



MUESTRA MENSUAL DE COMERCIO AL POR MENOR Enero de 2009



Código N° 0001-1
Detección de Requerimientos, Diseño, producción, análisis y difusión de las 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 Ponderado; 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 Clasificaciones; Cuentas Simultáneas Estadísticas; Oficinas de Construcción; Índice de Costos de la Educación Superior Privada; Encuesta de Microestablecimientos de Comercio, Servicios e Industrias; Estadísticas Vitales; Proyecciones de Población y Estudios Demográficos e Informe de Cuentas Económicas Regionales; Índice precios de edificaciones nuevas; Índice de precios de vivienda nueva; cartera hipotecaria de vivienda; Índice de valoración predial; Encuesta de desempleo institucional; Encuesta de sacrificio de ganado; Encuesta de arve y Cuentas Regionales; Servicio de Asesoría en Planificación Estadística.

ISO - 9002:2000



Contenido

Resumen

1. Ventas reales

1.1 Grupos de mercancías

1.1.1 Variación anual

1.1.2 Variación doce 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

- Durante el mes de enero de 2009, las ventas del comercio minorista y el empleo disminuyeron 4,5% y 1,4% respectivamente con referencia al mismo mes de 2008.
- Las líneas de mercancía más afectadas en sus ventas durante el mes de enero de 2009, fueron: vehículos (-28,1%); licores y cigarrillos (-11,7%) y lubricantes para vehículos (-5,3%).
- Los grupos que presentaron mayores crecimientos en este mes, fueron: equipo de informática hogar (19,5%); calzado y artículos de cuero (15,0%) y aseo personal, cosméticos (7,1%).
- En los últimos 12 meses, las ventas reales presentan una disminución de -0,1% respecto al mismo período anterior; mientras que el empleo se incrementó en 3,0%.
- En los últimos doce meses hasta enero de 2009, se destacan las variaciones negativas de las ventas minoristas de vehículos (-5,5%); licores y cigarrillos (-4,8%) y utensilios de uso doméstico (-2,8%).

Director

Héctor Maldonado Gómez

Subdirector

Carlos Eduardo Sepúlveda Rico

Director de Metodología y Producción Estadística

Eduardo Efraín Freire Delgado

1. Ventas reales

1.1 Grupos de mercancías

1.1.1 Variación anual: enero (2009/2008)

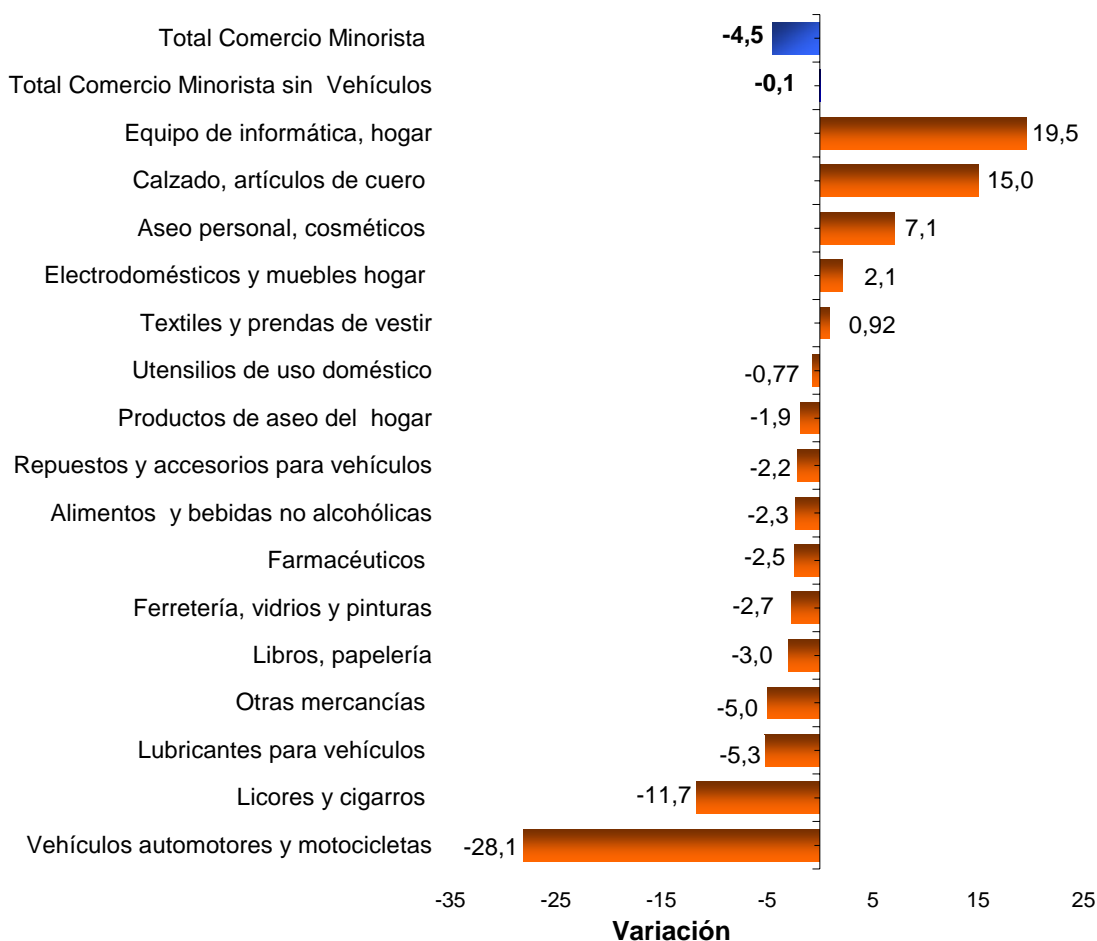
Durante el mes de enero de 2009, las ventas del comercio minorista se redujeron en 4,5%, con relación a las de igual mes de 2008. Los grupos que registraron las variaciones negativas más fuertes fueron: vehículos automotores y motocicletas; licores y cigarrillos; y lubricantes para vehículos. Por su parte, los mayores aumentos en las ventas se registraron en: Equipo de informática hogar; calzado, artículos de cuero; aseo personal, cosméticos.

Gráfico 1

Variación anual de las ventas reales

Total nacional

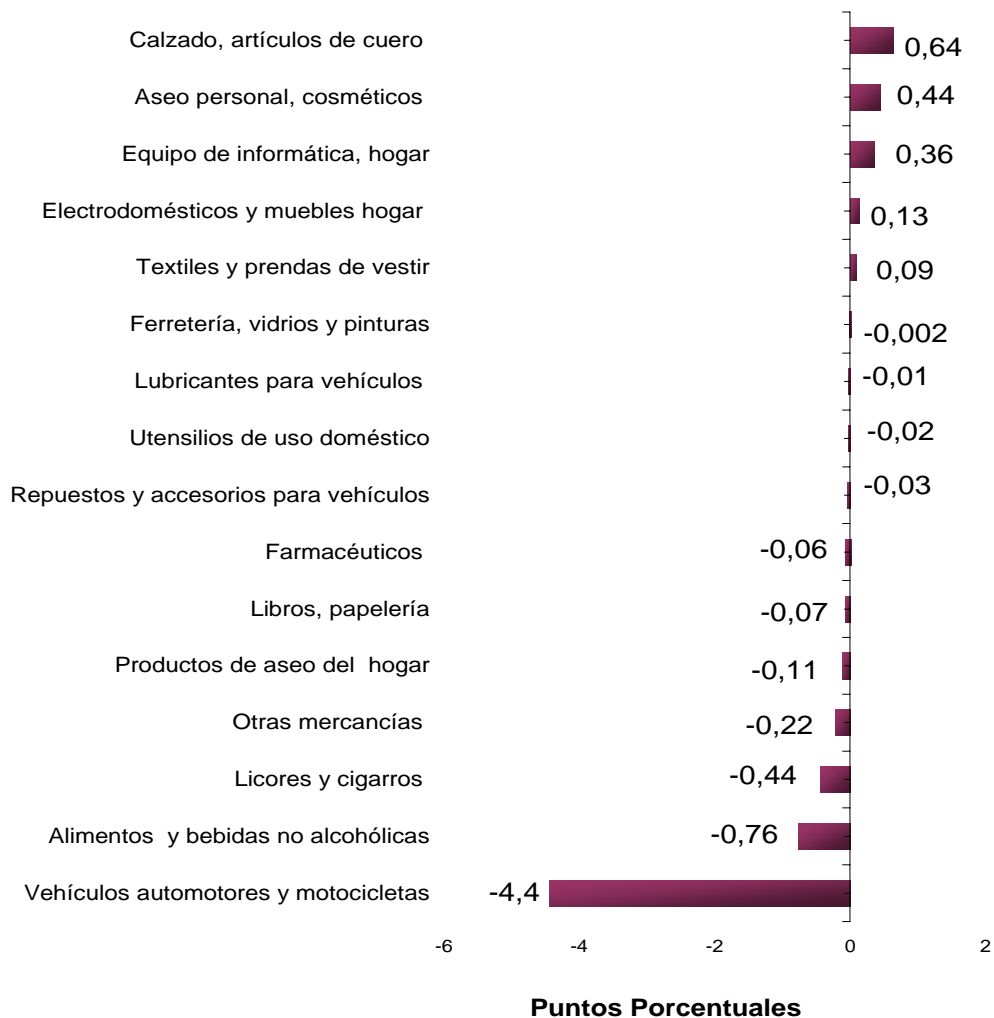
Enero (2009/2008)



Fuente DANE – MMCM

Los grupos de mercancías que registraron las principales contribuciones negativas fueron: vehículos automotores y motocicletas, alimentos y bebidas no alcohólicas y licores y cigarrillos. Por su parte, los grupos que registraron los principales aportes positivos a la variación total de las ventas minoristas en el mes, fueron: calzado, artículos de cuero; aseo personal, cosméticos y equipo de informática, hogar.

Gráfico 2
Contribución anual a las ventas reales
Total nacional
Enero (2009/2008)



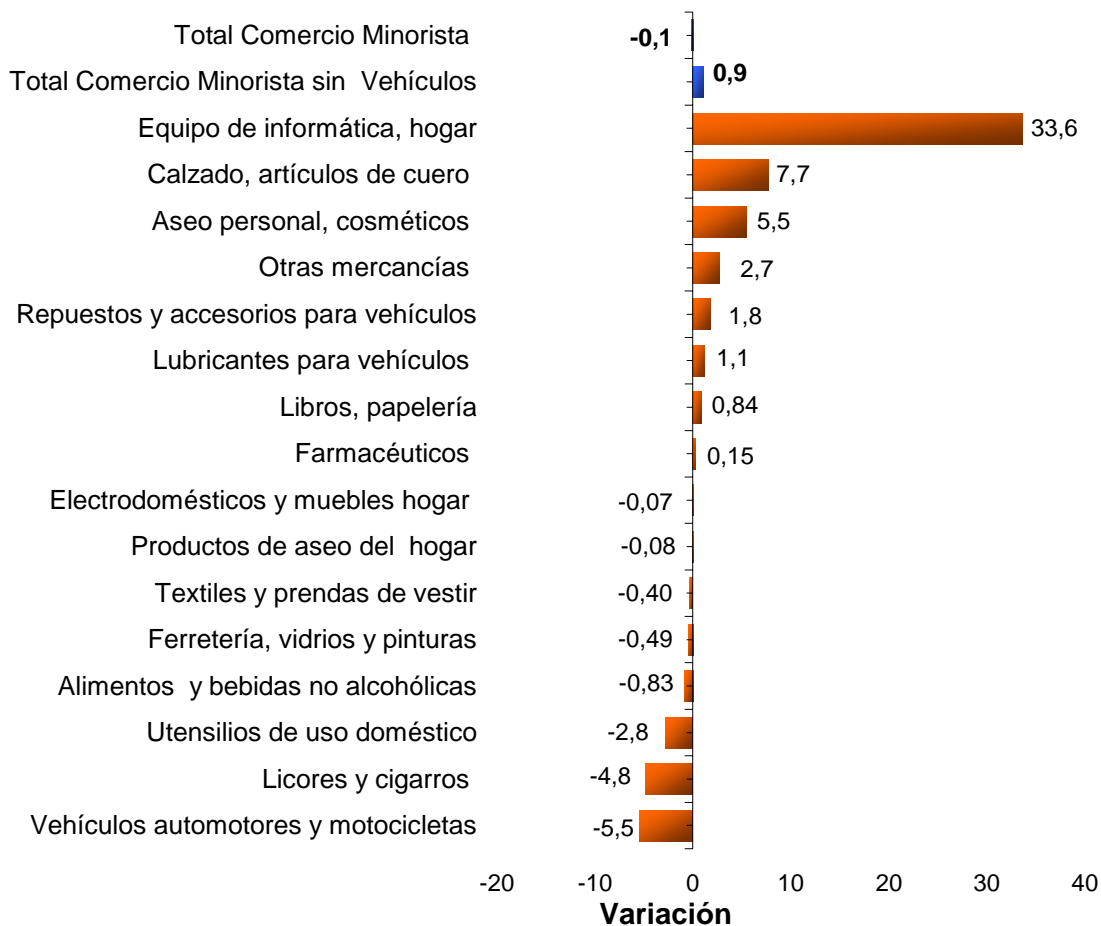
Fuente DANE – MMCM

1.1.2 Variación doce meses: febrero – enero (2008/2009)

De febrero de 2008 a enero de 2009, las ventas reales en el comercio minorista descendieron en -0,1% respecto al año 2008; las principales variaciones negativas estuvieron a cargo de: vehículos automotores y motocicletas, licores y cigarrillos y utensilios de uso doméstico.

Los grupos que presentaron las mayores variaciones positivas fueron: equipo de informática hogar; calzado, artículos de cuero; aseo personal, cosméticos.

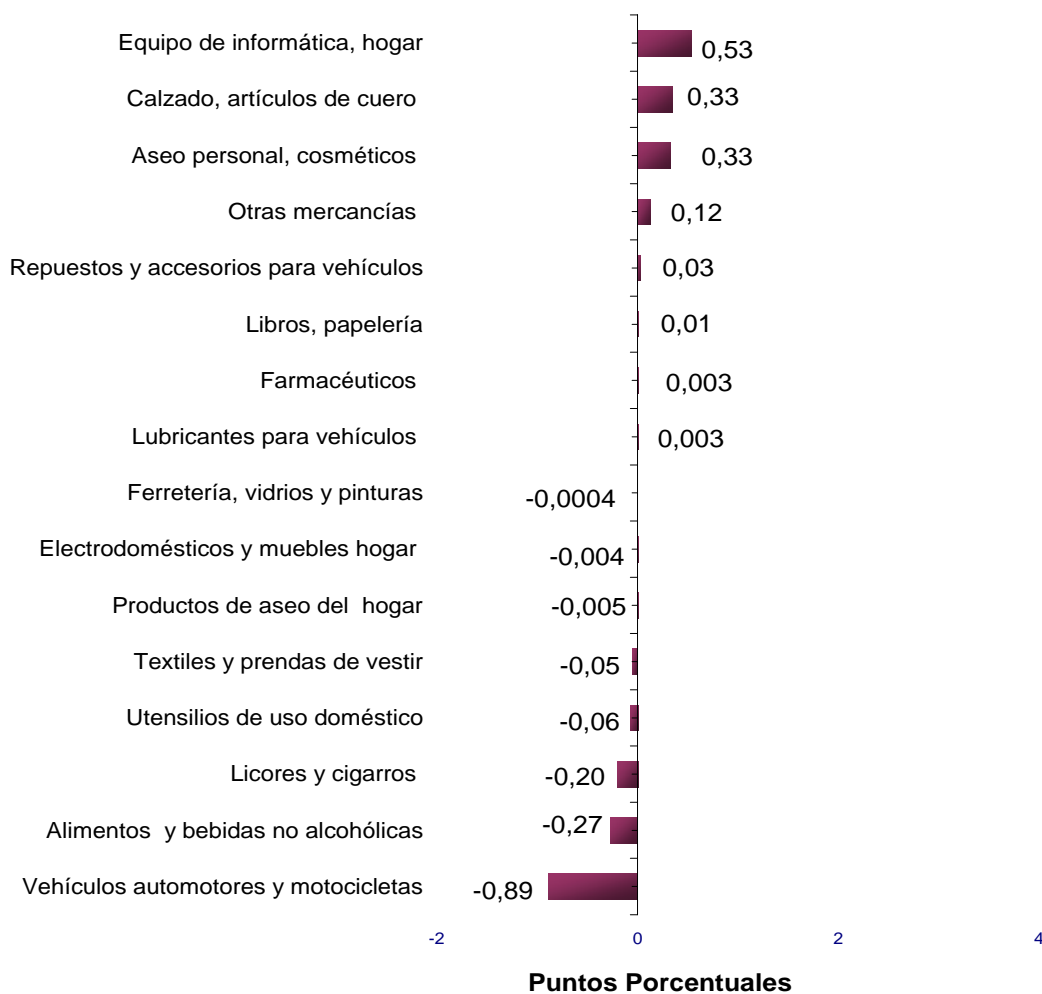
Gráfico 3
Variación doce meses de las ventas reales
Total nacional
Febrero – enero (2008-2009)



Fuente DANE – MMCM

Los grupos de mercancías que registraron las mayores contribuciones negativas a la variación de las ventas de los últimos doce meses fueron: vehículos automotores y motocicletas; alimentos y bebidas no alcohólicas y licores y cigarros. Por su parte, los grupos que registraron las contribuciones positivas más notables fueron: Equipo de informática hogar; calzado, artículos de cuero; y aseo personal, cosméticos.

Gráfico 4
Contribución doce meses
Total nacional
Febrero – enero (2008/2009)



Fuente DANE – MMCM

1.2 Actividad comercial CIU rev. 3

1.2.1 Variación anual: enero (2009/2008)

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 enero de 2009, se destacan los siguientes comportamientos: en el comercio especializado, crecieron las ventas reales de libros y papelería; seguido por calzado, artículos de cuero y el grupo denominado “resto de actividades”¹. Por su parte, las principales variaciones negativas, se presentaron en las actividades de: otros productos de uso doméstico y vehículos automotores y motocicletas.

¹ Conformado por artículos de ferretería, muebles para oficina, equipo fotográfico, óptica y otros.

Gráfico 6
Variación anual de las ventas reales, según actividad comercial*
Total nacional
Enero (2009/2008)



Fuente DANE – MMCM

1.2.2 Variación doce meses: febrero – enero (2008/2009)

En los últimos doce meses, los mayores crecimientos de las ventas reales en establecimientos especializados se observaron en las empresas comercializadoras de libros y papelería; calzado, artículos de cuero; y alimentos. Durante este mismo período, las empresas especializadas que presentaron las principales variaciones negativas fueron: electrodomésticos para el hogar, otros productos de uso y motocicletas y sus partes. Por su parte, las empresas no especializadas con surtido diferente de alimentos, presentaron un incremento en sus ventas reales en el año de 19,2%, mientras que las no especializadas con surtido compuesto principalmente por alimentos se incrementaron en 0,9%.

Gráfico 7
Variación de las ventas reales
Total nacional
Enero – enero (2009/2008)



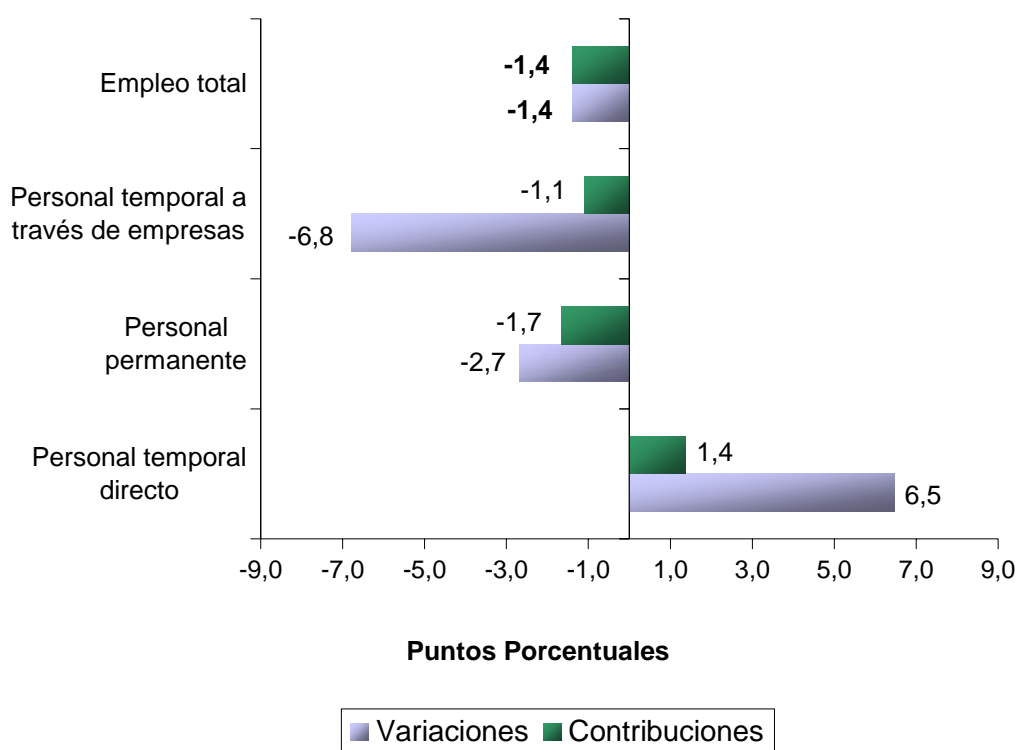
Fuente DANE – MMCM

2. Empleo

2.1 Variación anual: enero (2009/2008)

En enero de 2009, el empleo del comercio minorista disminuyó 1,4%, respecto al mismo mes del año anterior. Se destaca el comportamiento del personal temporal a través de empresas, con una variación de -6,8% que a su vez, contribuyó con -1,1 puntos porcentuales a la variación anual.

Gráfico 8
Variación y contribución anual del empleo
Total nacional
Enero (2009/2008)

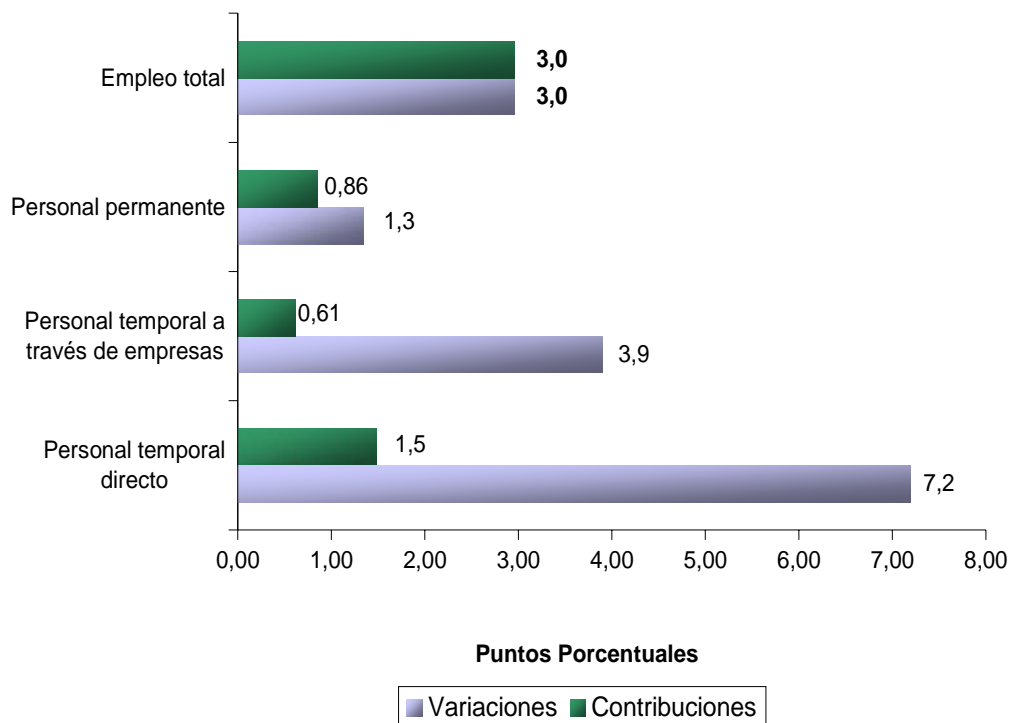


Fuente DANE – MMCM

2.2 Variación doce meses: febrero – enero (2008/2009)

Los últimos doce meses hasta enero de 2009, el empleo asociado al comercio minorista presentó un incremento de 3,0%, respecto al mismo período del año anterior. Todas las categorías presentaron aumento en el personal ocupado, destacándose el comportamiento del personal temporal directo, con una contribución de 1,5 puntos porcentuales.

Gráfico 9
Variación y contribución del empleo
Total nacional
Enero- enero (2009/2008)



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)