

MUESTRA MENSUAL DE COMERCIO AL POR MENOR Diciembre 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 acumulada anual

2.2 Actividad comercial

2.2.1 Variación anual

2.2.2 Variación acumulada anual

3. Personal Ocupado

3.1 Variación anual

3.2 Variación acumulada anual

Ficha metodológica

Resumen

- En el mes de diciembre de 2010, las ventas del comercio minorista aumentaron 12,4% y el personal ocupado aumentó 3,8%, 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 (51,3%); equipo de informática, hogar (39,4%); artículos de ferretería (28,5%); calzado y artículos de cuero (21,2%) y electrodomésticos y muebles para el hogar (18,5%). En contraste, se registraron reducciones en farmacéuticos (-2,0%); licores y cigarrillos (-0,9%); y lubricantes para vehículos automotores (-0,4%).
- En el 2010, las ventas reales aumentaron 12,8% y el personal ocupado aumentó 2,1% respecto a 2009.
- Los mayores crecimientos en las ventas se presentaron en: vehículos automotores y motocicletas (48,1%); equipo de informática, hogar (37,8%); electrodomésticos y muebles para el hogar (21,3%); ferretería, vidrios y pintura (20,5%) y calzado y artículos de cuero (18,6%). Por su parte, las líneas que registraron contracción en las ventas, fueron: farmacéuticos (-2,1%) y licores y cigarrillos (-0,8%).
- El aumento del personal ocupado se explica por el crecimiento en la contratación de personal permanente, que aportó 5,0 puntos porcentuales positivos a la variación total, y por la disminución en la vinculación de personal temporal, que aportó -2,9 puntos porcentuales a la misma.

Director

Jorge Raúl Bustamante Roldán

Subdirector

Carlos Eduardo Sepúlveda Rico

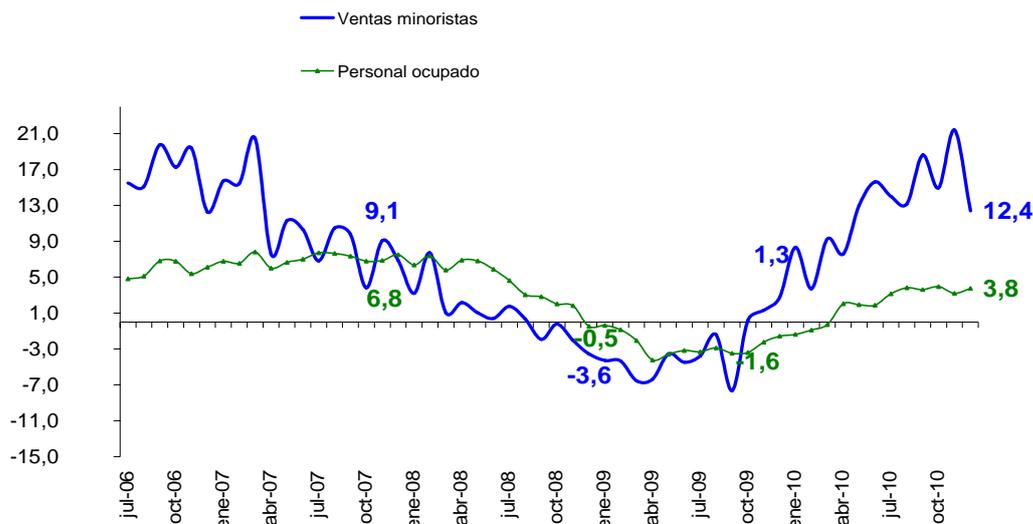
Director de Metodología y Producción Estadística

Eduardo Efraín Freire Delgado

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

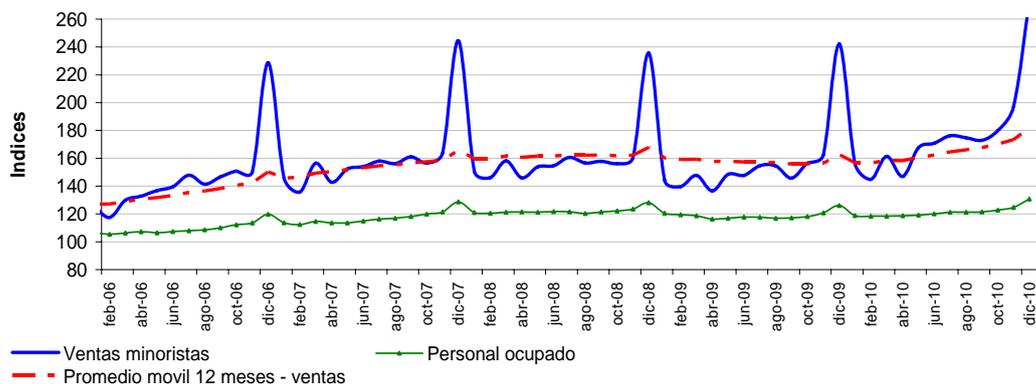
En diciembre de 2010, las ventas reales del comercio minorista aumentaron 12,4% y el personal ocupado creció 3,8%, con respecto al mismo mes de 2009, cuando las ventas habían reportado un aumento de 2,8% y el personal ocupado había disminuído 1,6%.

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



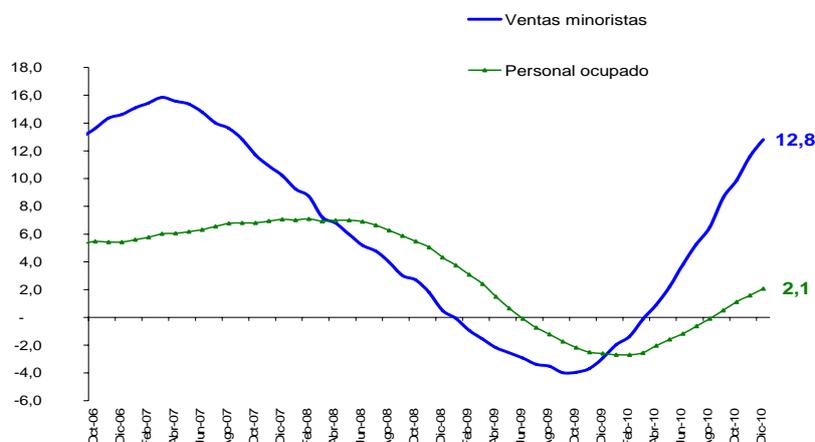
Fuente DANE – MMCM

Gráfico 2
Índices mensuales de ventas reales y personal ocupado
Total nacional
Índice base: promedio año 1999 = 100
2006 – 2010 (Diciembre)



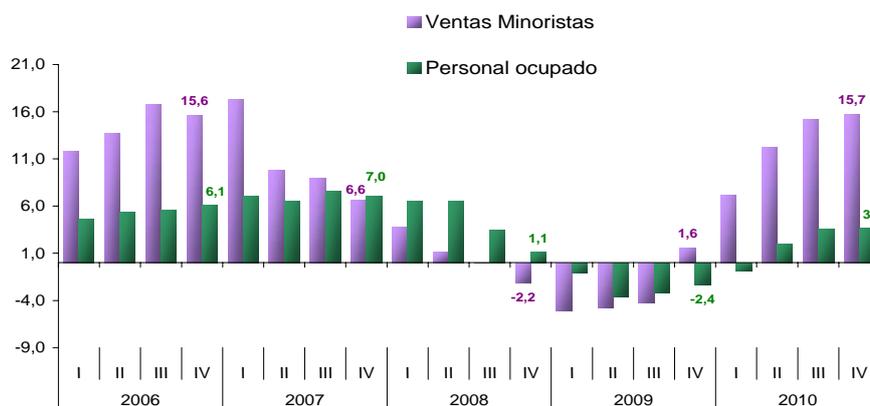
Fuente DANE – MMCM

Gráfico 3
Variación acumulada anual de las ventas reales y el personal ocupado
Total nacional
2006 – 2010 (Diciembre)



Fuente DANE – MMCM

Gráfico 4
Variación anual del trimestre de las principales variables
Total nacional
2006 – 2010 (IV trimestre)



Fuente DANE – MMCM

Tabla 1.
Resumen del comportamiento de las principales variables

Indicador	(Variación %)					
	Diciembre (anual)		Enero - Diciembre (acumulado anual)		(Octubre - Diciembre) IV trimestre	
	2009	2010	2009	2010	2009	2010
Ventas	2,8	12,4	-2,9	12,8	1,6	15,7
Empleo	-1,6	3,8	-2,6	2,1	-2,4	3,6

Fuente DANE – MMCM

2. Ventas reales

2.1 Grupos de mercancías

2.1.1 Variación anual: diciembre (2010/2009)

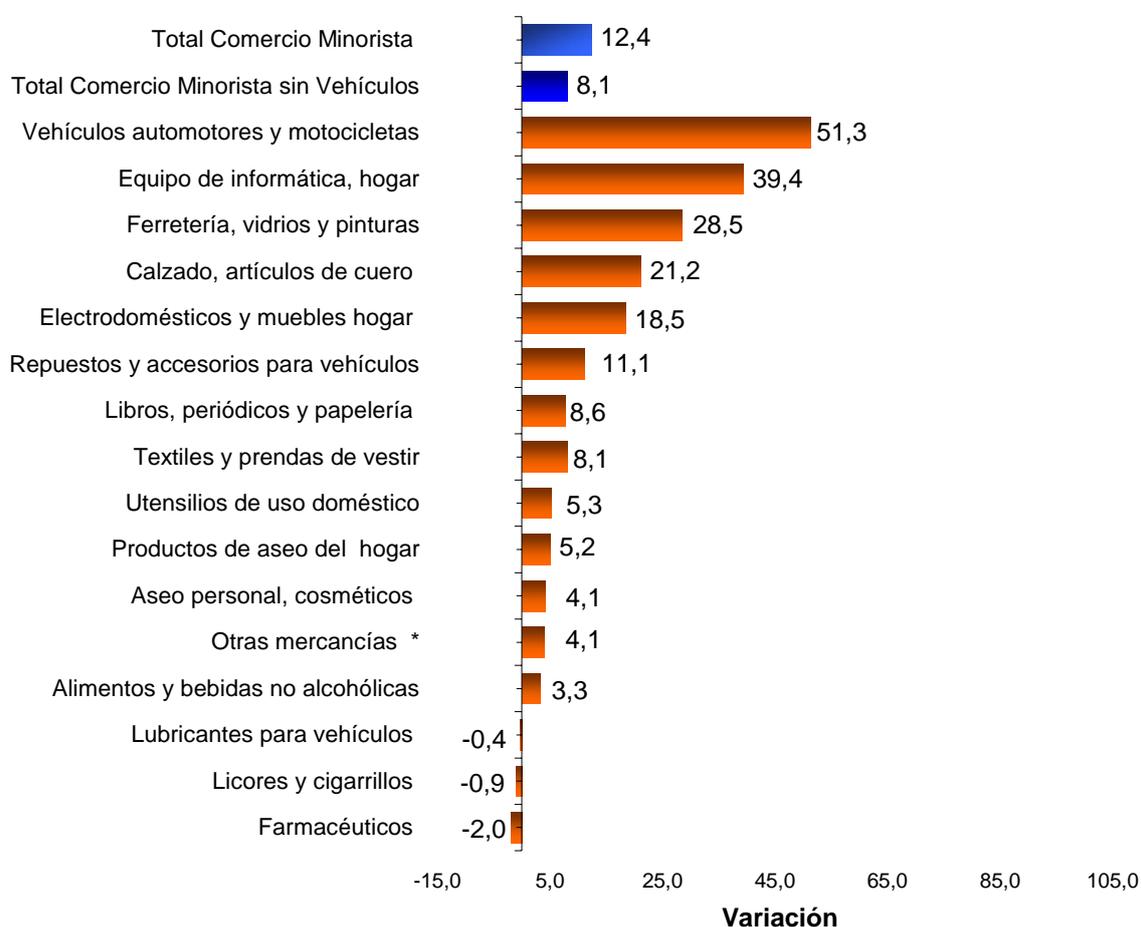
Durante el mes de diciembre de 2010, las ventas del comercio minorista crecieron 12,4% con respecto a las registradas en igual mes de 2009. Los grupos de mercancías que presentaron los mayores crecimientos, fueron: vehículos automotores y motocicletas; equipo de informática, hogar; artículos de ferretería; calzado y artículos de cuero; y electrodomésticos, y muebles para el hogar. En contraste, las únicas reducciones se registraron en farmacéuticos; licores y cigarrillos; y lubricantes para vehículos automotores.

Gráfico 5

Variación anual de las ventas reales

Total nacional

Diciembre (2010/2009)

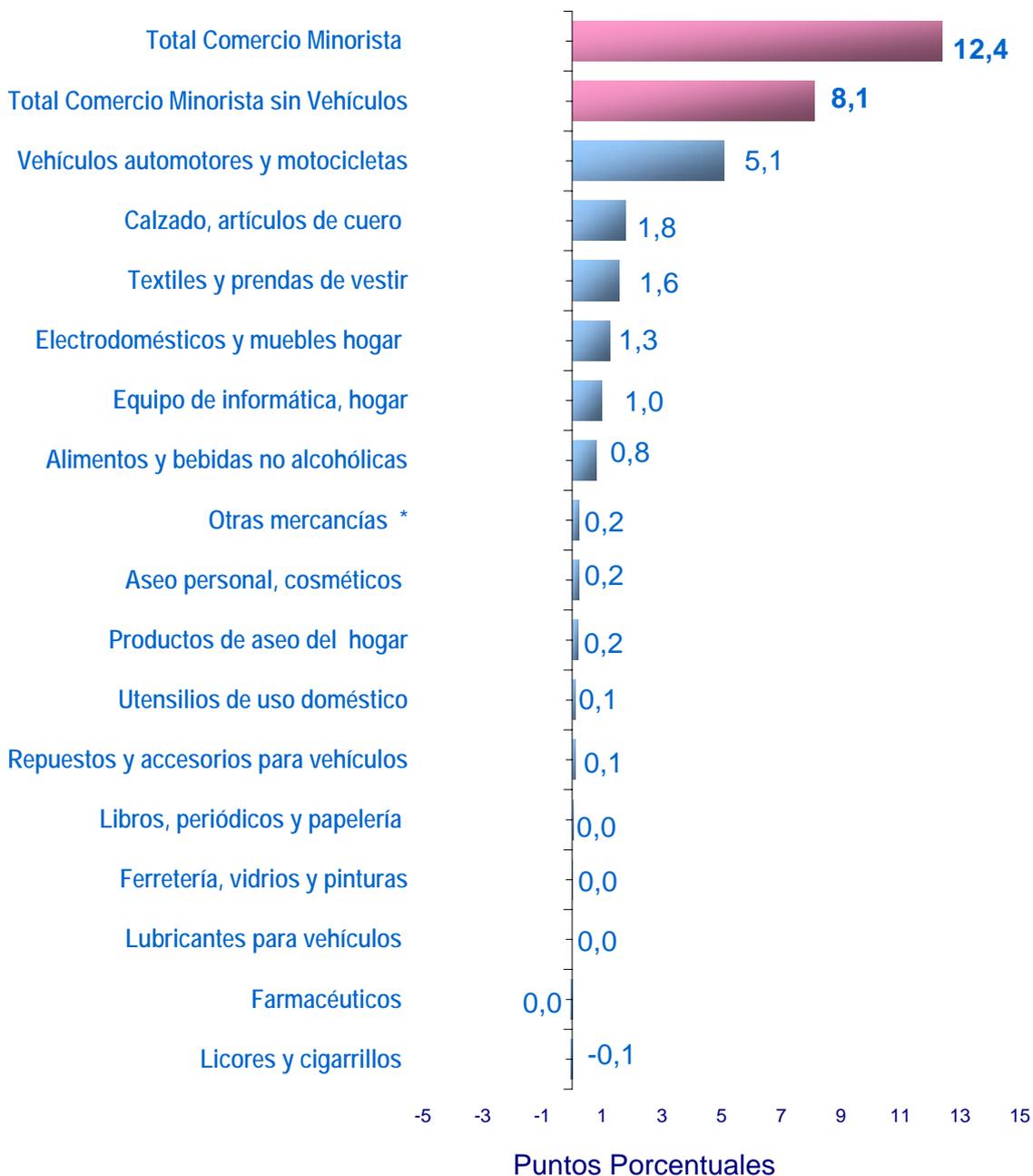


Fuente DANE – MMCM

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

La mayor contribución positiva a la variación total de las ventas en el mes, la realizó la línea de vehículos automotores y motocicletas; cuyo aporte fue 5,1 puntos porcentuales a la variación total.

Gráfico 6
Contribución anual a las ventas reales
Total nacional
Diciembre (2010/2009)



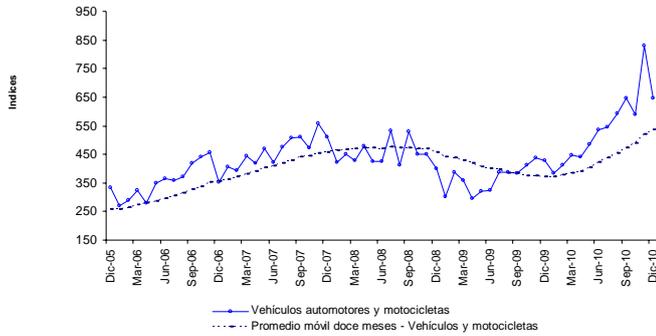
Fuente DANE – MMCM

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

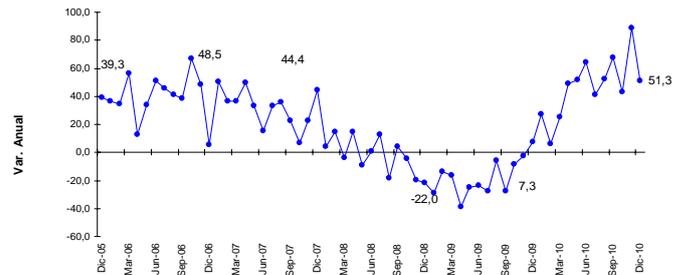
Gráficos 7

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

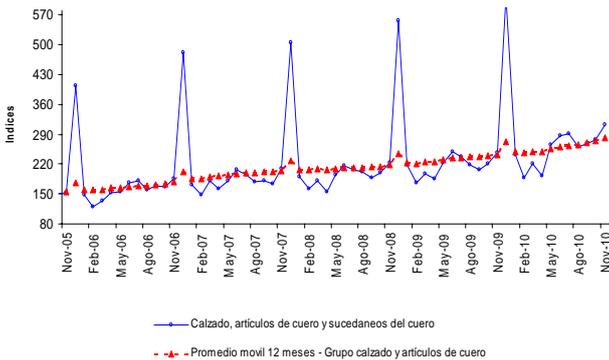
Índice mensual vehículos automotores y motocicletas
Índice base: promedio año 1999 = 100
2005 – 2010 (Diciembre)



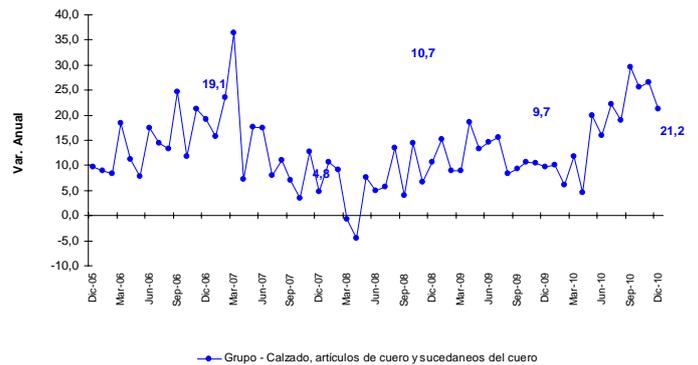
Variación anual de las ventas reales
Vehículos automotores y motocicletas
2005 – 2010 (Diciembre)



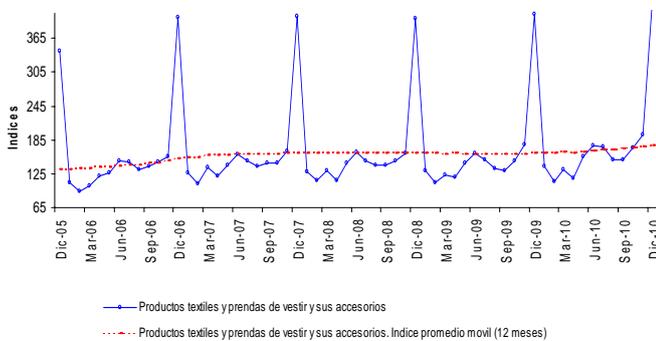
Índice mensual calzado y artículos de cuero
Índice base: promedio año 1999 = 100
2005 – 2010 (Diciembre)



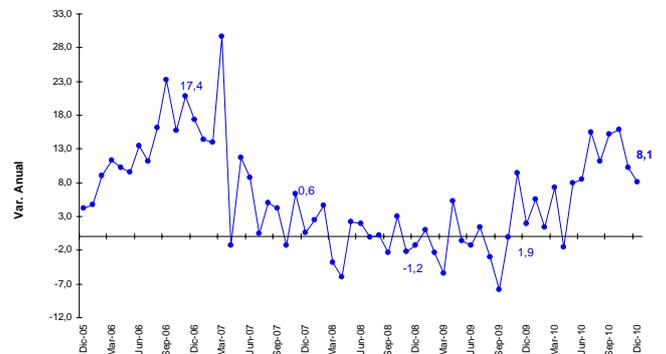
Variación anual de las ventas reales
Calzado y artículos de cuero
2005 – 2010 (Diciembre)



Índice mensual textiles
Índice base: promedio año 1999 = 100
2005 – 2010 (Diciembre)

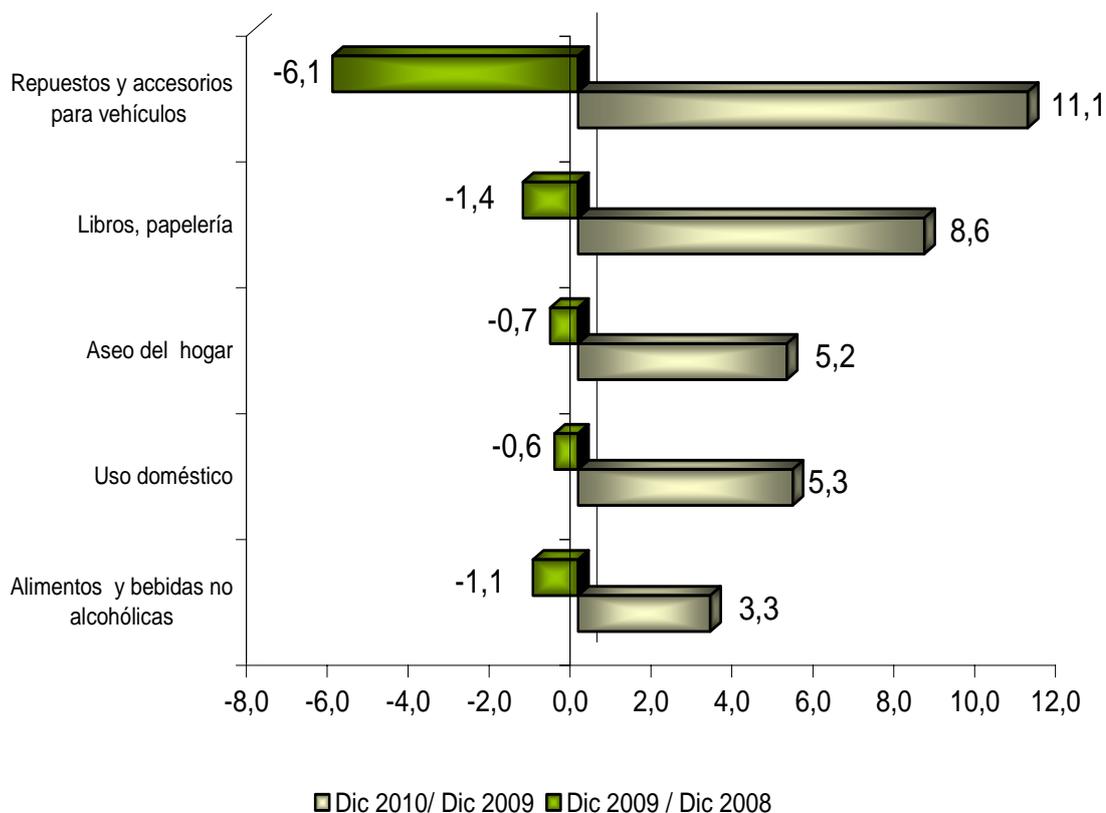


Variación anual de las ventas reales
Textiles
2005 – 2010 (Diciembre)



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

Gráfico 8
Principales cambios de comportamiento en ventas anuales
Diciembre 2009-2010



Fuente DANE – MMCM

2.1.2 Variación acumulada anual: enero – diciembre (2010/2009)

Durante el año 2010, las ventas reales del comercio minorista presentaron un incremento de 12,8% con respecto al año inmediatamente anterior. Catorce de las dieciséis líneas de mercancías en las que se reporta la información, registraron variaciones positivas en el indicador, destacándose vehículos automotores y motocicletas; equipo de informática, hogar; electrodomésticos y muebles para el hogar; artículos de ferretería; y calzado y artículos de cuero.

Gráfico 9
Variación acumulada anual de las ventas reales
Total nacional
Enero - Diciembre (2010/2009)

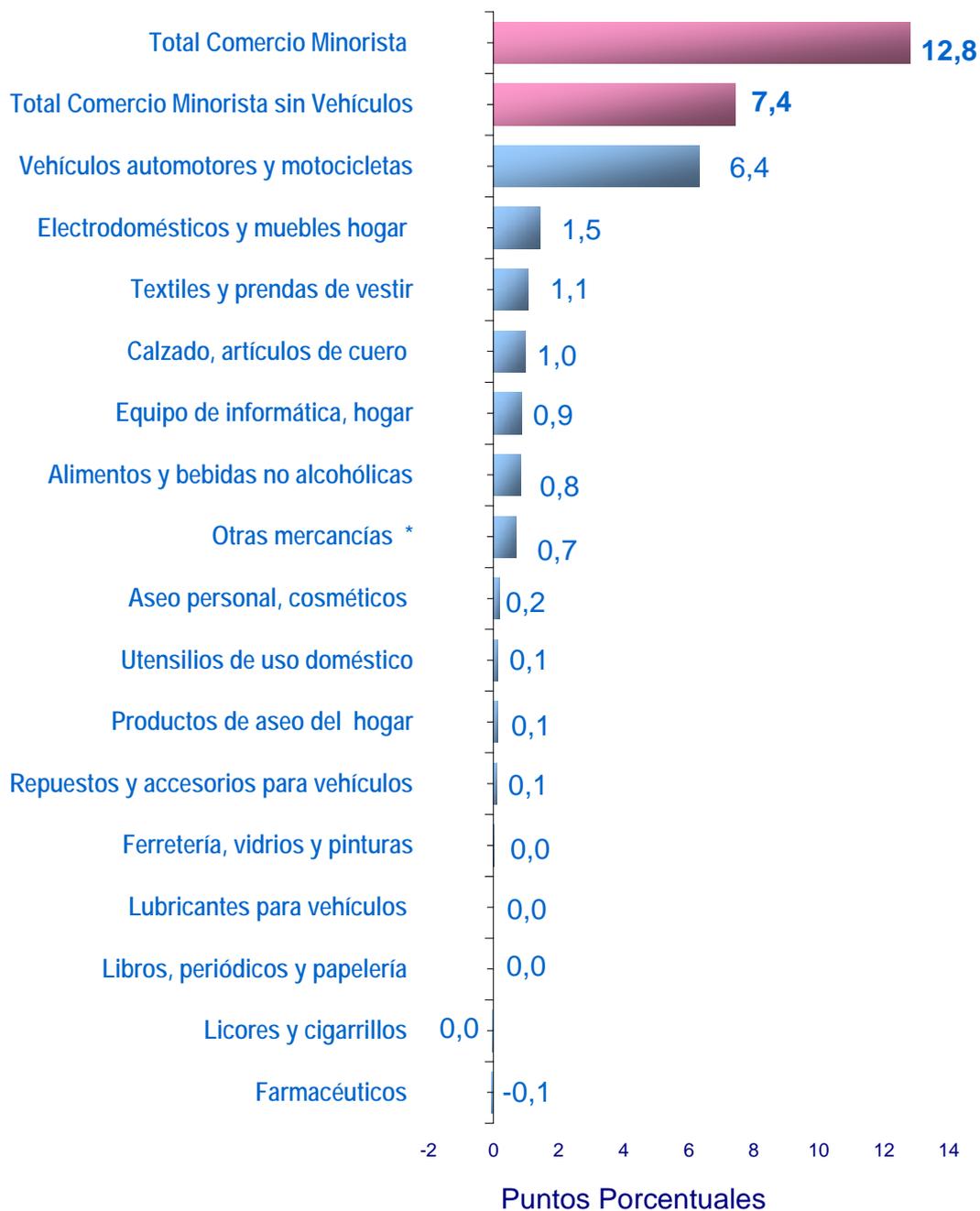


Fuente DANE – MMCM

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

La mayor contribución positiva a la variación total de las ventas en el mes, la realizó la línea de vehículos automotores y motocicletas; cuyo aporte fue 6,4 puntos porcentuales a la variación total.

Gráfico 10
Contribución acumulada anual a las ventas reales
Total nacional
Enero – diciembre (2010/2009)

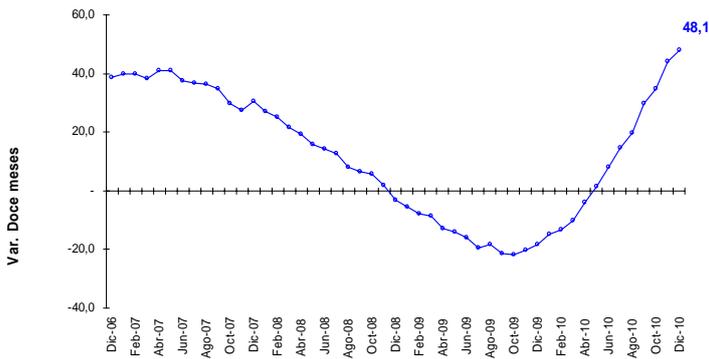


Fuente DANE – MMCM

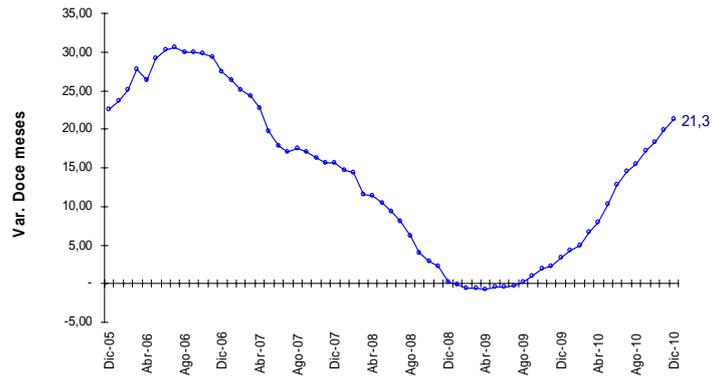
* Otras mercancías, incluye: juguetes, bicicletas, artículos de deporte, piratería, artículos para bebés, gas propano en cilindros, equipo fotográfico, revestimiento para pisos, etc.

Gráficos 11
Líneas de mercancías que principalmente explican el crecimiento de las ventas
en el acumulado doce meses a diciembre de 2010

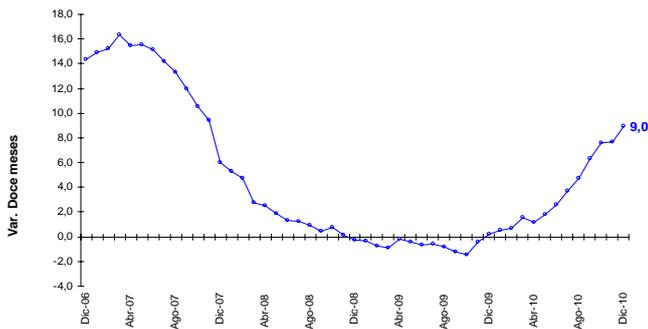
Variación doce meses de las ventas reales
Vehículos automotores y motocicletas
2006 – 2010 (Diciembre)



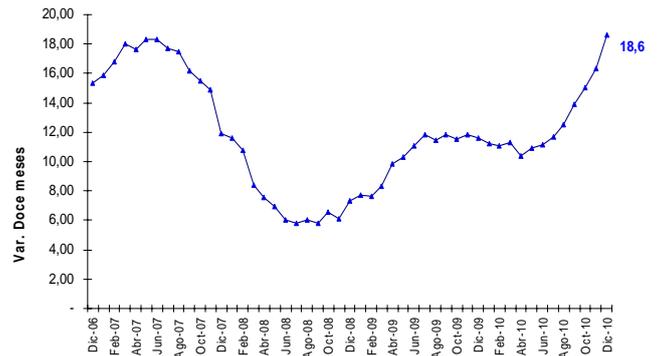
Variación doce meses de las ventas reales
Electrodomésticos
2006 – 2010 (Diciembre)



Variación doce meses de las ventas reales
Textiles y prendas de vestir
2006 – 2010 (Diciembre)



Variación doce meses de las ventas reales
Calzado y artículos de cuero
2005 – 2010 (Diciembre)



2.2 Actividad comercial CIU Rev. 3

2.2.1 Variación anual: diciembre (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 diciembre de 2010 se destacó el alto crecimiento de las ventas de vehículos automotores; resto de actividades*; libros, periódicos y revistas; electrodomésticos; y calzado, artículos de cuero. En contraste, la única variación negativa del comercio especializado se presentó en equipo y artículos de uso doméstico.

Por su parte, las empresas no especializadas con surtido diferente de alimentos registraron incremento de 35,3% en sus ventas, y las no especializadas con surtido compuesto principalmente de alimentos presentaron aumento de 7,7%.

Gráfico 12

Variación anual de las ventas reales, según actividad comercial

Total nacional

Diciembre (2010/2009)



Fuente DANE – MMCM

*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 acumulado anual: enero - diciembre (2010/2009)

En el año 2010, las mayores variaciones positivas de las ventas reales en establecimientos especializados se registraron en vehículos automotores; libros, periódicos y papelería; calzado, artículos de cuero; y otros productos de uso doméstico. Durante este mismo período, las reducciones de las ventas se registraron en alimentos; equipo y artículos de uso doméstico; y farmacéuticos, perfumería.

Por su parte, las empresas no especializadas con surtido diferente de alimentos incrementaron sus ventas reales en 32,3%, y las empresas no especializadas con surtido compuesto principalmente de alimentos presentaron un crecimiento de 9,1%.

Gráfico 13
Variación acumulada anual de las ventas reales
Total nacional
Enero - Diciembre (2010/2009)



Fuente DANE – MMCM

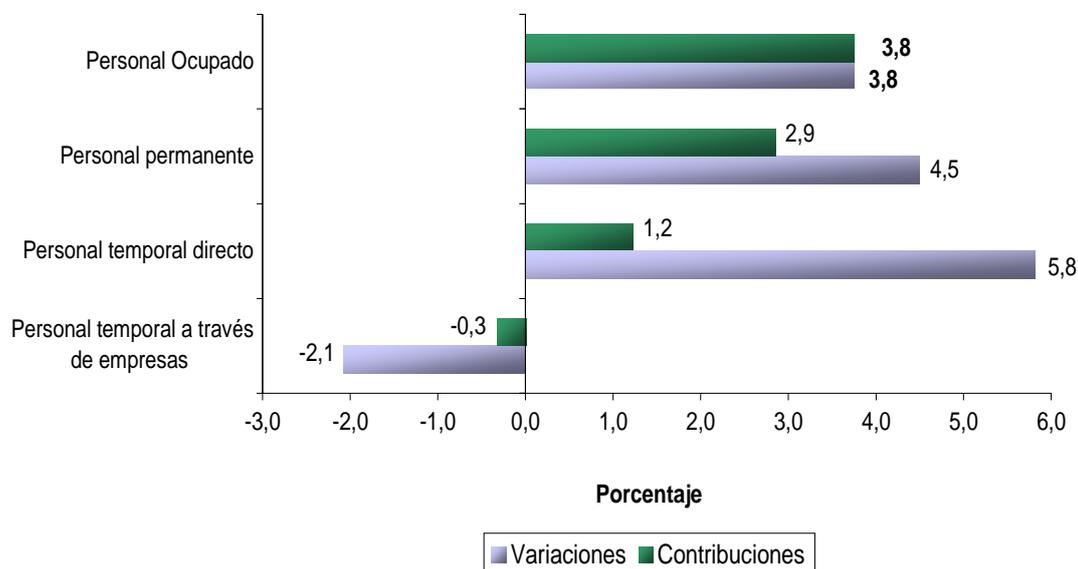
*Resto de actividades, incluye el comercio al por menor de: artículos de ferretería; computadores y programas de informática; equipo fotográfico, óptico y de precisión, etc.

3. Personal ocupado

3.1 Variación anual: diciembre (2010/2009)

El personal ocupado por el comercio minorista en diciembre de 2010 aumentó 3,8%, frente al mismo mes del año anterior. Este resultado se explica por el aumento tanto en el personal permanente (4,5%), como en el personal temporal directo (5,8%), que en conjunto aportaron 4,1 puntos porcentuales a la variación total.

Gráfico 14
Variación y contribución anual del personal ocupado
Total nacional
Diciembre (2010/2009)

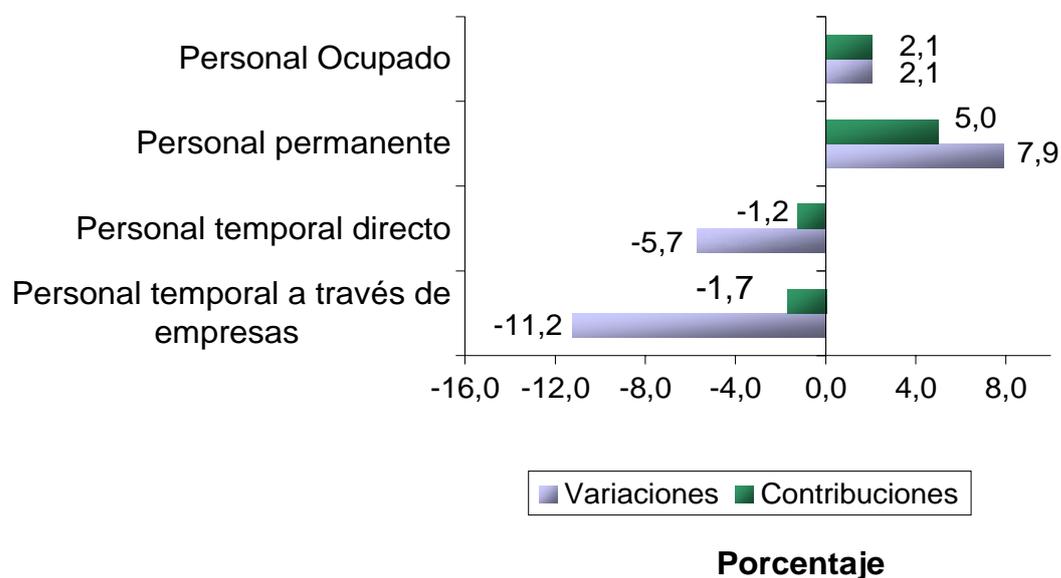


Fuente DANE – MMCM

3.2 Variación acumulada anual: enero - diciembre (2010/2009)

El personal ocupado promedio asociado al comercio minorista en el 2010, presentó un aumento de 2,1%, respecto a 2009. Este resultado se explica por el aumento en la contratación de personal permanente, que aportó 5,0 puntos porcentuales positivos a la variación total, y por la disminución en la vinculación de personal temporal, que aportó -2,9 puntos porcentuales a la misma.

Gráfico 15
Variación y contribución acumulada anual del personal ocupado
Total nacional
Enero - diciembre (2010/2009)



Fuente DANE – MMCM

FICHA METODOLÓGICA

1. **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.
2. **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.
3. **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.
4. **Tipo de investigación:** encuesta por muestreo probabilístico, estratificado por actividad comercial, ingreso por ventas y personal ocupado.
5. **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.
6. **Periodicidad:** mensual.
7. **Cobertura:** nacional, para las empresas que cumplen los parámetros de ventas y/o personal ocupado, establecidos para la investigación.
8. **Muestra:** 621 empresas comerciales, de un total de 1 706.
9. **Ventas reales:** valor nominal de las ventas deflactadas por el índice de precios al consumidor según grupos de mercancías.
10. **Variación anual:** variación porcentual calculada entre el mes del año en referencia (i,t) y el mismo mes del año anterior (i, t-1).
11. **Variación acumulada en lo corrido del año:** variación porcentual calculada entre lo transcurrido desde enero hasta el mes de referencia del año (enero hasta i,t), y lo transcurrido en igual período del año anterior (enero hasta i,t-1).
12. **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)