

MUESTRA MENSUAL DE COMERCIO AL POR MENOR Julio 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 julio de 2012, las ventas del comercio minorista aumentaron 1,3% y el personal ocupado 5,8%, con relación al mismo mes de 2011.
- Las líneas de mercancías que presentaron los mayores crecimientos en sus ventas para este período fueron: equipo de informática, hogar (7,5%), artículos de ferretería, vidrios y pinturas (7,2%), productos textiles y prendas de vestir (5,5%) y repuestos y accesorios para vehículos (5,0%).
- El incremento de 5,8% registrado por el personal ocupado en julio de 2012 se explica por el aumento de la contratación de personal permanente (12,8%) y la disminución en la vinculación tanto de personal temporal directo (-5,6%) como de personal temporal a través de agencias (-11,1%).
- Durante los primeros siete meses de 2012, las ventas reales del comercio minorista presentaron un incremento de 3,3%. Las líneas que registraron los mayores incrementos en sus ventas fueron: equipo de informática, hogar (14,1%), calzado, artículos de cuero (9,0%), productos textiles y prendas de vestir (8,9%) y artículos de ferretería, vidrios y pinturas (8,7%). La única línea de mercancía que registró disminución en este periodo fue vehículos automotores y motocicletas, con -3,0%.
- El personal ocupado por el comercio minorista en los siete primeros meses de 2012 aumentó 6,6%, frente al mismo período de 2011, explicado por el aumento en la contratación de personal permanente (10,5%) y de temporal directo (8,1%), y la disminución en la vinculación de personal temporal a través de agencias (-16,0%).
- Durante los últimos doce meses hasta julio de 2012, las ventas reales del comercio minorista registraron un crecimiento de 4,7%, respecto al año precedente. Las líneas de mercancías que presentaron los mayores crecimientos en sus ventas en este período, fueron: equipo de informática, hogar (18,3%), calzado, artículos de cuero (12,8%), repuestos y accesorios para vehículos (11,2%) y productos textiles y prendas de vestir (9,6%).
- El personal ocupado promedio del comercio minorista durante los últimos doce meses hasta julio de 2012, presentó un aumento de 6,7% respecto al año precedente. Este resultado se explica por el aumento en la contratación de personal permanente (9,1%) y temporal directo (12,0%) y la disminución en la vinculación de personal temporal a través de agencia (-13,4%).

Director

Jorge Bustamante R.

Subdirector

Christian Jaramillo H.

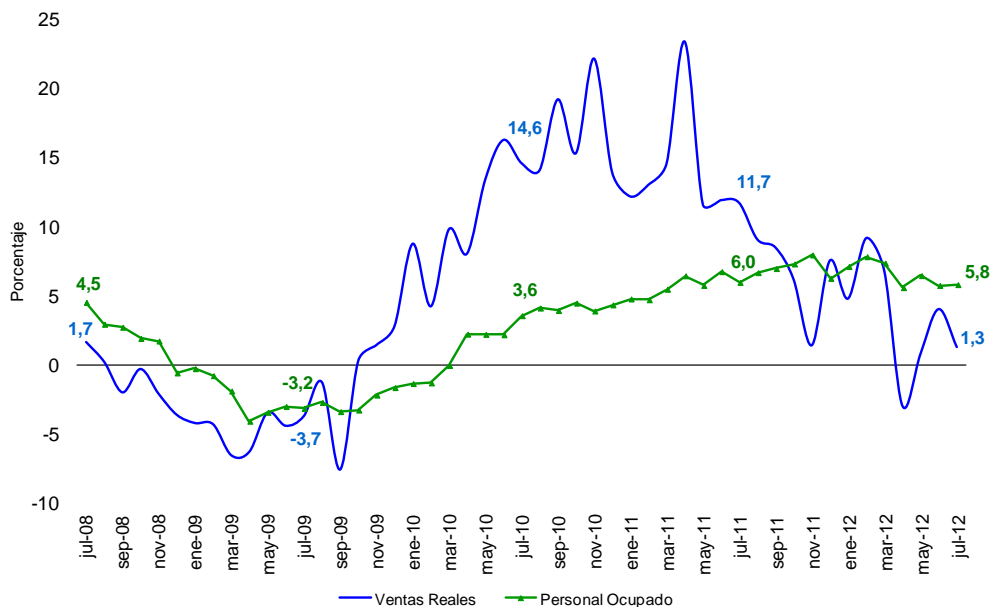
Director de Metodología y Producción Estadística

Eduardo Efraín Freire Delgado

1. Evolución general de las principales variables

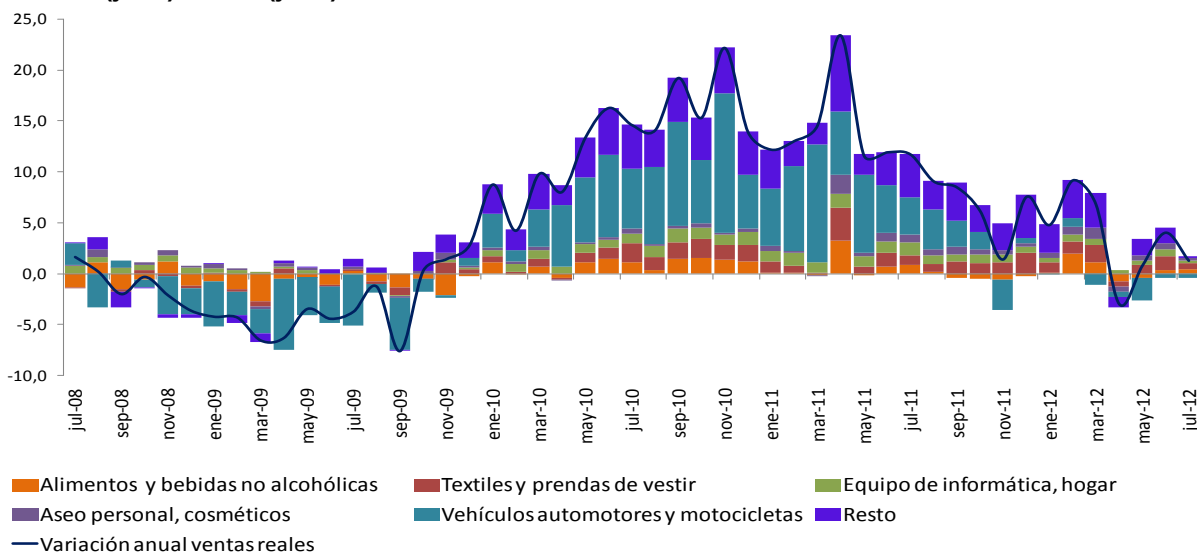
En julio de 2012, las ventas reales y el personal ocupado del comercio minorista aumentaron 1,3% y 5,8% respectivamente, comparado con el mismo mes de 2011, cuando las ventas habían reportado un incremento de 11,7% y el personal ocupado un aumento de 6,0%.

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



Fuente: DANE – MMCM.

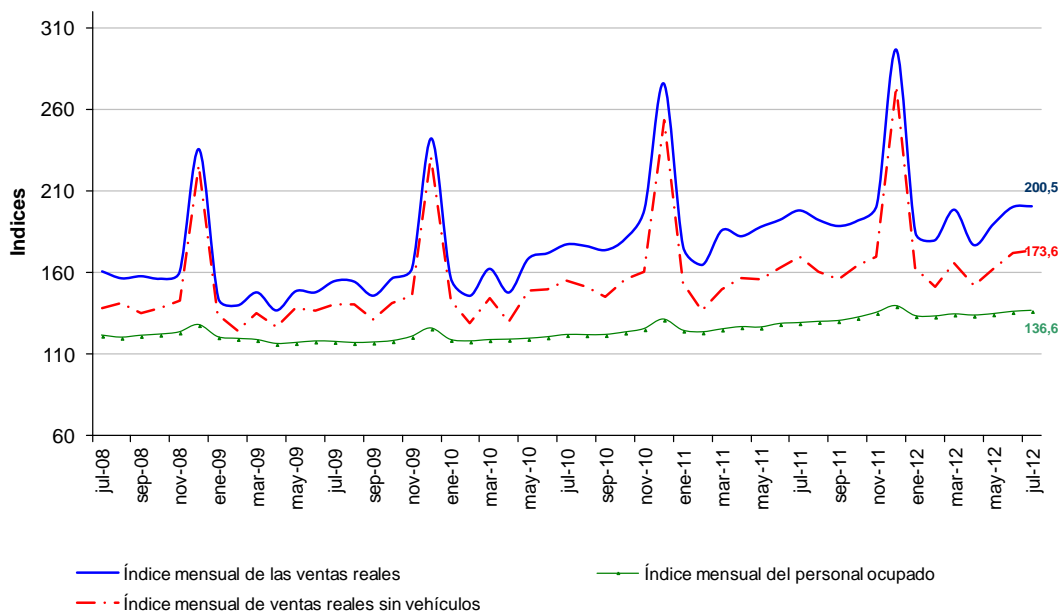
Gráfico 2. Desagregación de las líneas de mercancías que explican principalmente el comportamiento en las ventas reales del comercio minorista Total nacional 2008 (julio) - 2012 (julio)



Fuente: DANE – MMCM.

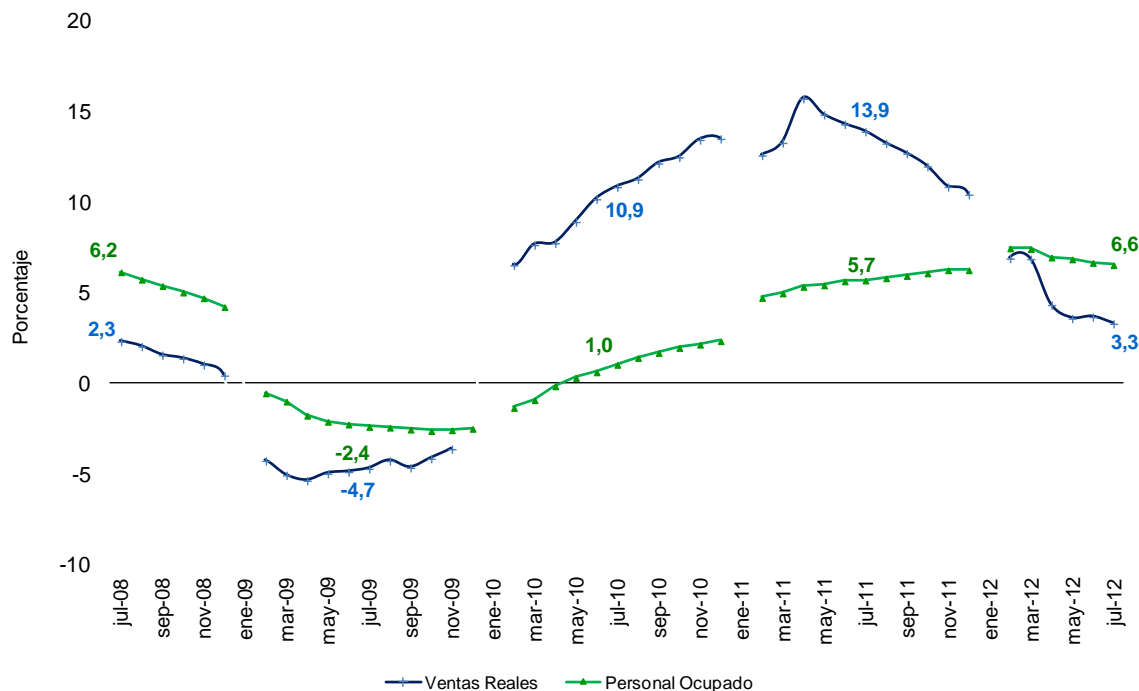
**Gráfico 3. Índices de ventas reales y personal ocupado del comercio minorista
Total nacional
2008 (julio) - 2012 (julio)**

Índice base: promedio año 1999 = 100



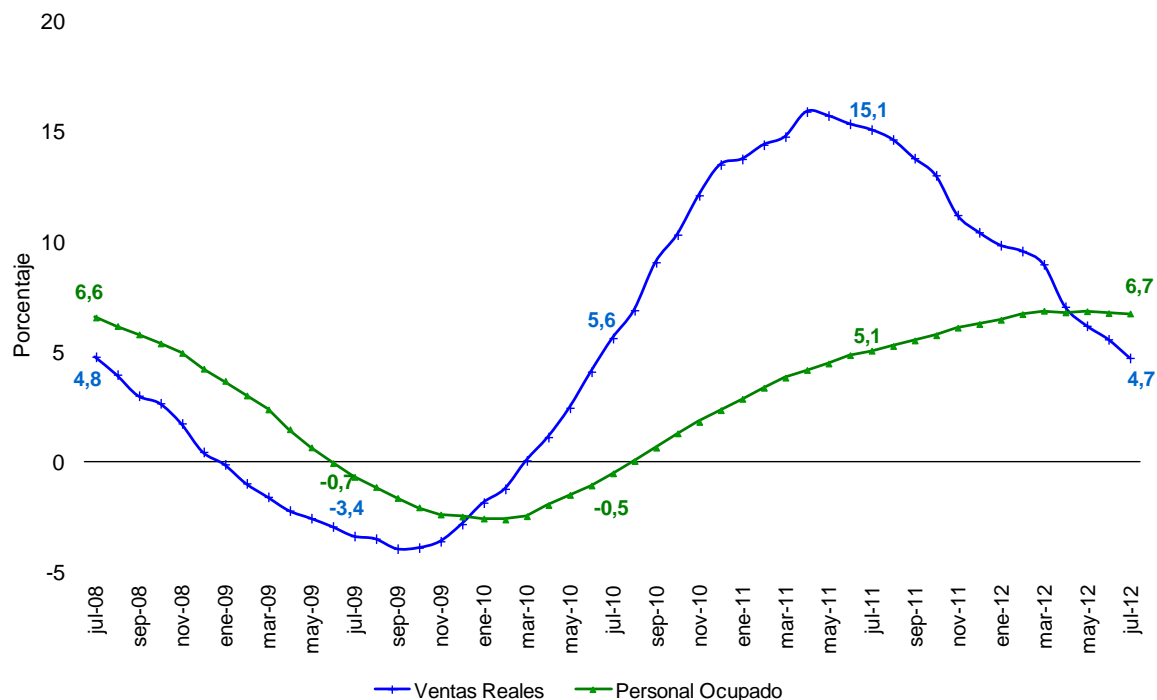
Fuente: DANE – MMCM.

**Gráfico 4. Variación año corrido de las ventas reales y el personal ocupado del comercio minorista
Total nacional
2008 (julio) - 2012 (julio)**



Fuente: DANE – MMCM.

Gráfico 5. Variación acumulada doce meses de las ventas reales y el personal ocupado del comercio minorista Total nacional 2008 (julio) - 2012 (julio)



Fuente: DANE – MMCM.

Tabla 1. Resumen del comportamiento de las principales variables

Variación (%)

Indicador	Anual		Año corrido		Doce meses	
	2011	2012	2011	2012	2011	2012
Ventas	11,7	1,3	13,9	3,3	15,1	4,7
Ventas sin vehículos	9,7	2,1	8,6	4,9	9,1	5,8
Personal ocupado	6,0	5,8	5,7	6,6	5,1	6,7

Fuente: DANE – MMCM

2. Ventas reales

2.1 Grupos de mercancías

2.1.1 Variación anual: julio 2012

En julio de 2012, las ventas reales del comercio minorista aumentaron 1,3% respecto a las registradas en igual mes de 2011. Los grupos de mercancías que presentaron los mayores crecimientos fueron: equipo de informática, hogar; artículos de ferretería, vidrios y pinturas; productos textiles y prendas de vestir; y repuestos y accesorios para vehículos. (Gráfico 6)

Gráfico 6. Variación anual de las ventas reales del comercio minorista
Total nacional
Julio 2012

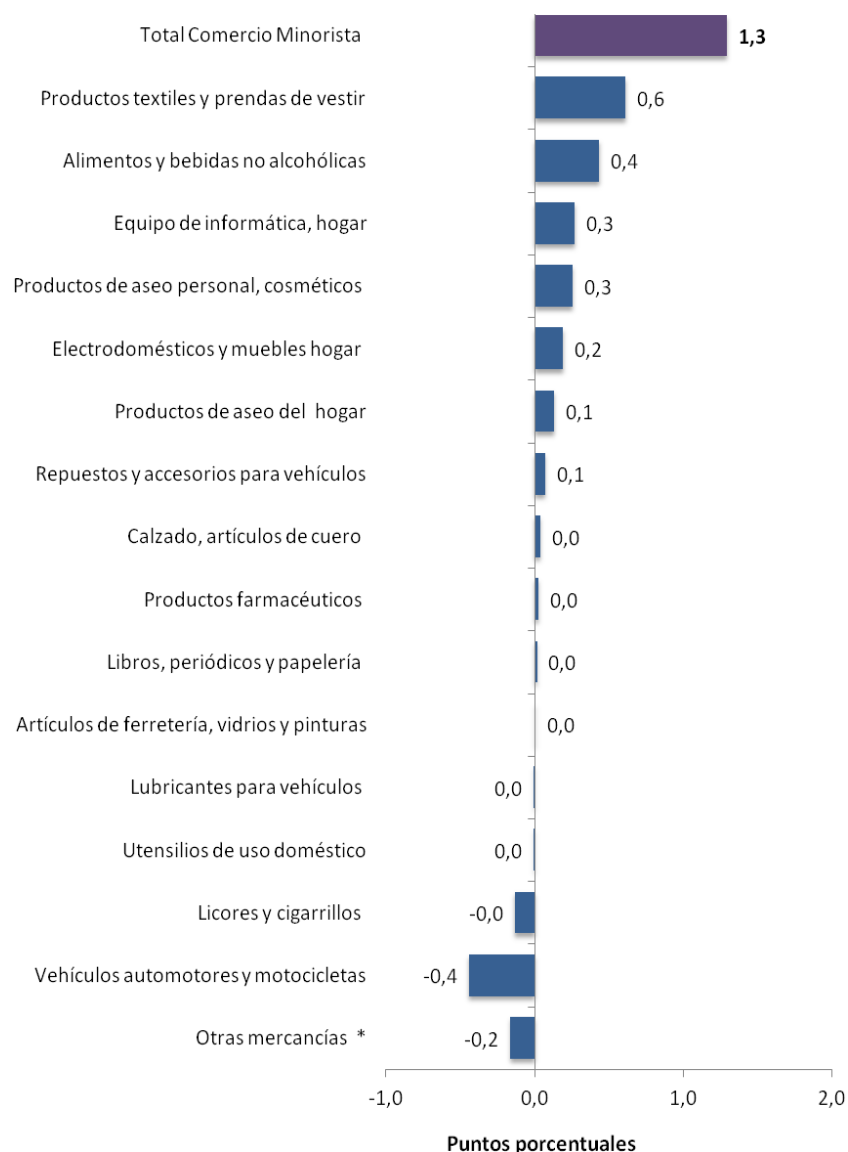


Fuente: DANE – MMCM.

*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 anual de las ventas minoristas en el mes, las presentaron las líneas de productos textiles y prendas de vestir; alimentos y bebidas no alcohólicas; equipo de informática, hogar; y productos de aseo personal, cosméticos. El aporte conjunto de estos grupos a la variación total fue 1,6 puntos porcentuales. Este efecto fue contrarrestado en parte por la reducción en las ventas de vehículos automotores y motocicletas (-2,3%), que restó 0,4 puntos porcentuales a la variación total de las ventas minoristas.

Gráfico 7. Contribución a la variación anual de las ventas reales del comercio minorista
Total nacional
Julio 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 8. Líneas de mercancías que explican principalmente la variación anual de las ventas reales del comercio minorista
Total nacional
Julio 2012

Gráfico 8.1. Índice de ventas de productos textiles y prendas de vestir 2008 (julio) - 2012 (julio)

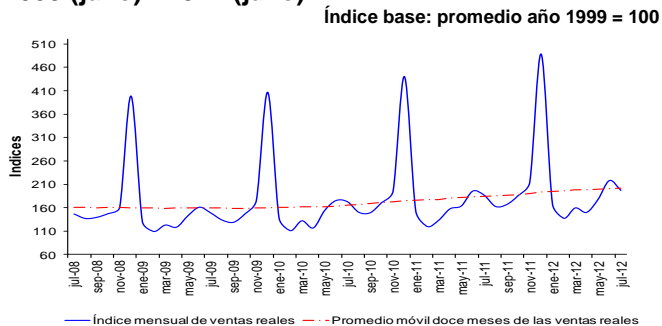


Gráfico 8.2. Variación anual de las ventas reales de productos textiles y prendas de vestir 2008 (julio) - 2012 (julio)

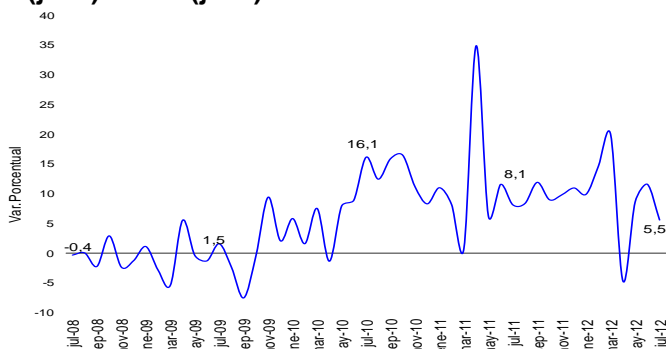


Gráfico 8.3. Índice de ventas de alimentos y bebidas no alcohólicas 2008 (julio) - 2012 (julio)

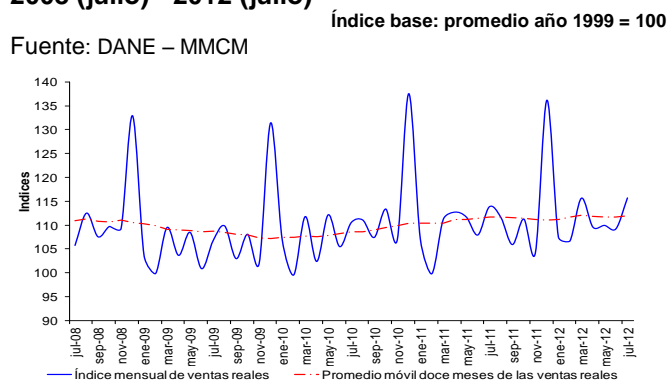


Gráfico 8.4. Variación anual de alimentos y bebidas no alcohólicas 2008 (julio) - 2012 (julio)

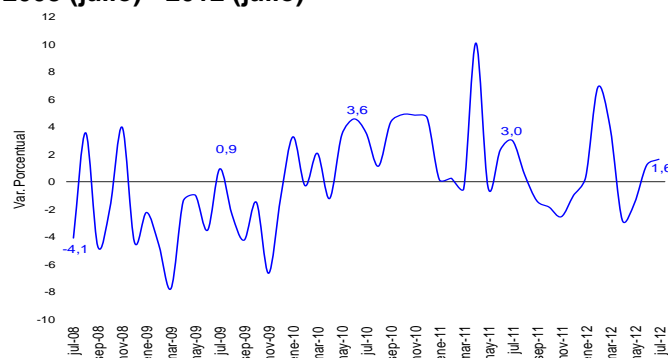


Gráfico 8.5. Índice de ventas de equipo de informática, hogar 2008 (julio) - 2012 (julio)

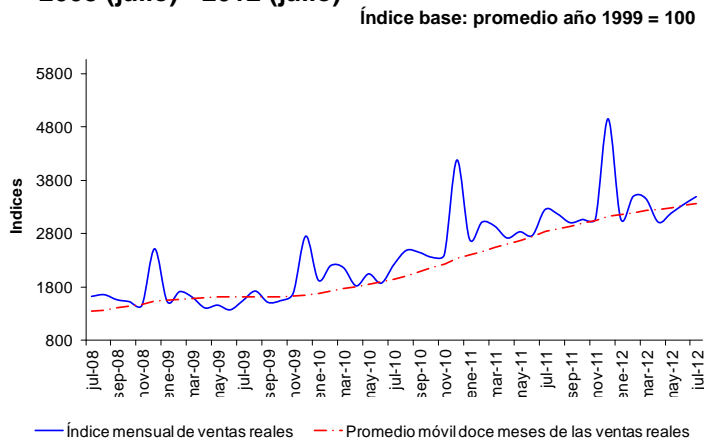
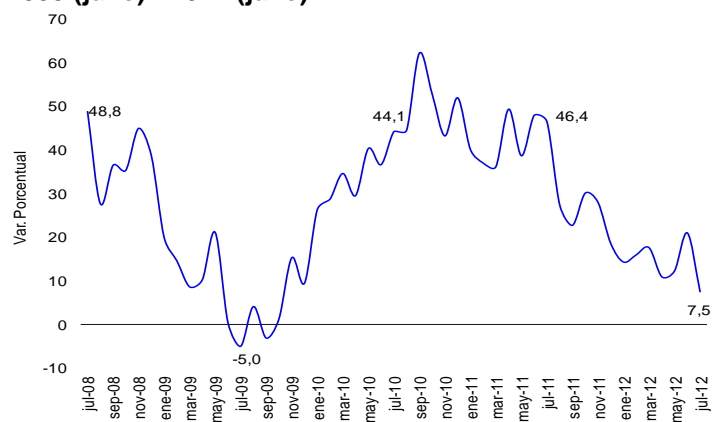


Gráfico 8.6. Variación anual de productos de equipo de informática, hogar 2008 (julio) - 2012 (julio)



Fuente: DANE – MMCM

Gráfico 8.7. Índice de ventas de vehículos automotores y motocicletas 2008 (julio) - 2012 (julio)

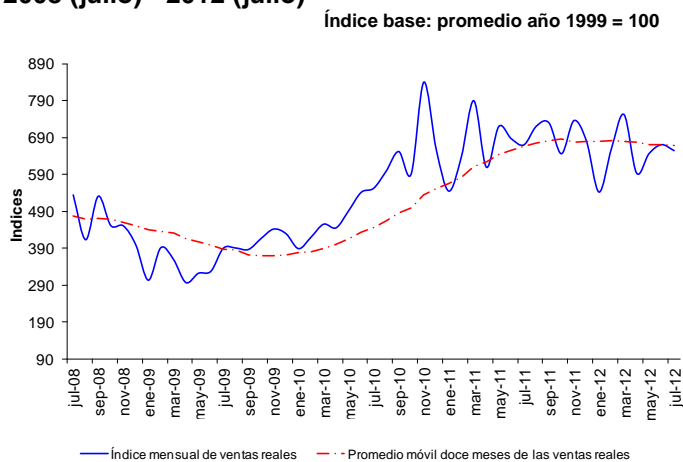
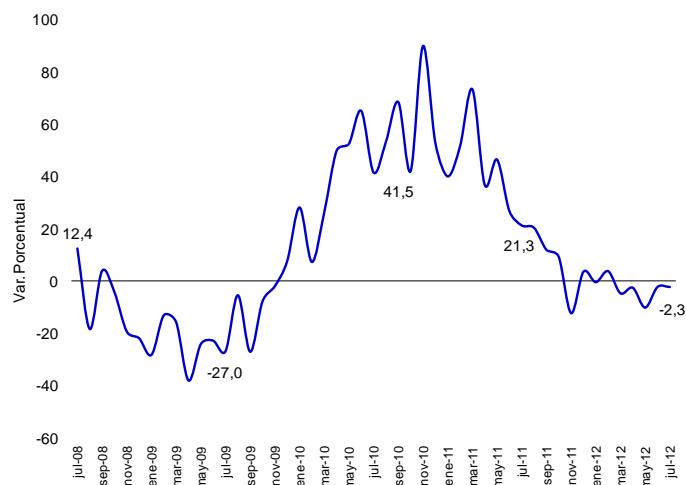


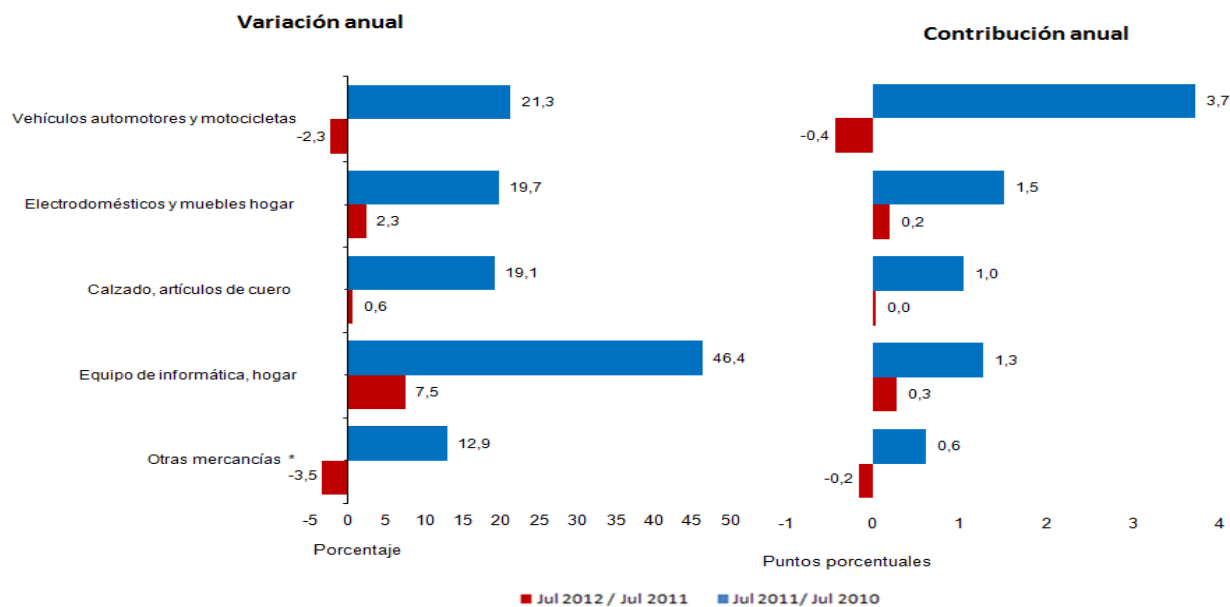
Gráfico 8.8. Variación anual de vehículos automotores y motocicletas 2008 (julio) - 2012 (julio)



Las líneas de mercancías que principalmente explican la moderación de la dinámica de las ventas minoristas en julio de 2012, con relación a la de julio de 2011 (11,7%) se presentan en el gráfico 9. Mientras en julio de 2011 esas cinco líneas aportaron 8,1 puntos porcentuales a la variación total, en julio de 2012 restaron 0,1 puntos porcentuales.

Gráfico 9. Principales contrastes entre los resultados de 2012 y 2011 del comercio minorista

Total nacional 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.

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

Durante los primeros siete meses de 2012, las ventas reales del comercio minorista presentaron un incremento de 3,3% respecto al mismo período del año anterior. Las líneas que registraron los mayores crecimientos durante este período, fueron: equipo de informática, hogar; calzado, artículos de cuero; productos textiles y prendas de vestir; artículos de ferretería, vidrios y pinturas; y utensilios de uso doméstico.

Gráfico 10. Variación año corrido de las ventas reales del comercio minorista Total nacional Enero - julio (2012/2011)

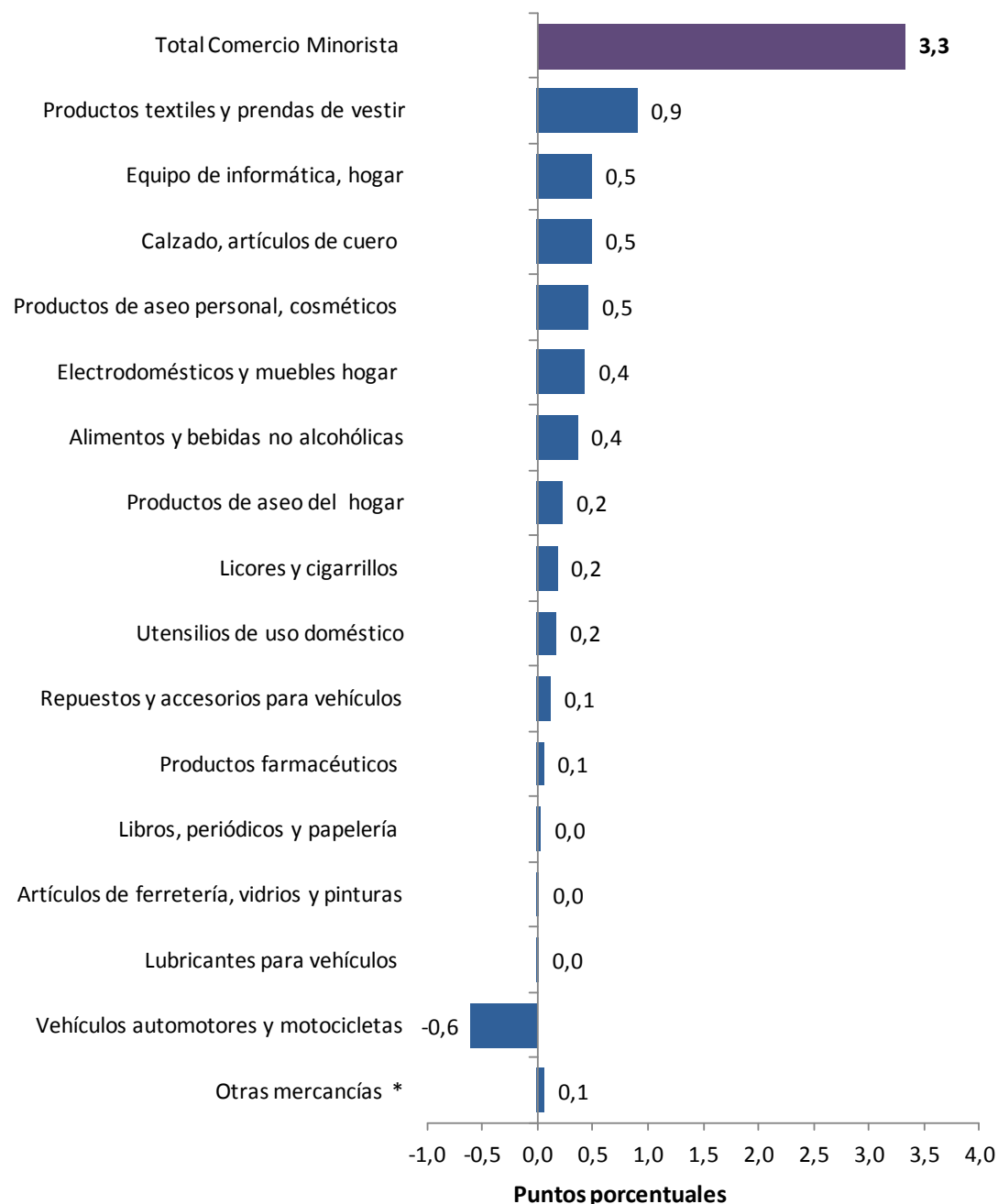


Fuente: DANE – MMCM

* 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; equipo de informática, hogar; calzado, artículos de cuero; productos de aseo personal, cosméticos; electrodomésticos y muebles, hogar; y alimentos y bebidas no alcohólicas. El aporte conjunto de estos seis grupos de mercancías a la variación total fue 3,2 puntos porcentuales.

Gráfico 11. Contribución a la variación año corrido de las ventas reales del comercio minorista
Total nacional
Enero - julio (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 12. Líneas de mercancías que principalmente explican la variación año corrido de las ventas reales del comercio minorista Total nacional Julio 2012

Gráfico 12.1. Variación año corrido de las ventas reales de productos textiles y prendas de vestir 2008 (julio) - 2012 (julio)

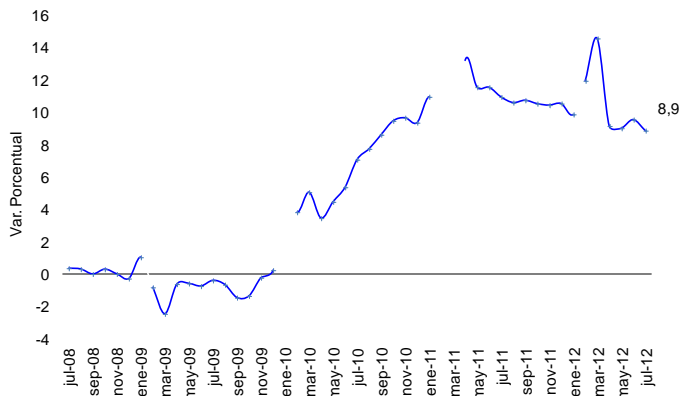


Gráfico 12.2. Variación año corrido de las ventas reales de equipo de informática, hogar 2008 (julio) - 2012 (julio)

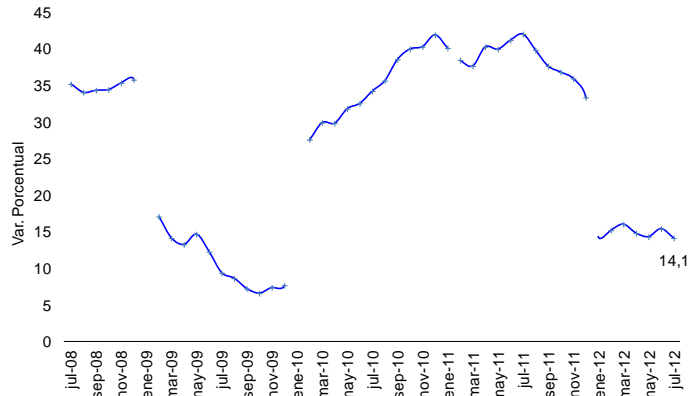


Gráfico 12.3. Variación año corrido de las ventas reales de calzado, artículos de cuero 2008 (julio) - 2012 (julio)

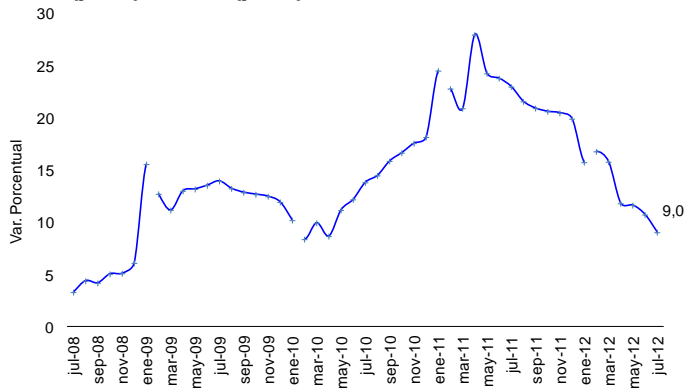


Gráfico 12.4. Variación año corrido de las ventas reales de aseo personal, cosméticos 2008 (julio) - 2012 (julio)

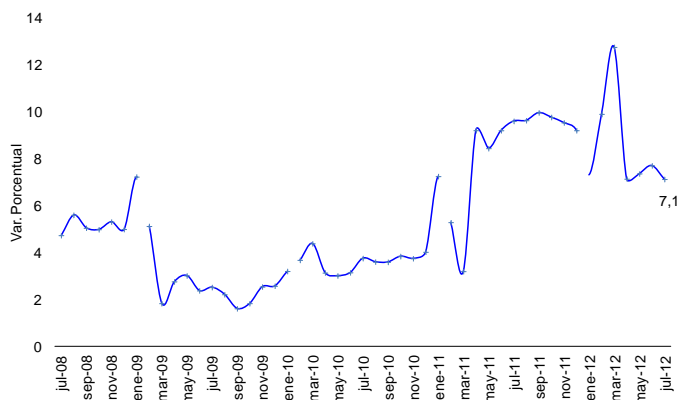


Gráfico 12.5. Variación año corrido de las ventas reales de vehículos automotores y motocicletas 2008 (julio) - 2012 (julio)

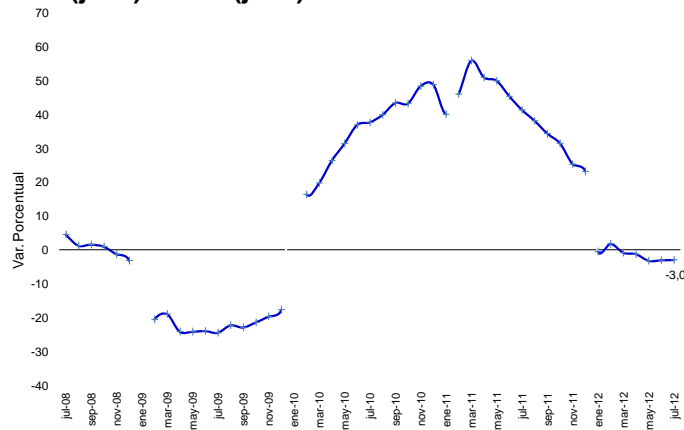
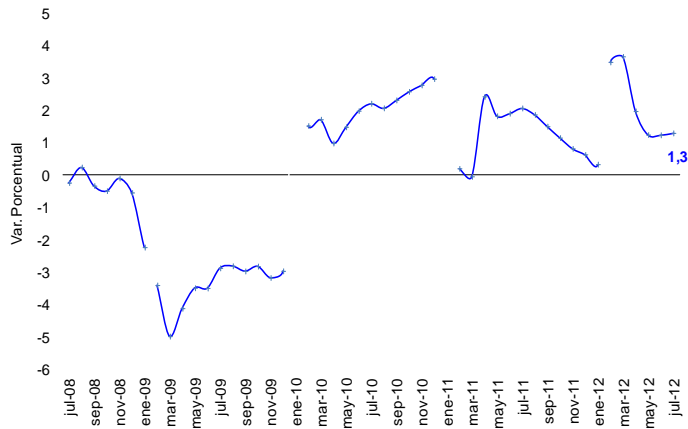


Gráfico 12.6. Variación año corrido de las ventas reales de alimentos y bebidas alcohólicas 2008 (julio) - 2012 (julio)



Fuente: DANE – MMCM

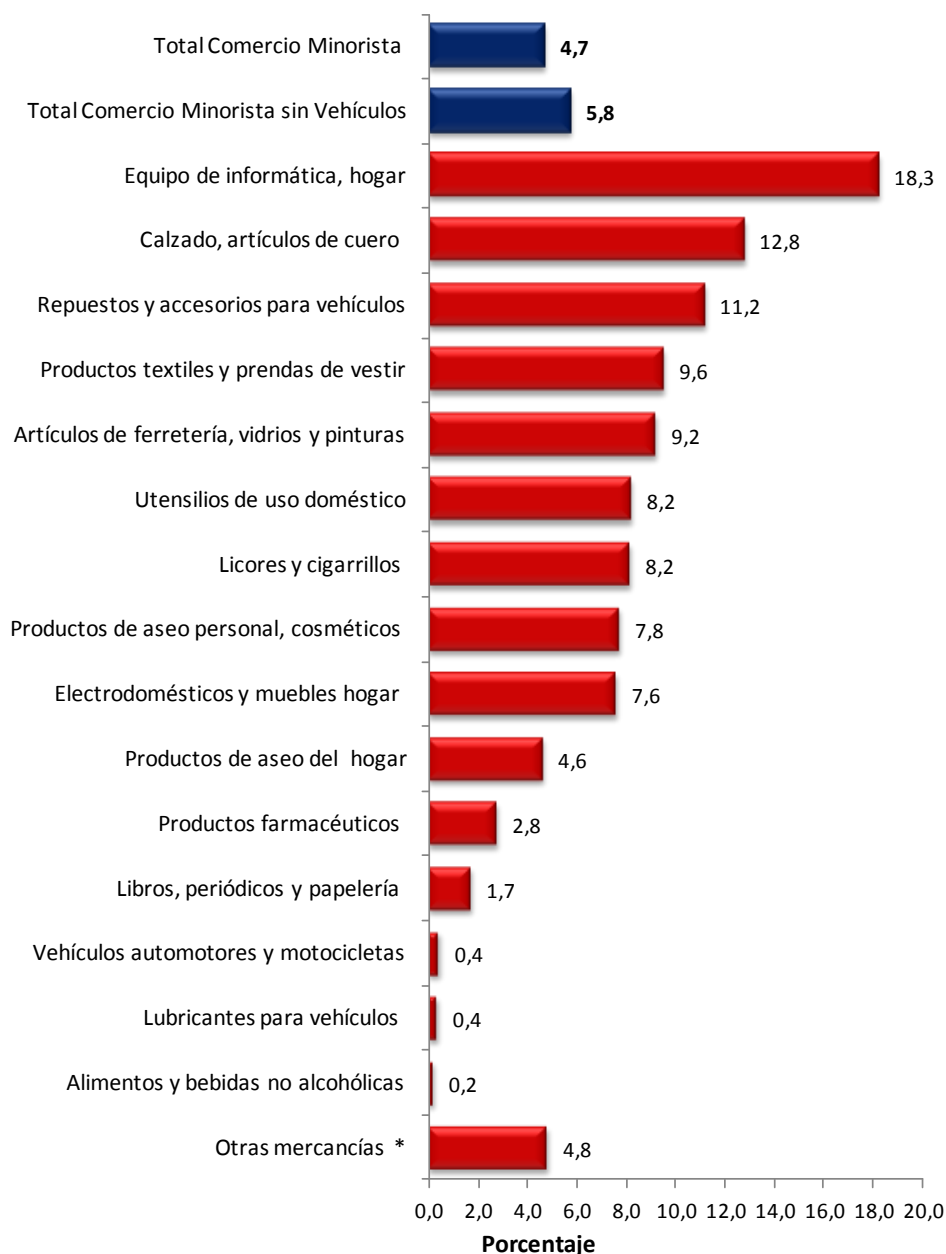
2.1.3. Variación acumulada doce meses: agosto 2011 - julio 2012 / agosto 2010 - julio 2011

Durante los últimos doce meses hasta julio de 2012, las ventas reales del comercio minorista presentaron un incremento de 4,7% respecto al año precedente. Las líneas que registraron los mayores crecimientos durante este período, fueron: equipo de informática, hogar; calzado, artículos de cuero; repuestos y accesorios para vehículos; productos textiles y prendas de vestir; y artículos de ferretería, vidrios y pinturas.

Gráfico 13. Variación acumulada doce meses de las ventas reales del comercio minorista

Total nacional

Agosto 2011 - julio 2012 / Agosto 2010 - julio 2011



Fuente: DANE – MMCM

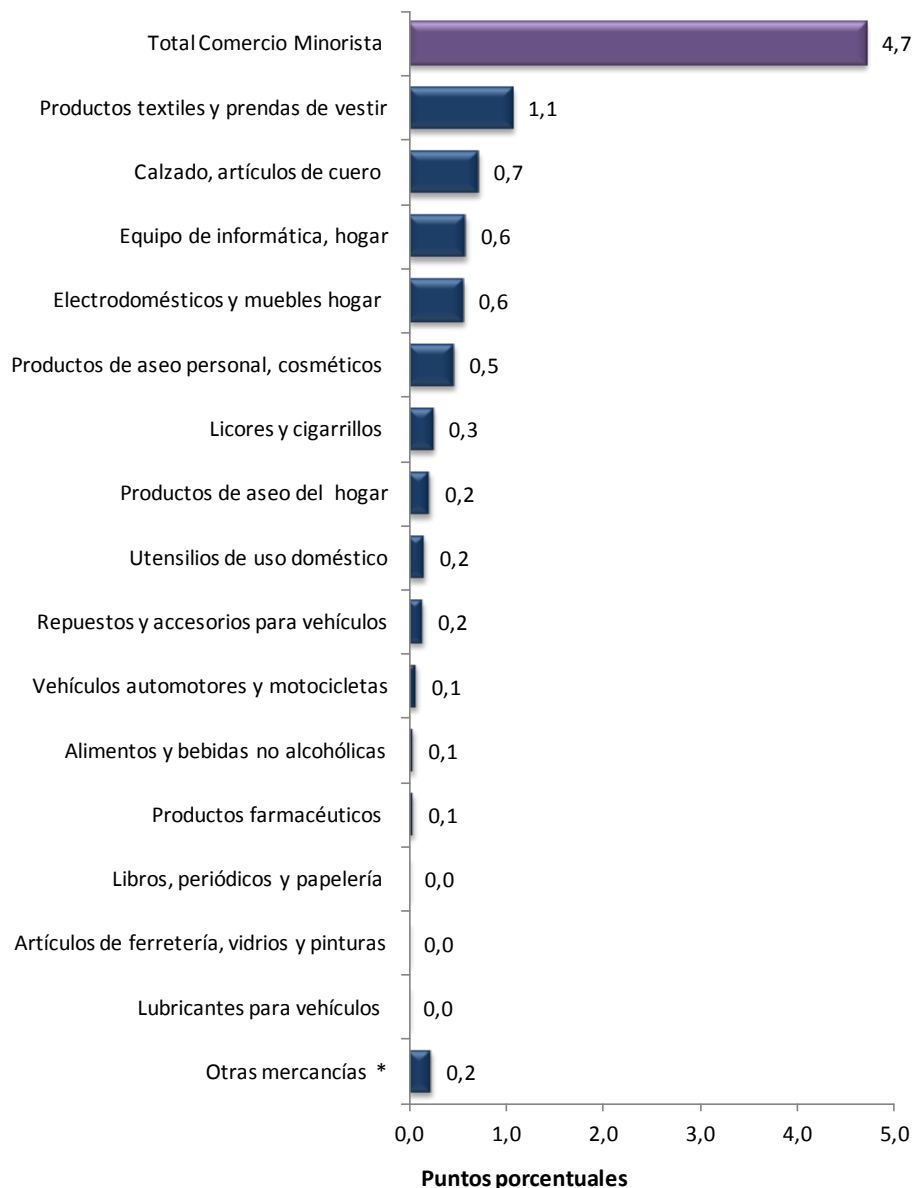
* Otras mercancías, incluye: juguetes, bicicletas, artículos de deporte, piñatería, artículos para bebés, gas propano en cilindros, equipo fotográfico, revestimiento para pisos, etc.

Las mayores contribuciones a la variación acumulada doce meses de las ventas, estuvieron a cargo de las líneas de productos textiles y prendas de vestir; calzado, artículos de cuero; equipo de informática, hogar; electrodomésticos y muebles para el hogar; y productos de aseo personal, cosméticos. El aporte conjunto de estos cinco grupos de mercancías a la variación total fue 3,5 puntos porcentuales.

Gráfico 14. Contribución acumulada doce meses a las ventas reales del comercio minorista

Total nacional

Agosto 2011 - julio 2012 / Agosto 2010 - julio 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 15. Líneas de mercancías que principalmente explican la variación acumulada doce meses de las ventas reales del comercio minorista

Total nacional
Julio 2012

Gráfico 15.1. Variación acumulada doce meses de las ventas reales de textiles y prendas de vestir 2008 (julio) - 2012 (julio)

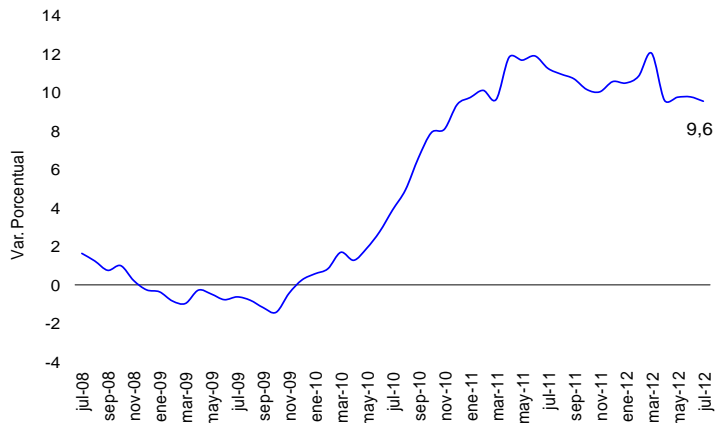


Gráfico 15.2. Variación acumulada doce meses de las ventas reales de calzado y artículos de cuero 2008 (julio) - 2012 (julio)

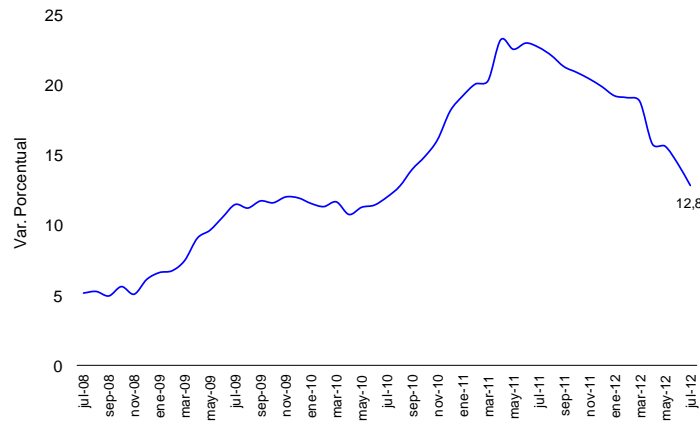


Gráfico 15.3. Variación acumulada doce meses de las ventas reales de equipo de informática, hogar 2008 (julio) - 2012 (julio)

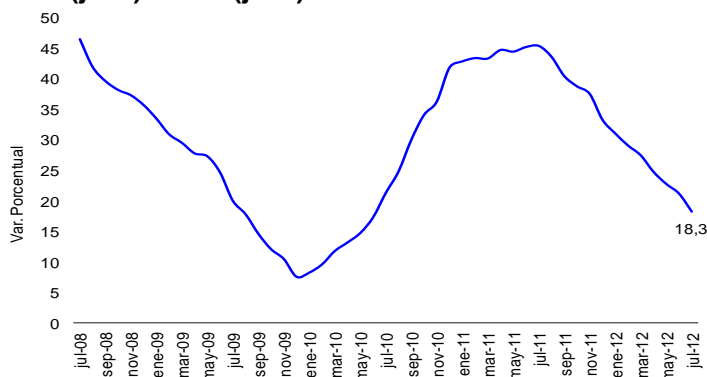


Gráfico 15.4. Variación acumulada doce meses de las ventas reales de electrodomésticos y muebles, hogar 2008 (julio) - 2012 (julio)

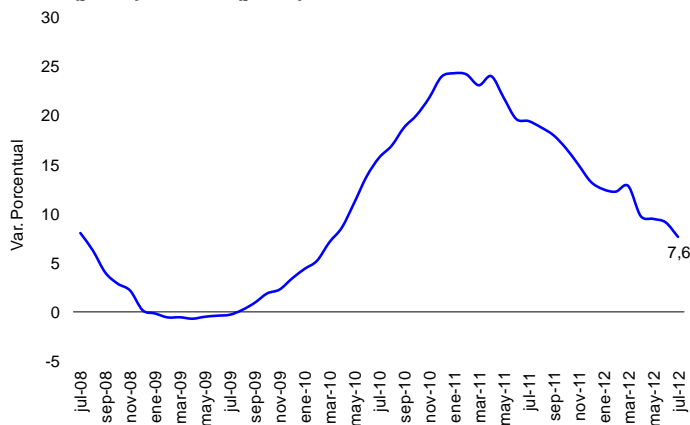
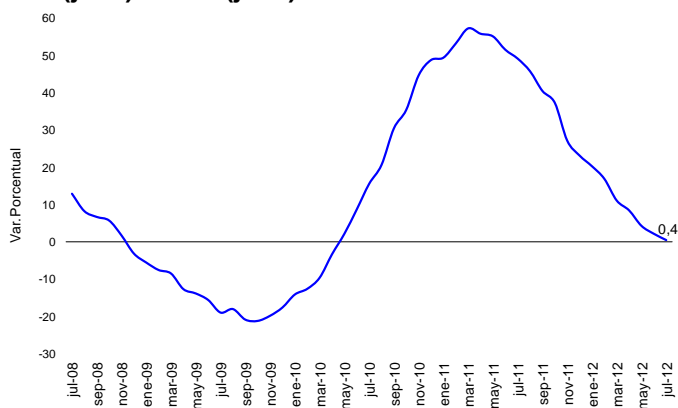


Gráfico 15.5. Variación acumulada doce meses de las ventas reales de vehículos automotores y motocicletas 2008 (julio) - 2012 (julio)



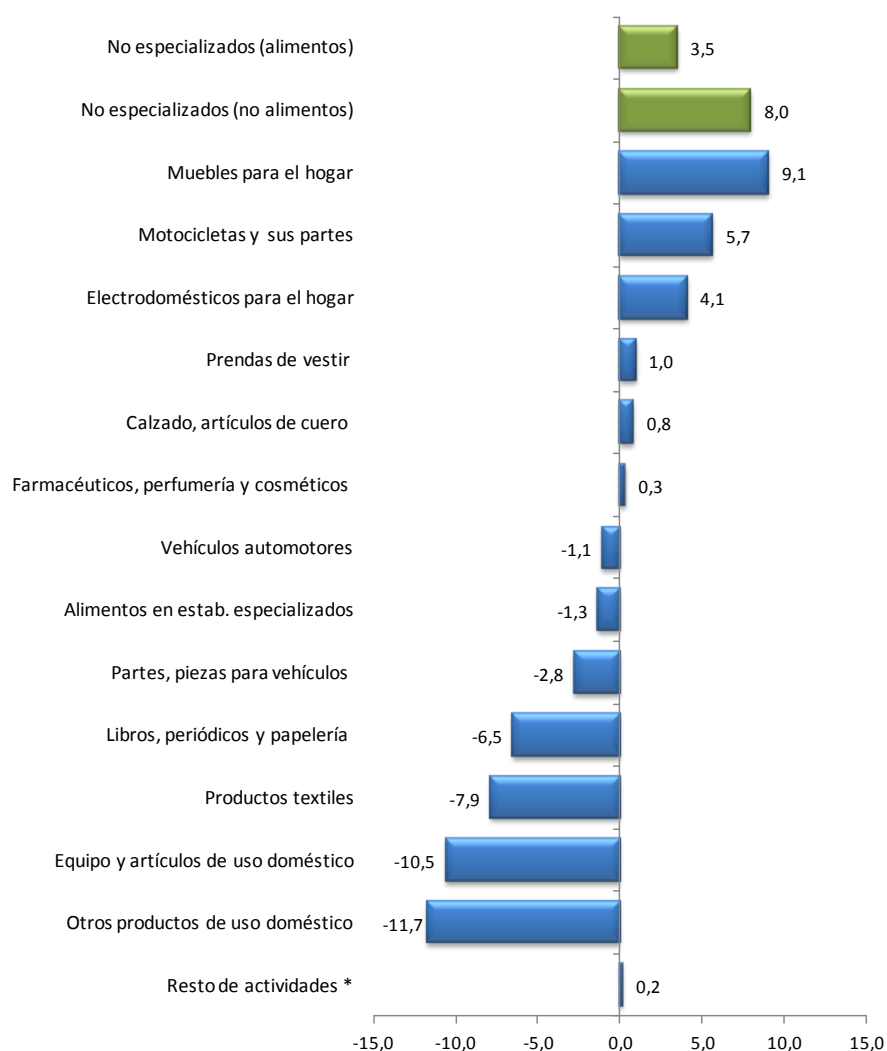
Fuente: DANE – MMCM

2.2 Actividad comercial CIIU Rev. 3

2.2.1 Variación anual: julio 2012

De acuerdo con la actividad económica (CIIU Rev.3) en la que se clasifican las empresas investigadas en la Muestra Mensual de Comercio al por Menor, en julio de 2012 se destacan los crecimientos de las ventas registradas por los almacenes especializados en el comercio minorista de muebles para el hogar; motocicletas y sus partes; y electrodomésticos para el hogar. En cuanto a los almacenes no especializados, los que tienen surtido compuesto principalmente de productos diferentes a alimentos registraron un incremento de 8,0% en sus ventas, y aquellos con surtido compuesto principalmente de alimentos presentaron un aumento de 3,5%.

Gráfico 16. Variación anual de las ventas reales del comercio minorista, según actividad comercial Total nacional Julio 2012



Fuente: DANE – MMCM

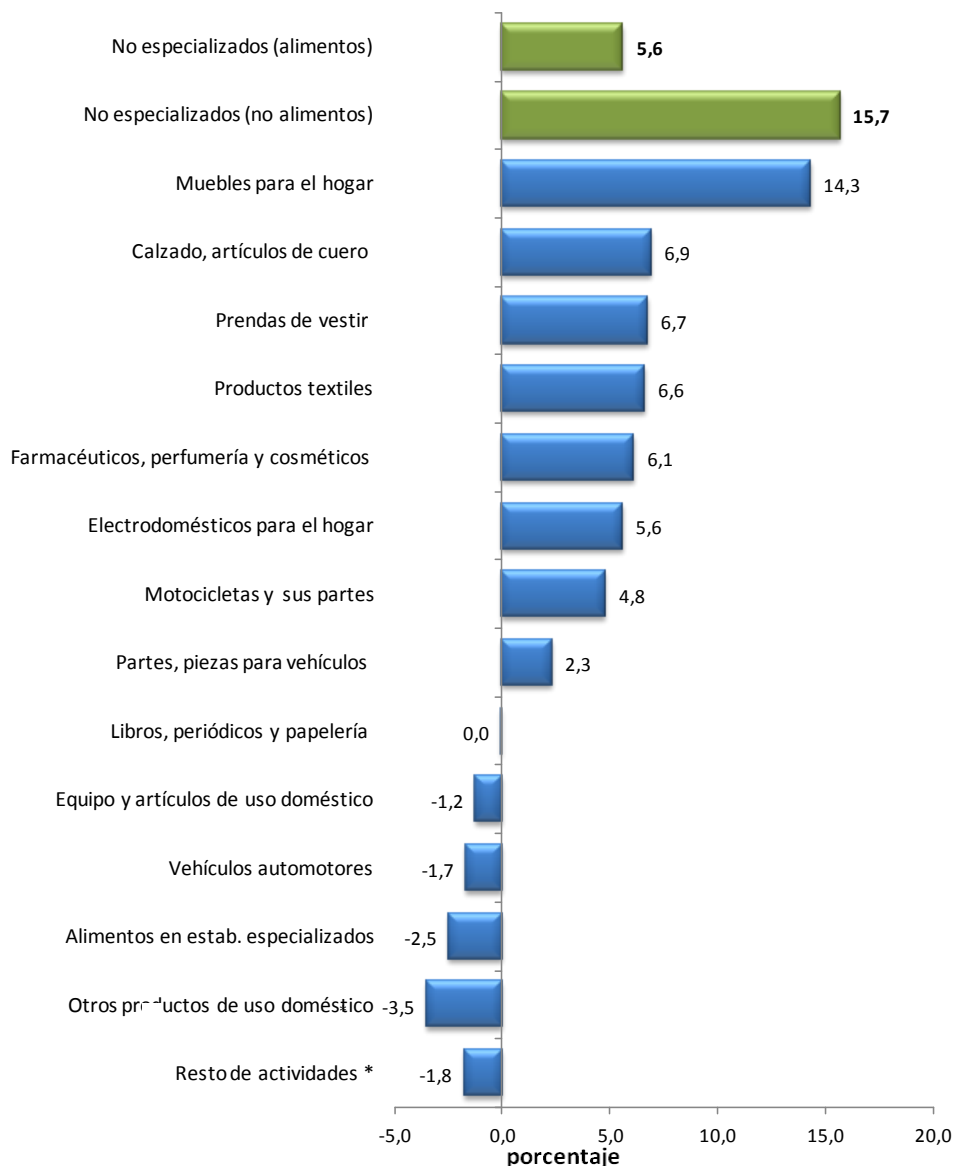
*Resto de actividades, incluye el comercio al por menor de: artículos de ferretería, vidrios y pinturas; computadores y programas de informática; equipo fotográfico, óptico y de precisión, etc.

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

En los siete primeros meses de 2012, los mayores incrementos en las ventas reales en establecimientos especializados se registraron en muebles para el hogar; calzado y artículos de cuero; prendas de vestir; y productos textiles.

Por su parte, los almacenes no especializados con surtido compuesto por productos diferentes de alimentos incrementaron sus ventas reales en 15,7%, y los no especializados con surtido compuesto principalmente de alimentos presentaron un crecimiento de 5,6%.

Gráfico 17. Variación año corrido de las ventas reales del comercio minorista, según actividad comercial Total nacional Enero - julio (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; equipo fotográfico, óptico y de precisión, etc.

2.2.3. Variación acumulada doce meses: agosto 2011 - julio 2012 / agosto 2010 - julio 2011

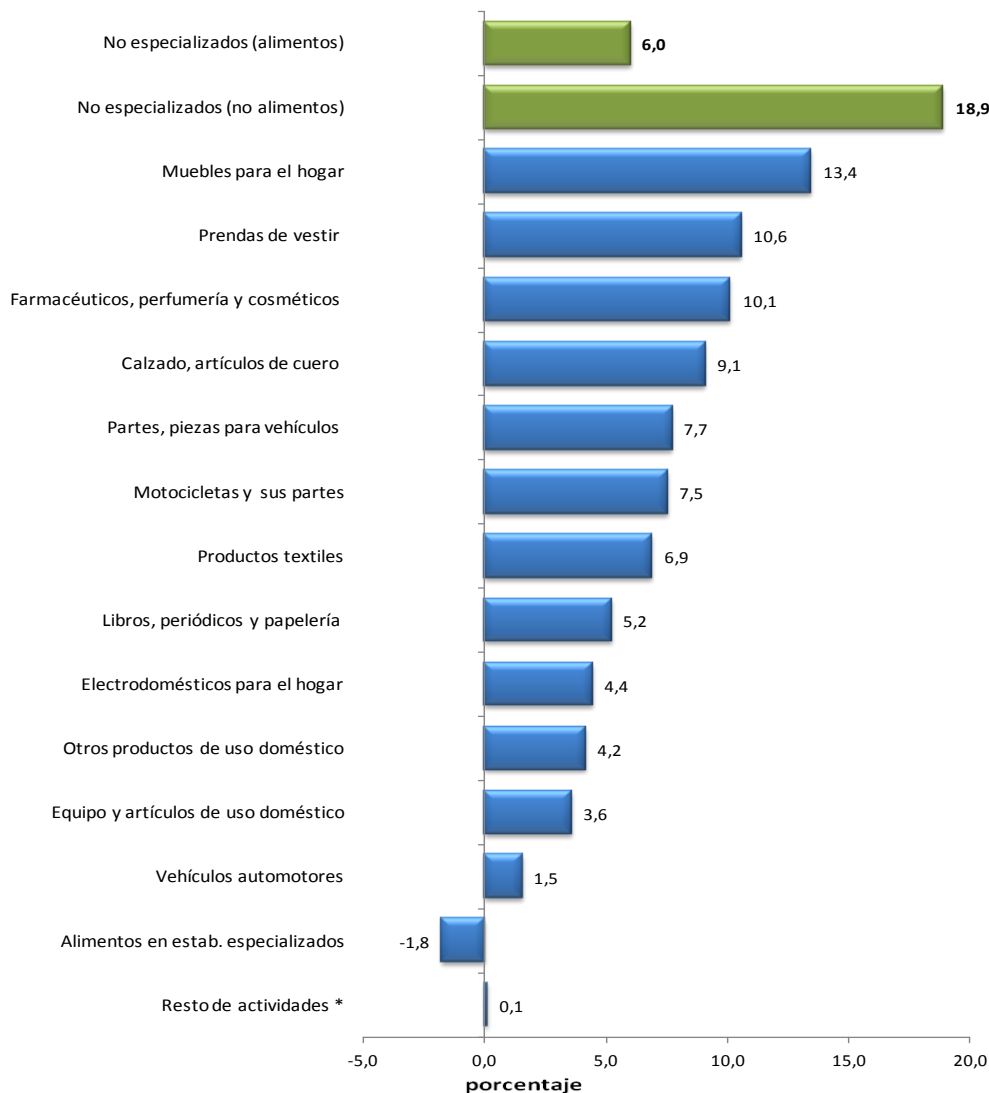
Durante los últimos doce meses hasta julio de 2012, los mayores incrementos en las ventas reales en establecimientos especializados se registraron en muebles para el hogar; prendas de vestir; farmacéuticos, perfumería y cosméticos; y calzado, artículos de cuero.

Por su parte, los almacenes no especializados con surtido compuesto por productos diferentes de alimentos incrementaron sus ventas reales en 18,9%, y los no especializados con surtido compuesto principalmente de alimentos presentaron un crecimiento de 6,0%.

Gráfico 18. Variación acumulada doce meses de las ventas reales del comercio minorista, según actividad comercial

Total nacional

Agosto 2011 - julio 2012 / Agosto 2010 - julio 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.

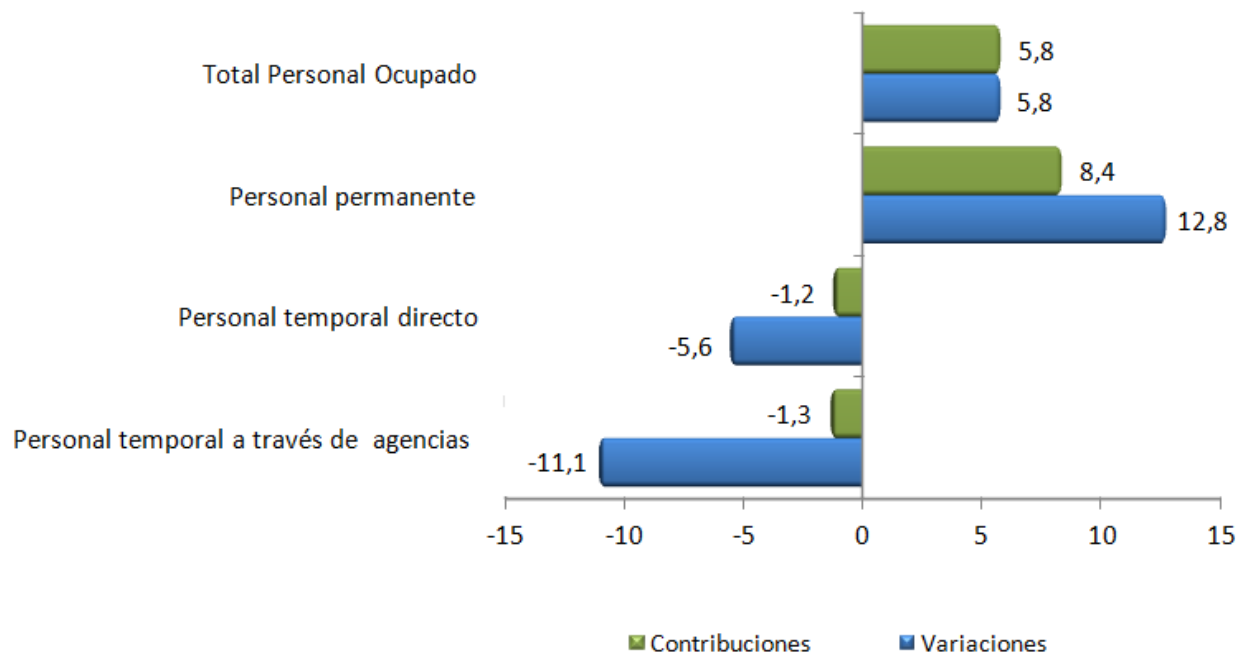
3. Personal ocupado

3.1 Variación anual: julio 2012

El personal ocupado por el comercio minorista en julio de 2012 aumentó 5,8%, frente al mismo mes del año anterior, como resultado del aumento de la contratación del personal permanente (12,8%) y la disminución en la vinculación tanto de personal temporal directo (-5,6%) como de personal temporal a través de agencias (-11,1%).

Gráfico 19. Variación y contribución anual del personal ocupado, según tipo de contratación

**Total nacional
Julio 2012**

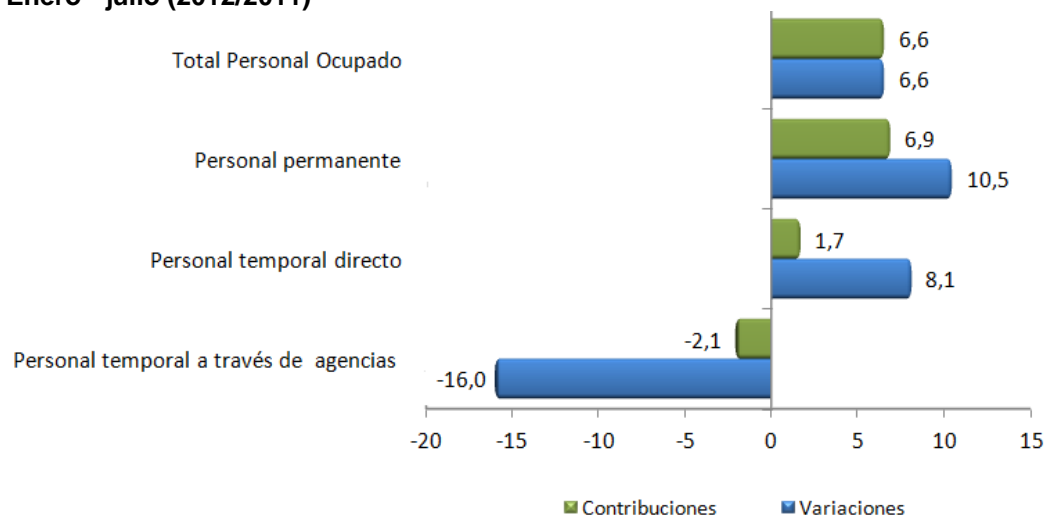


Fuente: DANE – MMCM

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

El personal ocupado por el comercio minorista en los siete primeros meses de 2012 aumentó 6,6%, frente al mismo período de 2011. La contratación registró incremento de 10,5% en el personal permanente y de 8,1% en el temporal directo. Por su parte la vinculación del personal temporal a través de agencias registró una disminución de 16,0%. (Gráfico 20)

Gráfico 20. Variación y contribución año corrido del personal ocupado, según tipo de contratación
Total nacional
Enero - julio (2012/2011)

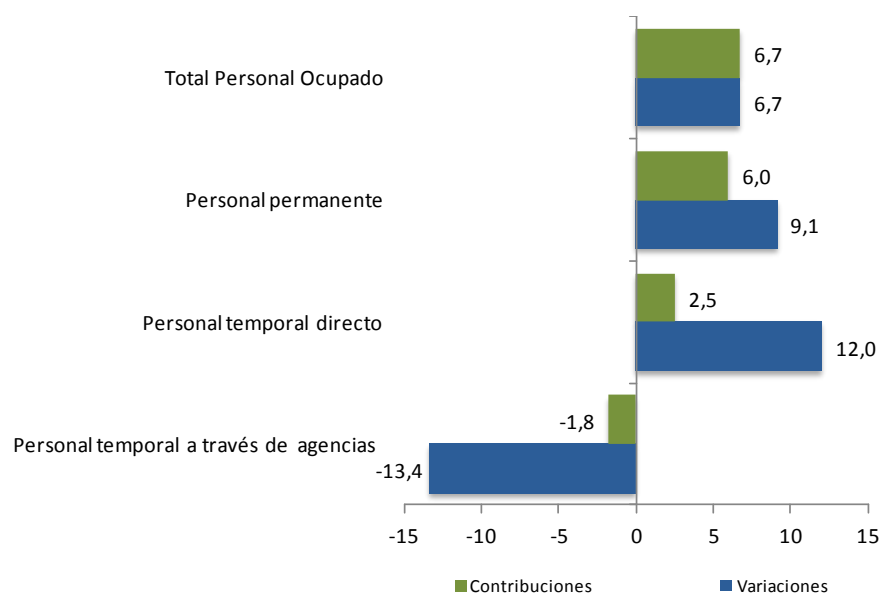


Fuente: DANE – MMCM

3.3. Variación acumulada doce meses: agosto 2011 - julio 2012 / agosto 2010 - julio 2011

El personal ocupado promedio del comercio minorista en los últimos doce meses hasta julio de 2012 superó en 6,7% al del año precedente. Este resultado se explica principalmente por la mayor vinculación de personal permanente en el período.

Gráfico 21. Variación y contribución acumulada doce meses del personal ocupado, según tipo de contratación
Total nacional
Agosto 2011 - julio 2012 / agosto 2010 - julio 2011



Fuente: DANE – MMCM

FICHA METODOLÓGICA

1. **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.
2. **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.
3. **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.
4. **Tipo de investigación:** encuesta por muestreo probabilístico, estratificado por actividad comercial, ingreso por ventas y personal ocupado.
5. **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.
6. **Periodicidad:** mensual.
7. **Cobertura:** nacional, para las empresas que cumplen los parámetros de ventas y/o personal ocupado, establecidos para la investigación.
8. **Muestra:** 621 empresas comerciales, de un total de 1 706.
9. **Ventas reales:** valor nominal de las ventas deflactadas por el índice de precios al consumidor según grupos de mercancías.
10. **Variación anual:** variación porcentual calculada entre el mes del año en referencia (i,t) y el mismo mes del año anterior (i, t-1).
11. **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).
12. **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)