

MUESTRA MENSUAL DE COMERCIO AL POR MENOR
Junio 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 junio de 2012, las ventas del comercio minorista aumentaron 4,0% y el personal ocupado 5,7%, 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 (21,0%), artículos de ferretería, vidrios y pinturas (13,4%), productos textiles y prendas de vestir (11,6%) y licores y cigarrillos (10,1%).
- El incremento de 5,7% registrado por el personal ocupado en junio de 2012 se explica por el aumento de la contratación de personal permanente (13,0%) y la disminución en la vinculación tanto de personal temporal directo (-0,8%) como de personal temporal a través de agencias (-19,9%).
- Durante los primeros seis meses de 2012, las ventas reales del comercio minorista presentaron un incremento de 3,7%. Las líneas que registraron los mayores incrementos en sus ventas fueron: equipo de informática, hogar (15,3%), calzado, artículos de cuero (10,7%), artículos y utensilios de uso doméstico (9,6%) y productos textiles y prendas de vestir (9,6%). La única línea de mercancía que registró disminución en la variación anual del primer semestre fue vehículos automotores y motocicletas, con -3,1%.
- El personal ocupado por el comercio minorista en los seis primeros meses de 2012 aumentó 6,7%, frente al mismo período de 2011, explicado por el aumento en la contratación de personal permanente (10,1%) y de temporal directo (10,6%), así como la disminución en la vinculación de personal temporal a través de agencias (-16,9%).
- Durante los últimos doce meses hasta junio de 2012, las ventas reales del comercio minorista registraron un crecimiento de 5,6%, respecto al año precedente. Las líneas de mercancías que presentaron los mayores crecimientos en sus ventas en este período, fueron: equipo de informática, hogar (21,2%), calzado, artículos de cuero (14,4%), repuestos y accesorios para vehículos (11,7%) y artículos de ferretería, vidrios y pinturas (10,4%).
- El personal ocupado promedio del comercio minorista durante los últimos doce meses hasta junio de 2012, presentó un aumento de 6,8% respecto al año precedente. Este resultado se explica por el aumento en la contratación de personal permanente (8,5%) y temporal directo (13,7%) y la disminución en la vinculación de personal temporal a través de agencia (-12,9%).

Director
Jorge Bustamante R.

Subdirector
Christian Jaramillo H.

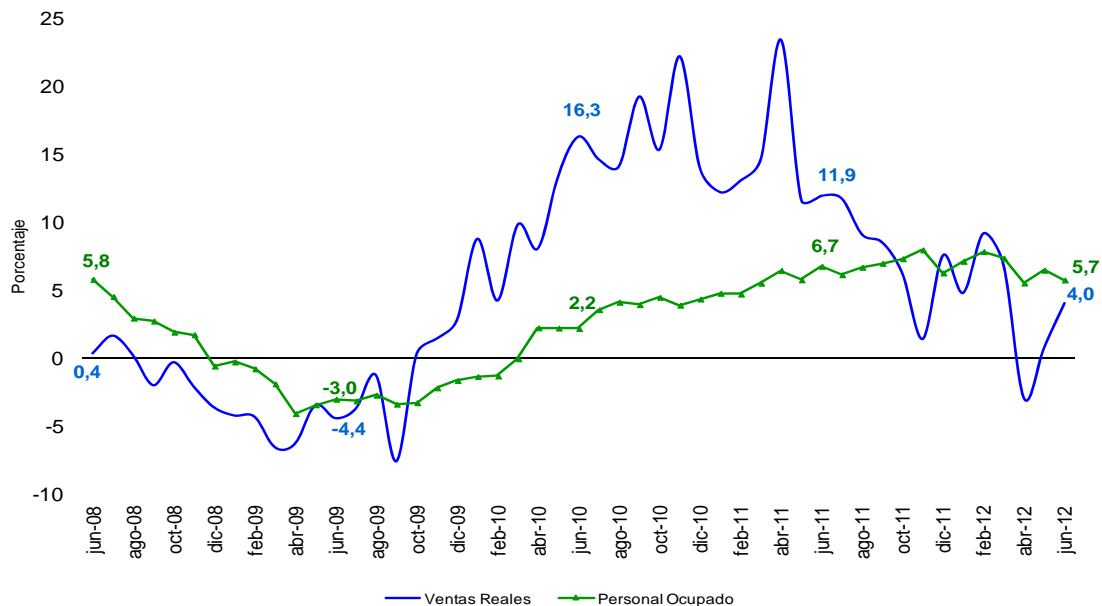
Director de Metodología y Producción Estadística

Eduardo Efraín Freire Delgado

1. Evolución general de las principales variables

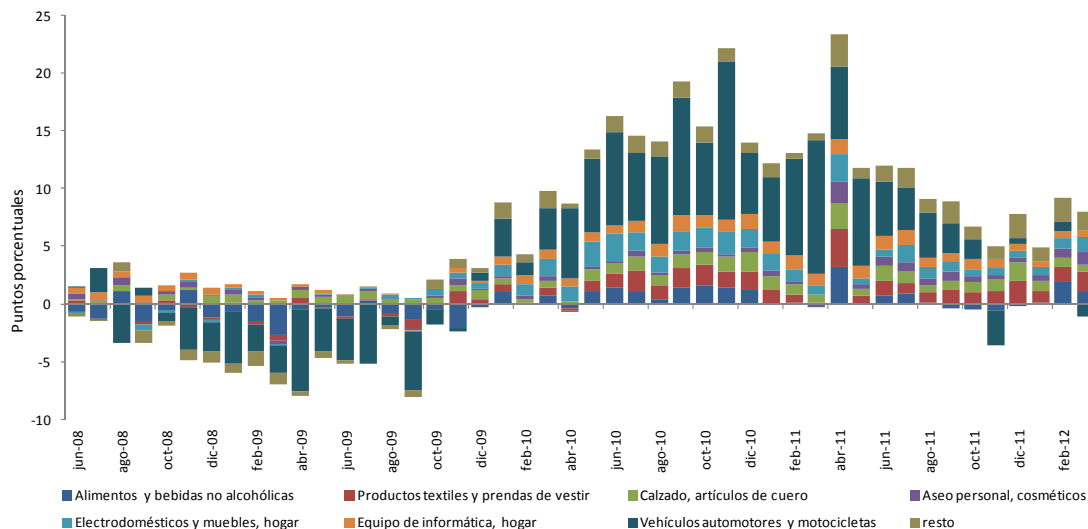
En junio de 2012, las ventas reales y el personal ocupado del comercio minorista aumentaron 4,0% y 5,7% respectivamente, comparado con el mismo mes de 2011, cuando las ventas habían reportado un incremento de 11,9% y el personal ocupado un aumento de 6,7%.

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



Fuente: DANE – MMCM.

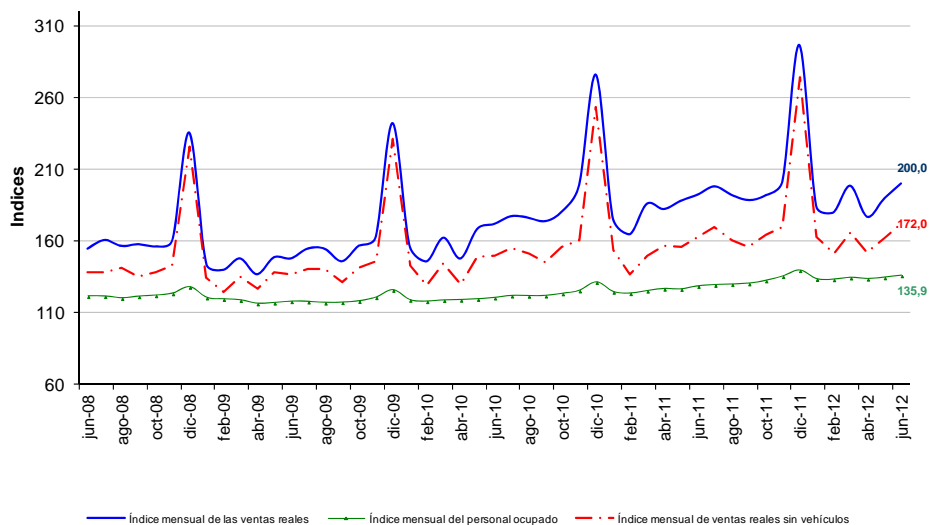
Gráfico 2. Contribución de las líneas de mercancías que explican principalmente el comportamiento en las ventas reales del sector Total nacional 2008 (junio) - 2012 (junio)



Fuente: DANE – MMCM.

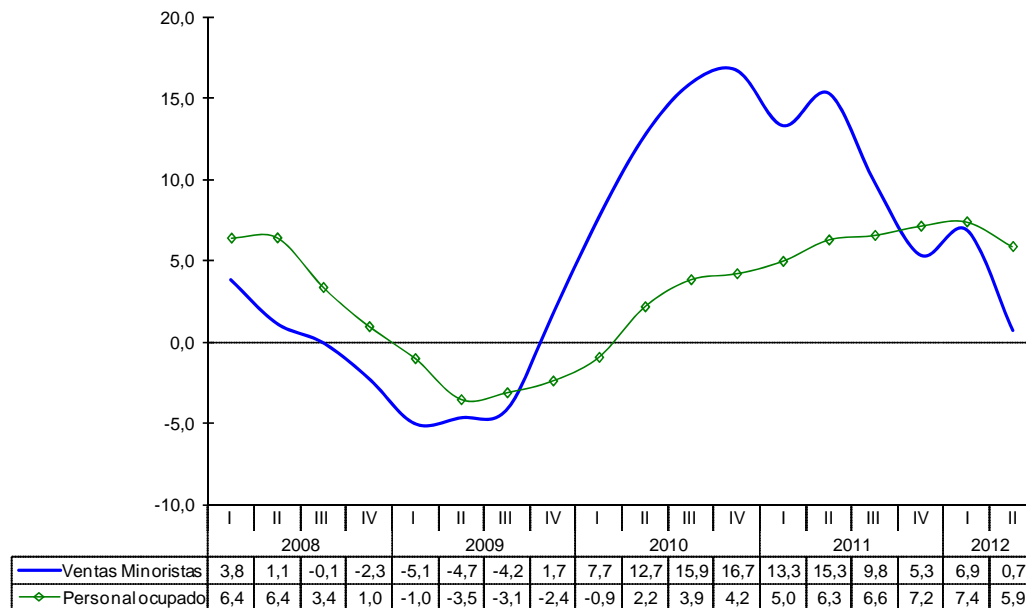
Gráfico 3. Índices de ventas reales y personal ocupado
Total nacional
2008 (junio) - 2012 (junio)

Índice base: promedio año 1999 = 100



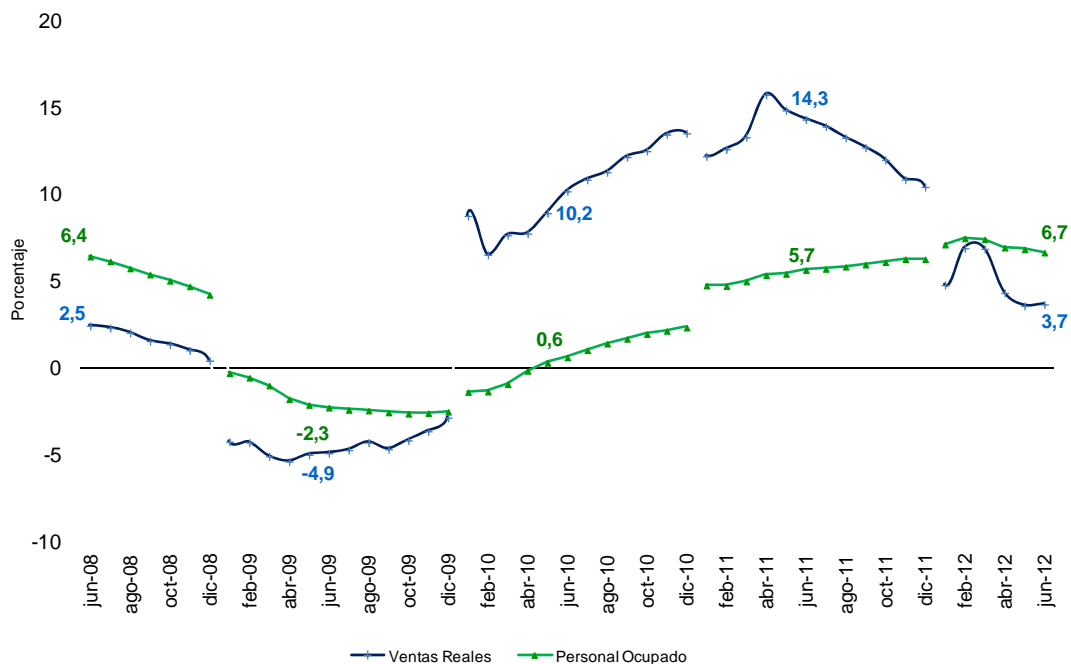
Fuente: DANE – MMCM.

Gráfico 4. Variación anual trimestral de las ventas reales y el personal ocupado
Total nacional
2008 – 2012 (II trimestre)



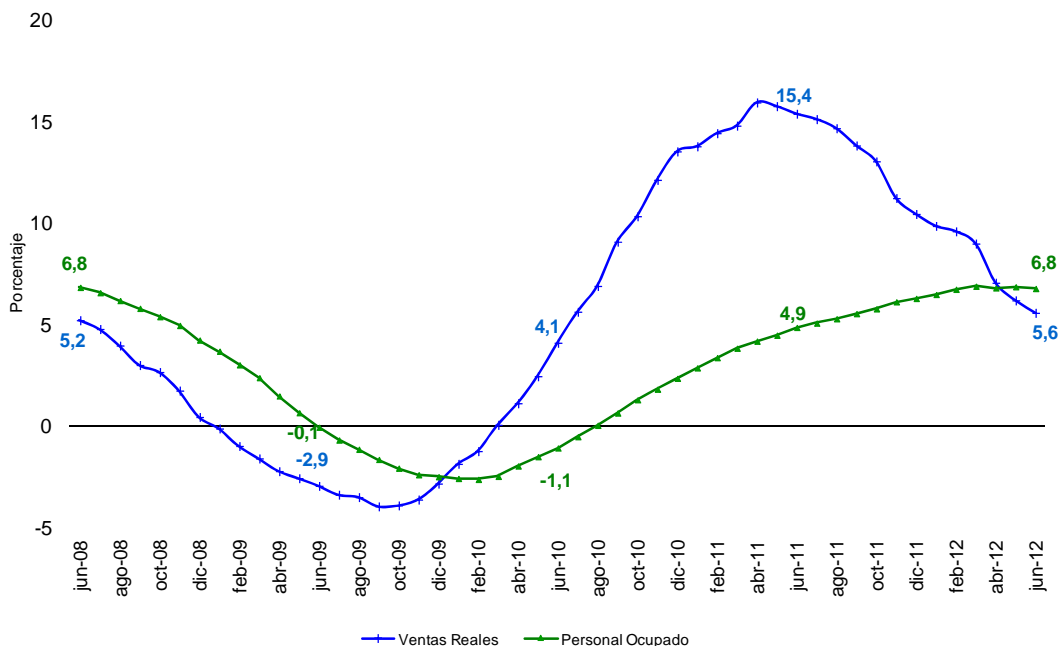
Fuente: DANE – MMCM.

Gráfico 5. Variación año corrido de las ventas reales y el personal ocupado
Total nacional
2008 (junio) - 2012 (junio)



Fuente: DANE – MMCM.

Gráfico 6. Variación acumulada doce meses de las ventas reales y el personal ocupado
Total nacional
2008 (junio) - 2012 (junio)



Fuente: DANE – MMCM.

Tabla 1. Resumen del comportamiento de las principales variables

Indicador	Variación (%)							
	Anual		Año corrido		Doce meses		Anual trimestral	
	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012
Ventas	11,9	4,0	14,3	3,7	15,4	5,6	15,3	0,7
Ventas sin vehículos	8,7	5,6	8,3	5,4	9,1	6,4	11,0	2,2
Personal ocupado	6,7	5,7	5,7	6,7	4,9	6,8	6,3	5,9

Fuente: DANE – MMCM

2. Ventas reales

2.1 Grupos de mercancías

2.1.1 Variación anual: junio 2012

En junio de 2012, las ventas reales del comercio minorista aumentaron 4,0% 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 licores y cigarrillos.

Gráfico 7. Variación anual de las ventas reales

Total nacional

Junio 2012



Fuente: DANE – MMCM.

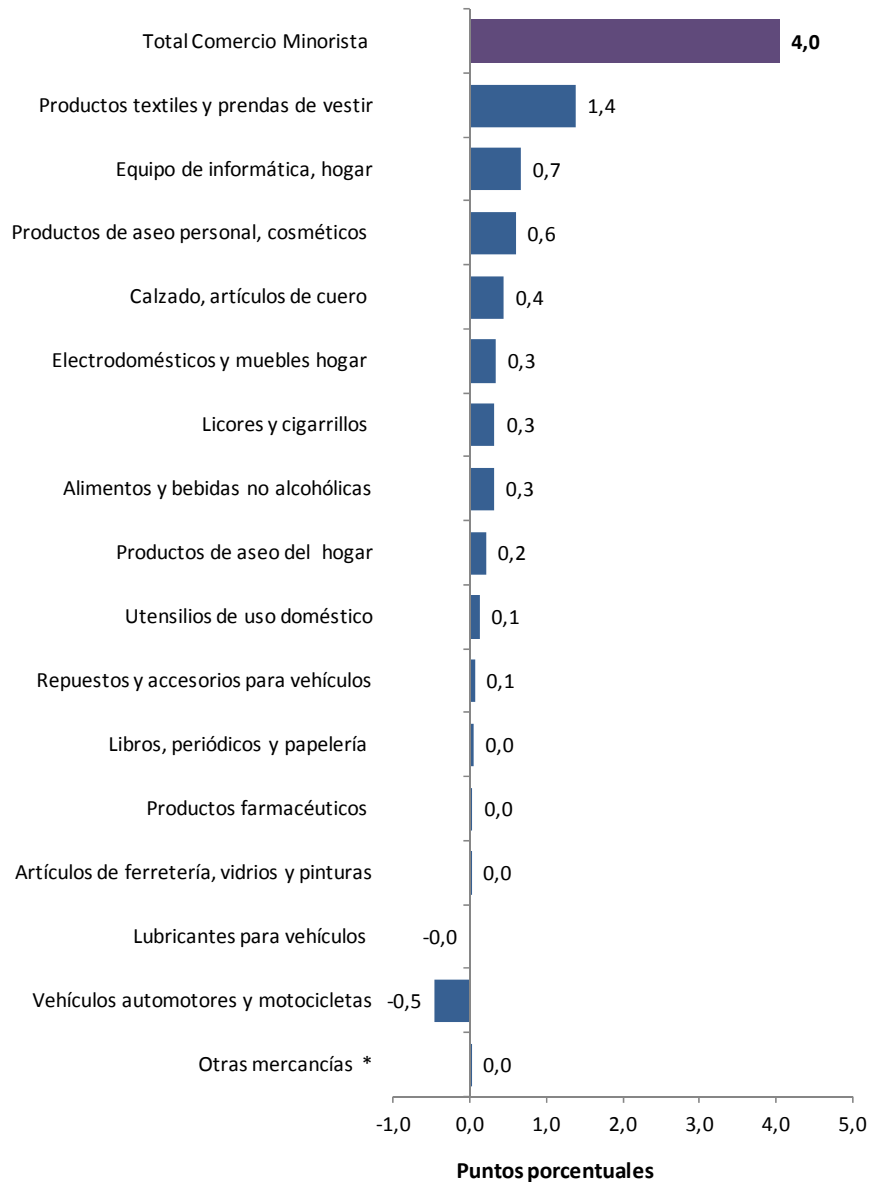
*Otras mercancías, incluye: juguetes, bicicletas, artículos de deporte, piñatería, artículos para bebés, gas propano en cilindros, equipo fotográfico, revestimiento para pisos, etc.

Las principales contribuciones a la variación total de las ventas minoristas en el mes, las presentaron las líneas de productos textiles y prendas de vestir; equipo de informática, hogar; productos de aseo personal, cosméticos; y calzado, artículos de cuero. El aporte conjunto de estos grupos a la variación total fue 3,1 puntos porcentuales. Este efecto fue contrarrestado en parte por la reducción en las ventas de vehículos automotores y motocicletas (-2,3%), que restó 0,5 puntos porcentuales a la variación total de las ventas minoristas.

Gráfico 8. Contribución anual a las ventas reales

Total nacional

Junio 2012



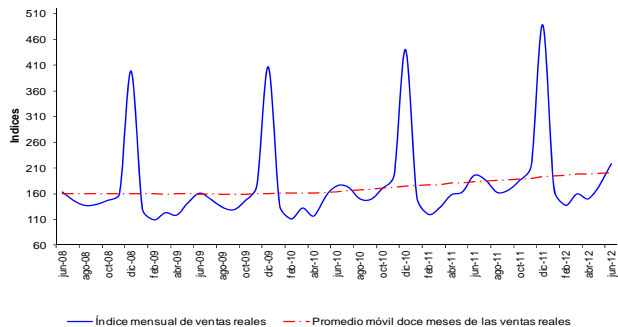
Fuente: DANE – MMCM

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

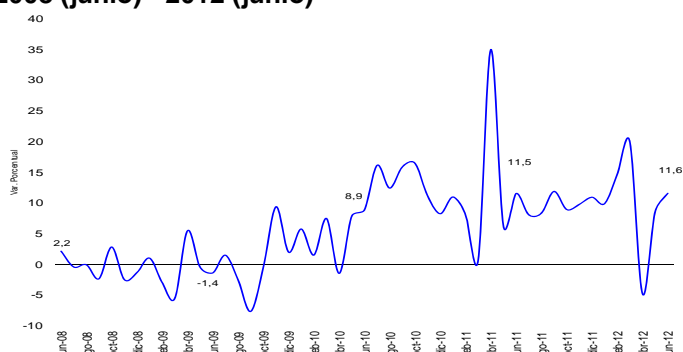
Gráfico 9. Líneas de mercancías que explican principalmente la variación anual de las ventas reales Total nacional Junio 2012

**Gráfico 9.1. Índice de ventas de productos textiles y prendas de vestir
2008 (junio) - 2012 (junio)**

Índice base: promedio año 1999 = 100

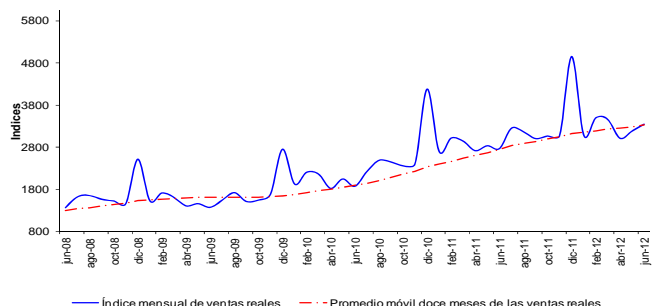


**Gráfico 9.2. Variación anual de las ventas reales de productos textiles y prendas de vestir
2008 (junio) - 2012 (junio)**

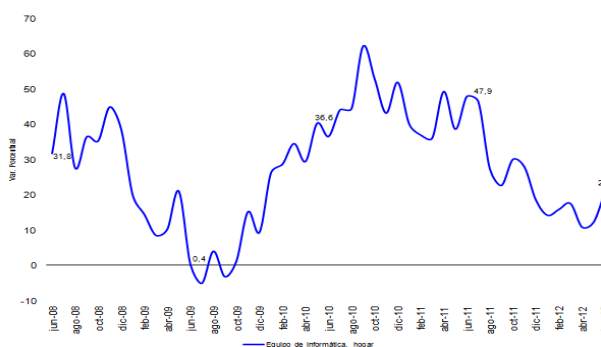


**Gráfico 9.3. Índice de ventas de equipo de informática, hogar
2008 (junio) - 2012 (junio)**

Índice base: promedio año 1999 = 100

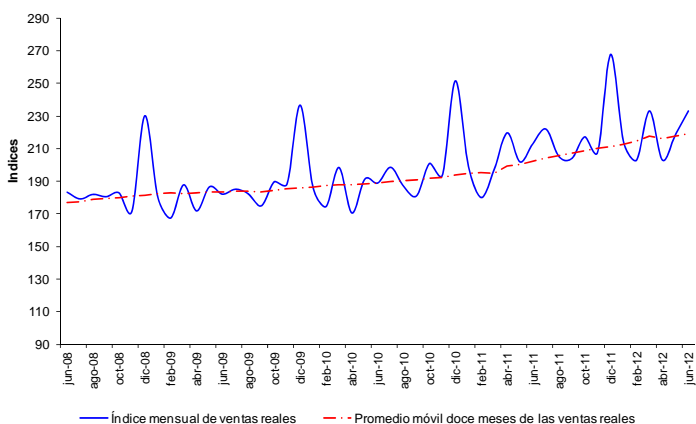


**Gráfico 9.4. Variación anual de equipo de informática, hogar
2008 (junio) - 2012 (junio)**

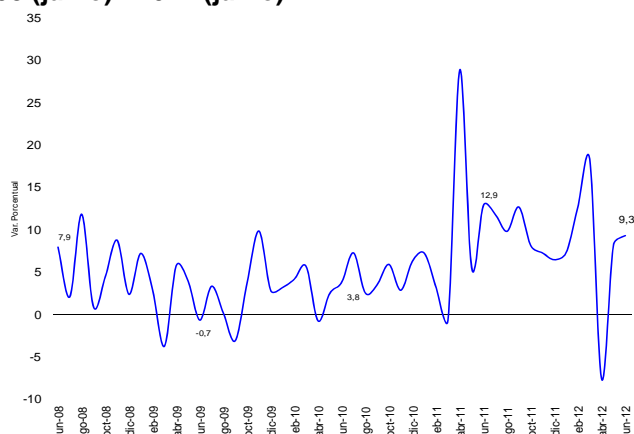


**Gráfico 9.5. Índice de ventas de productos de aseo personal
2008 (junio) - 2012 (junio)**

Índice base: promedio año 1999 = 100



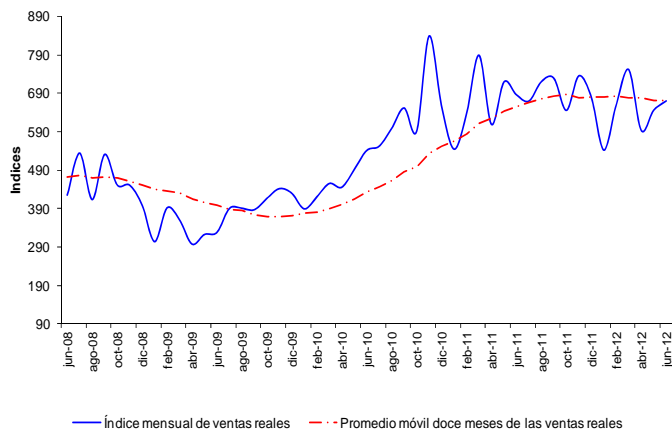
**Gráfico 9.6. Variación anual de productos de aseo personal
2008 (junio) - 2012 (junio)**



Fuente: DANE – MMCM

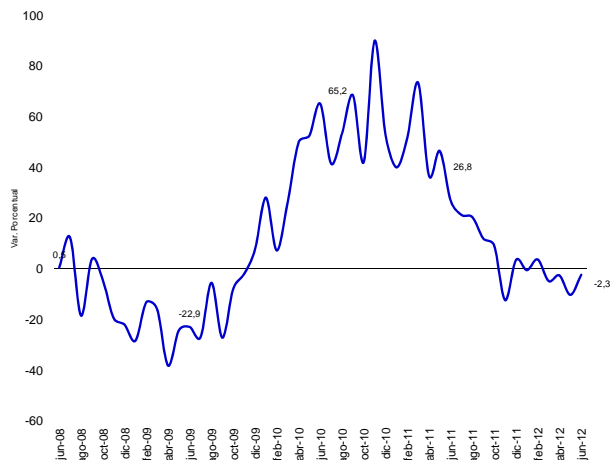
Gráfico 9.7. Índice de ventas de vehículos automotores y motocicletas 2008 (junio) - 2012 (junio)

Índice base: promedio año 1999 = 100



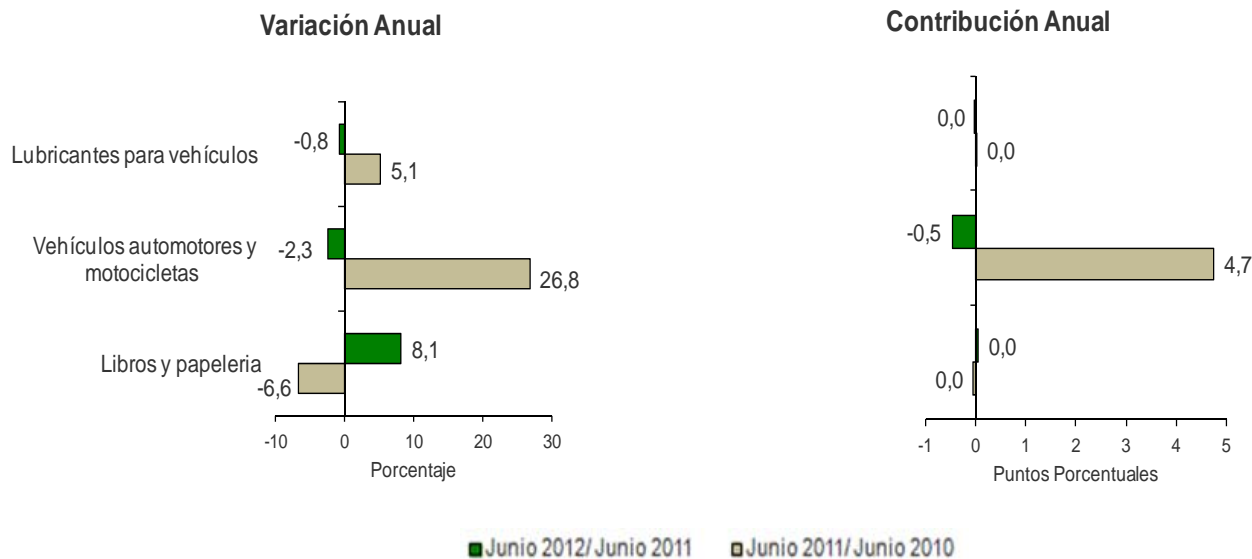
Fuente: DANE – MMCM

Gráfico 9.8. Variación anual de productos de aseo personal vehículos automotores y motocicletas 2008 (junio) - 2012 (junio)



Al comparar las variaciones anuales registradas por las ventas minoristas en junio de 2012 (4,0%) con las de junio de 2011 (11,9%), se identifican tres líneas con los principales contrastes. Sin embargo, es la de vehículos automotores y motocicletas la que explica fundamentalmente la moderación del crecimiento.

Gráfico 10. Principales contrastes entre los resultados de 2012 y 2011 Total nacional Junio



Fuente: DANE – MMCM

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

Durante los primeros seis meses de 2012, las ventas reales del comercio minorista presentaron un incremento de 3,7% 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; utensilios de uso doméstico; productos textiles y prendas de vestir; y artículos de ferretería, vidrios y pinturas.

**Gráfico 11. Variación año corrido de las ventas reales
Total nacional
Enero - junio (2012/2011)**



Fuente: DANE – MMCM

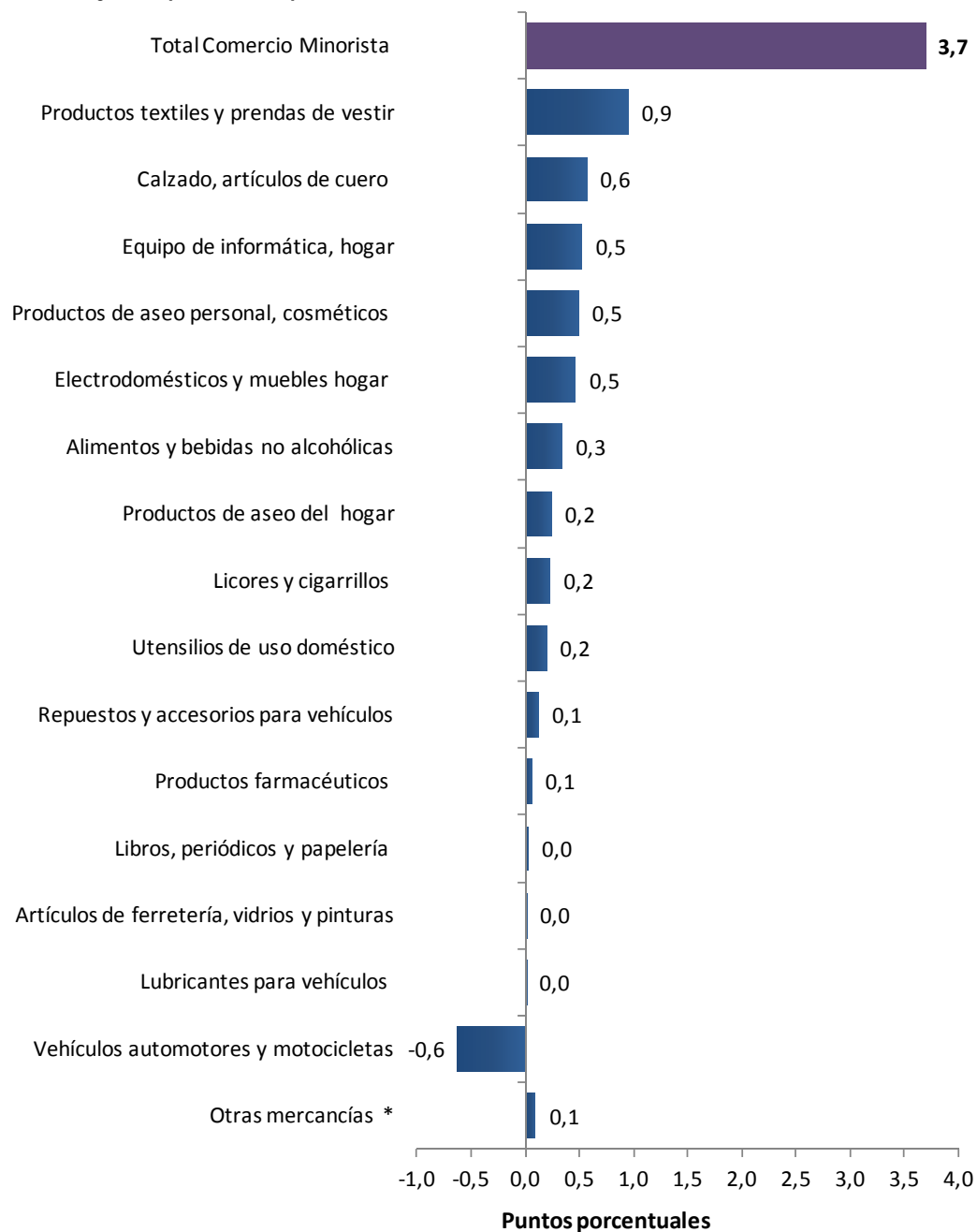
* Otras mercancías, incluye: juguetes, bicicletas, artículos de deporte, piñatería, artículos para bebés, gas propano en cilindros, equipo fotográfico, revestimiento para pisos, etc.

Las mayores contribuciones a la variación año corrido de las ventas, estuvieron a cargo de las líneas de productos textiles y prendas de vestir; calzado, artículos de cuero; equipo de informática, hogar; electrodomésticos y muebles, hogar; y productos de aseo personal, cosméticos. El aporte conjunto de estos cinco grupos de mercancías a la variación total fue 3,0 puntos porcentuales.

Gráfico 12. Contribución año corrido a las ventas reales

Total nacional

Enero - junio (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 13. Líneas de mercancías que principalmente explican la variación año corrido de las ventas reales Total nacional Junio 2012

Gráfico 13.1. Variación año corrido de las ventas reales de productos textiles y prendas de vestir 2008 (junio) - 2012 (junio)

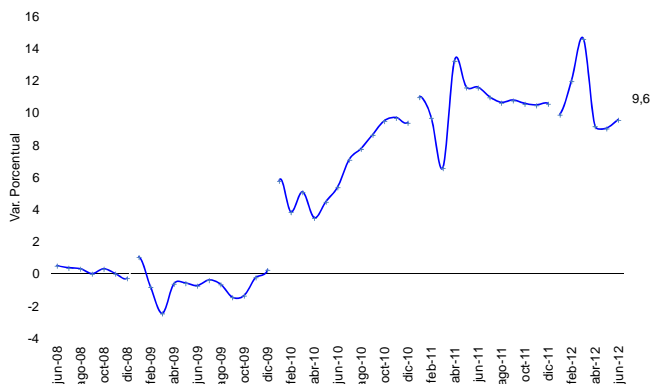


Gráfico 13.2. Variación año corrido de las ventas reales de calzado, artículos de cuero 2008 (junio) - 2012 (junio)

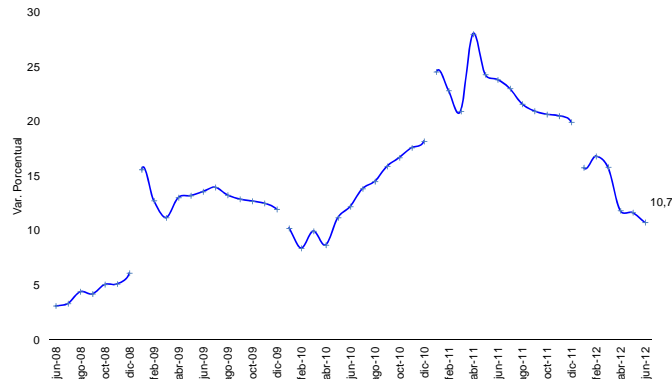


Gráfico 13.3. Variación año corrido de las ventas reales de equipo de informática, hogar 2008 (junio) - 2012 (junio)

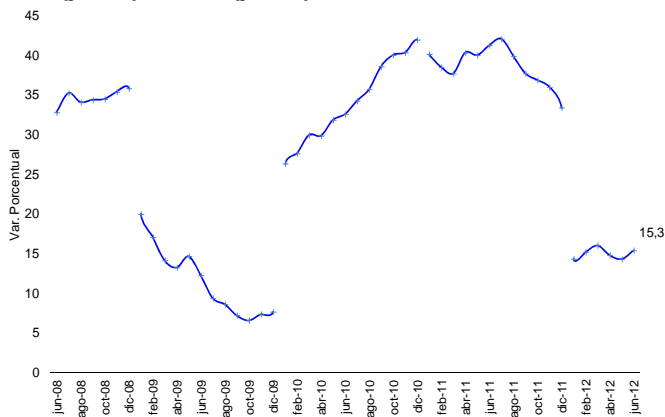


Gráfico 13.4. Variación año corrido de las ventas reales de electrodomésticos y muebles, hogar 2008 (junio) - 2012 (junio)

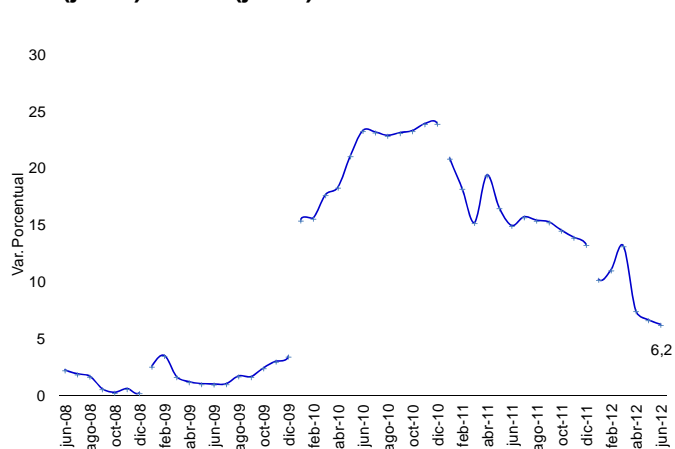
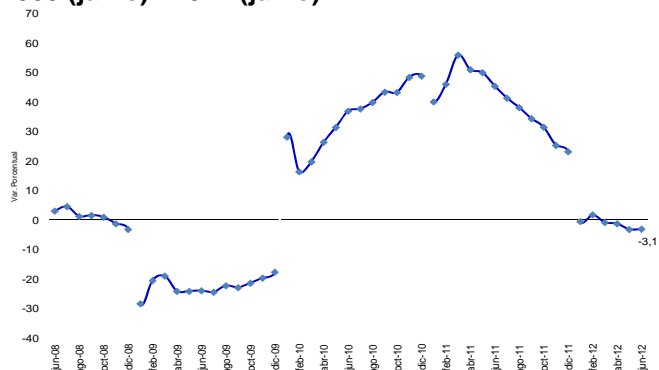


Gráfico 13.5. Variación año corrido de las ventas reales de vehículos automotores y motocicletas 2008 (junio) - 2012 (junio)



Fuente: DANE – MMCM

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

Durante los últimos doce meses hasta junio de 2012, las ventas reales del comercio minorista presentaron un incremento de 5,6% 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; y artículos de ferretería, vidrios y pinturas.

Gráfico 14. Variación acumulada doce meses de las ventas reales

Total nacional

Julio 2011 - junio 2012 / Julio 2010 - junio 2011



Fuente: DANE – MMCM

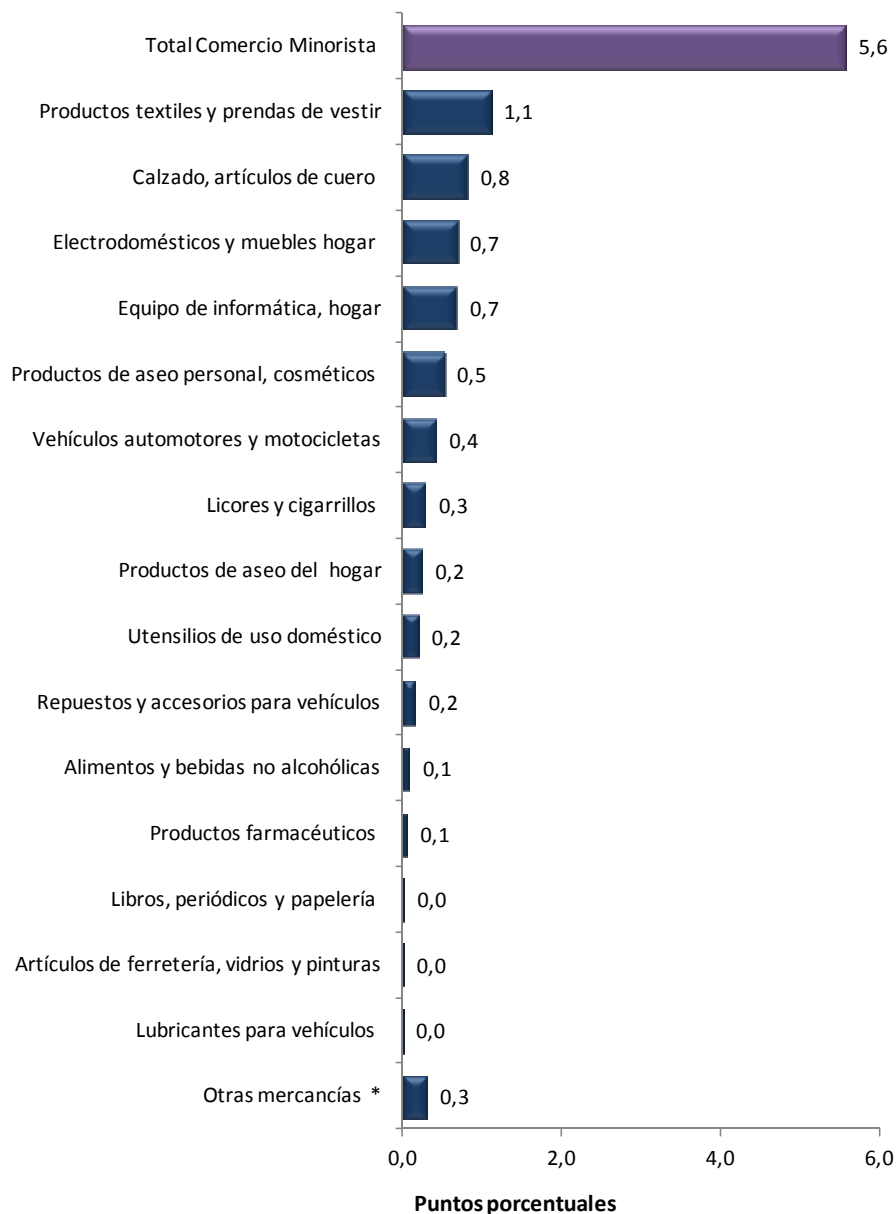
* Otras mercancías, incluye: juguetes, bicicletas, artículos de deporte, piñatería, artículos para bebés, gas propano en cilindros, equipo fotográfico, revestimiento para pisos, etc.

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; electrodomésticos y muebles para el hogar; equipo de informática, hogar; y productos de aseo personal, cosméticos. El aporte conjunto de estos cinco grupos de mercancías a la variación total fue 3,8 puntos porcentuales.

Gráfico 15. Contribución acumulada doce meses a las ventas reales

Total nacional

Julio 2011 - junio 2012 / Julio 2010 - junio 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 16. Líneas de mercancías que principalmente explican la variación acumulada doce meses de las ventas reales

Total nacional
Junio 2012

Gráfico 16.1. Variación acumulada doce meses de las ventas reales de textiles y prendas de vestir 2008 (junio) - 2012 (junio)

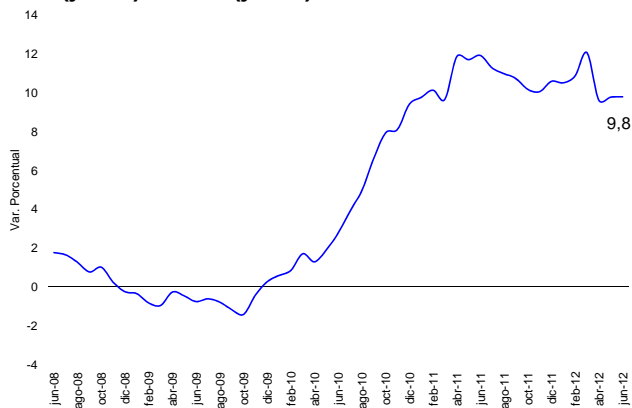


Gráfico 16.2. Variación acumulada doce meses de las ventas reales de calzado y artículos de cuero 2008 (junio) - 2012 (junio)

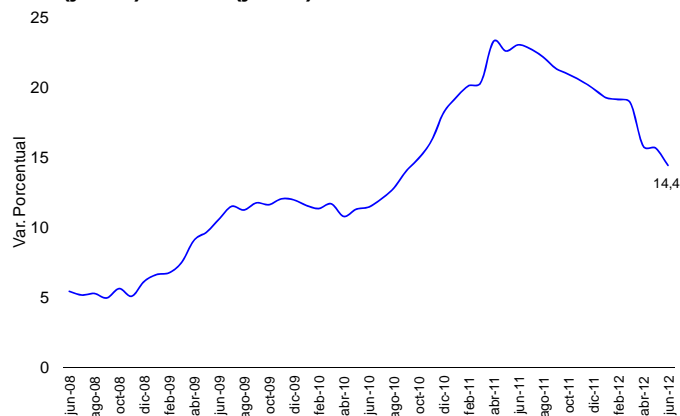


Gráfico 16.3. Variación acumulada doce meses de las ventas reales de electrodomésticos y muebles, hogar 2008 (junio) - 2012 (junio)

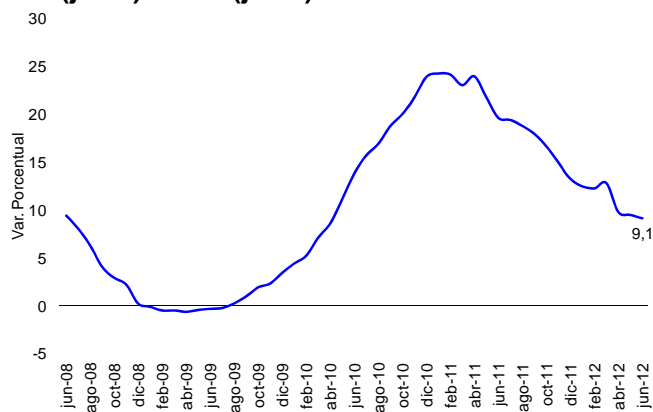


Gráfico 16.4. Variación acumulada doce meses de las ventas reales de equipo de informática, hogar 2008 (junio) - 2012 (junio)

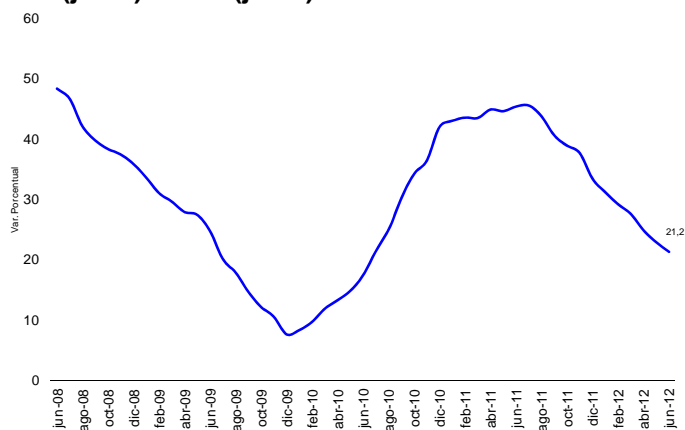
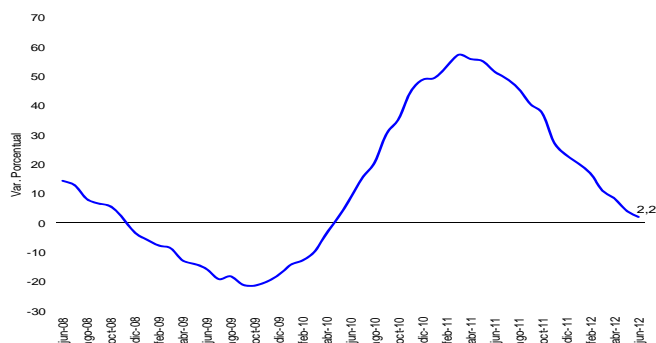


Gráfico 16.5. Variación acumulada doce meses de las ventas reales de vehículos automotores y motocicletas 2008 (junio) - 2012 (junio)



Fuente: DANE – MMCM

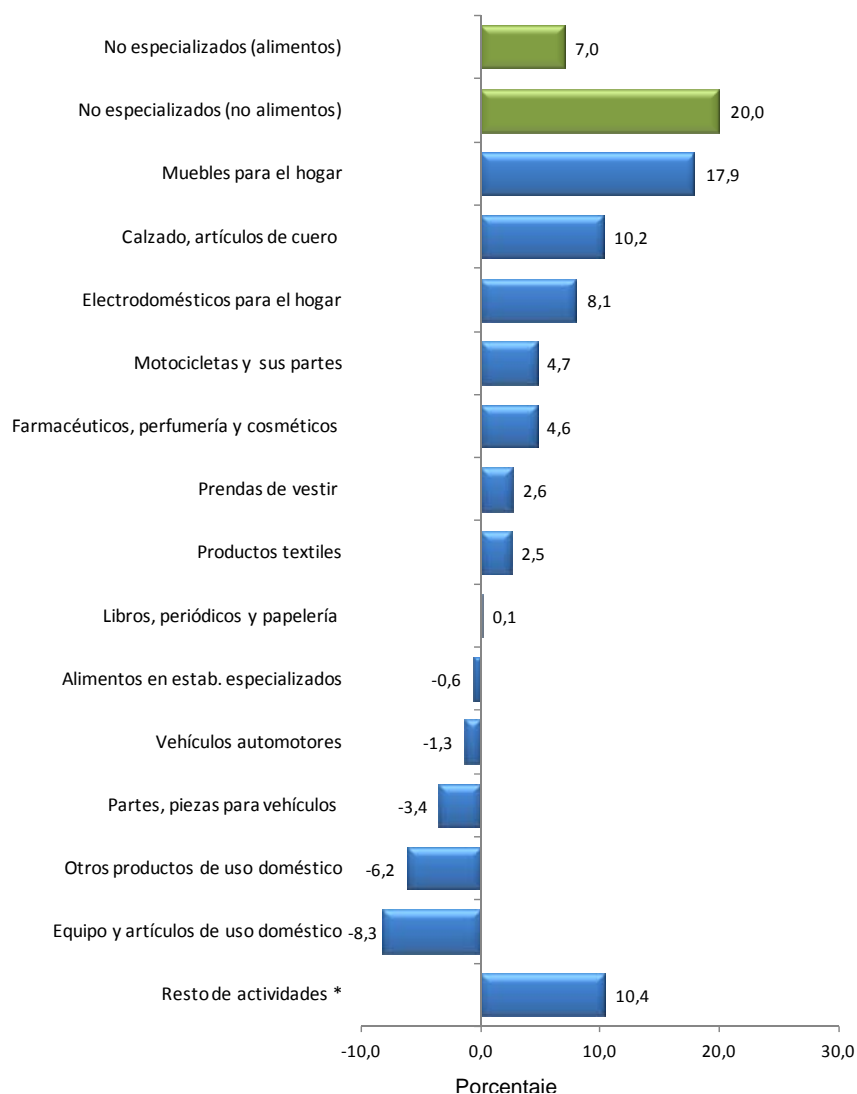
2.2 Actividad comercial CIU Rev. 3

2.2.1 Variación anual: junio 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 junio de 2012 se destacan los crecimientos de las ventas registradas por los almacenes especializados en el comercio minorista de muebles para el hogar; calzado, artículos de cuero; electrodomésticos para el hogar; y motocicletas y sus partes. En cuanto a los almacenes no especializados, los que tienen un surtido compuesto principalmente de productos diferentes a alimentos registraron un incremento de 20,0% en sus ventas, y aquellos con surtido compuesto principalmente de alimentos presentaron un aumento de 7,0%.

Gráfico 17. Variación anual de las ventas reales, según actividad comercial

Total nacional
Junio 2012



Fuente: DANE – MMCM

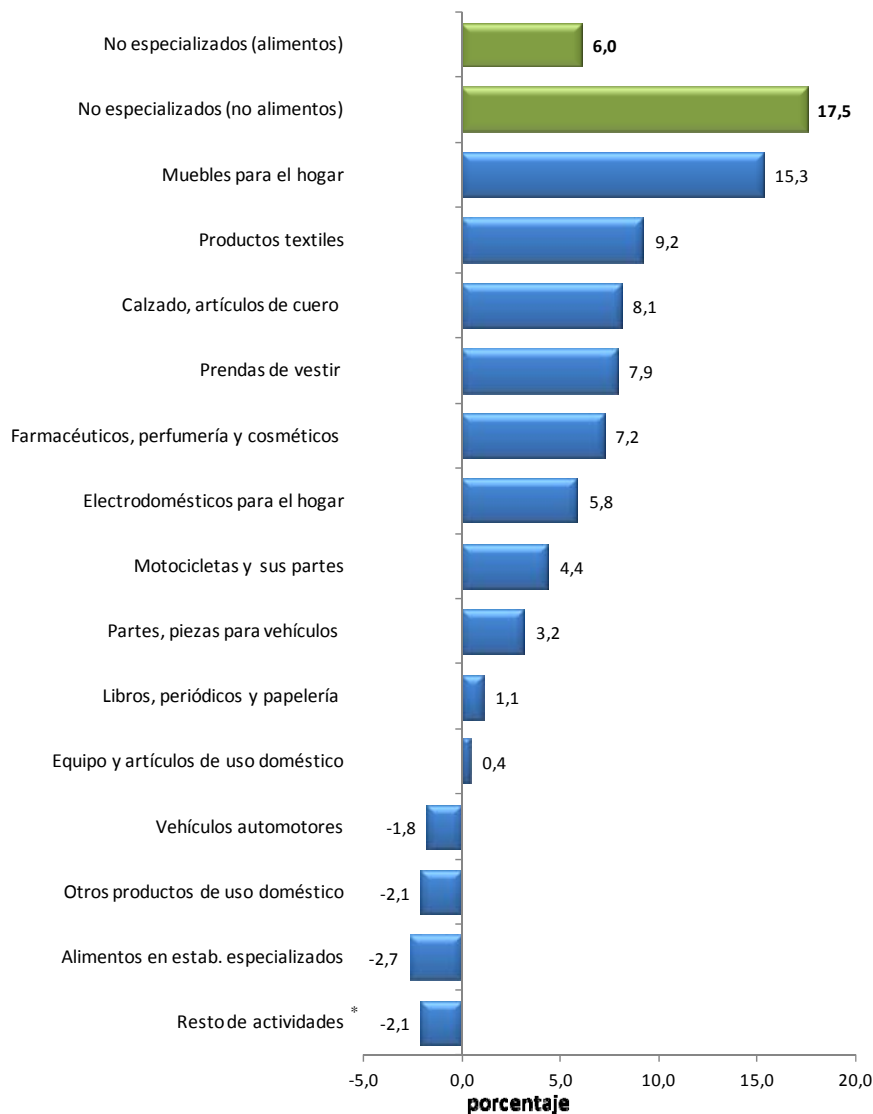
*Resto de actividades, incluye el comercio al por menor de: artículos de ferretería, vidrios y pinturas; computadores y programas de informática; equipo fotográfico, óptico y de precisión, etc.

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

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

Por su parte, los almacenes no especializados con surtido compuesto por productos diferentes de alimentos incrementaron sus ventas reales en 17,5%, y los no especializados con surtido compuesto principalmente de alimentos presentaron un crecimiento de 6,0%.

Gráfico 18. Variación año corrido de las ventas reales, según actividad comercial
Total nacional
Enero - junio (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: julio 2011 - junio 2012 / julio 2010 - junio 2011

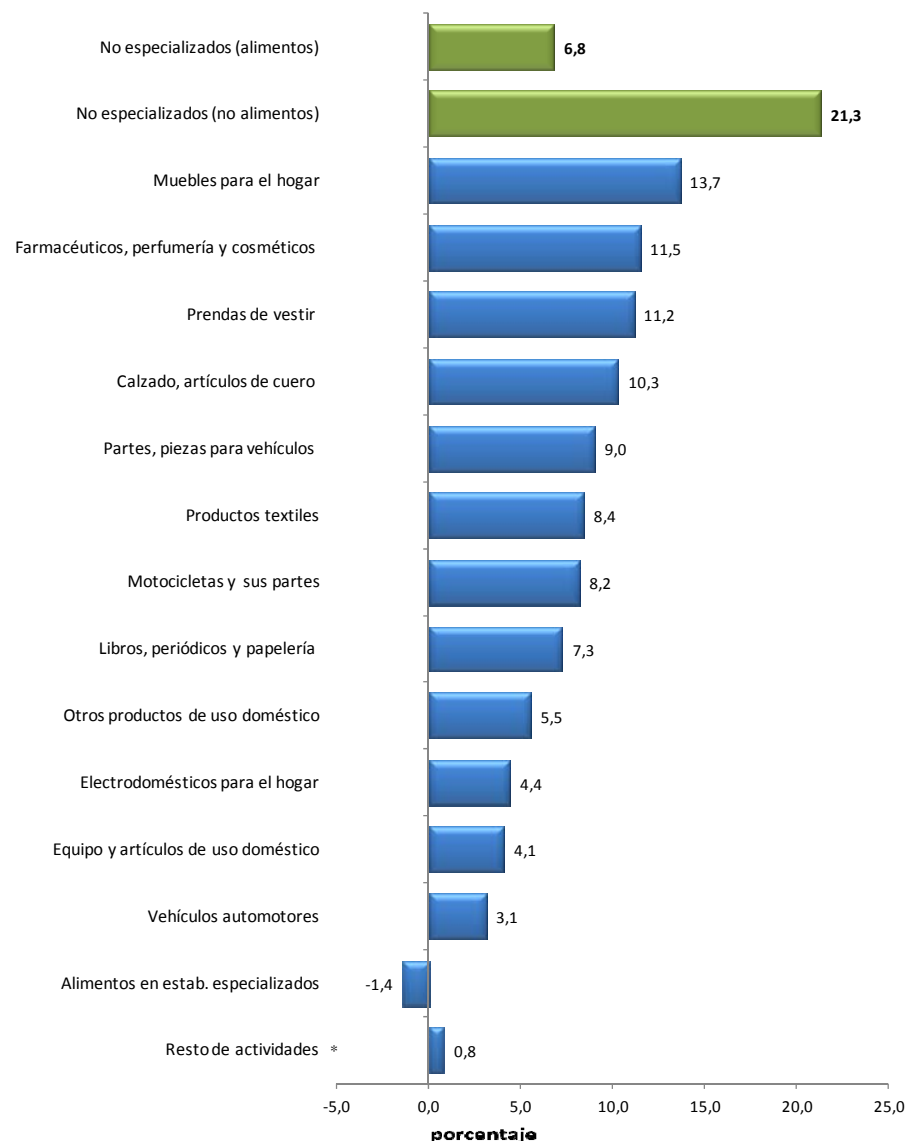
Durante los últimos doce meses hasta junio de 2012, los mayores incrementos en las ventas reales en establecimientos especializados se registraron en muebles para el hogar; farmacéuticos, perfumería y cosméticos; prendas de vestir; y calzado, artículos de cuero.

Por su parte, los almacenes no especializados con surtido compuesto por productos diferentes de alimentos incrementaron sus ventas reales en 21,3%, y los no especializados con surtido compuesto principalmente de alimentos presentaron un crecimiento de 6,8%.

Gráfico 19. Variación acumulada doce meses de las ventas reales, según actividad comercial

Total nacional

Julio 2011 - junio 2012 / julio 2010 - junio 2011



Fuente: DANE – MMCM

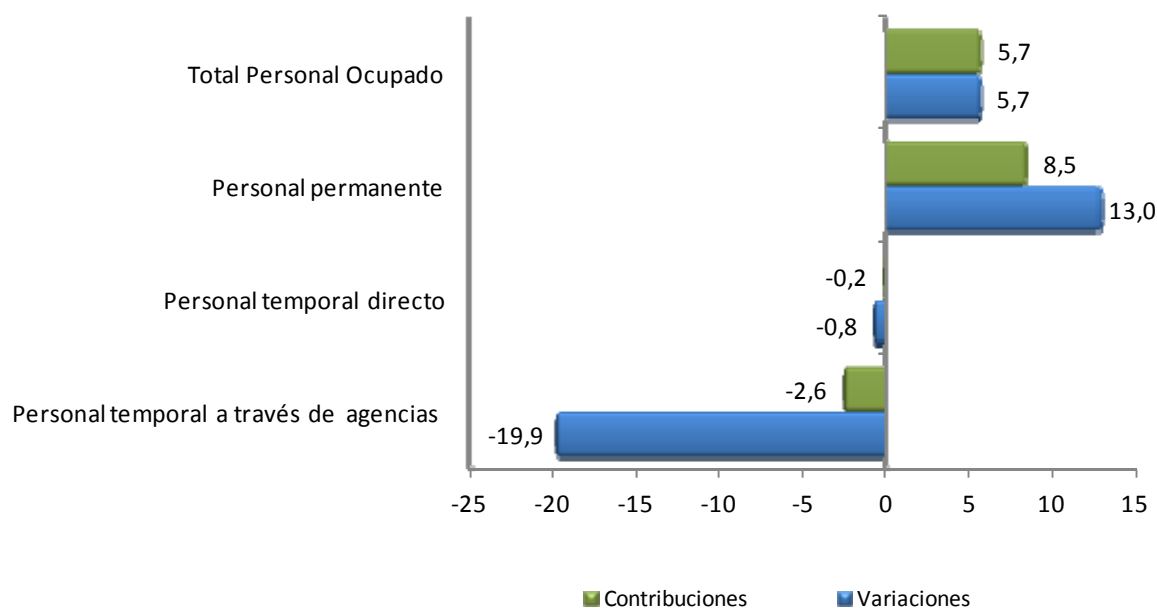
*Resto de actividades, incluye el comercio al por menor de: artículos de ferretería, vidrios y pinturas; computadores y programas de informática; y equipo fotográfico, óptico y de precisión, etc.

3. Personal ocupado

3.1 Variación anual: junio 2012

El personal ocupado por el comercio minorista en junio de 2012 aumentó 5,7%, frente al mismo mes del año anterior, como resultado del aumento de la contratación del personal permanente (13,0%) y la disminución en la vinculación tanto de personal temporal directo (0,8%) como de personal temporal a través de agencias (-19,9%).

Gráfico 20. Variación y contribución anual del personal ocupado, según tipo de contratación
Total nacional
Junio 2012

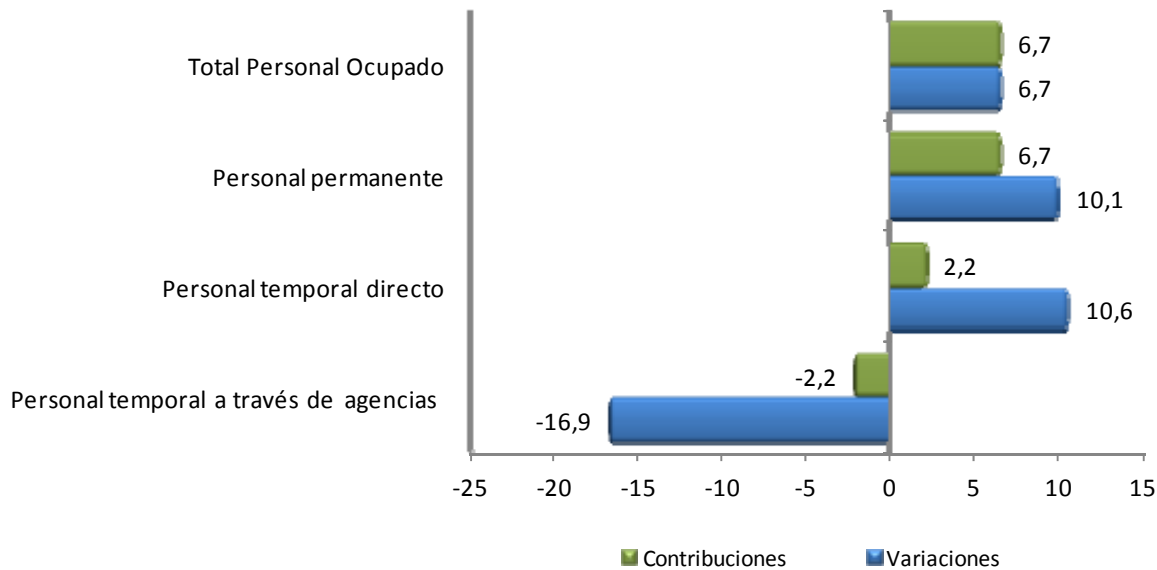


Fuente: DANE – MMCM

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

El personal ocupado por el comercio minorista en los seis primeros meses de 2012 aumentó 6,7%, frente al mismo período de 2011. La contratación registró incremento de 10,1% en el personal permanente y de 10,6% en el temporal directo. Por su parte la vinculación del personal temporal a través de agencias registró una disminución de 16,9%. (Gráfico 21)

Gráfico 21. Variación y contribución año corrido del personal ocupado, según tipo de contratación
Total nacional
Enero - junio (2012/2011)

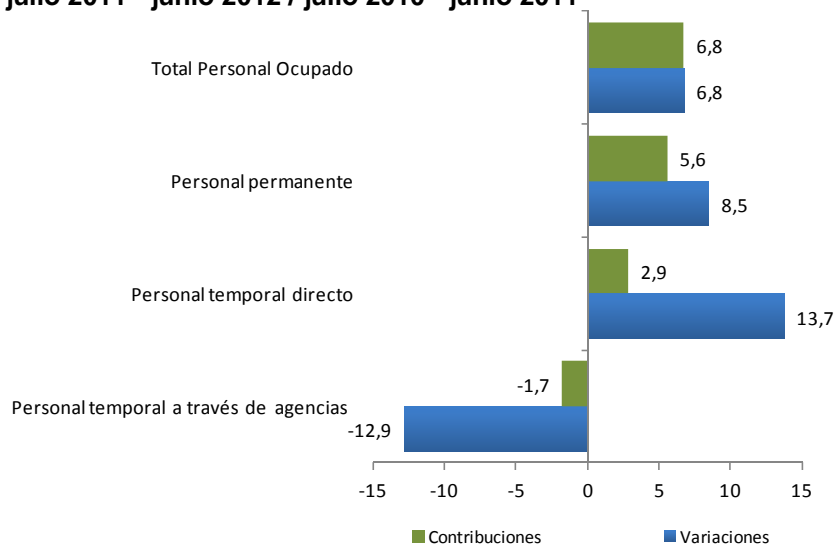


Fuente: DANE – MMCM

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

El personal ocupado promedio del comercio minorista en los últimos doce meses hasta junio de 2012 superó en 6,8% al del año precedente. Este resultado se explica principalmente por la contribución del personal permanente y del temporal directo, cuyo aporte conjunto a la variación total fue 8,5 puntos porcentuales.

Gráfico 22. Variación y contribución acumulada doce meses del personal ocupado, según tipo de contratación
Total nacional
julio 2011 - junio 2012 / julio 2010 - junio 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)