

**MUESTRA MENSUAL DE COMERCIO AL POR MENOR**  
**Julio de 2011**



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
    - 2.1.2 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 2011, las ventas del comercio minorista aumentaron 11,8% y el personal ocupado 5,7%, con relación al mismo mes de 2010.
- Durante este período, las líneas de mercancías que presentaron los mayores crecimientos en sus ventas, fueron: equipo de informática, hogar (49,6%); artículos de ferretería (22,0%); electrodomésticos y muebles para el hogar (21,6%); vehículos automotores y motocicletas (21,2%); y calzado y artículos de cuero (18,3%).
- Durante los primeros siete meses del año 2011, las ventas reales del comercio minorista registraron un crecimiento de 13,8% y el personal ocupado 5,2%, respecto al mismo período de 2010.
- Las líneas de mercancías que presentaron los mayores crecimientos en sus ventas en lo corrido del año, fueron: vehículos automotores y motocicletas (41,5%); equipo de informática, hogar (39,6%); artículos de ferretería, vidrios y pinturas (26,2%); calzado y artículos de cuero (22,7%); y electrodomésticos y muebles para el hogar (17,4%).
- Durante los últimos doce meses hasta julio de 2011, el comercio minorista presentó un aumento de 14,7% en las ventas reales respecto al año precedente. Las dieciséis líneas de mercancías en las que se reporta la información, registraron variaciones positivas en el indicador, destacándose las de vehículos automotores y motocicletas (49,3%); equipo de informática, hogar (41,9%); artículos de ferretería, vidrios y pinturas (27,6%); calzado y artículos de cuero (23,2%); y electrodomésticos y muebles para el hogar (19,4%).
- En este mismo período, el personal ocupado presentó una variación positiva de 4,6%, explicado principalmente por el aumento de 5,4% del personal permanente, que aportó 3,5 puntos porcentuales a la variación total.

**Director**

Jorge Raúl Bustamante Roldán

**Subdirector**

Christian R. Jaramillo Herrera

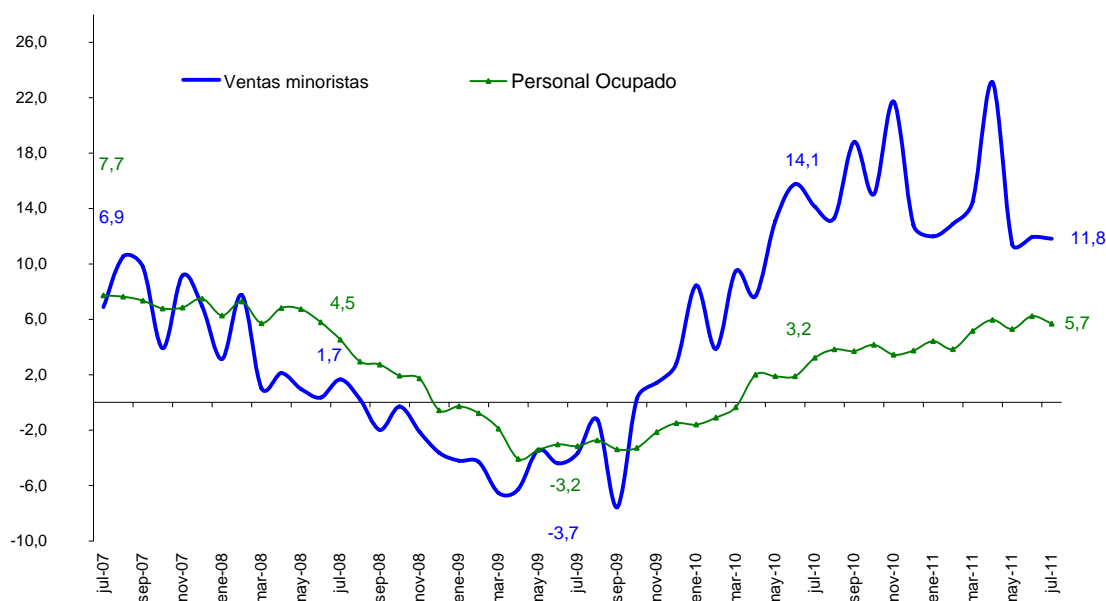
**Director de Metodología y Producción Estadística**

Eduardo Efraín Freire Delgado

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

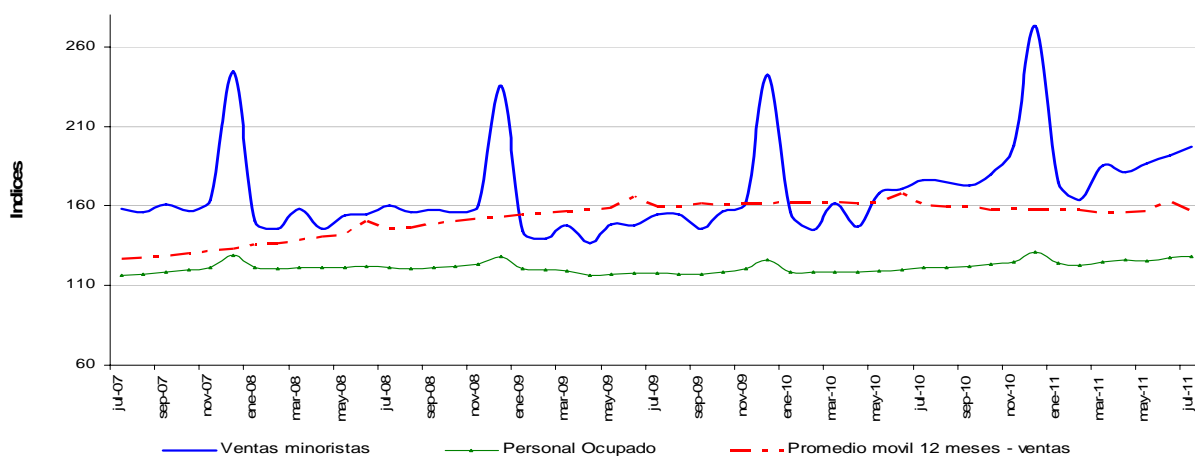
En julio de 2011, las ventas reales y el personal ocupado del comercio minorista aumentaron 11,8% y 5,7% respectivamente, comparado con el mismo mes de 2010, cuando las ventas habían reportado un incremento de 14,1% y el personal ocupado 3,2%.

**Gráfico 1**  
**Variación anual de las ventas reales y el personal ocupado**  
**Total nacional**  
**2007 – 2011 (Julio)**



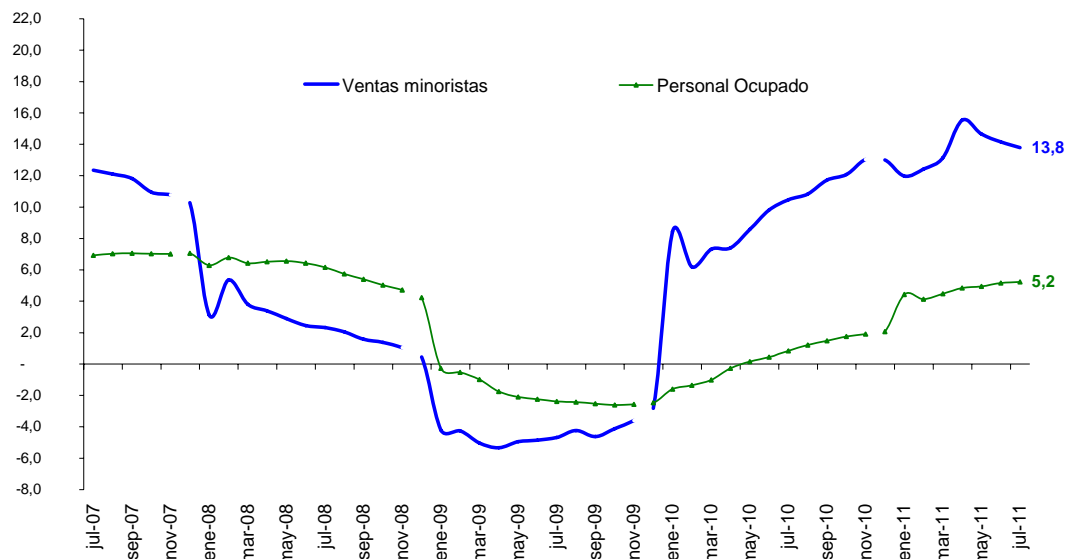
Fuente DANE – MMCM

**Gráfico 2**  
**Índices mensuales de ventas reales y personal ocupado**  
**Total nacional**  
**Índice base: promedio año 1999 = 100**  
**2007 – 2011 (Julio)**



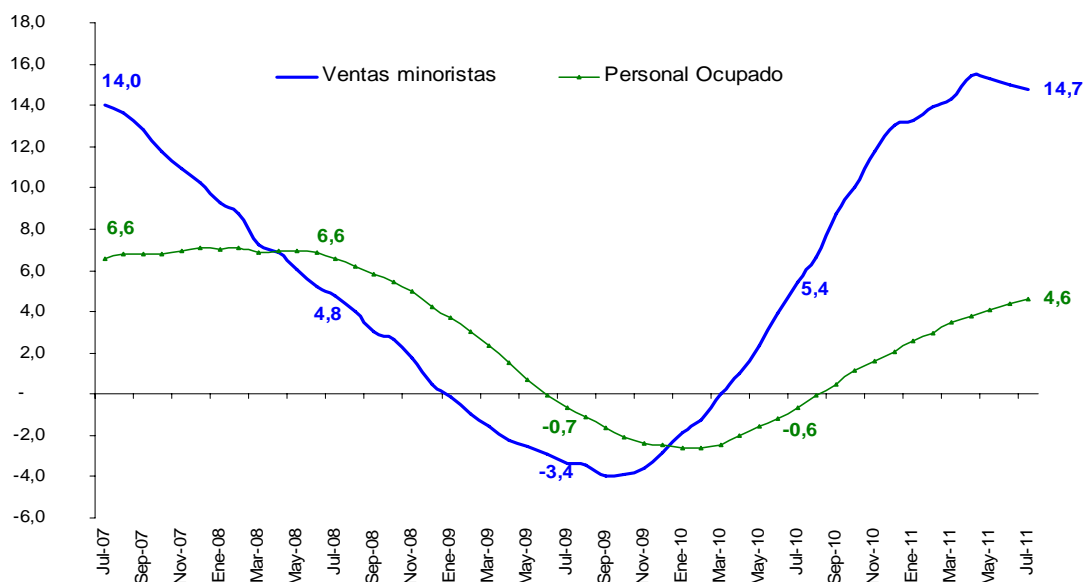
Fuente DANE – MMCM

**Gráfico 3**  
**Variación año corrido de las ventas reales y el personal ocupado**  
**Total nacional**  
**2007 – 2011 (Julio)**



Fuente DANE – MMCM

**Gráfico 4**  
**Variación doce meses de las ventas reales y el personal ocupado**  
**Total nacional**  
**2007 – 2011 (Julio)**



Fuente DANE – MMCM

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

Indicador	Variación (%)					
	Anual		Año corrido		Doce meses	
	Julio		Enero - Julio		Agosto - Julio	
	2010	2011	2010	2011	2010	2011
<b>Ventas</b>	14,1	11,8	10,5	13,8	5,4	14,7
<b>Ventas sin vehículos</b>	9,6	9,8	6,3	8,4	3,8	8,6
<b>Personal ocupado</b>	3,2	5,7	0,8	5,2	-0,6	4,6

Fuente DANE – MMCM

## 2. Ventas reales

### 2.1 Grupos de mercancías

#### 2.1.1 Variación anual: julio (2011/2010)

Durante el mes de julio de 2011, las ventas del comercio minorista aumentaron 11,8% respecto al nivel registrado en igual mes de 2010. Los grupos de mercancías que presentaron los mayores crecimientos, fueron: equipo de informática, artículos de ferretería, vidrios y pinturas; electrodomésticos y muebles para el hogar; vehículos automotores y motocicletas; y calzado, artículos de cuero. En contraste, la única reducción se registró en lubricantes para vehículos. (Gráfico 5)

#### Gráfico 5

##### Variación anual de las ventas reales

##### Total nacional (2011/2010) Julio

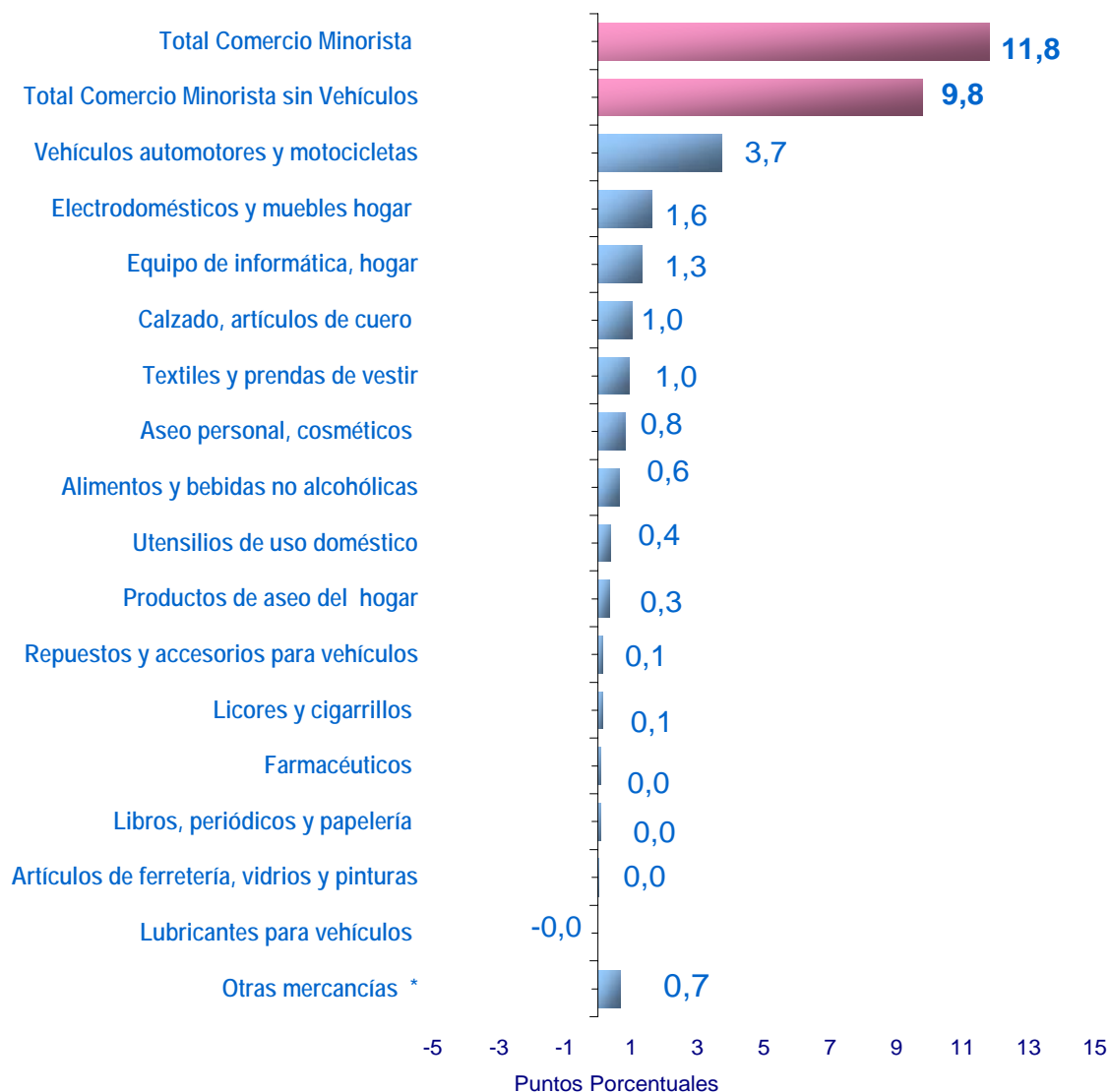


Fuente DANE – MMCM

\* 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 en el mes, las realizaron las líneas de vehículos automotores y motocicletas; electrodomésticos y muebles para el hogar; equipo de informática hogar; calzado, artículos de cuero; y productos textiles y prendas de vestir. El aporte conjunto de estos grupos a la variación total fue 8,6 puntos porcentuales.

**Gráfico 6**  
**Contribución anual a las ventas reales**  
**Total nacional**  
**(2011/2010) Julio**



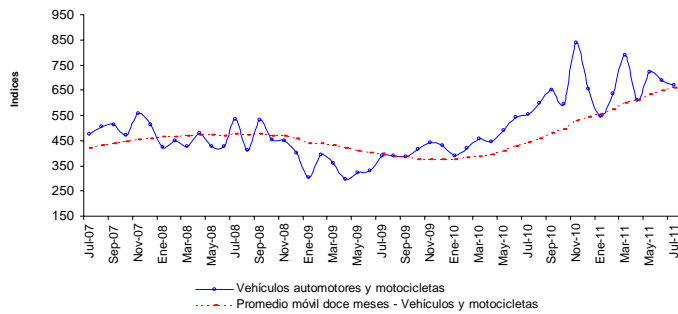
Fuente DANE – MMCM

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

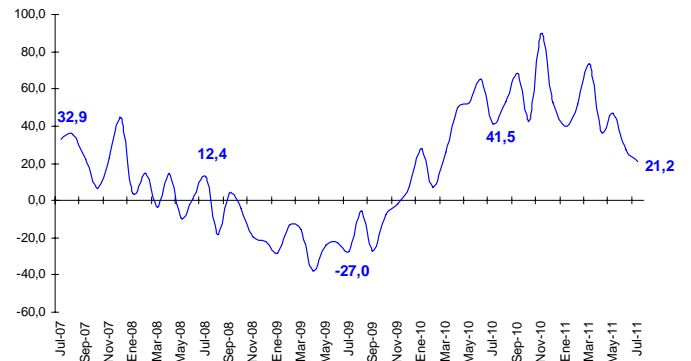
**Gráficos 7**

**Líneas de mercancías que principalmente explican el crecimiento en ventas de julio de 2011**

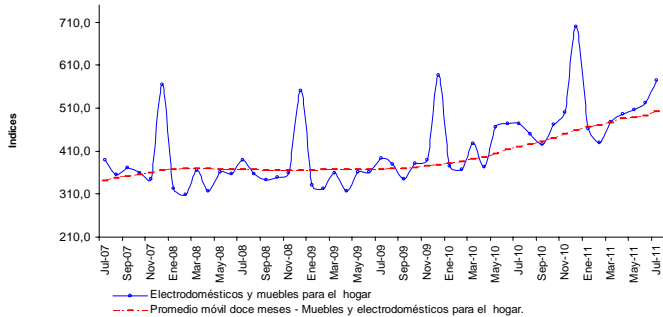
**Gráfico 7.1**  
Índice mensual vehículos automotores y motocicletas  
Índice base: promedio año 1999 = 100  
2007 – 2011 (Julio)



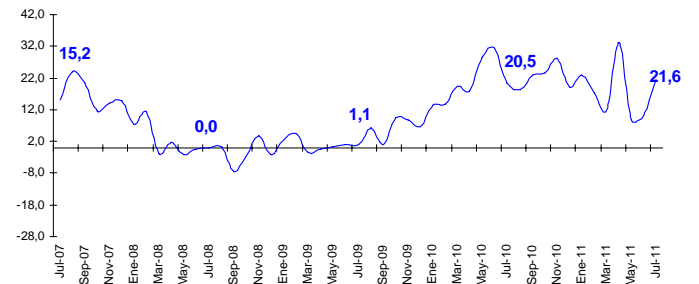
**Gráfico 7.2**  
Variación anual de las ventas reales  
Vehículos automotores y motocicletas  
2007 – 2011 (Julio)



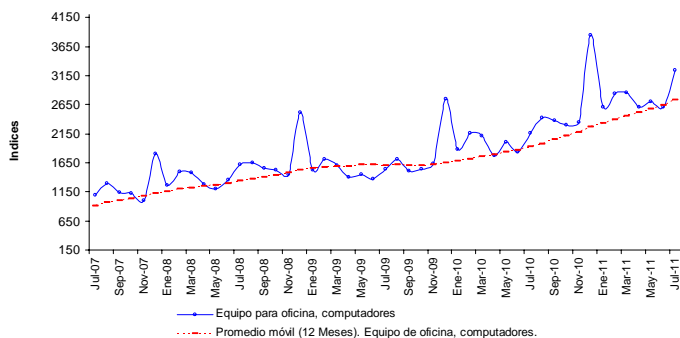
**Gráfico 7.3**  
Índice mensual electrodomésticos y muebles para el hogar  
Índice base: promedio año 1999 = 100  
2007 – 2011 (Julio)



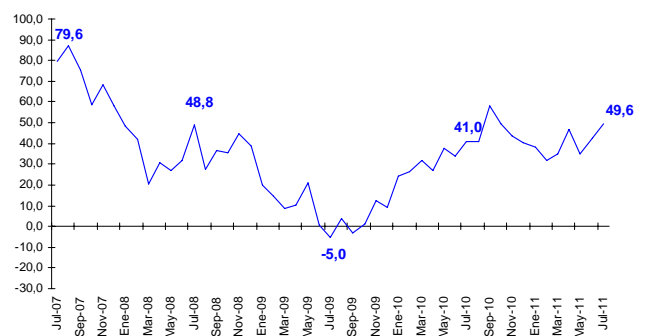
**Gráfico 7.4**  
Variación anual de las ventas reales  
Electrodomésticos y muebles para el hogar  
2007 – 2011 (Julio)



**Gráfico 7.5**  
Índice mensual equipo de informática, hogar  
Índice base: promedio año 1999 = 100  
2007 – 2011 (Julio)



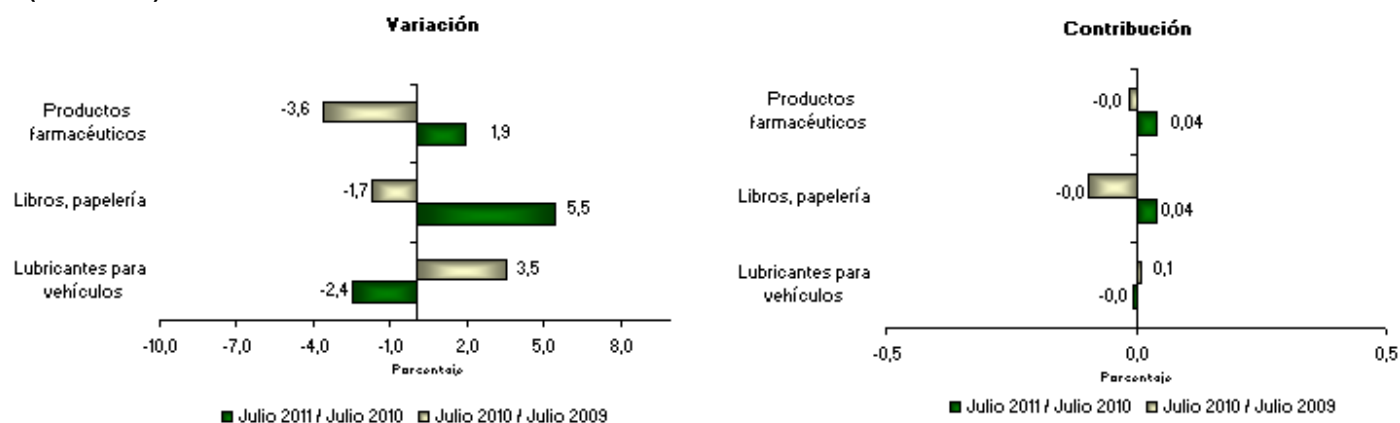
**Gráfico 7.6**  
Variación anual de las ventas reales  
Equipo de informática, hogar  
2007 – 2011 (Julio)



Fuente DANE – MMCM

Al comparar los resultados de las ventas minoristas de julio de 2011 con los de julio de 2010, se destacan tres líneas de mercancías por presentar los mayores contrastes en las variaciones anuales en los dos períodos. (Gráfico 8).

**Gráfico 8**  
**Principales cambios de comportamiento en ventas anuales**  
**Julio (2011- 2010)**



Fuente DANE – MMCM

### 2.1.2 Variación año corrido: enero - julio (2011/2010)

Durante los primeros siete meses de 2011, las ventas reales del comercio minorista presentaron un incremento de 13,8% con respecto al mismo período de 2010. Las líneas de mercancías que registraron los mayores crecimientos fueron: vehículos automotores y motocicletas; equipo de informática, hogar; artículos de ferretería, vidrios y pinturas; calzado y artículos de cuero; y electrodomésticos y muebles para el hogar. (Gráfico 9)

**Gráfico 9**  
**Variación año corrido de las ventas reales**  
**Total nacional**  
**Enero – julio (2011/2010)**



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 10**  
**Contribución año corrido a las ventas reales**  
**Total nacional**  
**Enero – julio (2011/2010)**



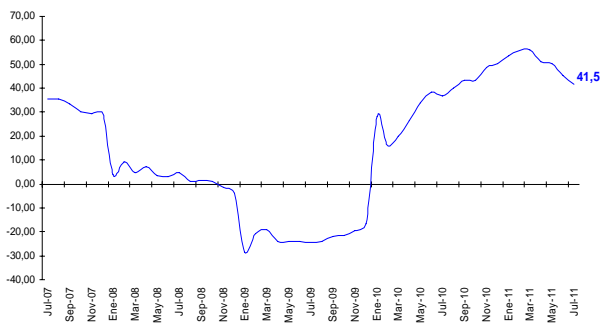
Fuente DANE – MMCM

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

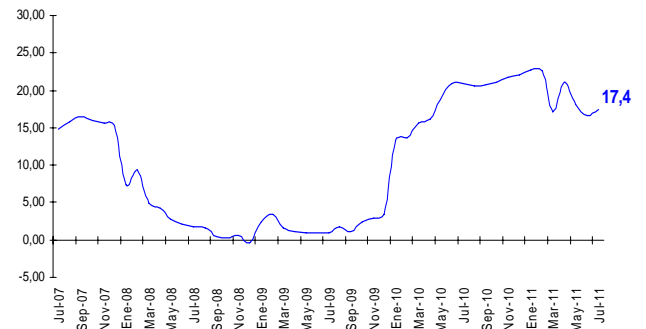


**Gráficos 11**  
**Líneas de mercancías que principalmente explican el crecimiento de las ventas**  
**en el año corrido a julio de 2011**

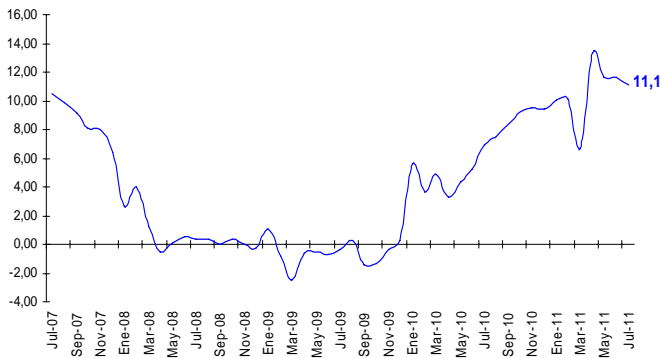
**Gráfico 11.1**  
**Variación año corrido de las ventas reales**  
**Vehículos automotores y motocicletas**  
**2011 (Enero- julio)**



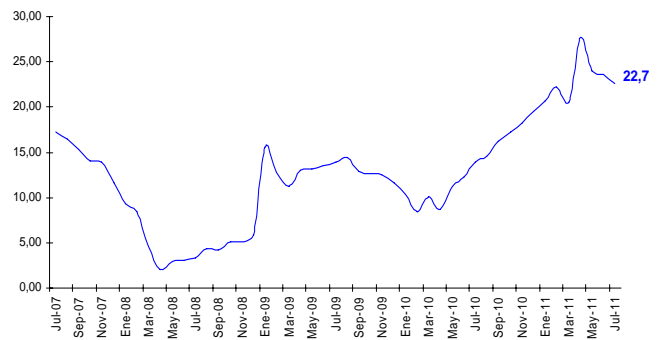
**Gráfico 11.2**  
**Variación año corrido de las ventas reales**  
**Electrodomésticos y muebles para el hogar**  
**2011 (Enero- julio)**



**Gráfico 11.3**  
**Variación año corrido de las ventas reales**  
**Productos textiles y prendas de vestir**  
**2011 (Enero- julio)**



**Gráfico 11.4**  
**Variación año corrido de las ventas reales**  
**Calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero**  
**2011 (Enero – julio)**

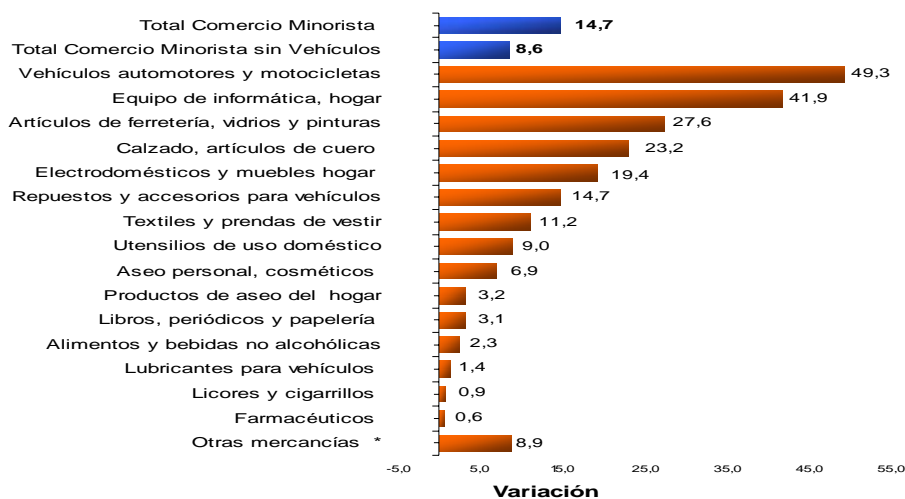


Fuente DANE – MMCM

### 2.1.3 Variación doce meses

Durante los últimos doce meses hasta julio de 2011, las ventas reales del comercio minorista presentaron un incremento de 14,7% respecto al año precedente. Las dieciséis líneas de mercancías en las que se reporta la información, registraron variaciones positivas en el indicador, destacándose las de vehículos automotores y motocicletas; equipo de informática, hogar; artículos de ferretería, vidrios y pinturas; calzado, artículos de cuero; y electrodomésticos y muebles para el hogar.

**Gráfico 12**  
Variación doce meses de las ventas reales  
Total nacional  
(2010/2011)

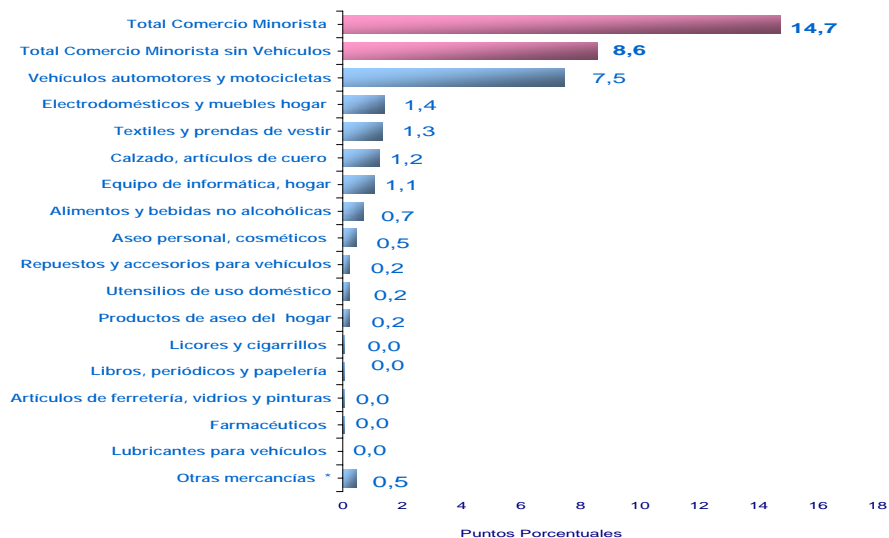


Fuente DANE – MMCM

\* Otras mercancías, incluye: juguetes, bicicletas, artículos de deporte, piratería, artículos para bebés, gas propano en cilindros, equipo fotográfico, revestimiento para pisos, etc.

Las mayores contribuciones a la variación total de las ventas en los últimos doce meses, estuvieron a cargo de las líneas de vehículos automotores y motocicletas; electrodomésticos y muebles para el hogar; productos textiles y prendas de vestir; calzado, artículos de cuero; y equipo de informática, hogar. El aporte conjunto de estos cinco grupos de mercancías a la variación total fue 12,5 puntos porcentuales.

**Gráfico 13**  
Contribución doce meses a las ventas reales  
Total nacional  
(2010/2011)

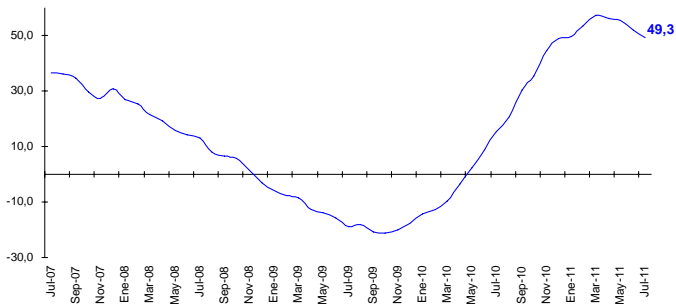


Fuente DANE – MMCM

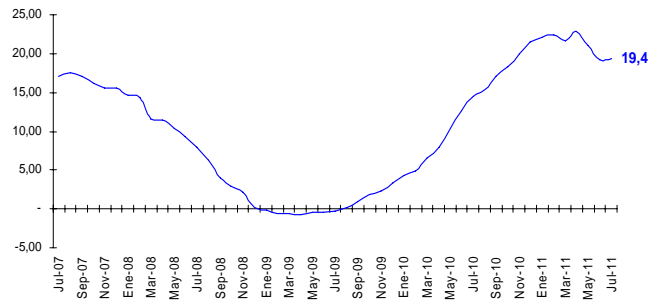
\* Otras mercancías, incluye: juguetes, bicicletas, artículos de deporte, piratería, artículos para bebés, gas propano en cilindros, equipo fotográfico, revestimiento para pisos, etc.

**Gráficos 14**  
**Líneas de mercancías que principalmente explican el crecimiento de las ventas en el acumulado doce meses a julio de 2011**

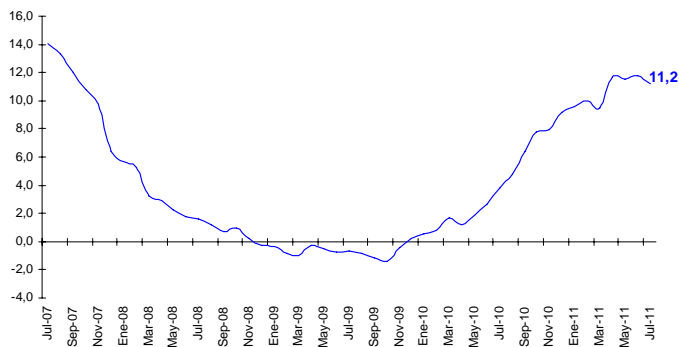
**Gráfico 14.1**  
**Variación doce meses de las ventas reales**  
**Vehículos automotores y motocicletas**  
**2007 – 2011 (Julio)**



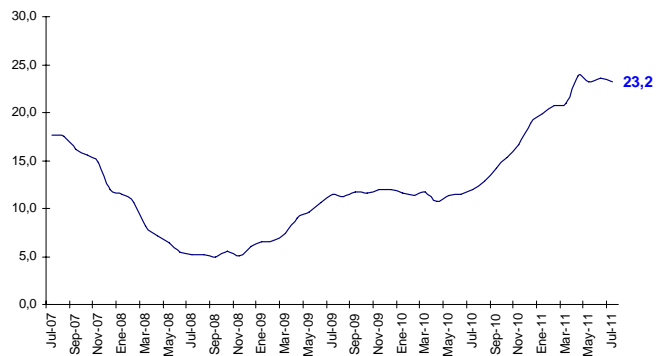
**Gráfico 14.2**  
**Variación doce meses de las ventas reales**  
**Electrodomésticos y muebles para el hogar**  
**2007 – 2011 (Julio)**



**Gráfico 14.3**  
**Variación doce meses de las ventas reales**  
**Productos textiles y prendas de vestir**  
**2007 – 2011 (Julio)**



**Gráfico 14.4**  
**Variación doce meses de las ventas reales**  
**Calzado y artículos de cuero y sucedáneos del cuero**  
**2007 – 2011 (Julio)**



Fuente DANE – MMCM

## 2.2 Actividad comercial CIIU Rev. 3

### 2.2.1 Variación anual: julio (2011/2010)

De acuerdo con la actividad comercial (CIIU Rev.3) en la que se clasifican las empresas investigadas por la Muestra Mensual de Comercio al por Menor, en julio de 2011 se destacaron los crecimientos de las ventas registradas por los almacenes de vehículos automotores; libros, periódicos y papelería; farmacéuticos, perfumería; y calzado y artículos de cuero. En contraste, la única reducción se registró en equipo y artículos de uso doméstico.

Los almacenes no especializados con surtido diferente de alimentos registraron incremento de 33,3% en sus ventas, y los no especializados con surtido compuesto principalmente de alimentos presentaron aumento de 14,3%.

**Gráfico 15**  
**Variación anual de las ventas reales, según actividad comercial**  
**Total nacional**  
**Julio (2011/2010)**



Fuente DANE – MMCM

\*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 (2011/2010)

Durante los siete primeros meses de 2011, las ventas de los almacenes no especializados con surtido diferente de alimentos registraron incremento de 36,0%, y los no especializados con surtido compuesto principalmente de alimentos presentaron aumento de 9,6%. Los mayores crecimientos en las ventas reales se registraron en los almacenes de vehículos automotores; calzado y artículos de cuero; motocicletas y sus partes; libros, periódicos y papelería; y partes, piezas para vehículos. En contraste, sólo una actividad registró reducción en sus ventas: equipo y artículos de uso doméstico.

**Gráfico 16**  
**Variación año corrido de las ventas reales**  
**Total nacional**  
**Enero - julio (2011/2010)**



Fuente DANE – MMCM

\*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

En los últimos doce meses hasta julio de 2011, los mayores incrementos en las ventas reales en establecimientos especializados se registraron en vehículos automotores; calzado, artículos de cuero; libros, periódicos y papelería; y motocicletas y sus partes. En contraste, durante este mismo período, la única reducción de las ventas se registró en equipo y artículos de uso doméstico.

Por su parte, los almacenes no especializados con surtido diferente de alimentos incrementaron sus ventas reales en 36,9%, y los no especializados con surtido compuesto principalmente de alimentos presentaron un crecimiento de 9,9%.

#### Gráfico 17

#### Variación doce meses de las ventas reales Total nacional (2010/2011)



Fuente DANE – MMCM

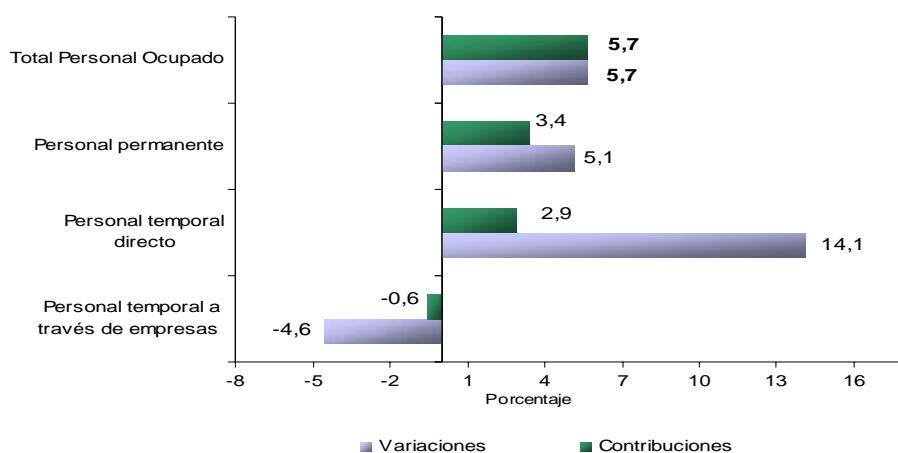
\*Resto de actividades, incluye el comercio al por menor de: artículos de ferretería; computadores y programas de informática; equipo fotográfico, óptico y de precisión, etc.

### 3. Personal ocupado

#### 3.1 Variación anual: julio (2011/2010)

El personal ocupado por el comercio minorista en julio de 2011 aumentó 5,7%, frente al mismo mes del año anterior. Este resultado se explica por el aumento de dos categorías de contratación, el personal permanente y el temporal directo, cuya contribución conjunta fue 6,3 puntos porcentuales a la variación total.

**Gráfico 18**  
Variación y contribución anual del personal ocupado  
Total nacional  
Julio (2011/2010)

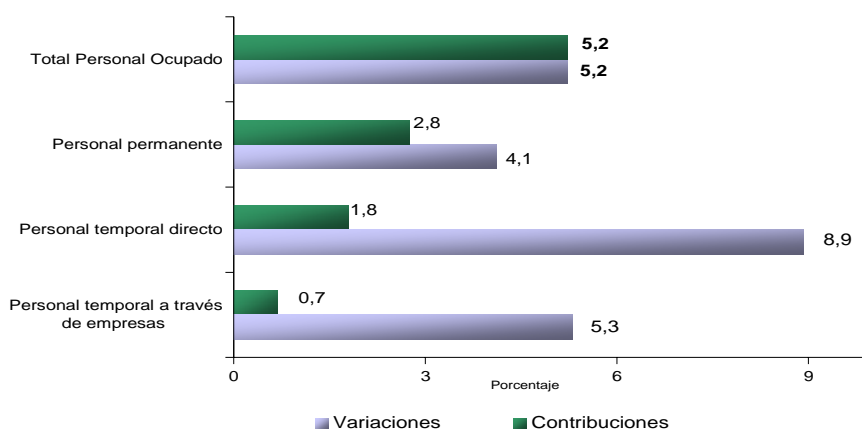


Fuente DANE – MMCM

#### 3.2 Variación año corrido: enero - julio (2011/2010)

El personal ocupado vinculado al comercio minorista en los primeros siete meses del año 2011, presentó un aumento de 5,2%, respecto al mismo período del año anterior. Este resultado se explica por el incremento en la contratación en las tres categorías.

**Gráfico 19**  
Variación y contribución año corrido del personal ocupado  
Total nacional  
Enero - julio (2011/2010)

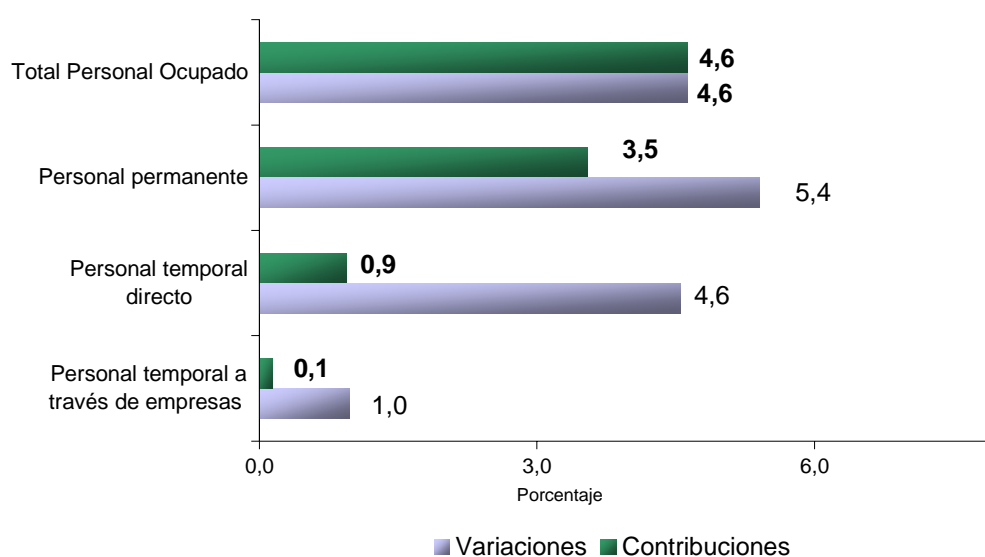


Fuente DANE – MMCM

### 3.2 Variación doce meses

En este período, el personal ocupado presentó una variación positiva de 4,6%, explicado principalmente por el aumento de 5,4% del personal permanente, cuyo aporte fue 3,5 puntos porcentuales a la variación total.

**Gráfico 20**  
**Variación y contribución doce meses del personal ocupado**  
**Total nacional**  
**(2011/2010)**



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)