

MUESTRA MENSUAL DE COMERCIO AL POR MENOR
Marzo 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 marzo de 2012, las ventas del comercio minorista aumentaron 5,1% y el personal ocupado 6,8%, con relación al mismo mes de 2011.
- Las líneas de mercancías que presentaron los mayores crecimientos en sus ventas, fueron: utensilios de uso doméstico (21,0%), productos textiles y prendas de vestir (17,6%), productos de aseo personal, cosméticos (17,0%) y electrodomésticos y muebles hogar (14,8%).
- Durante el primer trimestre de 2012, las ventas reales del comercio minorista presentaron un incremento de 6,0% y el personal ocupado de 6,9%.
- Las líneas de mercancías que presentaron los mayores crecimientos en sus ventas en lo corrido del año, fueron: utensilios de uso doméstico (14,6%), calzado y artículos de cuero (14,5%), equipo de informática, hogar (14,2%), productos textiles y prendas de vestir (13,5%), y repuestos y accesorios para vehículos (13,5%).
- Durante los últimos doce meses hasta marzo de 2012, las ventas reales del comercio minorista registraron un crecimiento de 8,7%, respecto al año precedente.
- Las líneas de mercancías que presentaron los mayores crecimientos en sus ventas durante este periodo, fueron: equipo de informática, hogar (25,8%), calzado y artículos de cuero (18,6%), repuestos y accesorios para vehículos (15,1%), y artículos de ferretería, vidrios y pinturas (12,9%).
- El personal ocupado promedio del comercio minorista durante los últimos doce meses hasta marzo de 2012, presentó un aumento de 6,7% respecto al año precedente. Este resultado se explica principalmente por el aumento en la contratación de personal temporal directo (16,4%), y permanente (6,4%).

Director

Jorge Bustamante R.

Subdirector

Christian Jaramillo Herrera

Director de Metodología y Producción Estadística

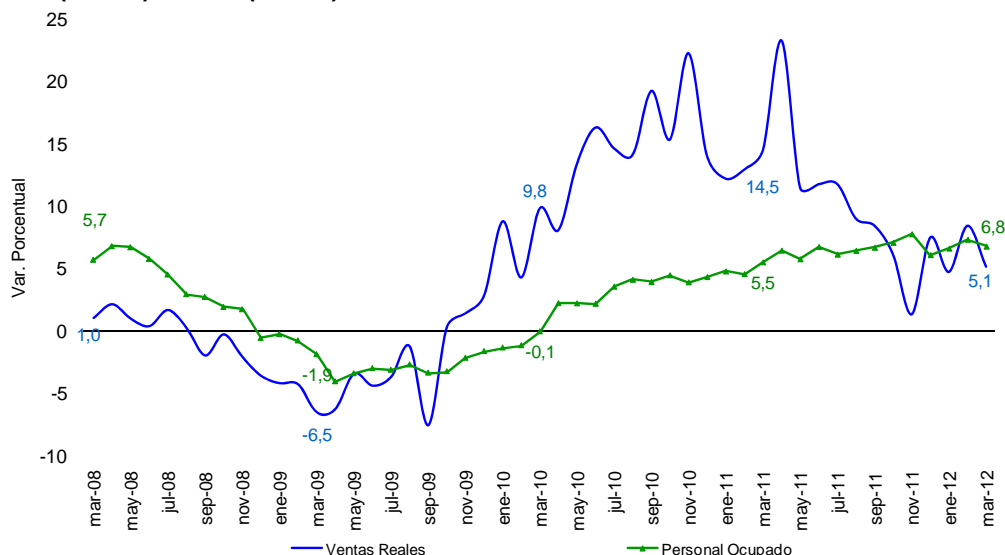
Eduardo Efraín Freire Delgado

1. Evolución general de las principales variables

En marzo de 2012, las ventas reales y el personal ocupado del comercio minorista aumentaron 5,1% y 6,8% respectivamente, comparado con el mismo mes de 2011, cuando las ventas habían reportado un incremento de 14,5% y el personal ocupado un aumento de 5,5%.

Gráfico 1. Variación anual de las ventas reales y el personal ocupado

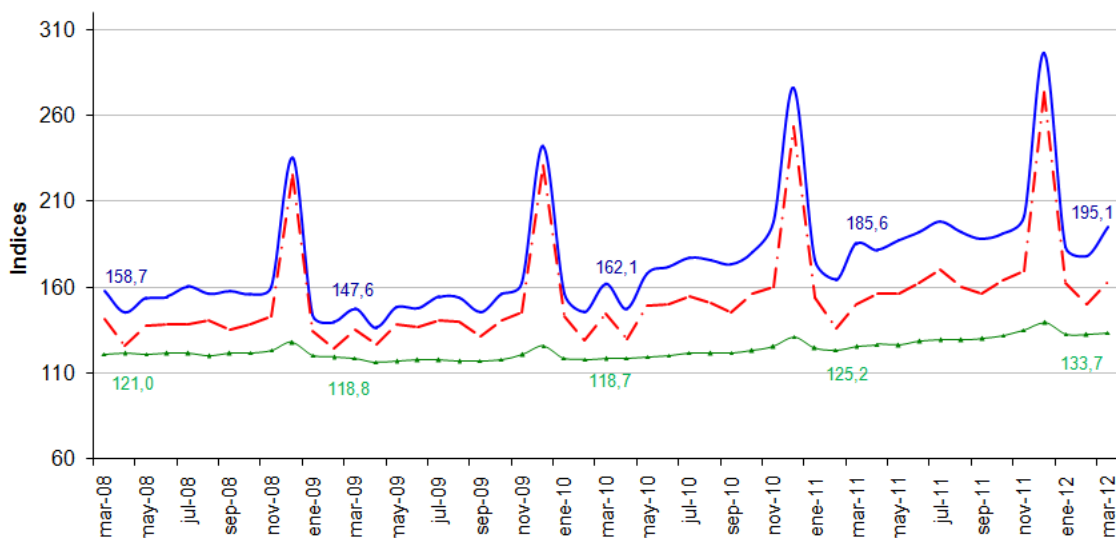
Total nacional
2008 (marzo) - 2012 (marzo)



Fuente: DANE – MMCM.

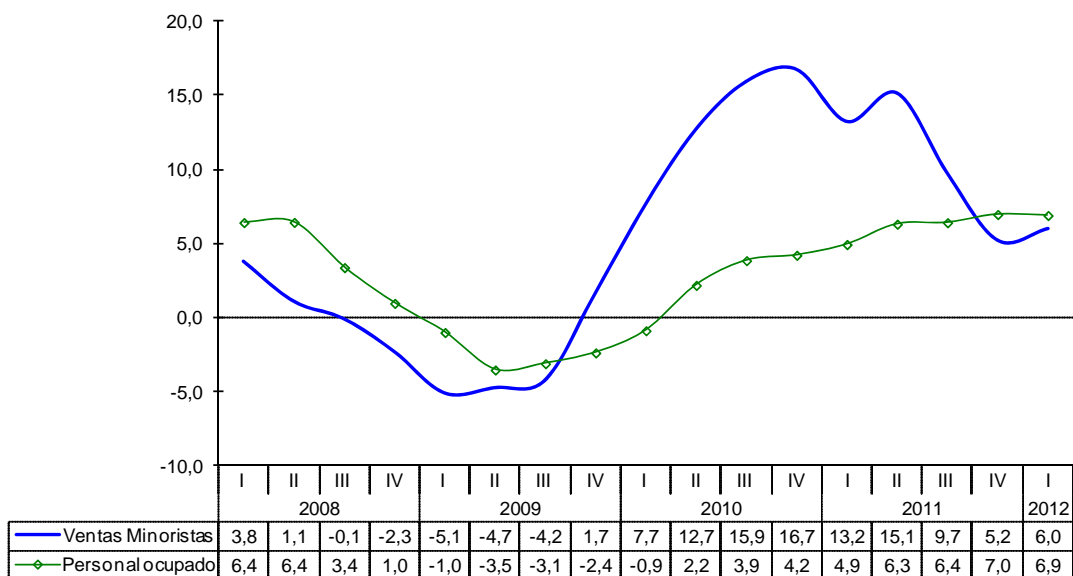
Gráfico 2. Índices de ventas reales y personal ocupado

Total nacional
Índice base: promedio año 1999 = 100
2008 (marzo) - 2012 (marzo)



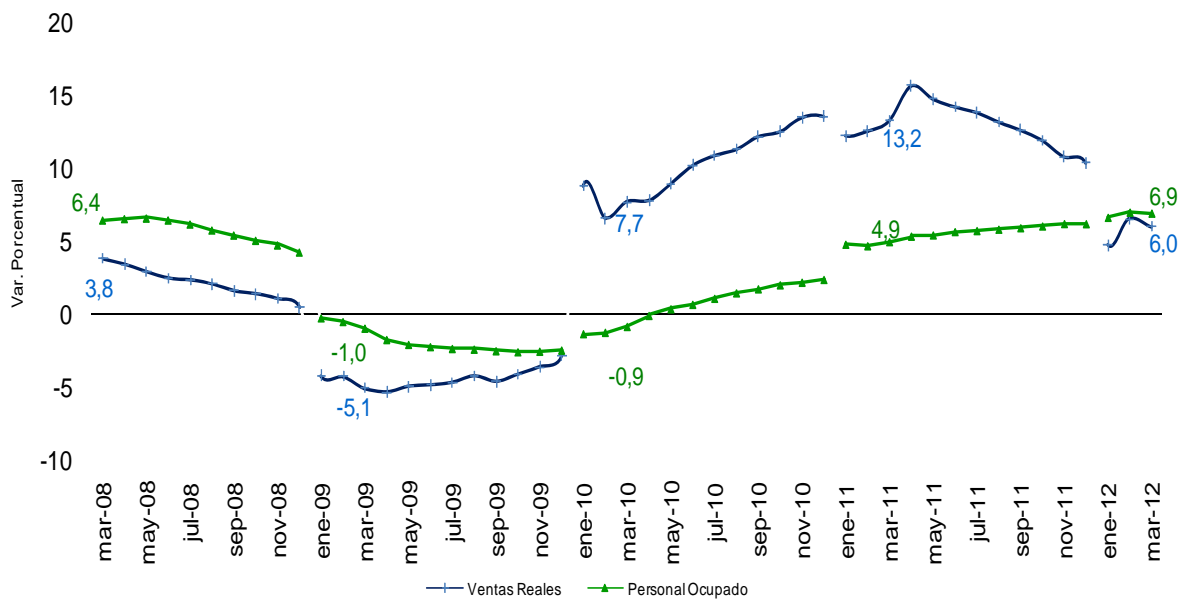
Fuente: DANE – MMCM.

Gráfico 3
Variación anual trimestral de las ventas reales y el personal ocupado
Total nacional
2008 – 2012 (I trimestre)



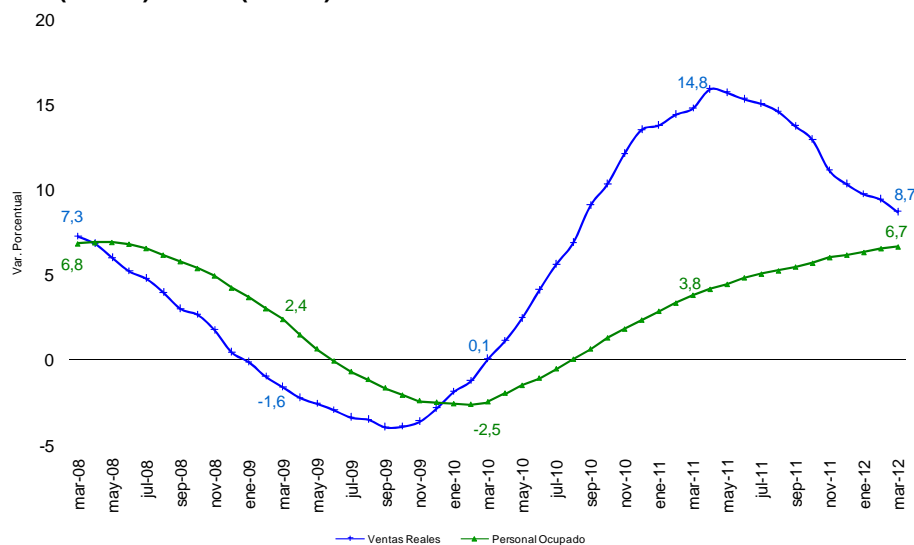
Fuente: DANE – MMCM.

Gráfico 4. Variación año corrido de las ventas reales y el personal ocupado
Total nacional
2008 (marzo) - 2012 (marzo)



Fuente: DANE – MMCM.

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



Fuente: DANE – MMCM.

Indicador	Variación (%)					
	Anual		Año corrido		Doce meses	
	2011	2012	2011	2012	2011	2012
Ventas	14,5	5,1	13,2	6,0	14,8	8,7
Ventas sin vehículos	3,5	9,0	5,5	8,2	8,0	8,2
Personal ocupado	5,5	6,8	4,9	6,9	3,8	6,7

Fuente: DANE – MMCM

2. Ventas reales

2.1 Grupos de mercancías

2.1.1 Variación anual: marzo 2012

En marzo de 2012, las ventas reales del comercio minorista aumentaron 5,1% respecto a las registradas en igual mes de 2011. Los grupos de mercancías que presentaron los mayores crecimientos fueron: utensilios de uso doméstico, productos textiles y prendas de vestir, productos de aseo personal, cosméticos y electrodomésticos y muebles para el hogar (Gráfico 6).

Gráfico 6. Variación anual de las ventas reales
Total nacional
Marzo 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 realizaron las líneas de productos textiles y prendas de vestir; electrodomésticos y muebles hogar; productos de aseo personal, cosméticos; y alimentos y bebidas no alcohólicas. El aporte conjunto de estos grupos a la variación total fue 4,5 puntos porcentuales.

Gráfico 7. Contribución anual a las ventas reales
Total nacional
Marzo 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
Marzo 2012**

Gráfico 8.1. Índice de ventas de productos textiles y prendas de vestir
Índice base: promedio año 1999 = 100
2008 (marzo) - 2012 (marzo)

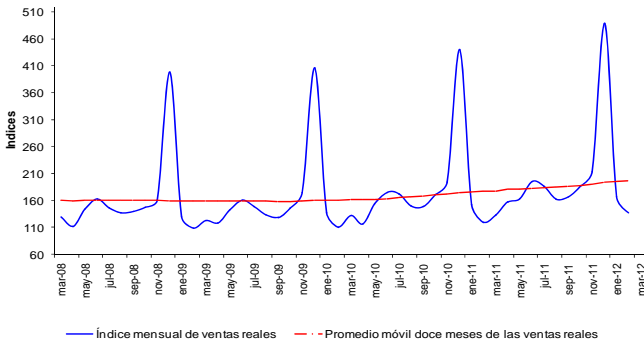


Gráfico 8.2. Variación anual de las ventas reales de productos textiles y prendas de vestir
2008 (marzo) - 2012 (marzo)

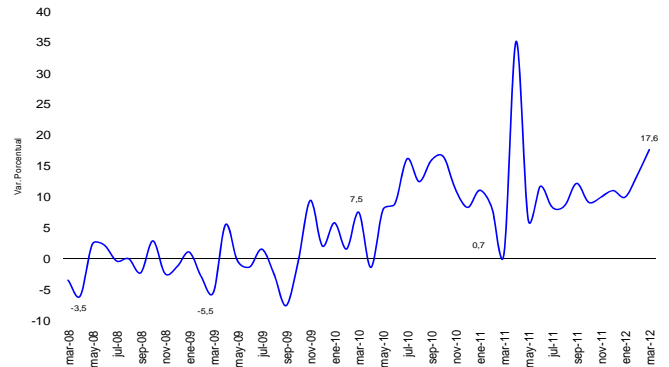


Gráfico 8.3. Índice de ventas de electrodomésticos y muebles para el hogar
Índice base: promedio año 1999 = 100
2008 (marzo) - 2012 (marzo)

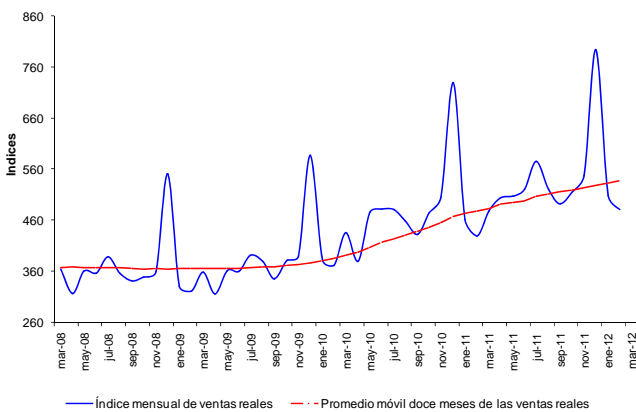


Gráfico 8.4. Variación anual de las ventas reales de electrodomésticos y muebles para el hogar
2008 (marzo) - 2012 (marzo)

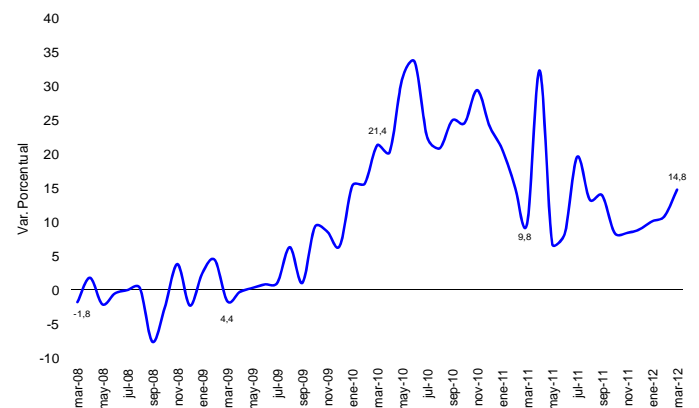


Gráfico 8.5. Índice de ventas de productos de aseo personal, cosméticos
Índice base: promedio año 1999 = 100
2008 (marzo) - 2012 (marzo)

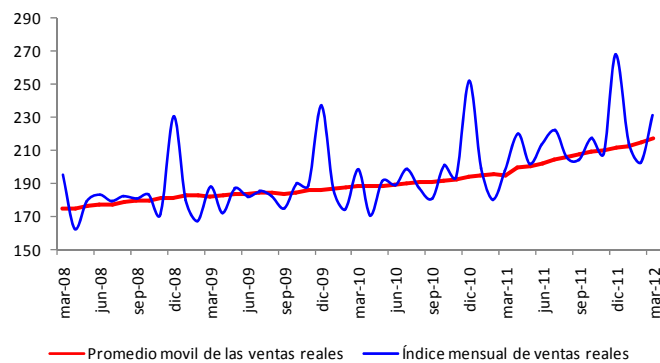
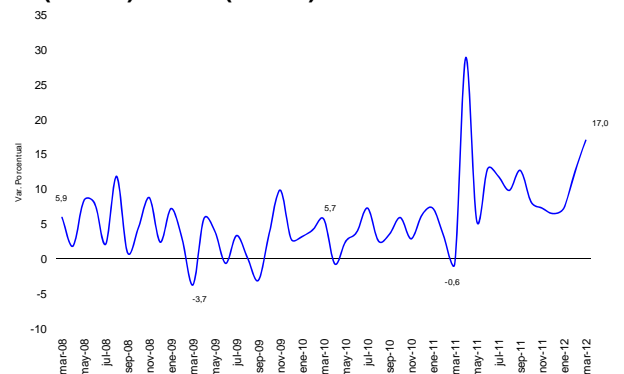


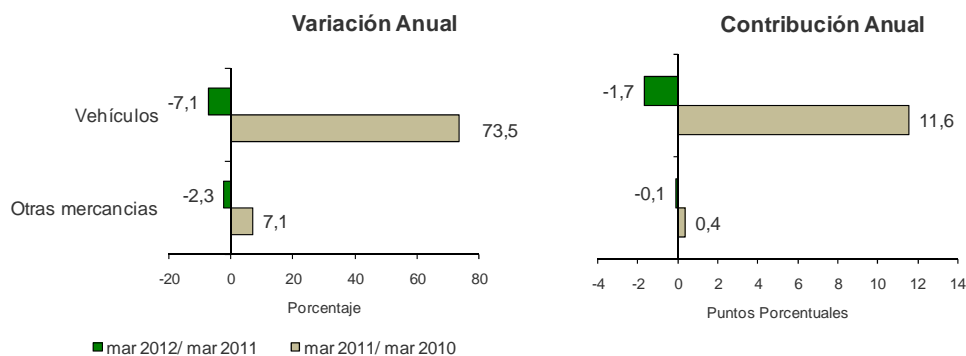
Gráfico 8.6. Variación anual de las ventas reales de productos de aseo personal, cosméticos
2008 (marzo) - 2012 (marzo)



Fuente: DANE – MMCM

Al comparar los resultados de las ventas minoristas de marzo de 2012 con los de marzo de 2011, dos líneas presentan los principales contrastes, sin embargo, vehículos automotores y motocicletas explica fundamentalmente la moderación del crecimiento.

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

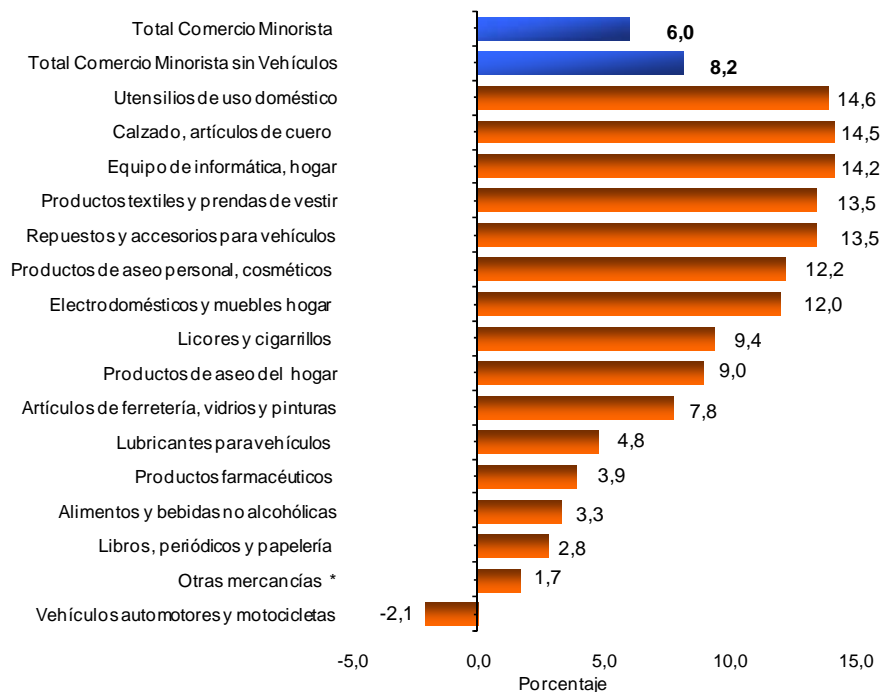


Fuente: DANE – MMCM

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

Durante los primeros tres meses de 2012, las ventas reales del comercio minorista presentaron un incremento de 6,0% respecto al mismo período del año anterior. Las líneas que registraron los mayores crecimientos durante este período, fueron: utensilios de uso doméstico; calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero; equipo de informática, hogar; productos textiles y prendas de vestir; y repuestos y accesorios para vehículos.

**Gráfico 10. Variación año corrido de las ventas reales
Total nacional
Enero - marzo (2012/2011)**

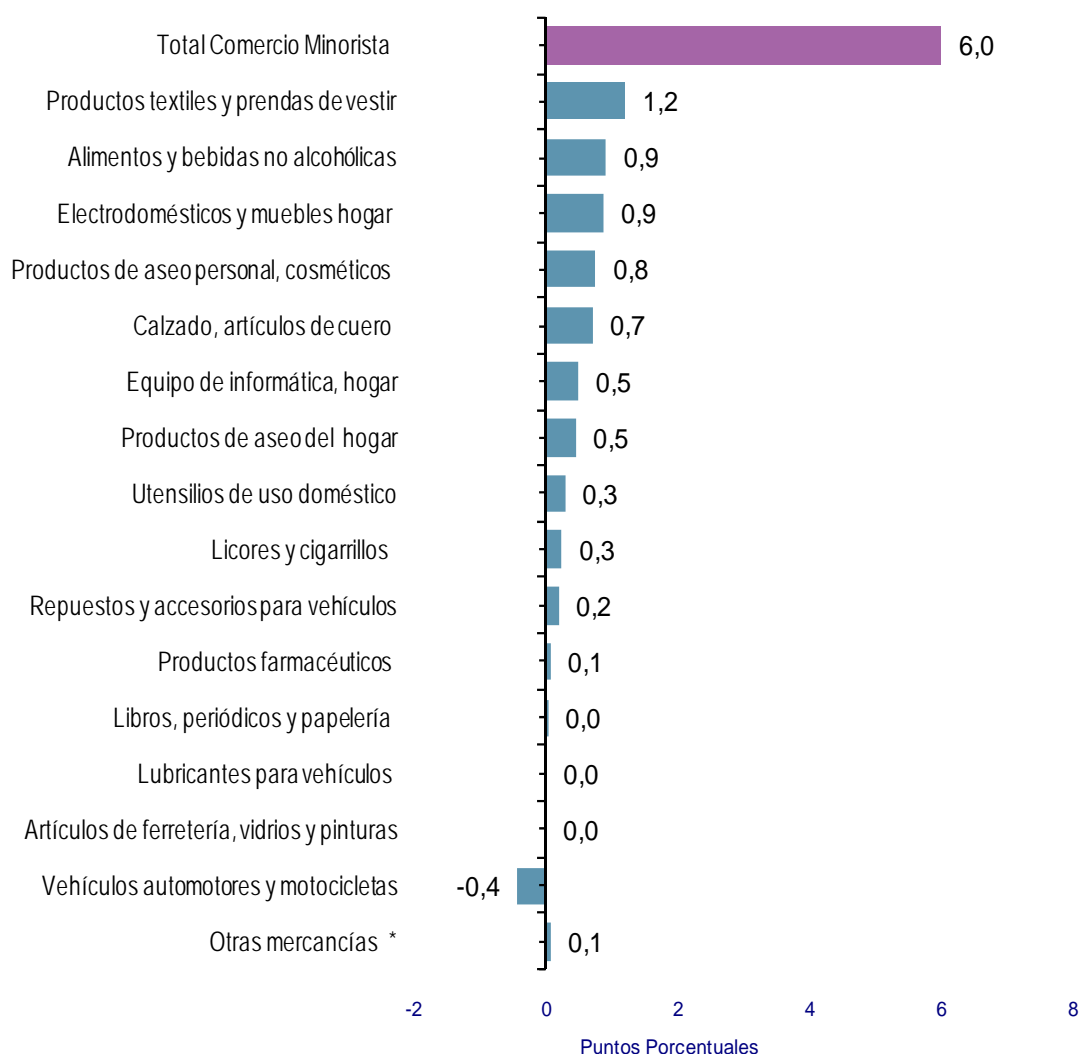


Fuente: DANE – MMCM

* 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; alimentos y bebidas no alcohólicas; electrodomésticos y muebles, hogar; productos de aseo personal, cosméticos; calzado, y artículos de cuero y sucedáneos del cuero. El aporte conjunto de estos cinco grupos de mercancías a la variación total fue 4,5 puntos porcentuales.

Gráfico 11. Contribución año corrido a las ventas reales
Total nacional
Enero - marzo (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 Marzo 2012

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

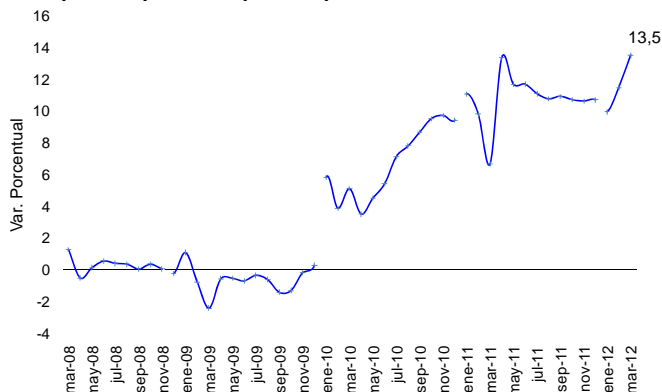


Gráfico 12.2. Variación año corrido de las ventas reales de alimentos y bebidas no alcohólicas 2008 (marzo) - 2012 (marzo)

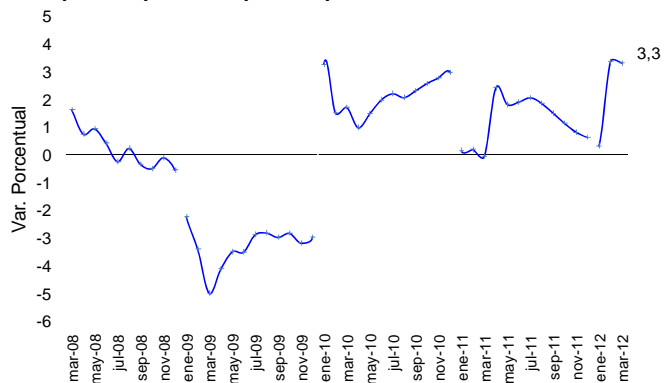


Gráfico 12.3. Variación año corrido de las ventas reales de electrodomésticos y muebles, hogar 2008 (marzo) - 2012 (marzo)

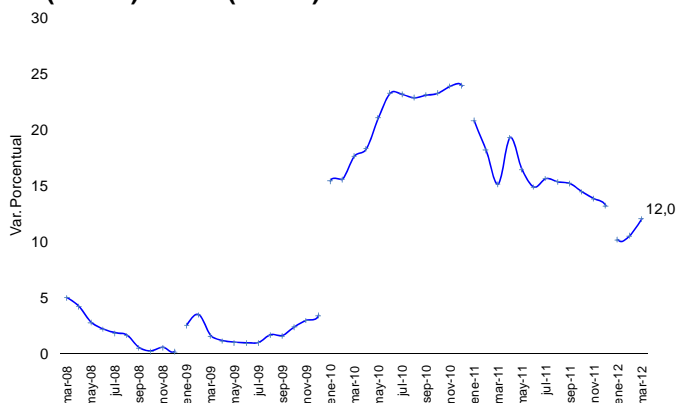
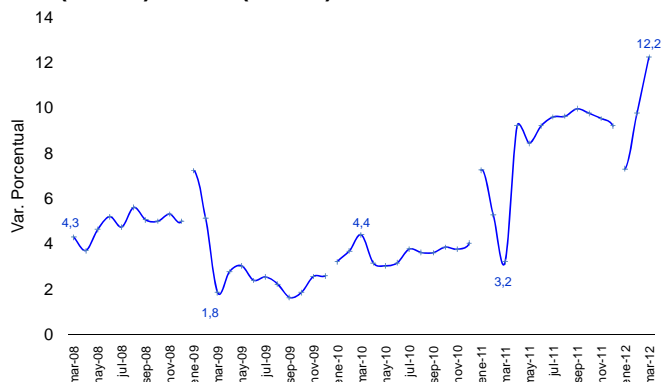


Gráfico 12.4. Variación año corrido de las ventas reales de productos de aseo personal, cosméticos 2008 (marzo) - 2012 (marzo)



Fuente: DANE – MMCM

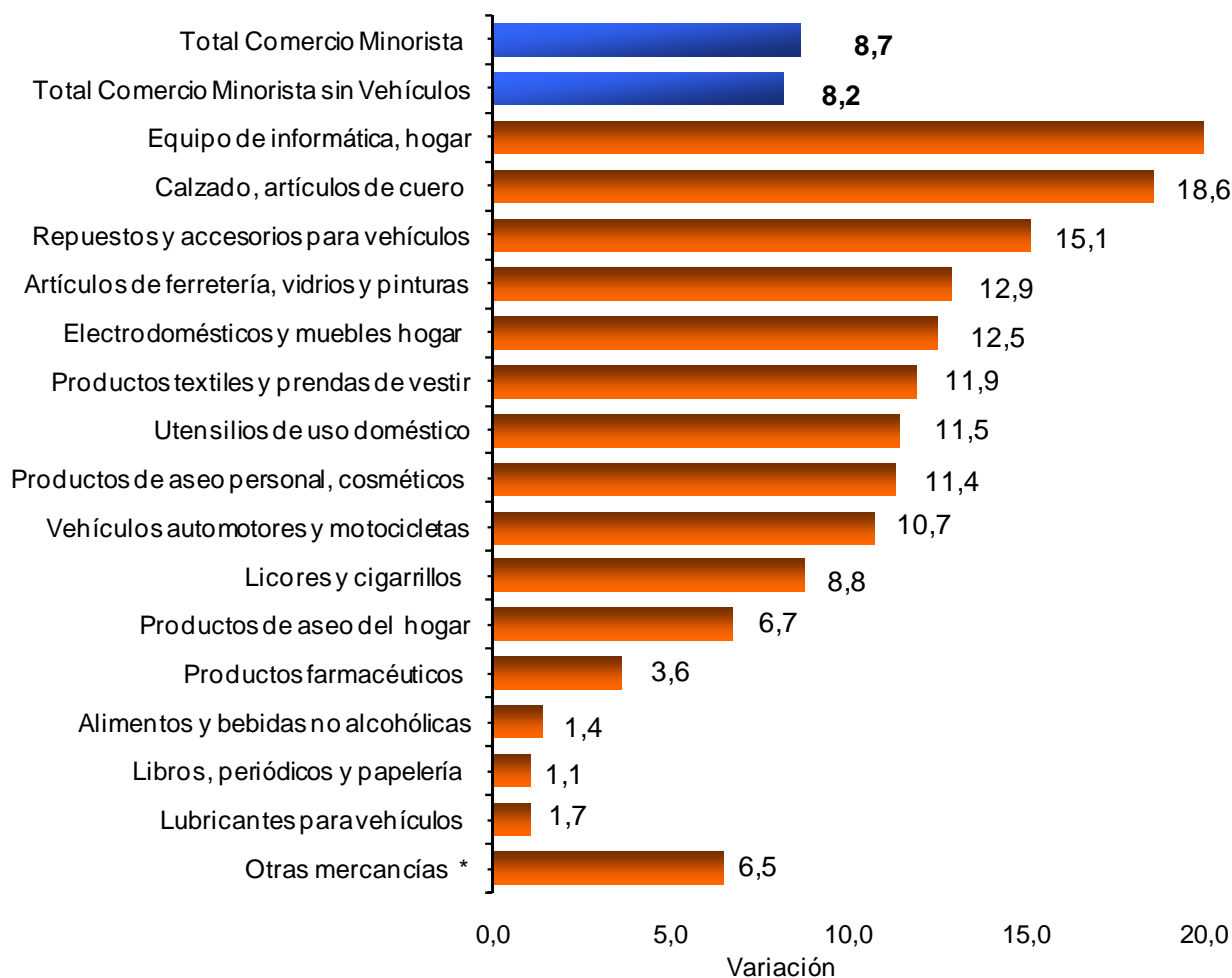
2.1.3. Variación acumulada doce meses: abril 2011 - marzo 2012 / abril 2010 - marzo 2011

Durante los últimos doce meses hasta marzo de 2012, las ventas reales del comercio minorista presentaron un incremento de 8,7% respecto al año precedente. Las líneas que registraron los mayores crecimientos durante este período, fueron: equipo de informática, hogar; calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero; repuestos y accesorios para vehículos automotores y motocicletas; y artículos de ferretería, vidrios y pinturas.

Gráfico 13. Variación acumulada doce meses de las ventas reales

Total nacional

Abril 2011 - marzo 2012 / Abril 2010 - marzo 2011



Fuente: DANE – MMCM

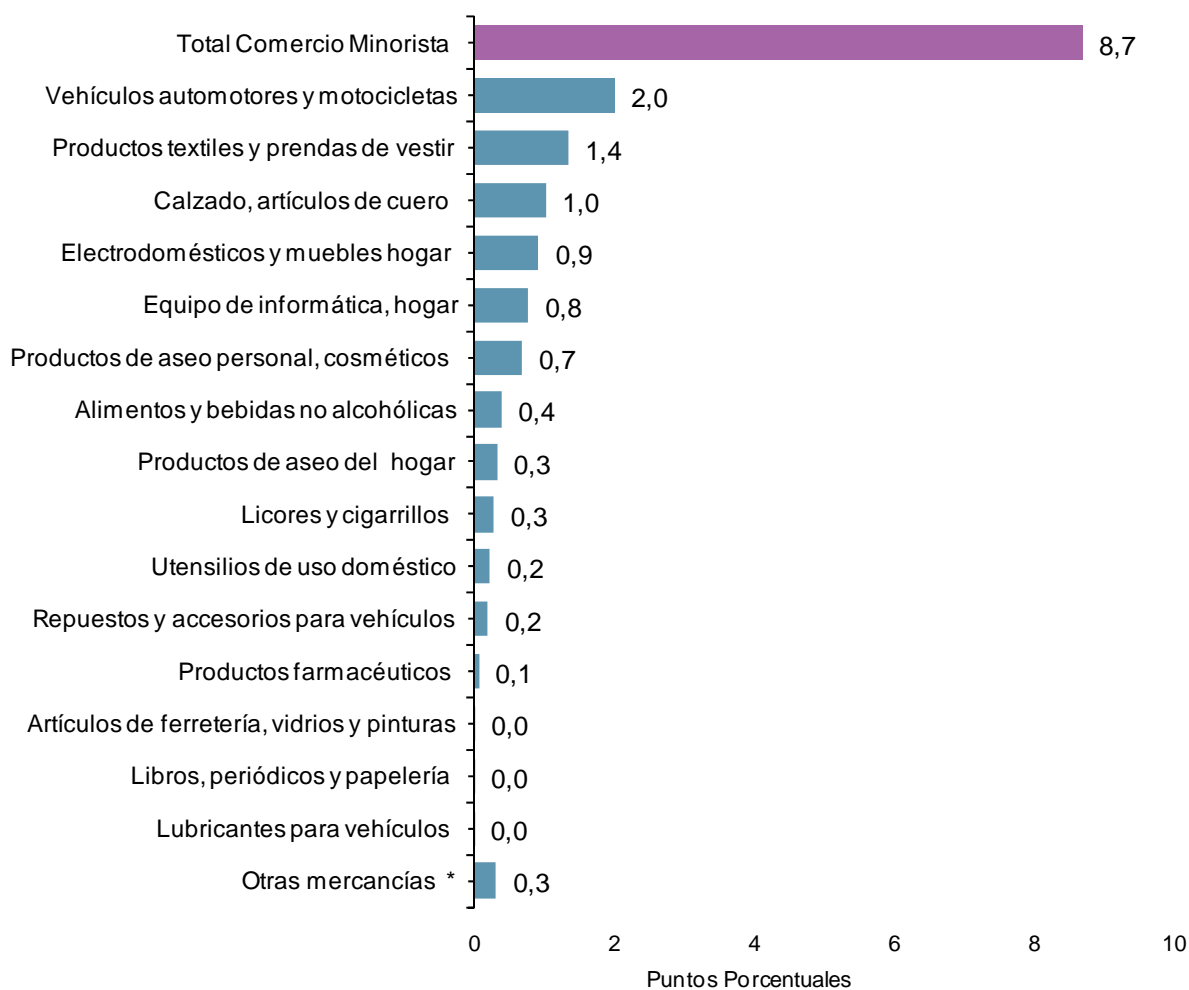
* Otras mercancías, incluye: juguetes, bicicletas, artículos de deporte, piñatería, artículos para bebés, gas propano en cilindros, equipo fotográfico, revestimiento para pisos, etc.

Las mayores contribuciones a la variación acumulada doce meses de las ventas, estuvieron a cargo de las líneas de vehículos automotores y motocicletas; productos textiles y prendas de vestir; calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero; electrodomésticos y muebles, hogar; y equipo de informática, hogar. El aporte conjunto de estos cinco grupos de mercancías a la variación total fue 6,1 puntos porcentuales.

Gráfico 14. Contribución acumulada doce meses a las ventas reales

Total nacional

Abril 2011 - marzo 2012 / Abril 2010 - marzo 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
Marzo 2012

Gráfico 15.1. Variación acumulada doce meses de las ventas reales de vehículos automotores y motocicletas 2008 (marzo) - 2012 (marzo)

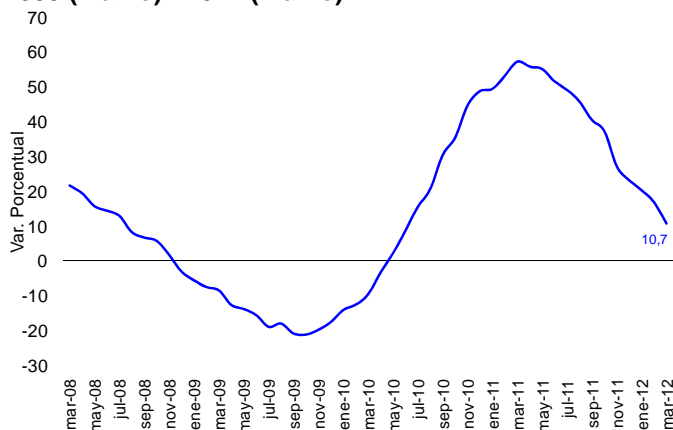


Gráfico 15.2. Variación acumulada doce meses de las ventas reales de productos textiles y prendas de vestir 2008 (marzo) - 2012 (marzo)

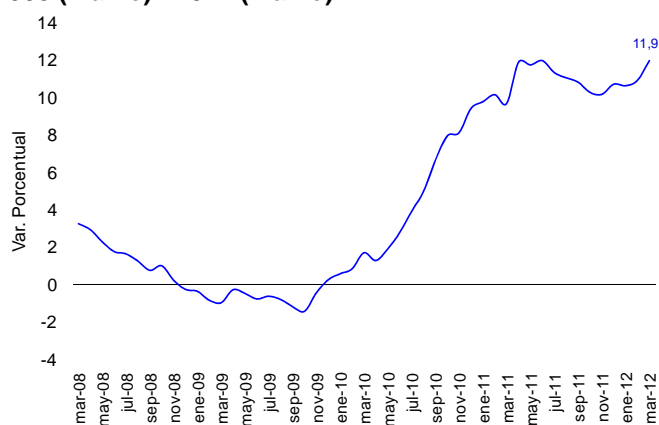


Gráfico 15.3. Variación acumulada doce meses de las ventas reales de calzado y artículos de cuero y sucedáneos del cuero 2008 (marzo) - 2012 (marzo)

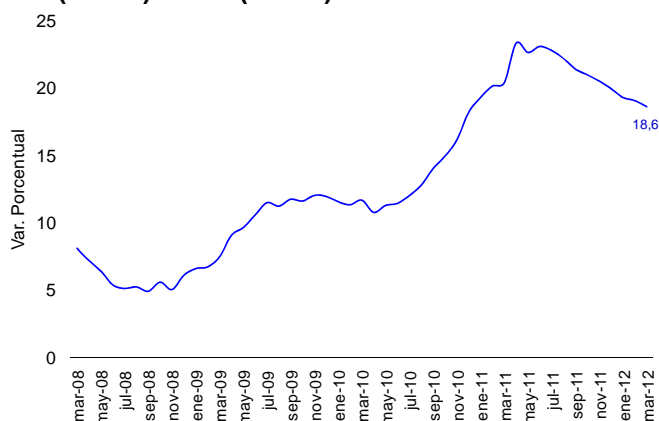
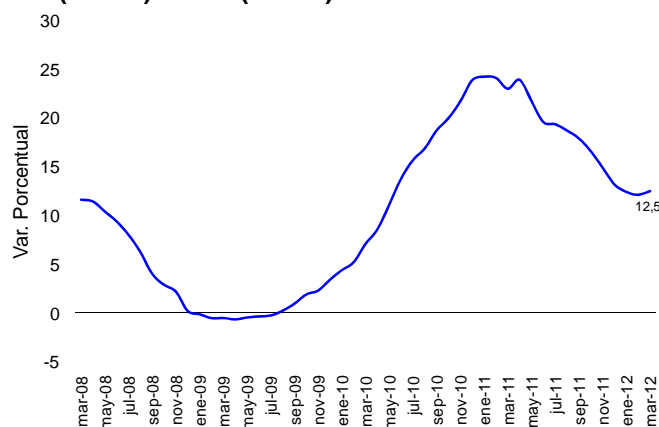


Gráfico 15.4. Variación acumulada doce meses de las ventas reales de electrodomésticos y muebles, hogar 2008 (marzo) - 2012 (marzo)



Fuente: DANE – MMCM

2.2 Actividad comercial CIIU Rev. 3

2.2.1 Variación anual: marzo 2012

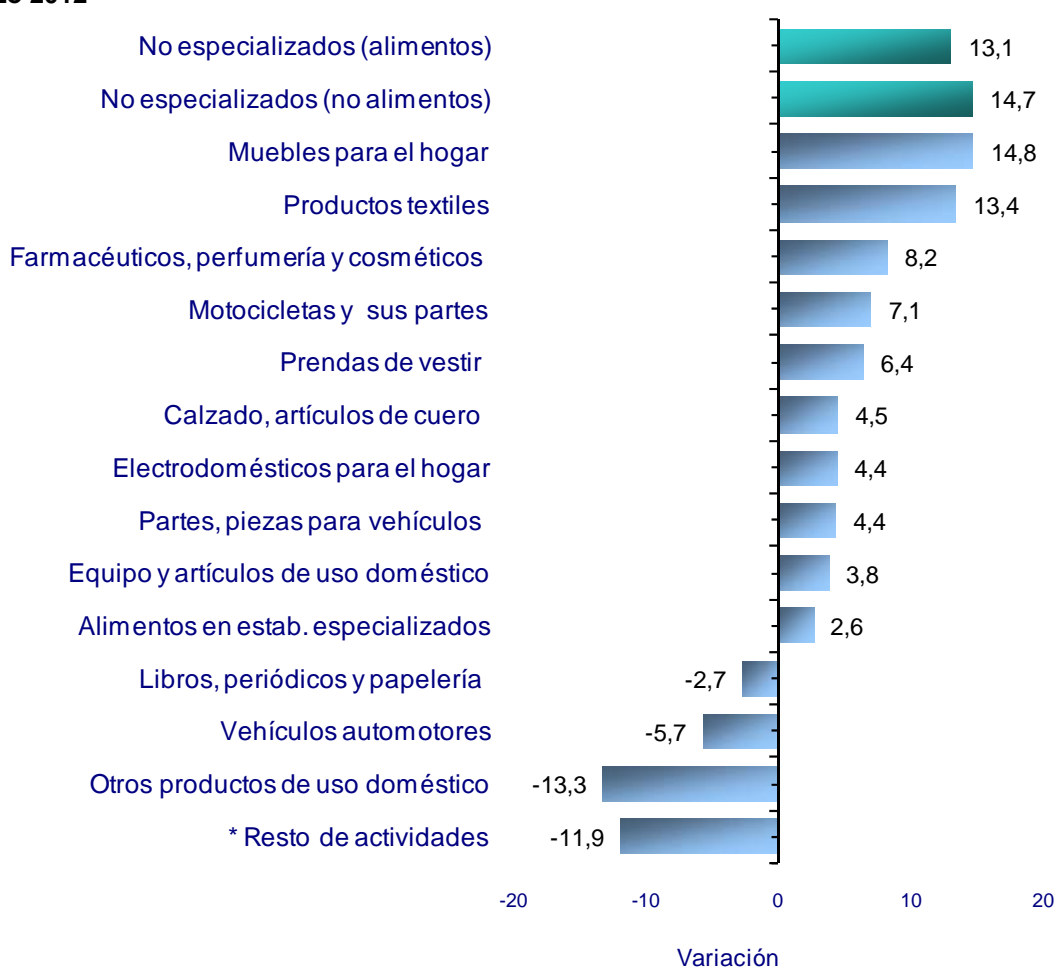
De acuerdo con la actividad económica (CIIU Rev.3) en la que se clasifican las empresas investigadas en la Muestra Mensual de Comercio al por Menor, en marzo de 2012 se destacan los crecimientos de las ventas registradas por los almacenes especializados en el comercio minorista de muebles para el hogar; productos textiles; farmacéuticos, perfumería y cosméticos; motocicletas y sus partes; y prendas de vestir.

Los almacenes no especializados con surtido compuesto de productos diferentes a alimentos registraron incremento de 14,7% en sus ventas, y los no especializados con surtido compuesto principalmente de alimentos presentaron un aumento de 13,1%.

Gráfico 16. Variación anual de las ventas reales, según actividad comercial

Total nacional

Marzo 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 - marzo (2012/2011)

Durante los tres primeros meses de 2012, los mayores incrementos en las ventas reales en establecimientos especializados se registraron en muebles para el hogar; prendas de vestir; productos textiles; farmacéuticos, perfumería y cosméticos; y motocicletas y sus partes.

Por su parte, los almacenes no especializados con surtido compuesto por productos diferentes de alimentos incrementaron sus ventas reales en 19,0%, y los no especializados con surtido compuesto principalmente de alimentos presentaron un crecimiento de 9,2%.

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

2.2.3. Variación acumulada doce meses: abril 2011 - marzo 2012 / abril 2010 - marzo 2011

Durante los últimos doce meses hasta marzo de 2012, los mayores incrementos en las ventas reales en establecimientos especializados se registraron en farmacéuticos, perfumería y cosméticos; partes y piezas para vehículos; motocicletas y sus partes; calzado, artículos de cuero y sucedáneos del 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 25,7%, y los no especializados con surtido compuesto principalmente de alimentos presentaron un crecimiento de 8,8%.

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

Total nacional

Abril 2011 - marzo 2012 / abril 2010 - marzo 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.

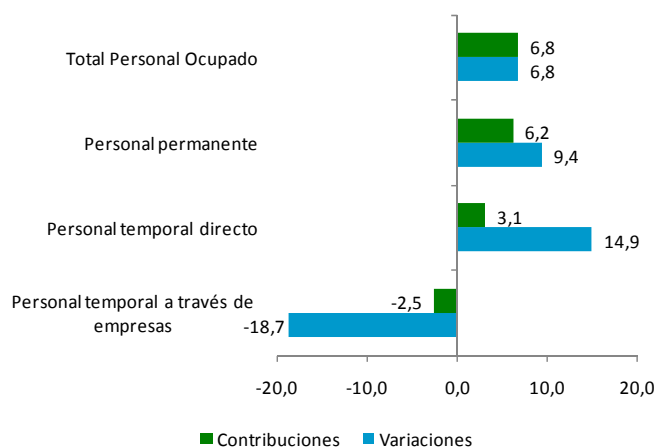
3. Personal ocupado

3.1 Variación anual: marzo 2012

El personal ocupado por el comercio minorista en marzo de 2012 aumentó 6,8%, frente al mismo mes del año anterior, como resultado del aumento de la contratación directa, tanto de personal permanente (9,4%) como temporal directo (14,9%), y la disminución de la vinculación de personal temporal a través de agencias (-18,7%).

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

**Total nacional
Marzo 2012**

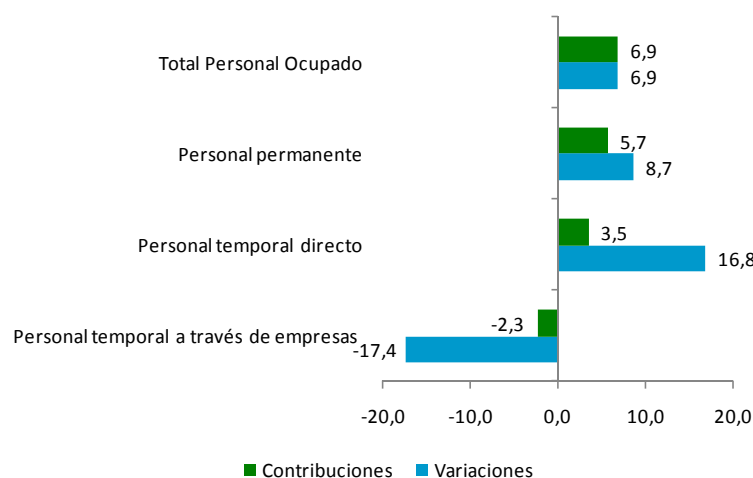


Fuente: DANE – MMCM

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

El personal ocupado por el comercio minorista en los tres primeros meses de 2012 aumentó 6,9%, frente al mismo período de 2011, explicado por el aumento de la contratación directa, tanto de personal permanente (8,7%) como temporal directo (16,8%). Por su parte la vinculación del personal temporal a través de agencias registró una disminución de 17,4% (Gráfico 20)

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

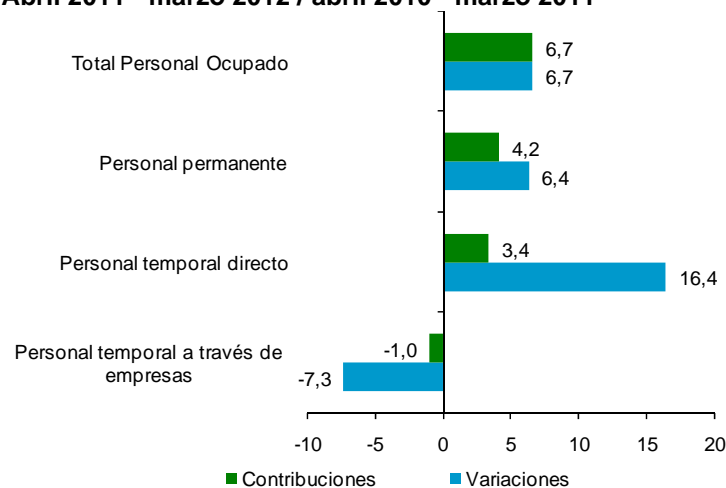


Fuente: DANE – MMCM

3.2. Variación acumulada doce meses: abril 2011 - marzo 2012 / abril 2010 - marzo 2011

El personal ocupado promedio del comercio minorista en los últimos doce meses hasta marzo de 2012 superó en 6,7% 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 7,6 puntos porcentuales.

Gráfico 21. Variación y contribución acumulada doce meses del personal ocupado, según tipo de contratación
Total nacional
Abril 2011 - marzo 2012 / abril 2010 - marzo 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)