

MUESTRA MENSUAL DE COMERCIO AL POR MENOR Junio 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 junio de 2010, las ventas del comercio minorista aumentaron 15,4% y el personal ocupado aumentó 2,1%, con relación al mismo mes de 2009.
- Durante este período, las líneas de mercancías que presentaron los mayores crecimientos en sus ventas, fueron: vehículos automotores y motocicletas (63,5%); equipo de informática, hogar (34,6%) y electrodomésticos y muebles hogar (31,2%). En contraste, las únicas reducciones se registraron en licores y cigarrillos (-4,0%); lubricantes para vehículos (-2,3%) y farmacéuticos (-0,4%).
- Durante el primer semestre de 2010, las ventas reales presentaron un crecimiento de 9,8%, mientras que el personal ocupado presentó un aumento de 0,5%.
- Las líneas de mercancías que presentaron los mayores crecimientos en sus ventas en lo corrido del año, fueron: vehículos automotores y motocicletas (37,5%) y equipo de informática, hogar (30,8%). Solamente registraron contracción en las ventas, los grupos de: licores y cigarrillos (-2,7%); farmacéuticos (-2,4%); y libros, periódicos y papelería (-0,8%).
- Durante los últimos doce meses hasta junio de 2010, las ventas reales presentaron un crecimiento de 4,1%, 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; las agrupadas en "otras mercancías" y calzado, artículos de cuero; que, en conjunto, aportaron 3,6 puntos porcentuales a la variación total.
- En este mismo período, el personal ocupado presentó una variación negativa de 1,4%, 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 -2,1 puntos porcentuales, respectivamente a la variación total, y el incremento del personal permanente que aportó 3,3 puntos a dicha variación.

Director

Héctor Maldonado Gómez

Subdirector

Carlos Eduardo Sepúlveda Rico

Director de Metodología y Producción Estadística

Eduardo Efraim Freire Delgado

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

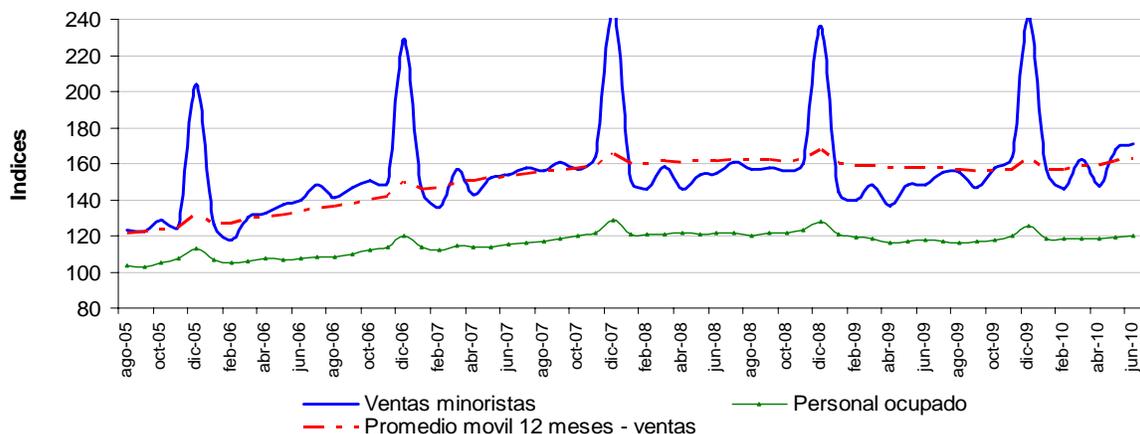
En junio de 2010, las ventas reales del comercio minorista aumentaron 15,4% y el personal ocupado creció 2,1%, con respecto al mismo mes del año 2009. En junio de 2009, las ventas habían reportado una reducción de 4,4% y el personal ocupado había disminuido 3,2%.

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



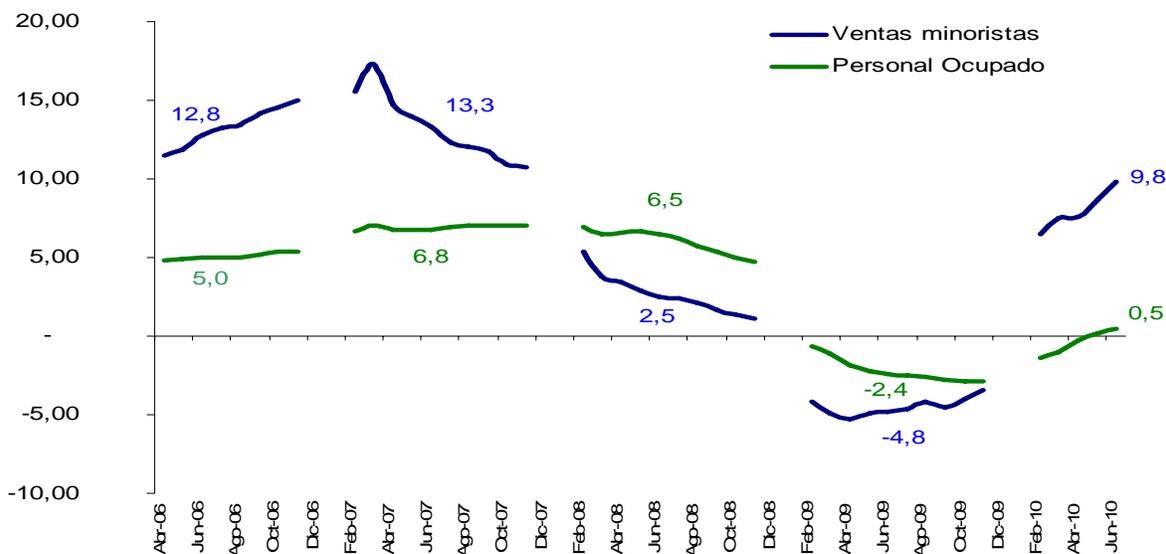
Fuente DANE – MMCM

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



Fuente DANE – MMCM

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



Fuente DANE – MMCM

Gráfico 4
Variación trimestral de las ventas reales y empleo
Total nacional
2006 – 2009 (II Trimestre)

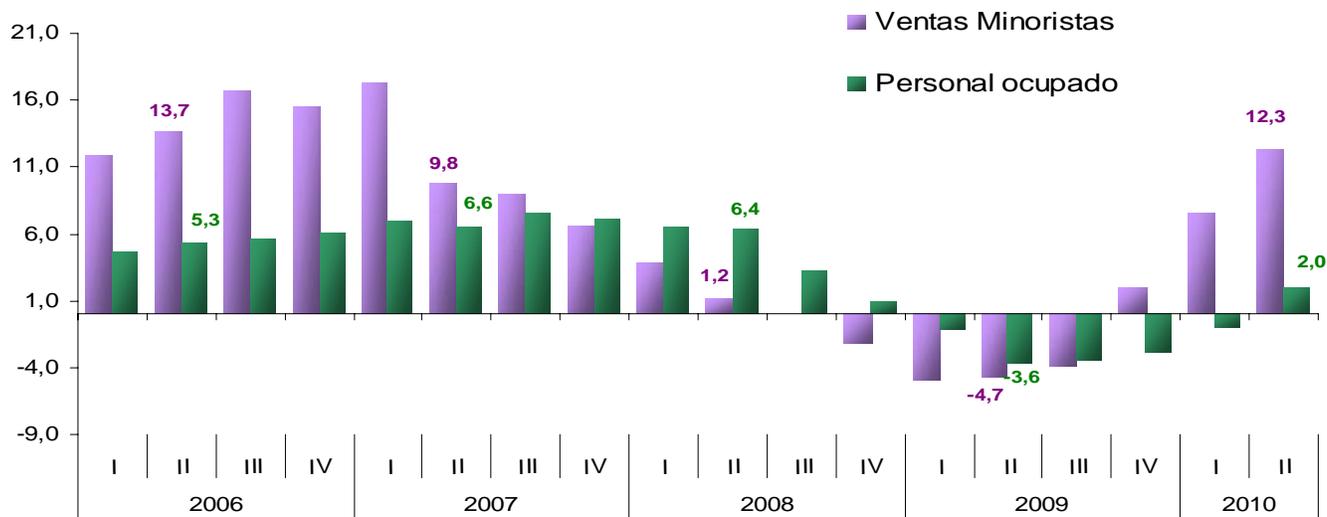
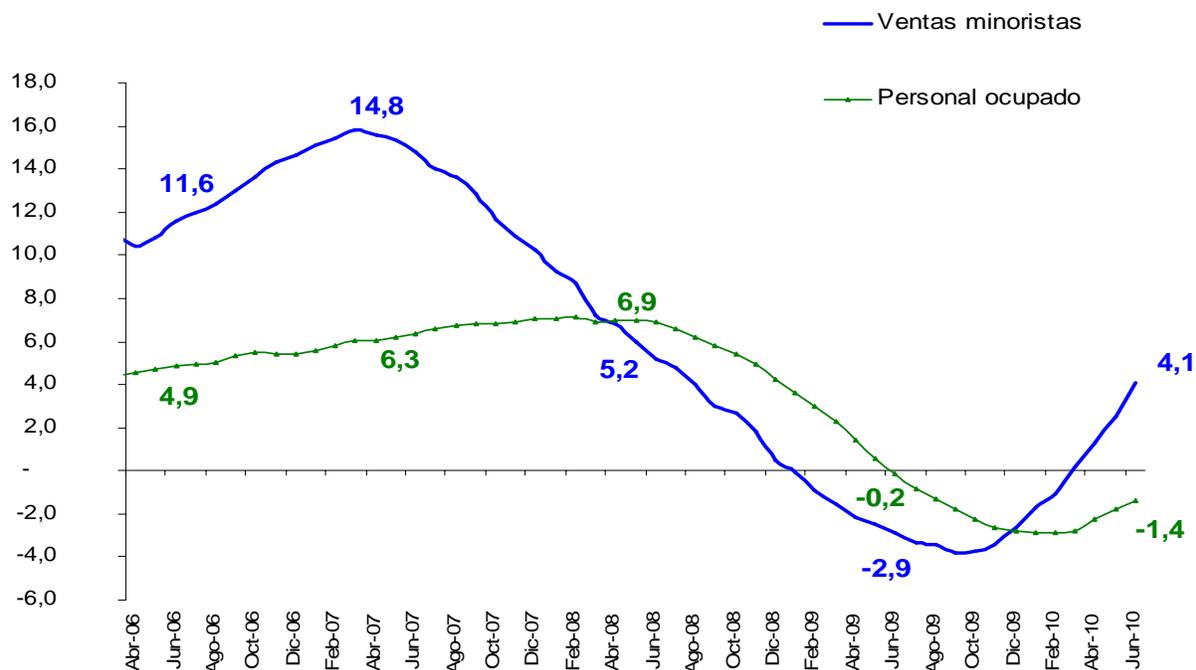


Gráfico 5
Variación doce meses de las ventas reales y el personal ocupado
Total nacional
2006 – 2010 (Junio)



Fuente DANE – MMCM

Tabla 1.
Resumen del comportamiento de las principales variables

(Variación %)

Indicador	Junio		Enero - Junio		Julio- Junio	
	(anual)		(año corrido)		(doce meses)	
	2009	2010	2009	2010	2009	2010
Ventas	-4,4	15,4	-4,8	9,8	-2,9	4,1
Personal ocupado	-3,2	2,1	-2,4	0,5	-0,2	-1,4

Fuente DANE – MMCM

2. Ventas reales

2.1 Grupos de mercancías

2.1.1 Variación anual: junio (2010/2009)

Durante el mes de junio de 2010, las ventas del comercio minorista crecieron 15,4% con respecto a las registradas en igual mes de 2009. Los grupos de mercancías que presentaron los mayores crecimientos, fueron: vehículos automotores y motocicletas; equipo de informática, hogar; y electrodomésticos y muebles hogar. Por su parte, las únicas reducciones se registraron en licores y cigarrillos; lubricantes para vehículos; y farmacéuticos.

Gráfico 6

Variación anual de las ventas reales Total nacional Junio (2010/2009)

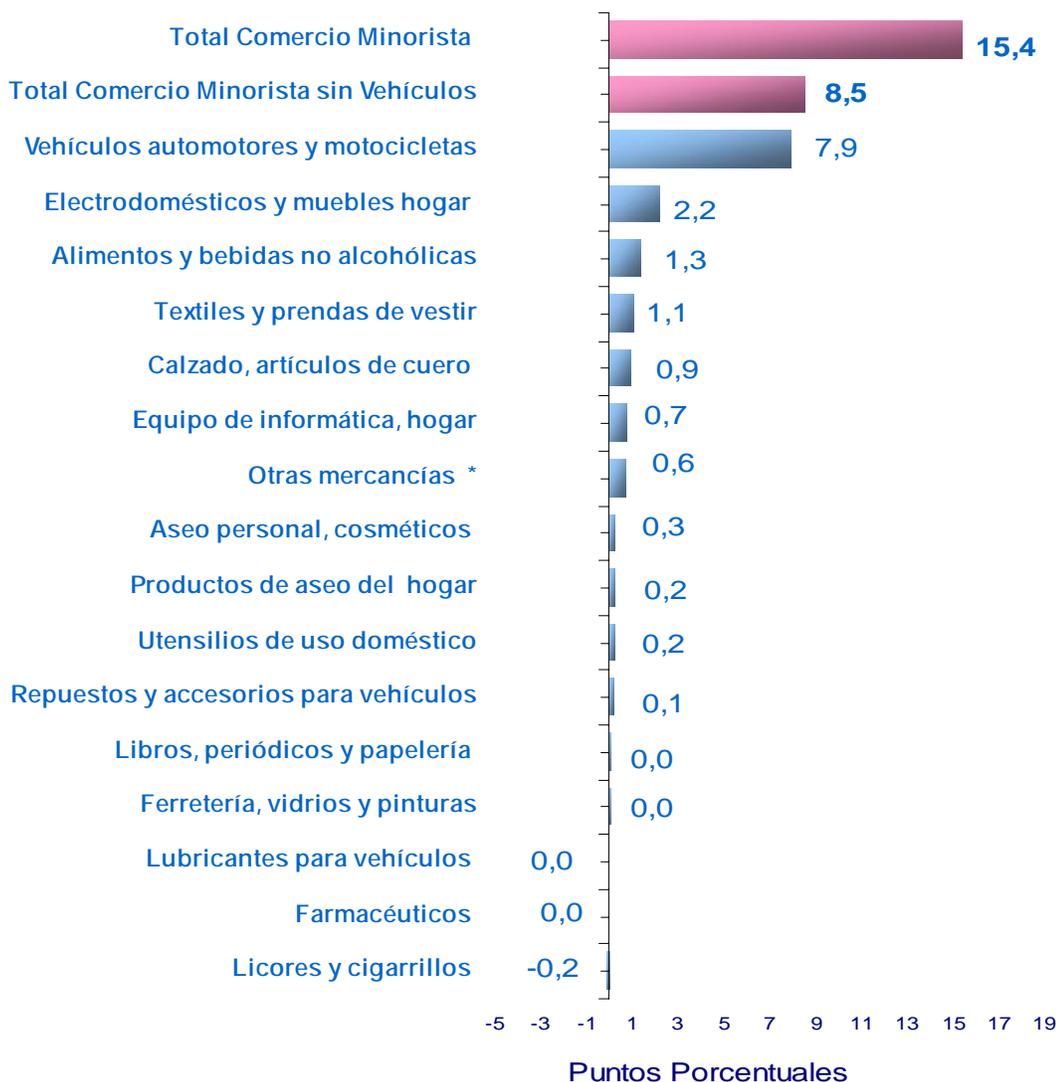


Fuente DANE – MMCM

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

Las mayores contribuciones positivas a la variación total de las ventas en el mes, las realizaron las líneas de vehículos automotores y motocicletas; electrodomésticos y muebles para el hogar; y alimentos y bebidas no alcohólicas, cuyo aporte conjunto fue 11,4 puntos porcentuales a la variación total.

Gráfico 7
Contribución anual a las ventas reales
Total nacional
Junio (2010/2009)



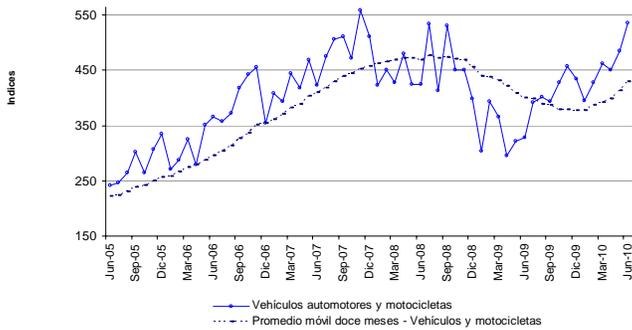
Fuente DANE – MMCM

* 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.

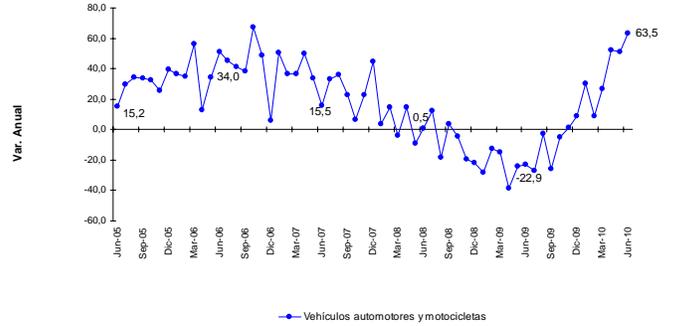
Gráficos 8

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

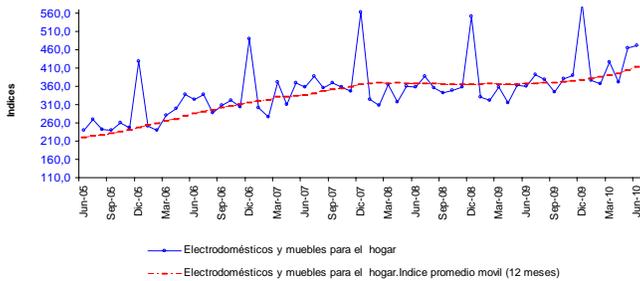
Índice mensual vehículos automotores y motocicletas
Índice base: promedio año 1999 = 100
2005 – 2010 (Junio)



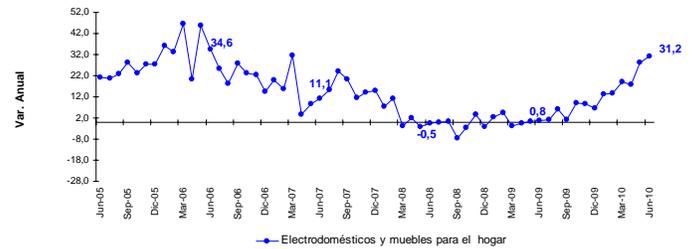
Variación anual de las ventas reales
Vehículos automotores y motocicletas
2005 – 2010 (Junio)



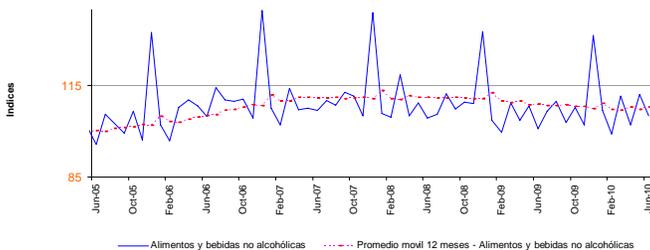
Índice mensual electrodomésticos y muebles hogar
Índice base: promedio año 1999 = 100
2005 – 2010 (Junio)



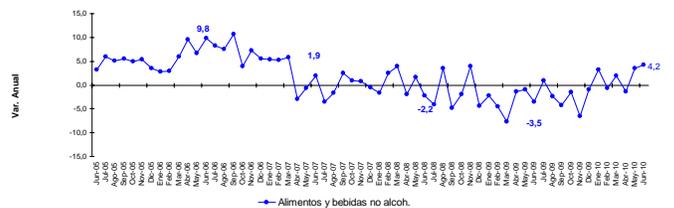
Variación anual de las ventas reales
Electrodomésticos y muebles hogar
2005 – 2010 (Junio)



Índice mensual Alimentos y bebidas no alcohólicas
Índice base: promedio año 1999 = 100
2005 – 2010 (Junio)

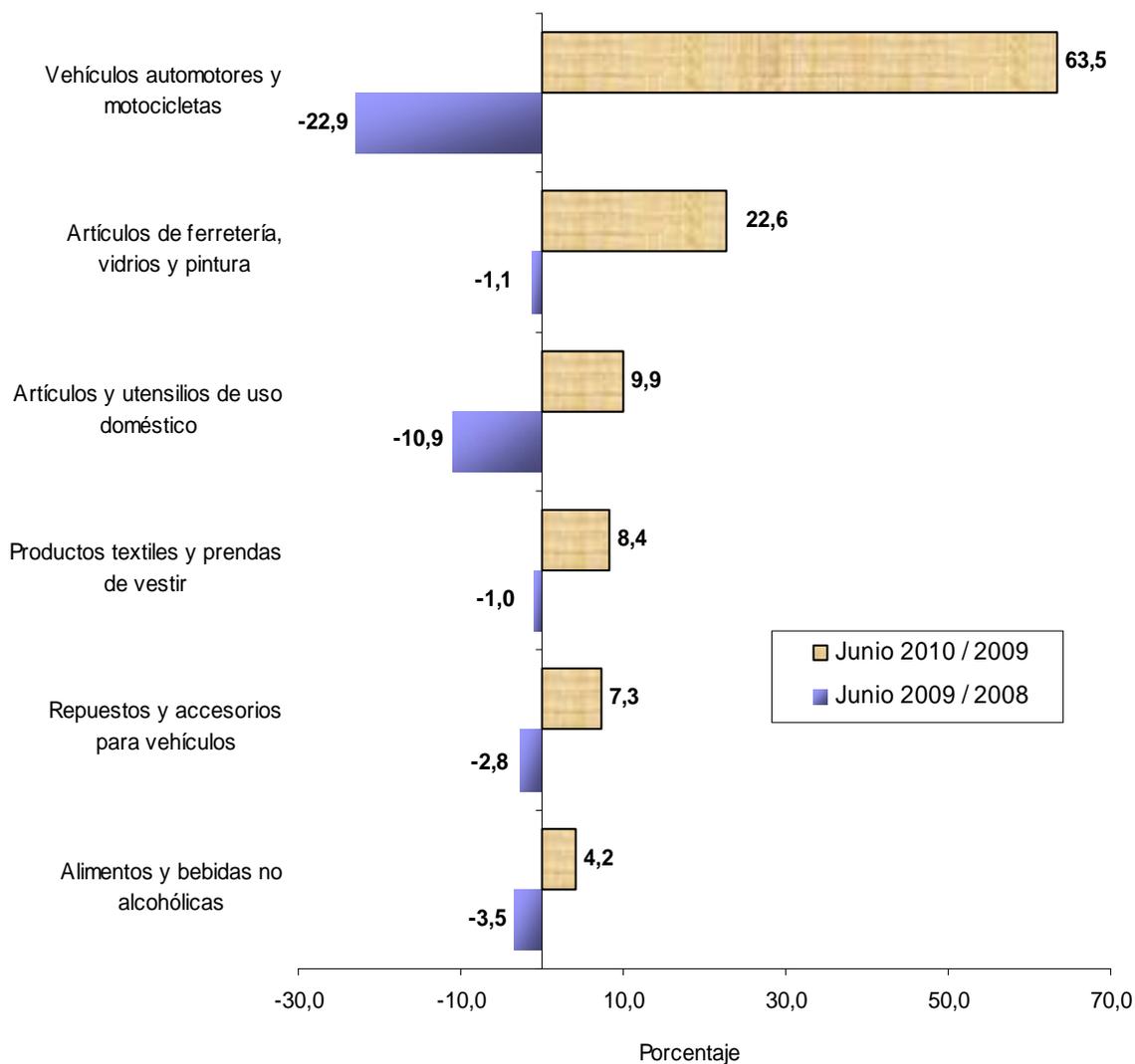


Variación anual de las ventas reales
Alimentos y bebidas no alcohólicas
2005 – 2010 (Junio)



Al comparar los resultados de junio de 2010, frente a los resultados de junio de 2009, se destacan seis líneas de mercancías por presentar los mayores contrastes en las variaciones anuales (ver gráfico 9).

Gráfico 9
Principales cambios de comportamiento en ventas anuales
Junio (2010/2009)

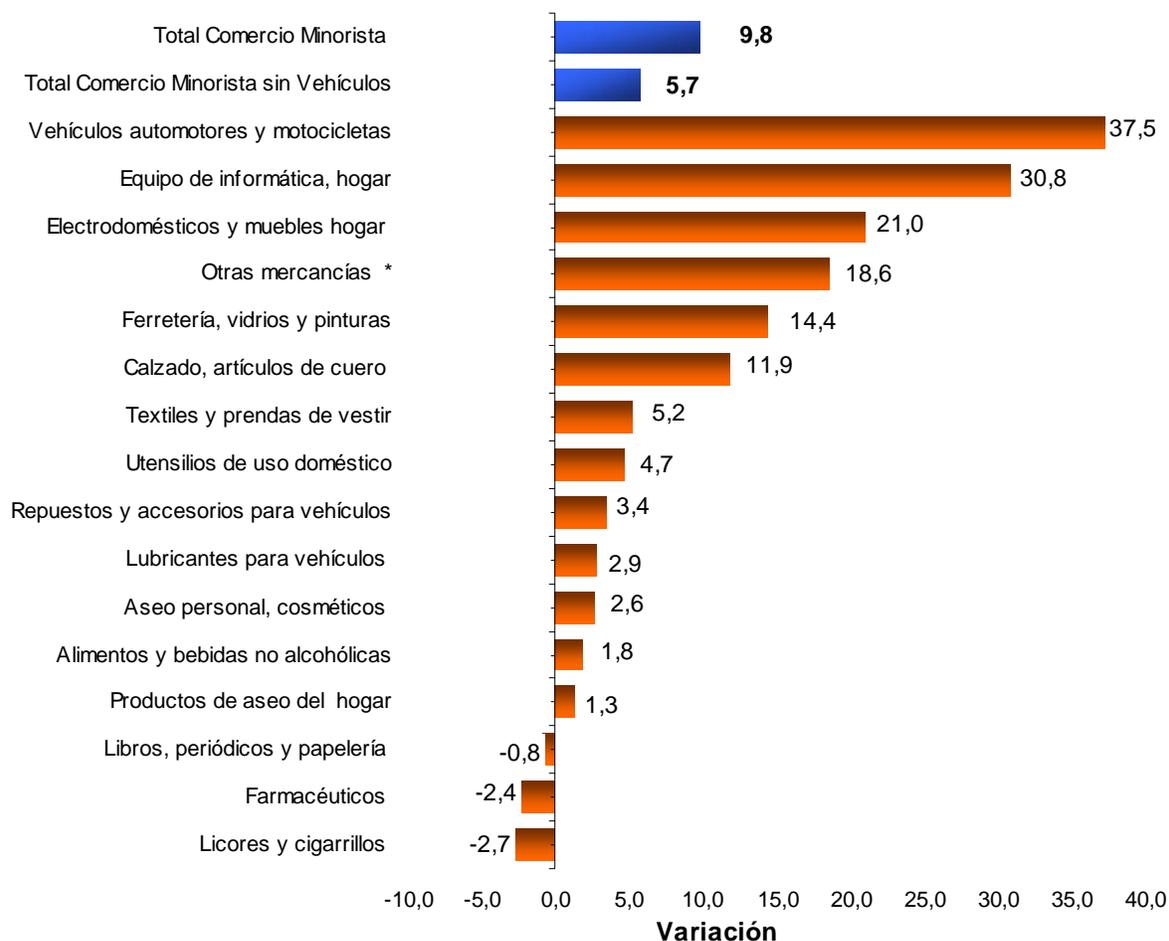


Fuente DANE – MMCM

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

En los primeros seis meses del año, las ventas reales del comercio minorista aumentaron 9,8% 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: licores y cigarrillos; farmacéuticos; y libros, periódicos y papelería.

Gráfico 10
Variación año corrido de las ventas reales
Total nacional
Enero – junio (2010/2009)

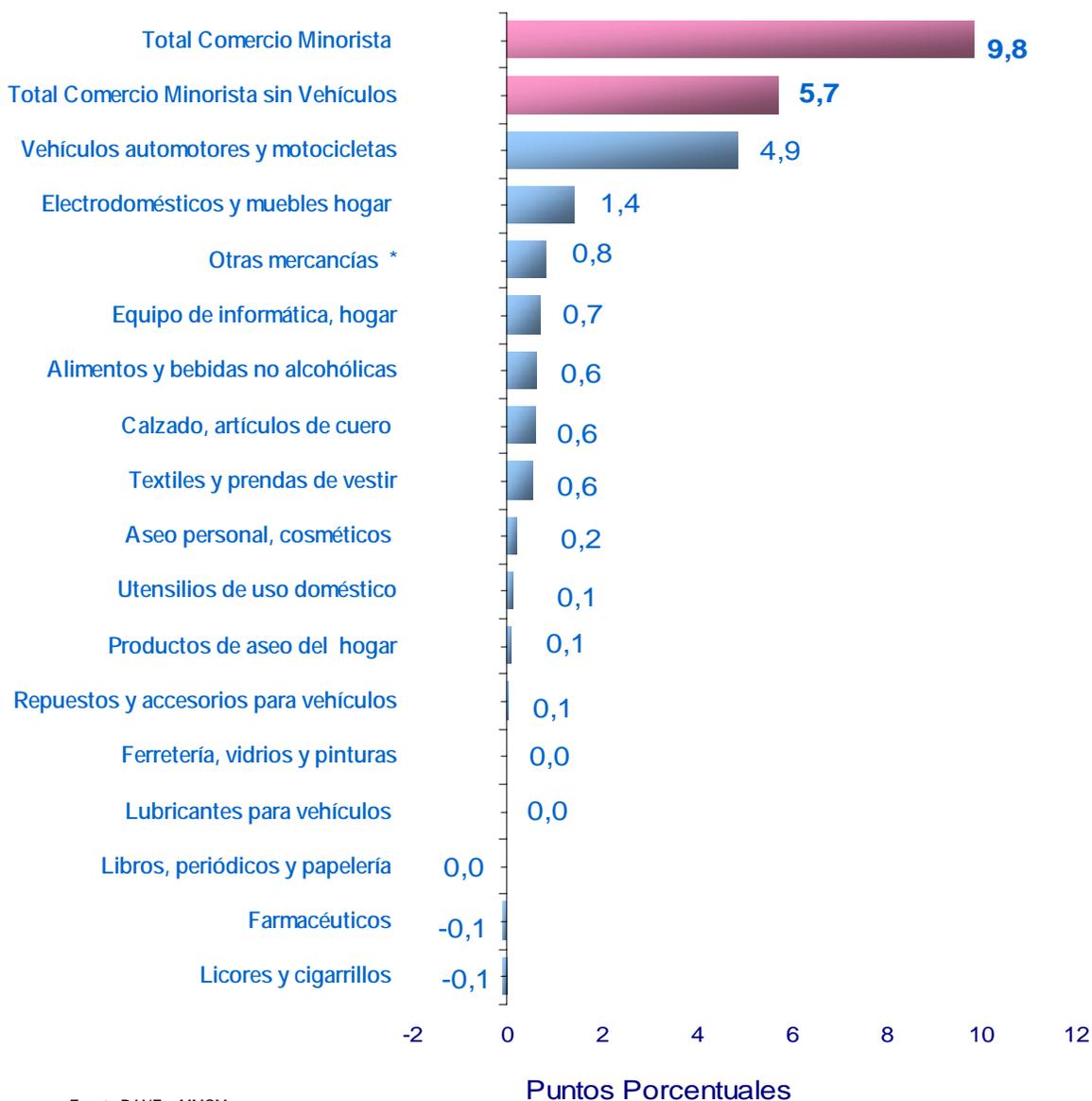


Fuente DANE – MMCM

* 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; electrodomésticos y muebles para el hogar; los agrupados en “otras mercancías” y equipo de informática, hogar. En conjunto estas líneas aportaron 7,8 puntos porcentuales a la variación total.

Gráfico 11
Contribución año corrido a las ventas reales
Total nacional
Enero – junio (2010/2009)



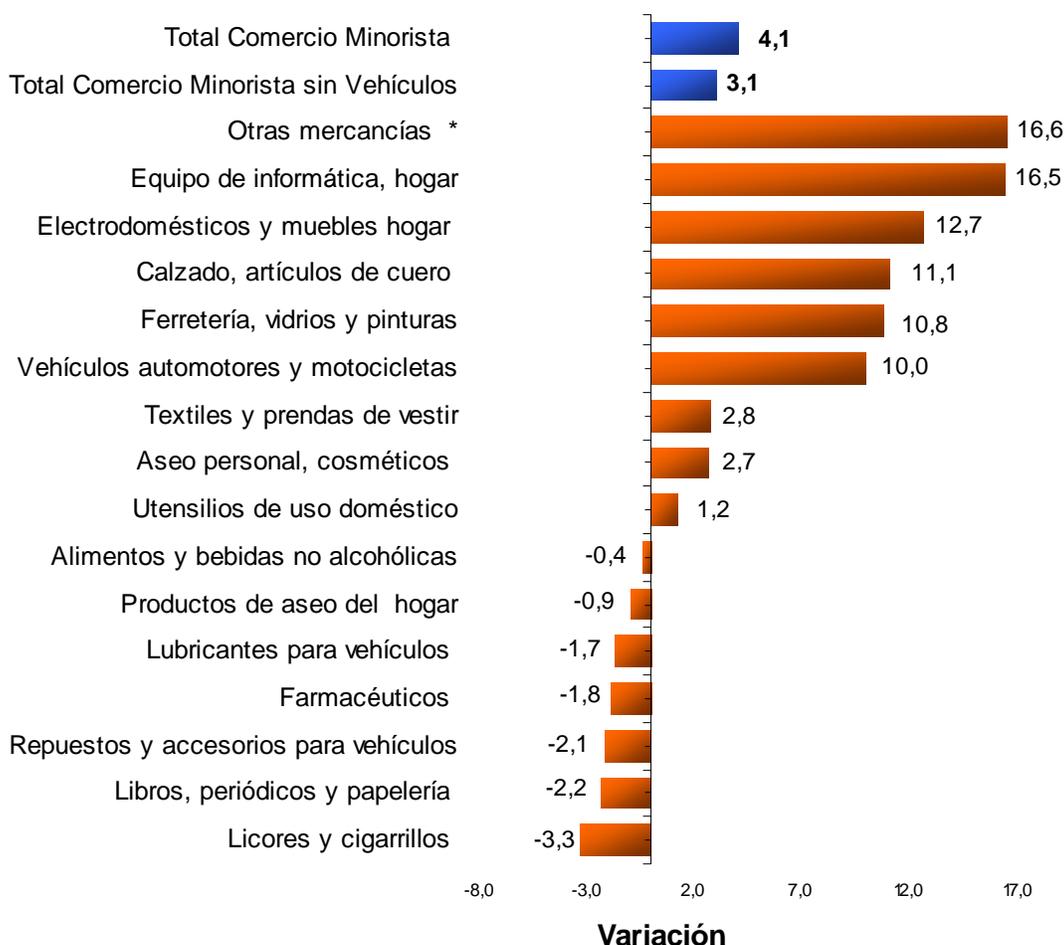
Fuente DANE – MMCM

* 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 – junio (2010/2009)

Entre julio de 2009 y junio de 2010, las ventas reales del comercio minorista presentaron un incremento de 4,1% 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 las agrupadas en “otras mercancías”; y equipo de informática, hogar.

Gráfico 12
Variación doce meses de las ventas reales
Total nacional
Julio – junio (2010/2009)

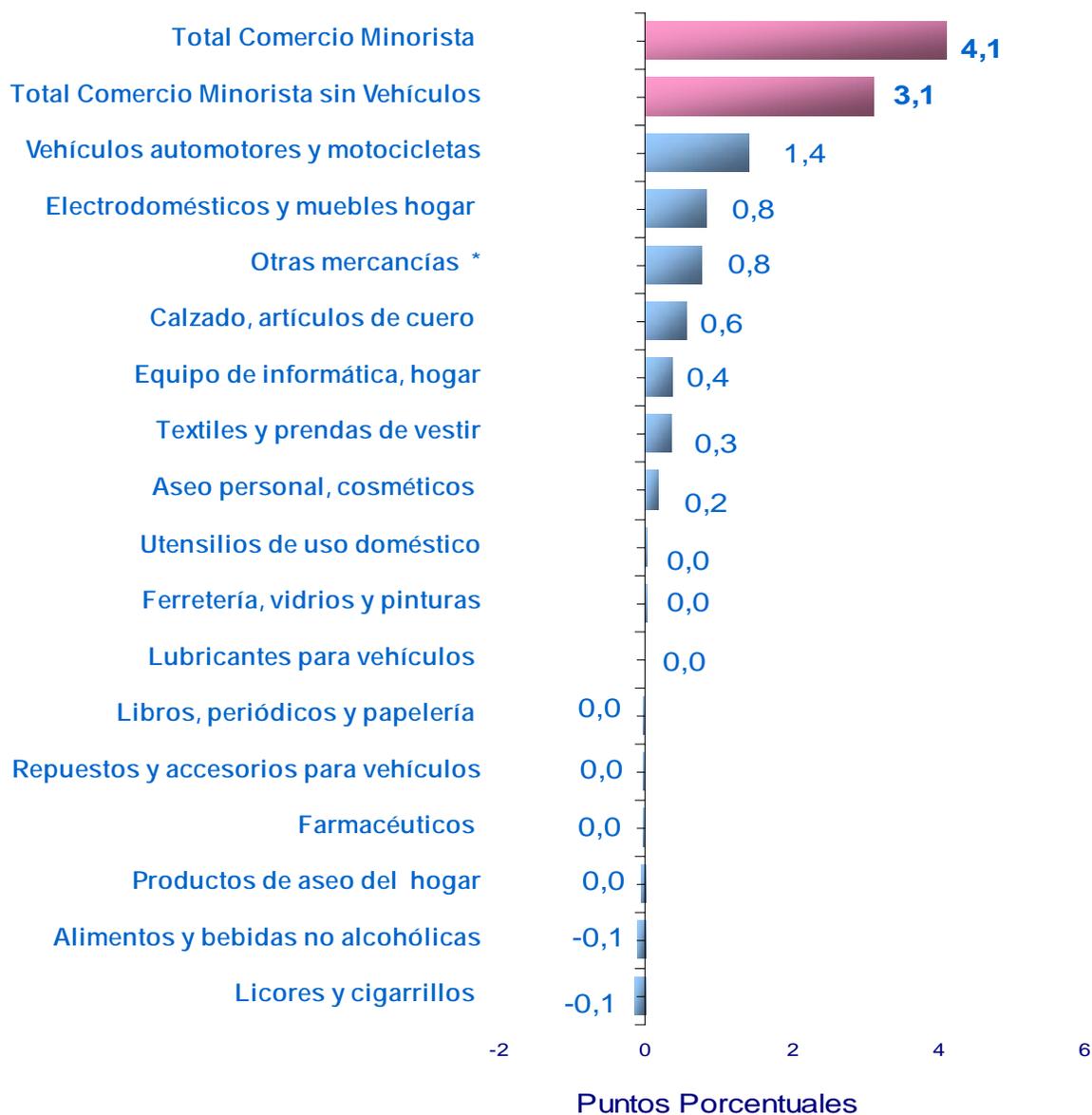


Fuente DANE – MMCM

* 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 y muebles para el hogar; el denominado “otras mercancías”; y calzado, artículos de cuero; en conjunto, estos aportaron 3,6 puntos positivos a la variación total.

Gráfico 13
Contribución doce meses a las ventas reales
Total nacional
Julio – junio (2010/2009)

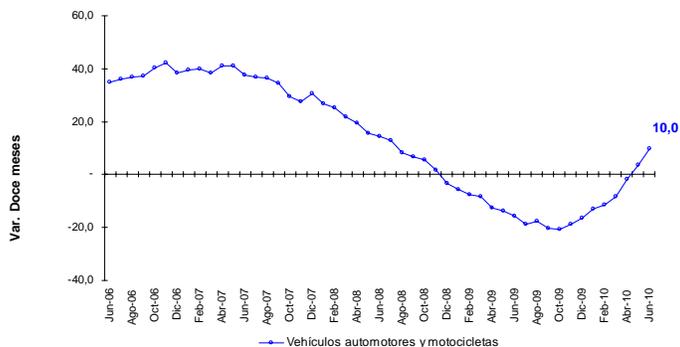


* Otras mercancías, incluye: juguetes, bicicletas, artículos de deporte, piñatería, artículos para bebés, gas propano en cilindros, lubricantes y aditivos para vehículos automotores, equipo fotográfico, revestimiento para pisos, etc.

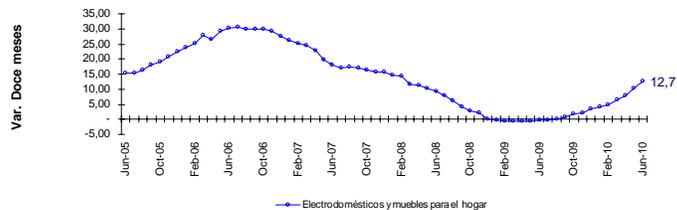
Gráficos 14

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

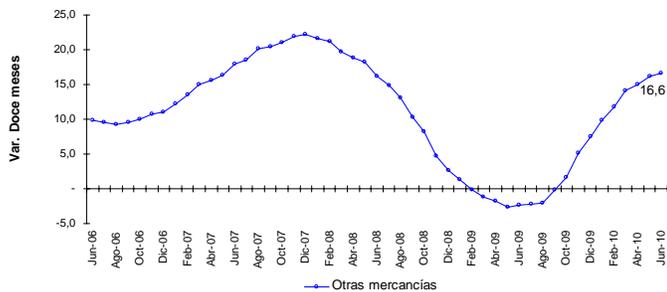
Variación doce meses de las ventas reales Vehículos automotores 2006 – 2010 (Junio)



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



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



Variación doce meses de las ventas reales Calzado, artículos de cuero 2006 – 2010 (Junio)



Fuente DANE – MMCM

2.2 Actividad comercial CIU Rev. 3

2.2.1 Variación anual: junio (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 junio de 2010 se destacaron los siguientes comportamientos: los mayores incrementos se registraron en las ventas de vehículos automotores; y libros, periódicos y papelería. En contraste, la mayor variación negativa del comercio especializado se presentó en lubricantes.

Por su parte, las empresas no especializadas con surtido diferente de alimentos registraron incremento de 31,1% en sus ventas y las no especializadas con surtido compuesto principalmente de alimentos, presentaron aumento de 11,7%.

Gráfico 15
Variación anual de las ventas reales, según actividad comercial
Total nacional
Junio (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 - junio (2010/2009)

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

Por su parte, las empresas no especializadas con surtido diferente de alimentos registraron un incremento en sus ventas reales de 25,9% y las no especializadas con surtido principalmente de alimentos, presentaron un crecimiento de 7,9%.

Gráfico 16
Variación año corrido de las ventas reales
Total nacional
Enero – junio (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: julio – junio (2010/2009)

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

Por su parte, las empresas no especializadas con surtido diferente de alimentos incrementaron sus ventas reales en 22,9% y las empresas no especializadas con surtido compuesto principalmente de alimentos, presentaron un crecimiento de 3,3%.

Gráfico 17

Variación doce meses de las ventas reales

Total nacional

Julio - junio (2010/2009)



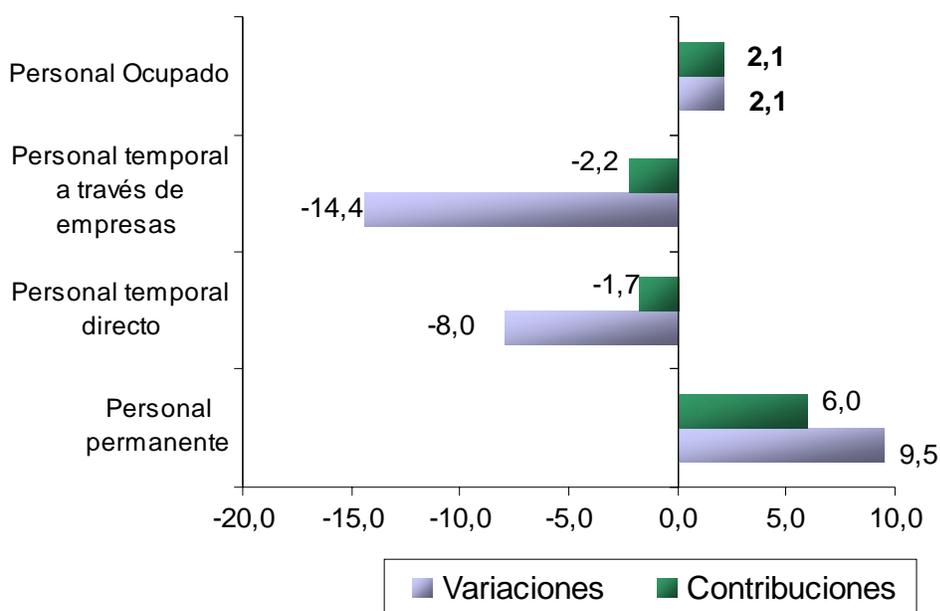
*Resto de actividades, incluye el comercio al por menor de: artículos de ferretería; computadores y programas de informática; equipo fotográfico, óptico y de precisión, etc.

3. Personal ocupado

3.1 Variación anual: junio (2010/2009)

En junio de 2010, el personal ocupado por el comercio minorista aumentó 2,1% respecto al mismo mes del año anterior, como resultado del aporte positivo de 6,0 puntos del personal permanente y del aporte negativo de 3,9 puntos porcentuales del personal temporal.

Gráfico 18
Variación y contribución anual del personal ocupado
Total nacional
Junio (2010/2009)

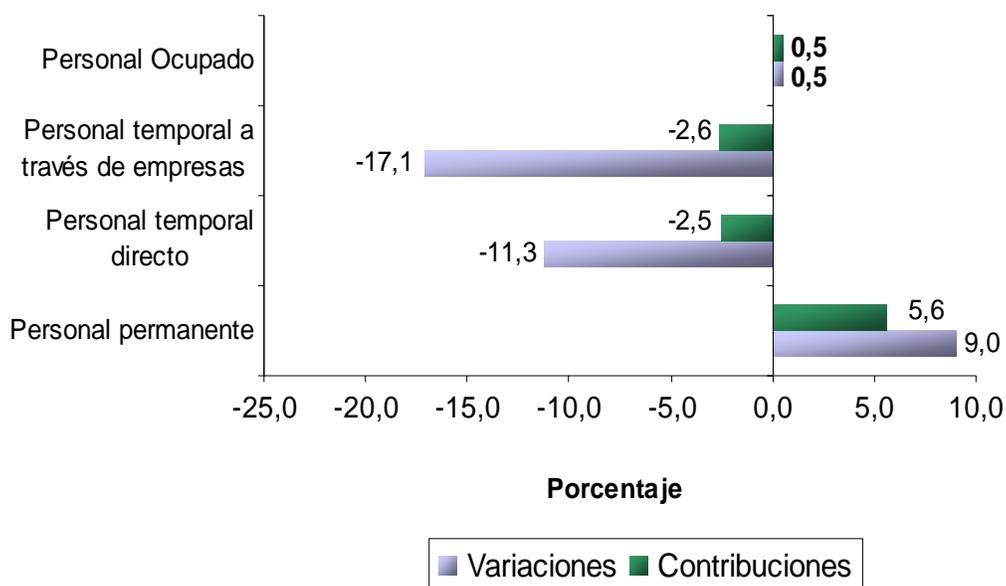


Fuente DANE – MMCM

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

En lo corrido de 2010, el personal ocupado del comercio minorista presentó un aumento de 0,5% respecto al mismo período del año anterior. Este comportamiento se explica por el aumento del personal permanente que con su contribución de 5,6 puntos positivos a la variación total logró contrarrestar la reducción en la vinculación de personal temporal, que aportó 5,1 puntos porcentuales negativos a la misma.

Gráfico 19
Variación y contribución año corrido del personal ocupado
Total nacional
Enero – junio (2010/2009)

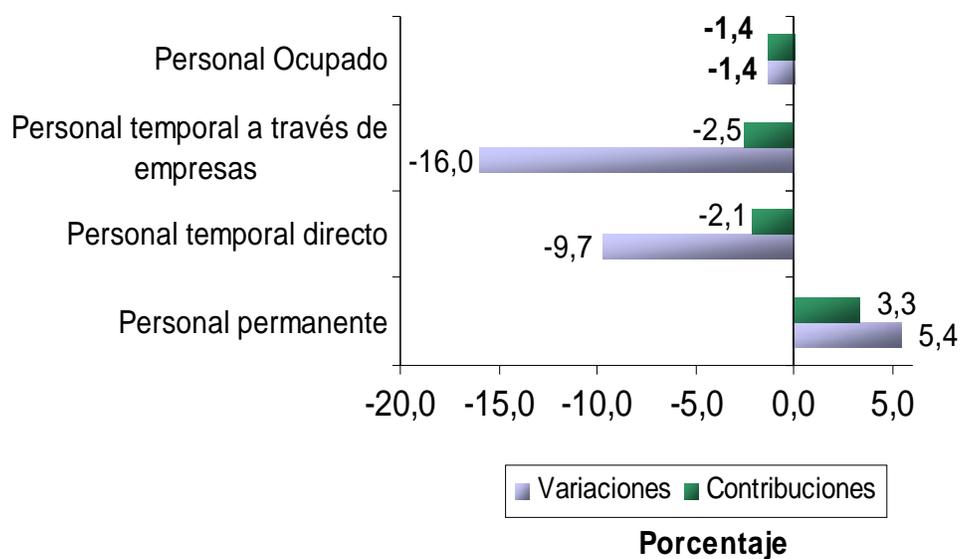


Fuente DANE – MMCM

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

En los últimos doce meses hasta junio de 2010, el personal ocupado del comercio minorista registró una reducción de 1,4%. Durante este período, el personal temporal contratado a través de empresas y el personal temporal directo presentaron variaciones negativas, contribuyendo conjuntamente con 4,6 puntos porcentuales negativos a la variación total.

Gráfico 20
Variación y contribución doce meses del personal ocupado
Total nacional
Julio - junio (2010/2009)



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 Junio
12. hasta el mes de referencia del año (Junio hasta i,t), y lo transcurrido en igual período del año anterior (Junio hasta i,t-1).
13. **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)