

## MUESTRA MENSUAL DE COMERCIO AL POR MENOR Diciembre de 2012



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

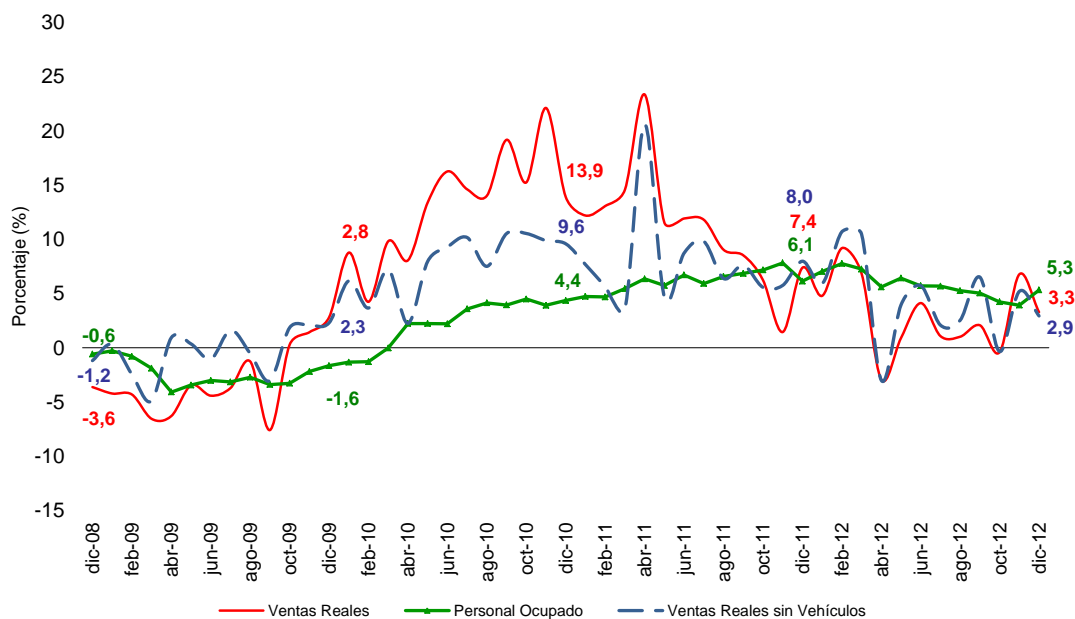
- En diciembre de 2012, las ventas del comercio minorista crecieron 3,3%, y el personal ocupado 5,3%. Excluyendo el comercio de vehículos automotores y motocicletas, la variación de las ventas reales en diciembre de 2012 fue 2,9%
- Las líneas de mercancías que explicaron principalmente el resultado del mes fueron: equipo de informática, hogar (24,0%), vehículos, automotores y motocicletas (5,6%), calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero (4,9%) y alimentos y bebidas no alcohólicas (1,9%). En conjunto estos cuatro grupos aportaron 2,5 puntos porcentuales a la variación de diciembre.
- El incremento de 5,3% registrado por el personal ocupado en diciembre de 2012, se explicó por el aumento en la contratación de personal permanente (11,0%), personal temporal a través de agencias (2,9%) y la disminución en la vinculación de personal temporal directo (-8,3%).
- En el año 2012, las ventas reales del comercio minorista registraron un crecimiento de 3,0% y el personal ocupado de 5,7%, respecto al año 2011.
- Las líneas de mercancías que presentaron los mayores crecimientos en sus ventas en el año, fueron: equipo de informática, hogar (18,3%); artículos de ferretería, vidrios y pinturas (7,9%); calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero (7,0%); y productos de aseo personal, cosméticos (6,2%).
- El personal ocupado promedio del comercio minorista en 2012, presentó un aumento de 5,7% respecto al año precedente. Este resultado se explica fundamentalmente por el aumento en la contratación de personal permanente.

**Director**  
Jorge Bustamante R.  
**Subdirector (e)**  
Eduardo Efraín Freire Delgado  
**Director de Metodología y Producción Estadística**  
Eduardo Efraín Freire Delgado

### 1. Evolución general de las principales variables

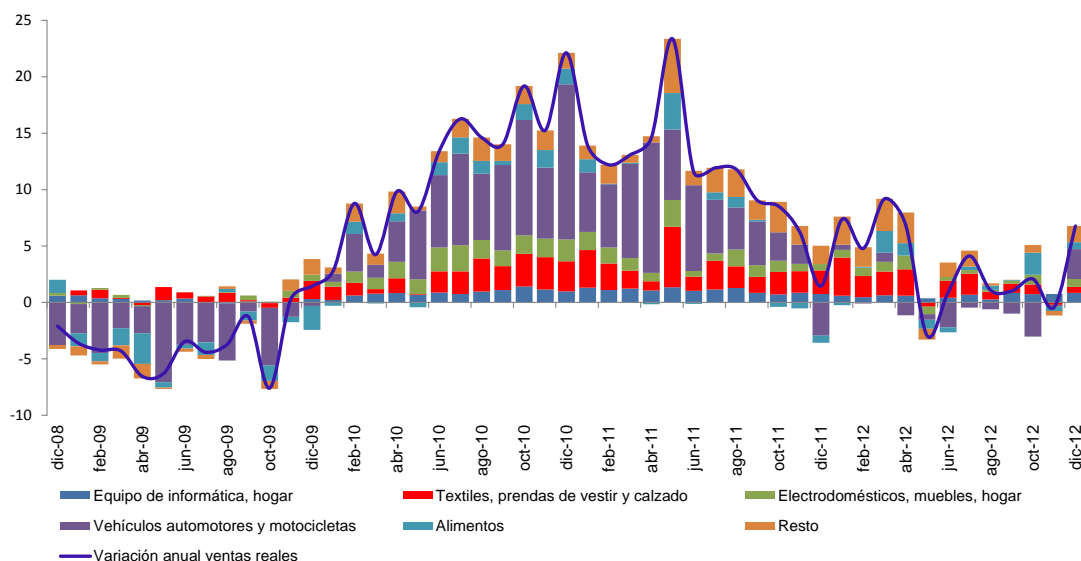
En diciembre de 2012, las ventas reales y el personal ocupado del comercio minorista aumentaron 3,3% y 5,3% respectivamente, comparado con el mismo mes de 2011, cuando las ventas habían reportado un incremento de 7,4% y el personal ocupado un aumento de 6,1%.

**Gráfico 1**  
**Variación anual de las ventas reales y el personal ocupado del comercio minorista**  
**Total nacional**  
**2008 (diciembre) – 2012 (diciembre)**



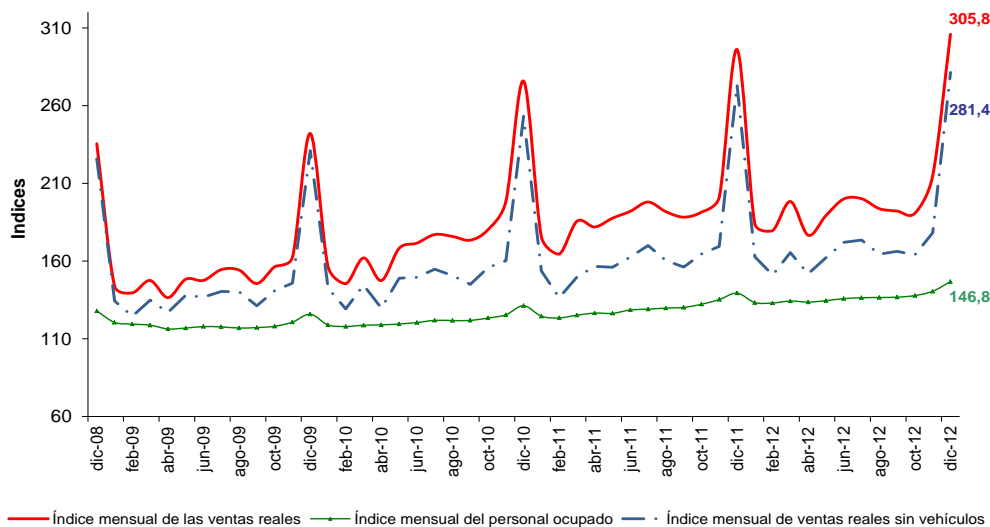
Fuente DANE – MMCM

**Gráfico 2. Desagregación de la variación anual de las ventas reales del comercio minorista, por líneas de mercancía, según contribución**  
**Total nacional**  
**2008 (diciembre) – 2012 (diciembre)**



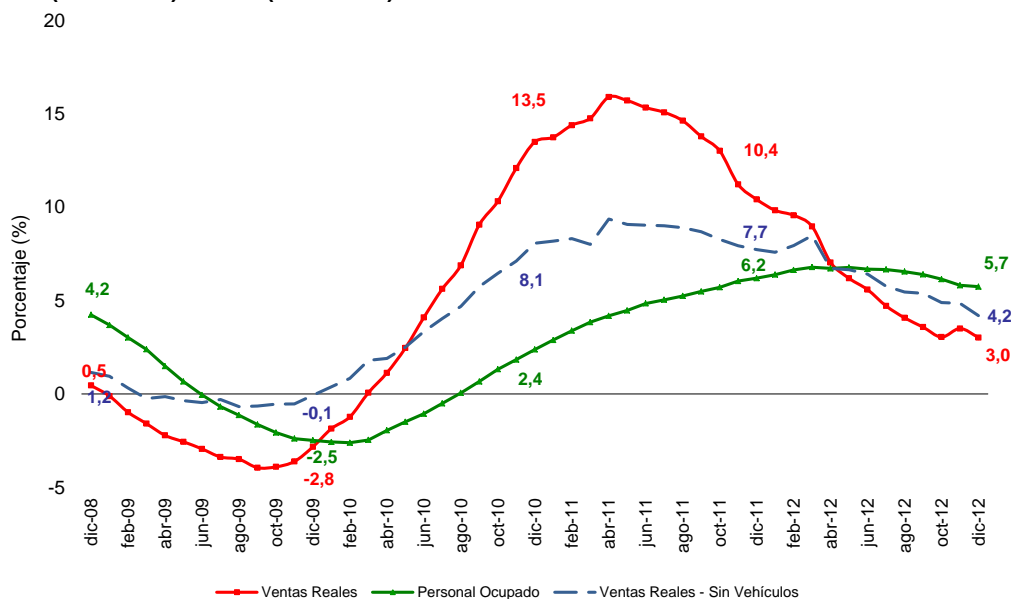
Fuente DANE – MMCM

**Gráfico 3**  
**Índices de ventas reales y personal ocupado**  
**Total nacional**  
**Índice base: promedio año 1999 = 100**  
**2008 (diciembre) – 2012 (diciembre)**



Fuente DANE – MMCM

**Gráfico 4**  
**Variación acumulada doce meses de las ventas reales y el personal ocupado**  
**Total nacional**  
**2008 (diciembre) – 2012 (diciembre)**



Fuente DANE – MMCM

**Tabla 1.**  
**Resumen del comportamiento de las principales variables**

Indicador	Anual		Doce meses	
	2011	2012	2011	2012
Ventas	7,4	3,3	10,4	3,0
Ventas sin vehículos	8,0	2,9	7,7	4,2
Personal ocupado	6,1	5,3	6,2	5,7

## 2. Ventas reales

### 2.1 Grupos de mercancías

#### 2.1.1 Variación anual: Diciembre 2012

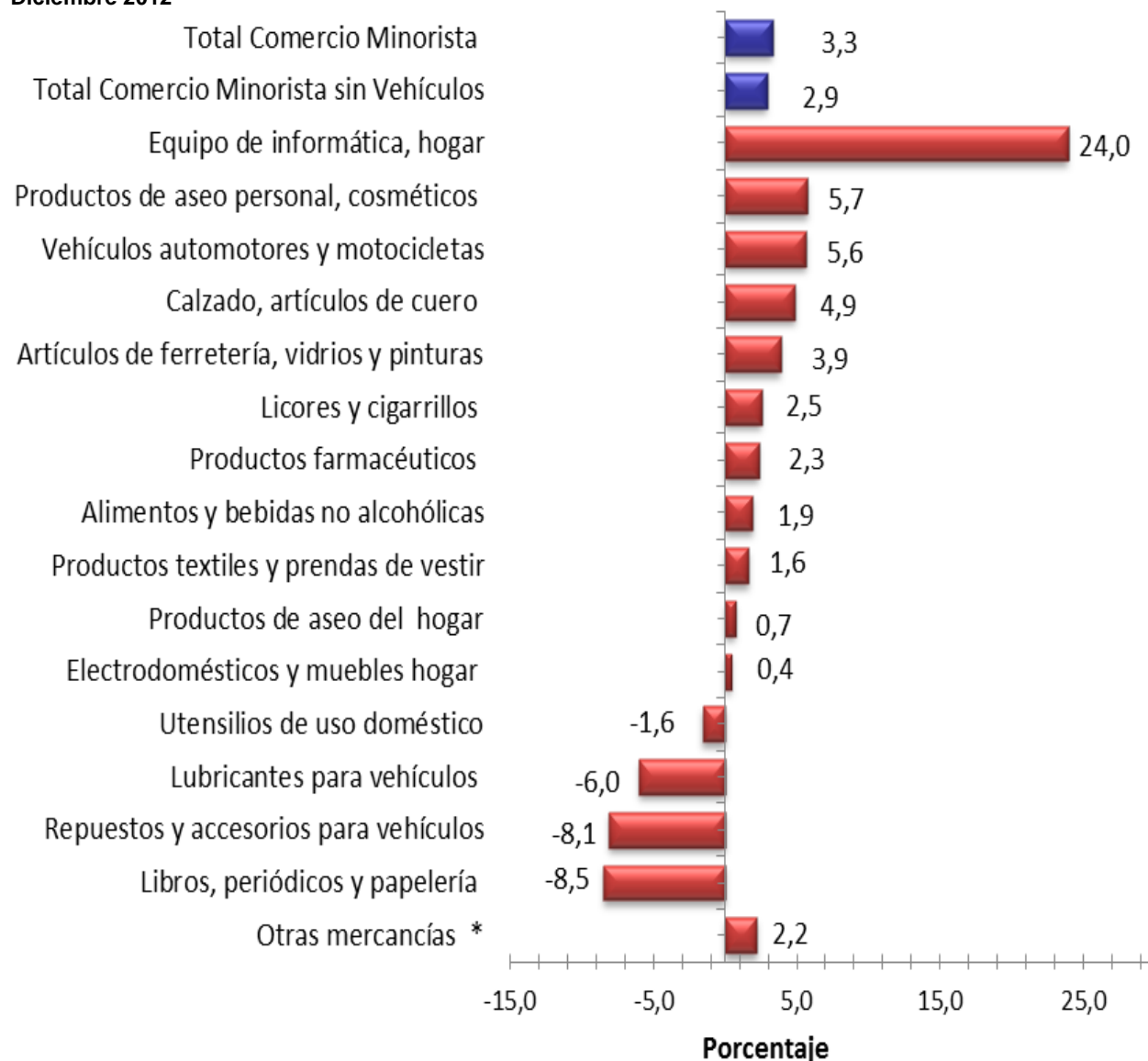
Durante el mes de diciembre de 2012, las ventas del comercio minorista aumentaron 3,3% respecto a las registradas en igual mes de 2011. Los grupos de mercancías que presentaron los mayores crecimientos, fueron: equipo de informática, hogar; productos de aseo personal, cosméticos; vehículos automotores y motocicletas; calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero; y artículos de ferretería, vidrios y pinturas. En contraste, las mayores reducciones se registraron en libros periódicos y papelería; repuestos y accesorios para vehículos; y lubricantes para vehículos.

#### Gráfico 5

##### Variación anual de las ventas reales

##### Total nacional

##### Diciembre 2012



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 equipo de informática, hogar; vehículos automotores y motocicletas; calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero; alimentos y bebidas no alcohólicas; y productos textiles y prendas de vestir. El aporte conjunto de estos grupos a la variación total fue 2,8 puntos porcentuales (Gráfico 6).

**Gráfico 6**  
**Contribución anual a las ventas reales**  
**Total nacional**  
**Diciembre 2012**



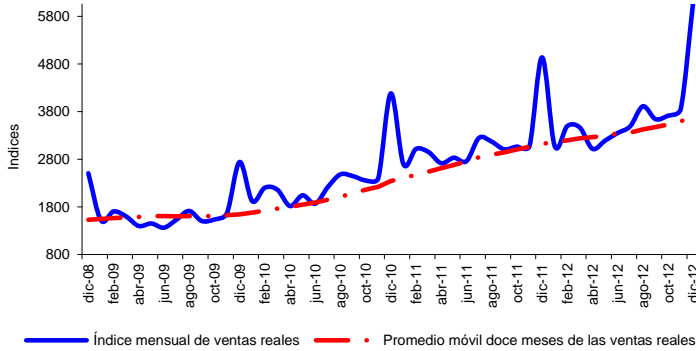
Fuente DANE – MMCM

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

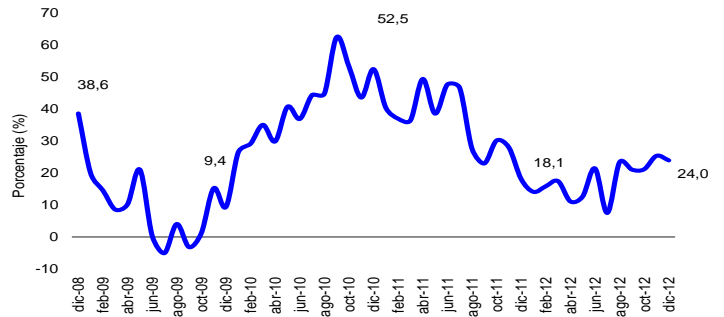
**Gráficos 7**

**Líneas de mercancías que explican principalmente el crecimiento en ventas de diciembre de 2012**

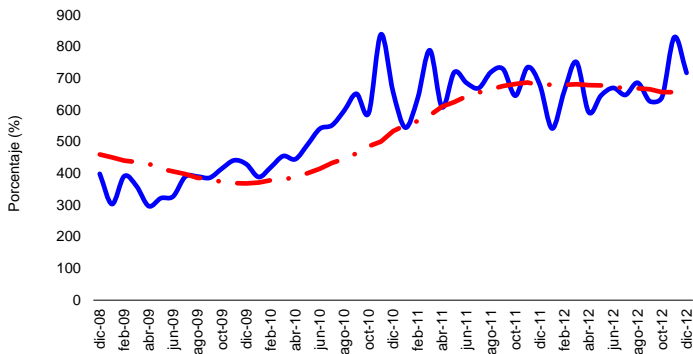
**Gráfico 7.1**  
Índice de ventas de equipo informática, hogar  
Índice base: promedio año 1999 = 100  
2008 (diciembre) – 2012 (diciembre)



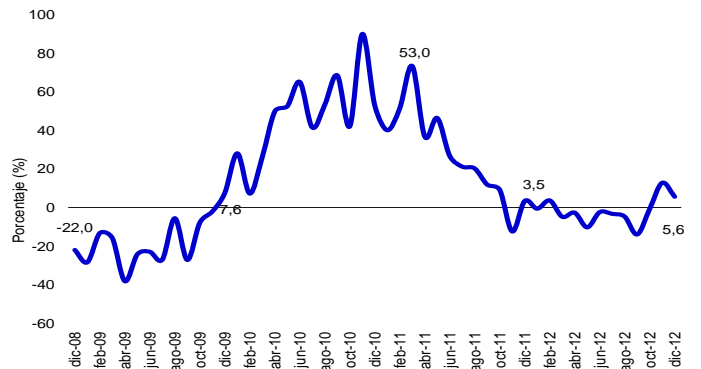
**Gráfico 7.2**  
Variación anual de las ventas reales  
Equipo informática, hogar  
2008 (diciembre) – 2012 (diciembre)



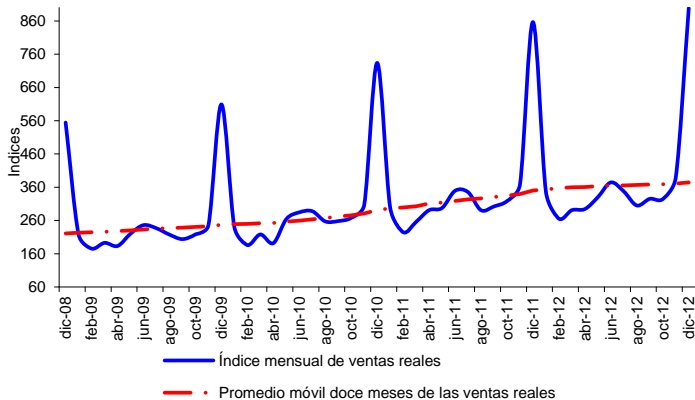
**Gráfico 7.3**  
Índice de ventas de vehículos automotores y motocicletas  
Índice base: promedio año 1999 = 100  
2008 (diciembre) – 2012 (diciembre)



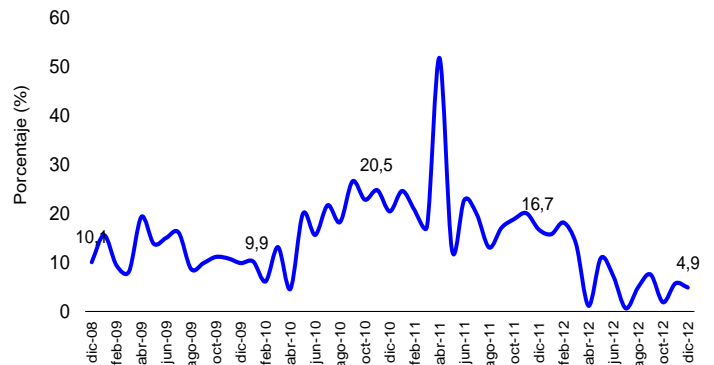
**Gráfico 7.4**  
Variación anual de las ventas reales  
Vehículos automotores y motocicletas  
2008 (diciembre) – 2012 (diciembre)



**Gráfico 7.5**  
Índice de ventas calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero  
Índice base: promedio año 1999 = 100  
2008 (diciembre) – 2012 (diciembre)



**Gráfico 7.6**  
Variación anual de las ventas reales  
Calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero  
2008 (diciembre) – 2012 (diciembre)

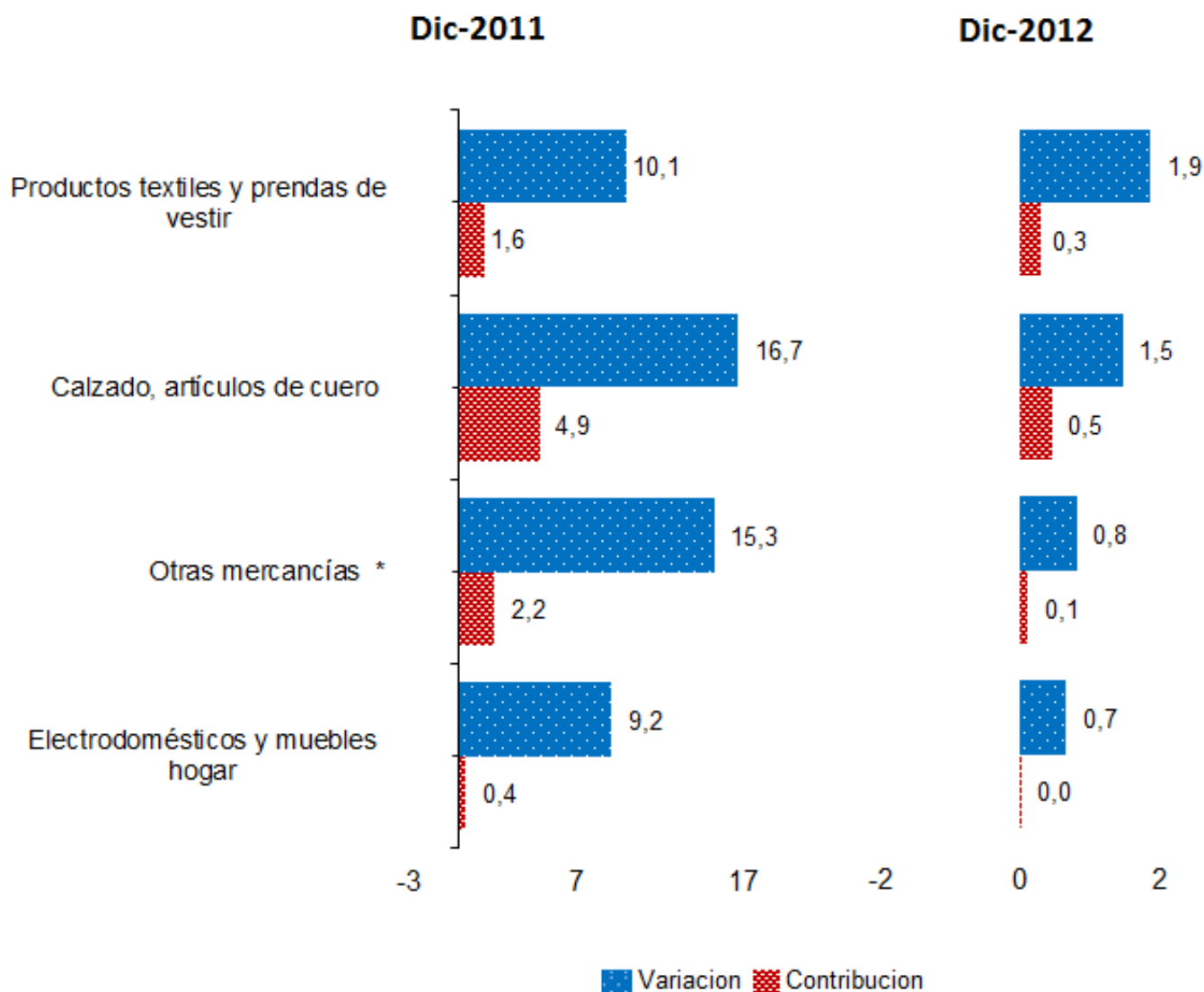


Fuente DANE – MMCM

En el gráfico 8 se presentan las líneas de mercancías que principalmente explicaron la moderación de la tasa de crecimiento de las ventas minoristas en diciembre de 2012 (3,3%), con relación a las de diciembre de 2011 (7,4%).

En diciembre de 2011 los cuatro grupos presentados en el grafico aportaron 9,1 puntos porcentuales a la variación total del comercio minorista en el mes, mientras que en diciembre de 2012 solo contribuyeron con 0,9 puntos porcentuales.

**Gráfico 8. Principales contrastes entre los resultados de 2011 y 2012 del comercio minorista**  
**Total nacional**  
**Diciembre**



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.

### 2.1.2. Variación acumulada doce meses: enero 2012- diciembre 2012 / enero 2011- diciembre 2011

En 2012, las ventas reales del comercio minorista presentaron un incremento de 3,0% respecto al año precedente. Las líneas que registraron los mayores crecimientos durante este período, fueron: equipo de informática; artículos de ferretería, vidrios y pinturas; calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero; productos de aseo personal, cosméticos; y productos textiles y prendas de vestir.

**Gráfico 9. Variación acumulada doce meses de las ventas reales del comercio minorista Total nacional Enero 2012 - diciembre 2012 / enero 2011 - diciembre 2011**



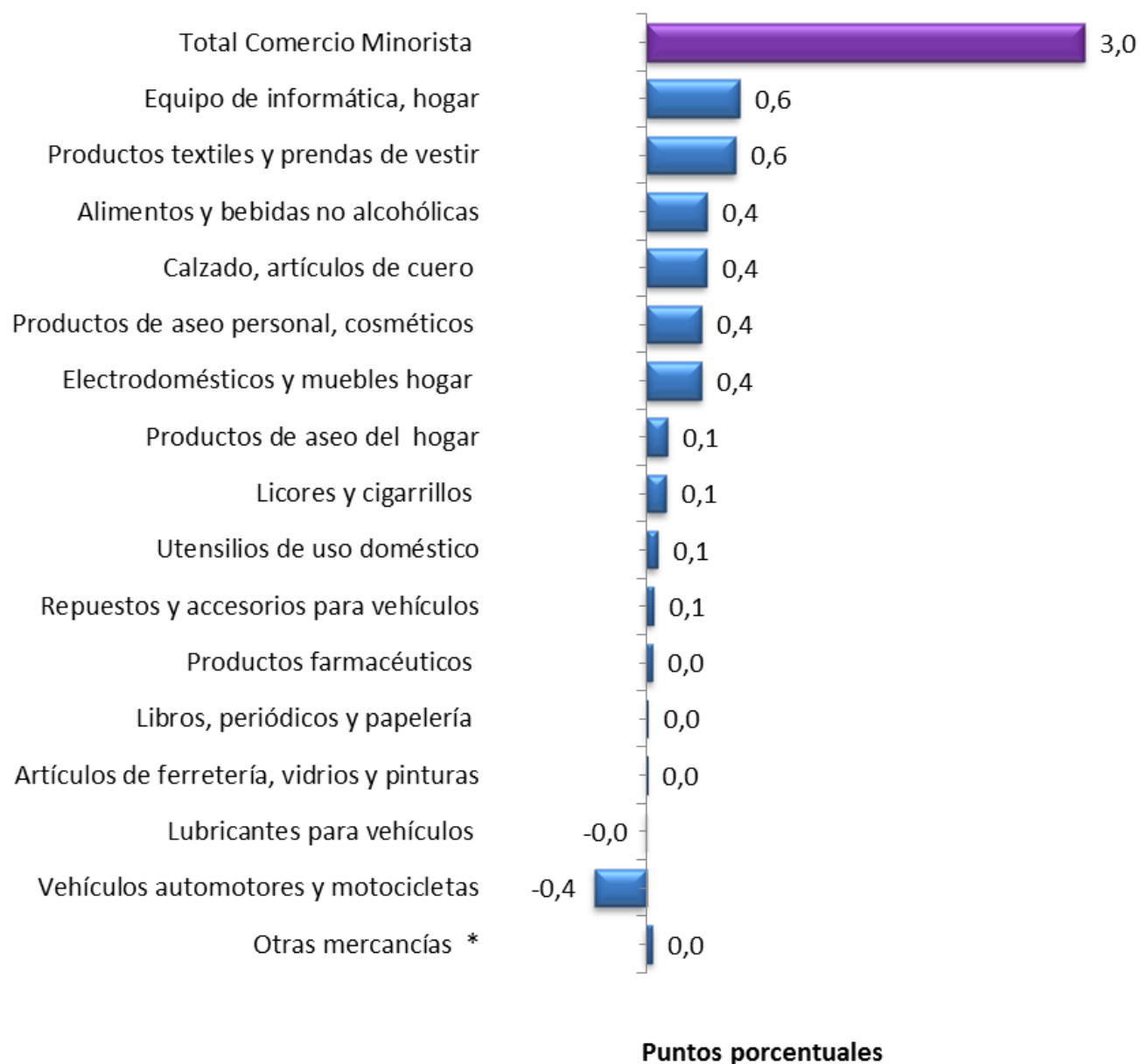
Fuente: DANE – MMCM

\* 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 de las ventas del año, estuvieron a cargo de las líneas de equipo de informática, hogar; productos textiles y prendas de vestir; alimentos y bebidas no alcohólicas; calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero; productos de aseo personal, cosméticos; y electrodomésticos y muebles para el hogar. El aporte conjunto de estos seis grupos de mercancías a la variación total fue 2,8 puntos porcentuales.

**Gráfico 10. Contribución acumulada doce meses a las ventas reales del comercio minorista**  
**Total nacional**  
**Enero 2012 - diciembre 2012 / enero 2011 - diciembre 2011**

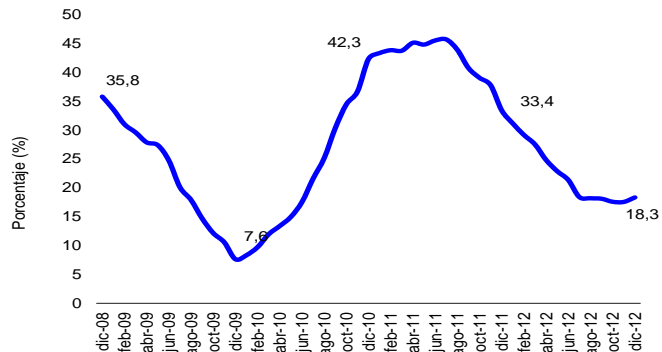


Fuente: DANE – MMCM

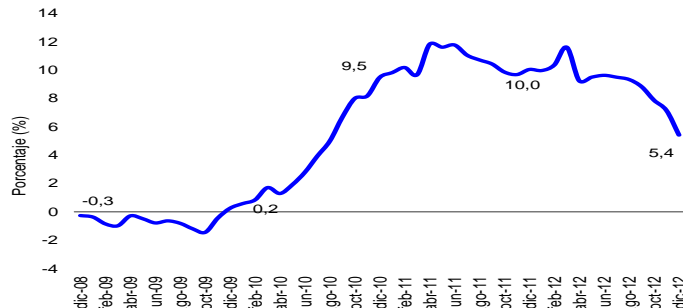
\* Otras mercancías, incluye: juguetes, bicicletas, artículos de deporte, piñatería, artículos para bebés, gas propano en cilindros, equipo fotográfico, revestimiento para pisos, etc.

**Gráfico 11. Líneas de mercancías que principalmente explican la variación acumulada doce meses de las ventas reales del comercio minorista**  
**Total nacional**  
**Diciembre 2012**

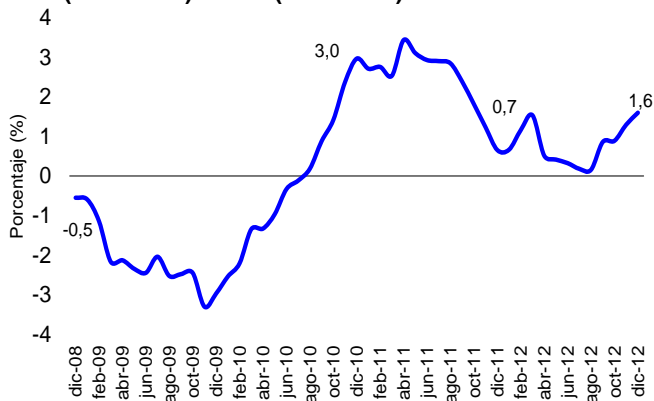
**Gráfico 11.1. Variación acumulada doce meses de las ventas reales de equipo de informática, hogar 2008 (diciembre) - 2012 (diciembre)**



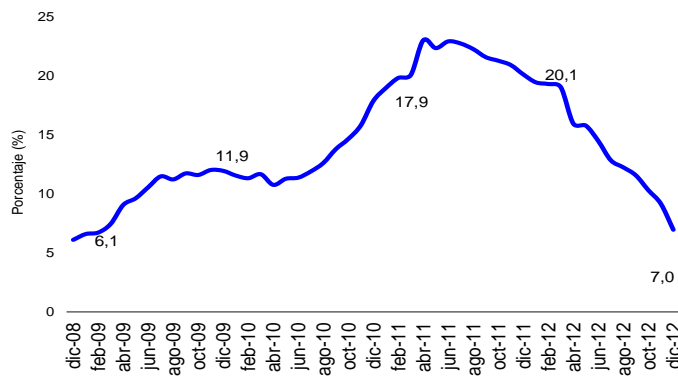
**Gráfico 11.2. Variación acumulada doce meses de las ventas productos textiles y prendas de vestir 2008 (diciembre) - 2012 (diciembre)**



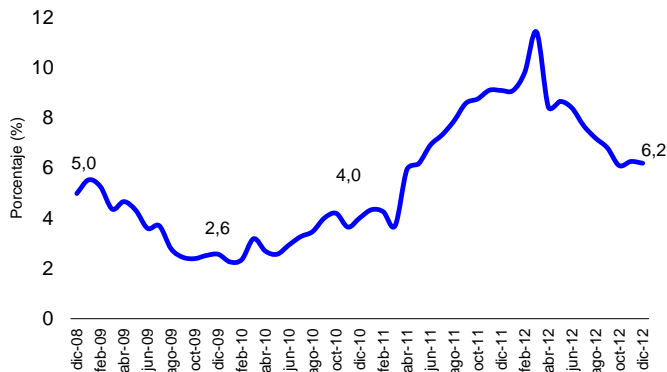
**Gráfico 11.3. Variación acumulada doce meses de las ventas de alimentos y bebidas no alcohólicas 2008 (diciembre) - 2012 (diciembre)**



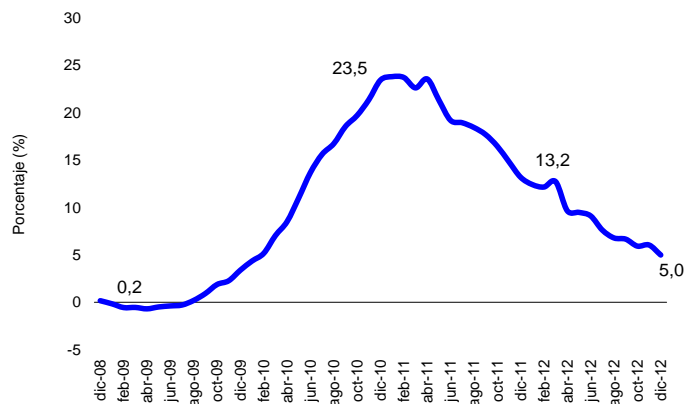
**Gráfico 11.4. Variación acumulada doce meses de las ventas reales de calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero 2008 (diciembre) - 2012 (diciembre)**



**Gráfico 11.5. Variación acumulada doce meses de las ventas reales de productos de aseo personal, cosméticos 2008 (diciembre) - 2012 (diciembre)**



**Gráfico 11.6. Variación acumulada doce meses de las ventas reales de electrodomésticos y muebles para el hogar 2008 (diciembre) - 2012 (diciembre)**



Fuente: DANE – MMCM

## 2.2 Actividad comercial CIIU Rev. 3

### 2.2.1 Variación anual: diciembre 2012

De acuerdo con la actividad económica (CIIU Rev.3 A.C.) en la que se clasifican las empresas investigadas en la Muestra Mensual de Comercio al por Menor, en diciembre de 2012 se destacan los crecimientos de las ventas registradas por los almacenes especializados en muebles para el hogar; libros periódicos y papelería; calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero; y vehículos automotores.

En cuanto a los almacenes no especializados, los que tienen surtido compuesto principalmente de productos diferentes a alimentos registraron un incremento de 22,1% en sus ventas, y aquellos con surtido compuesto principalmente de alimentos presentaron un aumento de 4,2%.

### Gráfico 12. Variación anual de las ventas reales del comercio minorista, según actividad comercial

Total nacional  
Diciembre 2012



Fuente: DANE – MMCM

Porcentaie

\*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

En 2012, los mayores incrementos en las ventas reales en establecimientos especializados se registraron en muebles para el hogar; calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero; motocicletas y sus partes; y farmacéuticos, perfumería y cosméticos.

Por su parte, los almacenes no especializados con surtido compuesto por productos diferentes de alimentos incrementaron sus ventas reales en 17,1%, y los no especializados con surtido compuesto principalmente de alimentos presentaron un crecimiento de 5,9%.

#### Gráfico 13. Variación acumulada doce meses de las ventas reales del comercio minorista, según actividad comercial

Total nacional

Enero 2012 - diciembre 2012 / enero 2011 - diciembre 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 2012

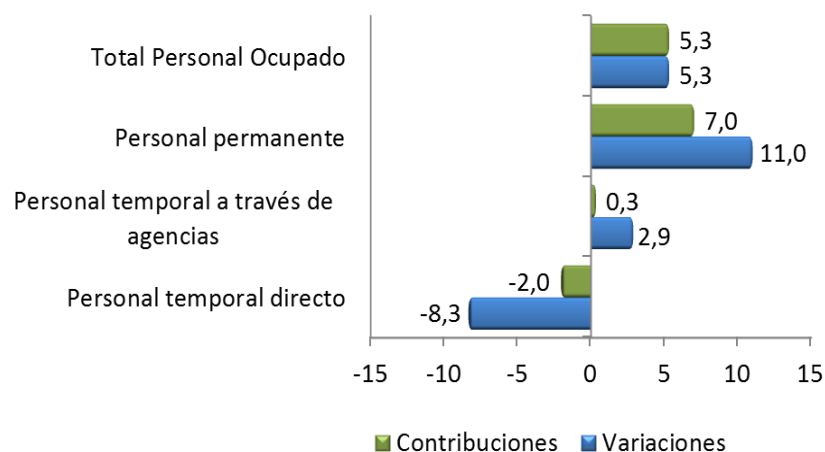
El personal ocupado por el comercio minorista en diciembre de 2012 aumentó 5,3%, frente al mismo mes del año anterior, como resultado del aumento en la contratación del personal permanente (11,0%) y del personal vinculado a través de agencias (2,9%), y la disminución en la contratación del personal temporal directo (-8,3%).

Gráfico 14

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

Total nacional

Diciembre 2012



Fuente DANE – MMCM

#### 3.2. Variación acumulada doce meses: enero 2012 – diciembre 2012 / enero 2011 – diciembre 2011

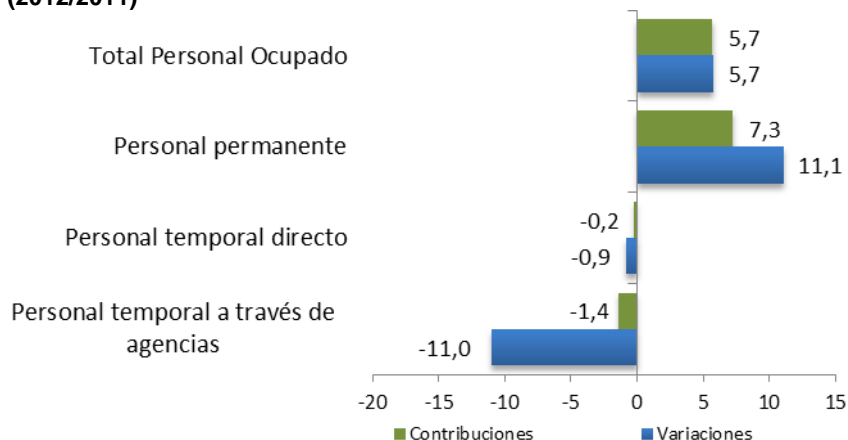
El personal ocupado promedio del comercio en 2012 superó en 5,7% al de 2011. Este resultado se explica principalmente por la contribución del personal permanente cuyo aporte a la variación total fue 7,3 puntos porcentuales. En contraste, el personal temporal directo y contratado a través de agencias restó un total de 1,6 puntos porcentuales a dicha variación.

Gráfico 15

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

Total nacional

(2012/2011)



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)