDES ALMACENES E HIPERMERCADOS MINORISTAS - GAHM	CÓDIGO: TE-GAHM-FME-01 VERSIÓN : 01 PAGINA : 2 FECHA: 05-04-06
	ELABORO: APOYO PROFESIONAL TE – COMERCIO INTERIOR	REVISO: SECRETARIA TECNICA COMERCIO INTERIOR

	ENCUESTA DE GRANDES ALMACENES E HIPERMERCADOS MINORISTAS - GAHM
SIGLA DE LA INVESTIGACIÓN	GAHM
ANTECEDENTES	<p>Esta investigación surge, buscando dar respuesta sistemática a las necesidades de las Cuentas Nacionales, que requieren establecer la evolución del consumo final de los hogares y de los inventarios del comercio al por menor. Este proyecto inicia sus operativos consolidando información a partir del primer trimestre de 1997.</p> <p>Para la delimitación del tamaño de las empresas se analizaron, en primera instancia, estadísticas y publicaciones relacionadas: "Revista Dinero", "Análisis de Riesgo" de la Asociación Nacional de Instituciones Financieras-ANIF, así como algunos resultados obtenidos a partir de la Muestra Mensual de Comercio al por Menor del DANE. Con base en estos criterios, se constituyó el marco preliminar de la investigación con todas las empresas de inclusión forzosa de la Encuesta Anual de Comercio (1995) que rindieron la información. Adicionalmente, se incorporaron los resultados de la Mini encuesta de Comercio para 1996, a partir de los cuales se realizó un trabajo de depuración. Finalmente, mediante análisis estadístico se correlacionaron las variables de ventas y empleo.</p>
OBJETIVO GENERAL	<p>Conocer el comportamiento de las ventas, el empleo y los inventarios de los Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas a nivel nacional y obtener información trimestral en volúmenes (unidades) y valores (miles de pesos) del comercio de vehículos nuevos (nacionales e importados) realizado directamente y/o por concesionarios autorizados en el ámbito nacional.</p>
OBJETIVOS ESPECIFICOS	<ul style="list-style-type: none"> • Medir la evolución de las ventas por actividad y grupos comerciales de los Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas a nivel nacional. • Determinar la evolución de los inventarios del sector comercio a través de los Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas del país. • Medir la evolución del empleo total en los Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas. • Generar las estadísticas básicas para el cálculo del sector en las Cuentas Nacionales. • Medir la evolución de las ventas totales de vehículos, tanto importados como los de producción nacional. • Conocer el comportamiento de las ventas según el tipo y origen del vehículo, en unidades y en miles de pesos.
DEFINICIONES BÁSICAS	<p>Comercio: es "la reventa (<i>compra y venta sin transformación</i>) 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>



**FICHA METODOLÓGICA GRANDES
ALMACENES E HIPERMERCADOS
MINORISTAS - GAHM**

CÓDIGO: TE-GAHM-FME-01
VERSIÓN : 01
PAGINA : 3
FECHA: 05-04-06

DEFINICIONES BÁSICAS		<p>Comercio al por menor: o minorista es “la reventa (<i>compra y venta sin transformación</i>) de mercancías o productos, destinados para consumo o uso personal o doméstico (<i>consumidor final</i>). 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, no se incluye el comercio de mercancías usadas.</p> <p>Hipermercado: corresponde a grandes superficies, las cuales combinan los principios que rigen a los supermercados y a las tiendas de bodega, sus ventas las realiza principalmente al consumidor final.</p> <p>Empresa: para efectos de las estadísticas económicas, 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 CIIU 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 y servicios.</p>
ALCANCE TEMÁTICO		Comercio de productos nuevos en los Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y comercio de vehículos nuevos automotores de producción nacional e importados.
TIPO DE INVESTIGACIÓN		Censo
VARIABLES INDICADORES	E	<p>Variables de clasificación: actividad económica según CIIU Rev.3 A.C., grupos homogéneos de mercancías; en vehículos actividad industrial (CIIU Rev.3), origen de las mercancías (importados nacionales), tipo de vehículo (automóviles, camperos, camionetas, transporte público y de carga).</p> <p>Variables de estudio: ventas, empleo, inventarios, ingresos, personal ocupado, sueldos y salarios, y área de ventas (m2) y en vehículos ventas en unidades y en valores.</p>
PARÁMETROS ESTIMAR	A	Total ventas, empleo e inventarios y en vehículos total ventas (unidades y miles de pesos).
UNIVERSO DE ESTUDIO		Los Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y empresas comerciantes de vehículos automotores nuevos (importadores y productores nacionales).
POBLACIÓN OBJETIVO		Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas con ventas anuales mayores o iguales a 7.000 millones de pesos de 1995 (según la EAC/95) y/o personal ocupado mayor o igual a 200 y empresas comerciantes de vehículos automotores nuevos (importadores y productores nacionales).
UNIDAD ESTADÍSTICA DE OBSERVACIÓN, MUESTREO, INFORMACIÓN ANÁLISIS	Y	La empresa



**FICHA METODOLÓGICA GRANDES
ALMACENES E HIPERMERCADOS
MINORISTAS - GAHM**

CÓDIGO: TE-GAHM-FME-01
VERSIÓN : 01
PAGINA : 4
FECHA: 05-04-06

CANTIDAD DE FUENTES DE INFORMACIÓN PRIMARIA Y SECUNDARIA	120 fuentes en grandes almacenes e hipermercados minoristas y 20 fuentes de importadores y ensambladoras de vehículos.
MARCO ESTADÍSTICO O MUESTRAL	Lista de 120 fuentes que cumplen con los requerimientos de ingresos por ventas y/o personal ocupado y lista de las 20 fuentes importadoras y ensambladoras de vehículos.
PRECISIÓN REQUERIDA	No aplica
DISEÑO MUESTRAL	No aplica
TIPO DE MUESTRA	No aplica
MÉTODO DE SELECCIÓN	No aplica
TAMAÑO DE MUESTRA	No aplica
MANTENIMIENTO DE MUESTRA	No aplica
INDICADORES DE CALIDAD	Oportunidad
COBERTURA GEOGRÁFICA	Nacional
PERIODO DE REFERENCIA	Trimestre anterior.
PERIODO DE RECOLECCIÓN	Mensual con consolidación trimestral.
PERIODICIDAD DE LA RECOLECCIÓN	Mensual
FRECUENCIA DE ENTREGA DE RESULTADOS	Trimestral
DESAGREGACIÓN DE RESULTADOS	Geográfica: nacional. Temática: para la variable ventas se presentan los resultados por actividad económica según código CIU (Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas) Revisión 3 adaptada para Colombia y por agrupación comercial; para el personal promedio ocupado, los resultados se presentan por modalidad de contratación y según código CIU (Clasificación Industrial Internacional Uniforme) Revisión 3 adaptada para Colombia; en el caso de la variable inventarios finales, los resultados se presentan según código CIU (Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas) Revisión 3 adaptada para Colombia. El año base de comparación es 1997 (1997=100).
MÉTODO DE RECOLECCIÓN	Autodiligenciamiento del formulario de la Muestra Mensual de Comercio al por Menor – MMCM con asesoría en los casos que se requiera y consolidación de datos del trimestre investigado.
AÑOS Y PERÍODOS DISPONIBLES	En Banco de datos se encuentra disponible la información trimestral a partir de 1997 hasta la fecha.
MEDIOS DE DIFUSIÓN	Internet, C.D., Boletines de prensa.
SISTEMA INFORMÁTICO HERRAMIENTA DE DESARROLLO	Visual Fox Pro 6
SISTEMA INFORMÁTICO MÓDULOS	Captura, modificación, eliminación, informes utilitarios, prediligenciamiento, cuadros de salida.
SISTEMA INFORMÁTICO:	Multiusuario



**FICHA METODOLÓGICA GRANDES
ALMACENES E HIPERMERCADOS
MINORISTAS - GAHM**

CÓDIGO: TE-GAHM-FME-01
VERSIÓN : 01
PAGINA : 5
FECHA: 05-04-06

SISTEMA INFORMÁTICO: NIVEL DE DESARROLLO	Mediano
PUBLICACIONES	Boletín de prensa trimestral, a partir de 1997 a la fecha.