

MUESTRA MENSUAL DE COMERCIO AL POR MENOR Diciembre de 2011



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 doce meses

2.2 Actividad comercial

2.2.1 Variación anual

2.2.2 Variación doce meses

3. Personal Ocupado

3.1 Variación anual

3.2 Variación doce meses

Ficha metodológica

Resumen

- En diciembre de 2011, las ventas del comercio minorista aumentaron 7,5% y el personal ocupado 6,2%, con relación al mismo mes de 2010.
- Las líneas de mercancías que presentaron los mayores crecimientos en sus ventas, fueron: repuestos y accesorios para vehículos (20,4%), equipo de informática (19,3%), calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero (17,8%), y licores y cigarrillos (11,7%).
- En 2011, las ventas reales del comercio minorista registraron un crecimiento de 10,3% y el personal ocupado 6,2%, respecto a 2010.
- Las líneas de mercancías que presentaron los mayores crecimientos en sus ventas en el año, fueron: equipo de informática, hogar (31,5%); vehículos automotores y motocicletas (23,1%); calzado y artículos de cuero (19,8%); artículos de ferretería, vidrios y pinturas (18,5%); y repuestos y accesorios para vehículos (16,0%).
- El personal ocupado por el comercio minorista en diciembre de 2011 aumentó 6,2%, frente al mismo mes del año anterior, como resultado del aumento en la contratación directa, tanto en la contratación permanente (7,0%), como temporal (19,2%), y la disminución de la vinculación a través de agencias (-16,6%).
- El personal ocupado promedio del comercio minorista en 2011, presentó un aumento de 6,2% respecto al año precedente. Este resultado se explica fundamentalmente por el aumento en la contratación de personal permanente y temporal directo.

Director

Jorge Bustamante R.

Subdirector

Christian Jaramillo Herrera

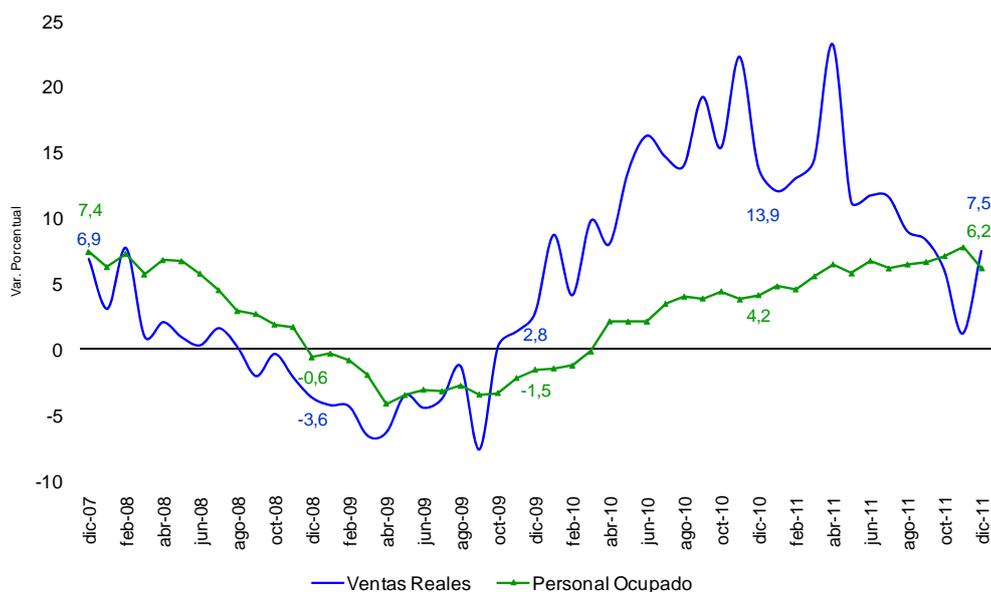
Director de Metodología y Producción Estadística

Eduardo Efraín Freire Delgado

1. Evolución general de las principales variables. Total nacional

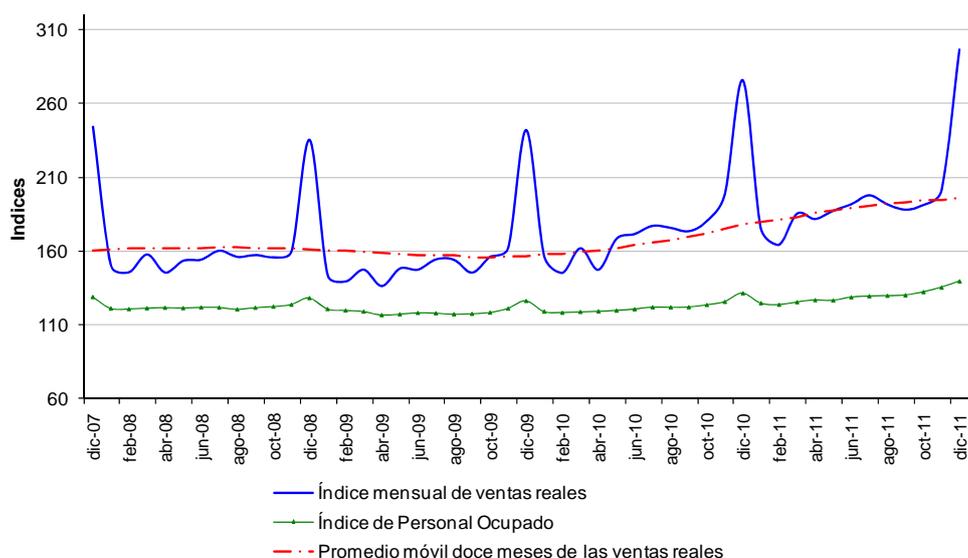
En diciembre de 2011, las ventas reales y el personal ocupado del comercio minorista aumentaron 7,5% y 6,2% respectivamente, comparado con el mismo mes de 2010, cuando las ventas habían reportado un incremento de 13,9% y el personal ocupado un aumento de 4,2%.

Gráfico 1
Variación anual de las ventas reales y el personal ocupado
Total nacional
2007(diciembre) – 2011



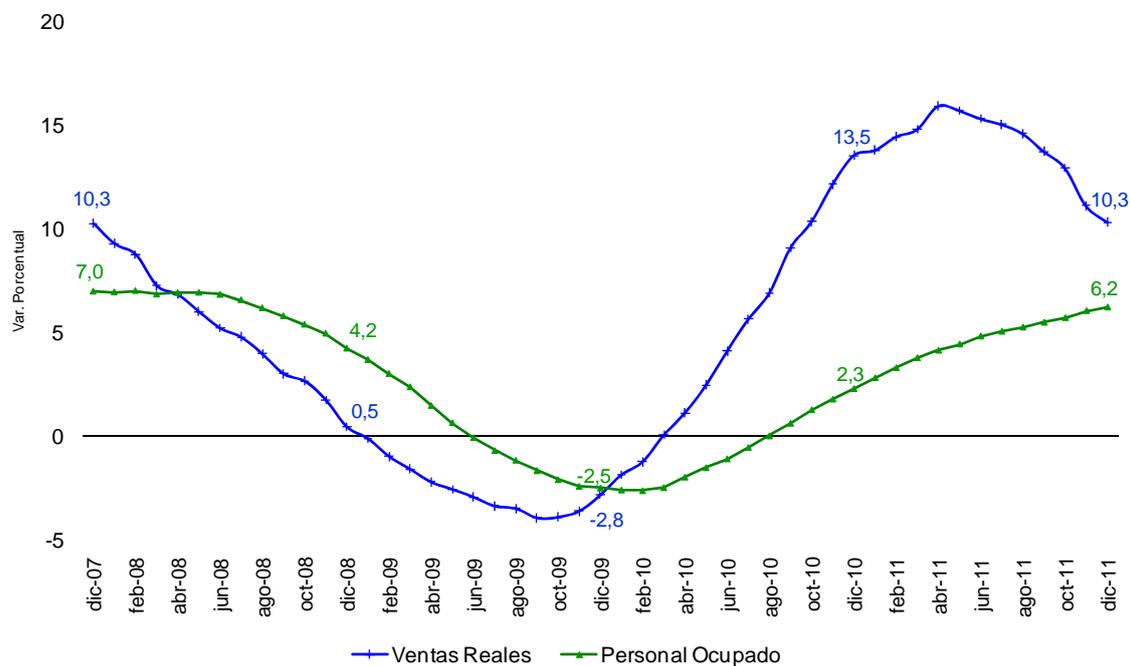
Fuente DANE – MMCM

Gráfico 2
Índices de ventas reales y personal ocupado
Total nacional
Índice base: promedio año 1999 = 100
2007(diciembre)– 2011



Fuente DANE – MMCM

Gráfico 3
Variación acumulada doce meses de las ventas reales y el personal ocupado
Total nacional
2007(diciembre)- 2011



Fuente DANE – MMCM

Tabla 1.
Resumen del comportamiento de las principales variables

Indicador	Variación (%)			
	Anual		Doce meses	
	Diciembre		Enero - Diciembre	
	2010	2011	2010	2011
Ventas	13,9	7,5	13,5	10,3
Ventas sin vehículos	9,6	8,1	8,1	7,6
Personal ocupado	4,2	6,2	2,3	6,2

Fuente DANE – MMCM

2. Ventas reales

2.1 Grupos de mercancías

2.1.1 Variación anual: Diciembre (2011/2010)

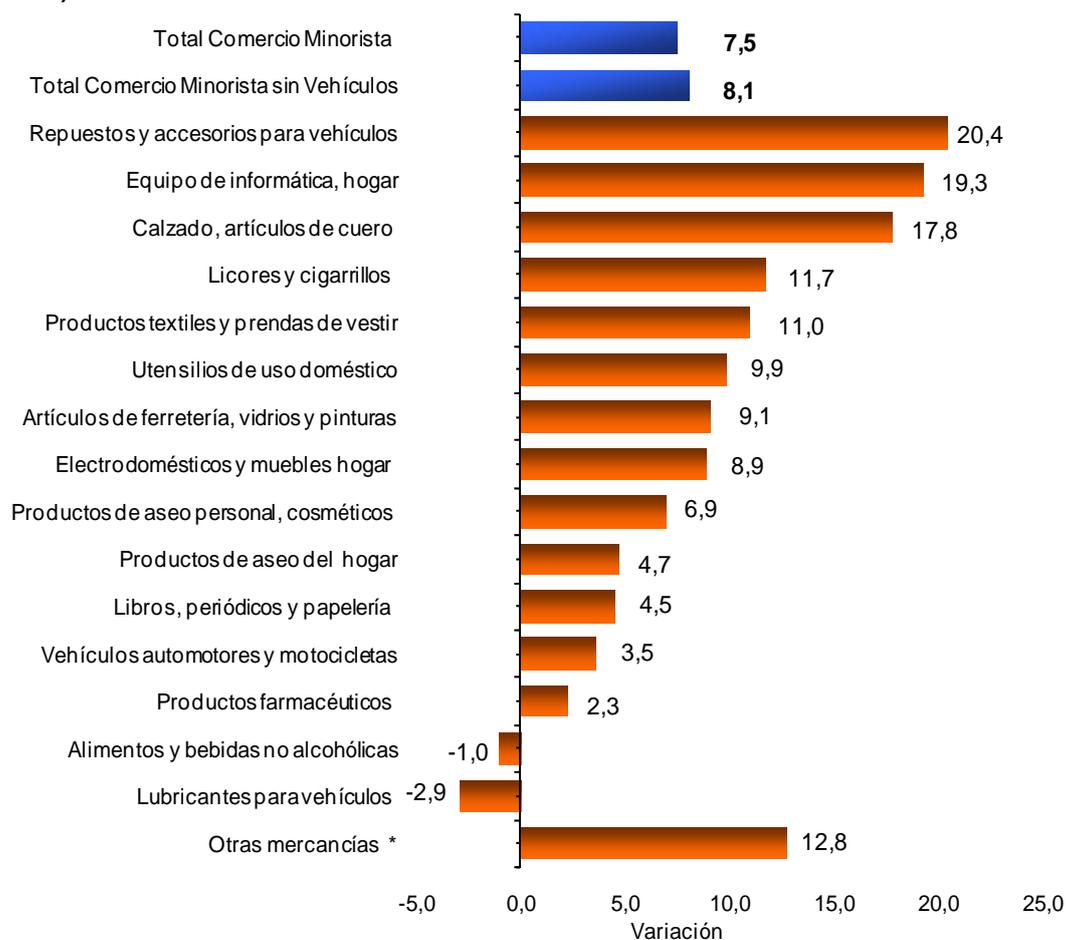
Durante el mes de diciembre de 2011, las ventas del comercio minorista aumentaron 7,5% respecto a las registradas en igual mes de 2010. Los grupos de mercancías que presentaron los mayores crecimientos, fueron: repuestos y accesorios para vehículos; equipo de informática, hogar; calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero; licores y cigarrillos; y productos textiles y prendas de vestir. En contraste, las únicas reducciones se registraron en alimentos y bebidas no alcohólicas; y lubricantes para vehículos (Gráfico 4).

Gráfico 4

Variación anual de las ventas reales

Total nacional

Diciembre (2011/2010)

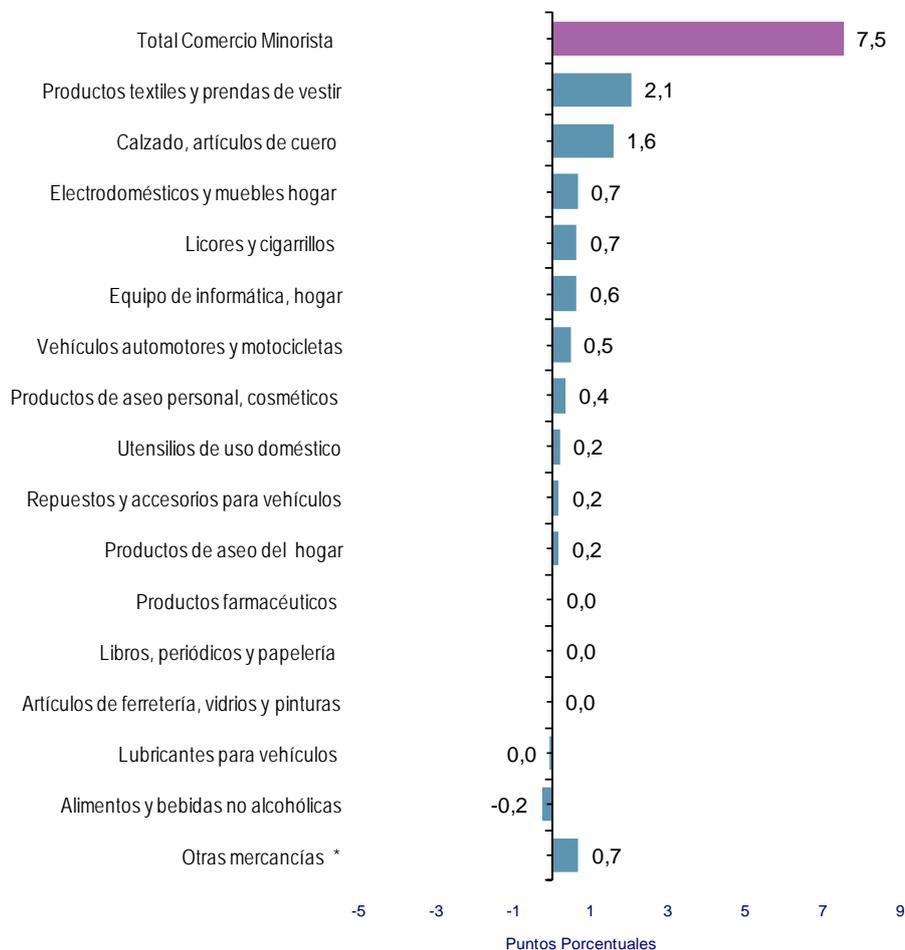


Fuente DANE – MMCM

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

Las principales contribuciones a la variación total de las ventas en el mes, las realizaron las líneas de productos textiles y prendas de vestir; calzado y artículos de cuero; electrodomésticos y muebles para el hogar; licores y cigarrillos; y equipo de informática, hogar. El aporte conjunto de estos grupos a la variación total fue 5,7 puntos porcentuales (Gráfico 5).

Gráfico 5
Contribución anual a las ventas reales
Total nacional
Diciembre (2011/2010)

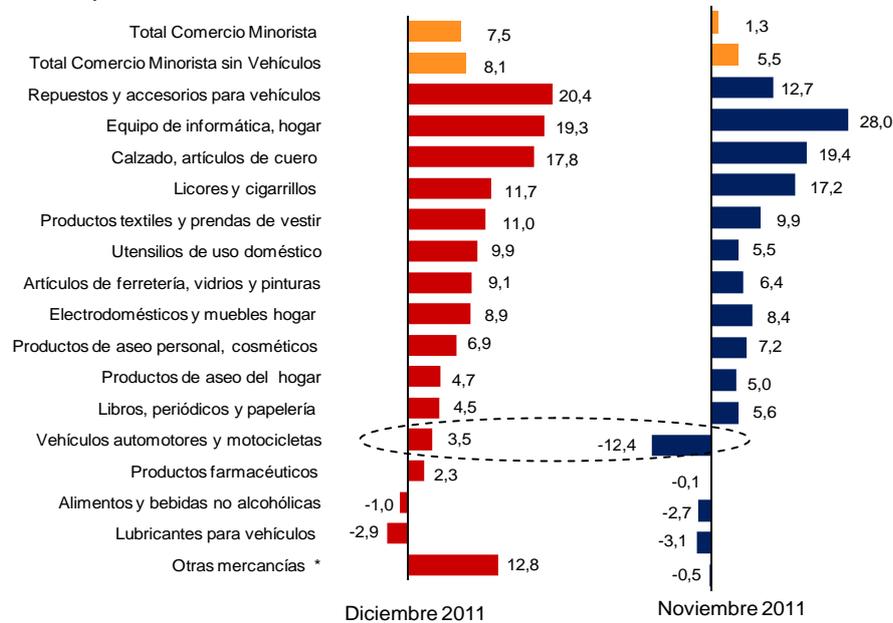


Fuente DANE – MMCM

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

Al comparar el crecimiento anual que registraron las ventas en diciembre (7,5%) con el de noviembre (1,3%), se encuentra que retornó la dinámica de meses anteriores. Para encontrar la explicación de la moderación en la tasa anual de noviembre, en los gráficos 6 y 7 se muestran los resultados de ambos meses desagregados por líneas de mercancías, tanto en variaciones como en contribuciones.

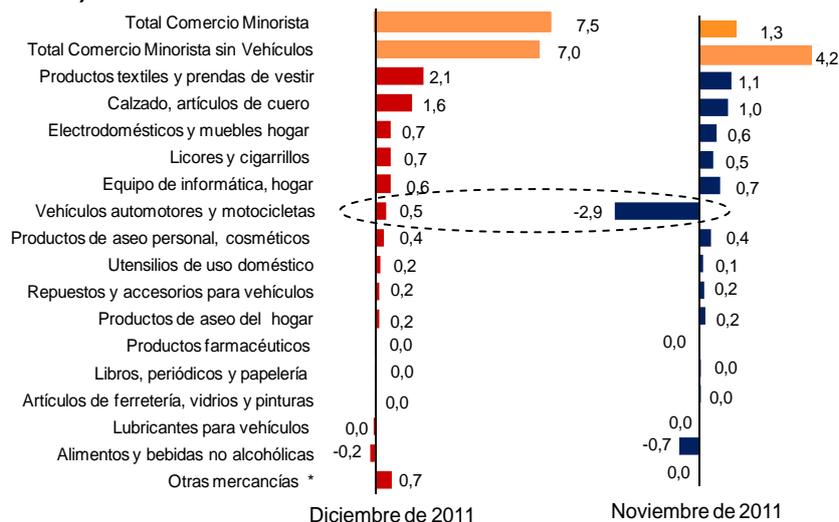
Gráfico 6
Diferencia entre las variaciones anuales
Total nacional
Diciembre- Noviembre- (2011/2010)



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.

Gráfico 7
Diferencia entre las contribuciones
Total nacional
Diciembre- Noviembre- (2011/2010)



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 8

Líneas de mercancías que explican principalmente el crecimiento en ventas de diciembre de 2011

Gráfico 8.1
Índice de ventas de productos textiles y prendas de vestir
Índice base: promedio año 1999 = 100
2007(diciembre) – 2011

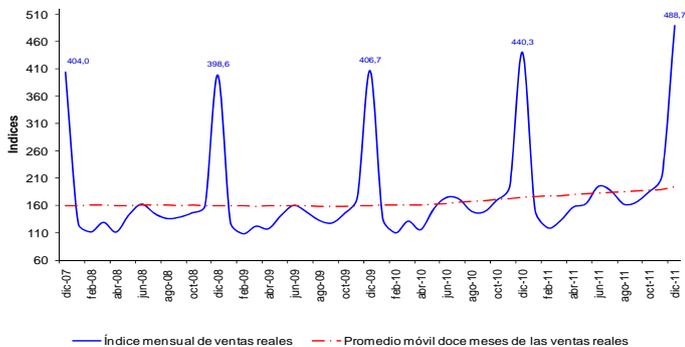


Gráfico 8.2
Variación anual de las ventas reales
Productos textiles y prendas de vestir
2007(diciembre) – 2011

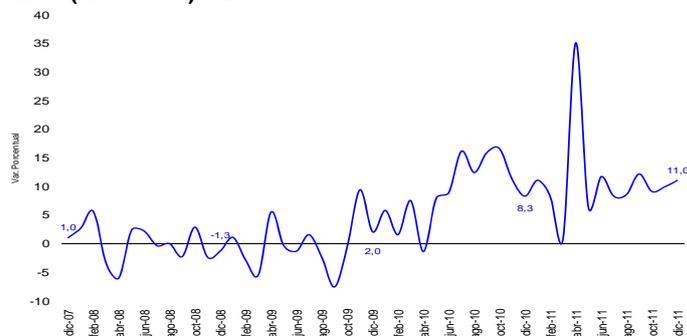


Gráfico 8.3
Índice de ventas de calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero
Índice base: promedio año 1999 = 100
2007(diciembre) – 2011

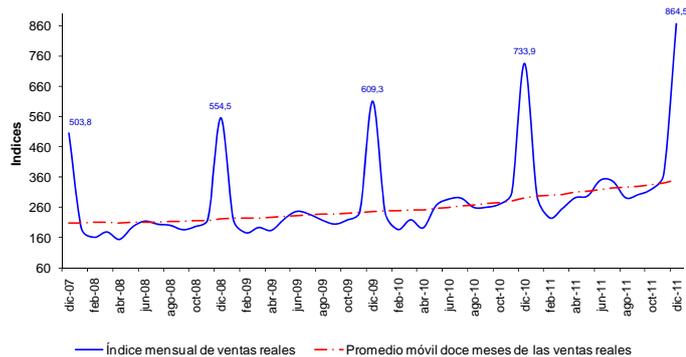


Gráfico 8.4
Variación anual de las ventas reales
Calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero
2007(diciembre) – 2011

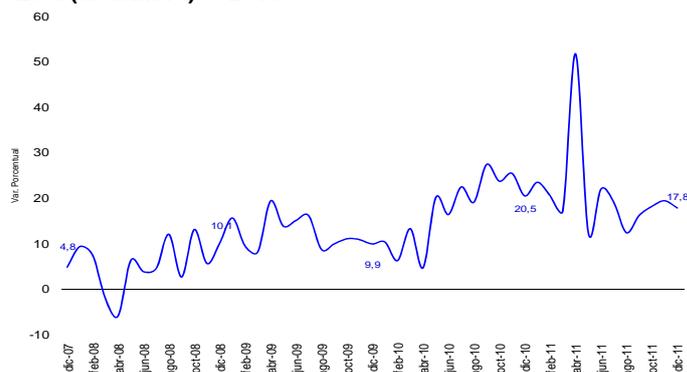


Gráfico 8.5
Índice de ventas de electrodomésticos y muebles para el hogar
Índice base: promedio año 1999 = 100
2007(diciembre) – 2011

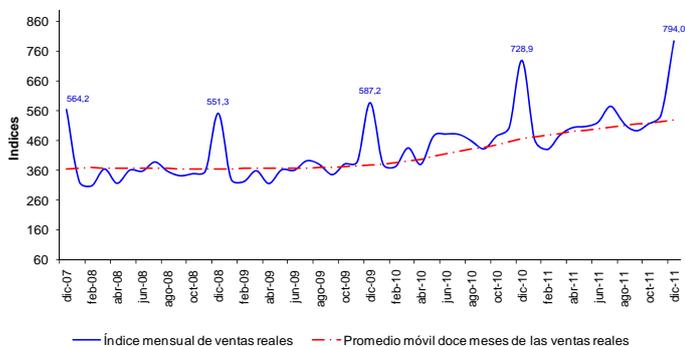
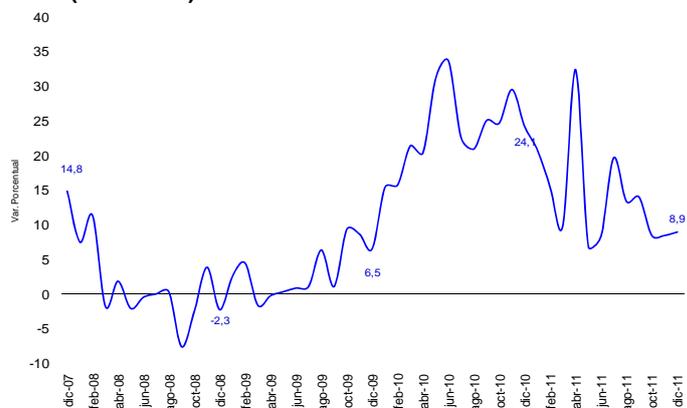


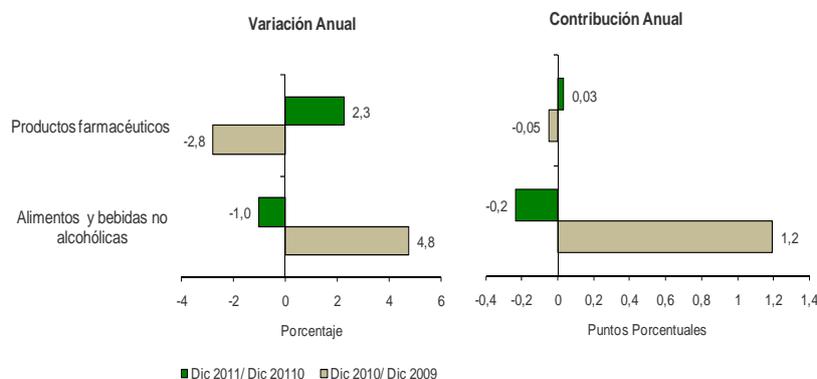
Gráfico 8.6
Variación anual de las ventas reales
Electrodomésticos y muebles para el hogar
2007(diciembre) – 2011



Fuente DANE – MMCM

Al comparar los resultados de las ventas minoristas de diciembre de 2011 con los de diciembre de 2010, se destacan dos líneas de mercancías por presentar los mayores contrastes en las variaciones anuales (Gráfico 9).

Gráfico 9
Principales cambios de comportamiento en ventas anuales
Diciembre (2011- 2010)

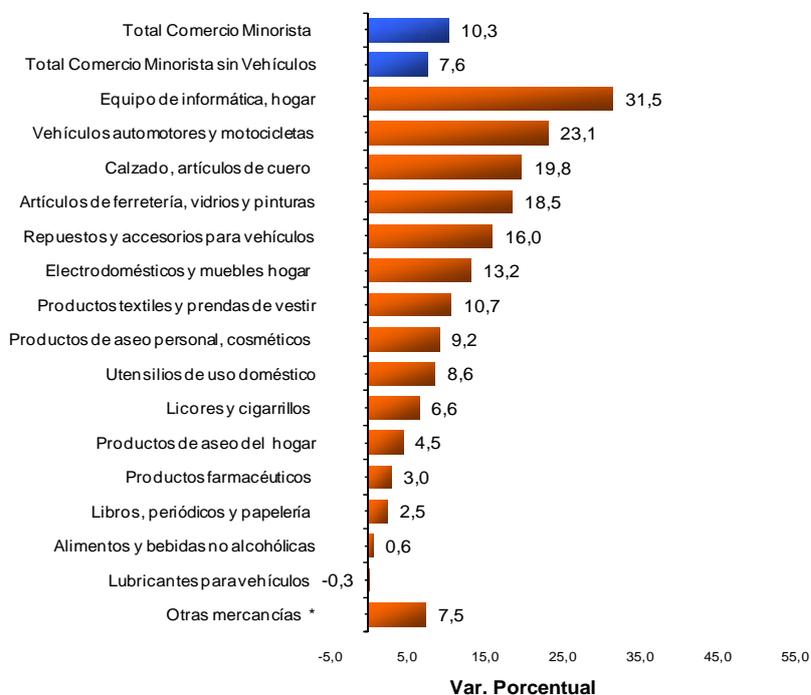


Fuente DANE – MMCM

2.1.2 Variación acumulada doce meses

En 2011, las ventas reales del comercio minorista presentaron un incremento de 10,3% respecto al año precedente. Quince de las dieciséis líneas de mercancías en las que se reporta la información, registraron variaciones positivas en el indicador, destacándose las de equipo de informática, hogar; vehículos automotores y motocicletas; calzado, artículos de cuero; artículos de ferretería, vidrios y pinturas; repuestos y accesorios para vehículos; y electrodomésticos y muebles para el hogar.

Gráfico 10
Variación acumulada doce meses de las ventas reales
Total nacional
(2010/2011)

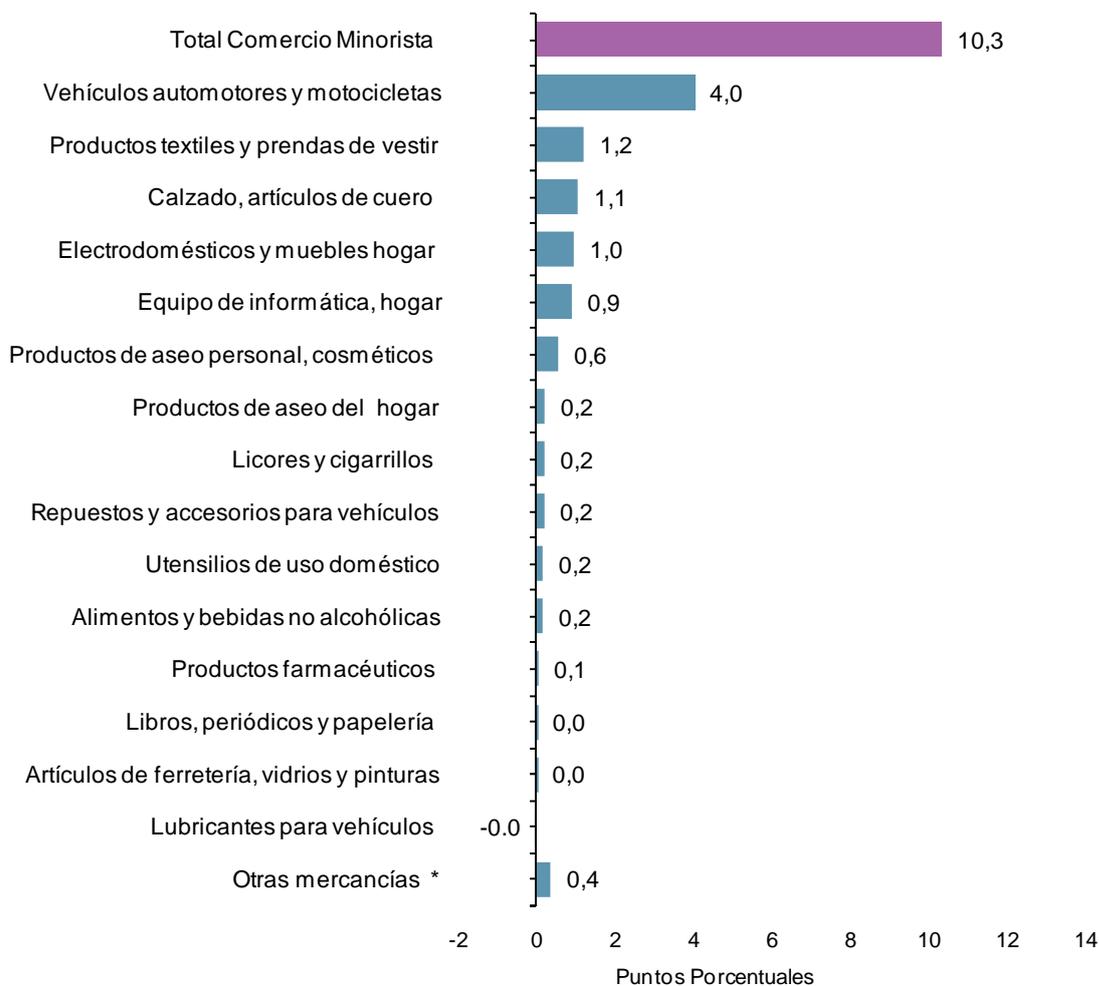


Fuente DANE – MMCM

* 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 total de las ventas en 2011, estuvieron a cargo de las líneas de vehículos automotores y motocicletas; productos textiles y prendas de vestir; calzado, artículos de cuero; electrodomésticos y muebles para el hogar; y equipo de informática, hogar. El aporte conjunto de estos cinco grupos de mercancías a la variación total fue 8,2 puntos porcentuales.

Gráfico 11
Contribución acumulada doce meses a las ventas reales
Total nacional
(2010/2011)



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 12 Líneas de mercancías que principalmente explican el crecimiento de las ventas en el acumulado doce meses a diciembre de 2011

Gráfico 12.1
Variación acumulada doce meses de las ventas reales Vehículos automotores y motocicletas 2007(diciembre) – 2011

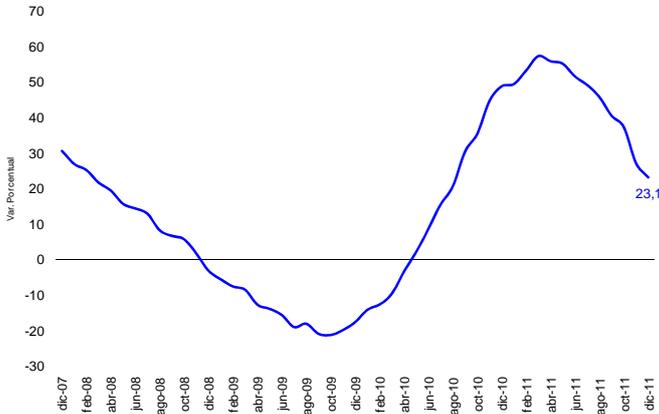


Gráfico 12.2
Variación acumulada doce meses de las ventas reales Productos textiles y prendas de vestir 2007(diciembre) – 2011

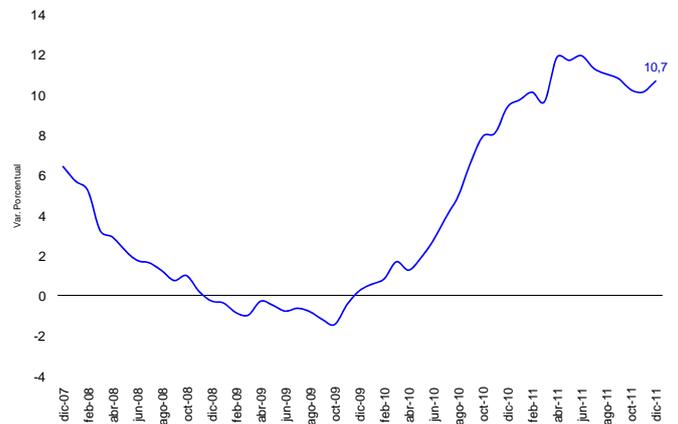


Gráfico 12.3
Variación acumulada doce meses de las ventas reales Calzado y artículos de cuero y sucedáneos del cuero 2007(diciembre) – 2011

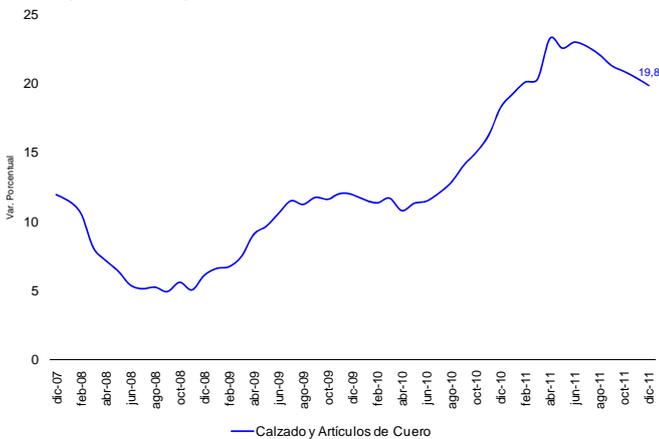
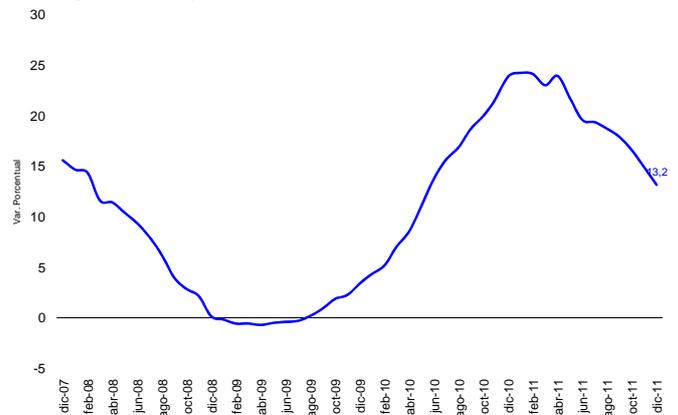


Gráfico 12.4
Variación acumulada doce meses de las ventas reales Electrodomésticos y muebles para el hogar 2007(diciembre) – 2011



Fuente DANE – MMCM

2.2 Actividad comercial CIU Rev. 3

2.2.1 Variación anual: diciembre (2011/2010)

De acuerdo con la actividad económica (CIU Rev.3) en la que se clasifican las empresas investigadas en la Muestra Mensual de Comercio al por Menor, en diciembre de 2011 se destacan los crecimientos de las ventas registradas por los almacenes especializados en el comercio minorista de partes y piezas para vehículos; prendas de vestir; farmacéuticos, perfumería y cosméticos; y calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero.

Los almacenes no especializados con surtido compuesto de productos diferentes a alimentos registraron incremento de 22,8% en sus ventas, y los no especializados con surtido compuesto principalmente de alimentos presentaron un aumento de 6,3%.

Gráfico 13
Variación anual de las ventas reales, según actividad comercial
Total nacional
Diciembre (2011/2010)



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 acumulada doce meses

A lo largo de 2011, los mayores incrementos en las ventas reales en establecimientos especializados se registraron en vehículos automotores; calzado, artículos de cuero; partes y piezas para vehículos; y motocicletas y sus partes.

Por su parte, los almacenes no especializados con surtido compuesto por productos diferentes de alimentos incrementaron sus ventas reales en 29,6%, y los no especializados con surtido compuesto principalmente de alimentos presentaron un crecimiento de 7,9%.

Gráfico 14
Variación acumulada doce meses de las ventas reales
Total nacional
(2010/2011)



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: diciembre (2011/2010)

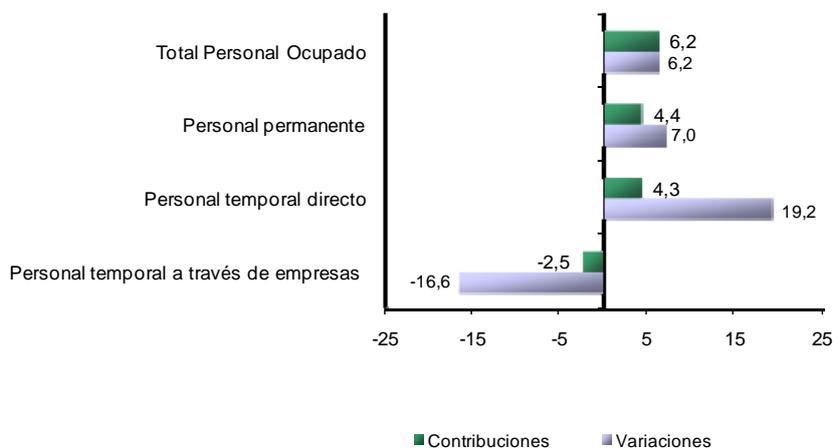
El personal ocupado por el comercio minorista en diciembre de 2011 aumentó 6,2%, frente al mismo mes del año anterior, como resultado del aumento de la contratación directa, tanto en la contratación permanente (7,0%), como temporal (19,2%), y la disminución de la vinculación a través de agencias (-16,6%).

Gráfico 14

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

Total nacional

Diciembre (2011/2010)



Fuente DANE – MMCM

3.2. Variación acumulada doce meses

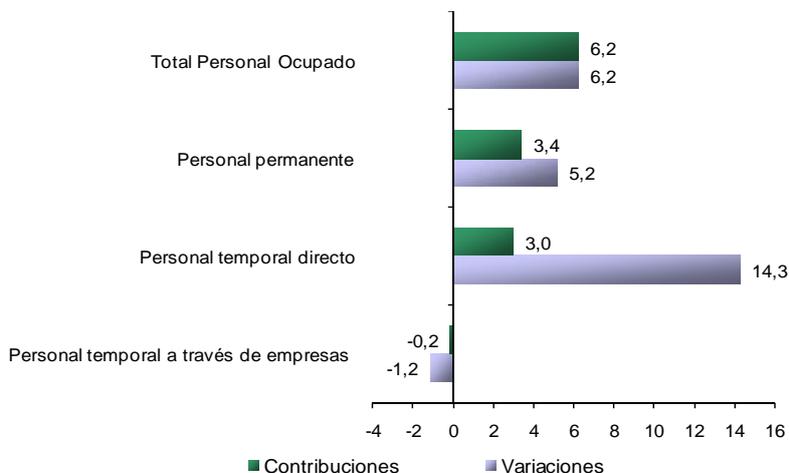
El personal ocupado promedio del comercio en 2011 superó en 6,2% al de 2010. Este resultado se explica principalmente por la contribución del personal permanente y del temporal directo, cuyo aporte conjunto a la variación total fue 6,4 puntos porcentuales.

Gráfico 15

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

Total nacional

(2011/2010)



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 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).
- 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)