



MUESTRA MENSUAL DE COMERCIO AL POR MENOR Enero de 2008



Código N° 1003-1
Detección de Requirimientos, Diseño, producción, análisis y difusión de los siguientes investigaciones estadísticas periódicas: Encuesta Continua de Hogares; Índice de Precios al Consumidor; Muestra Mensual Manufacturera; Comercio Exterior; Índice de Costos de Construcción de Vivienda; Índice de Costos de Construcción Pesada; Censo de Edificaciones; Muestra Mensual de Comercio al por Menor; Encuesta Anual de Servicios; Encuesta Anual Manufacturera; Encuesta Anual de Comercio; Diseño del Censo General; Encuesta Nacional Agropecuaria -Muestra de Areas; Nomenclatura y Clasificación; Cuentas Nacionales; Estadísticas Económicas de Construcción; Índice de Costos de la Educación Superior Privada; Encuesta de Muestreo de establecimientos de Comercio, Servicios e Industria; Estadísticas Vitales; Proyecciones de Población y Estudios Demográficos e Indices de Cuentas Económicas Regionales; Índice precios de edificaciones nuevas; Índice de precios de vivienda nueva; Cartera hipotecaria de vivienda; Índice de subsección prefalla; Encuesta de desempleo institucional; Encuesta de sacrificio de ganado; Encuesta de arrendamiento y Cuentas Regionales; Servicio de Asesoría en Planificación Estadística.

ISO - 9001:2000



Contenido

Resumen

1. Ventas reales
 - 1.1 Grupos de mercancías
 - 1.1.1 Variación anual
 - 1.1.2 Variación 12 meses
 - 1.2 Actividades comerciales
 - 1.2.1 Variación anual
 - 1.2.2 Variación doce meses
2. Empleo
 - 2.1 Variación anual
 - 2.2 Variación doce meses

Ficha metodológica
Anexos

Resumen

- En los últimos 12 meses hasta enero de 2008, las ventas reales presentan un aumento de 8,60% respecto al mismo periodo anterior; mientras que el empleo se incrementó en 6,54%.
- En los últimos 12 meses hasta enero de 2008, quince de los dieciséis grupos de mercancía presentaron incrementos positivos en las ventas reales.
- En enero de 2008 se presentó una variación anual en ventas reales de 2,49%.
- El empleo en enero de 2008 presentó un crecimiento anual de 6,41%.
- Doce de los dieciséis grupos de mercancías presentaron incrementos positivos en las ventas reales durante el periodo.

Director Departamento

Dr. Héctor Maldonado Gómez

Subdirector

Dr. Pedro José Fernández Ayala

Director de Metodología y Producción Estadística

Dr. Eduardo Efraín Freire Delgado

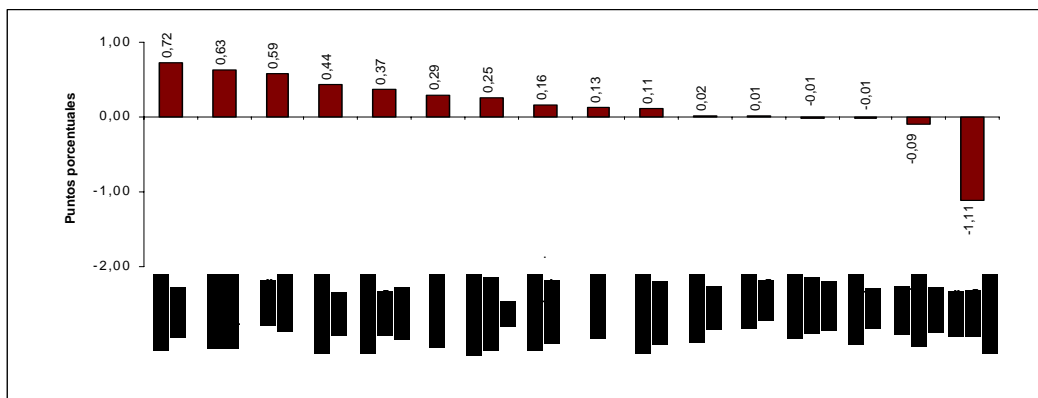
1. Ventas reales

1.1 Grupos de mercancías

1.1.1 Variación anual: Enero (2008/2007)

Doce de los 16 grupos de mercancías registraron contribuciones positivas a la variación anual de las ventas (2,49%). Los principales aportes fueron: muebles y equipo para oficina (0,72 puntos); otras mercancías (0,63 puntos); vehículos automotores y motocicletas (0,59 puntos). Por su parte, los grupos que registraron una contribución negativa fueron productos de aseo personal y lubricantes para vehículos (-0,01 puntos cada uno); artículos y utensilios de uso doméstico (-0,09 puntos) y alimentos (-1,11 puntos).

Gráfico 1
Contribución anual a las ventas reales
Total nacional
Enero 2008

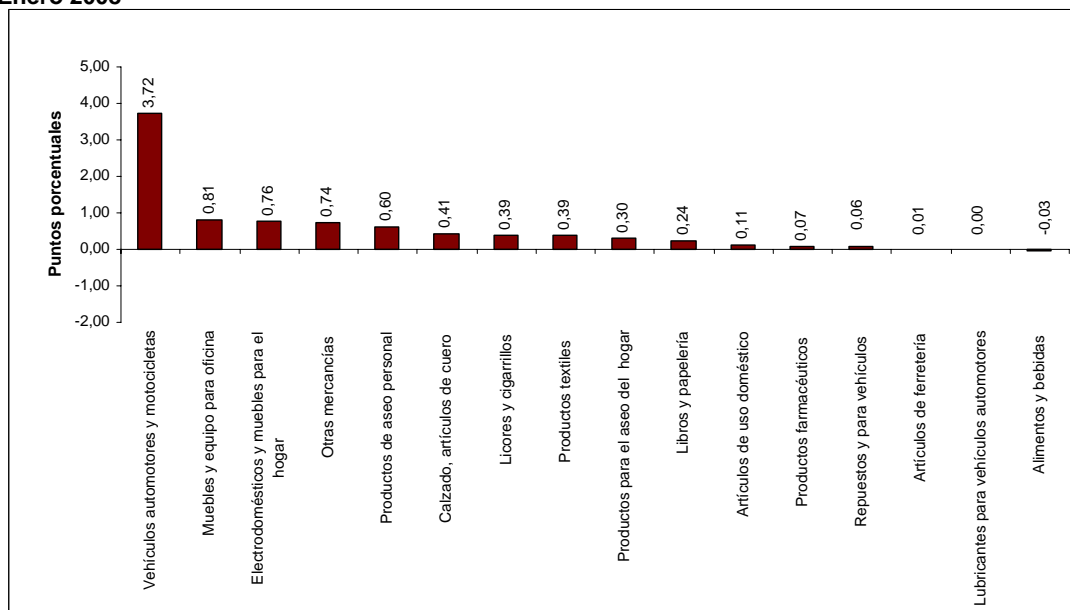


Fuente DANE – MMCM

1.1.2 Variación 12 meses: Febrero 2007 – Enero 2008

En los últimos 12 meses, las ventas reales se incrementaron en 8,60% respecto al mismo periodo anterior; quince grupos de mercancías presentaron contribuciones positivas destacándose: vehículos automotores y motocicletas (3,72 puntos); muebles y equipo para oficina (0,81 puntos); y electrodomésticos y muebles para el hogar (0,76 puntos).

Gráfico 2
Contribución 12 meses a las ventas reales
Total nacional
Febrero 2007 – Enero 2008



Fuente DANE – MMCM

1.2 Actividades comercial CIU rev. 3

1.2.1 Variación anual: Enero (2008/2007)

De acuerdo con el tipo de actividad comercial (CIU Rev.3) desarrollada por las empresas investigadas en la Muestra Mensual de Comercio al por Menor, en Enero de 2008, se observó un crecimiento en las ventas reales del agregado del comercio especializado y del no especializado.

Gráfico 3
Variación anual de las ventas reales
Total nacional
Enero 2008



Fuente DANE – MMCM

En el comercio especializado, se destaca el crecimiento en ventas reales de muebles para el hogar (34,09%); motocicletas y sus partes (17,27%), libros y papelería (12,85%). Las principales disminuciones se presentaron en: productos textiles (-5,85%) y electrodomésticos y muebles para el hogar (-3,27%).

Por su parte, las ventas en empresas no especializadas con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos, registraron un incremento de (31,62%); aquellas realizadas en empresas no especializadas con surtido compuesto principalmente de alimentos, crecieron (5,48%).

1.2.2 Variación doce meses : Febrero - Enero (2007/2008)

De febrero de 2007 a enero de 2008, los mayores crecimientos de las ventas reales en establecimientos especializados se observaron en las empresas comercializadoras de vehículos automotores (25,37%); libros y papelería (18,79%); y muebles para el hogar (18,60%). Durante este mismo período, las empresas especializadas en artículos de uso doméstico mostraron una disminución de -6,03%, mientras que textiles se redujo en -3,58%.

Por otra parte, las empresas no especializadas con surtido diferente de alimentos, presentaron un incremento en sus ventas reales en lo corrido del año de (49,10%), mientras que las no especializadas con surtido principalmente de alimentos crecieron (9,69%).

Gráfico 4
Variación año corrido de las ventas reales
Total nacional
Enero – Enero 2008



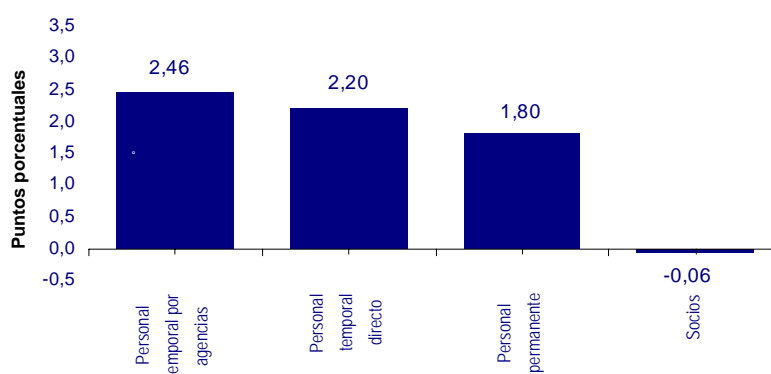
Fuente DANE – MMCM

2. Empleo

2.1 Variación anual: Enero (2008/2007)

En enero de 2008, el empleo del comercio minorista creció 6,41%. Durante este mes, tres de las cuatro categorías contribuyeron positivamente a la variación total; se destacaron personal temporal contratado a través de agencias y personal temporal directo, con aportes de 2,46 y 2,20 puntos porcentuales respectivamente.

Gráfico 5
Contribución anual del empleo a las ventas reales
Total nacional
Enero 2008

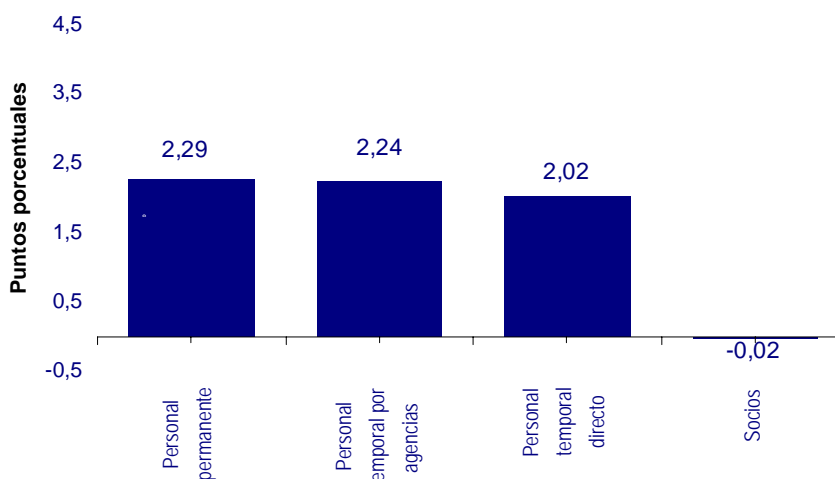


Fuente DANE – MMCM

2.2 Variación doce meses: Febrero – Enero (2007/2008)

En los últimos doce meses, el empleo asociado al comercio minorista presentó un incremento de 6,54%, respecto al mismo periodo del año anterior. Tres de las cuatro categorías presentaron contribuciones positivas a la variación, destacándose personal permanente y personal temporal contratado a través de agencias, con aportes de 2,29 y 2,24 puntos respectivamente.

Gráfico 6
Contribución doce meses del empleo a las ventas reales
Total nacional
Enero – Enero 2008



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. Se excluyen las actividades comerciales realizadas en casas de empeño, telemercadeo, expendios de lotería, puestos de ventas móviles y en viviendas con actividad económica; no hacen parte de la investigación las actividades de mantenimiento y reparación asociadas al comercio, ni 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 2000 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)

Impreso en la Dirección de Mercadeo y Ediciones
Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE -
Bogotá, D.C. - Colombia