



MUESTRA MENSUAL DE COMERCIO AL POR MENOR Marzo de 2009



Código N° 9001:1
Detección de Requerimientos, Diseño, producción, análisis y difusión de las siguientes investigaciones estadísticas periódicas: Encuesta Continua de Hogares; Índice de Precios al Consumidor; Muestra Mensual Manufacturera; Comercio Exterior; Índice de Costos de Construcción de Vivienda; Índice de Costos de Construcción Privada; Censo de Edificaciones; Muestra Mensual de Comercio al por Menor; Encuesta Anual de Servicios; Encuesta Anual Manufacturera; Encuesta Anual de Comercio; Diseño del Censo General; Encuesta Nacional Agropecuaria - Muestra de Areas; Nomenclatura y Clasificaciones; Cuentas Simétricas Estadísticas; Oficinas de Construcción; Índice de Costos de la Educación Superior Privada; Encuesta de Microestablecimientos de Comercio, Servicios e Industrias; Estadísticas Vitales; Proyecciones de Población y Estudios Demográficos e Índice de Cuenta Económica Regional; Índice precios de edificaciones nuevas; Índice de precios de vivienda nueva; cartera hipotecaria de vivienda; Índice de valoración predial; Encuesta de desempleo institucional; Encuesta de sacrificio de ganado; Encuesta de arve y Cuentas Regionales; Servicio de Asesoría en Planificación Estadística.



Contenido

Resumen

1. Ventas reales

1.1 Grupos de mercancías

1.1.1 Variación anual

1.1.2 Variación año corrido

1.1.4 Variación doce meses

1.2 Actividades comerciales

1.2.1 Variación anual

1.2.2 Variación año corrido

1.2.3 Variación doce meses

2. Empleo

2.1 Variación anual

2.2 Variación año corrido

2.3 Variación doce meses

Ficha metodológica

Anexos

- Durante el mes de marzo de 2009, las ventas y el empleo del comercio minorista disminuyeron 7,1% y 2,3% respectivamente con referencia al mismo mes de 2008.
- En este período, las líneas de mercancía que presentaron las mayores reducciones en sus ventas fueron: vehículos automotores y motocicletas (-18,2%), licores y cigarrillos (-10,2%) y utensilios de uso doméstico (-8,5%).
- Durante el primer trimestre de 2009, las ventas del comercio minorista presentaron una variación de -5,2% y el empleo presentó una reducción de 1,6%.
- En los últimos 12 meses, las ventas reales presentaron una disminución de 1,6%, comparado con el año inmediatamente anterior. Se destacan las variaciones negativas de las ventas minoristas de vehículos automotores y motocicletas (-8,5%); licores y cigarrillos (-5,7%) y utensilios de uso doméstico (-4,6%).
- En este mismo período el empleo presentó una variación positiva de 1,7%, debido principalmente al crecimiento de personal temporal directo (6,2%).

Director

Héctor Maldonado Gómez

Subdirector

Carlos Eduardo Sepúlveda Rico

Director de Metodología y Producción Estadística

Eduardo Efraín Freire Delgado

1. Ventas reales

1.1 Grupos de mercancías

1.1.1 Variación anual: marzo (2009/2008)

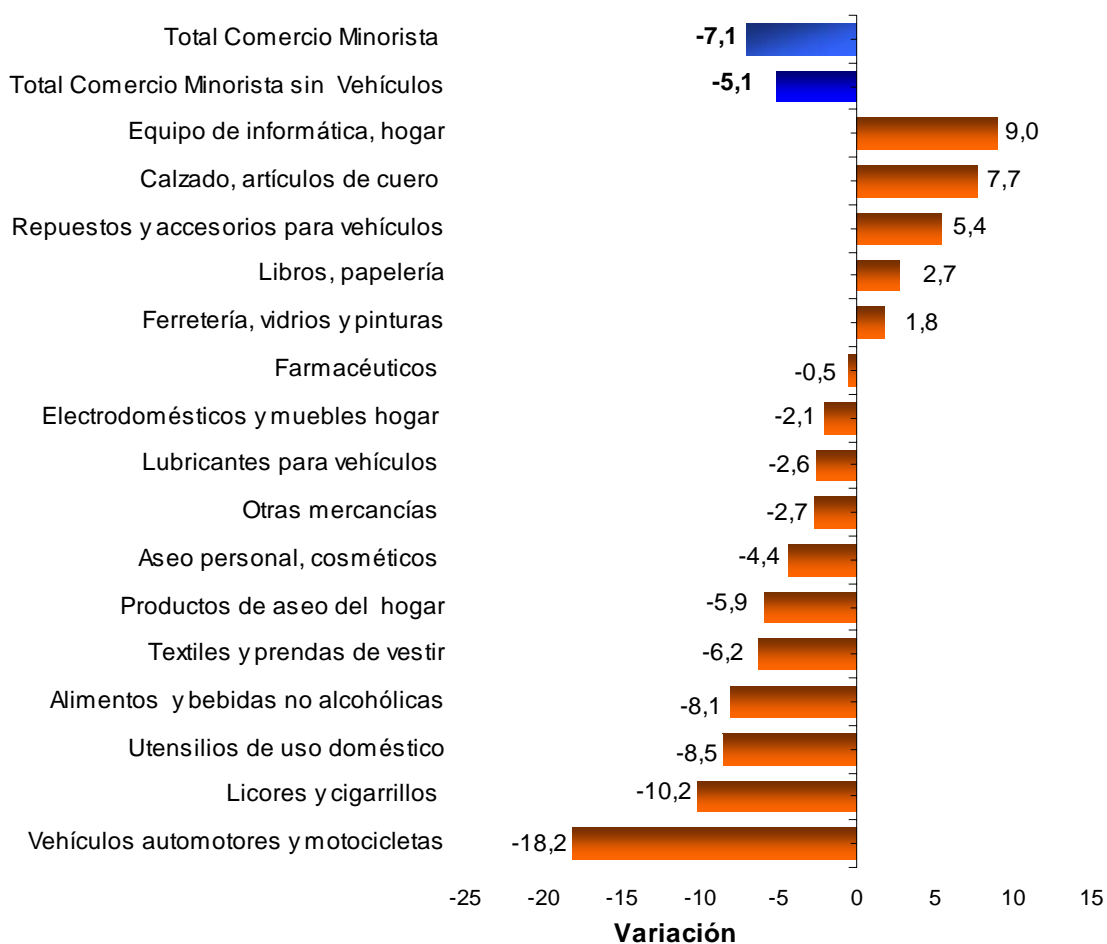
Durante el mes de marzo de 2009, las ventas del comercio minorista se redujeron en 7,1%, con respecto a las de igual mes de 2008. Los grupos de mercancías que registraron las variaciones negativas más notables fueron: vehículos automotores y motocicletas; licores y cigarrillos y utensilios de uso doméstico. Por su parte, los mayores aumentos en las ventas se registraron en: equipo de informática, hogar; calzado, artículos de cuero; y repuestos y accesorios para vehículos.

Gráfico 1

Variación anual de las ventas reales

Total nacional

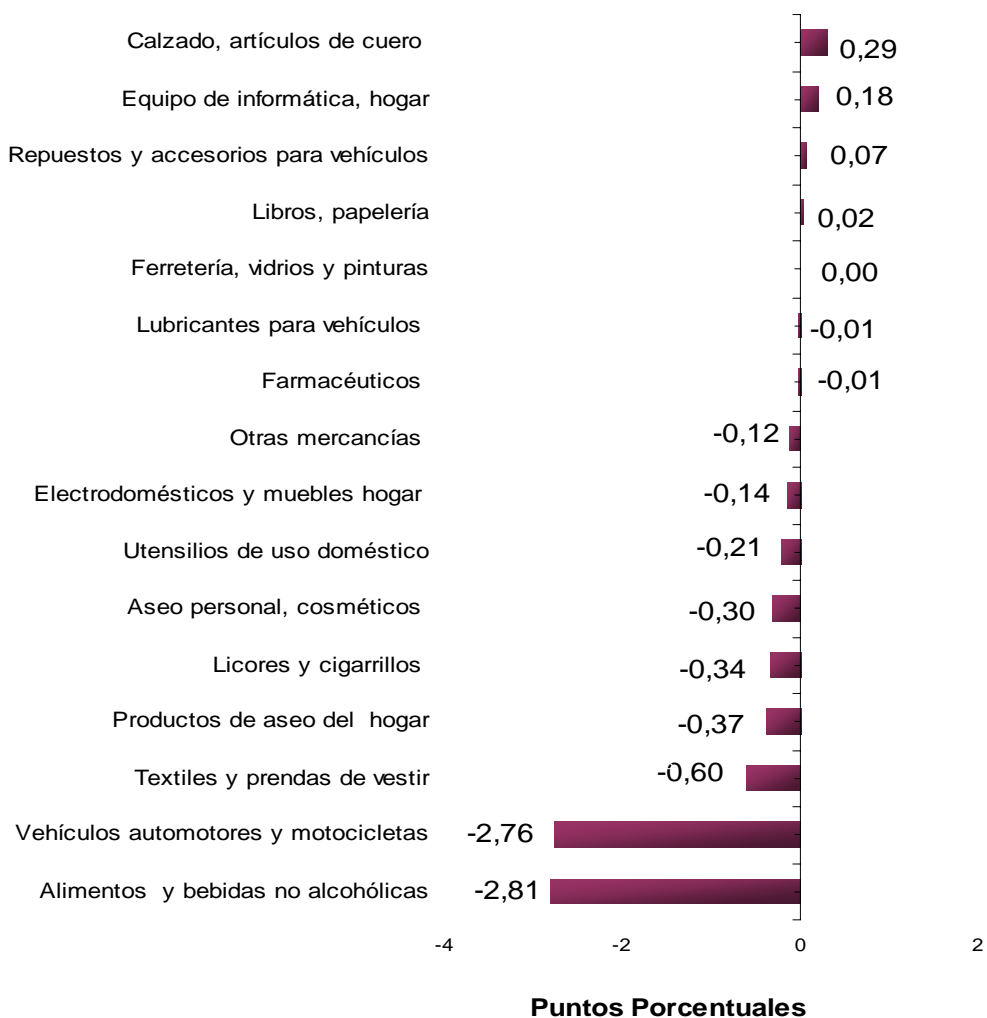
Marzo (2009/2008)



Fuente DANE – MMCM

Los grupos de mercancías que registraron las principales contribuciones negativas al resultado total de las ventas, fueron: alimentos y bebidas no alcohólicas; vehículos automotores y motocicletas y textiles y prendas de vestir. Por su parte, los grupos que registraron los principales aportes positivos a la variación total de las ventas minoristas en el mes, fueron: calzado, artículos de cuero; equipo de informática, hogar; y repuestos y accesorios para vehículos.

Gráfico 2
Contribución anual a las ventas reales
Total nacional
Marzo (2009/2008)

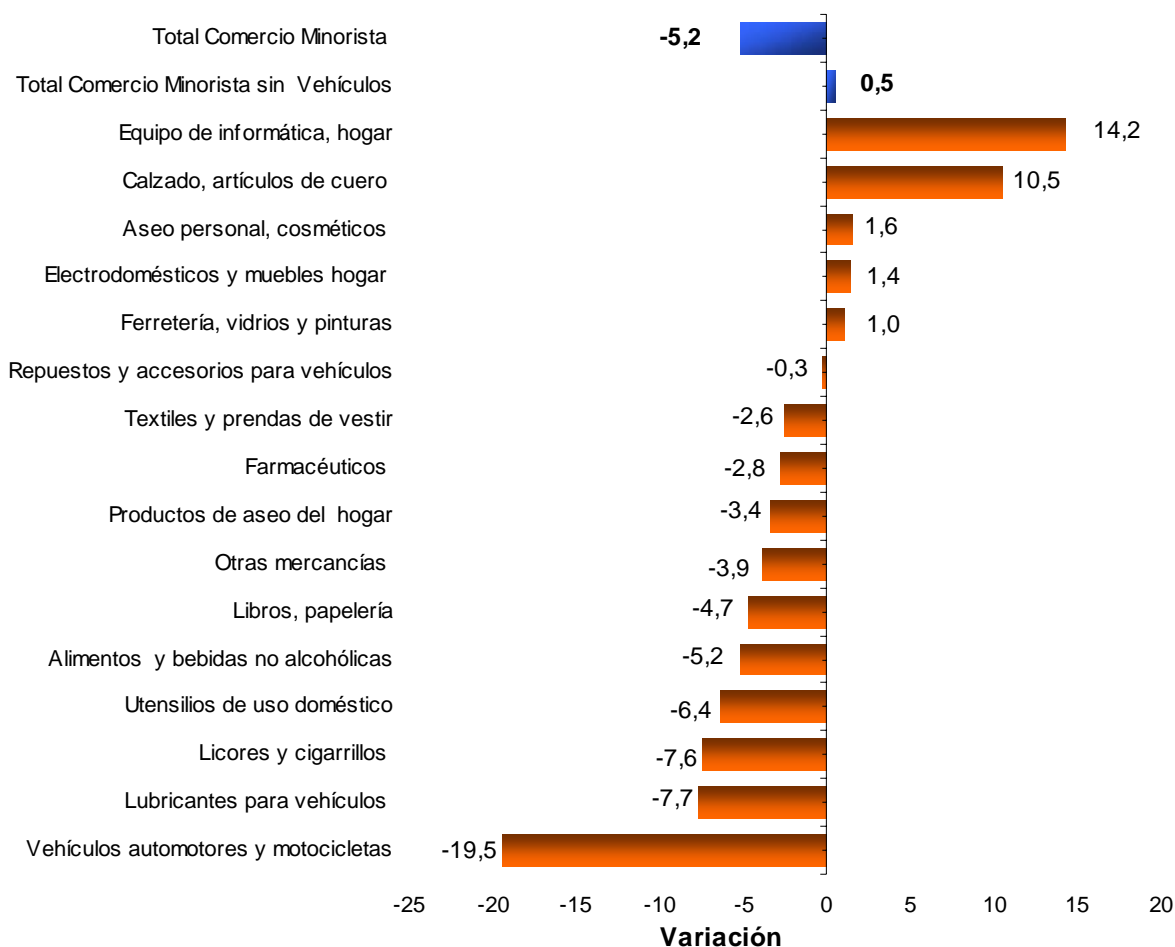


Fuente DANE – MMCM

1.1.2 Variación año corrido: enero – marzo (2009/2008)

En el primer trimestre de 2009, las ventas reales se redujeron en 5,2% respecto al mismo período anterior; once de dieciseis grupos de mercancías presentaron variaciones negativas, destacándose: vehículos automotores y motocicletas; lubricantes para vehículos; y licores y cigarrillos. De otro lado, los grupos de mercancías que presentaron variaciones positivas fueron: equipo de informática, hogar; calzado, artículos de cuero; y aseo personal, cosméticos.

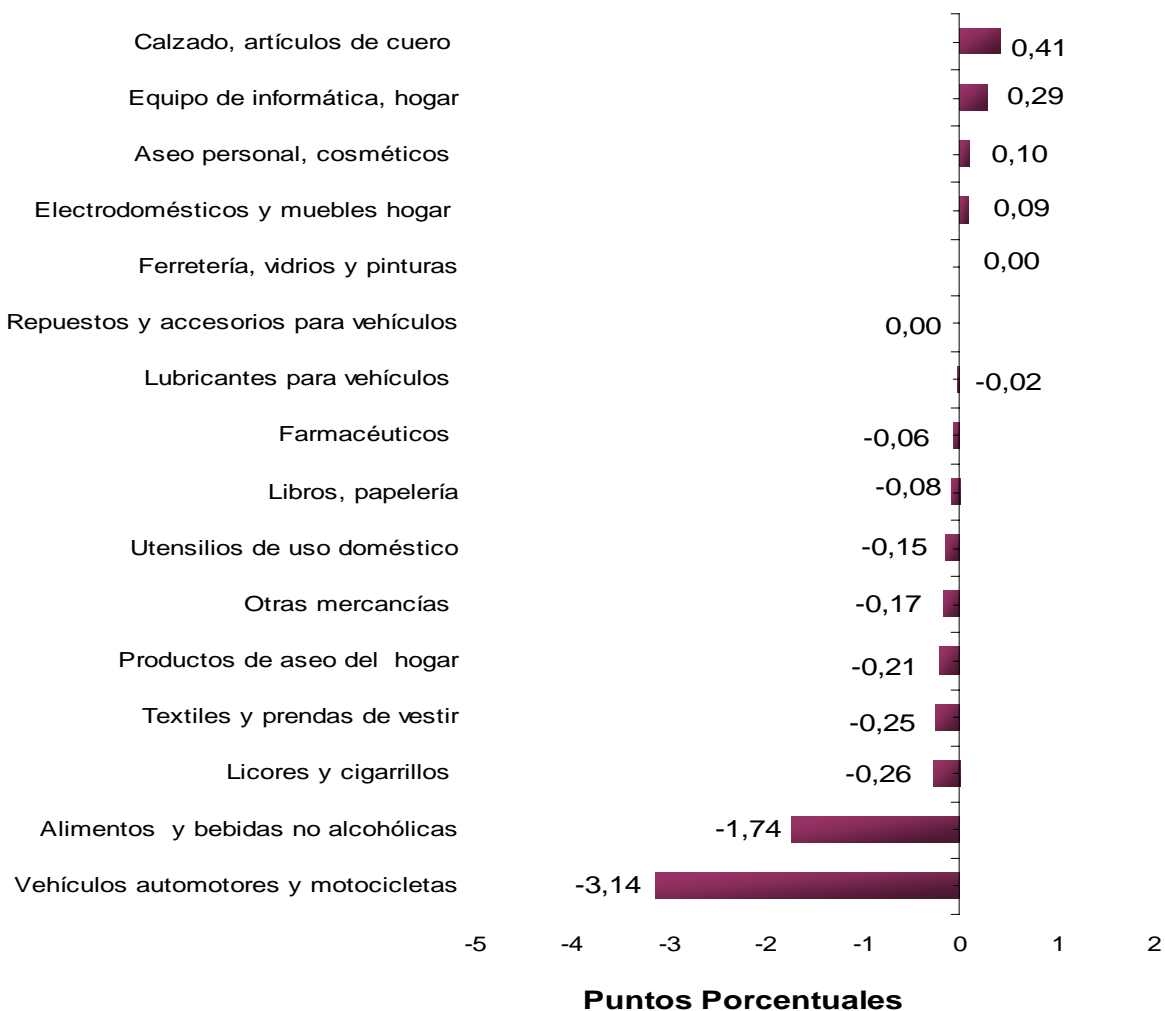
Gráfico 3
Variación de las ventas reales
Total nacional
Enero – marzo (2009/2008)



Fuente DANE – MMCM

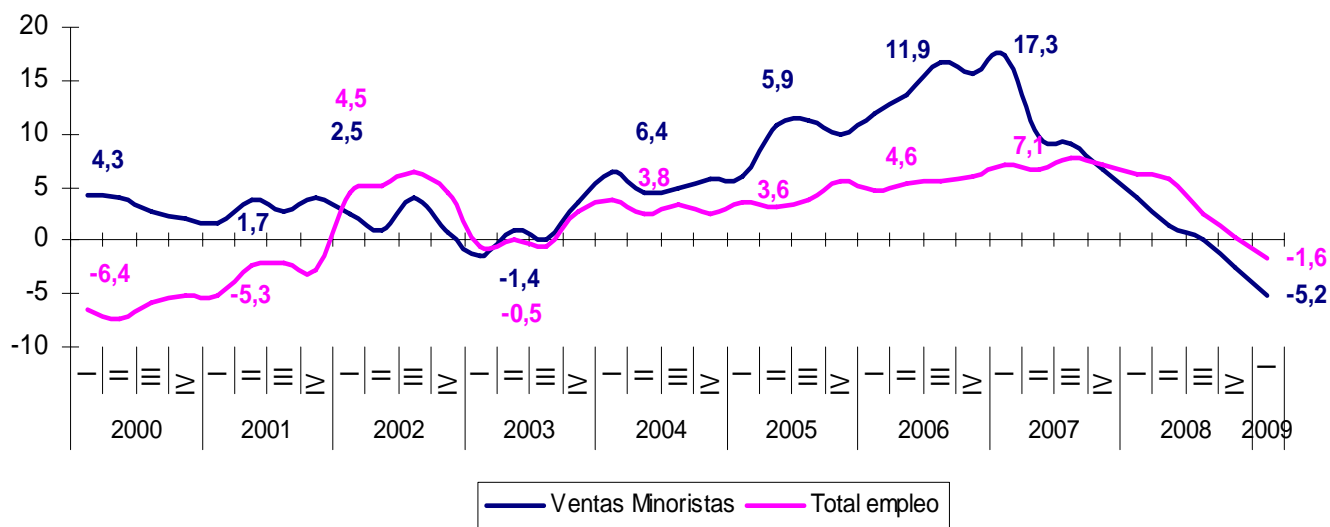
Los grupos de mercancías que registraron las mayores contribuciones negativas fueron: vehículos automotores y motocicletas; alimentos y bebidas no alcohólicas; y licores y cigarrillos. Por su parte, los grupos que registraron contribuciones positivas fueron: calzado, artículos de cuero; equipo de informática, hogar; y aseo personal, cosméticos.

Gráfico 4
Contribución a las ventas reales
Total nacional
Enero – marzo (2009/2008)



En el primer trimestre de 2009, las ventas reales y el empleo asociado al comercio minorista decrecieron 5,2% y 1,6% respectivamente, comparado con igual período de 2008.

Gráfico 5
Variación trimestral ventas reales y empleo
Total nacional
(2009/2008)

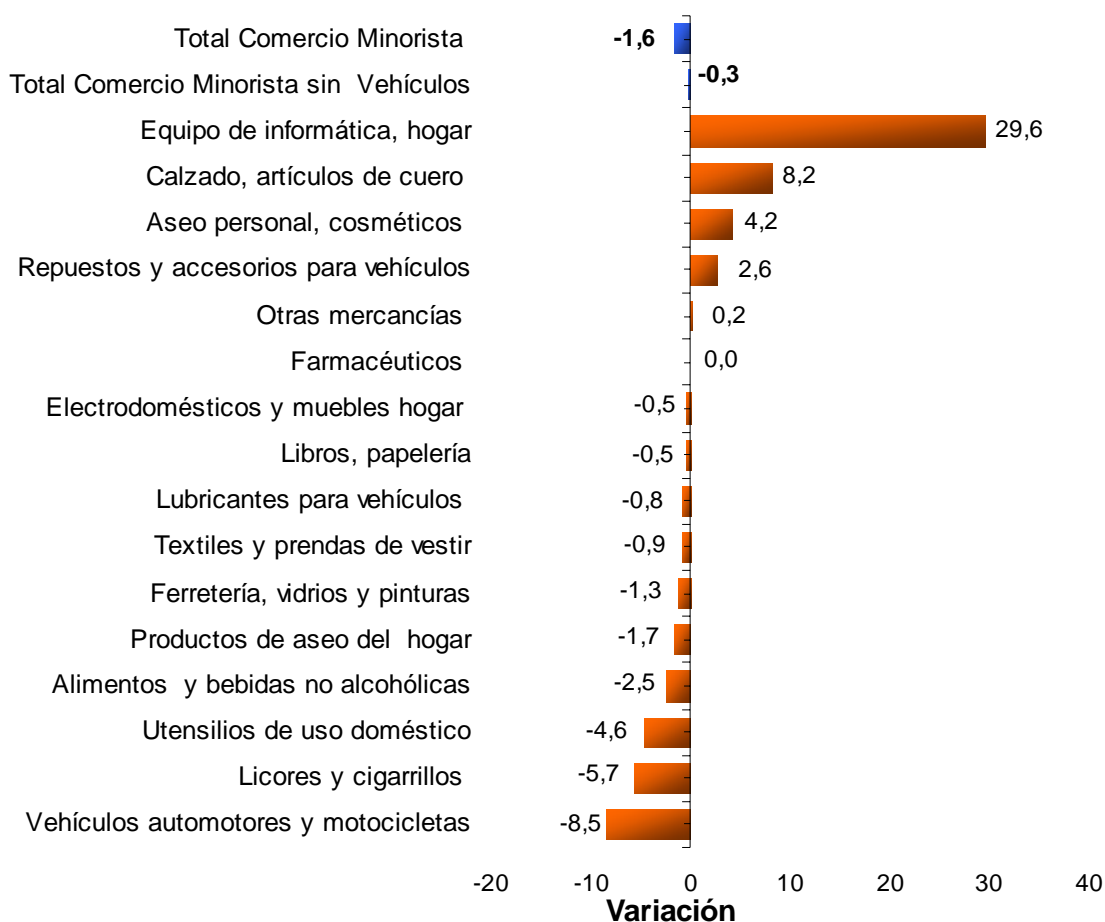


1.1.3 Variación doce meses: abril – marzo (2009/2008)

De abril de 2008 a marzo de 2009, las ventas reales del comercio minorista presentaron una variación de -1,6% respecto al año inmediatamente anterior; las principales caídas se presentaron en: vehículos automotores y motocicletas; licores y cigarrillos; y utensilios de uso doméstico.

Los grupos que presentaron las mayores variaciones positivas fueron: equipo de informática, hogar; calzado, artículos de cuero; y aseo personal, cosméticos.

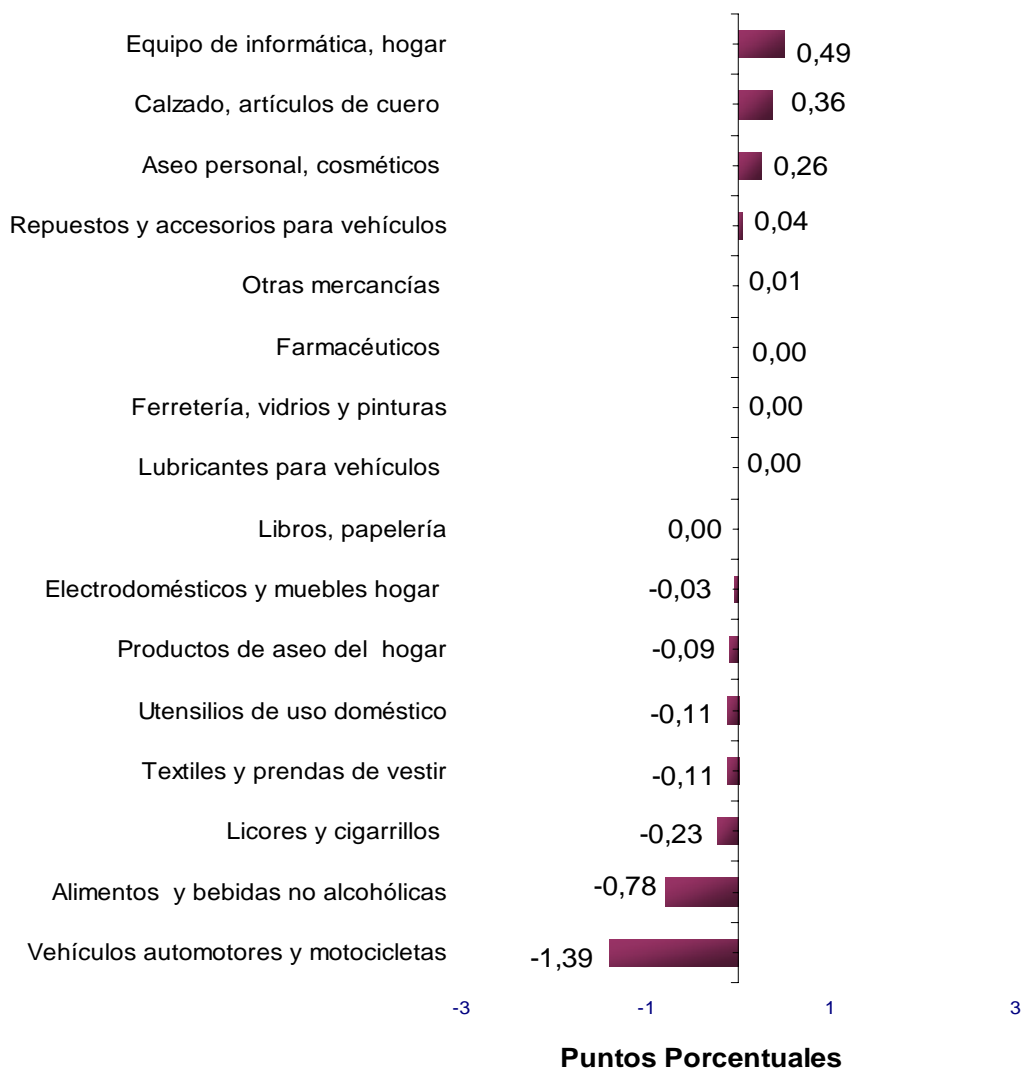
Gráfico 6
Variación doce meses de las ventas reales
Total nacional
Abril – marzo (2009/2008)



Fuente DANE – MMCM

Los grupos de mercancías que registraron las mayores contribuciones negativas a la variación de las ventas de los últimos doce meses fueron: vehículos automotores y motocicletas; alimentos y bebidas no alcohólicas; y licores y cigarrillos. Por su parte, los grupos que registraron las contribuciones positivas más notables fueron: equipo de informática hogar; calzado, artículos de cuero; y aseo personal, cosméticos.

Gráfico 7
Contribución doce meses a las ventas reales
Total nacional
Abril – marzo (2009/2008)



Fuente DANE – MMCM

1.2 Actividad comercial CIU rev. 3

1.2.1 Variación anual: marzo (2009/2008)

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 marzo de 2009 se destacan los siguientes comportamientos: en el comercio especializado, crecieron las ventas reales de libros, periódicos y papelería; el grupo denominado “resto de actividades”¹ y muebles para el hogar. Por su parte, las principales variaciones negativas se presentaron en las actividades de: otros productos de uso doméstico; vehículos automotores; y motocicletas y sus partes.

Gráfico 8
Variación anual de las ventas reales, según actividad comercial
Total nacional
Marzo (2009/2008)



Fuente DANE – MMCM

¹ Conformado por artículos de ferretería, muebles para oficina, equipo fotográfico, óptica y otros.

1.2.2 Variación año corrido: enero - marzo (2009/2008)

En lo corrido del año, los mayores crecimientos de las ventas reales en establecimientos especializados se observaron en las empresas comercializadoras de libros, periódicos y papelería (31,0%); calzado, artículos de cuero (18,8%) y resto de actividades (13,0%). Durante este mismo período, las empresas especializadas que mostraron disminución de sus ventas fueron: otros productos de uso doméstico (-24,0%), vehículos automotores (-17,5%) y motocicletas y sus partes (-15,3%). Por otra parte, las empresas no especializadas con surtido diferente de alimentos, presentaron un incremento en sus ventas reales, en lo corrido del año, de 18,5%; mientras que las no especializadas con surtido principalmente de alimentos se redujeron en 3,4%.

Gráfico 9
Variación de las ventas reales
Total nacional
Enero – marzo (2009/2008)



Fuente DANE – MMCM

1.2.3 Variación doce meses: Abril – marzo (2009/2008)

En los últimos doce meses hasta marzo de 2009, los mayores crecimientos de las ventas reales en establecimientos especializados se observaron en las empresas comercializadoras de libros y papelería; calzado, artículos de cuero y muebles para el hogar. Durante este mismo período, las empresas especializadas que presentaron las principales variaciones negativas fueron: otros productos de uso doméstico; electrodomésticos para el hogar; y motocicletas y sus partes. Por su parte, las empresas no especializadas con surtido diferente de alimentos, presentaron un incremento en sus ventas reales en el año de 17,4%, mientras que las no especializadas con surtido compuesto principalmente por alimentos decrecieron 0,7%.

Gráfico 10
Variación de las ventas reales
Total nacional
Abril - marzo (2009/2008)



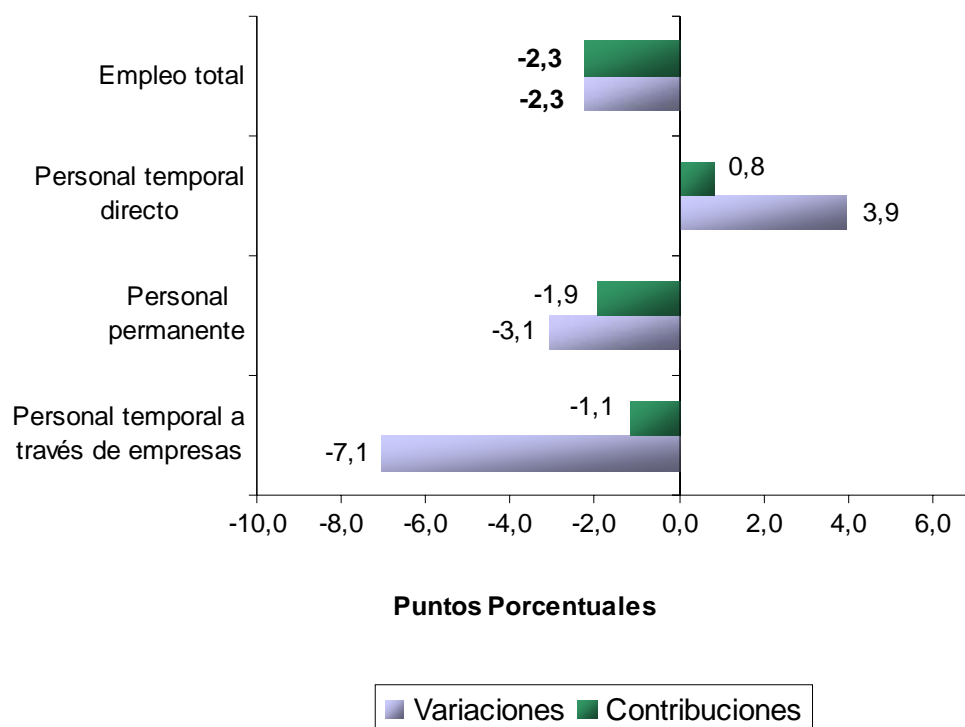
Fuente DANE – MMCM

2. Empleo

2.1 Variación anual: marzo (2009/2008)

En marzo de 2009, el empleo asociado al comercio minorista disminuyó 2,3%, respecto al mismo mes del año anterior. Este resultado se explica principalmente por el comportamiento del personal permanente el cual, con una variación de -3,1%, contribuyó con -1,9 puntos porcentuales a la variación total. Por su parte, la única categoría que presentó una variación positiva fue personal temporal directo (3,9%).

Gráfico 11
Variación y contribución anual del empleo
Total nacional
Marzo (2009/2008)

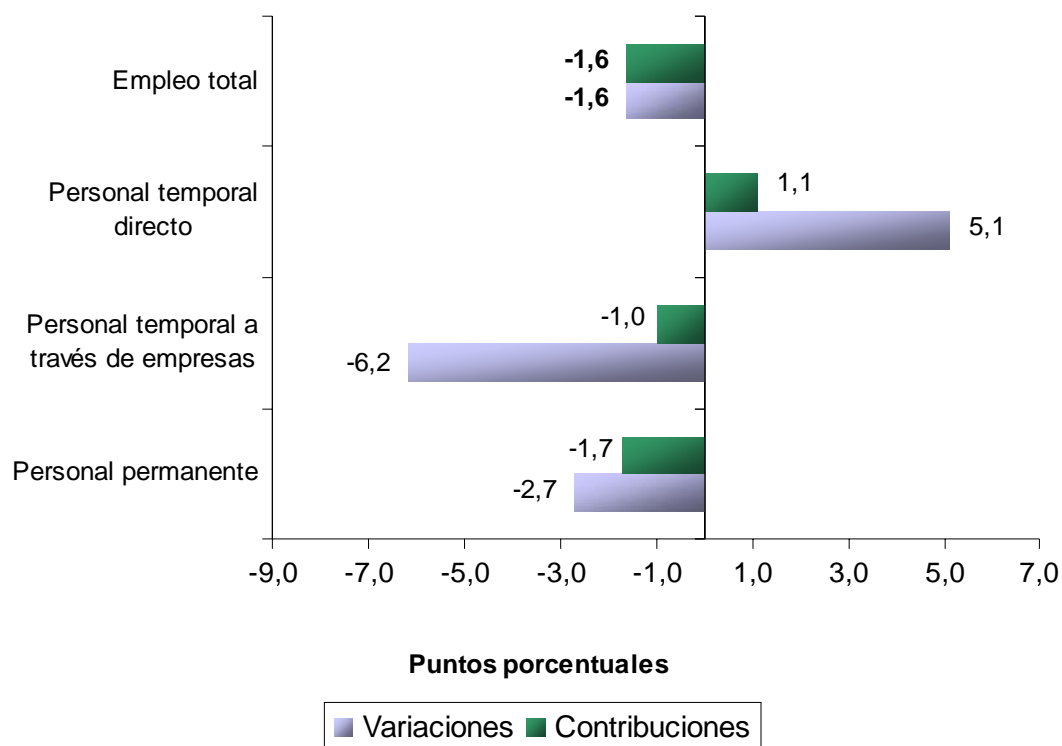


Fuente DANE – MMCM

2.2 Variación año corrido: enero – marzo (2009/2008)

En el primer trimestre de 2009, el empleo asociado al comercio minorista presentó un descenso de 1,6%, respecto al mismo período del año anterior. Se destaca el comportamiento negativo de personal permanente (-2,7%) y de personal temporal a través de empresas (-6,2%). Por su parte, la única categoría que evidenció crecimiento fue personal temporal directo con una variación de 5,1% y una contribución de 1,1 puntos porcentuales a la variación total.

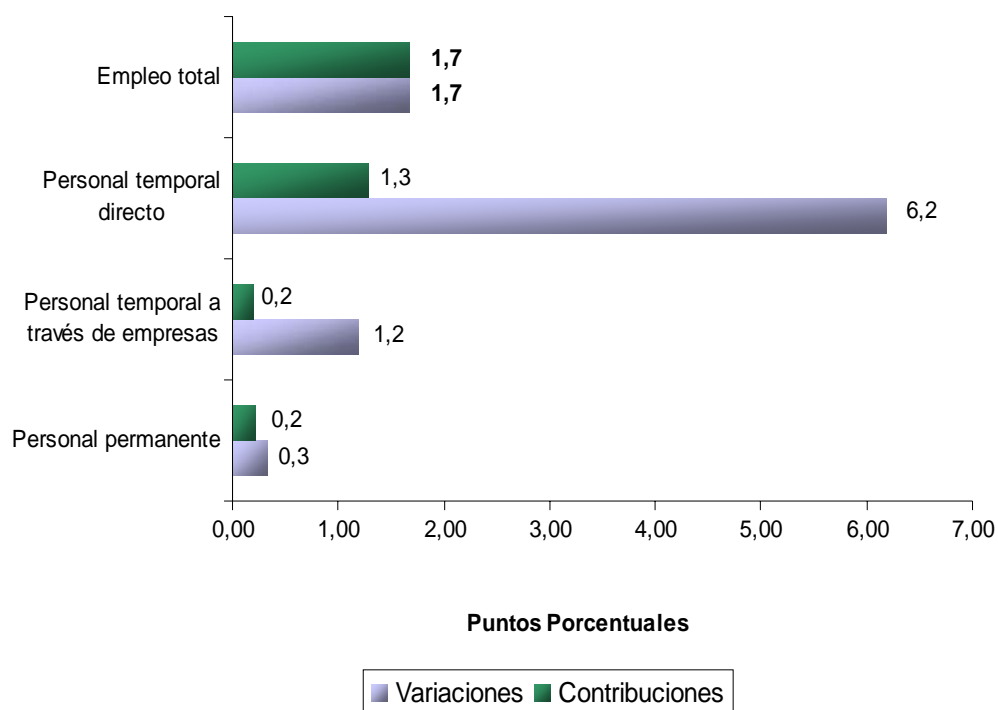
Gráfico 12
Variación y contribución año corrido del empleo
Total nacional
Enero – marzo (2009/2008)



2.3 Variación doce meses: Abril – marzo (2008/2009)

En los últimos doce meses hasta marzo de 2009, el empleo asociado al comercio minorista presentó un incremento de 1,7%, respecto al mismo período del año anterior. Las tres categorías presentaron aumento en el personal ocupado, destacándose el comportamiento del personal temporal directo, cuya contribución fue de 1,3 puntos porcentuales a la variación total.

Gráfico 13
Variación y contribución doce meses del empleo
Total nacional
Abril - marzo (2009/2008)



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 Marzo
- hasta el mes de referencia del año (Marzo hasta i,t), y lo transcurrido en igual período del año anterior (Marzo 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)