

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

Ficha metodológica

Resumen

- En el mes de julio de 2010, las ventas del comercio minorista aumentaron 13,8% y el personal ocupado aumentó 3,4%, 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 (41,0%) y vehículos automotores y motocicletas (39,7%). En contraste, las únicas reducciones se registraron en farmacéuticos (-3,1%); y libros, periódicos y papelería (-2,4%)
- Durante los siete primeros meses de 2010, las ventas reales presentaron un crecimiento de 10,5% con respecto al mismo período de 2009, y el personal ocupado de 0,9%.
- Las líneas de mercancías que registraron los mayores crecimientos en sus ventas en lo corrido del año, fueron: vehículos automotores y motocicletas (37,8%) y equipo de informática, hogar (31,6%). Por su parte registraron contracción en las ventas: farmacéuticos (-2,5%); licores y cigarrillos (-1,0%); y libros, periódicos y papelería (-0,9%).
- Durante los últimos doce meses hasta julio de 2010, las ventas reales presentaron un crecimiento de 5,6%, comparadas con el año precedente. Este resultado se explica principalmente por el aumento en las ventas de vehículos automotores y motocicletas; electrodomésticos y muebles para el hogar; y las agrupadas en "otras mercancías"; en conjunto, estas tres líneas aportaron 4,1 puntos porcentuales a la variación total.
- En este mismo período, el personal ocupado presentó una disminución de 0,8%, como resultado de la reducción en el personal temporal contratado a través de empresas y en el personal temporal directo, con aportes de -2,5 y -2,2 puntos porcentuales, respectivamente a la variación total, y el incremento del personal permanente que aportó 3,9 puntos a dicha variación.

Director

Héctor Maldonado Gómez

Subdirector

Carlos Eduardo Sepúlveda Rico

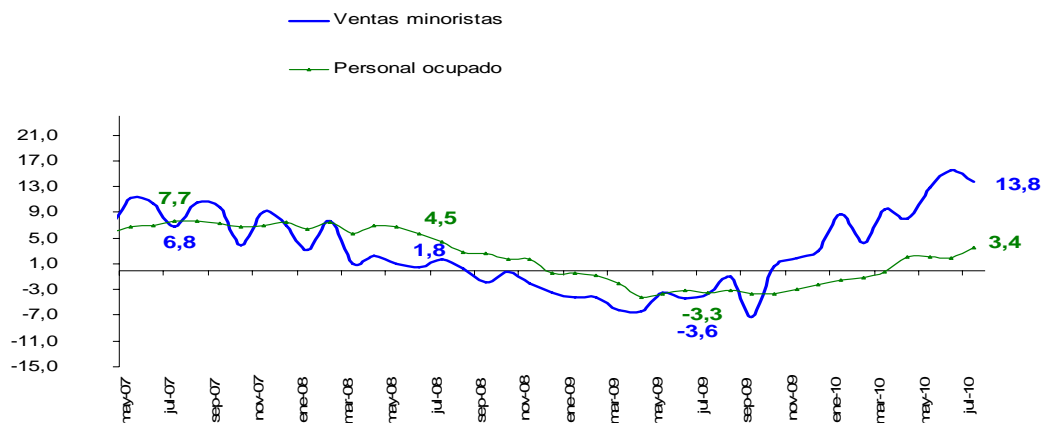
Director de Metodología y Producción Estadística

Eduardo Efraín Freire Delgado

1. Evolución general de las principales variables. Total nacional julio 2010

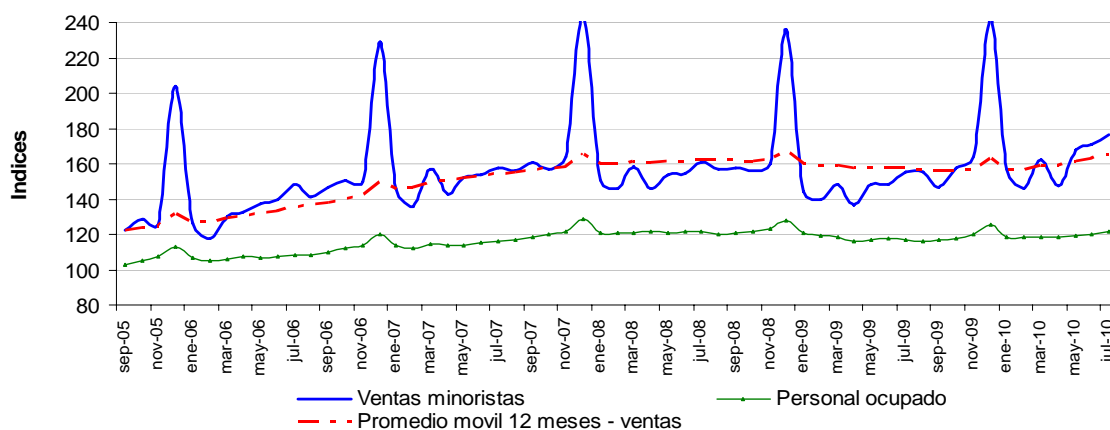
En julio de 2010, las ventas reales del comercio minorista aumentaron 13,8% y el personal ocupado creció 3,4%, con respecto al mismo mes de 2009, cuando las ventas habían reportado una reducción de 3,6% y el personal ocupado había disminuído 3,3%.

Gráfico 1
Variación anual de las ventas reales y el personal ocupado
Total nacional
2007 – 2010 (Julio)



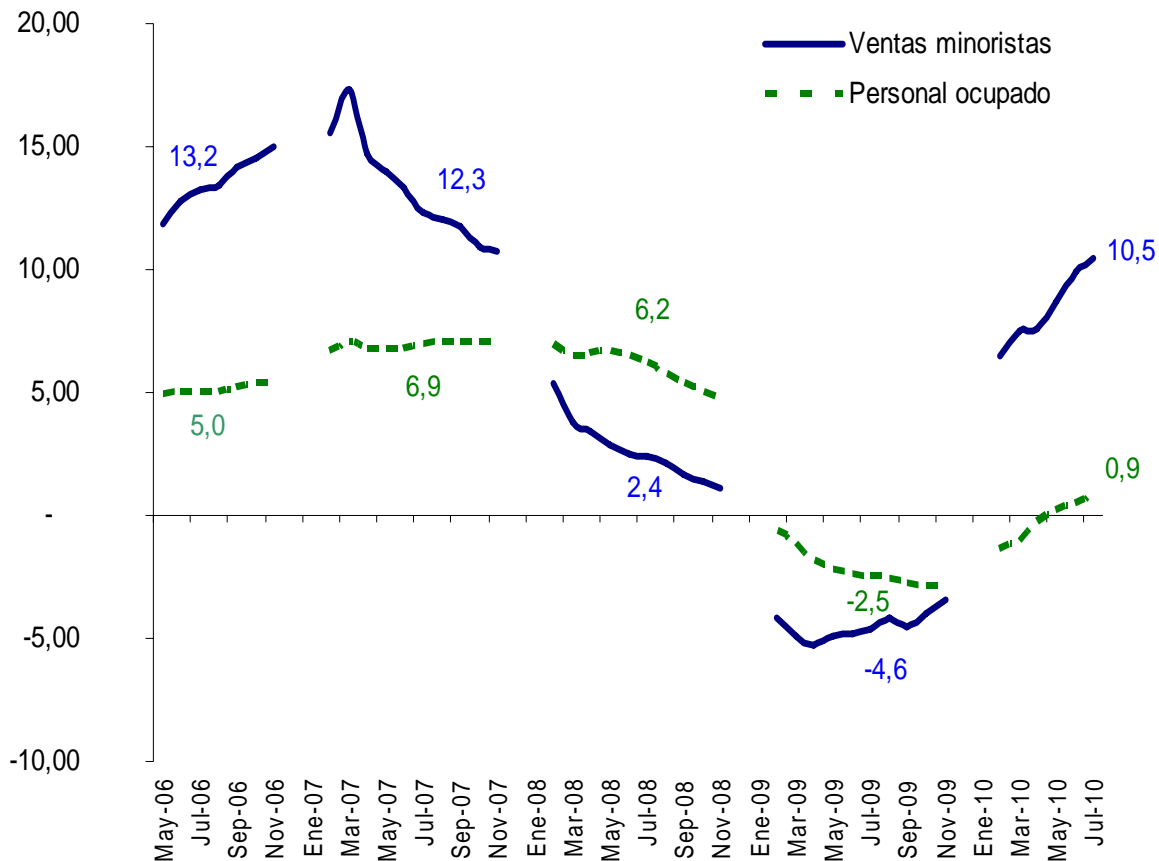
Fuente DANE – MMCM

Gráfico 2
Índices mensuales de ventas reales y personal ocupado
Total nacional
Índice base: promedio año 1999 = 100
2005 – 2010 (Julio)



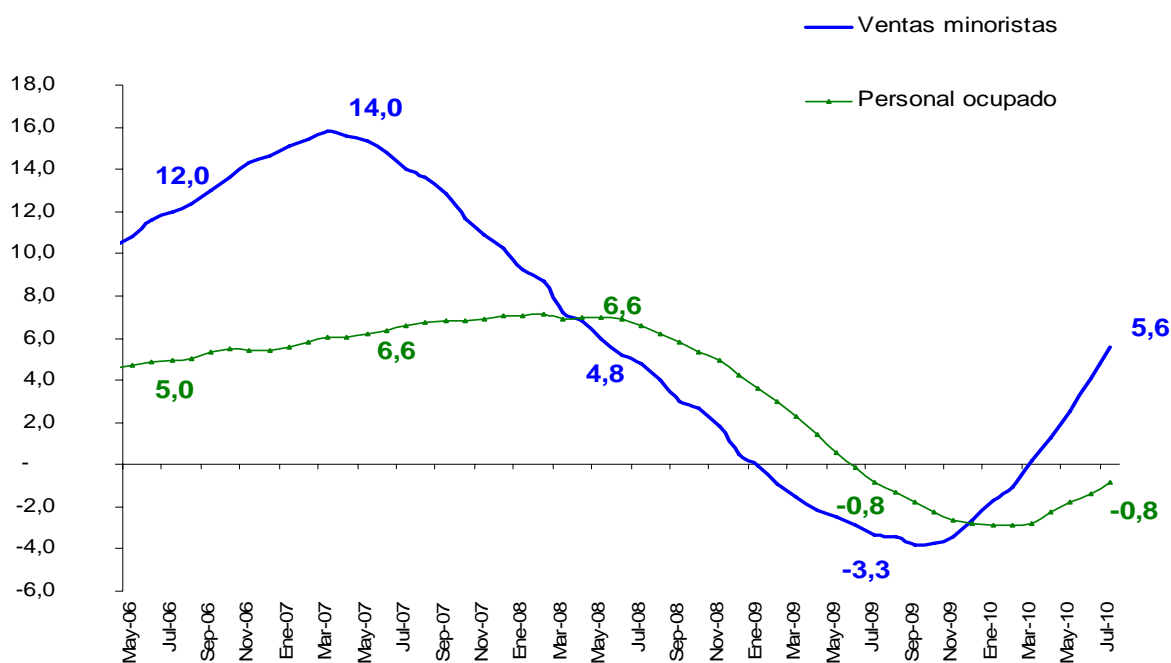
Fuente DANE – MMCM

Gráfico 3
Variación año corrido de las ventas reales y el personal ocupado
Total nacional
2006 – 2010 (Julio)



Fuente DANE – MMCM

Gráfico 4
Variación doce meses de las ventas reales y el personal ocupado
Total nacional
2006 – 2010 (Julio)



Fuente DANE – MMCM

Tabla 1.
Resumen del comportamiento de las principales variables

(Variación %)

Indicador	Julio		Enero - Julio		Agosto- Julio	
	(anual)		(año corrido)		(doce meses)	
	2009	2010	2009	2010	2009	2010
Ventas	-3,6	13,8	-4,6	10,5	-3,3	5,6
Personal ocupado	-3,3	3,4	-2,5	0,9	-0,8	-0,8

Fuente DANE – MMCM

2. Ventas reales

2.1 Grupos de mercancías

2.1.1 Variación anual: julio (2010/2009)

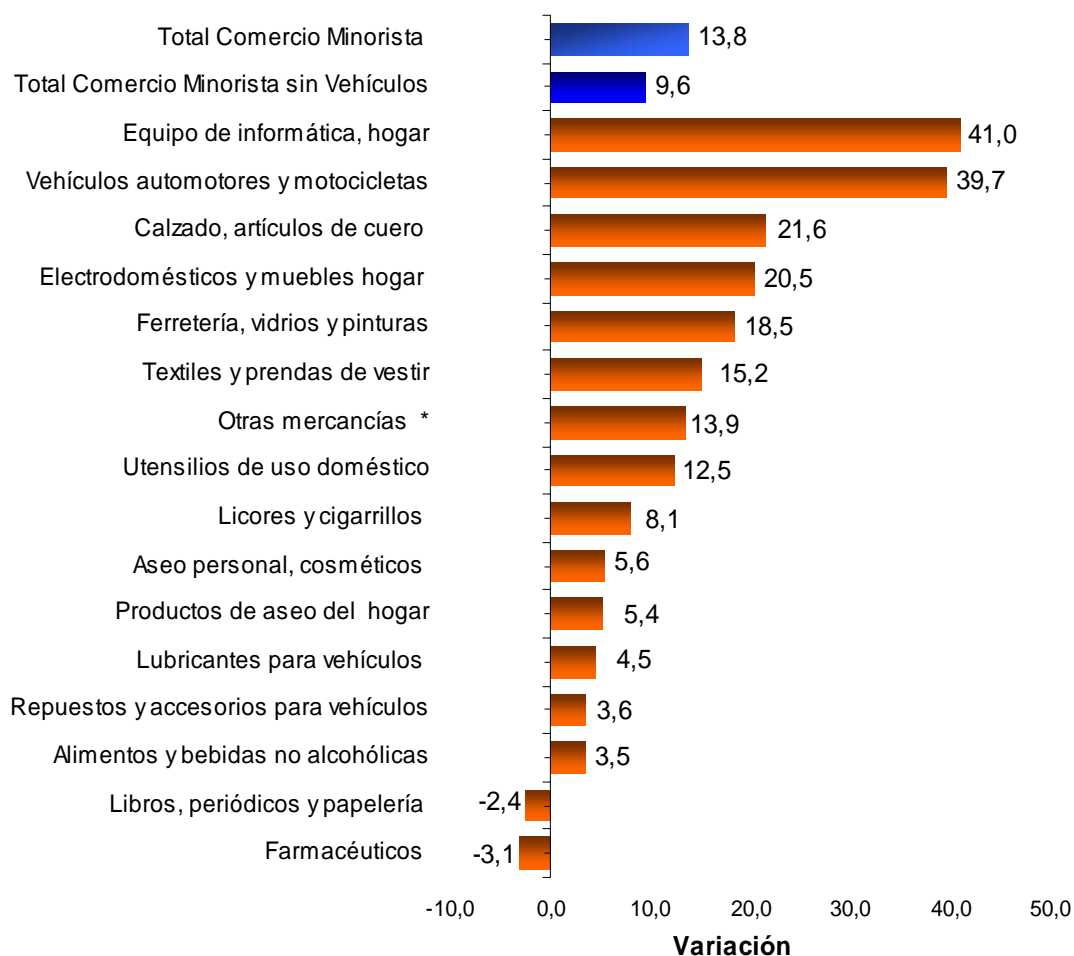
Durante el mes de julio de 2010, las ventas del comercio minorista crecieron 13,8% con respecto a las registradas en igual mes de 2009. Los grupos de mercancías que presentaron los mayores crecimientos, fueron: equipo de informática, hogar; y vehículos automotores y motocicletas. Por su parte, las únicas reducciones se registraron en farmacéuticos; y libros, periódicos y papelería

Gráfico 5

Variación anual de las ventas reales

Total nacional

Julio (2010/2009)

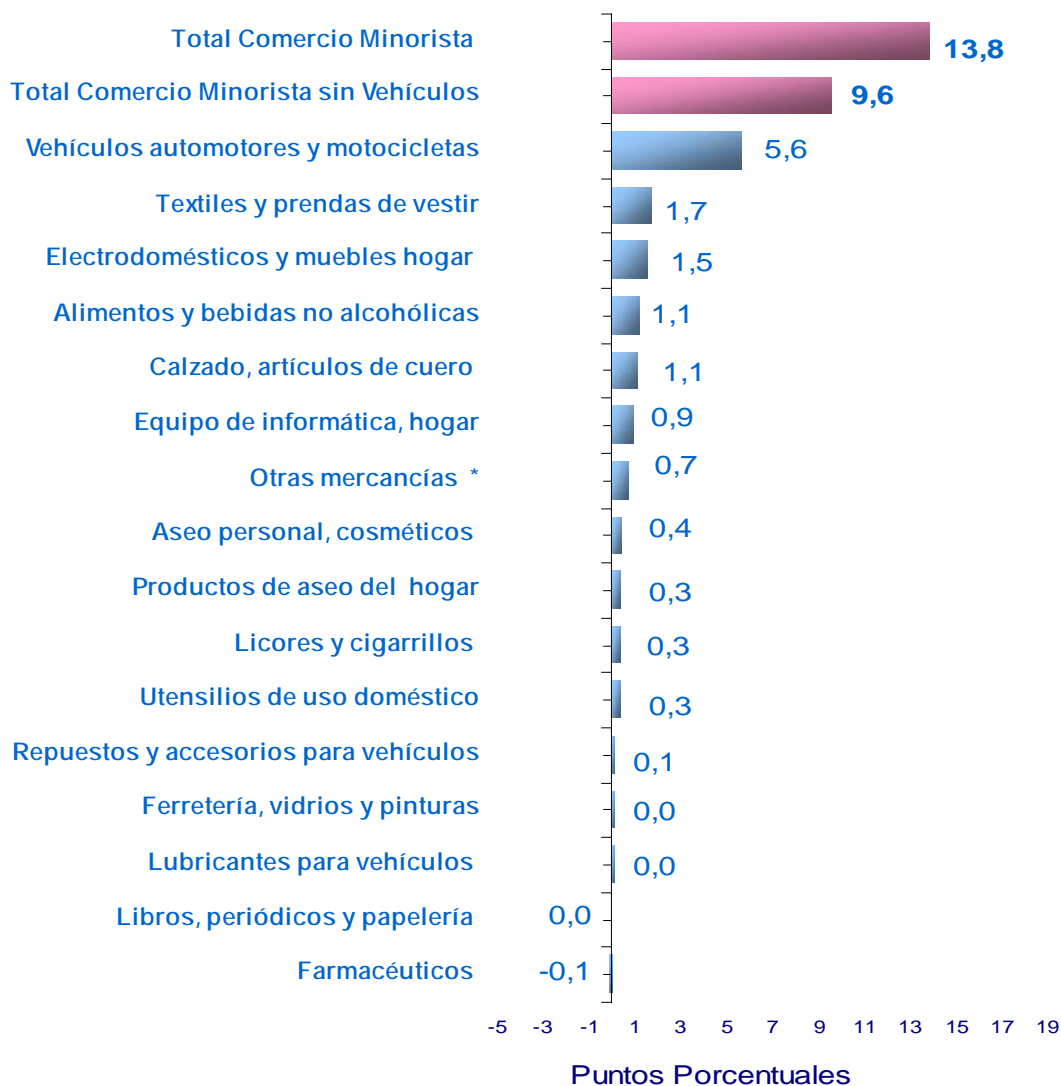


Fuente DANE – MMCM

* 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; textiles y prendas de vestir; y electrodomésticos y muebles para el hogar, cuyo aporte conjunto fue 8,8 puntos porcentuales a la variación total.

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

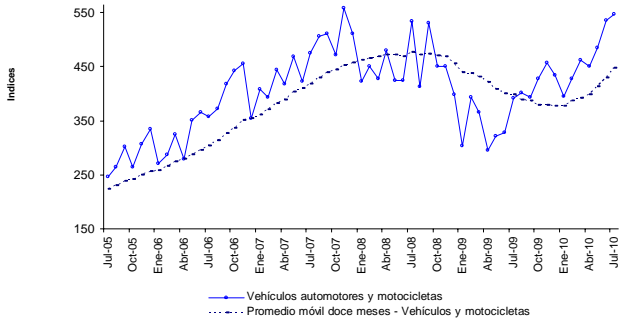


Fuente DANE – MMCM

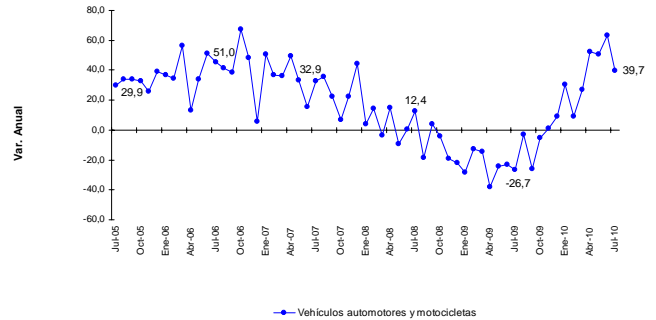
* Otras mercancías, incluye: juguetes, bicicletas, artículos de deporte, piñatería, artículos para bebés, gas propano en cilindros, lubricantes y aditivos para vehículos automotores, equipo fotográfico, revestimiento para pisos, etc.

Gráficos 7 Líneas de mercancías que principalmente explican el crecimiento en ventas de julio de 2010

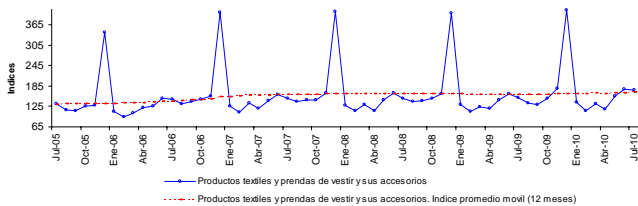
Índice mensual vehículos automotores y motocicletas
Índice base: promedio año 1999 = 100
2005 – 2010 (Julio)



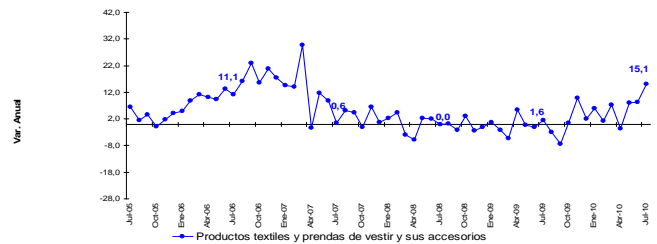
Variación anual de las ventas reales
Vehículos automotores y motocicletas
2005 – 2010 (Julio)



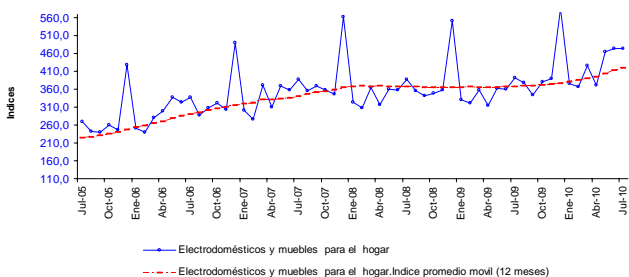
Índice mensual textiles y prendas de vestir
Índice base: promedio año 1999 = 100
2005 – 2010 (Julio)



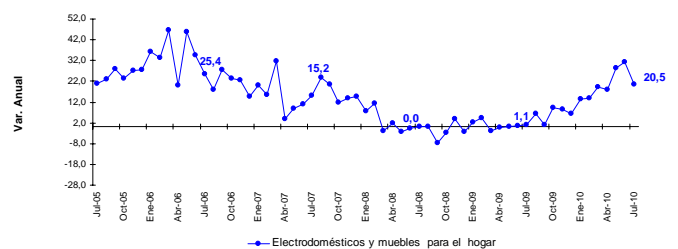
Variación anual de las ventas reales
Textiles y prendas de vestir
2005 – 2010 (Julio)



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

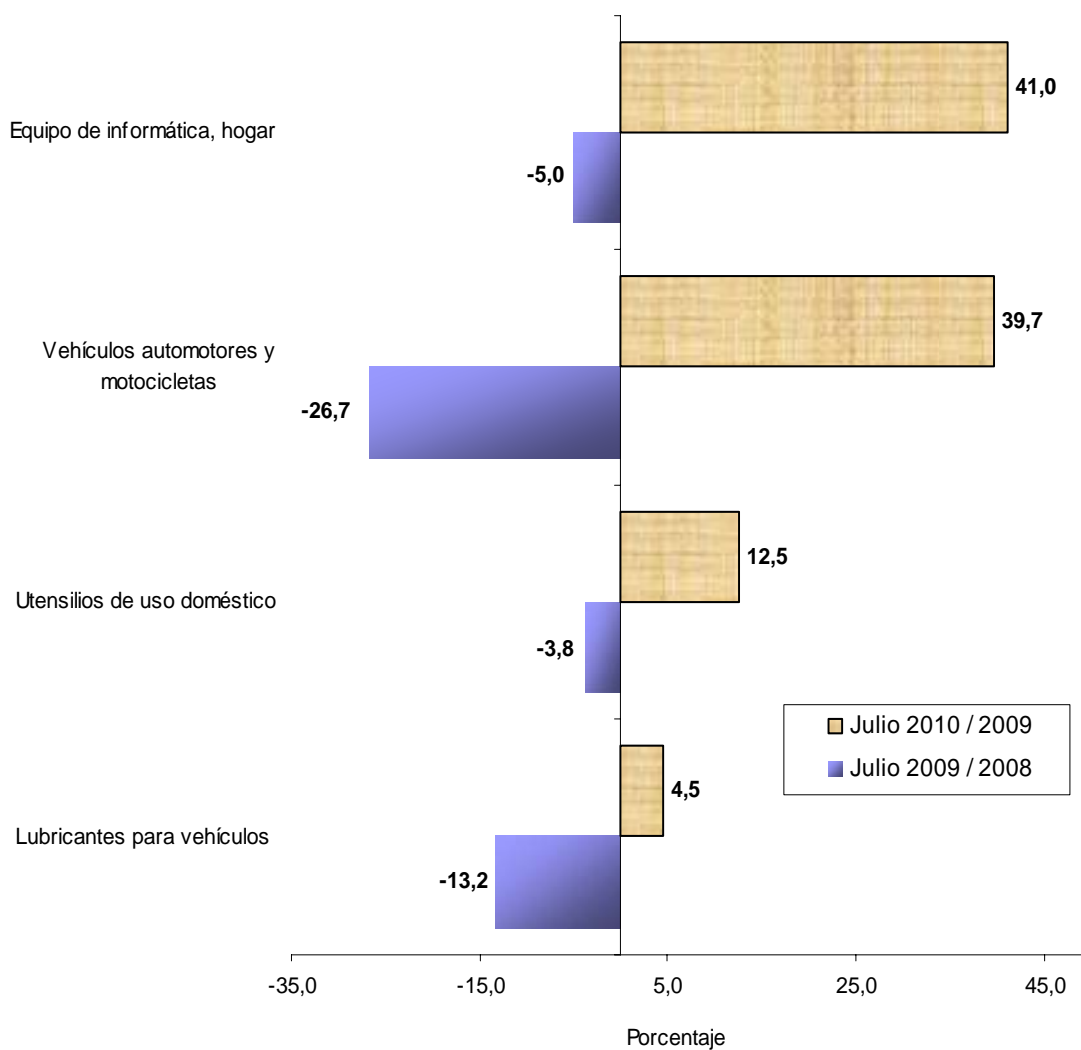


Variación anual de las ventas reales
Electrodomésticos y muebles hogar
2005 – 2010 (Julio)



Al comparar los resultados de julio de 2010, frente a los resultados de julio de 2009, se destacan 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
Julio 2009-2010

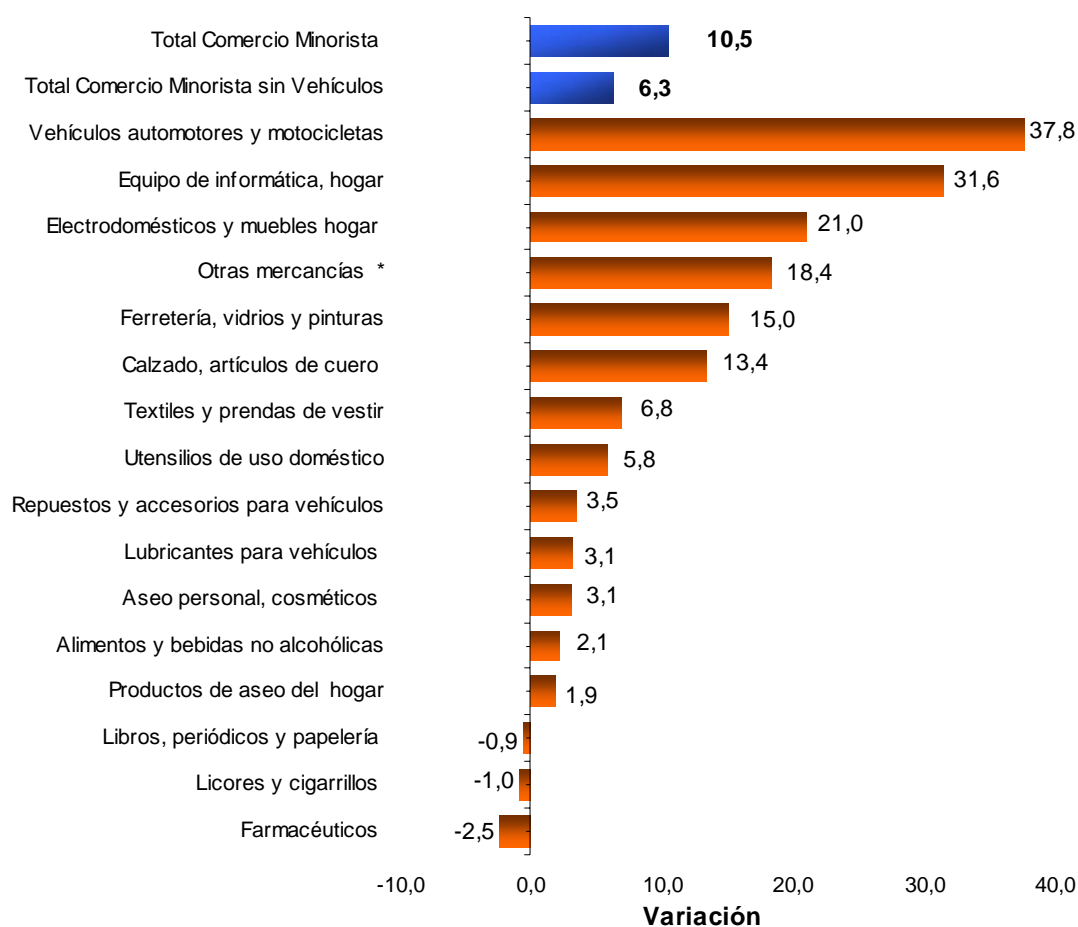


Fuente DANE – MMCM

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

En los primeros siete meses del año, las ventas reales del comercio minorista aumentaron 10,5% respecto al mismo período del año anterior. Trece de dieciseis líneas de mercancías presentaron variaciones positivas, entre las que se destacan vehículos automotores y motocicletas; y equipo de informática, hogar. Por su parte, las líneas de mercancías que presentaron variaciones negativas, fueron: farmacéuticos; licores y cigarrillos; y libros, periódicos y papelería.

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

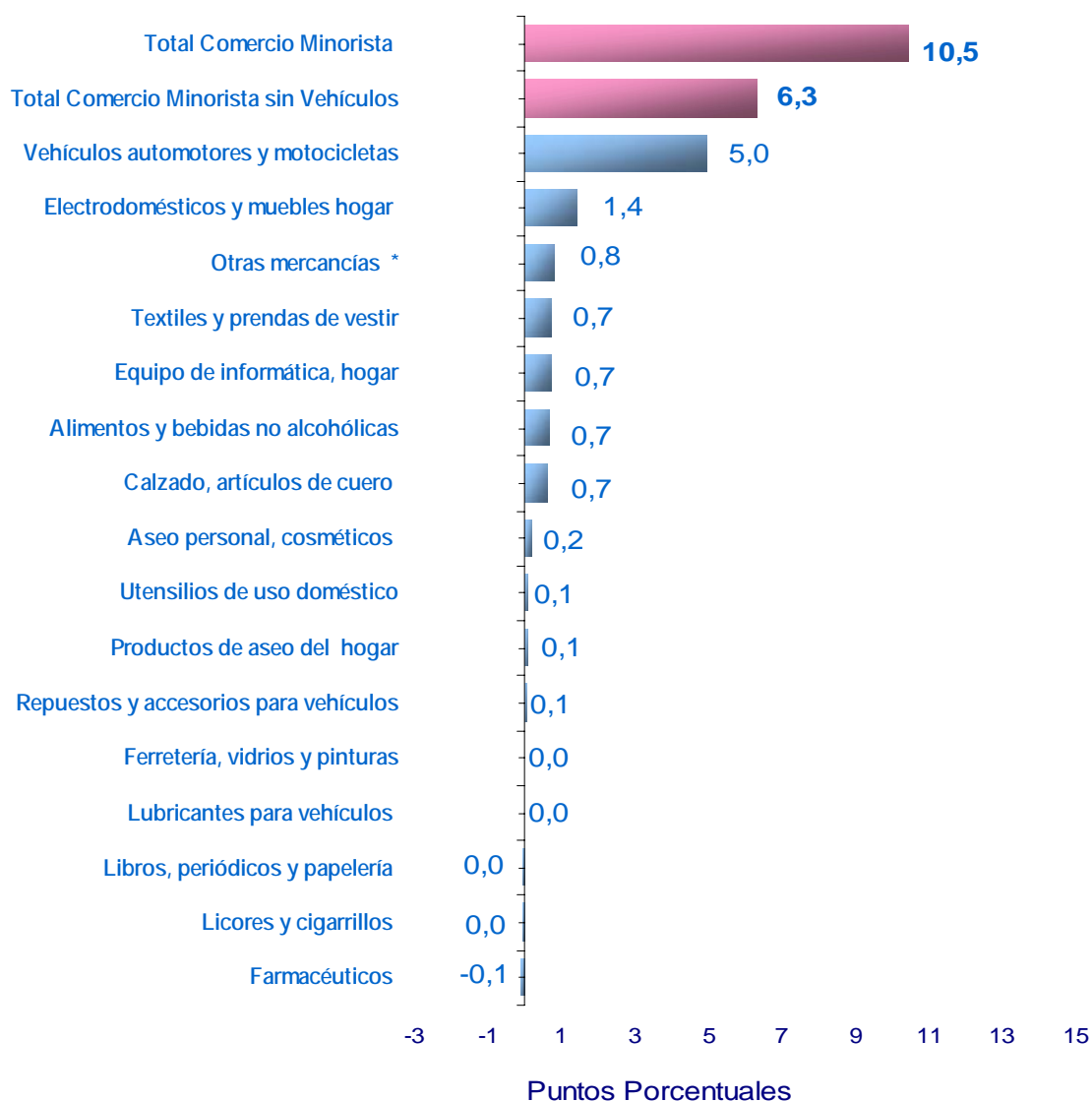


Fuente DANE – MMCM

* 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 de: vehículos automotores y motocicletas; y electrodomésticos y muebles para el hogar. En conjunto, estas líneas aportaron 6,4 puntos porcentuales a la variación total.

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



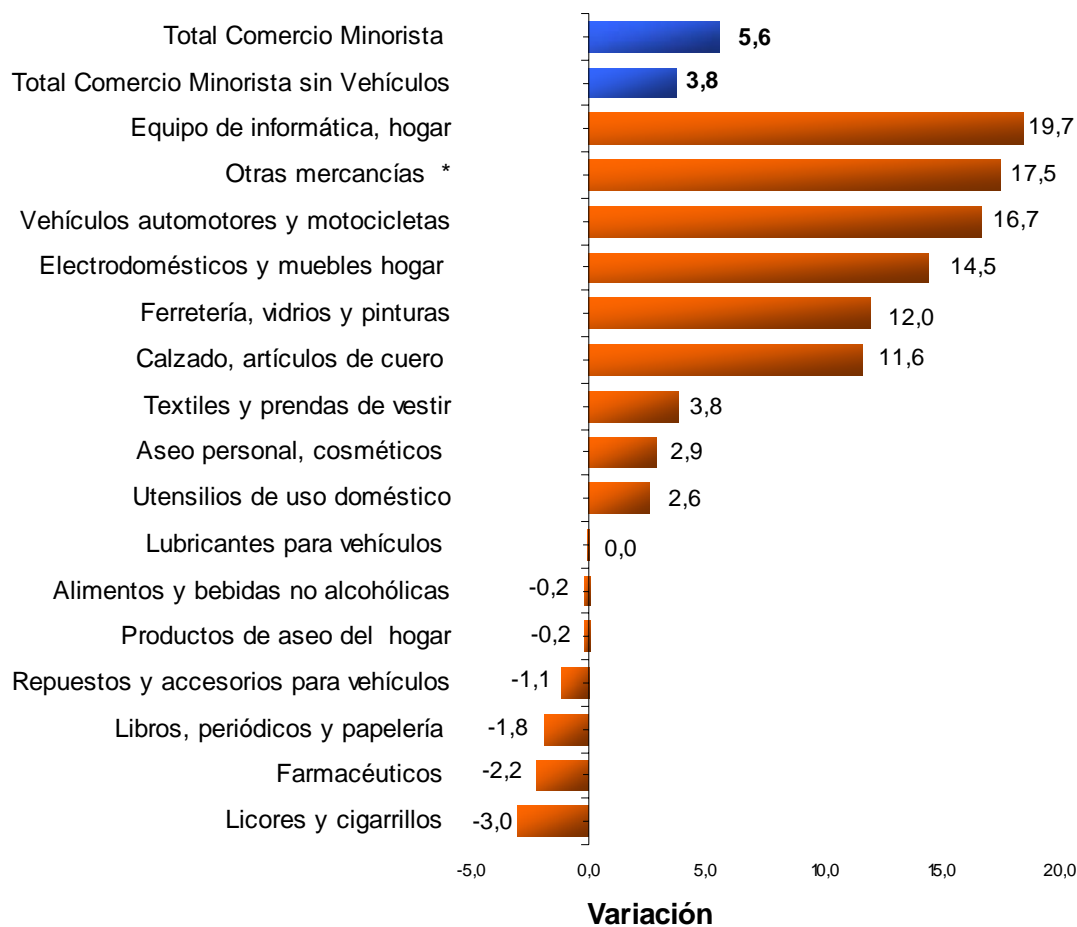
Fuente DANE – MMCM

* 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.

2.1.3 Variación doce meses: julio – julio (2010/2009)

Entre agosto de 2009 y julio de 2010, las ventas reales del comercio minorista presentaron un incremento de 5,6% respecto al año inmediatamente anterior. Nueve de las dieciséis líneas de mercancías en las que se reporta la información, registraron variaciones positivas en el indicador, destacándose equipo de informática, hogar; las agrupadas en “otras mercancías*”; y vehículos automotores y motocicletas.

Gráfico 11
Variación doce meses de las ventas reales
Total nacional
Agosto – julio (2010/2009)

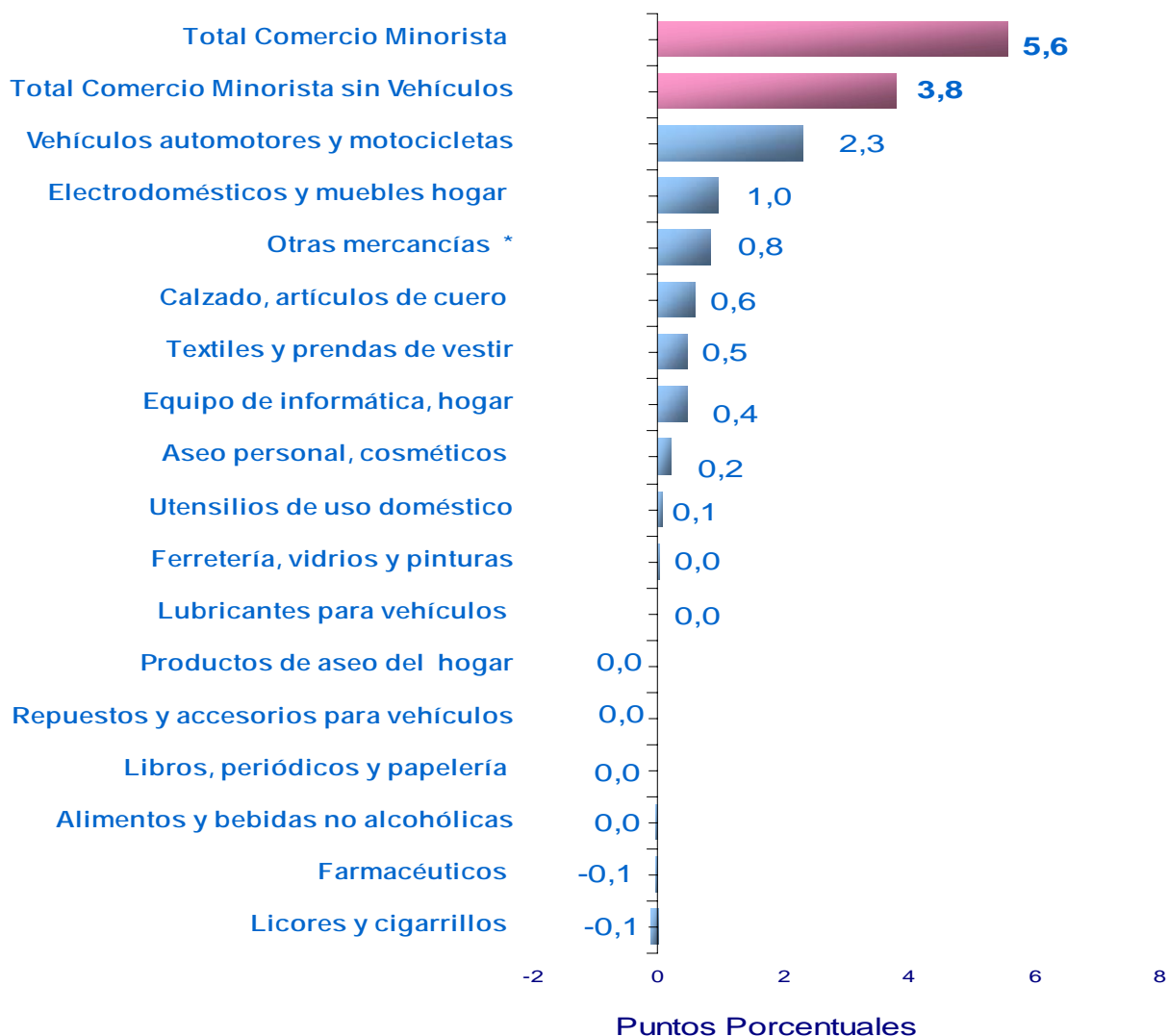


Fuente DANE – MMCM

* 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.

Los grupos que principalmente explican el resultado de las ventas del último año, son: vehículos automotores y motocicletas; electrodomésticos; muebles para el hogar y los denominados “otras mercancías*”; en conjunto, estos aportaron 4,1 puntos porcentuales positivos a la variación total.

Gráfico 12
Contribución doce meses a las ventas reales
Total nacional
Agosto – julio (2010/2009)

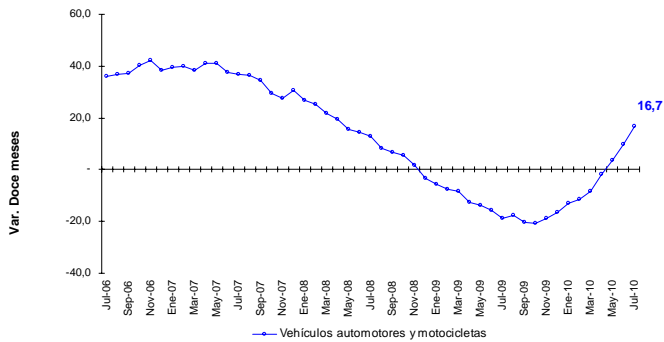


Fuente DANE – MMCM

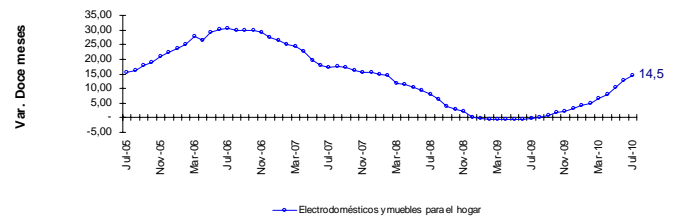
* Otras mercancías, incluye: juguetes, bicicletas, artículos de deporte, piñatería, artículos para bebés, gas propano en cilindros, lubricantes y aditivos para vehículos automotores, equipo fotográfico, revestimiento para pisos, etc.

Gráficos 13 Líneas de mercancías que principalmente explican el crecimiento de las ventas en el acumulado doce meses a julio de 2010

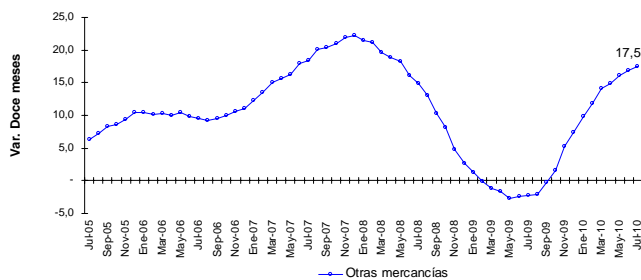
**Variación doce meses de las ventas reales
Vehículos automotores
2006 – 2010 (Julio)**



**Variación doce meses de las ventas reales
Electrodomésticos y muebles para el hogar
2006 – 2010 (Julio)**



**Variación doce meses de las ventas reales
Otras mercancías*
2006 – 2010 (Julio)**



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.

2.2 Actividad comercial CIU Rev. 3

2.2.1 Variación anual: julio (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 julio de 2010 se destacaron los siguientes comportamientos: los mayores incrementos se registraron en las ventas del comercio de libros, periódicos y papelería; y vehículos automotores. En contraste, las mayores variaciones negativas del comercio especializado se presentaron en lubricantes; y productos textiles

Por su parte, las empresas no especializadas con surtido diferente de alimentos registraron un incremento de 34,0% en sus ventas y las no especializadas con surtido compuesto principalmente de alimentos, presentaron un aumento de 11,4%.

Gráfico 14
Variación anual de las ventas reales, según actividad comercial
Total nacional
Julio (2010/2009)



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

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

En los siete primeros meses de 2010, los mayores incrementos en las ventas reales de los establecimientos especializados se registraron en vehículos automotores y otros productos de uso doméstico. En este mismo período, las empresas especializadas en la venta de lubricantes presentaron la mayor contracción de sus ventas.

Por su parte, las empresas no especializadas con surtido diferente de alimentos registraron un incremento en sus ventas reales de 27,3% y las no especializadas con surtido principalmente de alimentos, presentaron un crecimiento de 8,4%.

Gráfico 15
Variación año corrido de las ventas reales
Total nacional
Enero – julio (2010/2009)



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

2.2.3 Variación doce meses: agosto – julio (2010/2009)

En los últimos doce meses hasta julio de 2010, las mayores variaciones positivas de las ventas reales en establecimientos especializados se registraron en otros productos de uso doméstico; en las denominadas “resto de actividades**”; vehículos automotores; calzado, artículos de cuero; y libros, periódicos y papelería. Durante este mismo período, la mayor reducción de las ventas se registró en lubricantes.

Por su parte, las empresas no especializadas con surtido diferente de alimentos incrementaron sus ventas reales en 24,8% y las empresas no especializadas con surtido compuesto principalmente de alimentos, presentaron un crecimiento de 4,4%.

Gráfico 16

Variación doce meses de las ventas reales

Total nacional

Agosto - julio (2010/2009)



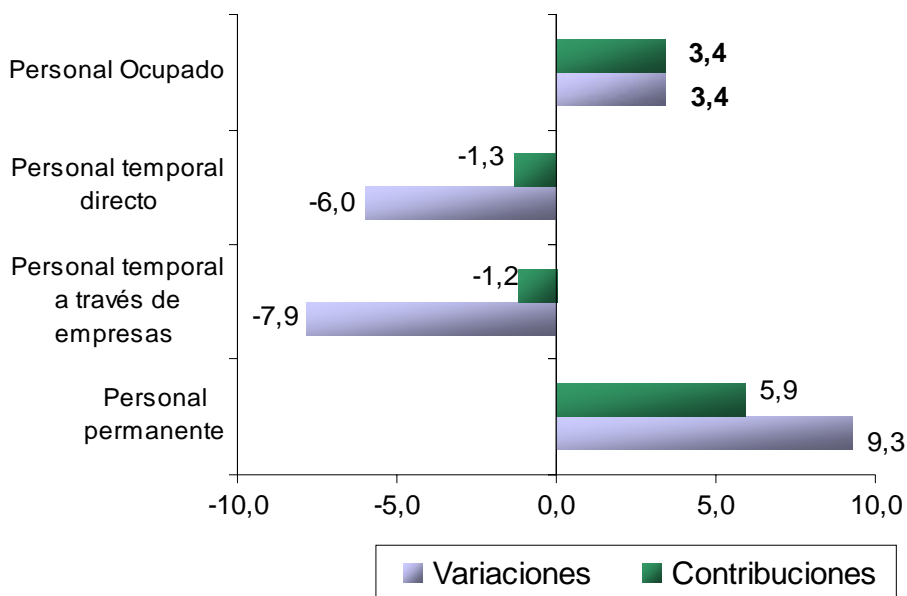
*Resto de actividades, incluye el comercio al por menor de: artículos de ferretería; computadores y programas de informática; equipo fotográfico, óptico y de precisión, etc.

3. Personal ocupado

3.1 Variación anual: julio (2010/2009)

En julio de 2010, el personal ocupado por el comercio minorista aumentó 3,4% respecto al mismo mes del año anterior, como resultado del aporte positivo de 5,9 puntos porcentuales del personal permanente y del aporte negativo de 2,5 puntos porcentuales del personal temporal.

Gráfico 17
Variación y contribución anual del personal ocupado
Total nacional
Julio (2010/2009)

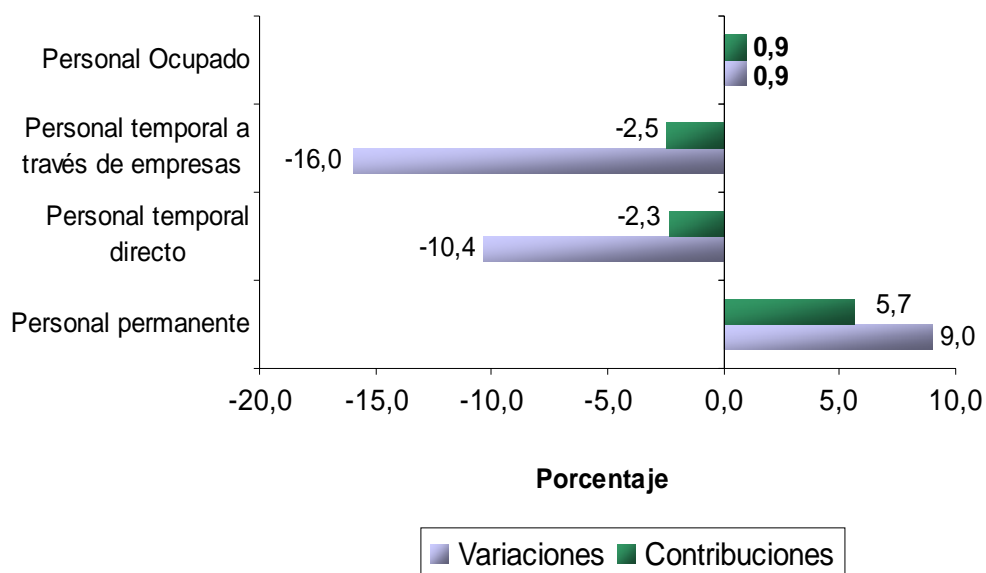


Fuente DANE – MMCM

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

En lo corrido de 2010, el personal ocupado del comercio minorista presentó un aumento de 0,9% respecto al mismo período del año anterior. Este comportamiento se explica por el aumento del personal permanente, cuya contribución de 5,7 puntos porcentuales positivos a la variación total, logró contrarrestar la reducción en la vinculación de personal temporal que aportó 4,8 puntos porcentuales negativos a la misma.

Gráfico 18
Variación y contribución año corrido del personal ocupado
Total nacional
Enero – julio (2010/2009)

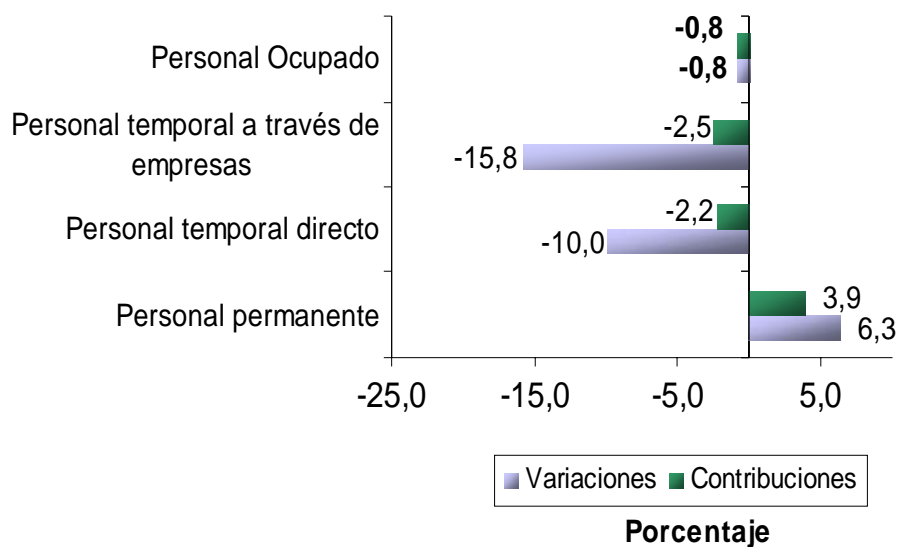


Fuente DANE – MMCM

3.3 Variación doce meses: agosto – julio (2010/2009)

En los últimos doce meses hasta julio de 2010, el personal ocupado del comercio minorista registró una reducción de 0,8% respecto al año anterior. En este período, el personal temporal contratado a través de empresas y el personal temporal directo presentaron variaciones negativas, contribuyendo conjuntamente con 4,7 puntos porcentuales negativos a la variación total.

Gráfico 19
Variación y contribución doce meses del personal ocupado
Total nacional
Agosto - julio (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 Julio
- hasta el mes de referencia del año (Julio hasta i,t), y lo transcurrido en igual período del año anterior (Julio 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)