

## MUESTRA MENSUAL DE COMERCIO AL POR MENOR Marzo 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. Empleo

##### 3.1 Variación anual

##### 3.2 Variación año corrido

##### 3.3 Variación doce meses

#### Ficha metodológica

### Resumen

- En el mes de marzo de 2010, las ventas del comercio minorista aumentaron 9,3% y el personal ocupado disminuyó 0,5%, con relación al mismo mes de 2009.
- Durante este período, las líneas de mercancías que presentaron los mayores crecimientos en sus ventas, fueron: equipo de informática, hogar (30,3%); vehículos automotores y motocicletas (25,7%); y las agrupadas en "otras mercancías" (23,8%). En contraste, la única reducción se registró en libros, periódicos y papelería (-11,7%).
- En el primer trimestre del año 2010, las ventas reales presentaron un crecimiento de 7,3%, mientras que el personal ocupado presentó una contracción de 1,1%.
- Las líneas de mercancías que presentaron los mayores crecimientos en lo corrido del año, fueron: equipo de informática, hogar (26,7%); las agrupadas en "otras mercancías" (23,6%); y vehículos automotores y motocicletas (20,7%). Por su parte, los grupos de mercancías que registraron contracción de las ventas, fueron: libros, periódicos y papelería (-4,7%); farmacéuticos (-2,6%); y licores y cigarrillos (-1,3%).
- Durante los últimos doce meses hasta marzo de 2010, las ventas reales presentaron un crecimiento de 0,1%, comparadas con el año precedente. El buen comportamiento de las ventas de "otras mercancías"; calzado; electrodomésticos y muebles del hogar; y de equipo de informática en el último año logró contrarrestar el efecto negativo de las ventas de vehículos; y alimentos y bebidas no alcohólicas.
- En este mismo período, el personal ocupado presentó una variación negativa de 2,8%, debido a la reducción en el personal temporal contratado a través de empresas y en el personal temporal directo, con aportes de -2,4 y -1,9 puntos porcentuales, respectivamente.

#### Director

Héctor Maldonado Gómez

#### Subdirector

Carlos Eduardo Sepúlveda Rico

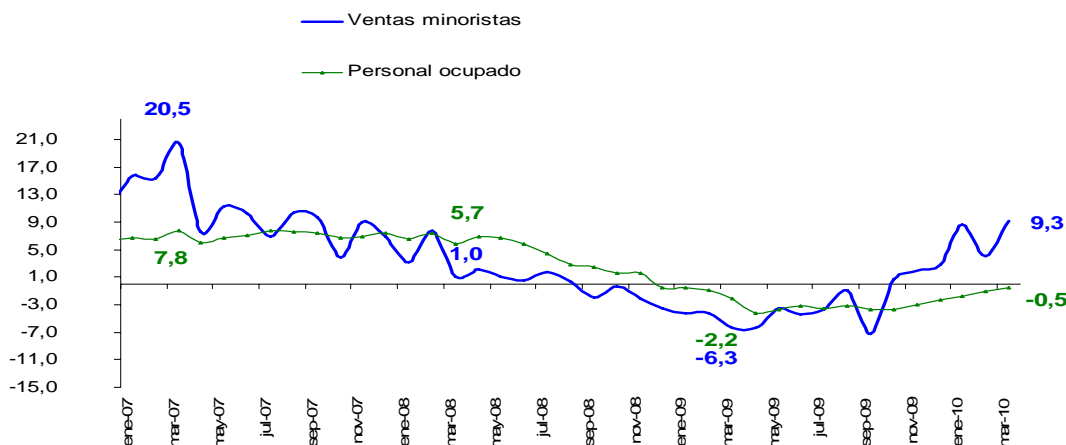
#### Director de Metodología y Producción Estadística

Eduardo Efraín Freire Delgado

### 1. Evolución general de las principales variables. Total nacional marzo 2010

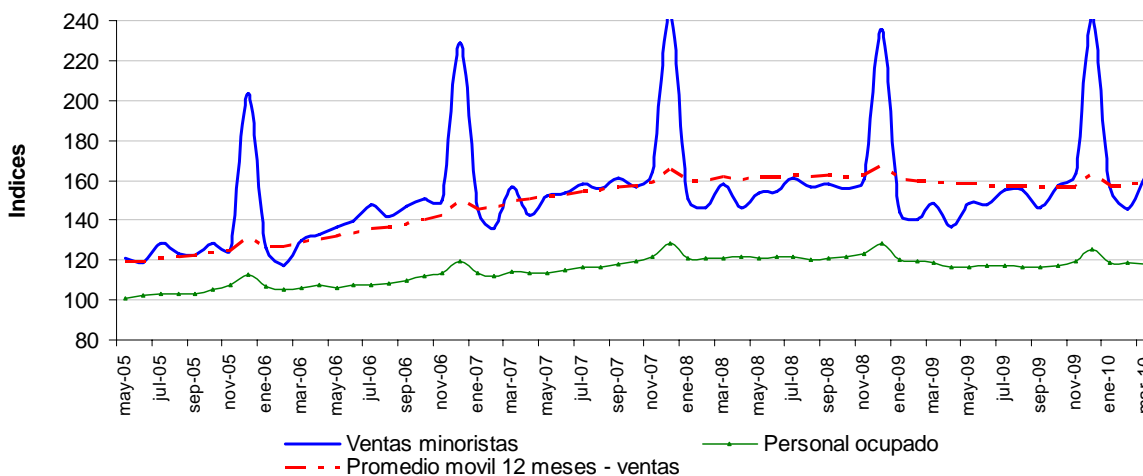
En marzo de 2010, las ventas reales del comercio minorista aumentaron 9,3% y el personal ocupado disminuyó 0,5%, con respecto al mismo mes del año 2009. En marzo de 2009, las ventas habían reportado una reducción de 6,3% y el personal ocupado había disminuído 2,2%.

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



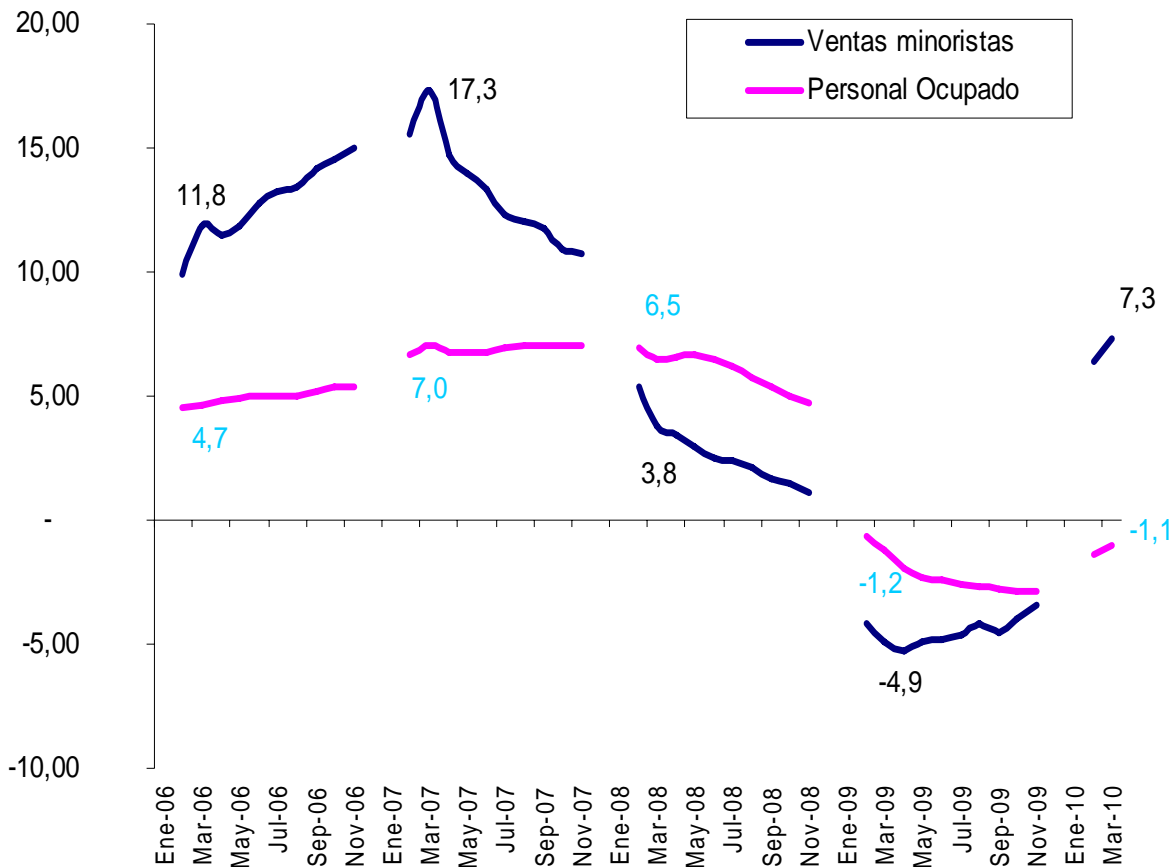
Fuente DANE – MMCM

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



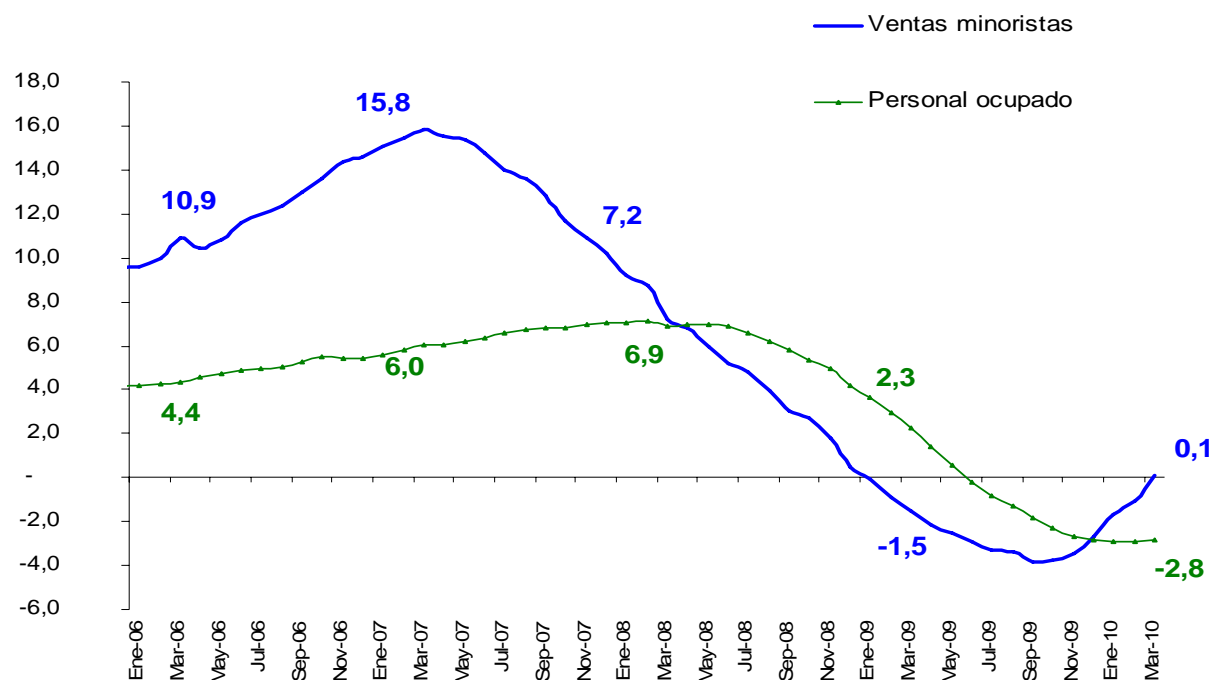
Fuente DANE – MMCM

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



Fuente DANE – MMCM

**Gráfico 4**  
**Variación doce meses de las ventas reales y el personal ocupado**  
**Total nacional**  
**2006 – 2010 (Marzo)**



Fuente DANE – MMCM

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

(Variación %)

Indicador	Marzo		Enero - Marzo		Abril - Marzo	
	( anual )		( año corrido )		( doce meses )	
	2009	2010	2009	2010	2009	2010
Ventas	-6,3	9,3	-4,9	7,3	-1,5	0,1
Personal ocupado	-2,2	-0,5	-1,2	-1,1	2,3	-2,8

Fuente DANE – MMCM

## 2. Ventas reales

### 2.1 Grupos de mercancías

#### 2.1.1 Variación anual: marzo (2010/2009)

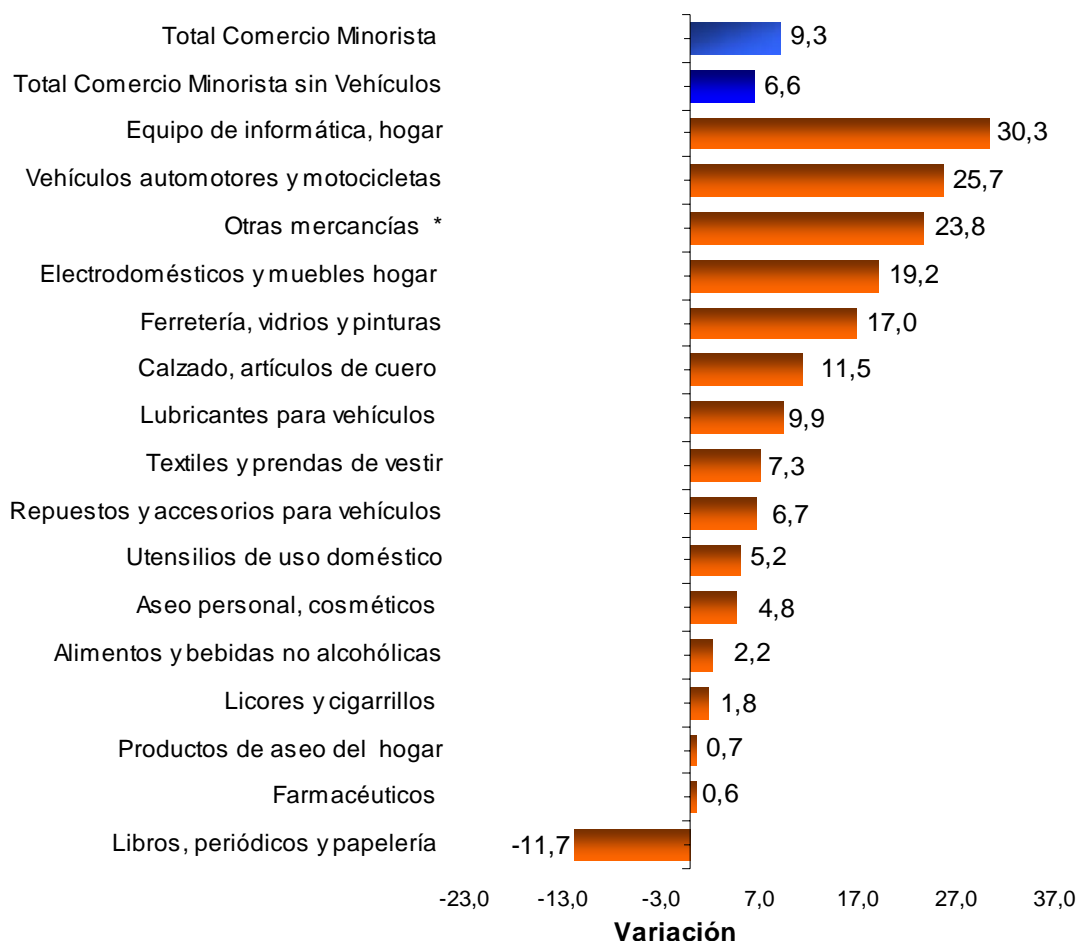
Durante el mes de marzo de 2010, las ventas del comercio minorista crecieron 9,3% con respecto a las registradas en igual mes de 2009. Los grupos de mercancías que presentaron los mayores crecimientos, fueron: equipo de informática, hogar; vehículos automotores y motocicletas; y las agrupadas en "otras mercancías". Por su parte, la única contracción en las ventas se registró en libros, periódicos y papelería.

#### Gráfico 5

#### Variación anual de las ventas reales

#### Total nacional

#### Marzo (2010/2009)

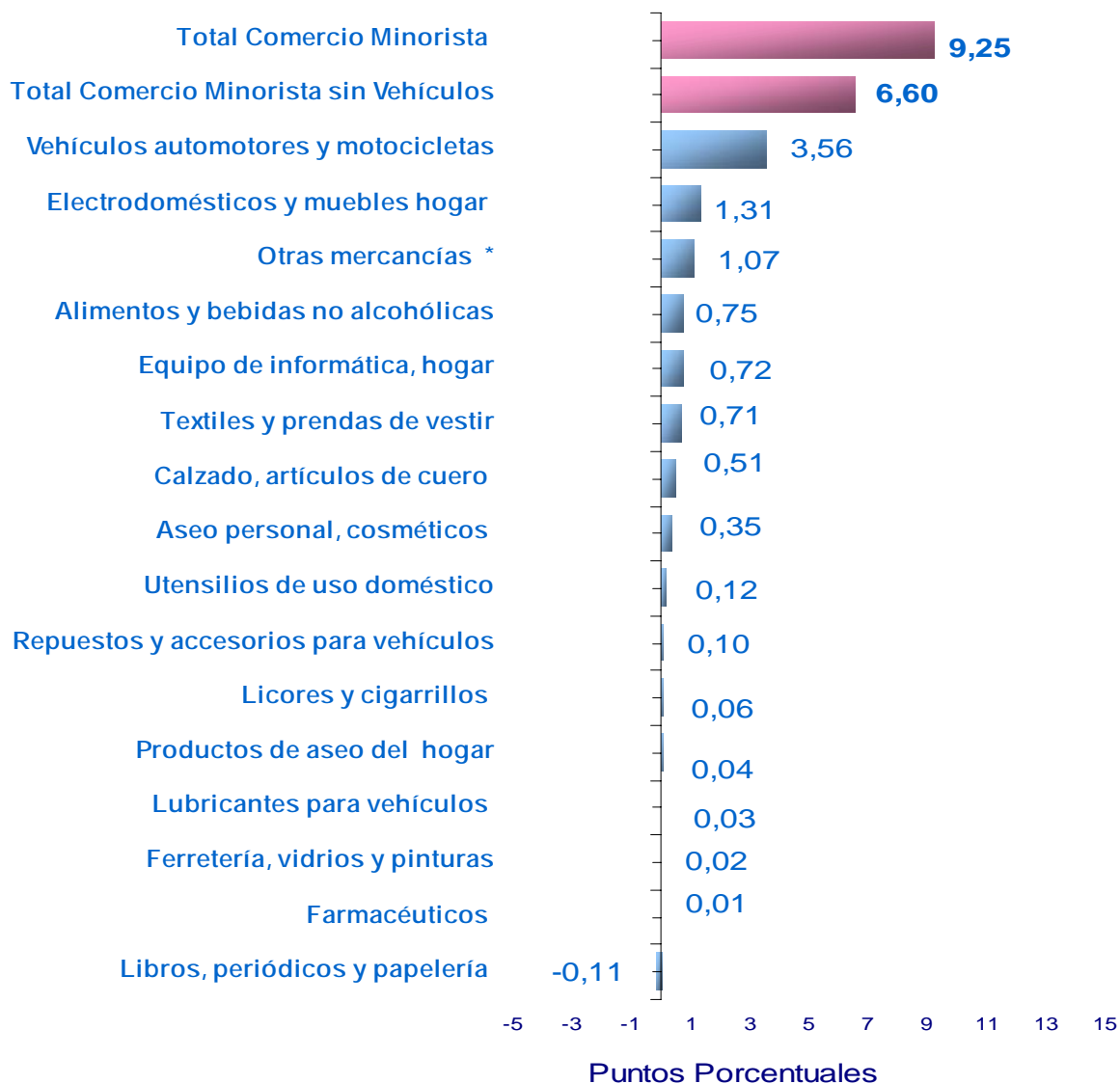


Fuente DANE – MMCM

\* 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 hogar; y las agrupadas en “otras mercancías”, cuyo aporte conjunto fue 5,9 puntos porcentuales a la variación total. Por su parte, la única contribución negativa se registró en libros, periódicos y papelería.

**Gráfico 6**  
**Contribución anual a las ventas reales**  
**Total nacional**  
**Marzo (2010/2009)**



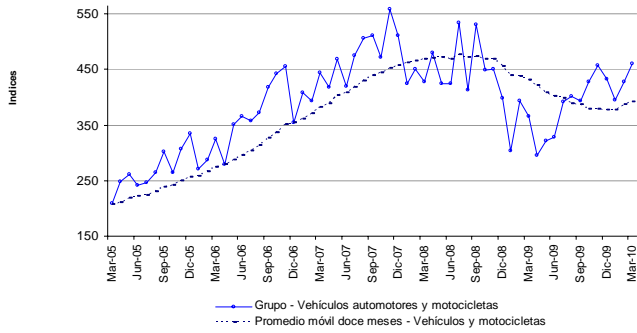
Fuente DANE – MMCM

\* 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.

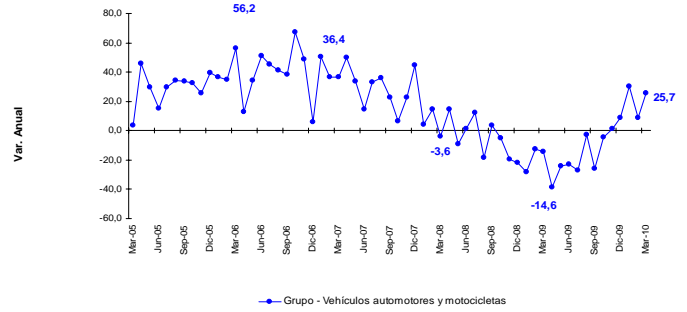
**Gráficos 7**

**Líneas de mercancías que principalmente explican el crecimiento en ventas de marzo de 2010**

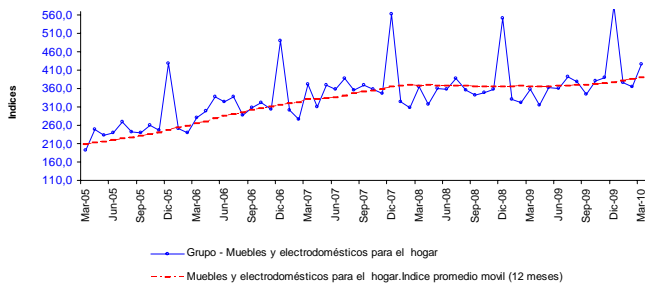
**Índice mensual vehículos automotores y motocicletas**  
**Índice base: promedio año 1999 = 100**  
**2005 – 2010 (Marzo)**



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



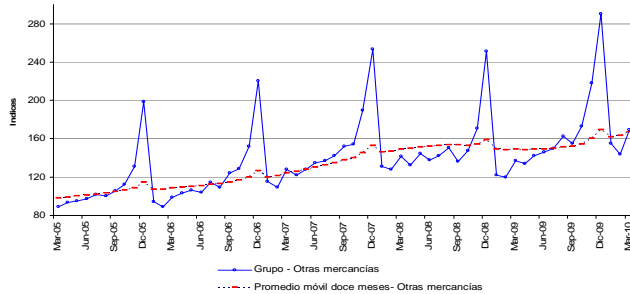
**Índice mensual electrodomésticos y muebles hogar**  
**Índice base: promedio año 1999 = 100**  
**2005 – 2010 (Marzo)**



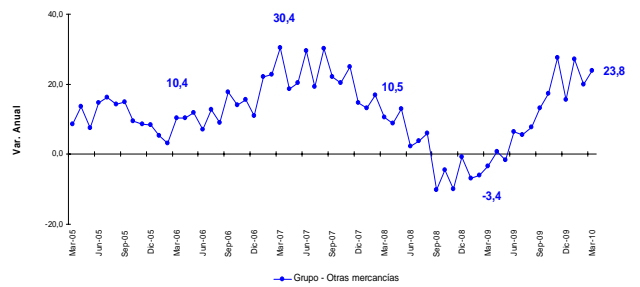
**Variación anual de las ventas reales**  
**Electrodomésticos y muebles hogar**  
**2005 – 2010 (Marzo)**



**Índice mensual otras mercancías**  
**Índice base: promedio año 1999 = 100**  
**2005 – 2010 (Marzo)**



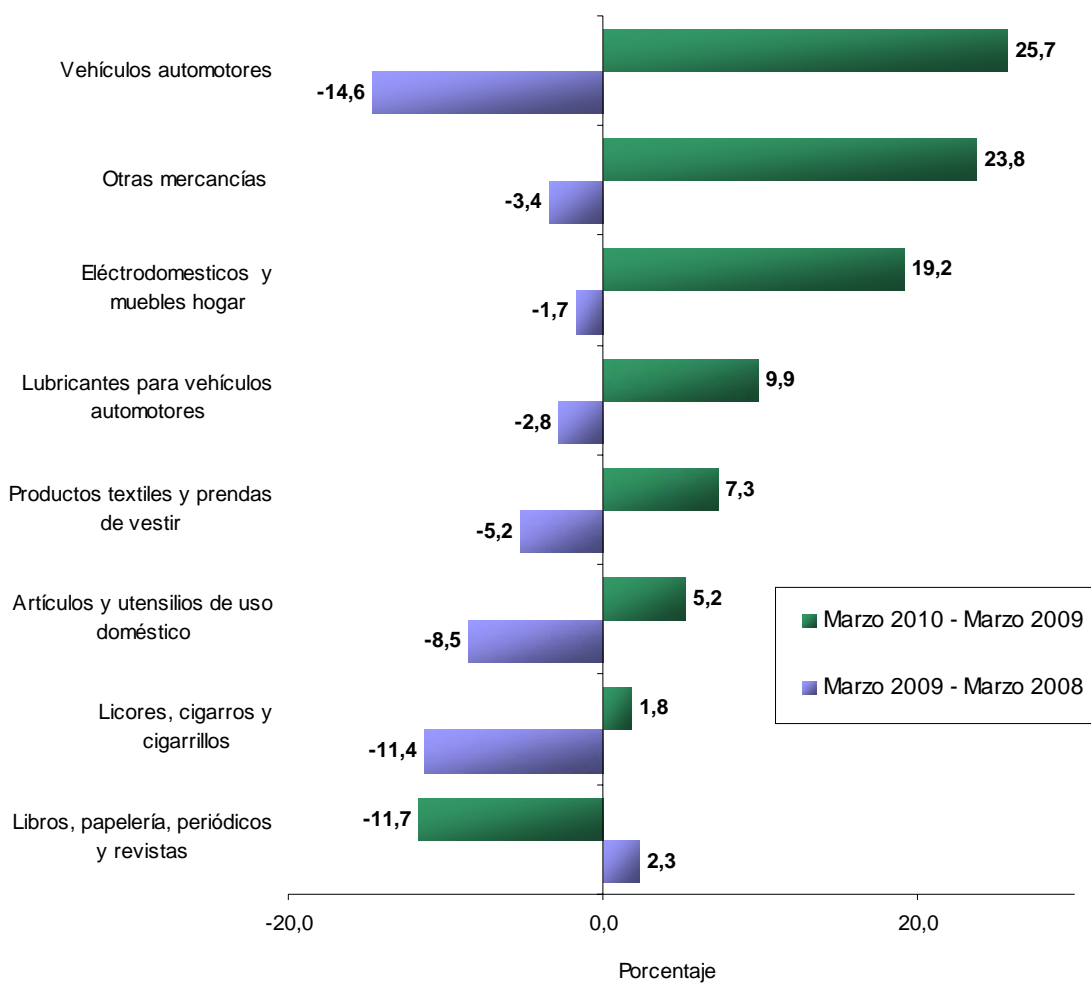
**Variación anual de las ventas reales**  
**Otras mercancías**  
**2005 – 2010 (Marzo)**



Fuente DANE – MMCM

Al analizar los resultados de marzo de 2010, frente a los resultados en marzo de 2009, se destacan ocho líneas de mercancías por presentar los mayores contrastes en las variaciones anuales (ver gráfico 8).

**Gráfico 8**  
**Principales cambios de comportamiento en ventas anuales**  
**Marzo (2010/2009)**



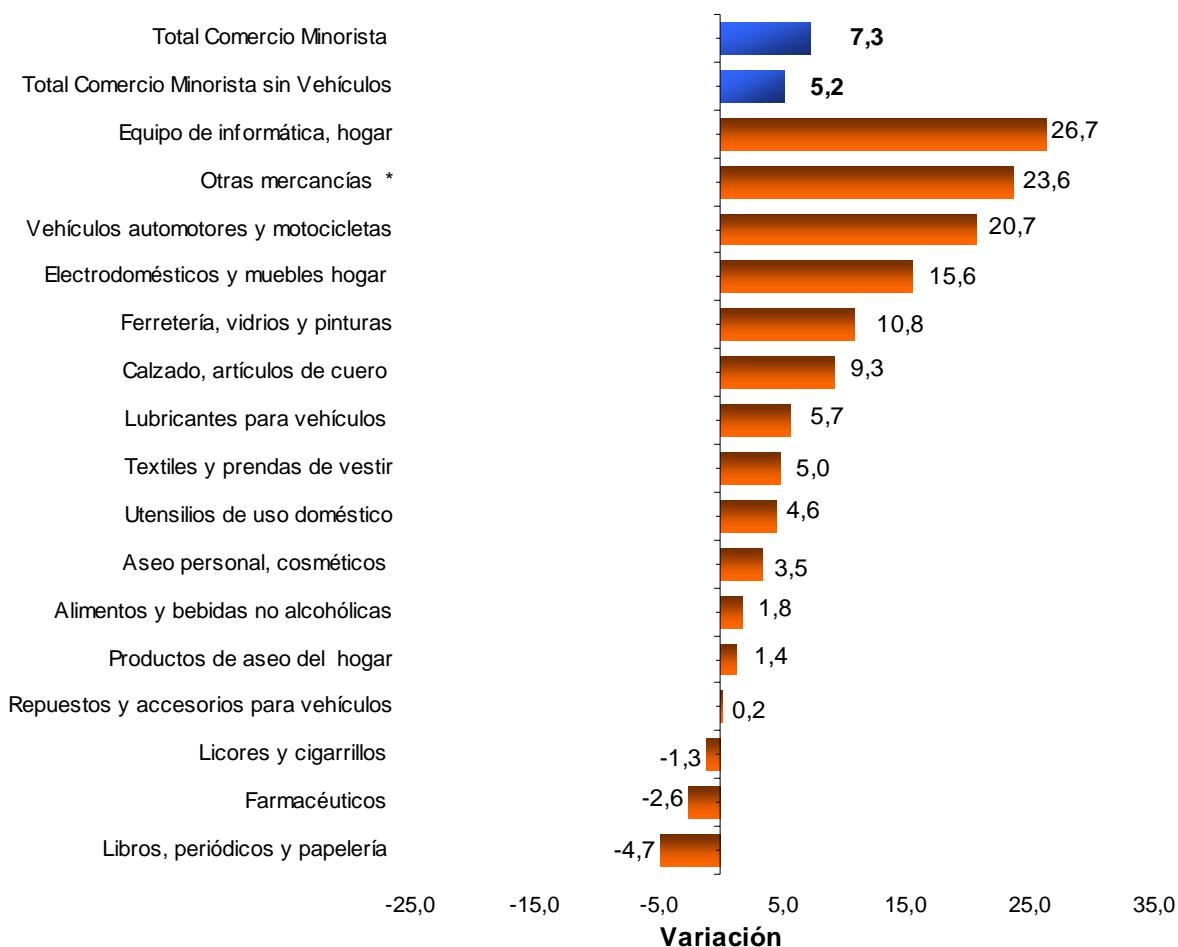
Fuente DANE – MMCM



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

En lo corrido del año hasta marzo de 2010, las ventas reales aumentaron 7,3% respecto al mismo período del año anterior. Trece de dieciséis grupos de mercancías presentaron variaciones positivas, entre los cuales se destacan: equipo de informática, hogar; los agrupados en “otras mercancías”; y vehículos automotores y motocicletas. Por su parte, los grupos de mercancías que presentaron variaciones negativas, fueron: libros, periódicos y papelería; farmacéuticos; y licores y cigarrillos.

**Gráfico 9**  
**Variación año corrido de las ventas reales**  
**Total nacional**  
**Enero – marzo (2010/2009)**

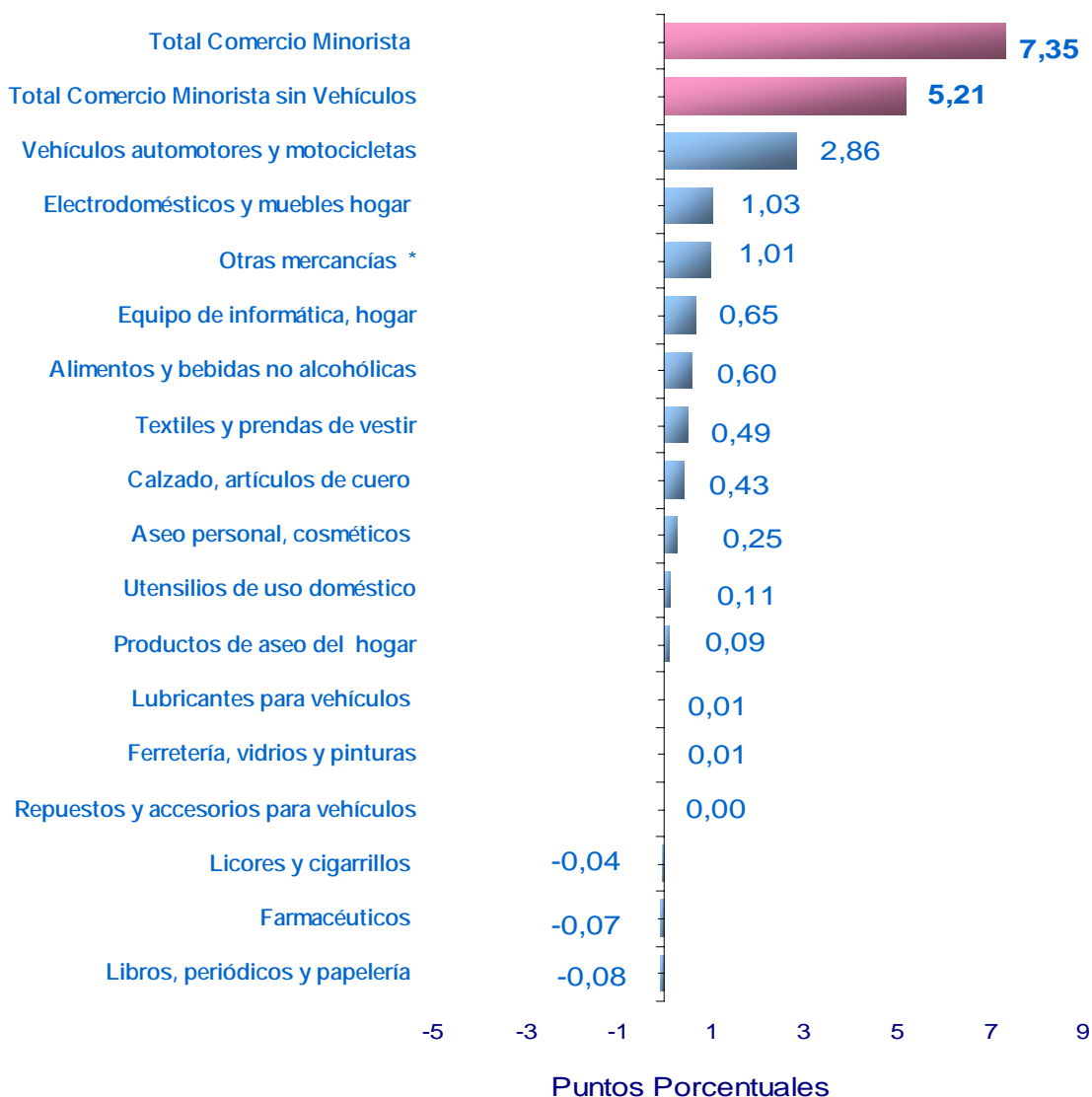


Fuente DANE – MMCM

\* 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 hogar; y los agrupados en “otras mercancías”, que, en conjunto, aportaron 4,9 puntos porcentuales a la variación total.

**Gráfico 10**  
**Contribución año corrido a las ventas reales**  
**Total nacional**  
**Enero – marzo (2010/2009)**



Fuente DANE – MMCM

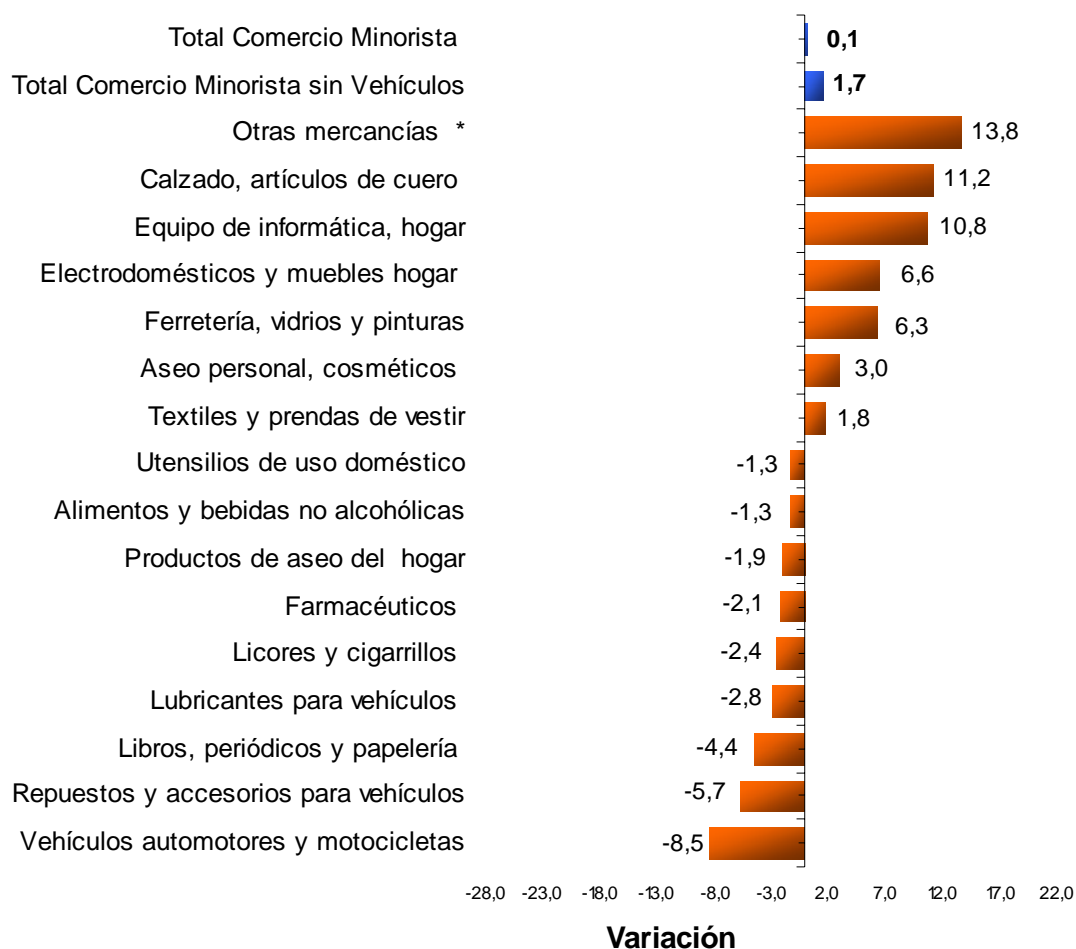
\* Otras mercancías, incluye: juguetes, bicicletas, artículos de deporte, piñatería, artículos para bebés, gas propano en cilindros, lubricantes y aditivos para vehículos automotores, equipo fotográfico, revestimiento para pisos, etc.

### 2.1.3 Variación doce meses: abril – marzo (2010/2009)

Entre abril de 2009 y marzo de 2010, las ventas reales del comercio minorista presentaron un incremento de 0,1% respecto al año inmediatamente anterior; aunque todavía 9 de los 16 grupos de mercancías en los que se desagregan los resultados presentan variaciones negativas en el indicador, el resto de líneas presentan incrementos en sus ventas.

Los grupos que presentaron las mayores variaciones positivas, fueron: los agrupados en “otras mercancías”; calzado y artículos de cuero; y equipo de informática, hogar

**Gráfico 11**  
**Variación doce meses de las ventas reales**  
**Total nacional**  
**Abril – marzo (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.

En los últimos doce meses hasta marzo de 2010, el buen comportamiento de las ventas de “otras mercancías”; calzado; electrodomésticos y muebles del hogar; y de equipo de informática logró contrarrestar el efecto negativo de las ventas de vehículos; y alimentos y bebidas no alcohólicas.

**Gráfico 12**  
**Contribución doce meses a las ventas reales**  
**Total nacional**  
**Abril – marzo (2010/2009)**

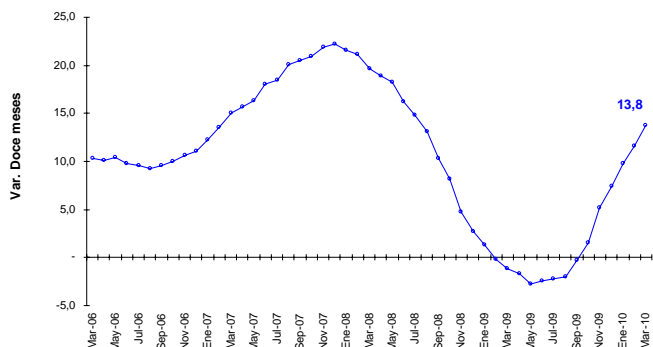


\* Otras mercancías, incluye: juguetes, bicicletas, artículos de deporte, piñatería, artículos para bebés, gas propano en cilindros, lubricantes y aditivos para vehículos automotores, equipo fotográfico, revestimiento para pisos, etc.

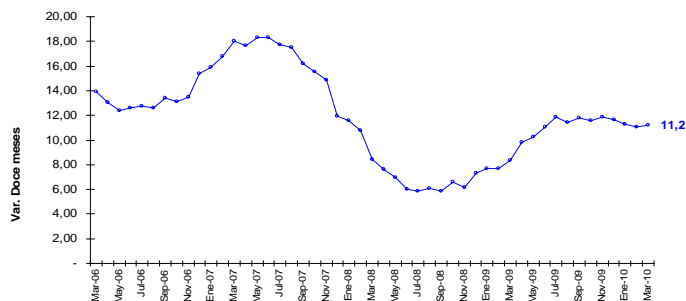
### Gráficos 13

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

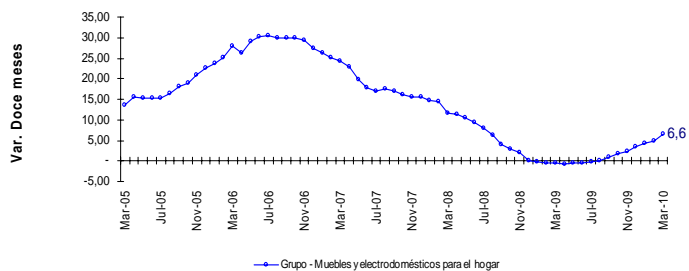
**Variación doce meses de las ventas reales**  
**Otras mercancías**  
**2006 – 2010 (Marzo)**



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



**Variación doce meses de las ventas reales**  
**Electrodomésticos y muebles para el hogar**  
**2005 – 2010 (Marzo)**



Fuente DANE – MMCM

## 2.2 Actividad comercial CIU Rev. 3

### 2.2.1 Variación anual: marzo (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 marzo de 2010 se destacaron los siguientes comportamientos: los mayores incrementos se registraron en las ventas de otros productos de uso doméstico; vehículos automotores; libros, periódicos y papelería; y calzado, artículos de cuero. En contraste, la mayor variación negativa del comercio especializado se presentó en combustibles y lubricantes.

Por su parte, las empresas no especializadas con surtido principalmente de alimentos, presentaron un aumento anual en sus ventas reales de 8,1%; las no especializadas con surtido diferente de alimentos presentaron un incremento de 27,7%.

**Gráfico 13**  
**Variación anual de las ventas reales, según actividad comercial**  
**Total nacional**  
**Marzo (2010/2009)**



Fuente DANE – MMCM

### 2.2.2 Variación año corrido: enero - marzo (2010/2009)

En el primer trimestre de 2010, las principales variaciones positivas de las ventas reales en establecimientos especializados se registraron en las empresas comercializadoras de otros productos de uso doméstico. En este mismo período, las empresas especializadas que presentaron las mayores contracciones de sus ventas fueron combustibles y lubricantes.

Por su parte, las empresas no especializadas con surtido principalmente de alimentos, presentaron un crecimiento en las ventas reales de 7,0%; en contraste, las no especializadas con surtido diferente de alimentos registraron un incremento de 26,1%.

**Gráfico 14**  
**Variación año corrido de las ventas reales**  
**Total nacional**  
**Enero – marzo (2010/2009)**



Fuente DANE – MMCM

### 2.2.3 Variación doce meses: abril – marzo (2010/2009)

En los últimos doce meses hasta marzo de 2010, las principales variaciones negativas de las ventas reales en establecimientos especializados se registraron en las empresas comercializadoras de: combustibles y lubricantes; motocicletas y sus partes. Durante este mismo período, las empresas especializadas que presentaron las principales variaciones positivas, fueron: calzado, artículos de cuero; y muebles para el hogar.

Por su parte, las empresas no especializadas con surtido compuesto principalmente de alimentos, presentaron un incremento de 0,8% en sus ventas, mientras que las no especializadas con surtido diferente de alimentos crecieron 20,9%.

**Gráfico 15**  
**Variación doce meses de las ventas reales**  
**Total nacional**  
**Abril - marzo (2010/2009)**



Fuente DANE – MMCM

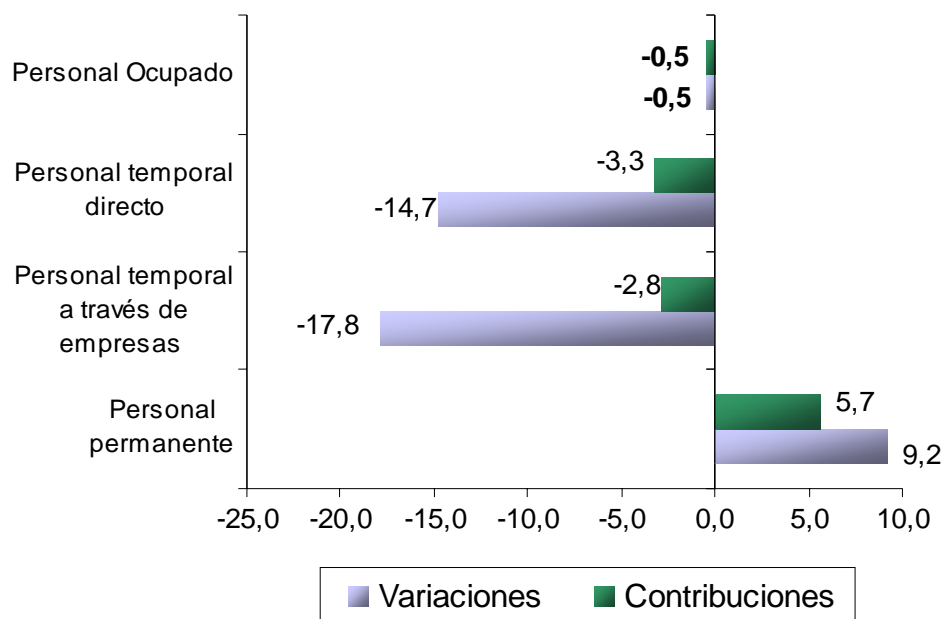


### 3. Personal ocupado

#### 3.1 Variación anual: marzo (2010/2009)

En marzo de 2010, el personal ocupado por el comercio minorista disminuyó 0,5%, respecto al mismo mes del año anterior, como resultado del aporte negativo de 6,1 puntos porcentuales del personal temporal y el aporte positivo de 5,7 puntos del personal permanente.

**Gráfico 16**  
**Variación y contribución anual del personal ocupado**  
**Total nacional**  
**Marzo (2010/2009)**

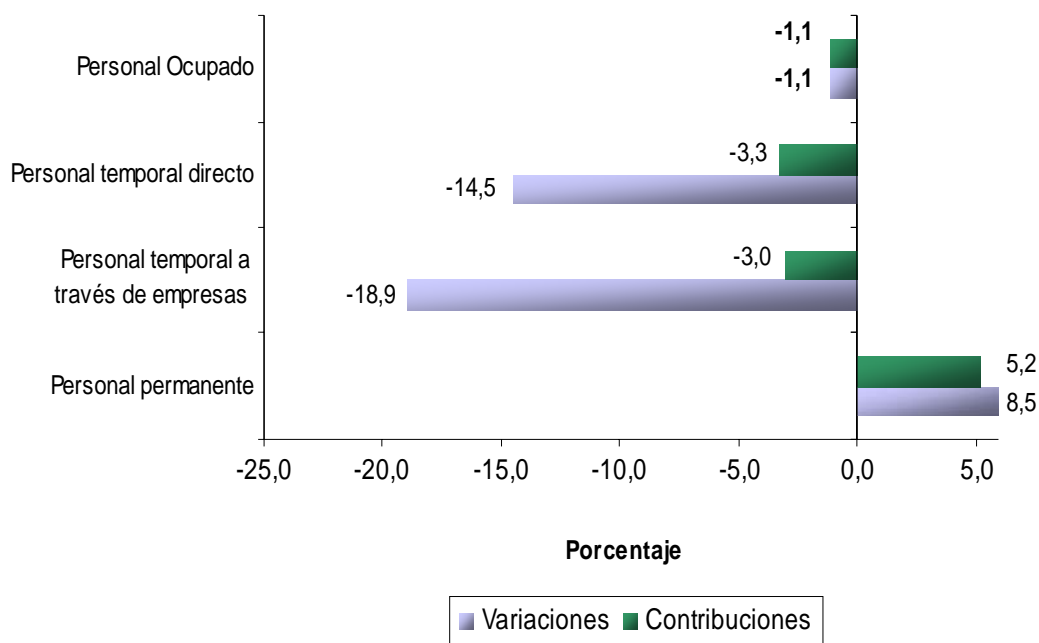


Fuente DANE – MMCM

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

En el primer trimestre de 2010, el personal ocupado del comercio minorista presentó un descenso de 1,1% respecto al mismo período del año anterior. Este comportamiento se explica principalmente por la reducción en el personal temporal, tanto contratado de forma directa como el contratado a través de empresas, que aportaron en conjunto -6,3 puntos porcentuales a la variación total. Este comportamiento no pudo ser contrarrestado por el crecimiento del personal permanente que contribuyó con 5,2 puntos porcentuales a dicha variación.

**Gráfico 17**  
**Variación y contribución año corrido del personal ocupado**  
**Total nacional**  
**Enero – marzo (2010/2009)**

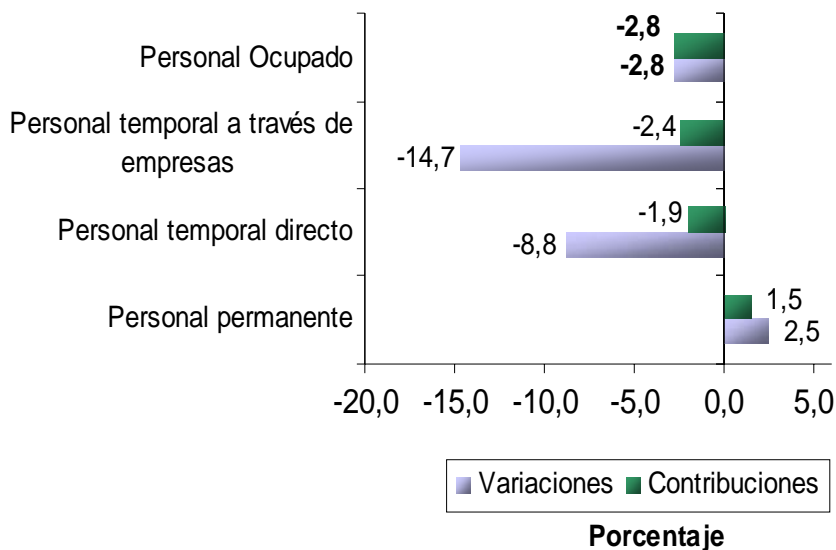


Fuente DANE – MMCM

### 3.3 Variación doce meses: abril – marzo (2010/2009)

En los últimos doce meses hasta marzo de 2010, el personal ocupado del comercio minorista registró una reducción de 2,8%. Durante este período, el personal temporal contratado a través de empresas y el personal temporal directo presentaron variaciones negativas, sobresaliendo el primero de ellos por su aporte de 2,4 puntos porcentuales negativos a la variación total.

**Gráfico 18**  
**Variación y contribución doce meses del personal ocupado**  
**Total nacional**  
**Abril - marzo (2010/2009)**



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)