

## MUESTRA MENSUAL DE COMERCIO AL POR MENOR Febrero 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 año corrido

###### 2.1.3 Variación doce meses

##### 2.2 Actividad comercial

###### 2.2.1 Variación anual

###### 2.2.2 Variación año corrido

###### 2.2.3 Variación doce meses

#### 3. Empleo

##### 3.1 Variación anual

##### 3.2 Variación año corrido

##### 3.3 Variación doce meses

#### Ficha metodológica

#### Director

Héctor Maldonado Gómez

#### Subdirector

Carlos Eduardo Sepúlveda Rico

#### Director de Metodología y Producción Estadística

Eduardo Efraín Freire Delgado

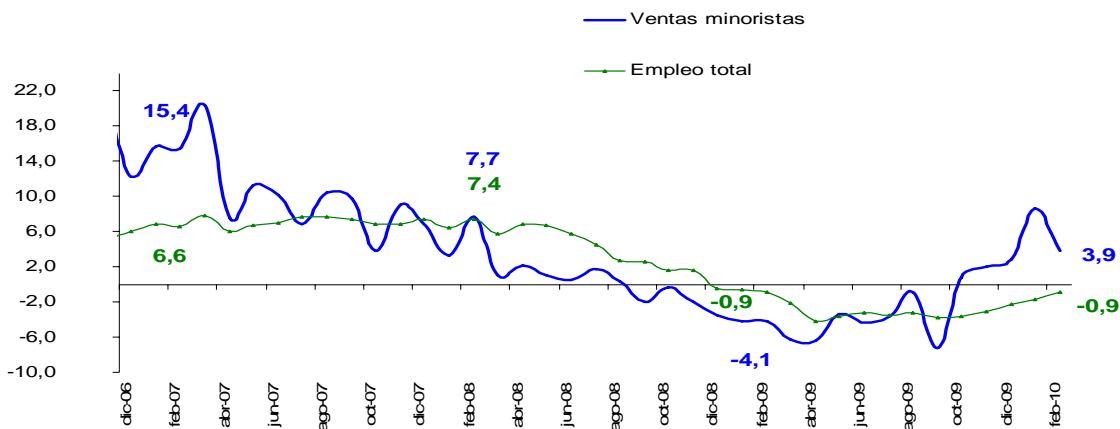
### Resumen

- En el mes de febrero de 2010, las ventas del comercio minorista aumentaron 3,9% y el empleo disminuyó 0,9%, con relación al mismo mes de 2009.
- Durante este período, las líneas de mercancías que presentaron los mayores crecimientos en sus ventas, fueron: equipo de informática, hogar (25,7%); las agrupadas en "otras mercancías" (19,9%); y electrodomésticos y muebles para el hogar (13,6%). En contraste, las mayores reducciones se registraron en: libros, periódicos y papelería (-9,1%); licores y cigarrillos (-3,6%); y farmacéuticos (-3,6%).
- En el primer bimestre del año 2010, las ventas reales presentaron un crecimiento de 6,3% mientras que el empleo presentó una contracción de 1,3%.
- Las líneas de mercancías que presentaron los mayores crecimientos en lo corrido del año fueron: equipo de informática, hogar (24,8%); los agrupados en "otras mercancías" (23,5%); y vehículos automotores y motocicletas (17,9%). En contraste, los grupos de mercancías con las mayores contracciones, fueron: farmacéuticos (-4,2%); libros, periódicos y papelería (-3,1%); y repuestos y accesorios para vehículos (-3,1%).
- Durante los últimos doce meses hasta febrero de 2010, las ventas reales presentaron una disminución de 1,1%, comparadas con el año precedente. Se destacan las variaciones negativas de las ventas minoristas de vehículos automotores y motocicletas (-11,1%); repuestos y accesorios para vehículos (-6,0%) y lubricantes para vehículos (-3,8%).
- En este mismo período, el empleo presentó una variación negativa de 3,0%, debido a la reducción en el personal temporal contratado a través de empresas y en el personal temporal directo, con aportes de -2,2 y -1,6 puntos porcentuales, respectivamente.

### 1. Evolución general de las principales variables. Total nacional febrero 2010

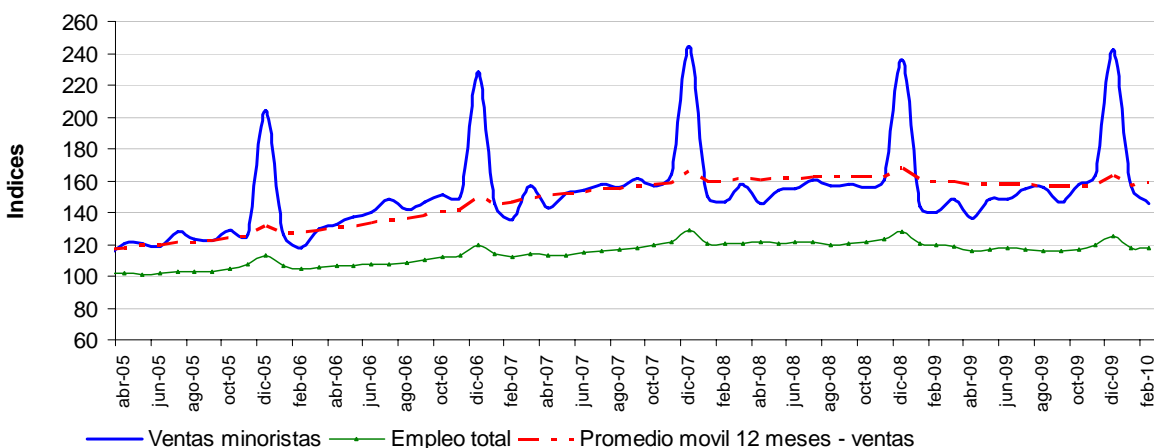
En febrero de 2010, las ventas reales del comercio minorista aumentaron 3,9% y el empleo disminuyó 0,9%, con respecto al mismo mes del año 2009. En febrero de 2009, las ventas habían reportado una reducción de 4,1% y el empleo había disminuído 0,9%.

**Gráfico 1**  
**Variación anual de las ventas reales y el empleo**  
**Total nacional**  
**2006 – 2010 (Febrero)**



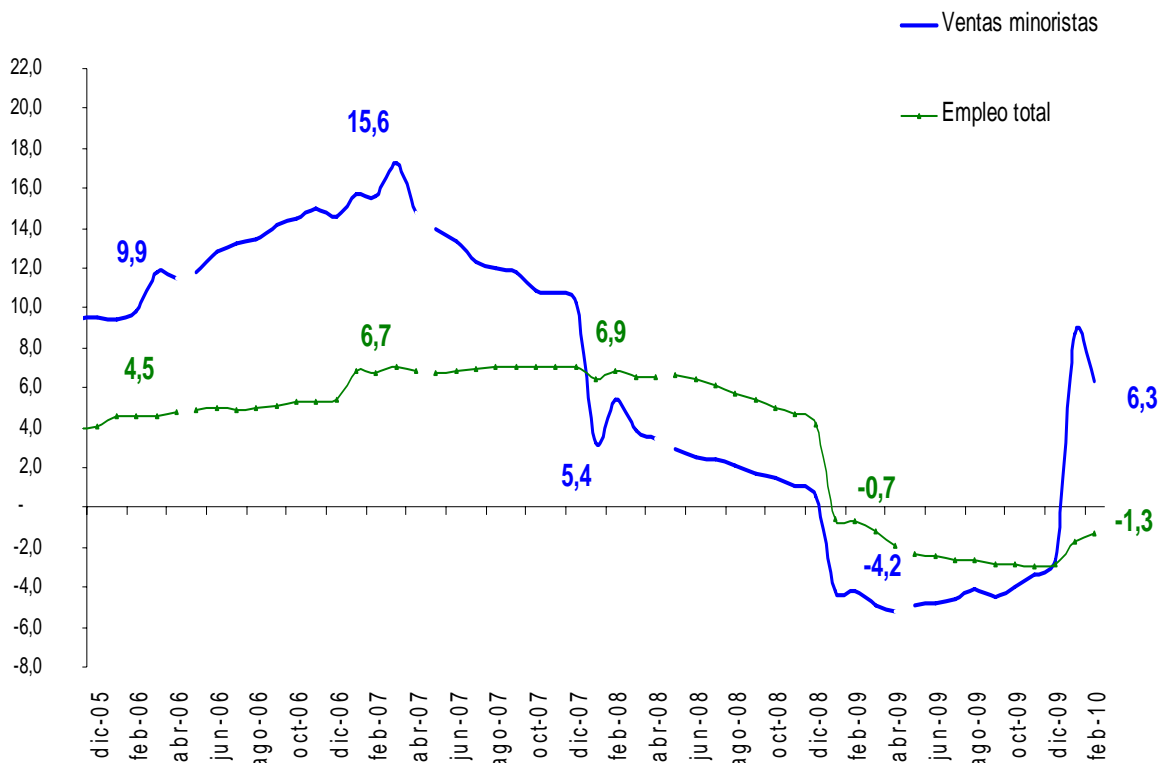
Fuente DANE – MMCM

**Gráfico 2**  
**Índices mensuales de ventas reales y empleo**  
**Total nacional**  
**Índice base: promedio año 1999 = 100**  
**2005 – 2010 (Febrero)**



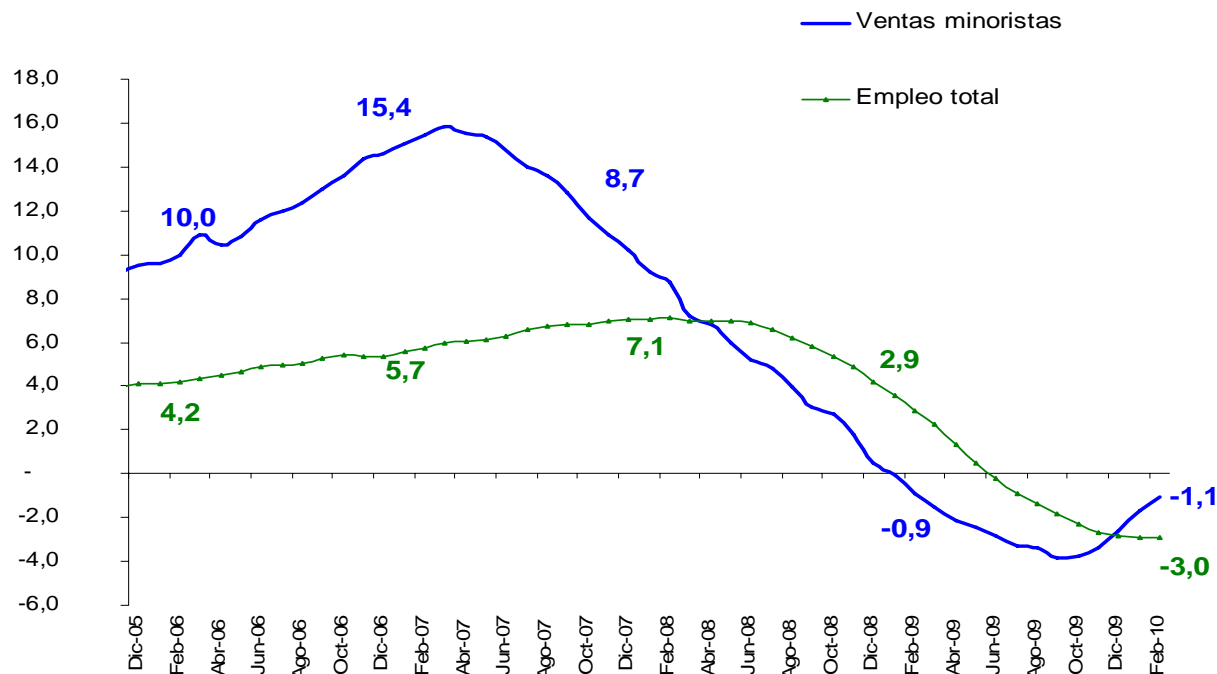
Fuente DANE – MMCM

**Gráfico 3**  
**Variación año corrido de las ventas reales y el empleo**  
**Total nacional**  
**2005 – 2010 (Febrero)**



Fuente DANE – MMCM

**Gráfico 4**  
**Variación doce meses de las ventas reales y el empleo**  
**Total nacional**  
**2005 – 2010 (Febrero)**



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

(Variación %)

Indicador	Febrero		Enero - Febrero		Marzo - Febrero	
	( anual )		( año corrido )		( doce meses )	
	2009	2010	2009	2010	2009	2010
Ventas	-4,1	3,9	-4,2	6,3	-0,9	-1,1
Empleo	-0,9	-0,9	-0,7	-1,3	2,9	-3,0

## 2. Ventas reales

### 2.1 Grupos de mercancías

#### 2.1.1 Variación anual: febrero (2010/2009)

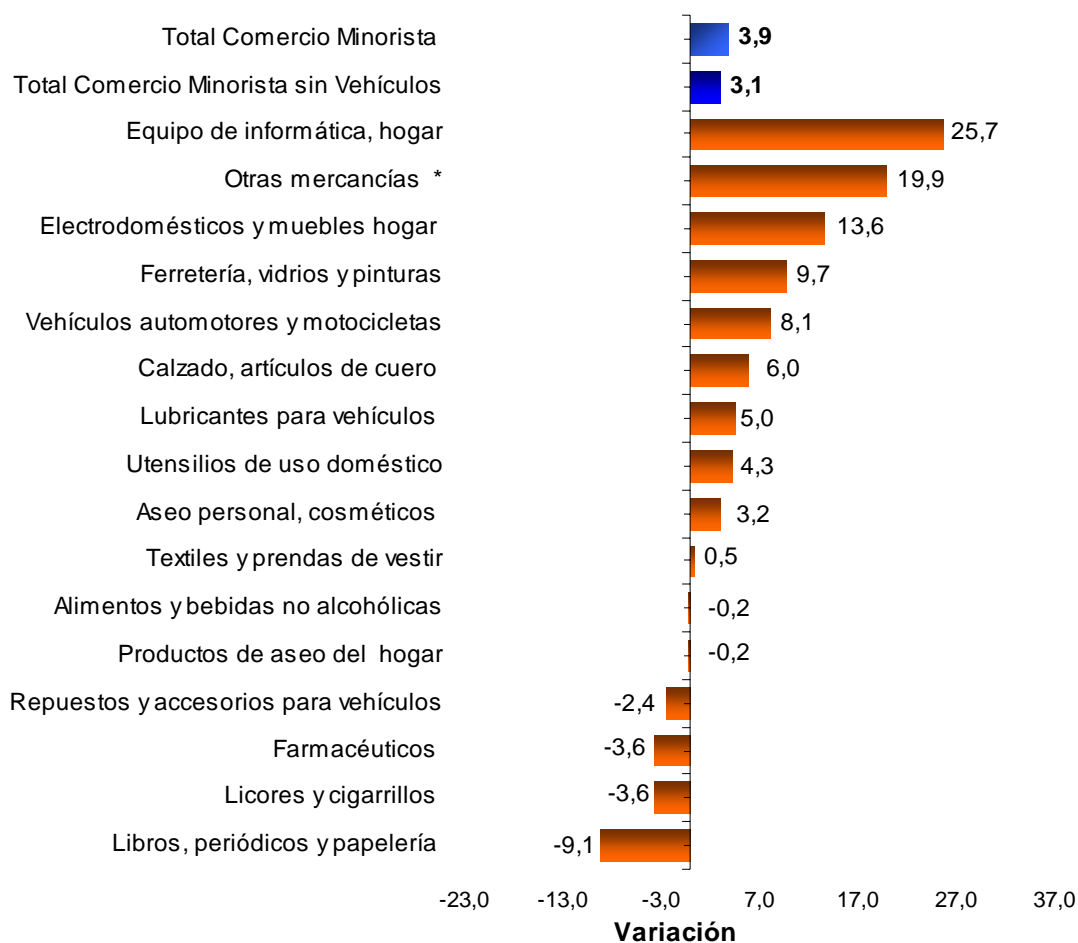
Durante el mes de febrero de 2010, las ventas del comercio minorista crecieron 3,9% con respecto a las registradas en igual mes de 2009. Los grupos de mercancías que presentaron los mayores crecimientos, fueron: equipo de informática, hogar; las agrupadas en “otras mercancías”; y electrodomésticos y muebles para el hogar. Por su parte, las mayores contracciones en las ventas se registraron en: libros, periódicos y papelería; licores y cigarrillos; y farmacéuticos.

#### Gráfico 5

#### Variación anual de las ventas reales

#### Total nacional

#### Febrero (2010/2009)



Fuente DANE – MMCM

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

Las mayores contribuciones positivas a la variación total de las ventas en el mes, las realizaron las líneas de: vehículos automotores y motocicletas; electrodomésticos y muebles hogar; y las agrupadas en “otras mercancías”, cuyo aporte conjunto fue 3,0 puntos porcentuales a la variación total. Por su parte, los grupos que registraron las principales contribuciones negativas fueron: libros, periódicos y papelería; licores y cigarrillos; y farmacéuticos, cuyo aporte conjunto fue -0,4 puntos porcentuales a la variación total.

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



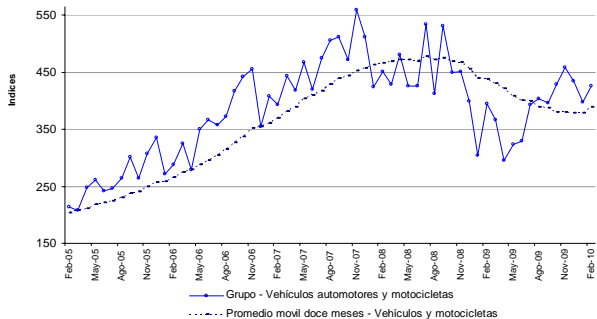
Fuente DANE – MMCM

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

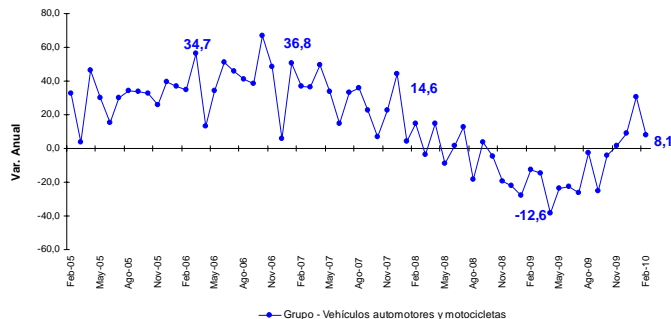
Gráficos 7

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

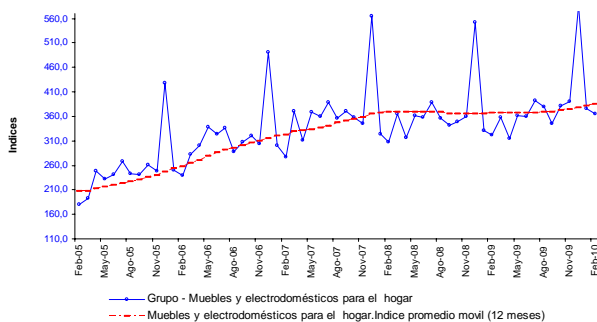
Índice mensual vehículos automotores y motocicletas  
Índice base: promedio año 1999 = 100  
2005 – 2010 (Febrero)



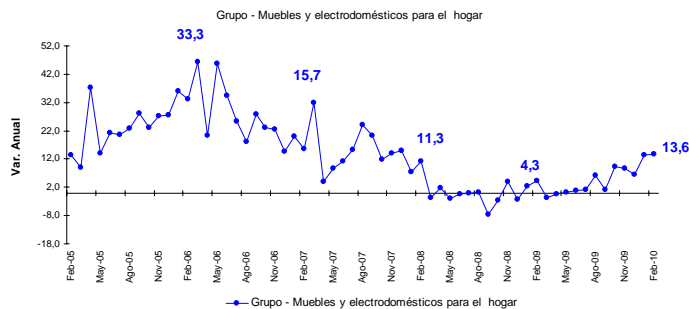
Variación anual de las ventas reales  
Vehículos automotores y motocicletas  
2005 – 2010 (Febrero)



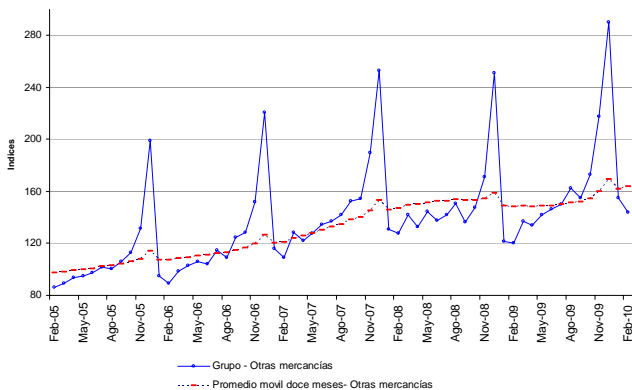
Índice mensual electrodomésticos y muebles hogar  
Índice base: promedio año 1999 = 100  
2005 – 2010 (Febrero)



Variación anual de las ventas reales  
Electrodomésticos y muebles hogar  
2005 – 2010 (Febrero)



Índice mensual otras mercancías  
Índice base: promedio año 1999 = 100  
2005 – 2010 (Febrero)

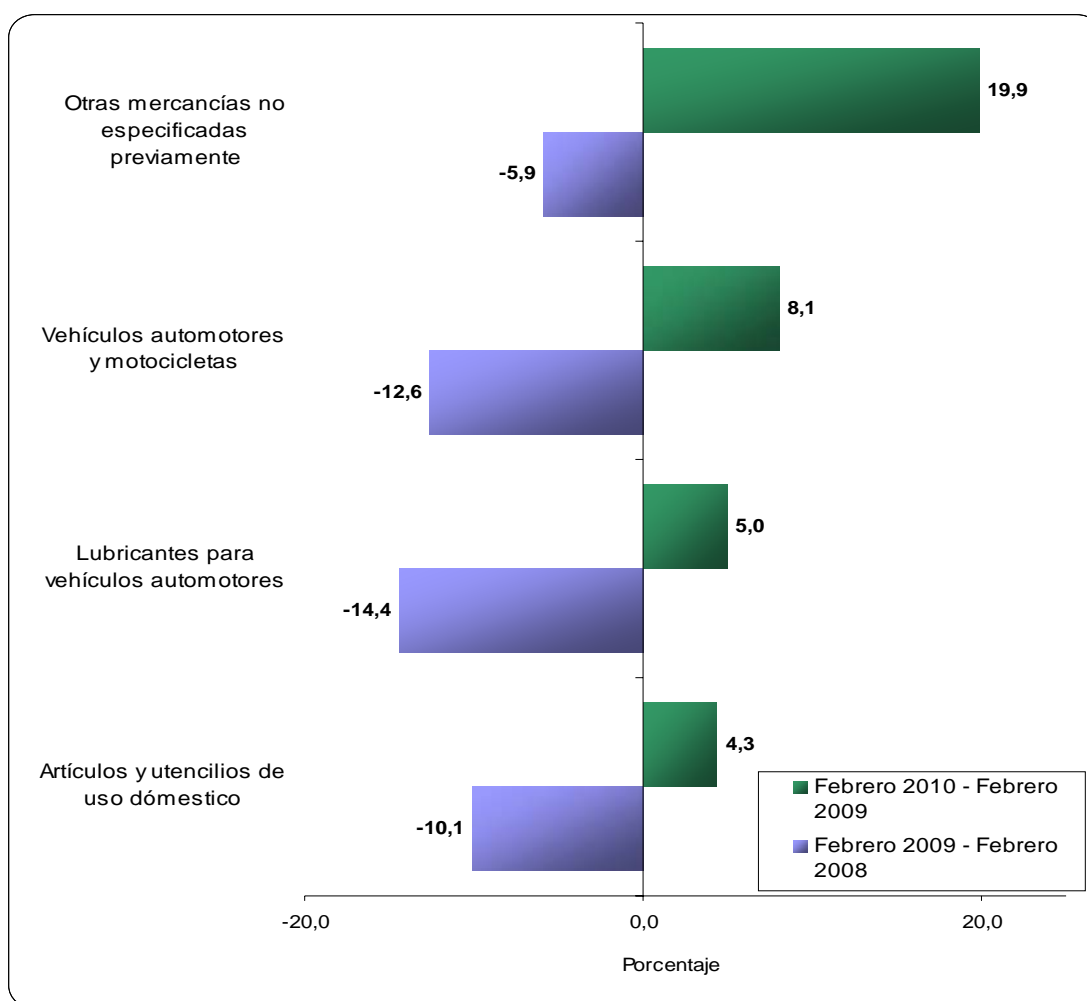


Variación anual de las ventas reales  
Otras mercancías  
2005 – 2010 (Febrero)



Al analizar los resultados de febrero de 2010 frente a los resultados en febrero de 2009, se destacaron 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**  
**Febrero (2010/2009)**

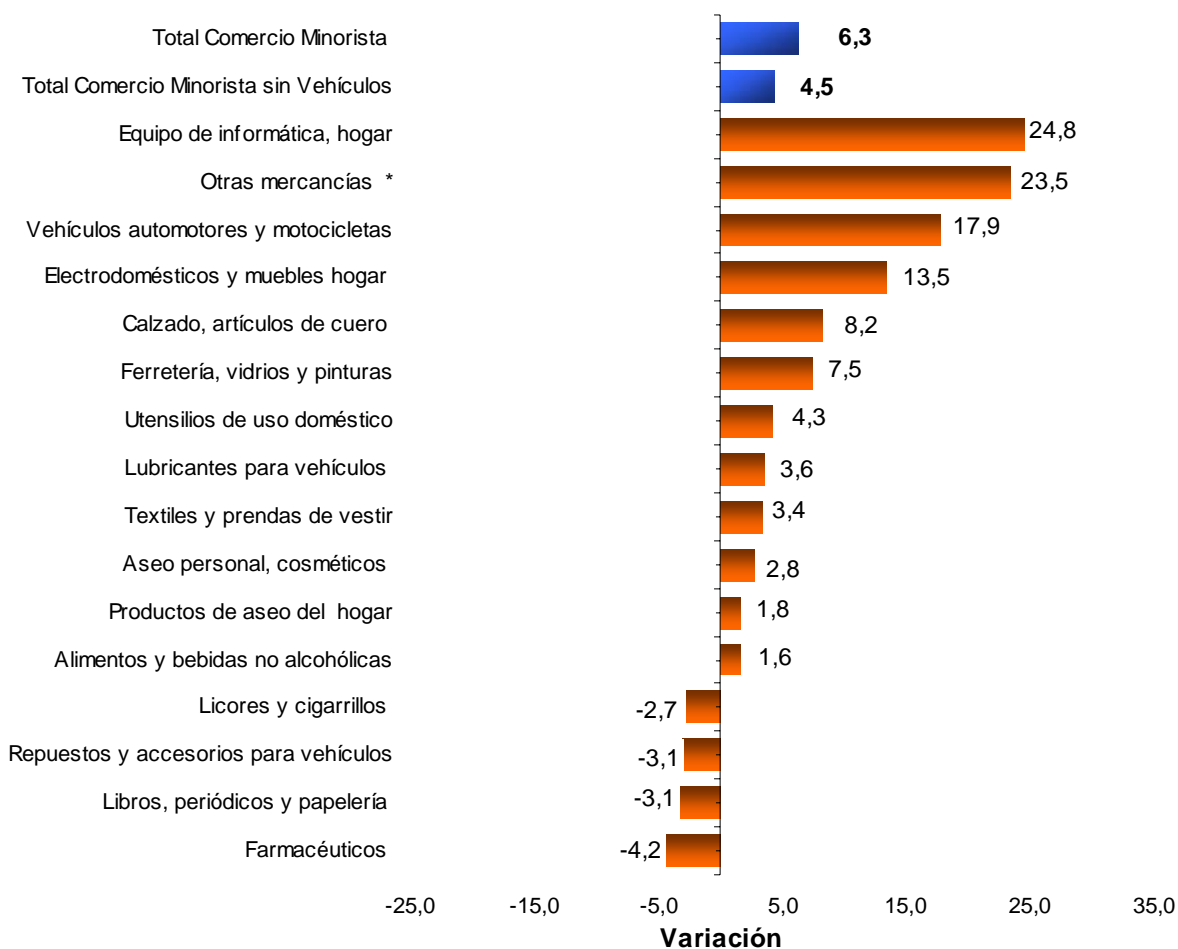




## 2.1.2 Variación año corrido: enero – febrero (2010/2009)

En lo corrido del año hasta febrero de 2010, las ventas reales aumentaron 6,3% respecto al mismo período del año anterior. Doce de dieciséis grupos de mercancías presentaron variaciones positivas, entre los cuales se destacaron: equipo de informática, hogar; los agrupados en “otras mercancías”; y vehículos automotores y motocicletas. Por su parte, los grupos de mercancías que presentaron las mayores variaciones negativas, fueron: farmacéuticos; libros, periódicos y papelería; y repuestos y accesorios para vehículos.

**Gráfico 9**  
**Variación año corrido de las ventas reales**  
**Total nacional**  
**Enero – febrero (2010/2009)**

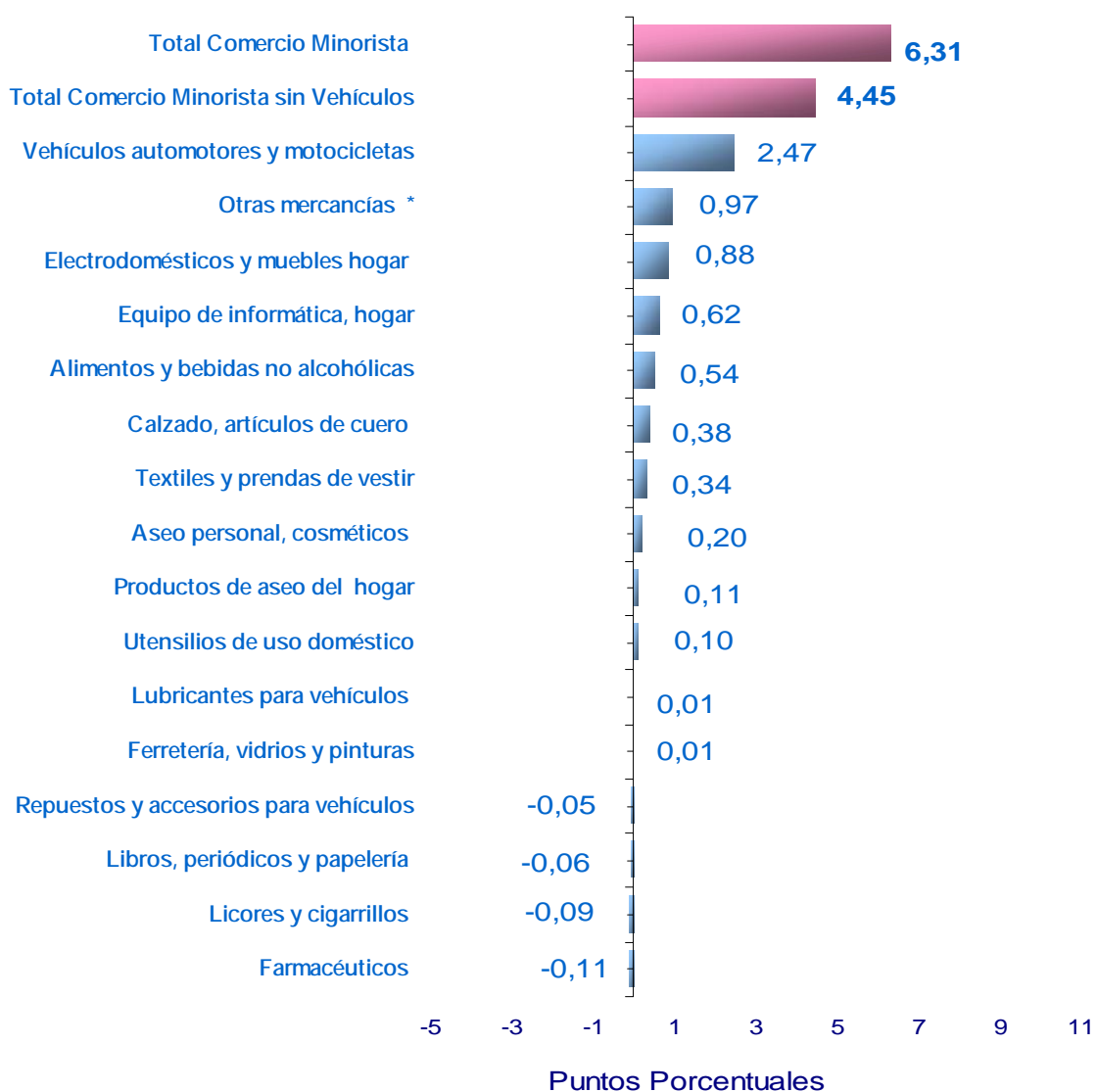


Fuente DANE – MMCM

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

El comportamiento de las ventas en lo corrido del año, fue explicado principalmente por el crecimiento en las ventas de vehículos automotores y motocicletas; otras mercancías; electrodomésticos y muebles hogar; equipo de informática, hogar; y alimentos y bebidas no alcohólicas, los cuales, en conjunto, aportaron 5,5 puntos porcentuales a la variación total.

**Gráfico 10**  
**Contribución año corrido a las ventas reales**  
**Total nacional**  
**Enero – febrero (2010/2009)**



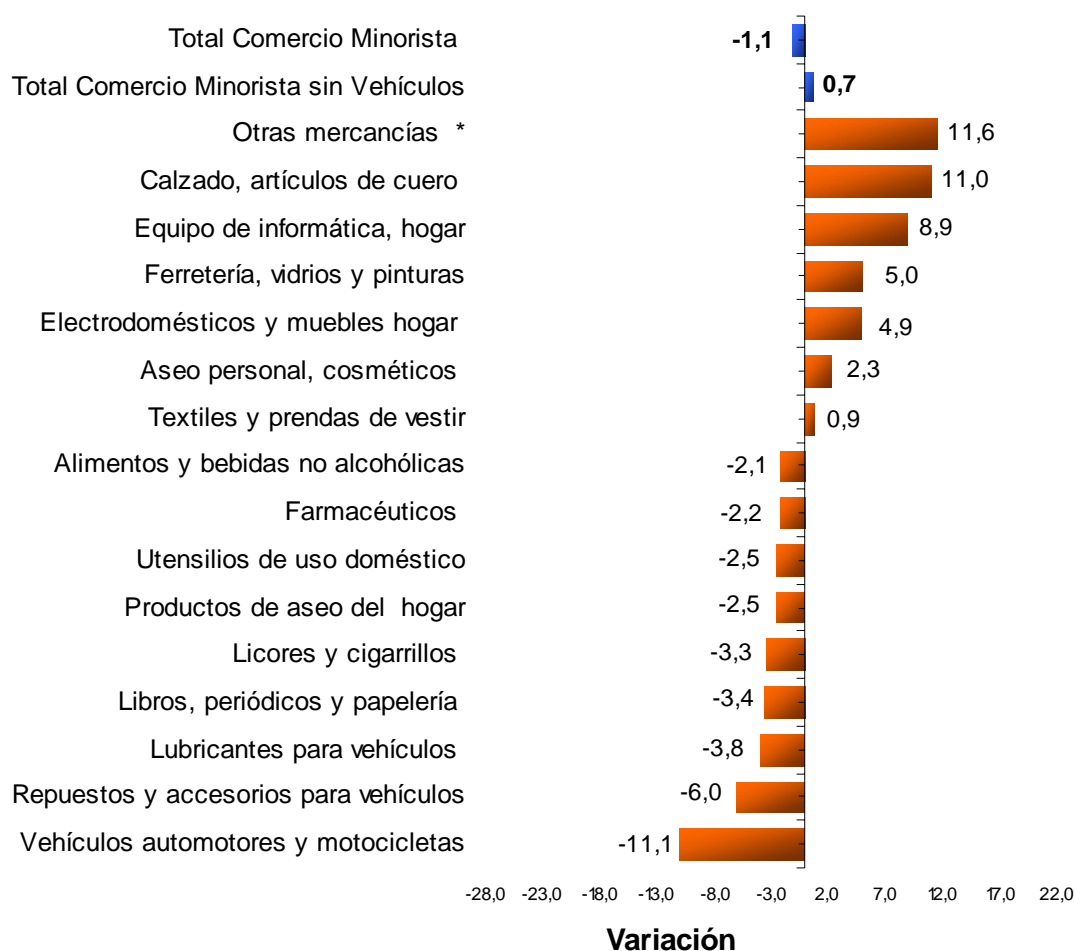
\* Otras mercancías, incluye: juguetes, bicicletas, artículos de deporte, piñatería, artículos para bebés, gas propano en cilindros, lubricantes y aditivos para vehículos automotores, equipo fotográfico, revestimiento para pisos, etc.

### 2.1.3 Variación doce meses: marzo – febrero (2010/2009)

Entre marzo de 2009 y febrero de 2010, las ventas reales del comercio minorista presentaron una disminución de 1,1% respecto al año inmediatamente anterior; la principal variación negativa se registró en la venta de vehículos automotores y motocicletas.

Los grupos que presentaron las mayores variaciones positivas, fueron: los agrupados en “otras mercancías”; y calzado y artículos de cuero.

**Gráfico 11**  
**Variación doce meses de las ventas reales**  
**Total nacional**  
**Marzo – febrero (2010/2009)**

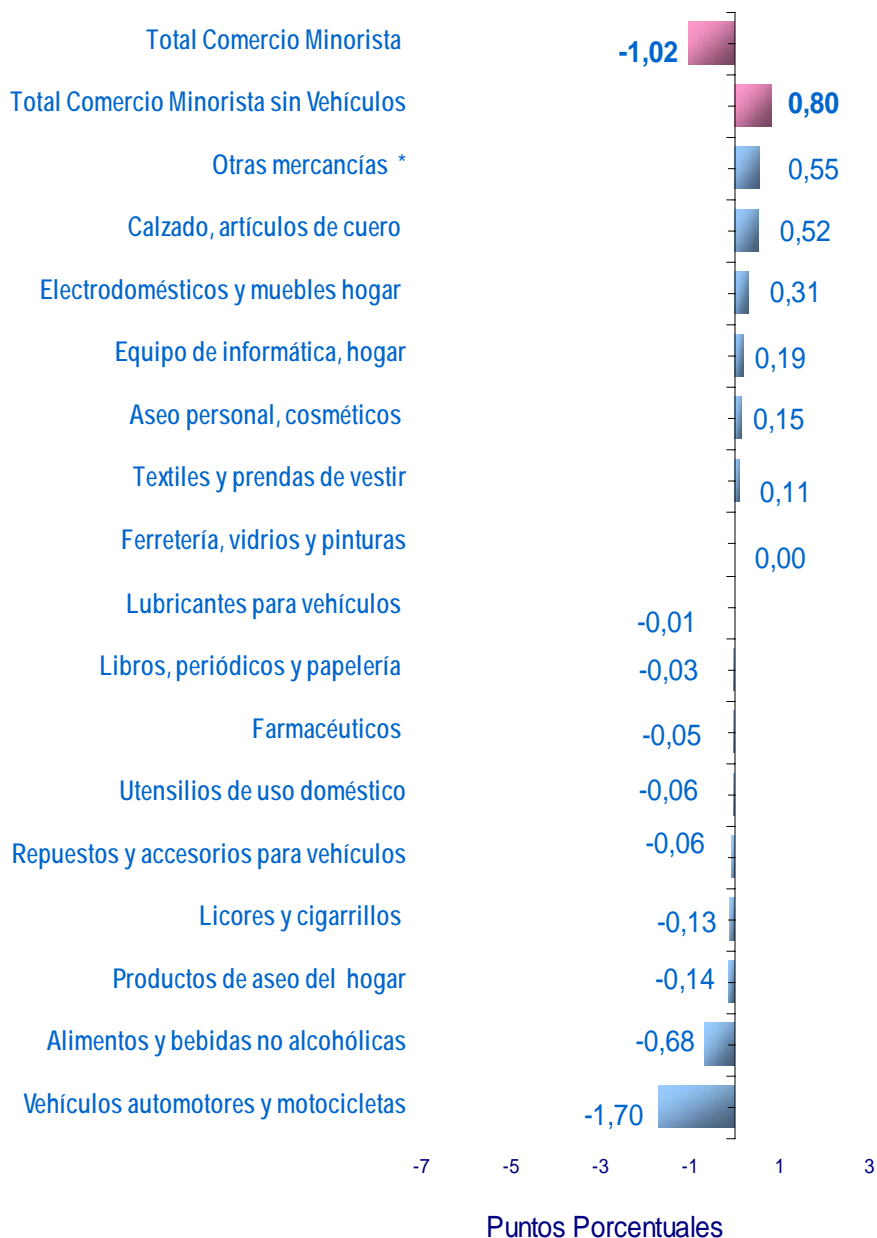


Fuente DANE – MMCM

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

En los últimos doce meses hasta febrero de 2010, vehículos automotores y motocicletas fue el grupo de mercancías que registró la mayor contribución negativa a la variación total de las ventas (- 1,70 puntos porcentuales).

**Gráfico 12**  
**Contribución doce meses a las ventas reales**  
**Total nacional**  
**Marzo – febrero (2010/2009)**

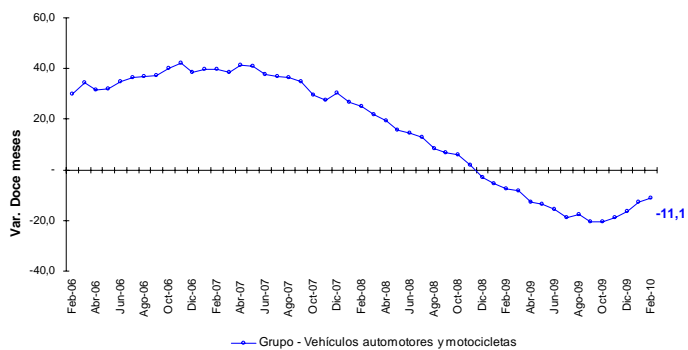


\* Otras mercancías, incluye: juguetes, bicicletas, artículos de deporte, piñatería, artículos para bebés, gas propano en cilindros, lubricantes y aditivos para vehículos automotores, equipo fotográfico, revestimiento para pisos, etc.

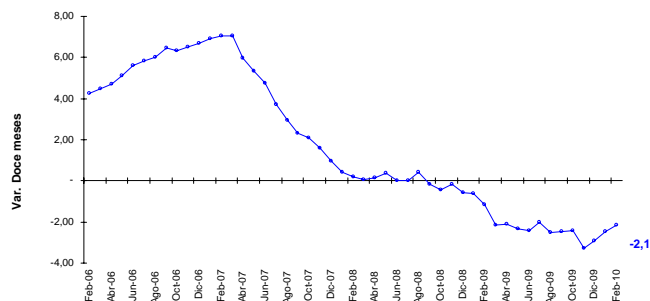
### Gráficos 13

#### Líneas de mercancías que principalmente explican el crecimiento de las ventas en el acumulado doce meses a febrero de 2010

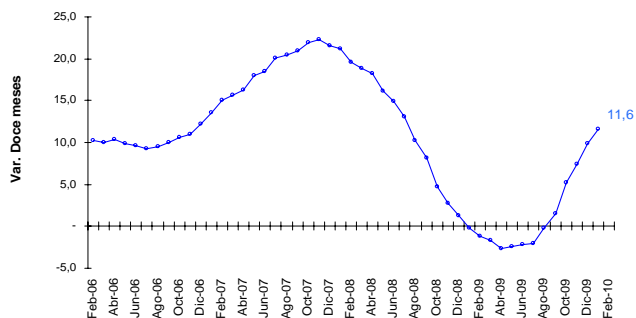
**Variación doce meses de las ventas reales Vehículos automotores y motocicletas 2005 – 2010 (Febrero)**



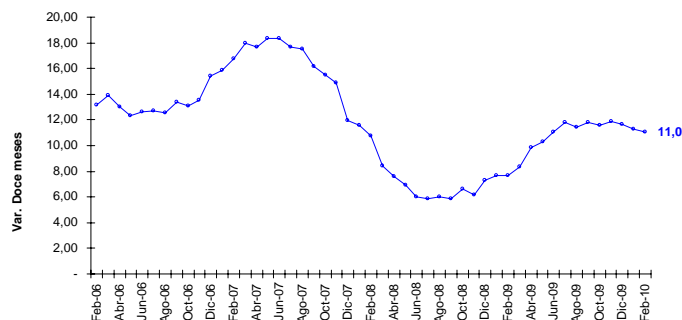
**Variación doce meses de las ventas reales Alimentos y bebidas no alcohólicas 2005 – 2010 (Febrero)**



**Variación doce meses de las ventas reales Otras mercancías 2005 – 2010 (Febrero)**



**Variación doce meses de las ventas reales Calzado, artículos de cuero 2005 – 2010 (Febrero)**



## 2.2 Actividad comercial CIU Rev. 3

### 2.2.1 Variación anual: febrero (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 febrero de 2010 se destacaron los siguientes comportamientos: los mayores incrementos se registraron en las ventas de otros productos de uso doméstico; resto de actividades; y muebles para el hogar. En contraste, las mayores variaciones negativas del comercio especializado se presentaron en las actividades de motocicletas y sus partes; combustibles y lubricantes; y productos textiles.

Por su parte, las empresas no especializadas con surtido principalmente de alimentos, presentaron un aumento anual en sus ventas reales de 5,2%; las no especializadas con surtido diferente de alimentos presentaron un incremento de 24,4%.

**Gráfico 13**  
**Variación anual de las ventas reales, según actividad comercial**  
**Total nacional**  
**Febrero (2010/2009)**



Fuente DANE – MMCM

## 2.2.2 Variación año corrido: enero - febrero (2010/2009)

En el primer bimestre de 2010, las principales variaciones positivas de las ventas reales en establecimientos especializados se registraron en las empresas comercializadoras de otros productos de uso doméstico. En este mismo período, las empresas especializadas que mostraron las mayores contracciones de sus ventas fueron combustibles y lubricantes.

Por su parte, las empresas no especializadas con surtido principalmente de alimentos, presentaron un crecimiento en las ventas reales de 6,4%; en contraste, las no especializadas con surtido diferente de alimentos registraron un incremento de 25,3%.

**Gráfico 14**  
**Variación año corrido de las ventas reales**  
**Total nacional**  
**Enero – febrero (2010/2009)**



Fuente DANE – MMCM

### 2.2.3 Variación doce meses: marzo – febrero (2010/2009)

En los últimos doce meses hasta febrero de 2010, las principales variaciones negativas de las ventas reales en establecimientos especializados se registraron en las empresas comercializadoras de: motocicletas y sus partes; combustibles y lubricantes; y vehículos automotores. Durante este mismo período, las empresas especializadas que presentaron las principales variaciones positivas, fueron: calzado, artículos de cuero; y muebles para el hogar.

Por su parte, las empresas no especializadas con surtido compuesto principalmente de alimentos, presentaron una reducción de 0,5% en sus ventas, mientras que las no especializadas con surtido diferente de alimentos crecieron 20,2%.

**Gráfico 15**  
**Variación doce meses de las ventas reales**  
**Total nacional**  
**Marzo - febrero (2010/2009)**



Fuente DANE – MMCM

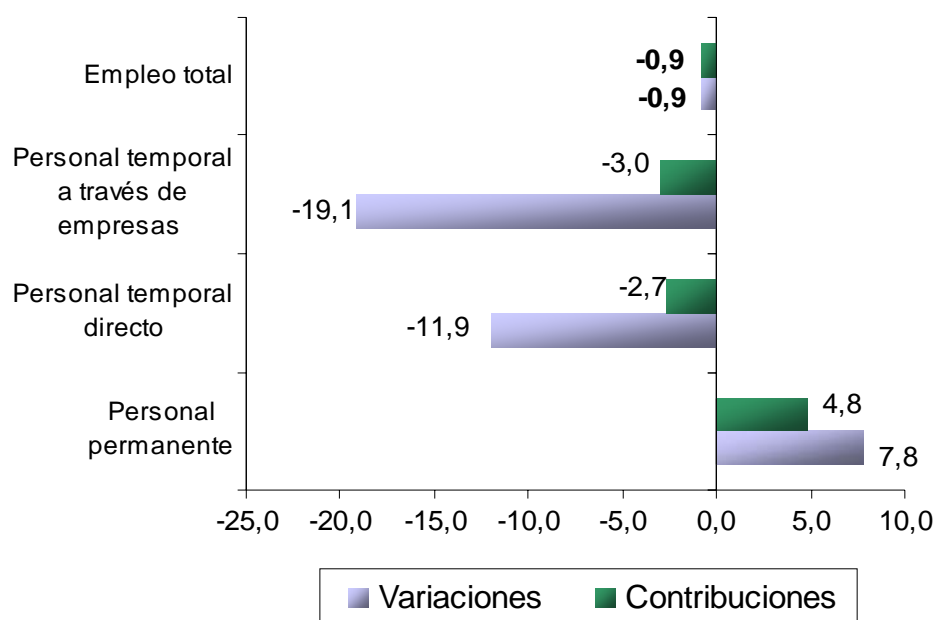


### 3. Empleo

#### 3.1 Variación anual: febrero (2010/2009)

En febrero de 2010, el empleo asociado al comercio minorista disminuyó 0,9%, respecto al mismo mes del año anterior, como resultado del aporte negativo de 5,7 puntos porcentuales del personal temporal y el aporte positivo de 4,8 puntos del personal permanente.

**Gráfico 16**  
**Variación y contribución anual del empleo**  
**Total nacional**  
**Febrero (2010/2009)**

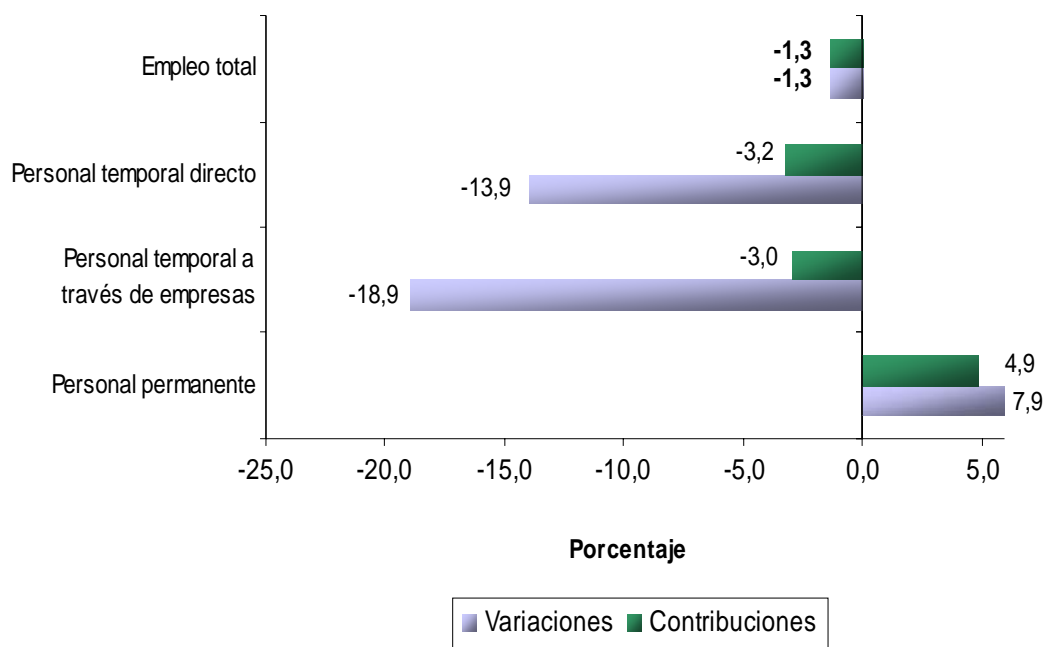


Fuente DANE – MMCM

### 3.2 Variación año corrido: enero – febrero (2010/2009)

En el primer bimestre de 2010, el empleo asociado al comercio minorista presentó un descenso de 1,3% respecto al mismo período del año anterior. Este comportamiento se explica principalmente por la reducción en el personal temporal, tanto contratado de forma directa como el contratado a través de empresas, que aportaron, en conjunto -6,2 puntos porcentuales a la variación total. Este comportamiento no pudo ser contrarrestado por el crecimiento del personal permanente que contribuyó con 4,9 puntos porcentuales a dicha variación.

**Gráfico 17**  
**Variación y contribución año corrido del empleo**  
**Total nacional**  
**Enero – febrero (2010/2009)**

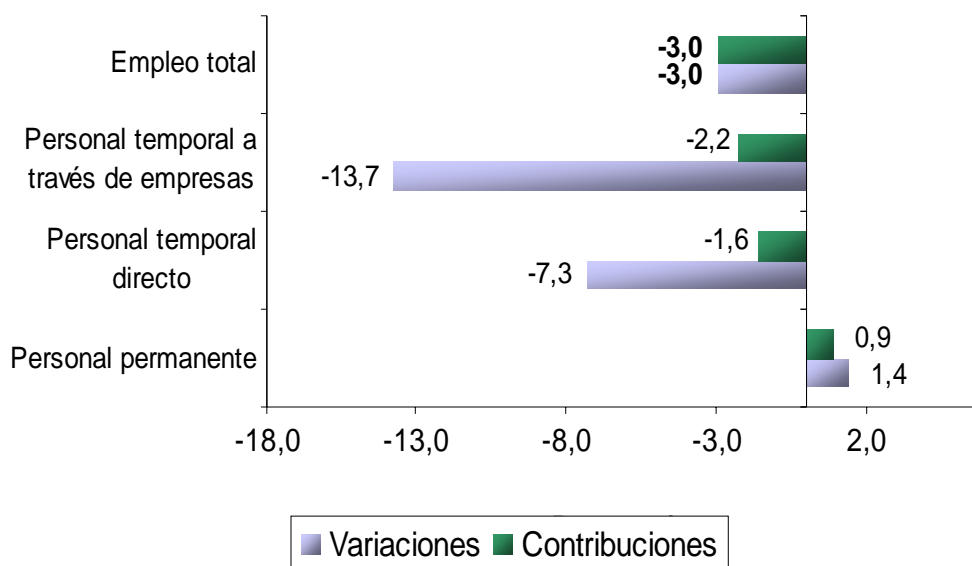


Fuente DANE – MMCM

### 3.3 Variación doce meses: marzo – febrero (2010/2009)

En los últimos doce meses hasta febrero de 2010, el empleo asociado al comercio minorista registró una reducción de 3,0%. Durante este período, el personal temporal contratado a través de empresas y el personal temporal directo presentaron variaciones negativas.

**Gráfico 18**  
**Variación y contribución doce meses del empleo**  
**Total nacional**  
**Marzo - febrero (2010/2009)**



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 Febrero
- hasta el mes de referencia del año (Febrero hasta i,t), y lo transcurrido en igual período del año anterior (Febrero 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)