

MUESTRA MENSUAL DE COMERCIO AL POR MENOR Abril de 2010



Código N° 1081-1
Producción y difusión de la información estadística estratégica oficial. Regulación del sistema estadístico nacional
NTC ISO 9001:2000



Código N° 011-1
Producción y difusión de la información estadística estratégica oficial. Regulación del sistema estadístico nacional
NTC GP 1000:2004



Contenido

Resumen

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 Actividad comercial

2.2.1 Variación anual

2.2.2 Variación año corrido

2.2.3 Variación doce meses

3. Empleo

3.1 Variación anual

3.2 Variación año corrido

3.3 Variación doce meses

Ficha metodológica

Resumen

- En el mes de abril de 2010, las ventas del comercio minorista aumentaron 7,9% y el personal ocupado aumentó 2,0%, con relación al mismo mes de 2009.
- Durante este período, las líneas de mercancías que presentaron los mayores crecimientos en sus ventas, fueron: vehículos automotores y motocicletas (52,5%) y equipo de informática, hogar (25,8%). En contraste, las mayores reducciones se registraron en licores y cigarrillos (-6,4%); y farmacéuticos (-4,7%).
- Entre enero y abril del año 2010, las ventas reales presentaron un crecimiento de 7,6%, mientras que el personal ocupado presentó una contracción de 0,4%.
- Las líneas de mercancías que presentaron los mayores crecimientos en sus ventas en lo corrido del año, fueron: vehículos automotores y motocicletas (27,8%); equipo de informática, hogar (26,5%); y las agrupadas en "otras mercancías"¹ (22,0%). Por su parte, los grupos de mercancías que registraron contracción de las ventas, fueron: farmacéuticos (-3,1%); libros, periódicos y papelería (-2,6%); licores y cigarrillos (-2,2%).
- Durante los últimos doce meses hasta abril de 2010, las ventas reales presentaron un crecimiento de 1,2%, comparadas con el año precedente. Este resultado se explica principalmente por el aumento en las ventas de las líneas "otras mercancías"; electrodomésticos y muebles para el hogar; y calzado, artículos de cuero, que en conjunto aportaron 1,7 puntos porcentuales a la variación total.
- En este mismo período, el personal ocupado presentó una variación negativa de 2,3%, como resultado a la reducción en el personal temporal contratado a través de empresas y en el personal temporal directo, con aportes de -2,4 y -2,1 puntos porcentuales, respectivamente, y al aumento del personal permanente que aportó 2,2 puntos positivos

¹ Otras mercancías, incluye: juguetes, bicicletas, artículos de deporte, piñatería, artículos para bebés, gas propano en cilindros, lubricantes y aditivos para vehículos automotores, equipo fotográfico, revestimiento para pisos, etc.

Director
Héctor Maldonado Gómez

Subdirector
Carlos Eduardo Sepúlveda Rico

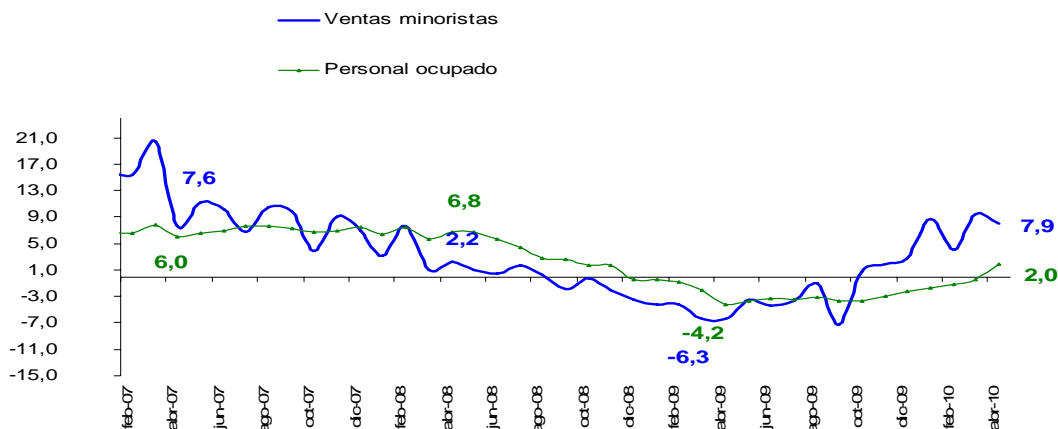
Director de Metodología y Producción Estadística

Eduardo Efraín Freire Delgado

1. Evolución general de las principales variables. Total nacional abril 2010

En abril de 2010, las ventas reales del comercio minorista aumentaron 7,9% y el personal ocupado creció 2,0%, con respecto al mismo mes del año 2009. En abril de 2009, las ventas habían reportado una reducción de 6,3% y el personal ocupado había disminuído 4,2%.

Gráfico 1
Variación anual de las ventas reales y el personal ocupado
Total nacional
2007 – 2010 (Abril)



Fuente DANE – MMCM

Gráfico 2
Variación bimestral de las ventas reales y personal ocupado
Total nacional
2006 – 2010 (marzo - abril)

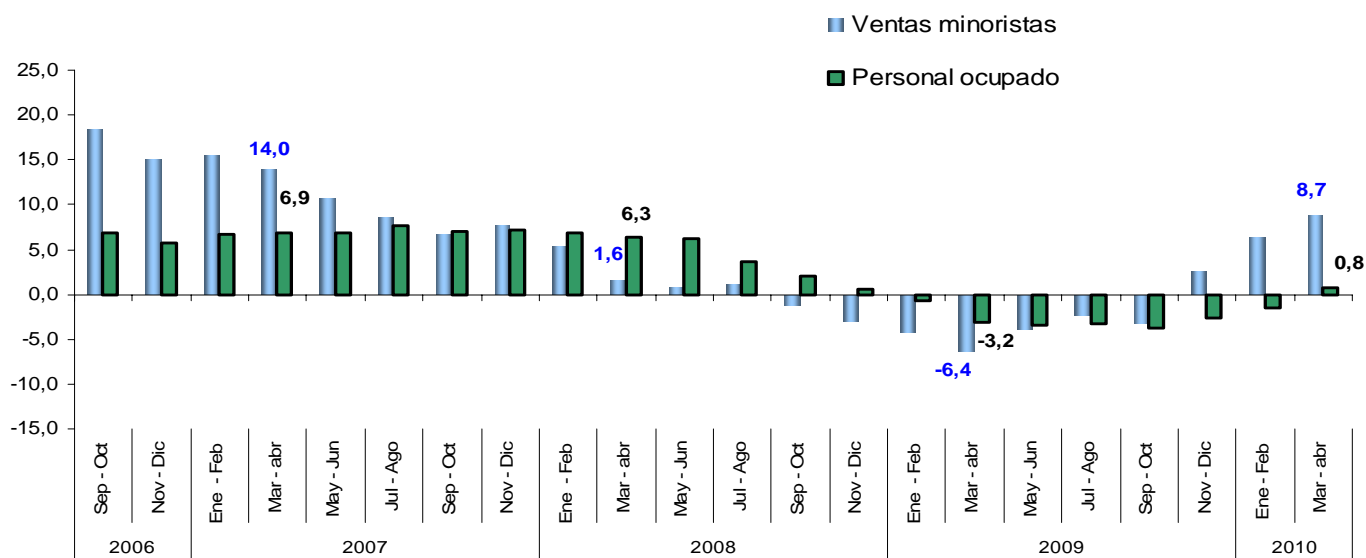
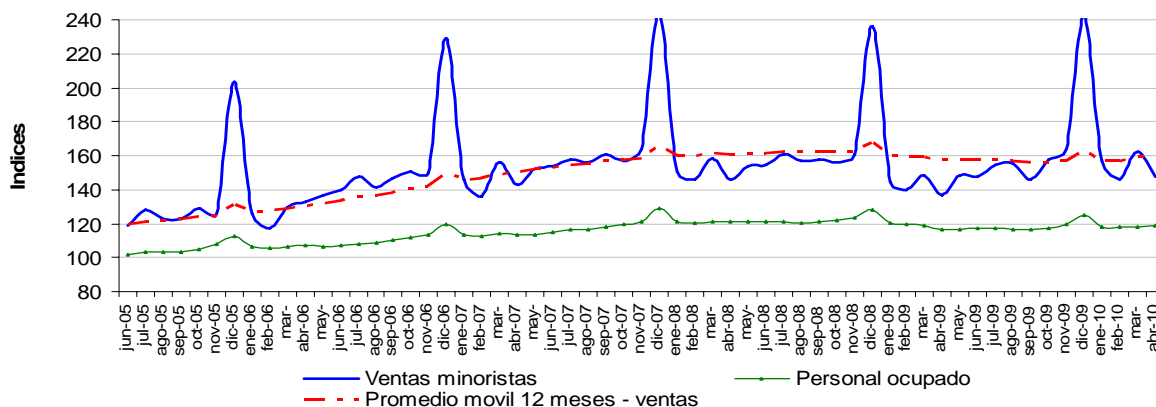
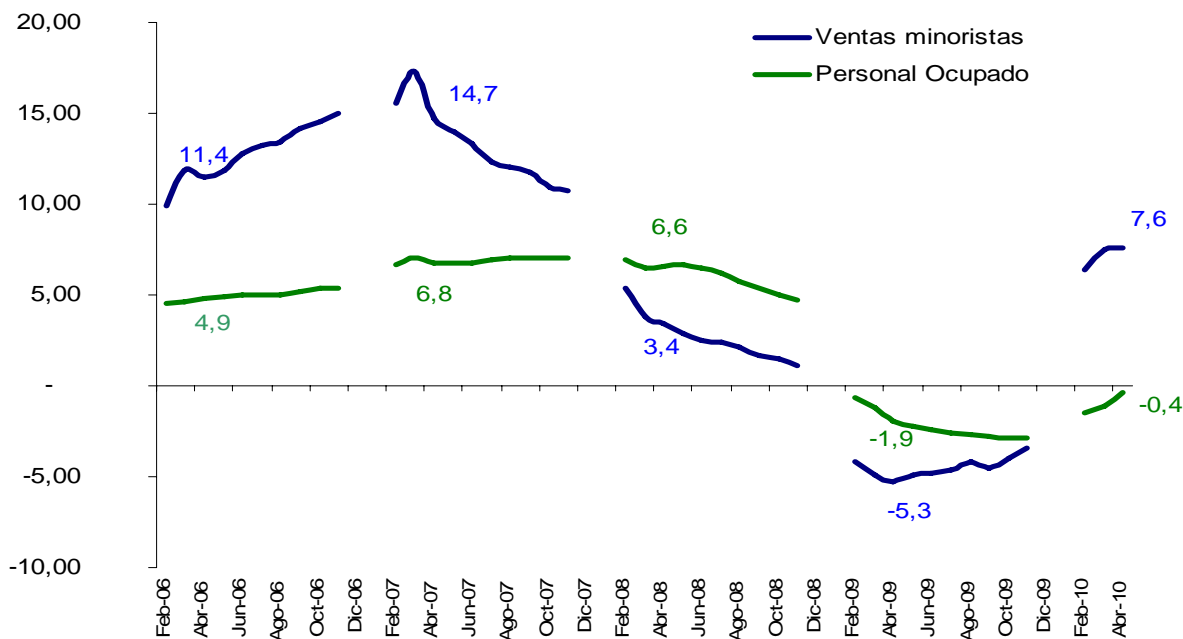


Gráfico 3
Índices mensuales de ventas reales y personal ocupado
Total nacional
Índice base: promedio año 1999 = 100
2005 – 2010 (Abril)



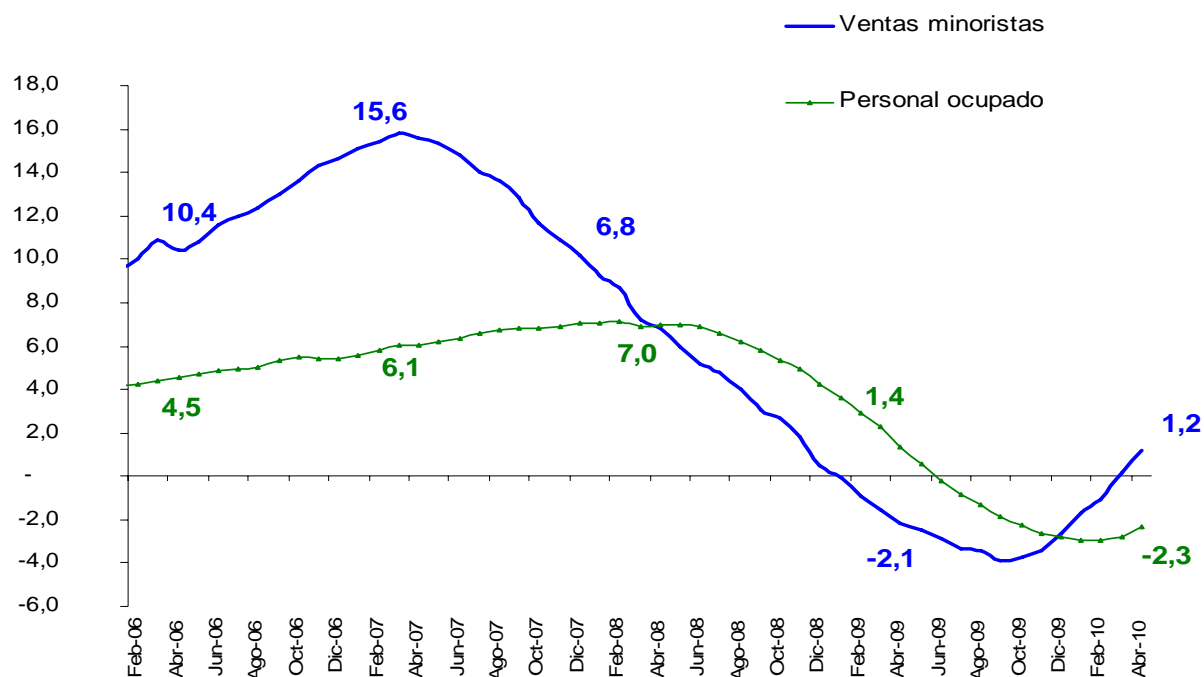
Fuente DANE – MMCM

Gráfico 4
Variación año corrido de las ventas reales y el personal ocupado
Total nacional
2006 – 2010 (Abril)



Fuente DANE – MMCM

Gráfico 5
Variación doce meses de las ventas reales y el personal ocupado
Total nacional
2006 – 2010 (Abril)



Fuente DANE – MMCM

Tabla 1.
Resumen del comportamiento de las principales variables

(Variación %)

Indicador	Abril		Marzo- Abril		Enero - Abril		Mayo - Abril	
	(anual)		(anual)	(anual)	(año corrido)		(doce meses)	
	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010
Ventas	-6,3	7,9	-6,4	8,7	-5,3	7,6	-2,1	1,2
Personal ocupado	-4,2	2,0	-3,2	0,8	-1,9	-0,4	1,4	-2,3

Fuente DANE – MMCM

2. Ventas reales

2.1 Grupos de mercancías

2.1.1 Variación anual: abril (2010/2009)

Durante el mes de abril de 2010, las ventas del comercio minorista crecieron 7,9% con respecto a las registradas en igual mes de 2009. Los grupos de mercancías que presentaron los mayores crecimientos, fueron: vehículos automotores y motocicletas; y equipo de informática, hogar. Por su parte, las mayores reducciones se registraron en licores y cigarrillos; y farmacéuticos.

Gráfico 6

Variación anual de las ventas reales

Total nacional

Abril (2010/2009)

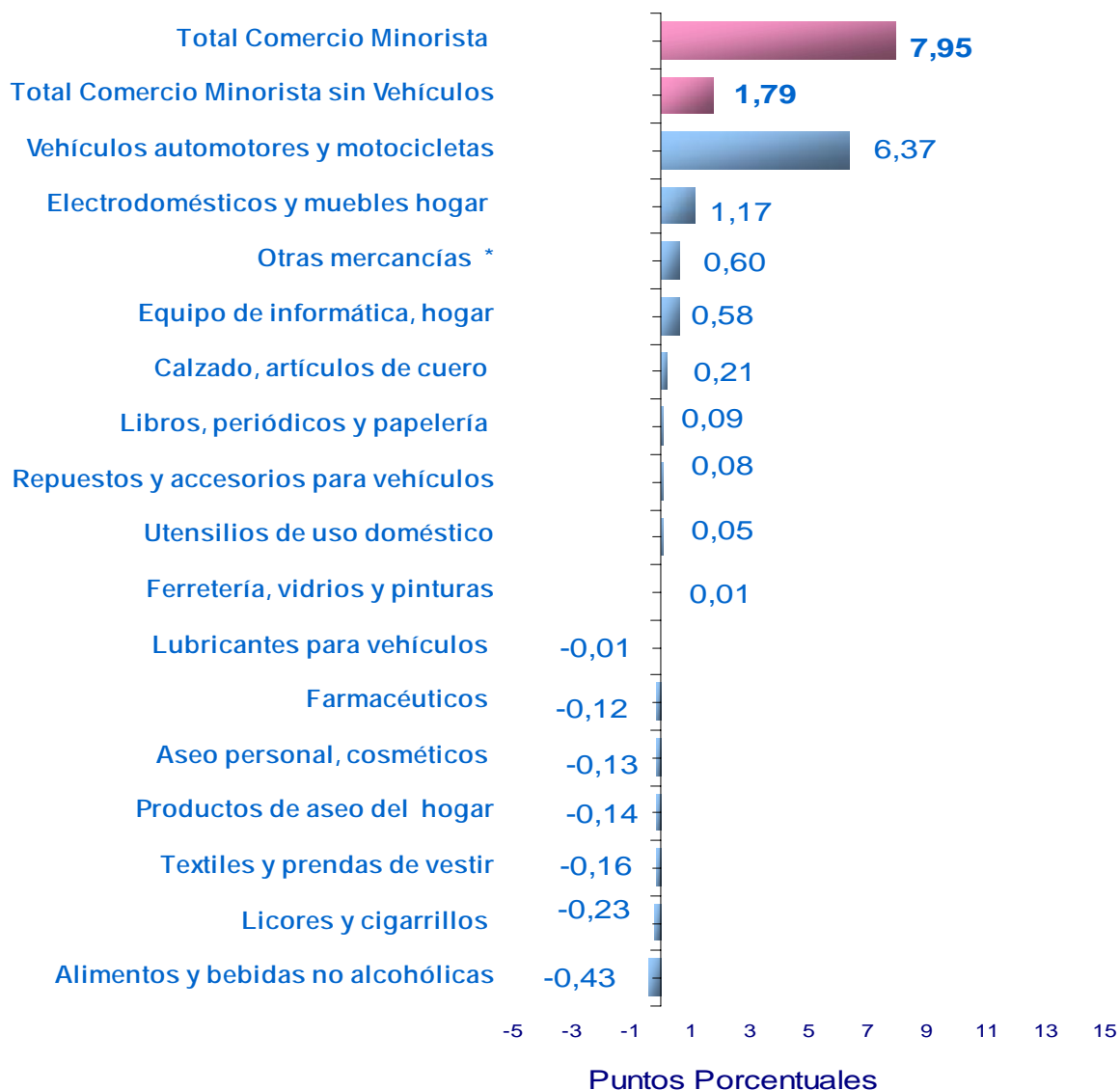


Fuente DANE – MMCM

* Otras mercancías, incluye: juguetes, bicicletas, artículos de deporte, piñatería, artículos para bebés, gas propano en cilindros, lubricantes y aditivos para vehículos automotores, 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 vehículos automotores y motocicletas; y electrodomésticos y muebles hogar, cuyo aporte conjunto fue 7,5 puntos porcentuales a la variación total. Por su parte, las principales contribuciones negativas se registraron en alimentos y bebidas no alcohólicas; y licores y cigarrillos, que en conjunto aportaron 0,66 puntos porcentuales negativos a la variación total.

Gráfico 7
Contribución anual a las ventas reales
Total nacional
Abril (2010/2009)



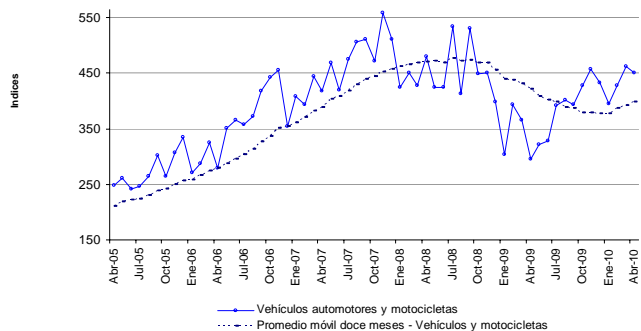
Fuente DANE – MMCM

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

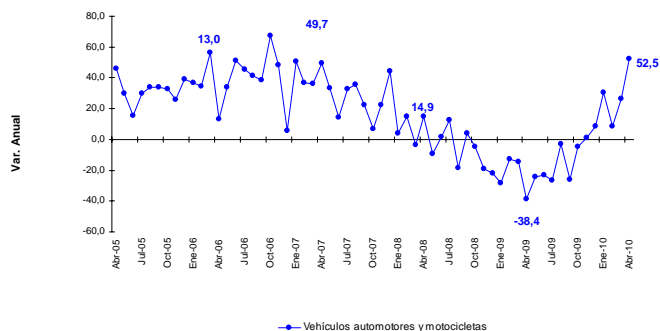
Gráficos 8

Líneas de mercancías que principalmente explican el crecimiento en ventas de abril de 2010

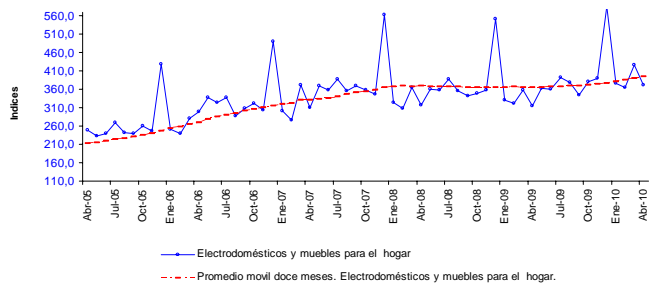
Índice mensual vehículos automotores y motocicletas
Índice base: promedio año 1999 = 100
2005 – 2010 (Abril)



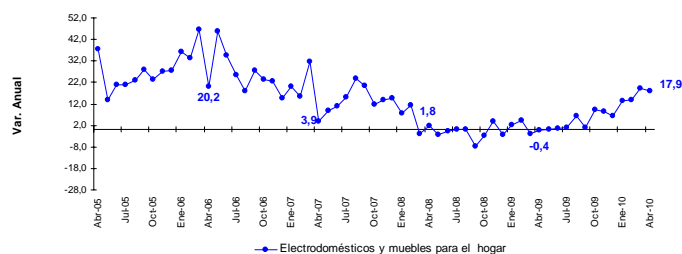
Variación anual de las ventas reales
Vehículos automotores y motocicletas
2005 – 2010 (Abril)



Índice mensual electrodomésticos y muebles hogar
Índice base: promedio año 1999 = 100
2005 – 2010 (Abril)



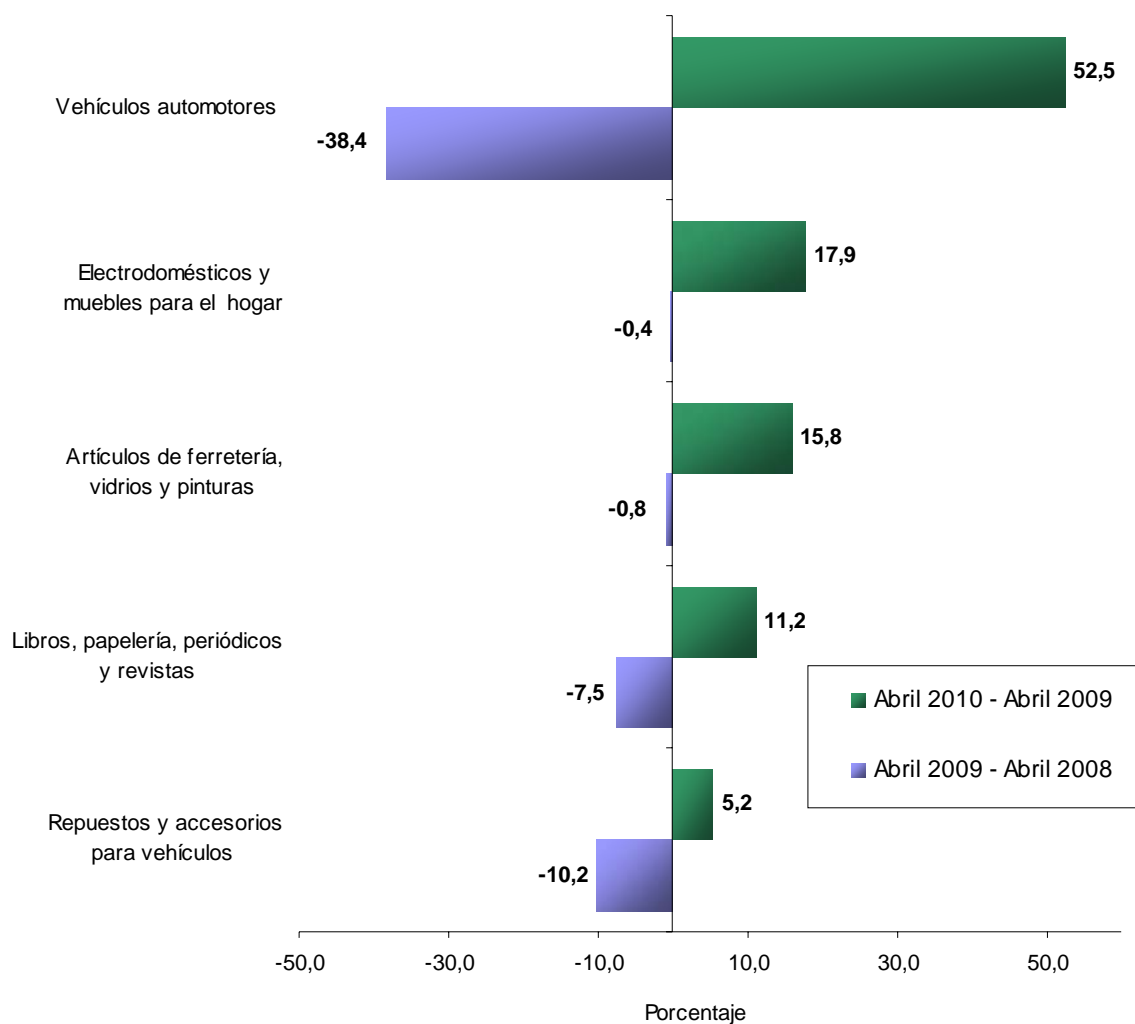
Variación anual de las ventas reales
Electrodomésticos y muebles hogar
2005 – 2010 (Abril)



Fuente DANE – MMCM

Al analizar los resultados de abril de 2010, frente a los resultados en abril de 2009, se destacan cinco líneas de mercancías por presentar los mayores contrastes en las variaciones anuales (ver gráfico 8).

Gráfico 9
Principales cambios de comportamiento en ventas anuales
Abril (2010/2009)



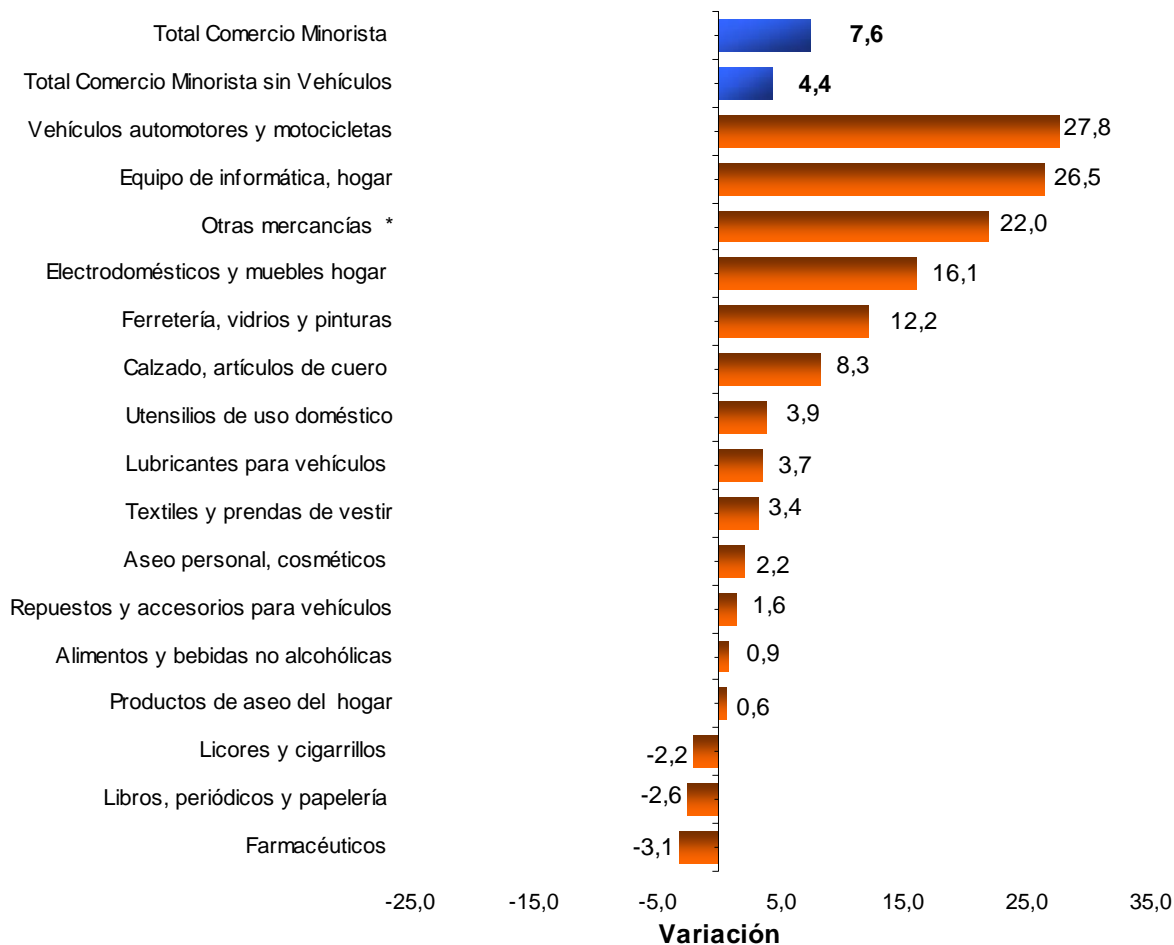
Fuente DANE – MMCM

2.1.2 Variación año corrido: enero – abril (2010/2009)

En lo corrido del año hasta abril de 2010, las ventas reales aumentaron 7,6% respecto al mismo período del año anterior. Trece de dieciseis líneas de mercancías presentaron variaciones positivas, entre las cuales se destacan: vehículos automotores y motocicletas; equipo de informática, hogar; y las agrupadas en “otras mercancías”. Por su parte, las líneas de mercancías que presentaron variaciones negativas, fueron: farmacéuticos; libros, periódicos y papelería; y licores y cigarrillos.

Gráfico 10

Variación año corrido de las ventas reales Total nacional Enero – abril (2010/2009)

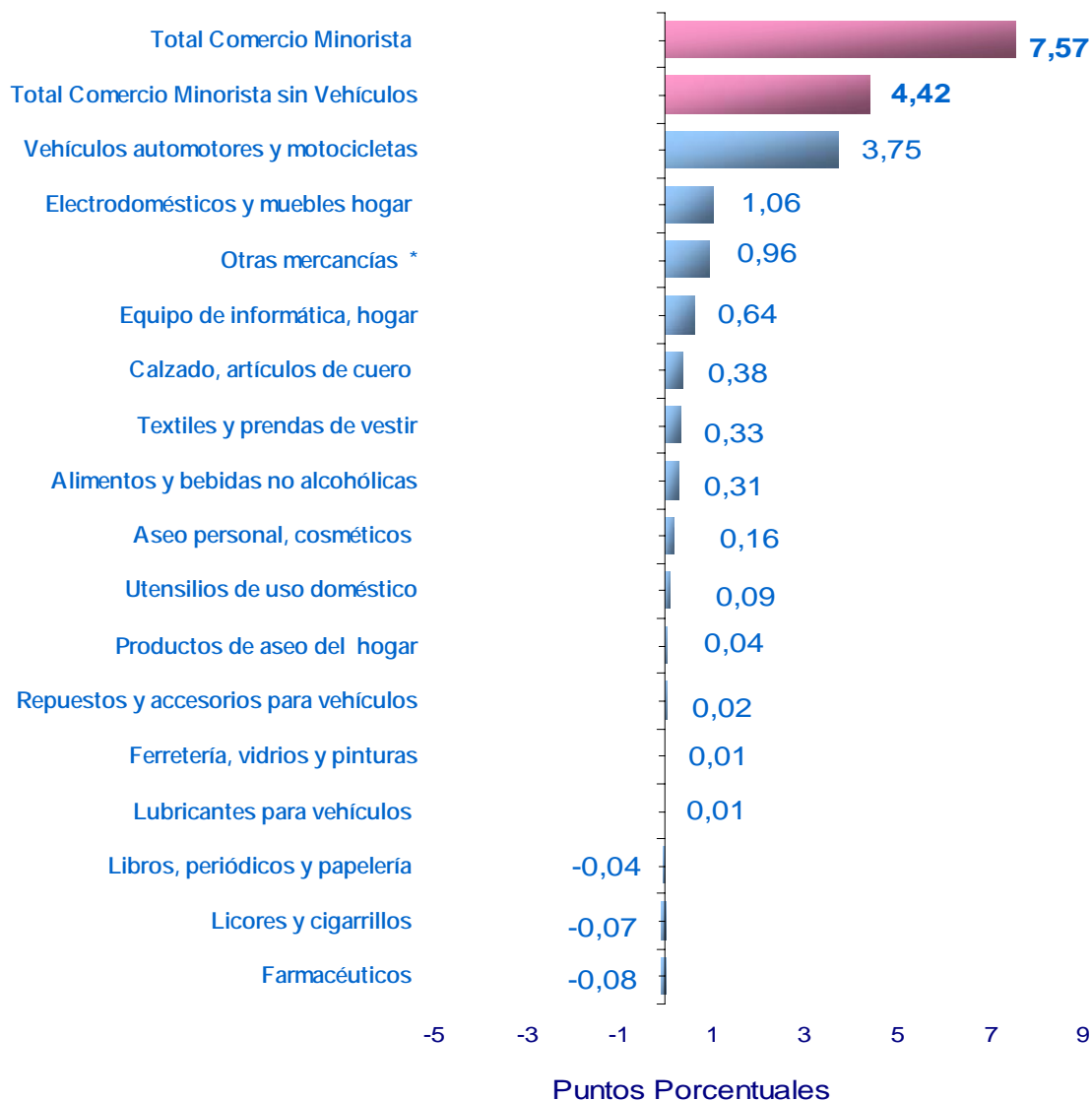


Fuente DANE – MMCM

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

El comportamiento de las ventas en lo corrido del año, fue explicado principalmente por el crecimiento de vehículos automotores y motocicletas; electrodomésticos y muebles hogar; y los agrupados en “otras mercancías”, que, en conjunto, aportaron 5,8 puntos porcentuales a la variación total.

Gráfico 11
Contribución año corrido a las ventas reales
Total nacional
Enero – abril (2010/2009)



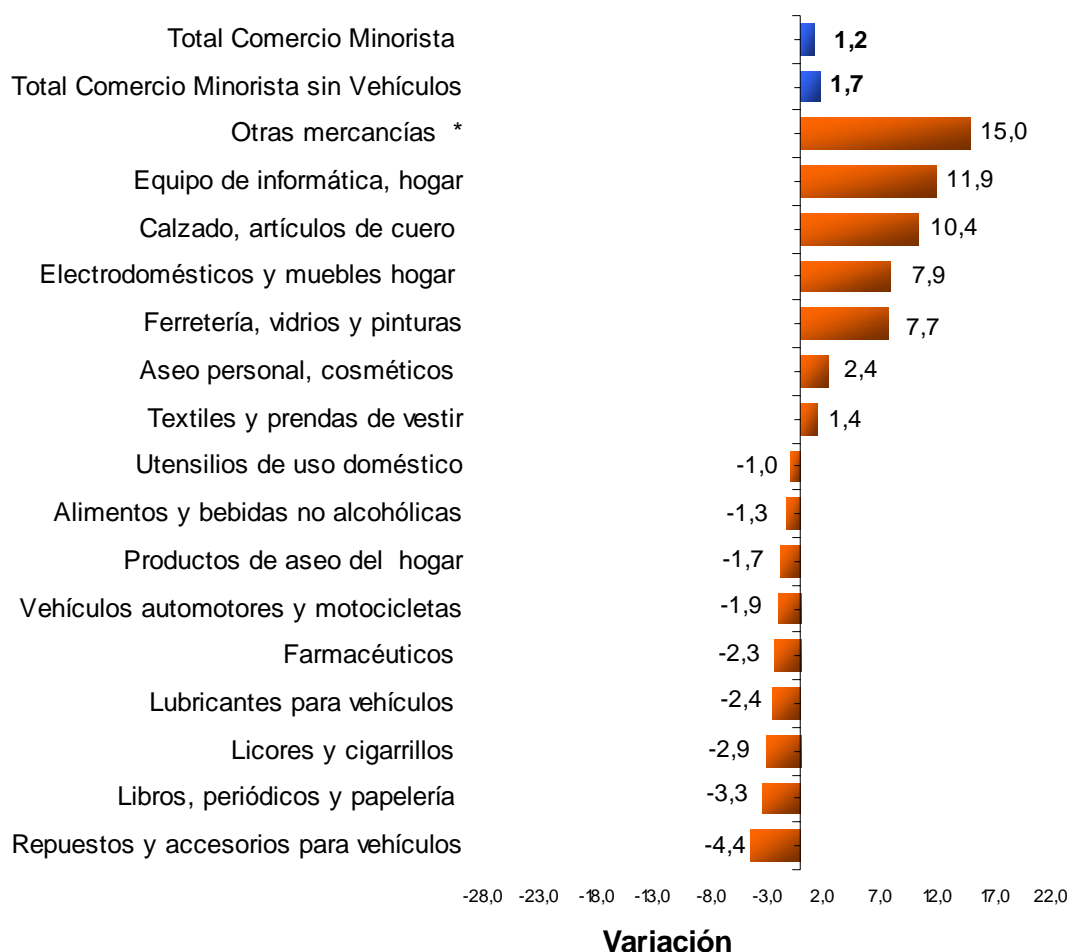
Fuente DANE – MMCM

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

2.1.3 Variación doce meses: mayo – abril (2010/2009)

Entre mayo de 2009 y abril de 2010, las ventas reales del comercio minorista presentaron un incremento de 1,2% respecto al año inmediatamente anterior. Siete de las dieciséis líneas de mercancías en las que se presentan los resultados, registraron variaciones positivas en el indicador, destacándose las agrupadas en “otras mercancías”; equipo de informática, hogar; y calzado y artículos de cuero.

Gráfico 12
Variación doce meses de las ventas reales
Total nacional
Mayo – abril (2010/2009)

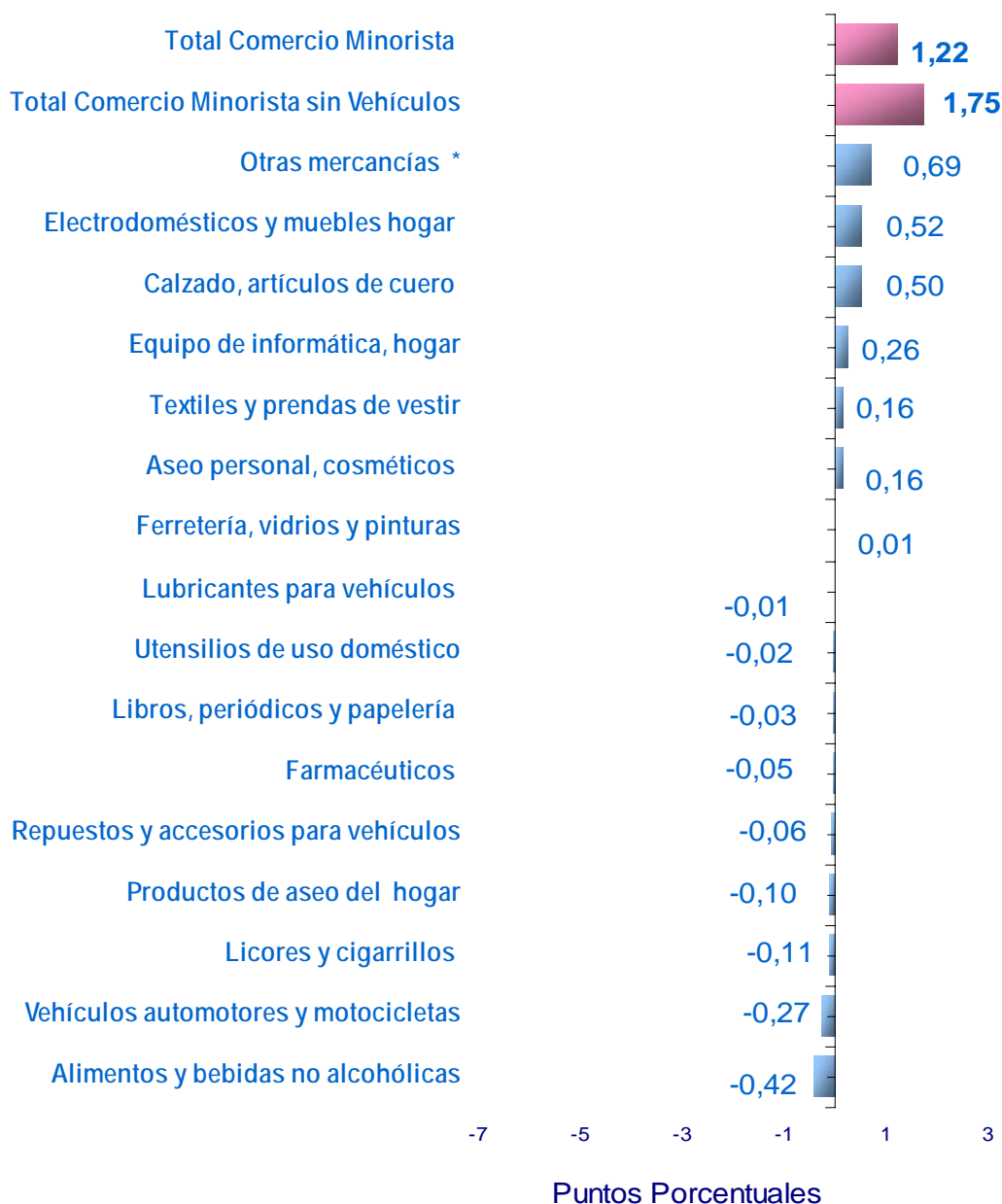


Fuente DANE – MMCM

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

En los últimos doce meses hasta abril de 2010, el comportamiento positivo de las ventas de “otras mercancías”; electrodomésticos y muebles del hogar; y calzado, artículos de cuero, en conjunto, aportó 1,71 puntos positivos a la variación total.

Gráfico 13
Contribución doce meses a las ventas reales
Total nacional
Mayo – abril (2010/2009)

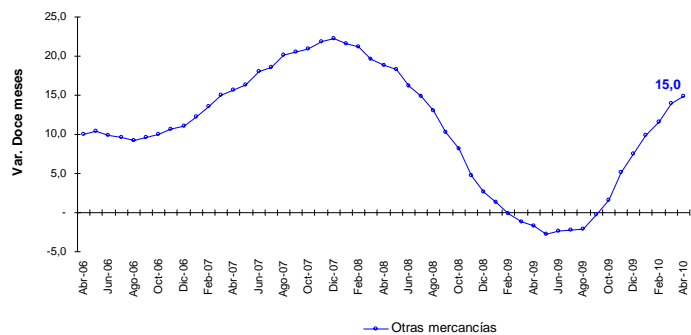


* Otras mercancías, incluye: juguetes, bicicletas, artículos de deporte, piñatería, artículos para bebés, gas propano en cilindros, lubricantes y aditivos para vehículos automotores, equipo fotográfico, revestimiento para pisos, etc.

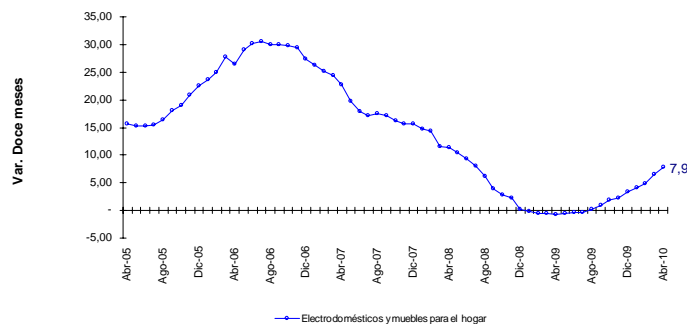
Gráficos 14

Líneas de mercancías que principalmente explican el crecimiento de las ventas en el acumulado doce meses a abril de 2010

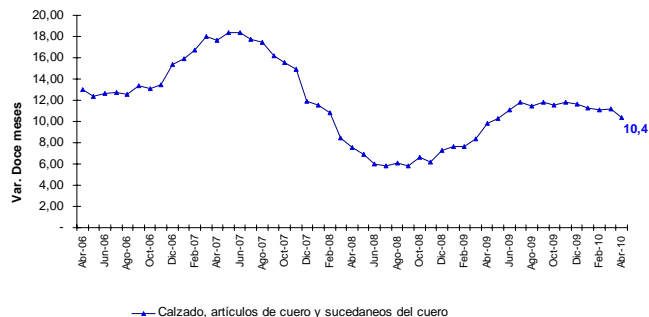
Variación doce meses de las ventas reales
Otras mercancías
2006 – 2010 (Abril)



Variación doce meses de las ventas reales
Electrodomésticos y muebles para el hogar
2005 – 2010 (Abril)



Variación doce meses de las ventas reales
Calzado, artículos de cuero
2006 – 2010 (Abril)



Fuente DANE – MMCM

2.2 Actividad comercial CIU Rev. 3

2.2.1 Variación anual: abril (2010/2009)

De acuerdo con la actividad comercial (CIU Rev.3) en la que se clasifican las empresas investigadas por la Muestra Mensual de Comercio al por Menor, en abril de 2010 se destacaron los siguientes comportamientos: los mayores incrementos se registraron en las ventas de vehículos automotores; libros, periódicos y papelería; y otros productos de uso doméstico. En contraste, la mayor variación negativa del comercio especializado se presentó en lubricantes.

Por su parte, las empresas no especializadas con surtido compuesto principalmente de alimentos, presentaron un aumento anual en sus ventas reales de 4,2%; las no especializadas con surtido diferente de alimentos presentaron un incremento de 16,8%.

Gráfico 15
Variación anual de las ventas reales, según actividad comercial
Total nacional
Abril (2010/2009)



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

2.2.2 Variación año corrido: enero - abril (2010/2009)

Entre enero y abril de 2010, las principales variaciones positivas de las ventas reales en establecimientos especializados se registraron en las empresas comercializadoras de otros productos de uso doméstico. En este mismo período, las empresas especializadas en la venta de lubricantes fueron las que presentaron las mayores contracciones de sus ventas.

Por su parte, las empresas no especializadas con surtido principalmente de alimentos, presentaron un crecimiento en las ventas reales de 6,3%; las no especializadas con surtido diferente de alimentos registraron un incremento de 23,8%.

Gráfico 16
Variación año corrido de las ventas reales
Total nacional
Enero – abril (2010/2009)



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

Fuente DANE – MMCM

2.2.3 Variación doce meses: mayo – abril (2010/2009)

En los últimos doce meses hasta abril de 2010, las principales variaciones positivas de las ventas reales en establecimientos especializados se registraron en las empresas comercializadoras de calzado, artículos de cuero; otros productos de uso doméstico; y muebles hogar. Durante este mismo período, las empresas especializadas que presentaron las principales variaciones negativas, fueron: lubricantes y motocicletas y sus partes.

Por su parte, las empresas no especializadas con surtido compuesto principalmente de alimentos, presentaron un incremento de 1,2% en sus ventas, mientras que las no especializadas con surtido diferente de alimentos crecieron 20,2%.

Gráfico 17
Variación doce meses de las ventas reales
Total nacional
Mayo - abril (2010/2009)



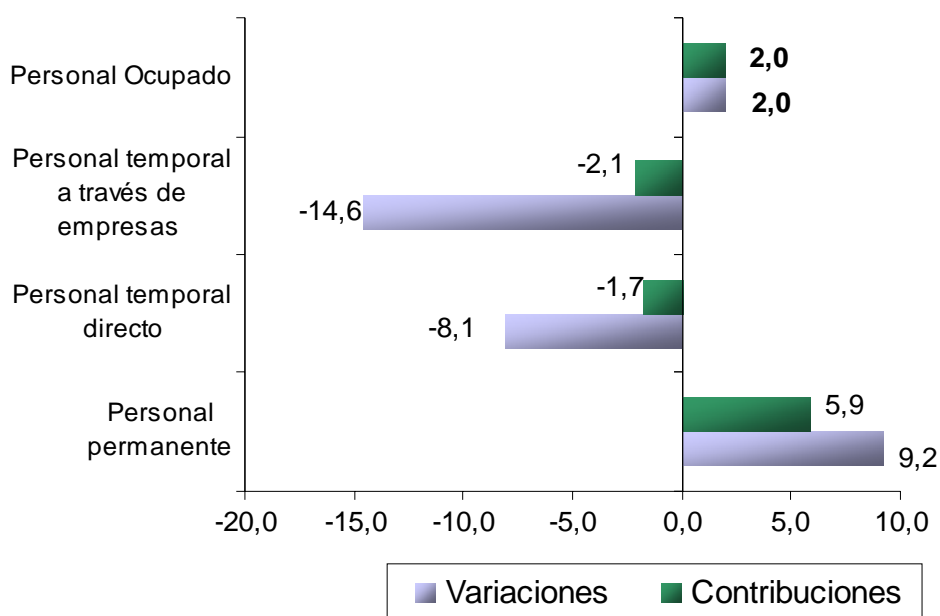
*Resto de actividades, incluye el comercio al por menor de: artículos de ferretería; computadores y programas de informática; equipo fotográfico, óptico y de precisión, etc.

3. Personal ocupado

3.1 Variación anual: abril (2010/2009)

En abril de 2010, el personal ocupado por el comercio minorista aumento 2,0% respecto al mismo mes del año anterior, como resultado del aporte positivo de 5,9 puntos del personal permanente y del aporte negativo de 3,8 puntos porcentuales del personal temporal.

Gráfico 18
Variación y contribución anual del personal ocupado
Total nacional
Abril (2010/2009)

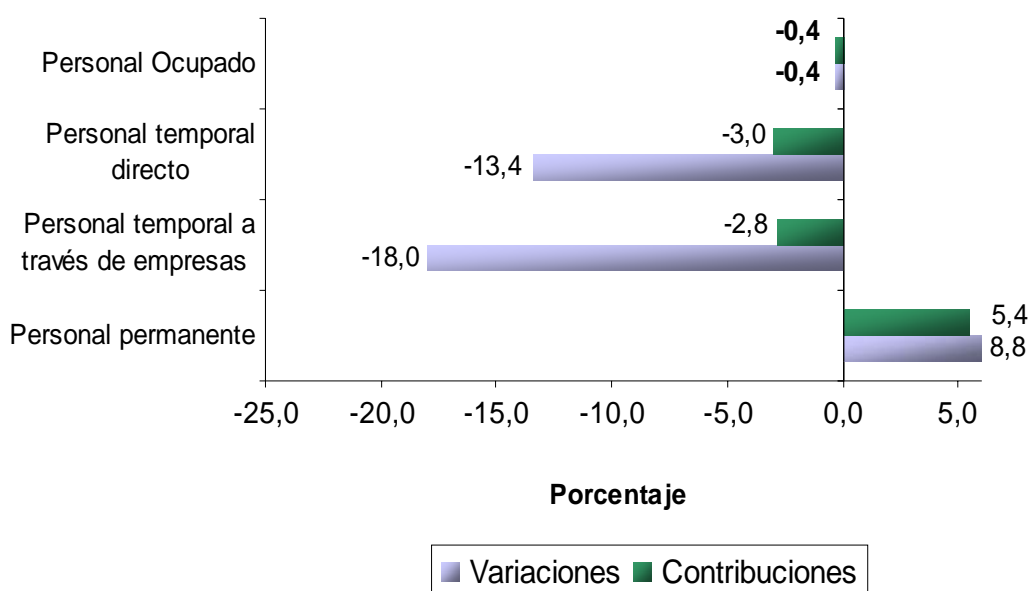


Fuente DANE – MMCM

3.2 Variación año corrido: enero – abril (2010/2009)

En lo corrido de 2010, el personal ocupado del comercio minorista presentó un descenso de 0,4% respecto al mismo período del año anterior. Este comportamiento se explica principalmente por la reducción en el personal temporal, tanto contratado de forma directa como el contratado a través de empresas, que aportaron en conjunto -5,8 puntos porcentuales a la variación total. Este comportamiento no alcanzó a ser contrarrestado por el crecimiento del personal permanente que contribuyó con 5,4 puntos porcentuales a dicha variación.

Gráfico 19
Variación y contribución año corrido del personal ocupado
Total nacional
Enero – abril (2010/2009)

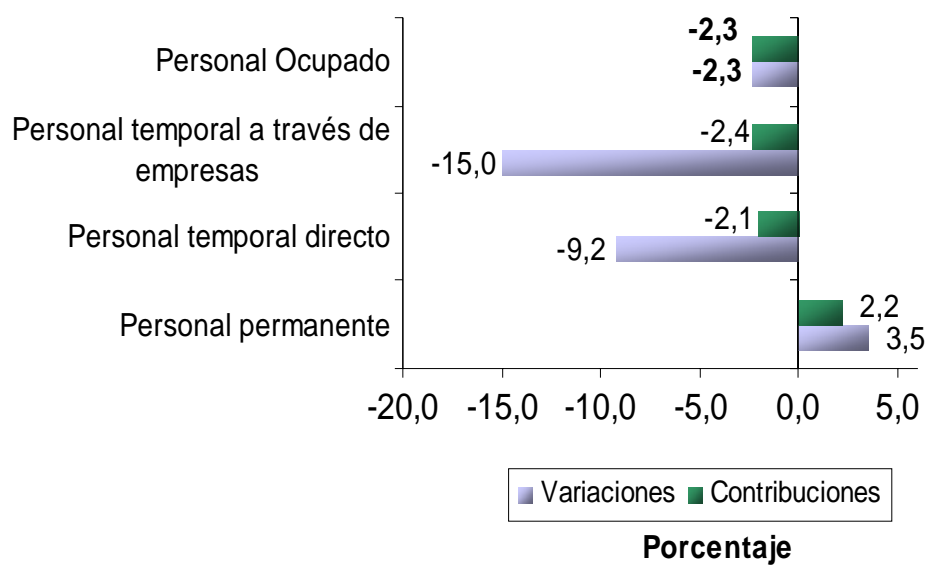


Fuente DANE – MMCM

3.3 Variación doce meses: mayo – abril (2010/2009)

En los últimos doce meses hasta abril de 2010, el personal ocupado del comercio minorista registró una reducción de 2,3%. Durante este período, el personal temporal contratado a través de empresas y el personal temporal directo presentaron variaciones negativas.

Gráfico 20
Variación y contribución doce meses del personal ocupado
Total nacional
Mayo - abril (2010/2009)



Fuente DANE – MMCM

FICHA METODOLÓGICA

- Objetivo:** medir el comportamiento de la actividad comercial minorista 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:** comercio al por menor o minorista definido como la “reventa” (venta sin transformación) de mercancías o productos nuevos, destinados para consumo o uso personal o doméstico; también hacen parte de la investigación las actividades de mantenimiento y reparación asociadas al comercio. Se excluyen las actividades comerciales realizadas en casas de empeño, telemercadeo, expendios de lotería, puestos de ventas móviles y en viviendas con actividad económica; al igual que el comercio de combustibles.
- Universo de estudio:** empresas de comercio al por menor cuyas ventas anuales fueran iguales o superiores a 1 670 millones de pesos de 2 000 o que en su defecto ocuparan 20 o más personas.
- Tipo de investigación:** encuesta por muestreo probabilístico, estratificado por actividad comercial, ingreso por ventas y personal ocupado.
- Unidad estadística:** empresa comercial minorista con niveles de ventas anuales iguales o superiores a 1.670 millones de pesos de 2000 y/o 20 o más personas ocupadas.
- Periodicidad:** mensual.
- Cobertura:** nacional, para las empresas que cumplen los parámetros de ventas y/o personal ocupado, establecidos para la investigación.
- Muestra:** 621 empresas comerciales, de un total de 1 706.
- Ventas reales:** valor nominal de las ventas deflactadas por el índice de precios al consumidor según grupos de mercancías.
- Variación anual:** variación porcentual calculada entre el mes del año en referencia (i,t) y el mismo mes del año anterior (i, t-1).
- Variación acumulada en lo corrido del año:** variación porcentual calculada entre lo transcurrido desde Abril
- hasta el mes de referencia del año (Abril hasta i,t), y lo transcurrido en igual período del año anterior (Abril hasta i,t-1).
- Variación acumulada anual:** variación porcentual calculada entre lo transcurrido desde los últimos doce meses hasta el mes de referencia del año, y lo transcurrido en igual período del año anterior (doce meses hasta mes de referencia año t / doce meses hasta mes de referencia año t-1)