

MUESTRA MENSUAL DE COMERCIO AL POR MENOR
Marzo de 2013



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 2013, las ventas del comercio minorista crecieron 0,9%, y el personal ocupado 4,4%. Excluyendo el comercio de vehículos automotores y motocicletas, la variación de las ventas reales fue 6,4%.
- Las líneas de mercancías que presentaron las mayores contribuciones positivas al resultado del mes fueron: alimentos y bebidas no alcohólicas (6,9%), calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero (15,8%), equipo de informática, hogar (15,3%), licores y cigarrillos (20,0%), productos de aseo personal, cosméticos (7,9%); y utensilios de uso doméstico (15,9%). No obstante, el aporte conjunto de estos grupos a la variación total (4,7 puntos porcentuales) fue contrarrestado en gran parte por la contribución negativa de vehículos automotores y motocicletas (-4,1 puntos porcentuales).
- El incremento de 4,4% registrado por el personal ocupado en marzo de 2013, se explicó por el aumento en la contratación de personal permanente (10,6%), y la disminución en la contratación tanto de personal temporal directo (-9,3%) como de personal temporal a través de agencias (-5,9%).
- Durante el primer trimestre de 2013, las ventas reales del comercio minorista presentaron un incremento de 0,9%, y de 4,1% sin incluir vehículos automotores y motocicletas. Las líneas que registraron los mayores incrementos en sus ventas fueron: equipo de informática, hogar (16,3%), calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero (10,8%), licores y cigarrillos (10,4%); y utensilios de uso doméstico (7,6%). Las ventas de vehículos automotores y motocicletas disminuyeron 12,1%.
- El personal ocupado por el comercio minorista en los tres primeros meses de 2013 aumentó 4,5%, frente al mismo período de 2012. La contratación registró un incremento de 10,7% en el personal permanente y reducciones en el personal temporal, de 10,7% en el contratado directamente, y de 2,9% para el contratado a través de agencias.
- En los últimos doce meses hasta marzo de 2013, las ventas reales del comercio minorista registraron un crecimiento de 1,7% respecto al año precedente. Excluyendo el comercio de vehículos automotores y motocicletas el aumento fue 3,2%. Las líneas de mercancías que presentaron los mayores crecimientos en sus ventas en este período, fueron: equipo de informática, hogar (18,4%); artículos de ferretería, vidrios y pinturas (6,4%); calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero (6,2%); licores y cigarrillos (4,7%), y productos de aseo personal, cosméticos (4,7%).
- El personal ocupado promedio del comercio minorista en los últimos doce meses presentó un aumento de 5,1%. Este resultado se explica por el aumento en la contratación de personal permanente (11,5%) y por la reducción de personal temporal, tanto contratado directamente (-7,3%), como a través de agencias (-7,4%).

Director
Jorge Bustamante R.

Subdirector (e)
Eduardo Efraín Freire Delgado

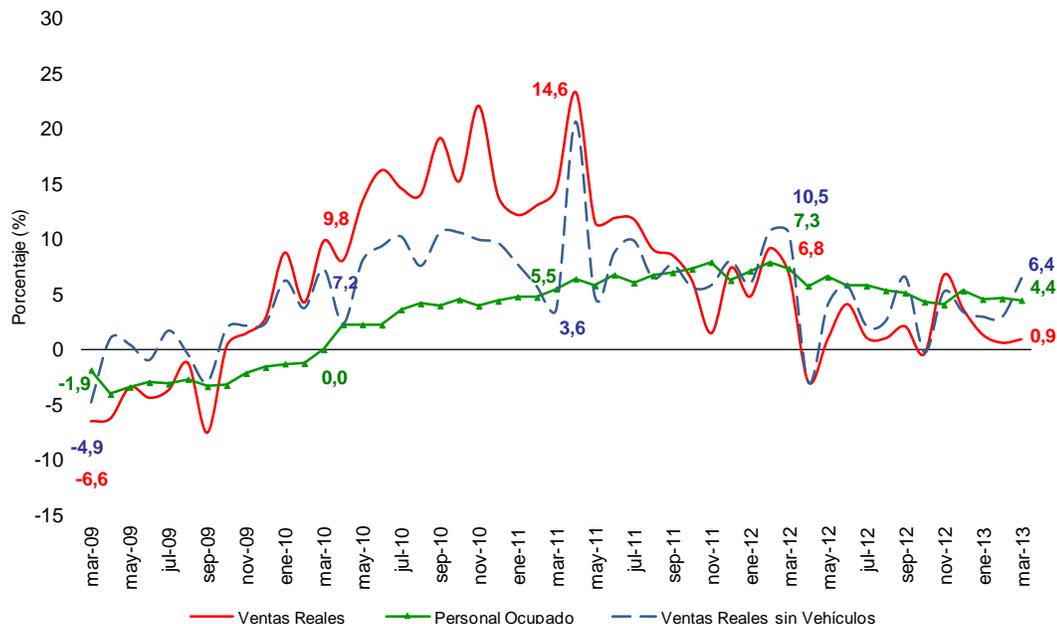
Director de Metodología y Producción Estadística

Eduardo Efraín Freire Delgado

1. Evolución general de las principales variables

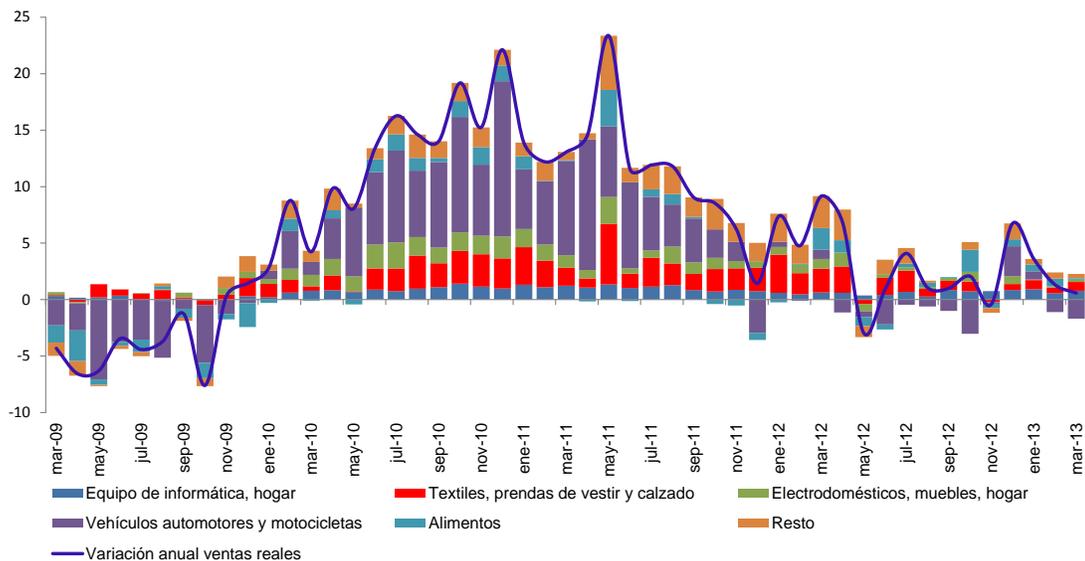
En marzo de 2013, las ventas reales y el personal ocupado del comercio minorista aumentaron 0,9% y 4,4% respectivamente, comparados con el mismo mes de 2012, cuando las ventas habían reportado un incremento de 6,8% y el personal ocupado un aumento de 7,3%. Excluyendo el comercio de vehículos automotores y motocicletas, la variación de las ventas reales en marzo de 2013 fue 6,4%.

Gráfico 1
Variación anual de las ventas reales y el personal ocupado del comercio minorista
Total nacional
2009 (marzo) – 2013 (marzo)



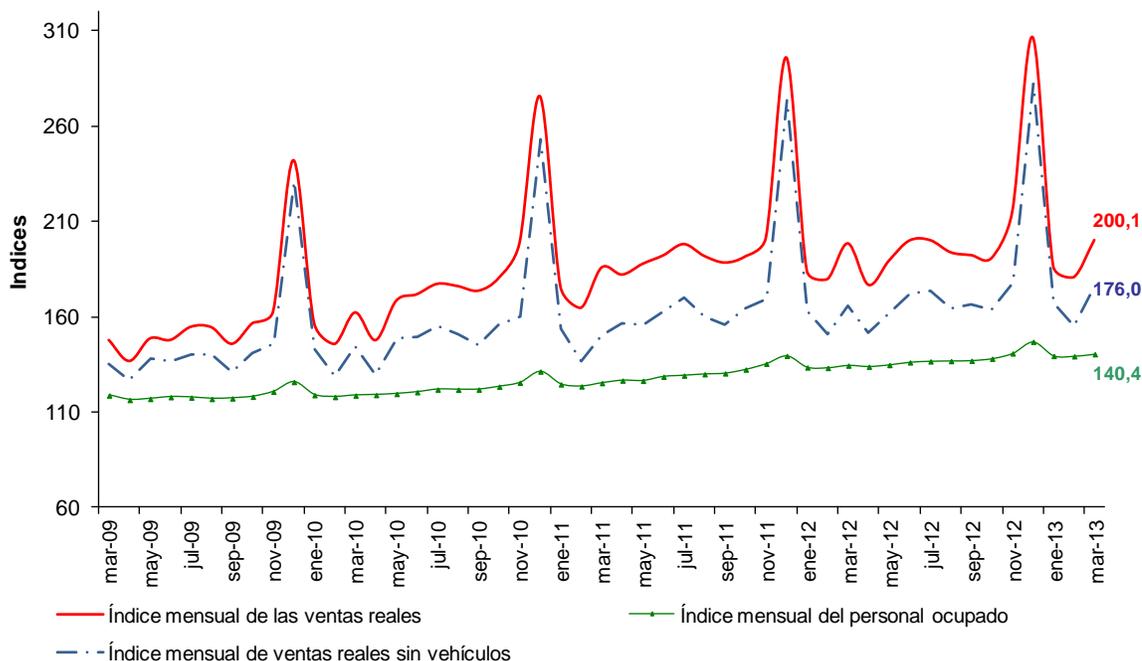
Fuente DANE – MMCM

Gráfico 2. Desagregación de la variación anual de las ventas reales del comercio minorista, por líneas de mercancía, según contribución
Total nacional
2009 (marzo) – 2013 (marzo)



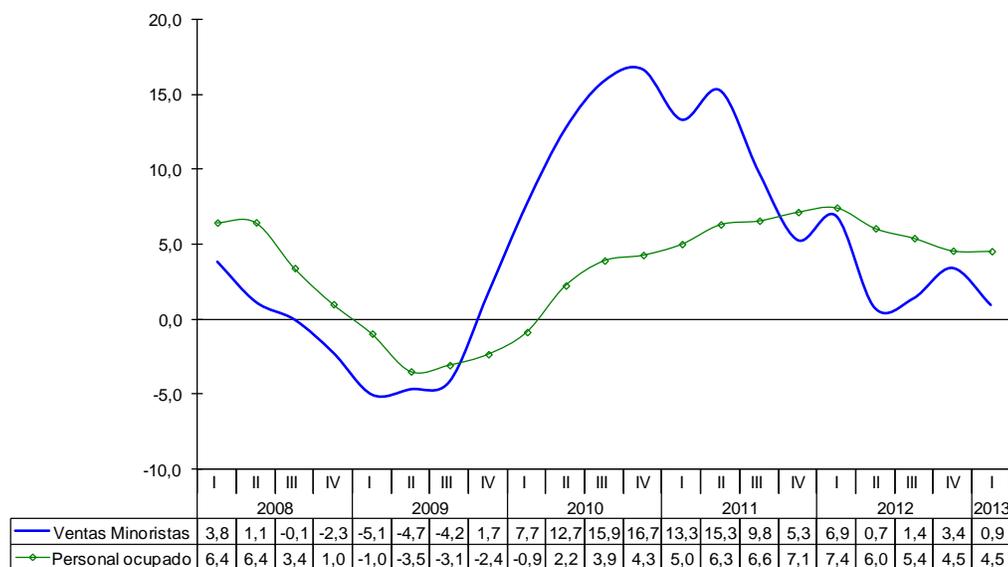
Fuente DANE – MMCM

Gráfico 3
Índices de ventas reales y personal ocupado
Total nacional
Índice base: promedio año 1999 = 100
2009 (marzo) – 2013 (marzo)



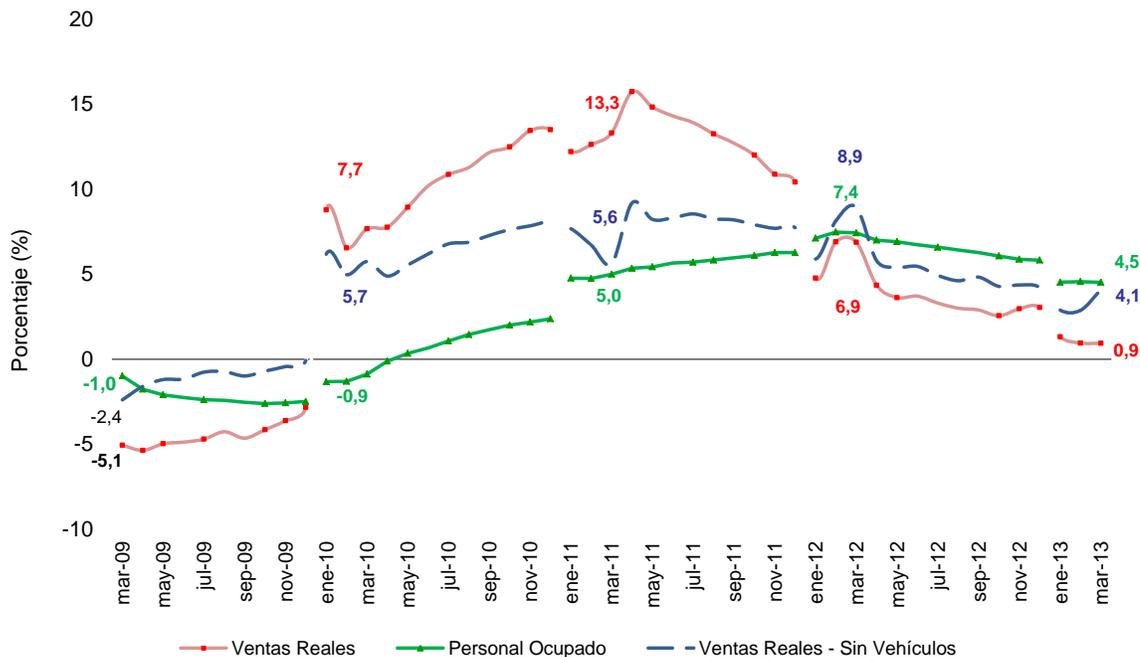
Fuente DANE – MMCM

Gráfico 4
Variación anual del trimestre de las ventas reales y el personal ocupado
Total nacional
2008-2013 (I trimestre)



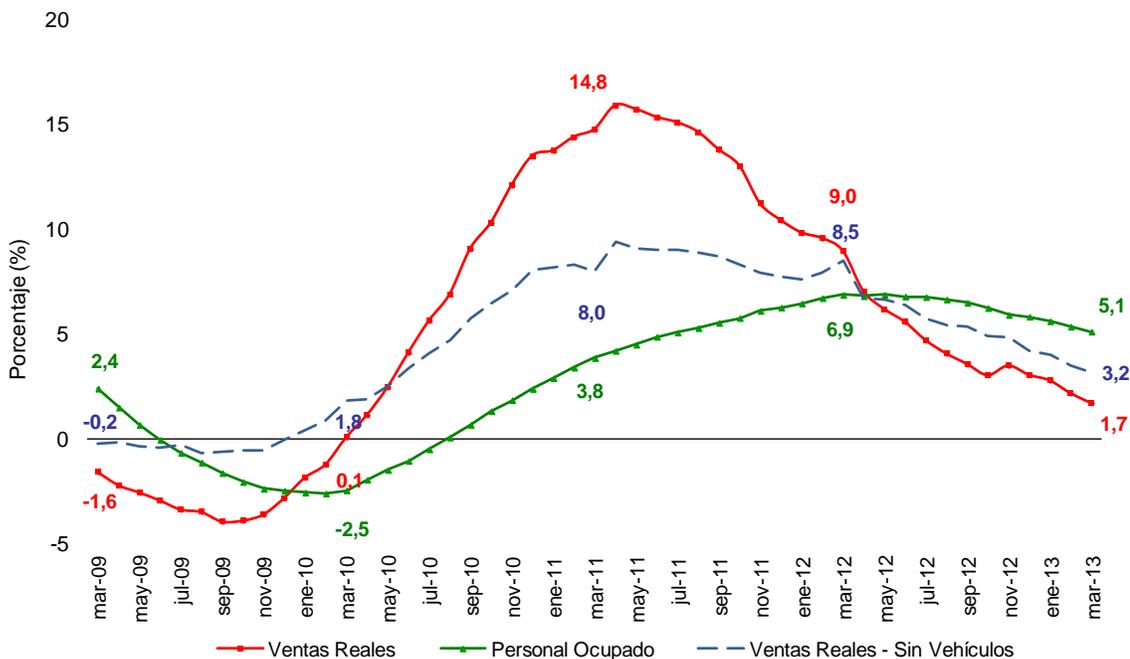
Fuente DANE – MMCM

Gráfico 5
Variación año corrido de las ventas reales y el personal ocupado
Total nacional
2009 (marzo) – 2013 (marzo)



Fuente DANE – MMCM

Gráfico 6
Variación acumulada doce meses de las ventas reales y el personal ocupado
Total nacional
2009 (marzo) – 2013 (marzo)



Fuente DANE – MMCM

Tabla 1.
Resumen del comportamiento de las principales variables

Indicador	Anual		Año corrido		Doce meses	
	2012	2013	2012	2013	2012	2013
Ventas	6,8	0,9	6,9	0,9	9,0	1,7
Ventas sin vehículos	10,5	6,4	8,9	4,1	8,5	3,2
Personal ocupado	7,3	4,4	7,4	4,5	6,9	5,1

Fuente DANE – MMCM

2. Ventas reales

2.1 Grupos de mercancías

2.1.1 Variación anual: marzo 2013

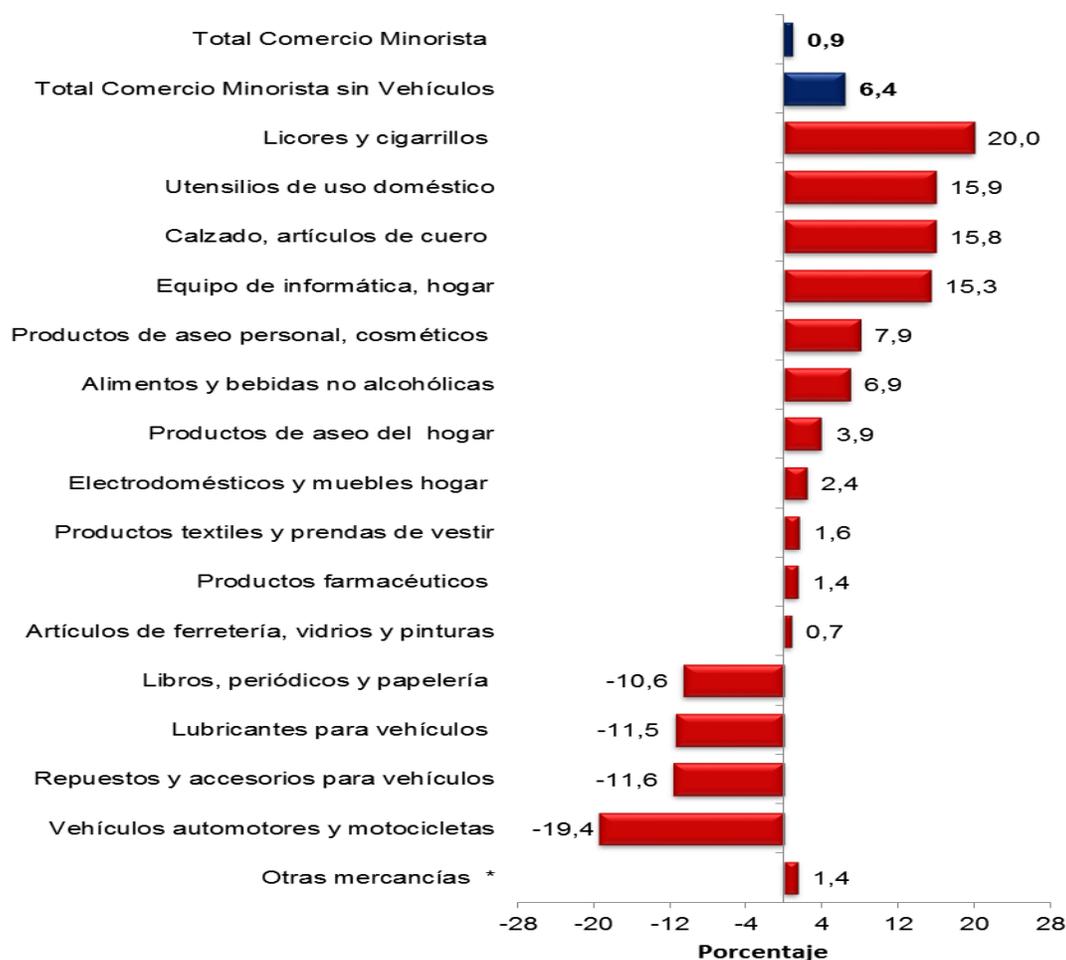
Durante el mes de marzo de 2013, las ventas del comercio minorista aumentaron 0,9% respecto a las registradas en igual mes de 2012. Los grupos de mercancías que presentaron los mayores crecimientos, fueron: licores y cigarrillos; utensilios de uso doméstico; calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero; y equipo de informática, hogar. En contraste, las mayores reducciones se registraron en vehículos automotores y motocicletas; repuestos y accesorios para vehículos; y lubricantes para vehículos.

Gráfico 7

Variación anual de las ventas reales

Total nacional

Marzo 2013



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 positivas a la variación total de las ventas en el mes, las realizaron las líneas de alimentos y bebidas no alcohólicas; calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero; equipo de informática, hogar; licores y cigarrillos; productos de aseo personal, cosméticos; y utensilios domésticos; estas seis líneas aportaron en conjunto 4,7 puntos porcentuales a la variación total. Vehículos automotores y motocicletas registró la mayor contribución negativa con 4,1 puntos porcentuales.

Gráfico 8
Contribución anual a las ventas reales
Total nacional
Marzo 2013



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 el crecimiento en ventas de marzo de 2013

Gráfico 9.1

Índice de ventas de alimentos y bebidas no alcohólicas
Índice base: promedio año 1999 = 100
2009 (marzo) – 2013 (marzo)

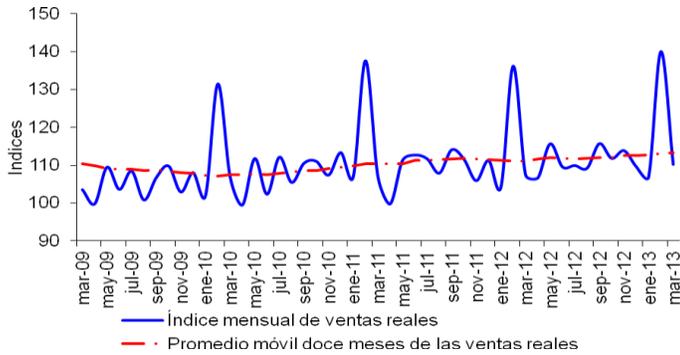


Gráfico 9.2

Variación anual de las ventas reales de alimentos y bebidas no alcohólicas
2009 (marzo) – 2013 (marzo)

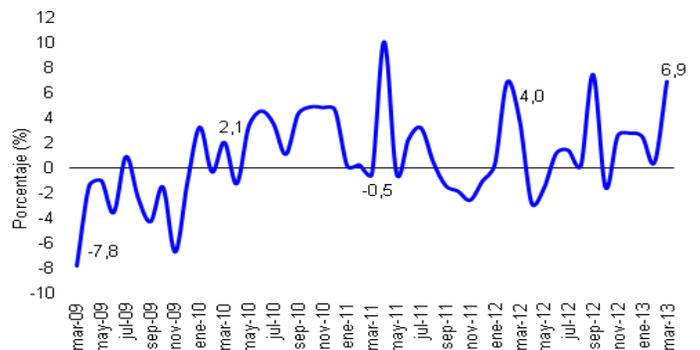


Gráfico 9.3

Índice de ventas de calzado y artículos de cuero
Índice base: promedio año 1999 = 100
2009 (marzo) – 2013 (marzo)

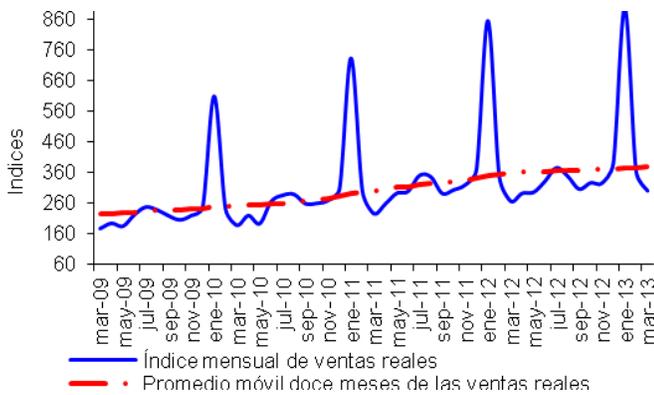


Gráfico 9.4

Variación anual de las ventas reales calzado y artículos de cuero
2009 (marzo) – 2013 (marzo)

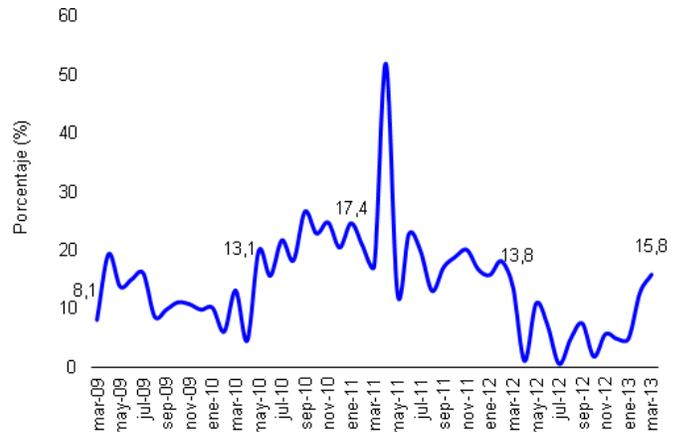


Gráfico 9.5

Índice de ventas productos de equipo de informática, hogar
Índice base: promedio año 1999 = 100
2009 (marzo) – 2013 (marzo)

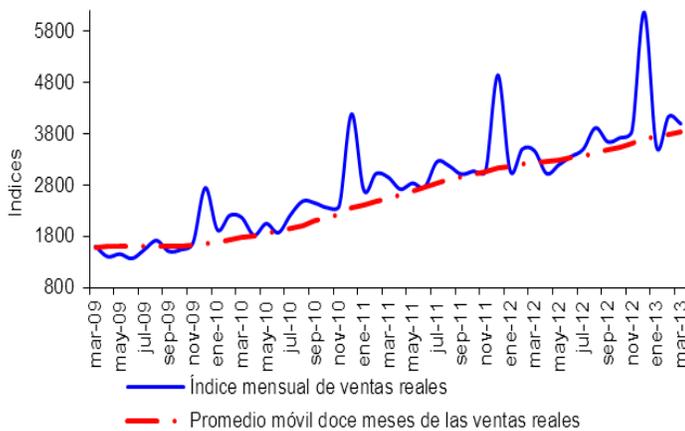


Gráfico 9.6

Variación anual de las ventas reales equipo de informática, hogar
2009 (marzo) – 2013 (marzo)

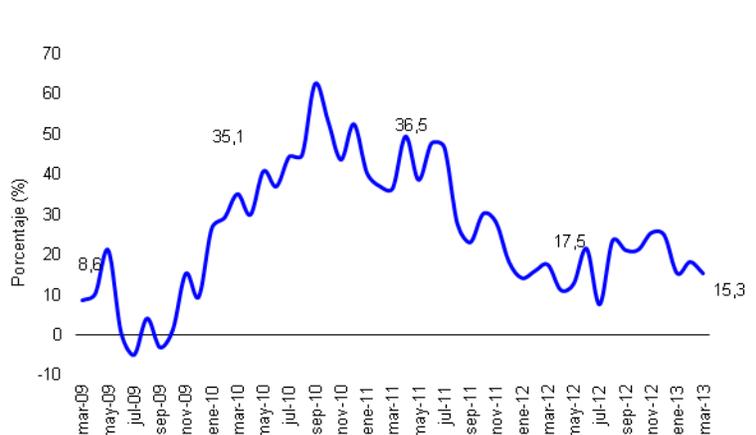


Gráfico 9.7
Índice de ventas productos de vehículos automotores y motocicletas
 Índice base: promedio año 1999 = 100
 2009 (marzo) – 2013 (marzo)

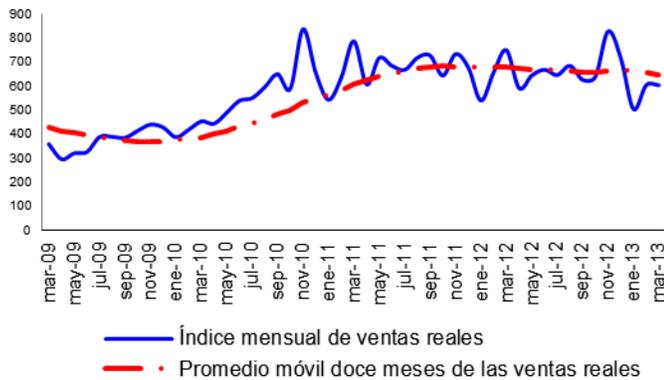
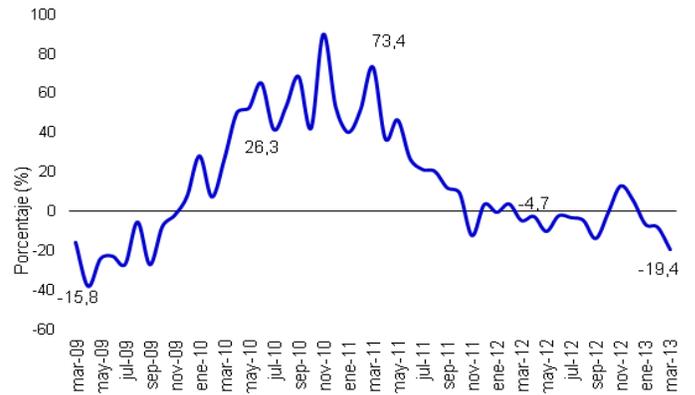


Gráfico 9.8
Variación anual de las ventas reales
 Vehículos automotores y motocicletas
 2009 (marzo) – 2013 (marzo)

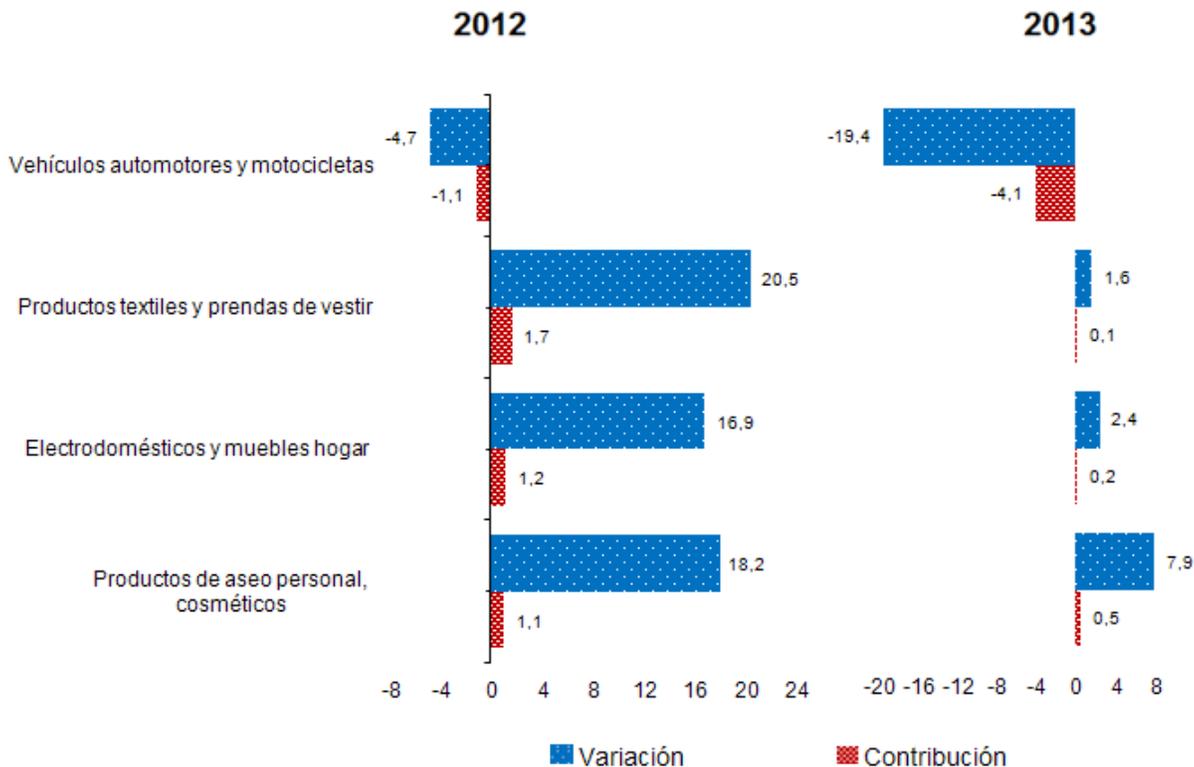


Fuente DANE – MMCM

En el gráfico 10 se presentan las líneas de mercancías que principalmente explicaron la moderación de la tasa de crecimiento de las ventas minoristas en marzo de 2013 (0,9%), con relación a la de marzo de 2012 (6,8%).

En marzo de 2012 los cuatro grupos presentados en el gráfico 10 aportaron 2,9 puntos porcentuales a la variación total del comercio minorista, mientras que en marzo de 2013 le restaron 3,3 puntos porcentuales.

Gráfico 10. Principales contrastes entre los resultados de 2012 y 2013 del comercio minorista
Total nacional
 Marzo 2013 – 2012



Fuente: DANE – MMCM

2.1.2 Variación año corrido: enero - marzo (2013/2012)

Durante el primer trimestre de 2013, las ventas reales del comercio minorista presentaron un incremento de 0,9% 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; licores y cigarrillos; y utensilios de uso doméstico.

**Gráfico 11. Variación año corrido de las ventas reales del comercio minorista
Total nacional
Enero - marzo (2013/2012)**



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 mayores contribuciones positivas a la variación año corrido de las ventas reales, estuvieron a cargo de las líneas de alimentos y bebidas no alcohólicas; equipo de informática, hogar; calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero; productos de aseo personal, cosméticos; y licores y cigarrillos, con un aporte conjunto de 2,8 puntos porcentuales a la variación total. En contraste, se destaca el aporte negativo de la línea de vehículos automotores y motocicletas de -2,4 puntos porcentuales.

Gráfico 12. Contribución a la variación año corrido de las ventas reales del comercio minorista
Total nacional
Enero - marzo (2013/2012)



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 13.
Líneas de mercancías que principalmente explican la variación año corrido de las ventas reales del comercio minorista del mes de marzo 2013
Total nacional

Gráfico 13.1. Variación año corrido de las ventas reales de alimentos y bebidas no alcohólicas 2009 (marzo) - 2013 (marzo)

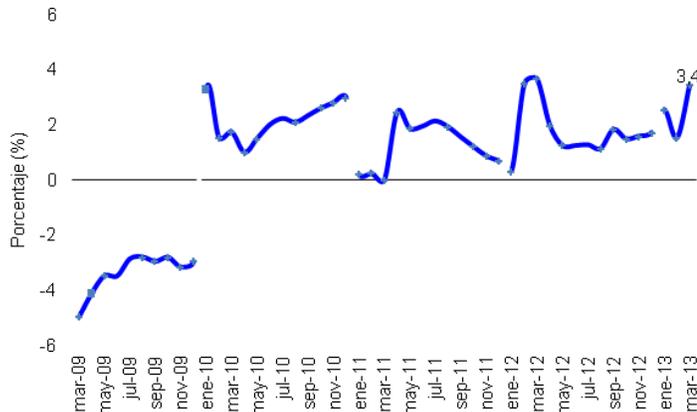


Gráfico 13.2. Variación año corrido de las ventas reales de equipo de informática, hogar 2009 (marzo) - 2013 (marzo)

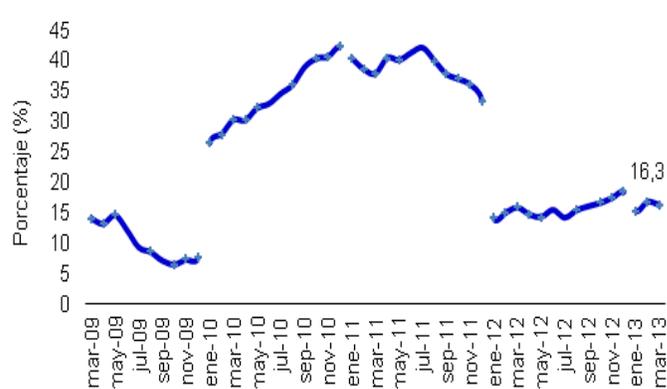


Gráfico 13.3. Variación año corrido de las ventas reales de calzado y artículos de cuero 2009 (marzo) - 2013 (marzo)



Gráfico 13.4. Variación año corrido de las ventas reales de productos de aseo personal, cosméticos 2009 (marzo) - 2013 (marzo)

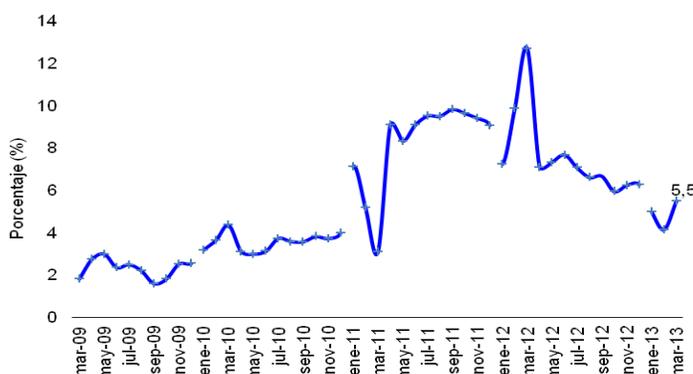


Gráfico 13.5. Variación año corrido de las ventas reales de licores y cigarrillos 2009 (marzo) - 2013 (marzo)

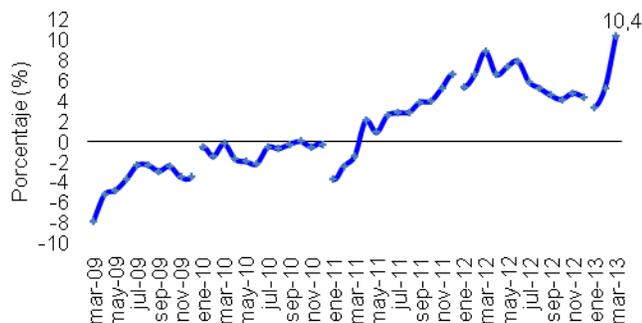
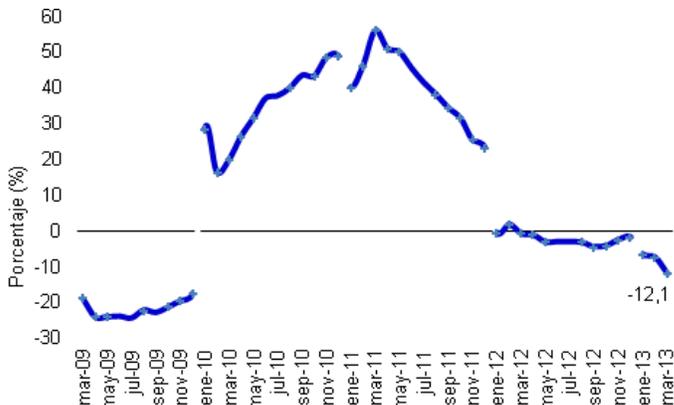


Gráfico 13.6. Variación año corrido de las ventas reales de vehículos automotores y motocicletas 2009 (marzo) - 2013 (marzo)



Fuente: DANE – MMCM

2.1.3. Variación acumulada doce meses: abril 2012 - marzo 2013 / abril 2011- marzo 2012

En los últimos doce meses hasta marzo de 2013, las ventas reales del comercio minorista presentaron un incremento de 1,7% respecto al año precedente. Las líneas que registraron los mayores crecimientos durante este período, fueron: equipo de informática, hogar; artículos de ferretería, vidrios y pinturas; calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero; licores y cigarrillos; y productos de aseo personal, cosméticos.

Gráfico 14. Variación acumulada doce meses de las ventas reales del comercio minorista Total nacional
Abril 2012 - marzo 2013 / abril 2011 - marzo 2012

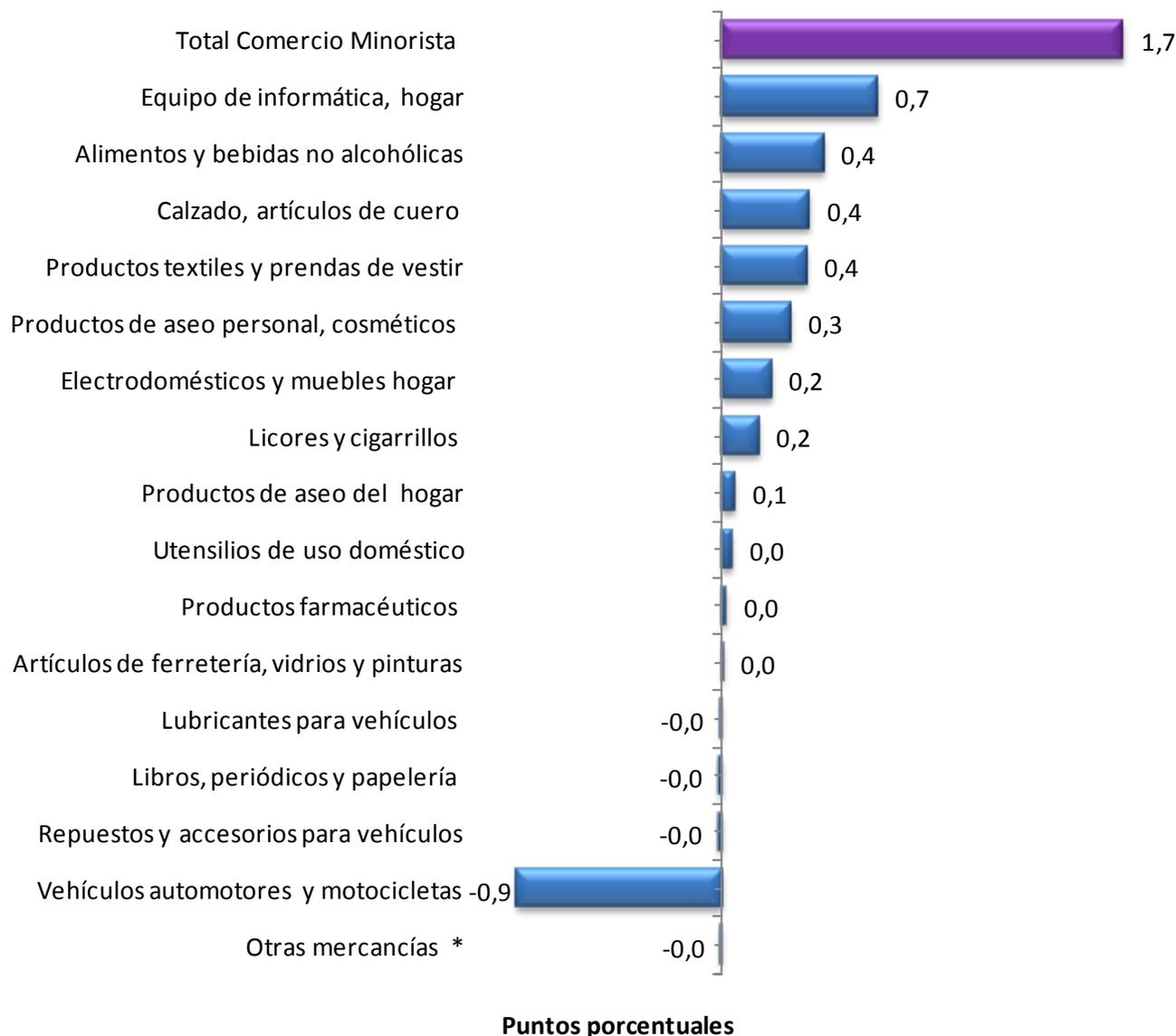


Fuente: DANE – MMCM

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

Las mayores contribuciones a la variación en los últimos doce meses hasta marzo, estuvieron a cargo de las líneas de equipo de informática, hogar; alimentos y bebidas no alcohólicas; calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero; productos textiles y prendas de vestir; y productos de aseo personal, cosméticos. El aporte conjunto de estos cinco grupos de mercancías a la variación total fue 2,2 puntos porcentuales.

Gráfico 15. Contribución acumulada doce meses a las ventas reales del comercio minorista
Total nacional
Abril 2012 - marzo 2013 / abril 2011 - 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 16

Líneas de mercancías que principalmente explican la variación acumulada doce meses de las ventas reales del comercio minorista de marzo 2013

Gráfico 16.1. Variación acumulada doce meses de las ventas reales de equipo de informática, hogar 2009 (marzo) - 2013 (marzo)

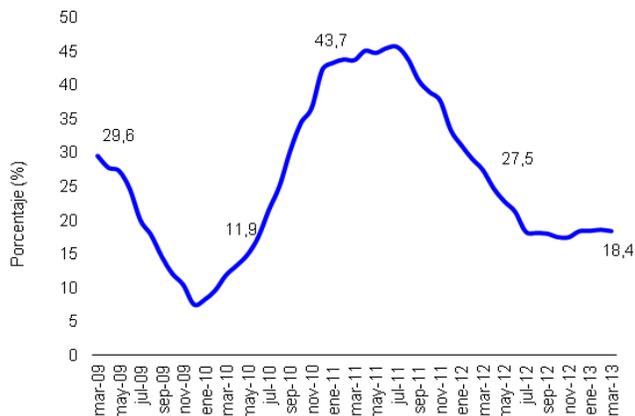


Gráfico 16.2. Variación acumulada doce meses de las ventas reales de alimentos y bebidas no alcohólicas 2009 (marzo) - 2013 (marzo)

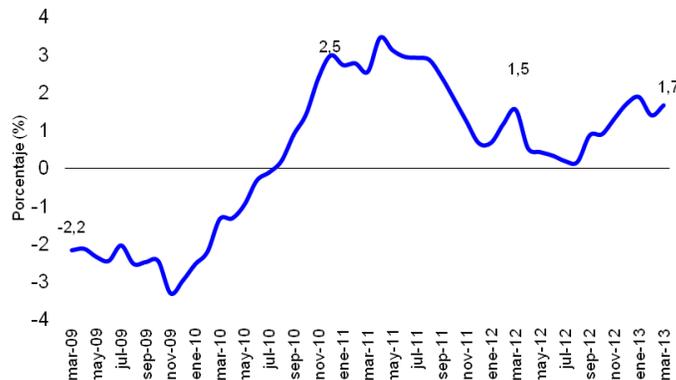


Gráfico 16.3. Variación acumulada doce meses de las ventas reales de calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero 2009 (marzo) - 2013 (marzo)

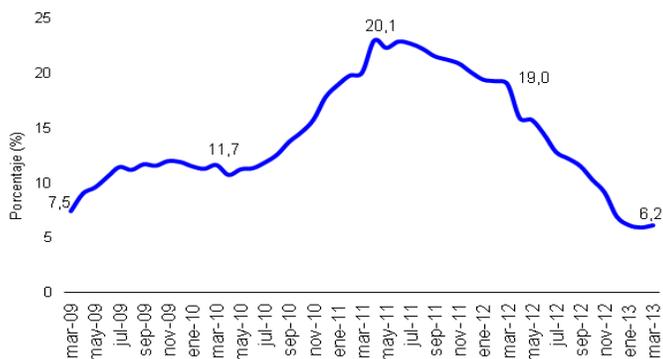


Gráfico 16.4. Variación acumulada doce meses de las ventas reales de productos textiles y prendas de vestir 2009 (marzo) - 2013 (marzo)

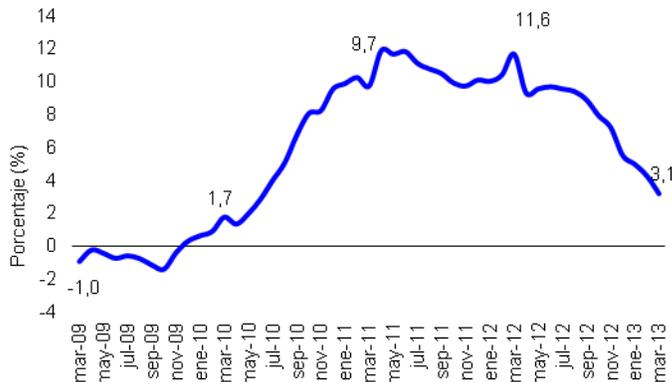


Gráfico 16.5. Variación acumulada doce meses de las ventas reales de aseo personal, cosméticos 2009 (marzo) - 2013 (marzo)

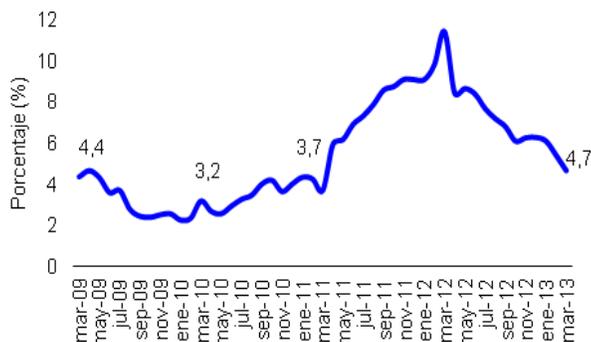
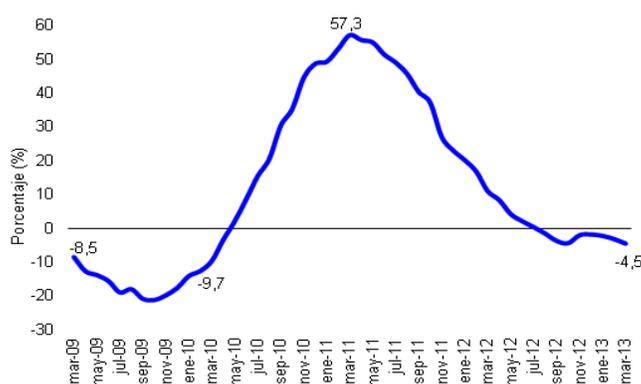


Gráfico 16.6. Variación acumulada doce meses de las ventas reales de vehículos automotores y motocicletas 2009 (marzo) - 2013 (marzo)



Fuente: DANE – MMCM

2.2 Actividad comercial CIIU Rev. 3

2.2.1 Variación anual: marzo 2013

De acuerdo con la actividad económica (CIIU Rev.3 A.C.) en la que se clasifican las empresas investigadas en la Muestra Mensual de Comercio al por Menor, en marzo de 2013 se destaca el crecimiento de las ventas registradas por los almacenes especializados en la venta de calzado y artículos de cuero y sucedáneos del cuero. En contraste las principales caídas en las ventas se presentaron en los almacenes especializados en la venta de equipo de informática; motocicletas y sus partes; vehículos automotores; otros productos de uso doméstico; y partes, piezas para vehículos.

En cuanto a los almacenes no especializados, los que tienen surtido compuesto principalmente de productos diferentes a alimentos registraron un incremento de 20,2% en sus ventas, y aquellos con surtido compuesto principalmente de alimentos presentaron un aumento de 8,0%.

Gráfico 17. Variación anual de las ventas reales del comercio minorista, según actividad comercial
Total nacional
Marzo 2013



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 (2013/2012)

En el primer trimestre de 2013, los mayores incrementos en las ventas reales en establecimientos especializados se registraron en calzado, artículos de cuero; y muebles para el hogar. Por el contrario, las mayores disminuciones se presentaron en almacenes especializados en la venta de otros productos de uso doméstico; equipo y artículos de uso doméstico; vehículos automotores; partes, piezas para vehículos; y motocicletas y sus partes.

Por su parte, los almacenes no especializados con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos incrementaron sus ventas reales en 20,3%, y los no especializados con surtido compuesto principalmente de alimentos presentaron un crecimiento de 4,7%.

Gráfico 18. Variación año corrido de las ventas reales del comercio minorista, según actividad comercial Total nacional Enero - marzo (2013/2012)



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.

2.2.3. Variación acumulada doce meses

En los últimos doce meses hasta marzo de 2013, los mayores incrementos en las ventas reales en establecimientos especializados se registraron en muebles para el hogar; y calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero; en contraste, las mayores disminuciones en las ventas se reportaron en los establecimientos especializados en otros productos de uso doméstico; equipo y artículos de uso doméstico; partes, piezas para vehículos; y vehículos automotores.

Por su parte, los almacenes no especializados con surtido compuesto por productos diferentes de alimentos incrementaron sus ventas reales en 17,3%, y los no especializados con surtido compuesto principalmente de alimentos presentaron un crecimiento de 4,7%.

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

Total nacional

Abril 2012 - marzo 2013 / abril 2011 - 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; y equipo fotográfico, óptico y de precisión, etc.

3. Personal ocupado

3.1 Variación anual: marzo 2013

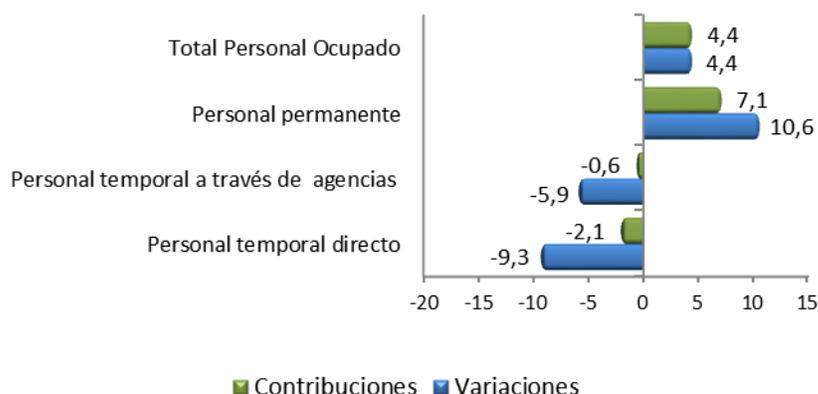
El personal ocupado por el comercio minorista en marzo de 2013 aumentó 4,4%, frente al mismo mes del año anterior, como resultado del aumento en la contratación del personal permanente (10,6%) y la disminución en la contratación del personal temporal directo (-9,3%) y del personal temporal a través de agencias (-5,9%).

Gráfico 20

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

Total nacional

Marzo 2013



Fuente DANE – MMCM

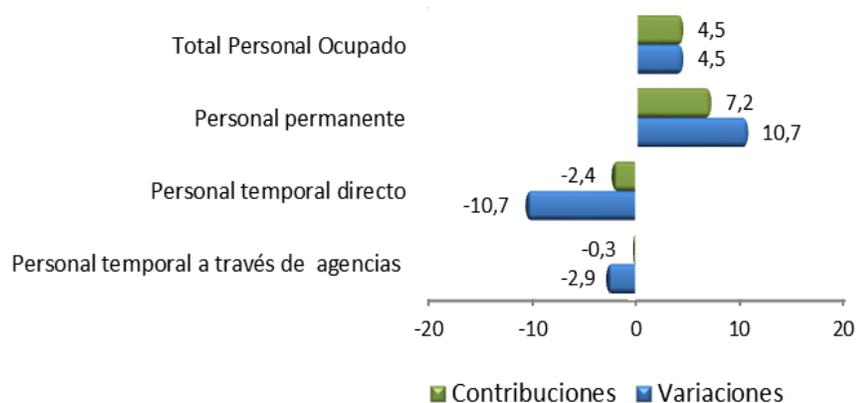
3.2 Variación año corrido: enero - marzo (2013/2012)

El personal ocupado por el comercio minorista en los tres primeros meses de 2013 aumentó 4,5%, frente al mismo período de 2012. La contratación registró un incremento de 10,7% en el personal permanente y reducciones en el personal temporal, de 10,7% en el contratado directamente, y de 2,9% para el contratado a través de agencias.

Gráfico 21. Variación y contribución año corrido del personal ocupado, según tipo de contratación

Total nacional

Enero - marzo (2013/2012)



Fuente: DANE – MMCM

3.3. Variación acumulada doce meses: abril 2012 - marzo 2013 / abril 2011 - marzo 2012

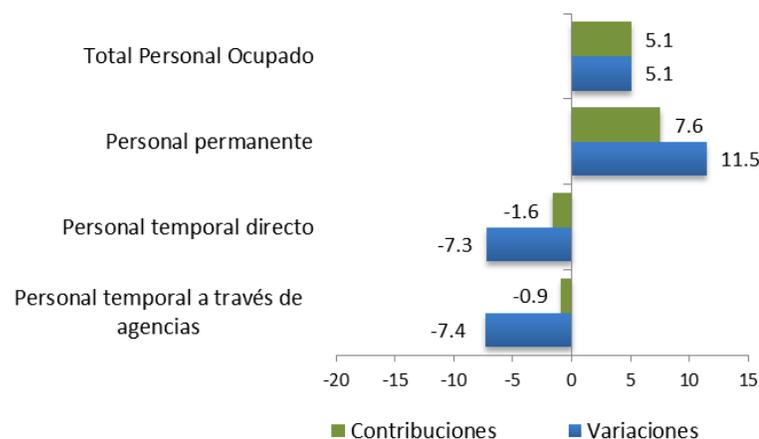
El personal ocupado promedio del comercio en los últimos doce meses hasta marzo de 2013 superó en 5,1% al del año precedente. Este resultado se explica principalmente por la contribución del personal permanente cuyo aporte a la variación total fue 7,6 puntos porcentuales. En contraste, el personal temporal directo y contratado a través de agencias restó en conjunto 2,5 puntos porcentuales a dicha variación.

Gráfico 22

Variación y contribución acumulada doce meses del personal ocupado, según tipo de contratación

Total nacional

Abril 2012 - marzo 2013 / abril 2011 - marzo 2012



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 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).
12. **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)