

MUESTRA MENSUAL DE COMERCIO AL POR MENOR Febrero 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 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. Personal Ocupado
 - 3.1 Variación anual
 - 3.2 Variación año corrido
 - 3.3 Variación doce meses

Ficha metodológica

Resumen

- En febrero de 2012, las ventas del comercio minorista aumentaron 9,4% y el personal ocupado 7,4%, con relación al mismo mes de 2011.
- Las líneas de mercancías que presentaron los mayores crecimientos en sus ventas, fueron: equipo de informática, hogar (18,2%), calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero (18,0%), repuestos y accesorios para vehículos (16,4%), y productos textiles y prendas de vestir (14,6%).
- Durante los primeros dos meses de 2012, tanto las ventas reales del comercio minorista como el personal ocupado, registraron un crecimiento de 7,0%.
- Las líneas de mercancías que presentaron los mayores crecimientos en sus ventas en lo corrido del año, fueron: calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero (16,7%), equipo de informática, hogar (16,6%), repuestos y accesorios para vehículos (15,6%), y productos textiles y prendas de vestir (12,0%).
- Durante los últimos doce meses hasta febrero de 2012, las ventas reales del comercio minorista registraron un crecimiento de 9,5%, respecto al año precedente.
- Las líneas de mercancías que presentaron los mayores crecimientos en sus ventas, fueron: equipo de informática, hogar (27,9%), calzado y artículos de cuero (19,1%), vehículos automotores y motocicletas (17,0%), repuestos y accesorios para vehículos (15,7%), y artículos de ferretería, vidrios y pinturas (14,5%).
- El personal ocupado promedio del comercio minorista durante los últimos doce meses hasta febrero de 2012, presentó un aumento de 6,6% respecto al año precedente. Este resultado se explica fundamentalmente por el aumento en la contratación de personal permanente (6,0%) y temporal directo (15,9%).

Director

Jorge Bustamante R.

Subdirector

Christian Jaramillo Herrera

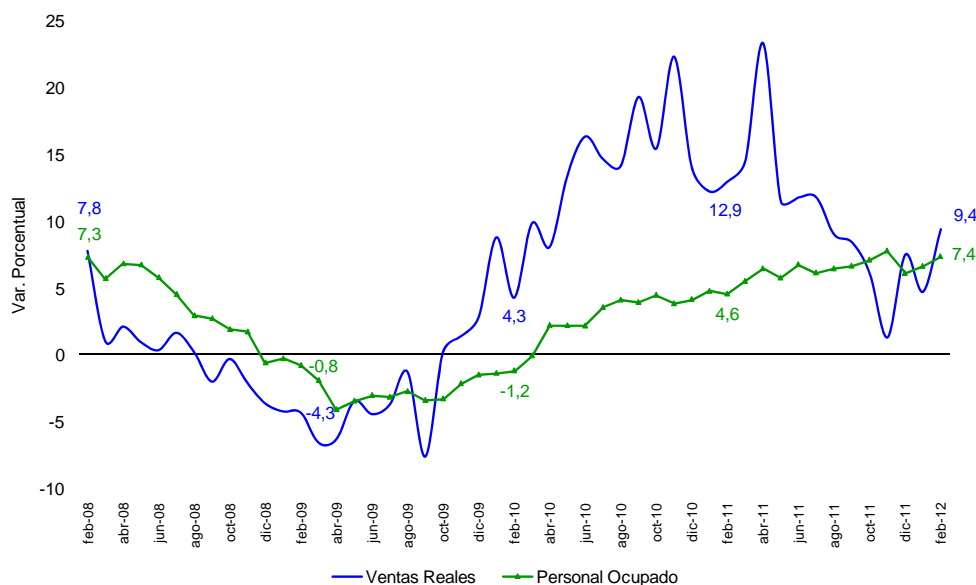
Director de Metodología y Producción Estadística

Eduardo Efraín Freire Delgado

1. Evolución general de las principales variables

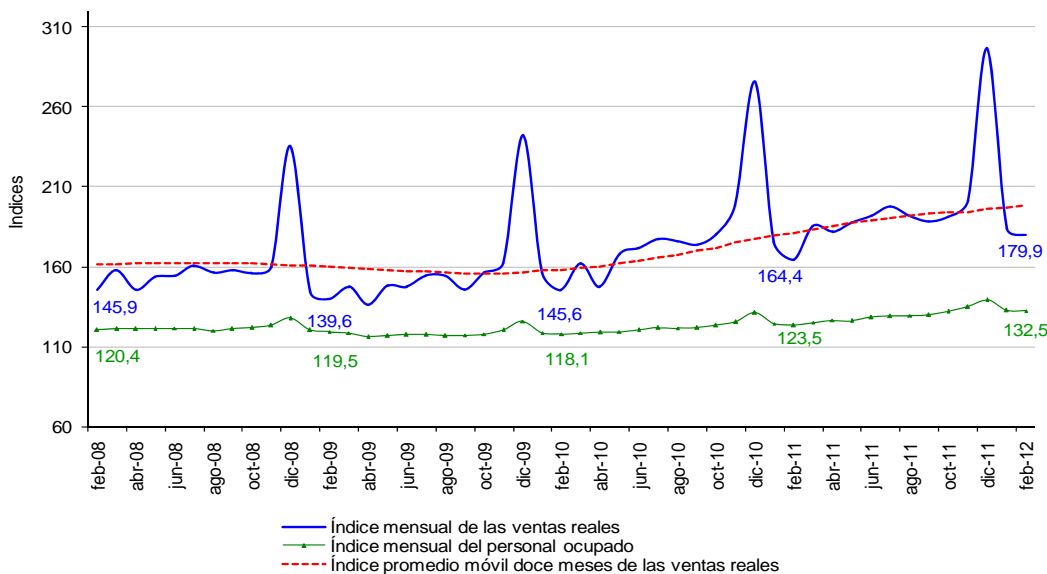
En febrero de 2012, las ventas reales y el personal ocupado del comercio minorista aumentaron 9,4% y 7,4% respectivamente, comparado con el mismo mes de 2011, cuando las ventas habían reportado un incremento de 12,9% y el personal ocupado un aumento de 4,6%.

Gráfico 1. Variación anual de las ventas reales y el personal ocupado
Total nacional
2008 (febrero) - 2012 (febrero)



Fuente: DANE – MMCM.

Gráfico 2. Índices de ventas reales y personal ocupado
Total nacional
Índice base: promedio año 1999 = 100
2008 (febrero) - 2012 (febrero)

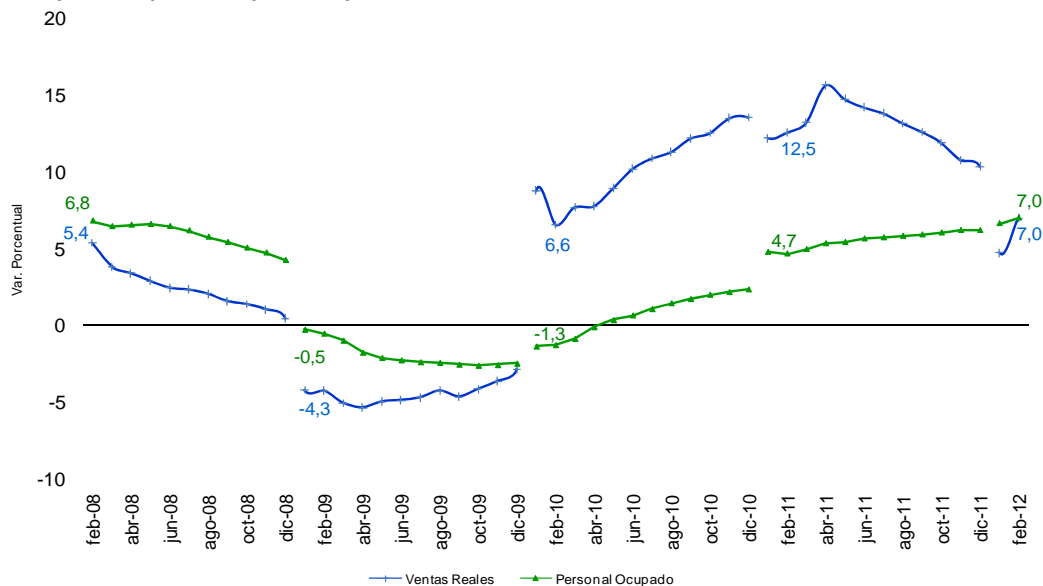


Fuente: DANE – MMCM.

Gráfico 3. Variación año corrido de las ventas reales y el personal ocupado

Total nacional

2008 (febrero) - 2012 (febrero)

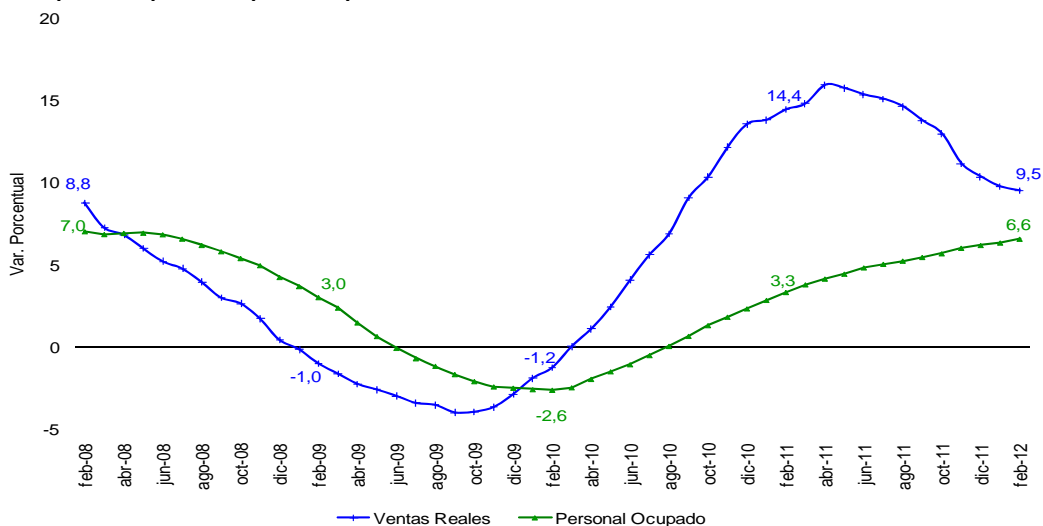


Fuente: DANE – MMCM.

Gráfico 4. Variación acumulada doce meses de las ventas reales y el personal ocupado

Total nacional

2008 (febrero) - 2012 (febrero)



Fuente: DANE – MMCM.

Tabla 1. Resumen del comportamiento de las principales variables

Indicador	Variación (%)					
	Anual		Año corrido		Doce meses	
	2011	2012	2011	2012	2011	2012
Ventas	12,9	9,4	12,5	7,0	14,4	9,5
Ventas sin vehículos	5,5	10,7	6,6	8,1	8,4	7,9
Personal ocupado	4,6	7,4	4,7	7,0	3,3	6,6

Fuente: DANE – MMCM.

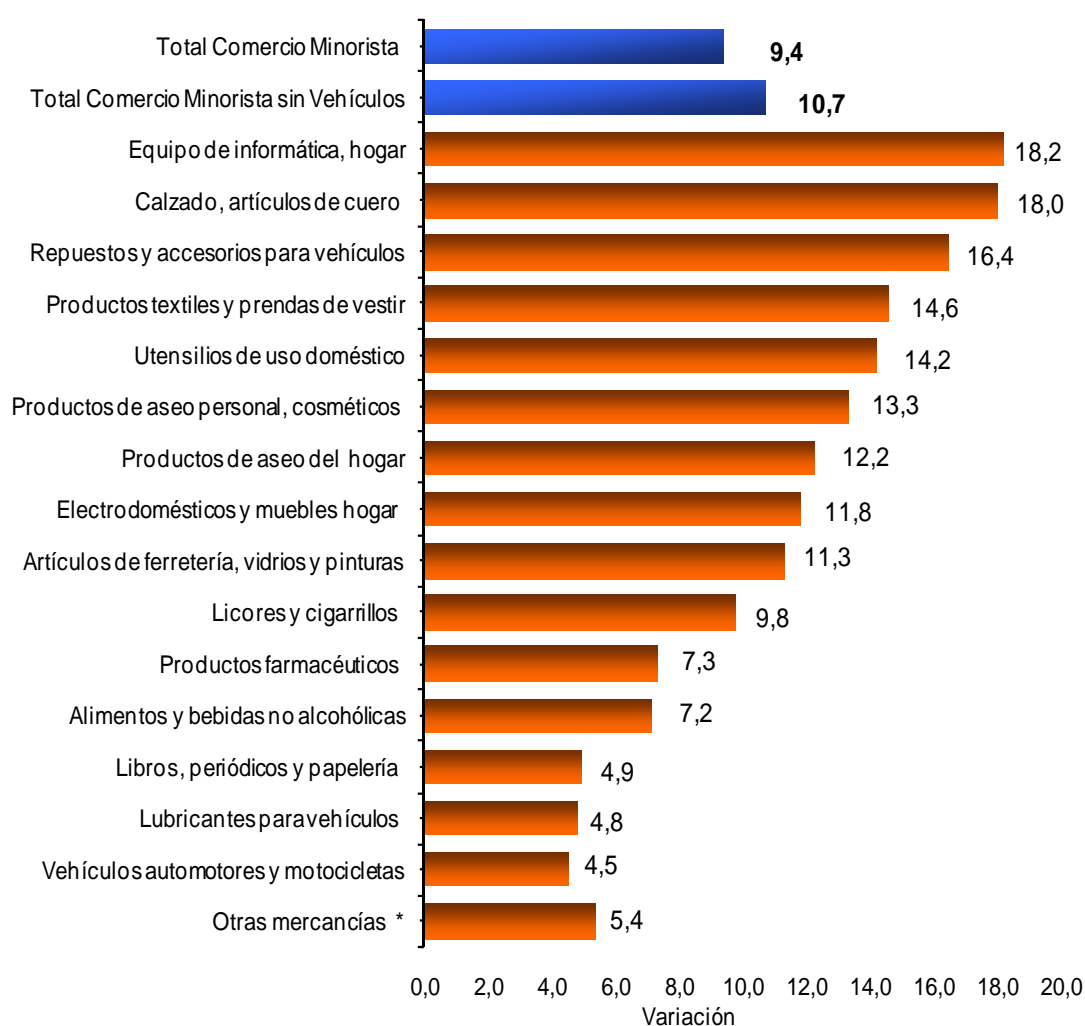
2. Ventas reales

2.1 Grupos de mercancías

2.1.1 Variación anual: febrero 2012

En febrero de 2012, las ventas reales del comercio minorista aumentaron 9,4% respecto a las registradas en igual mes de 2011. Los grupos de mercancías que presentaron los mayores crecimientos, fueron: equipo de informática, hogar; calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero; repuestos y accesorios para vehículos; y productos textiles y prendas de vestir (Gráfico 5).

**Gráfico 5. Variación anual de las ventas reales
Total nacional
Febrero 2012**

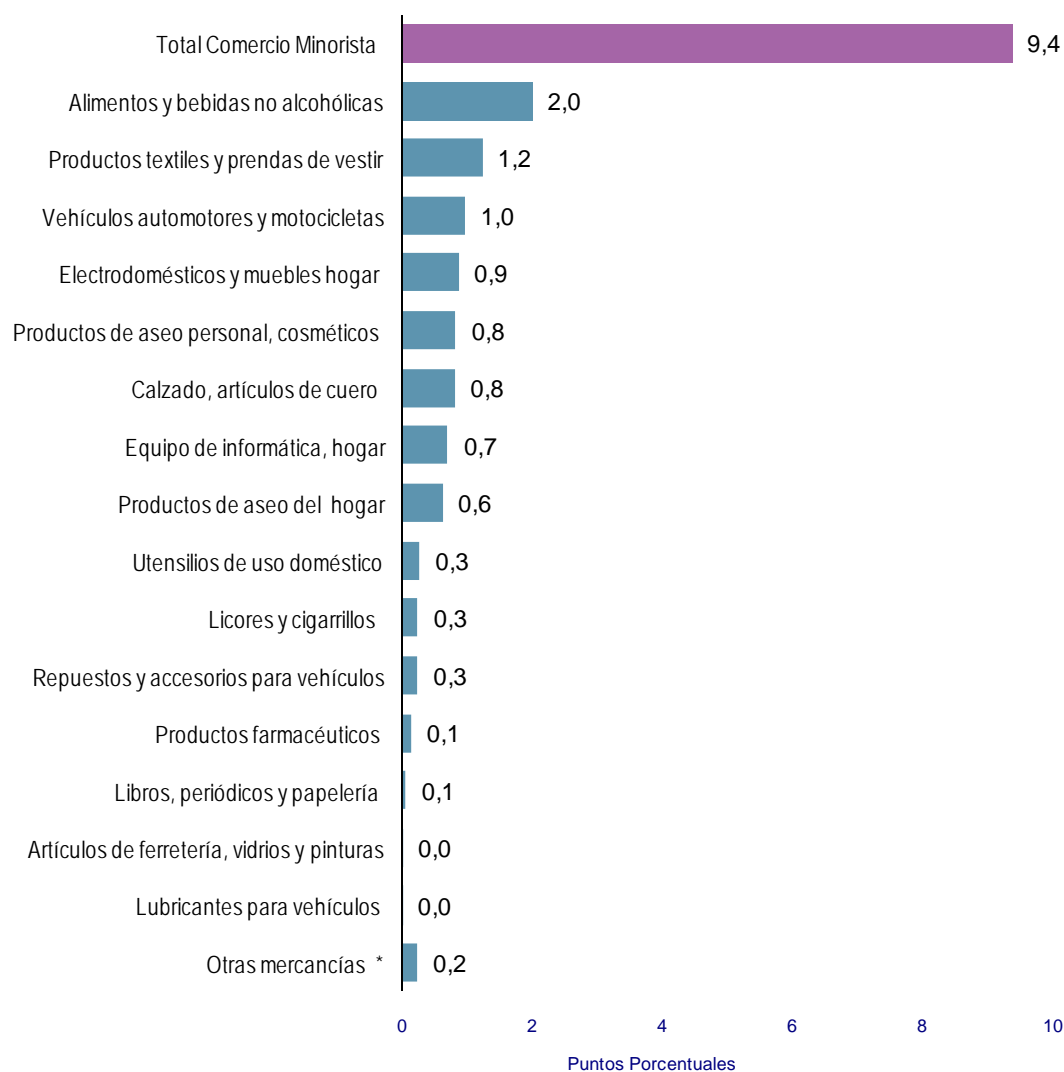


Fuente: DANE – MMCM.

*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 minoristas en el mes, las realizaron las líneas de alimentos y bebidas no alcohólicas; productos textiles y prendas de vestir; vehículos automotores y motocicletas; y electrodomésticos y muebles hogar. El aporte conjunto de estos grupos a la variación total fue 5,1 puntos porcentuales (Gráfico 6).

Gráfico 6. Contribución anual a las ventas reales
Total nacional
Febrero 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.

**Gráfico 7. Líneas de mercancías que explican principalmente la variación anual de las ventas reales
Febrero 2012**

Gráfico 7.1. Índice de ventas de alimentos y bebidas no alcohólicas
Índice base: promedio año 1999 = 100
2008 (febrero) - 2012 (febrero)

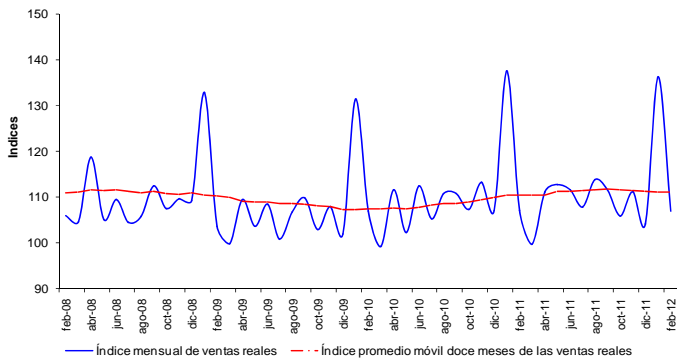


Gráfico 7.2. Variación anual de las ventas reales de alimentos y bebidas no alcohólicas
2008 (febrero) - 2012 (febrero)

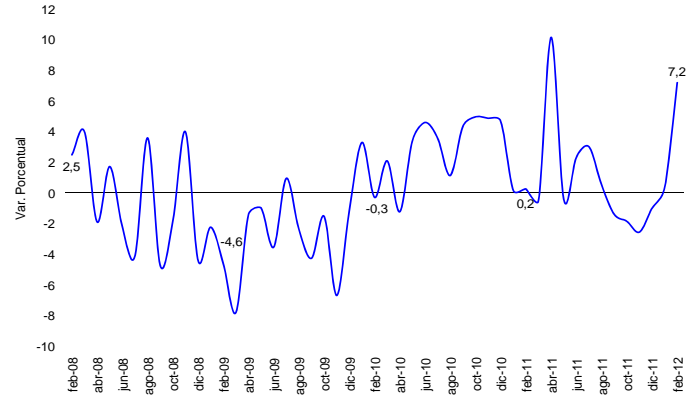


Gráfico 7.3. Índice de ventas de productos textiles y prendas de vestir
Índice base: promedio año 1999 = 100
2008 (febrero) - 2012 (febrero)

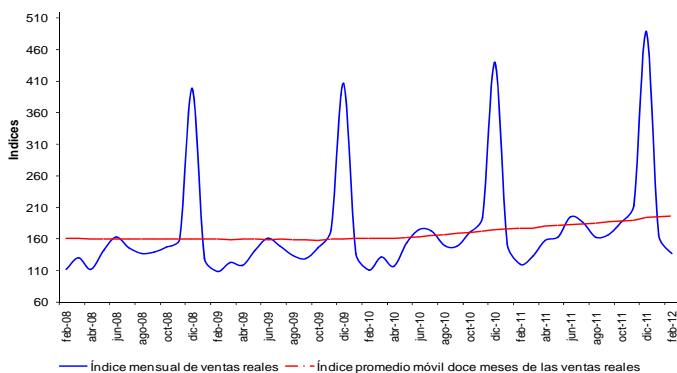


Gráfico 7.4. Variación anual de las ventas reales de productos textiles y prendas de vestir
2008 (febrero) - 2012 (febrero)

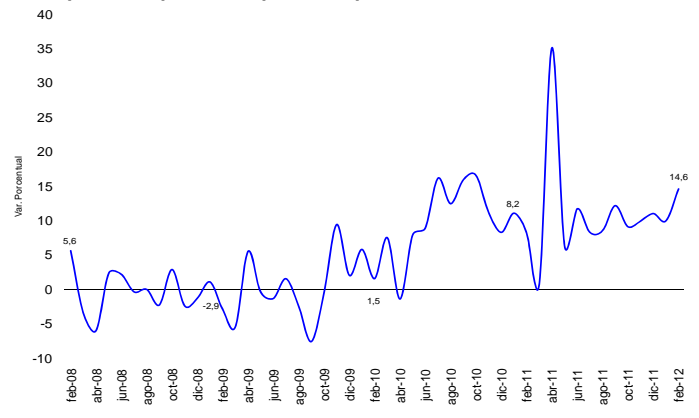


Gráfico 7.5. Índice de ventas de vehículos automotores y motocicletas
Índice base: promedio año 1999 = 100
2008 (febrero) - 2012 (febrero)

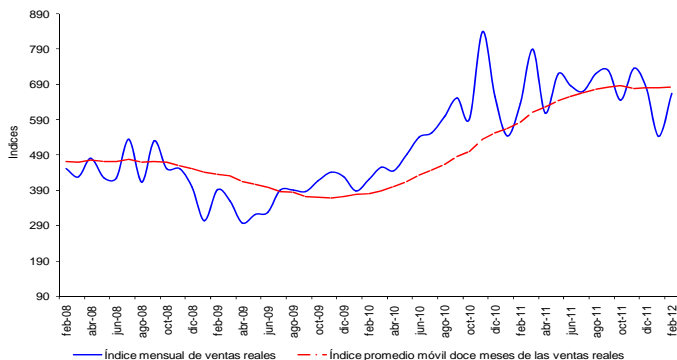
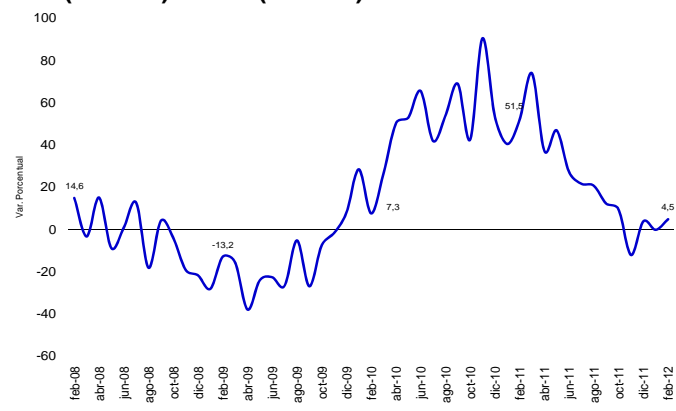


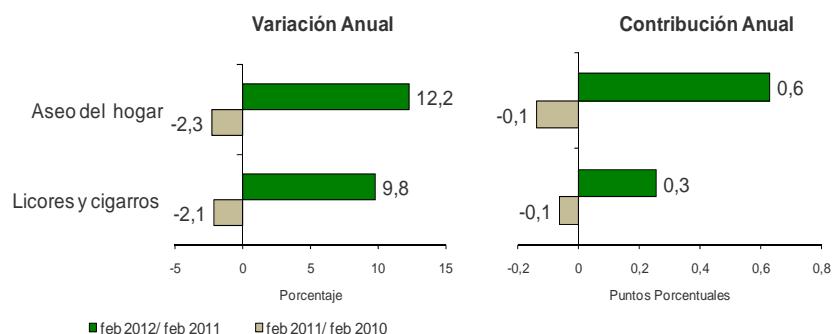
Gráfico 7.6. Variación anual de las ventas reales de vehículos automotores y motocicletas
2008 (febrero) - 2012 (febrero)



Fuente: DANE – MMCM

Al comparar las variaciones anuales de las ventas minoristas de febrero de 2012 (9,4%) con los de febrero de 2011 (12,9%), se destacan dos líneas de mercancías por presentar los principales contrastes (Gráfico 8).

Gráfico 8. Principales contrastes entre los resultados de 2012 y 2011



Fuente: DANE – MMCM

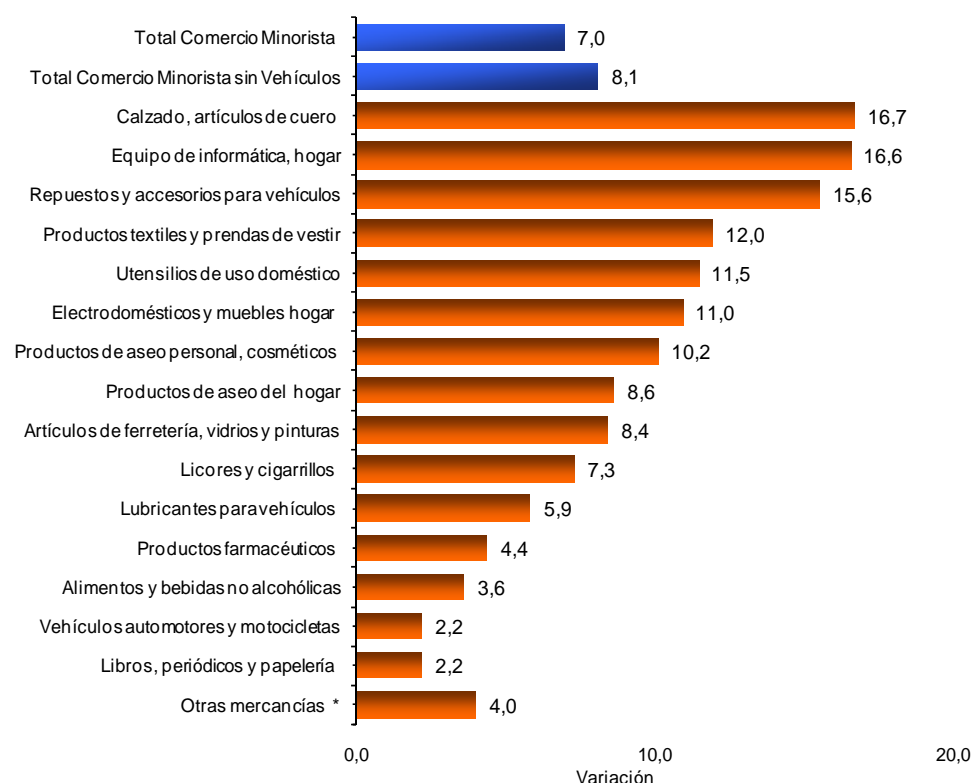
2.1.2 Variación año corrido: enero - febrero (2012/2011)

Durante los primeros dos meses de 2012, las ventas reales del comercio minorista presentaron un incremento de 7,0% respecto al mismo período del año anterior. Las líneas que registraron los mayores crecimientos durante este período, fueron: calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero; equipo de informática, hogar; repuestos y accesorios para vehículos; productos textiles y prendas de vestir; y utensilios de uso doméstico (Gráfico 9).

Gráfico 9. Variación año corrido de las ventas reales

Total nacional

Enero - febrero (2012/2011)

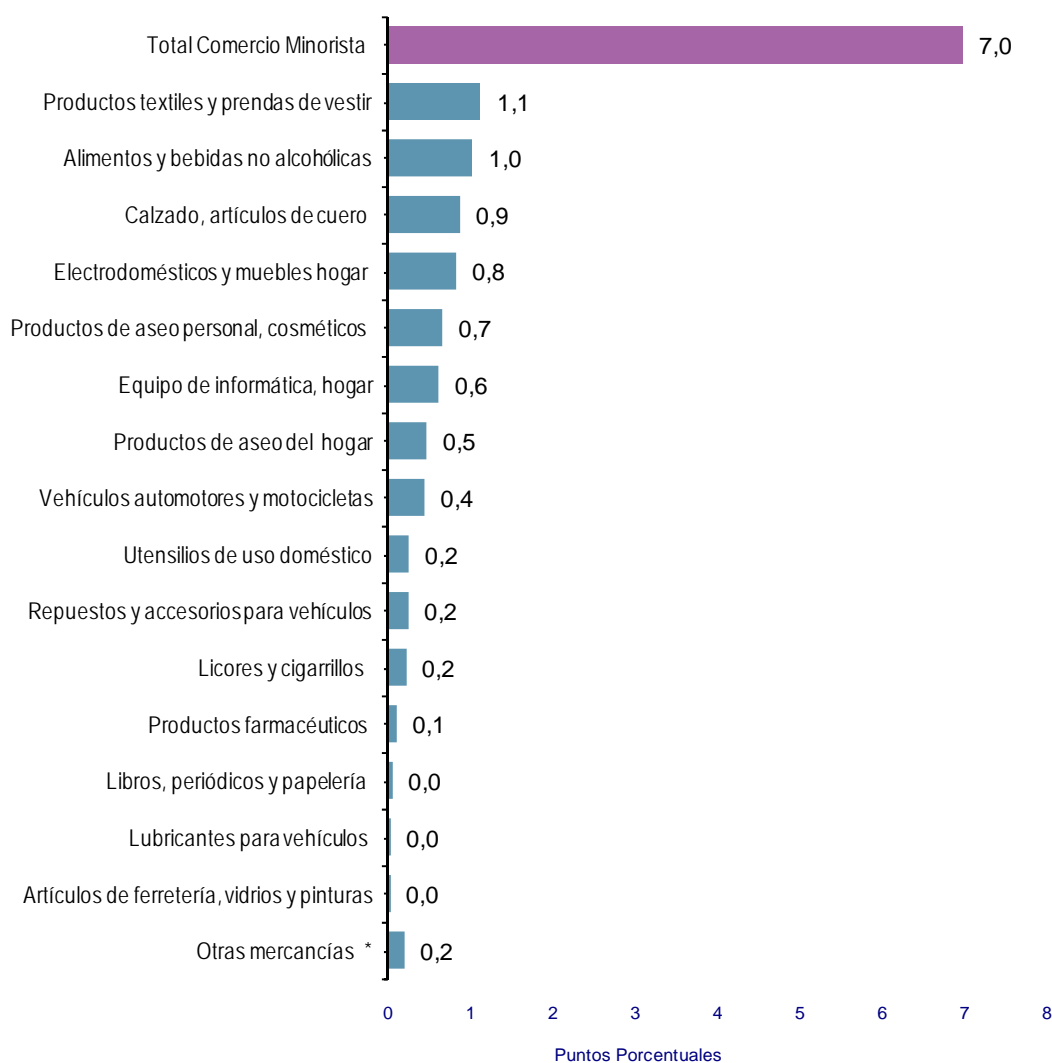


Fuente: DANE – MMCM

* 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 año corrido de las ventas, estuvieron a cargo de las líneas de productos textiles y prendas de vestir; alimentos y bebidas no alcohólicas; calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero; electrodomésticos y muebles, hogar; y productos de aseo personal, cosméticos. El aporte conjunto de estos cinco grupos de mercancías a la variación total fue 4,5 puntos porcentuales (Gráfico 10).

Gráfico 10. Contribución año corrido a las ventas reales
Total nacional
Enero - febrero (2012/2011)



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 año corrido de las ventas reales Febrero 2012

Gráfico 11.1. Variación año corrido de las ventas reales de productos textiles y prendas de vestir 2008 (febrero) - 2012 (febrero)

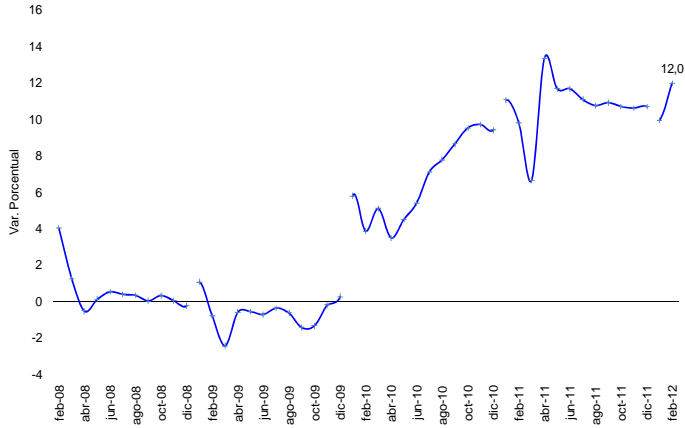


Gráfico 11.2. Variación año corrido de las ventas reales de alimentos y bebidas no alcohólicas 2008 (febrero) - 2012 (febrero)

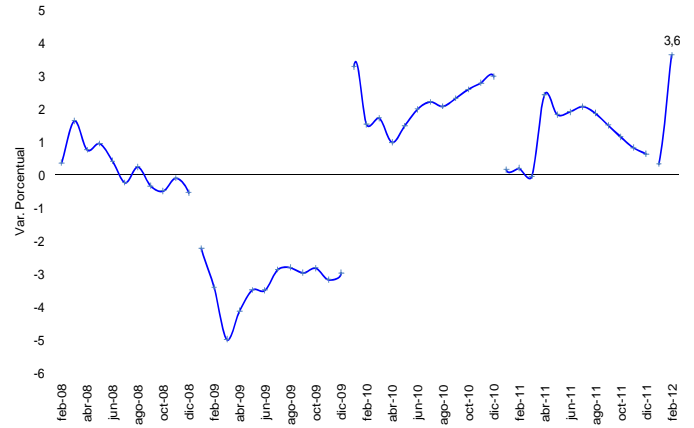


Gráfico 11.3. Variación año corrido de las ventas reales de calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero 2008 (febrero) - 2012 (febrero)

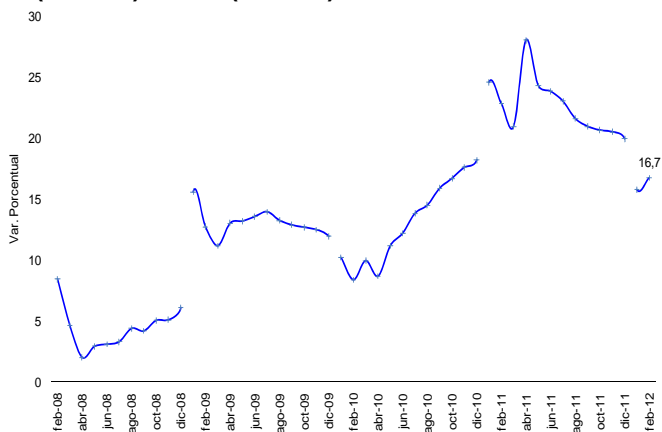
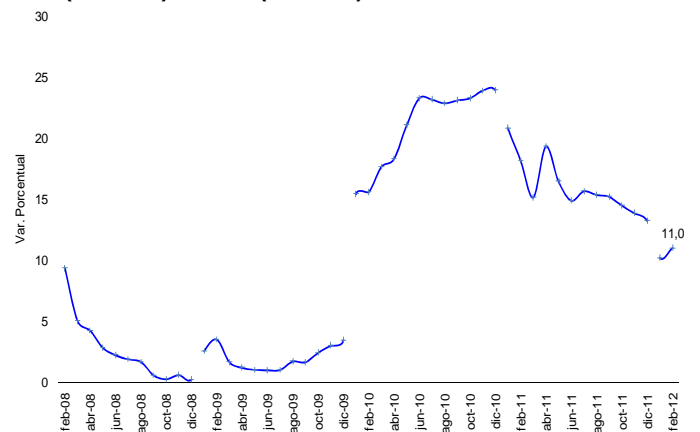


Gráfico 11.4. Variación año corrido de las ventas reales de electrodomésticos y muebles, hogar 2008 (febrero) - 2012 (febrero)



Fuente: DANE – MMCM

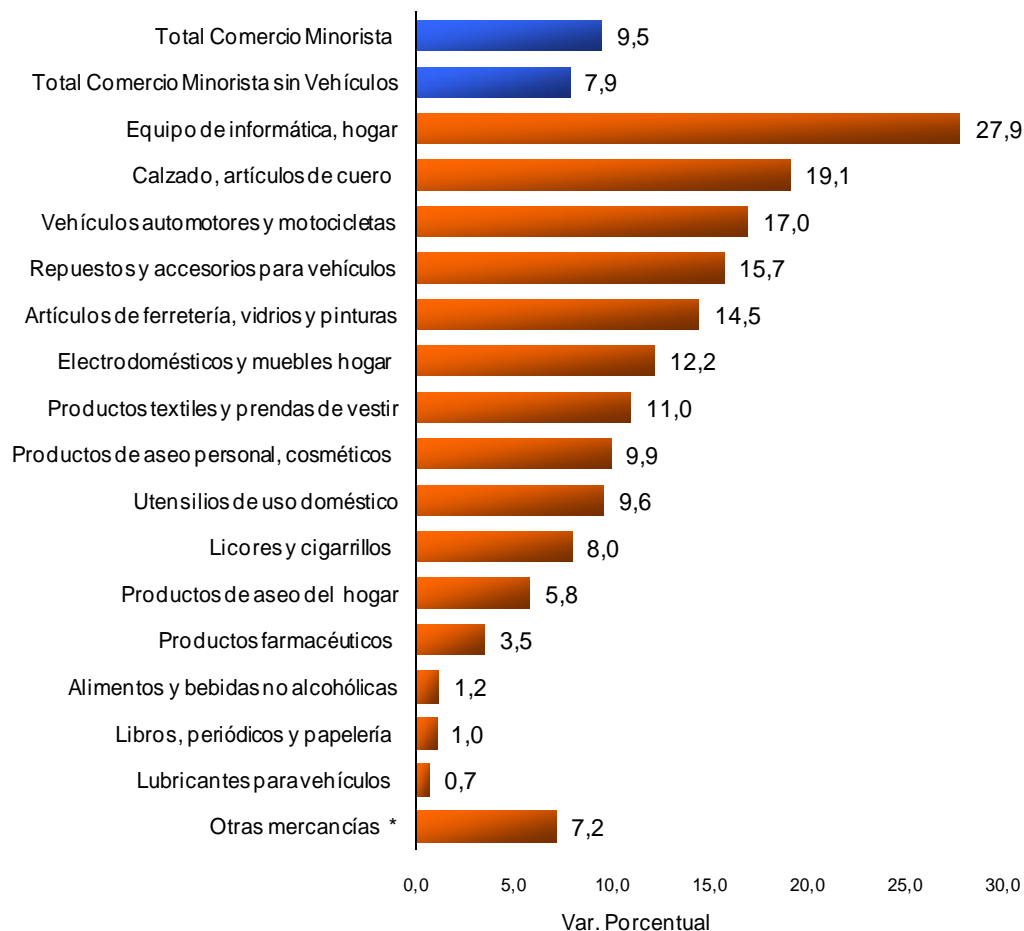
2.1.3. Variación acumulada doce meses: marzo 2011 - febrero 2012 / marzo 2010 - febrero 2011

Durante los últimos doce meses hasta febrero de 2012, las ventas reales del comercio minorista presentaron un incremento de 9,5% respecto al año precedente. Las líneas que registraron los mayores crecimientos durante este período, fueron: equipo de informática, hogar; calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero; vehículos automotores y motocicletas; repuestos y accesorios para vehículos; y artículos de ferretería, vidrios y pinturas (Gráfico 12).

Gráfico 12. Variación acumulada doce meses de las ventas reales

Total nacional

Marzo 2011 - febrero 2012 / marzo 2010 - febrero 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 acumulada doce meses de las ventas, estuvieron a cargo de las líneas de vehículos automotores y motocicletas; productos textiles y prendas de vestir; calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero; electrodomésticos y muebles, hogar; y equipo de informática, hogar. El aporte conjunto de estos cinco grupos de mercancías a la variación total fue 7,2 puntos porcentuales (Gráfico 13).

Gráfico 13. Contribución acumulada doce meses a las ventas reales

Total nacional

Marzo 2011 - febrero 2012 / marzo 2010 - febrero 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 14. Líneas de mercancías que principalmente explican la variación acumulada doce meses de las ventas reales
Febrero 2012**

Gráfico 14.1. Variación acumulada doce meses de las ventas reales de vehículos automotores y motocicletas 2008 (febrero) - 2012 (febrero)

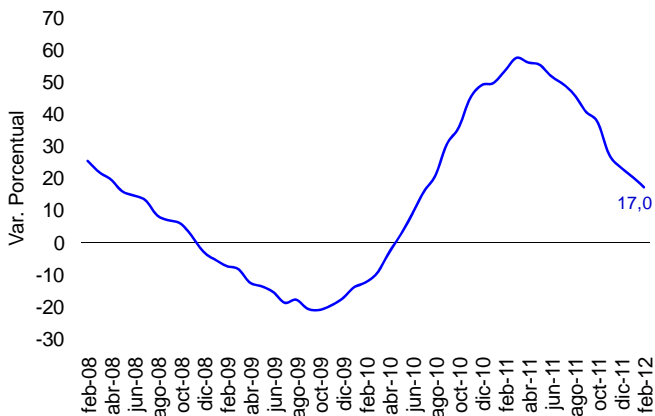


Gráfico 14.2. Variación acumulada doce meses de las ventas reales de productos textiles y prendas de vestir 2008 (febrero) - 2012 (febrero)

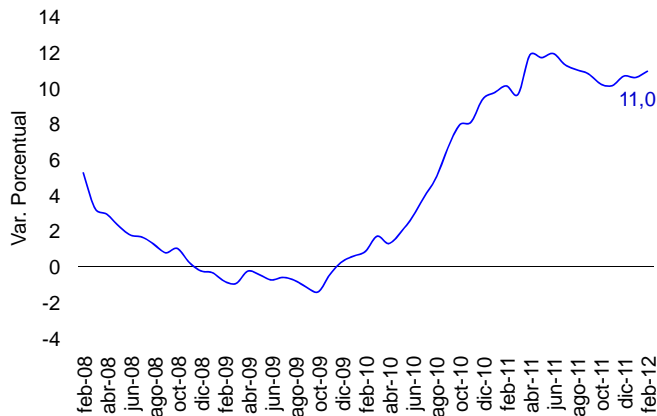


Gráfico 14.3. Variación acumulada doce meses de las ventas reales de calzado y artículos de cuero y sucedáneos del cuero 2008 (febrero) - 2012 (febrero)

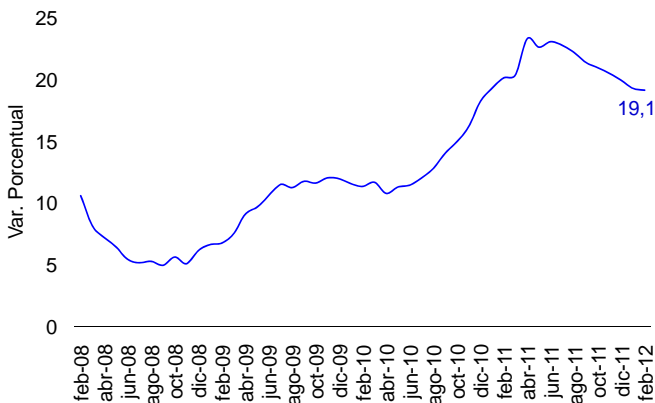
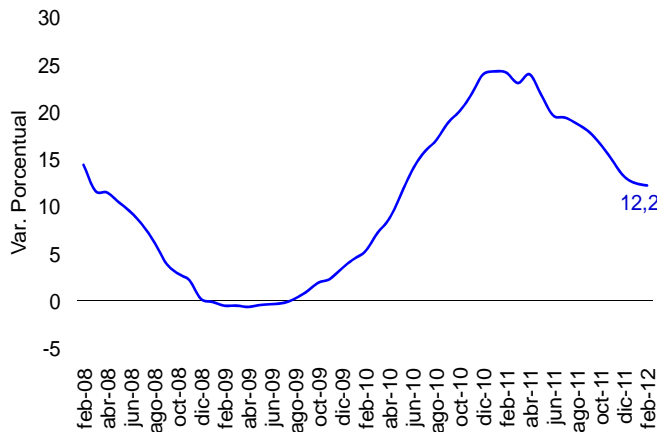


Gráfico 14.4. Variación acumulada doce meses de las ventas reales de electrodomésticos y muebles, hogar 2008 (febrero) - 2012 (febrero)



Fuente: DANE – MMCM

2.2 Actividad comercial CIU Rev. 3

2.2.1 Variación anual: febrero 2012

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 febrero de 2012 se destacan los crecimientos de las ventas registradas por los almacenes especializados en el comercio minorista de muebles para el hogar; productos textiles; prendas de vestir; motocicletas y sus partes; y calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero.

Los almacenes no especializados con surtido compuesto de productos diferentes a alimentos registraron incremento de 22,2% en sus ventas, y los no especializados con surtido compuesto principalmente de alimentos presentaron un aumento de 11,3%.

Gráfico 15. Variación anual de las ventas reales, según actividad comercial
Total nacional
Febrero 2012



Fuente: DANE – MMCM

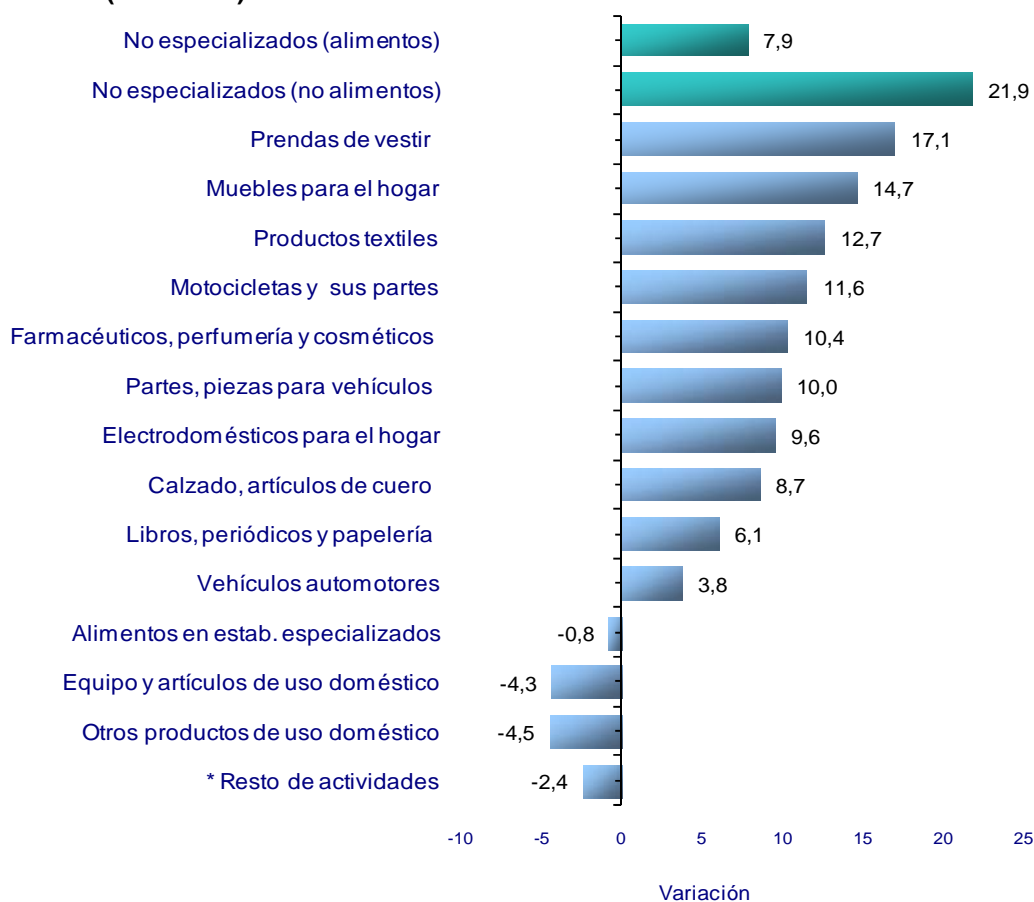
*Resto de actividades, incluye el comercio al por menor de: artículos de ferretería, vidrios y pinturas; computadores y programas de informática; equipo fotográfico, óptico y de precisión, etc.

2.2.2. Variación año corrido: enero - febrero (2012/2011)

Durante los dos primeros meses de 2012, los mayores incrementos en las ventas reales en establecimientos especializados se registraron en prendas de vestir; muebles para el hogar; productos textiles; 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 21,9%, y los no especializados con surtido compuesto principalmente de alimentos presentaron un crecimiento de 7,9%.

Gráfico 16. Variación año corrido de las ventas reales, según actividad comercial
Total nacional
Enero - febrero (2012/2011)



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.

2.2.3. Variación acumulada doce meses: marzo 2011 - febrero 2012 / marzo 2010 - febrero 2011

Durante los últimos doce meses hasta febrero de 2012, los mayores incrementos en las ventas reales en establecimientos especializados se registraron en vehículos automotores; motocicletas y sus partes; partes y piezas para vehículos; y calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero.

Por su parte, los almacenes no especializados con surtido compuesto por productos diferentes de alimentos incrementaron sus ventas reales en 27,4%, y los no especializados con surtido compuesto principalmente de alimentos presentaron un crecimiento de 8,0%.

Gráfico 17. Variación acumulada doce meses de las ventas reales, según actividad comercial

Total nacional

Marzo 2011 - febrero 2012 / marzo 2010 - febrero 2011



Fuente: DANE – MMCM

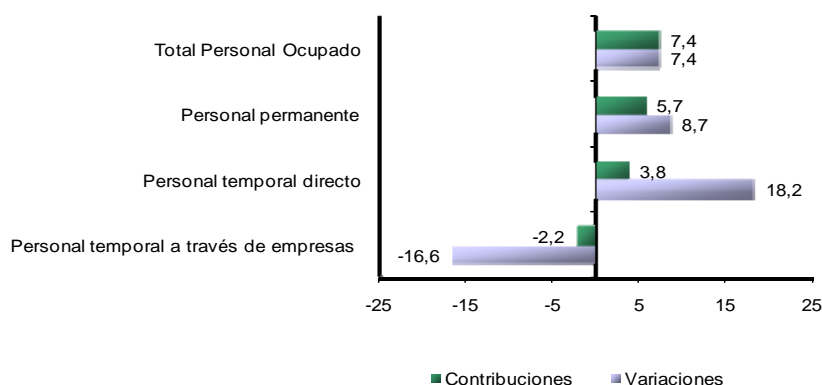
*Resto de actividades, incluye el comercio al por menor de: artículos de ferretería, vidrios y pinturas; computadores y programas de informática; y equipo fotográfico, óptico y de precisión, etc.

3. Personal ocupado

3.1 Variación anual: febrero 2012

El personal ocupado por el comercio minorista en febrero de 2012 aumentó 7,4%, frente al mismo mes del año anterior, como resultado del aumento de la contratación directa, tanto de personal permanente (8,7%) como temporal (18,2%), y la disminución de la vinculación a través de agencias (-16,6%).

Gráfico 18. Variación y contribución anual del personal ocupado, según tipo de contratación
Total nacional
Febrero 2012

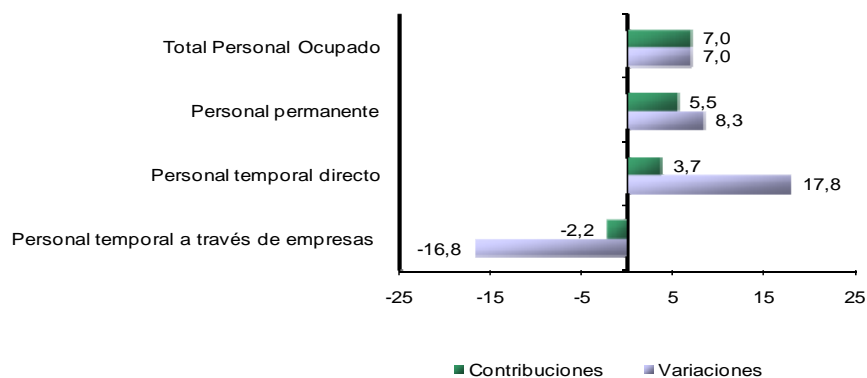


Fuente: DANE – MMCM

3.2 Variación año corrido: enero - febrero (2012/2011)

El personal ocupado por el comercio minorista en los dos primeros meses de 2012 aumentó 7,0%, frente al mismo período de 2011, como resultado del aumento de la contratación directa, tanto de personal permanente (8,3%) como temporal (17,8%), y la disminución de la vinculación a través de agencias (-16,8%).

Gráfico 19. Variación y contribución año corrido del personal ocupado, según tipo de contratación
Total nacional
Enero - febrero (2012/2011)



Fuente: DANE – MMCM

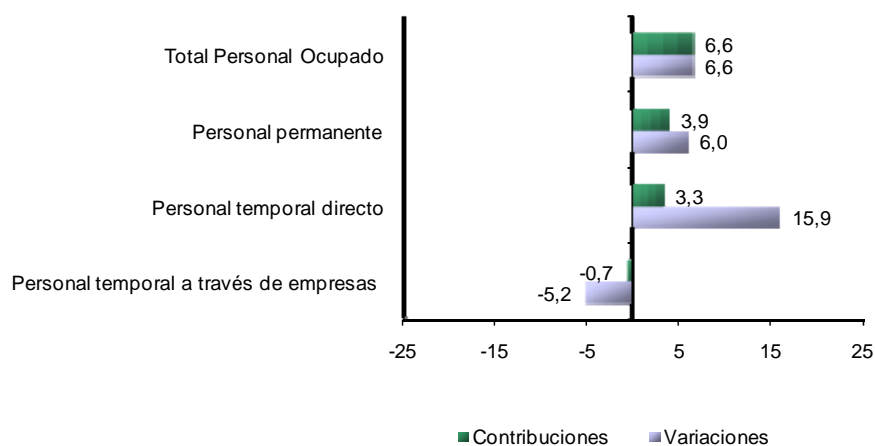
3.2. Variación acumulada doce meses: Marzo 2011 - Febrero 2012 / Marzo 2010 - Febrero 2011

El personal ocupado promedio del comercio minorista en los últimos doce meses hasta febrero de 2012 superó en 6,6% al del año precedente. Este resultado se explica fundamentalmente por la contribución del personal permanente y del temporal directo, cuyo aporte conjunto a la variación total fue 7,2 puntos porcentuales.

Gráfico 20. Variación y contribución acumulada doce meses del personal ocupado, según tipo de contratación

Total nacional

Marzo 2011 - Febrero 2012 / Marzo 2010 - Febrero 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)