

MUESTRA MENSUAL DE COMERCIO AL POR MENOR Octubre 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. Personal Ocupado
 - 3.1 Variación anual
 - 3.2 Variación año corrido
 - 3.3 Variación doce meses

Ficha metodológica

Resumen

- En el mes de octubre de 2010, las ventas del comercio minorista aumentaron 15,0% y el personal ocupado aumentó 4,2%, con relación al mismo mes de 2009. Si se excluyen las ventas de vehículos, el incremento resulta de 10,2%.
- Durante este período, las líneas de mercancías que presentaron los mayores crecimientos en sus ventas, fueron: equipo de informática, hogar (49,5%) y vehículos automotores y motocicletas (42,9%). En contraste, las únicas reducciones se registraron en farmacéuticos (-3,5%) y libros, periódicos y papelería (-1,4%)
- Durante los diez primeros meses de 2010, las ventas reales presentaron un crecimiento de 11,9% con respecto al mismo período de 2009; el personal ocupado presentó un aumento de 1,8%.
- Las líneas de mercancías que registraron los mayores crecimientos en sus ventas en lo corrido del año, fueron: vehículos automotores y motocicletas (42,7%) y equipo de informática, hogar (37,0%). Por su parte, las líneas que registraron contracción en las ventas, fueron: farmacéuticos (-2,3%); libros, periódicos y papelería (-0,4%); y licores y cigarrillos (-0,2%).
- Durante los últimos doce meses hasta octubre de 2010, las ventas reales presentaron un crecimiento de 9,9%, comparadas con el año precedente. Este resultado se explica principalmente por el aumento en las ventas de vehículos automotores y motocicletas; y electrodomésticos y muebles para el hogar, que en conjunto aportaron 5,8 puntos porcentuales a la variación total.
- En este mismo período, el personal ocupado presentó una variación positiva de 1,1%, como resultado del aumento del personal permanente que aportó 5,3 puntos porcentuales a la variación total, y de la disminución del personal temporal que aportó 4,3 puntos porcentuales negativos a dicha variación.

Director

Jorge Raúl Bustamante Roldán

Subdirector

Carlos Eduardo Sepúlveda Rico

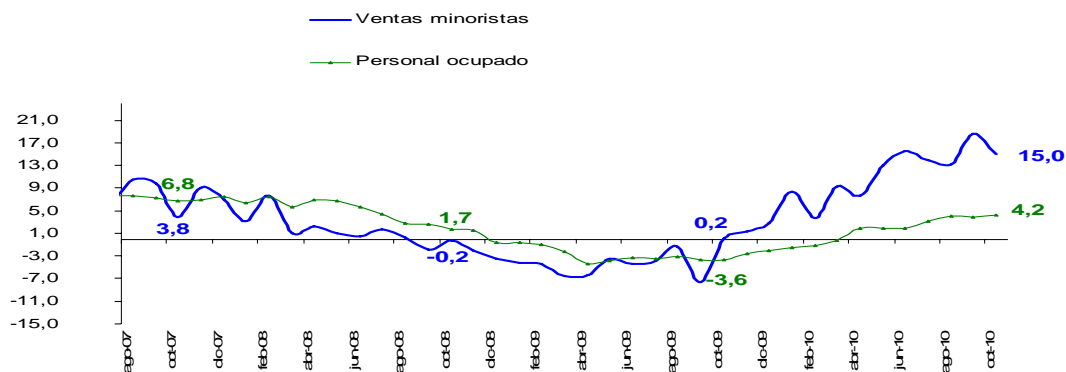
Director de Metodología y Producción Estadística

Eduardo Efraín Freire Delgado

1. Evolución general de las principales variables. Total nacional octubre 2010

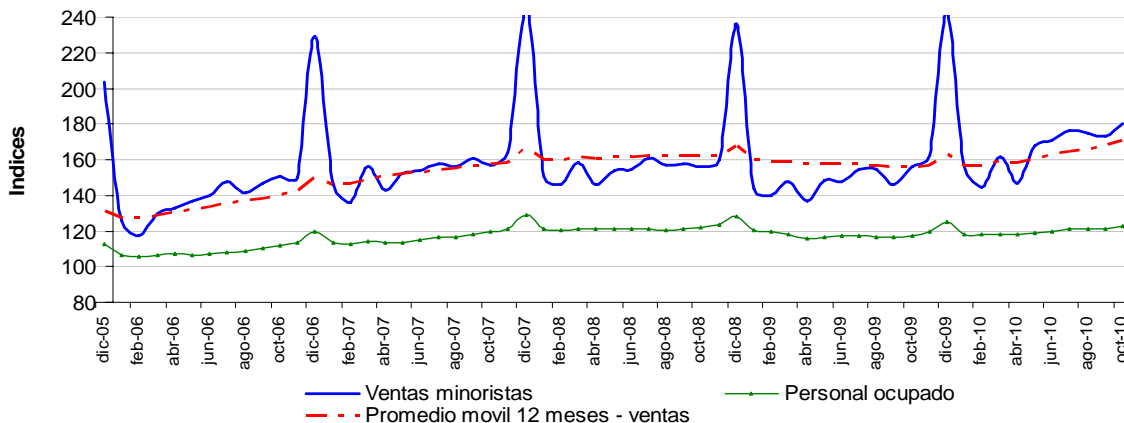
En octubre de 2010, las ventas reales del comercio minorista aumentaron 15,0% y el personal ocupado creció 4,2%, con respecto al mismo mes de 2009.

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



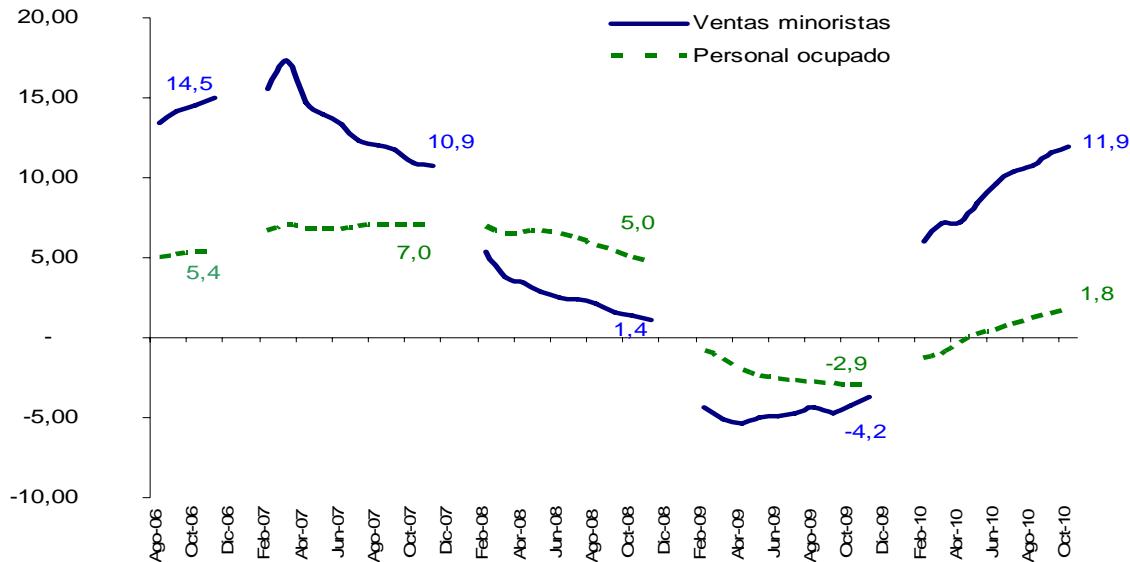
Fuente DANE – MMCM

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



Fuente DANE – MMCM

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



Fuente DANE – MMCM

Gráfico 4
Variación bimestral de las ventas reales y el personal ocupado
Total nacional
2007 – 2010 (septiembre - octubre)

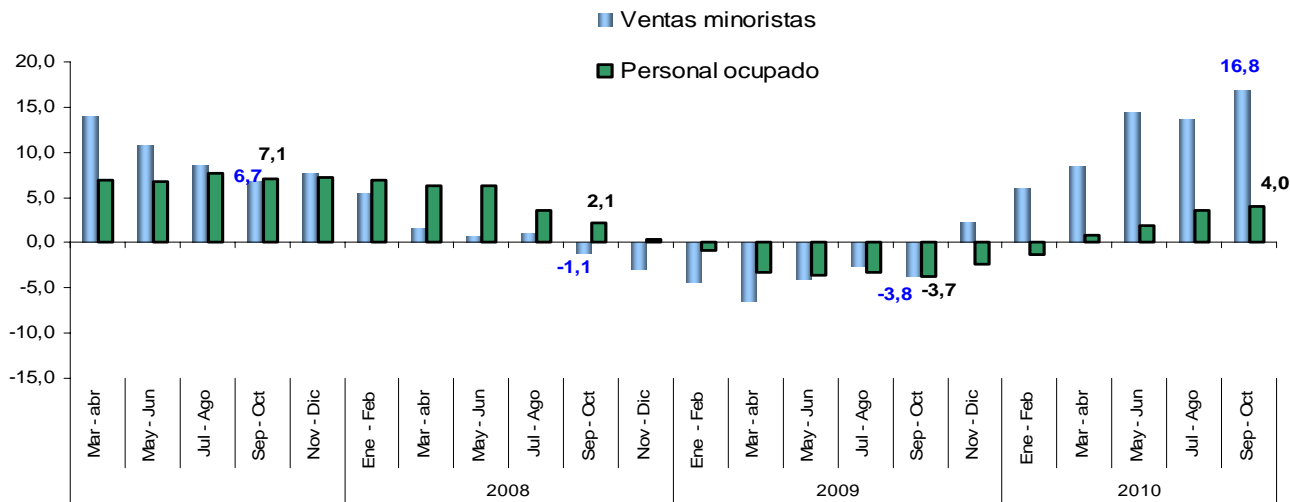
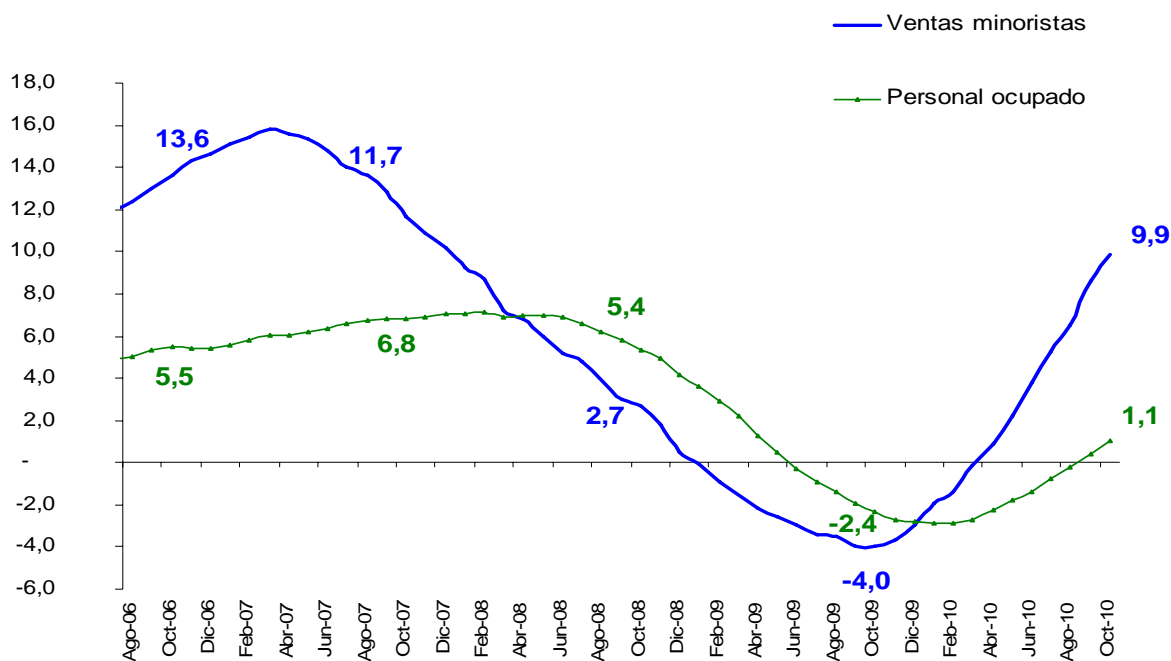


Gráfico 5
Variación doce meses de las ventas reales y el personal ocupado
Total nacional
2006 – 2010 (Octubre)



Fuente DANE – MMCM

Tabla 1.
Resumen del comportamiento de las principales variables

(Variación %)

Indicador	Octubre		Enero - Octubre		Noviembre - octubre	
	(anual)		(año corrido)		(doce meses)	
	2009	2010	2009	2010	2009	2010
Ventas	0,2	15,0	-4,2	11,9	-4,0	9,9
Ventas sin vehículos	1,9	10,2	-0,7	7,1	-0,5	6,1
Personal ocupado	-3,6	4,2	-2,9	1,8	-2,4	1,1

Fuente DANE – MMCM

2. Ventas reales

2.1 Grupos de mercancías

2.1.1 Variación anual: octubre (2010/2009)

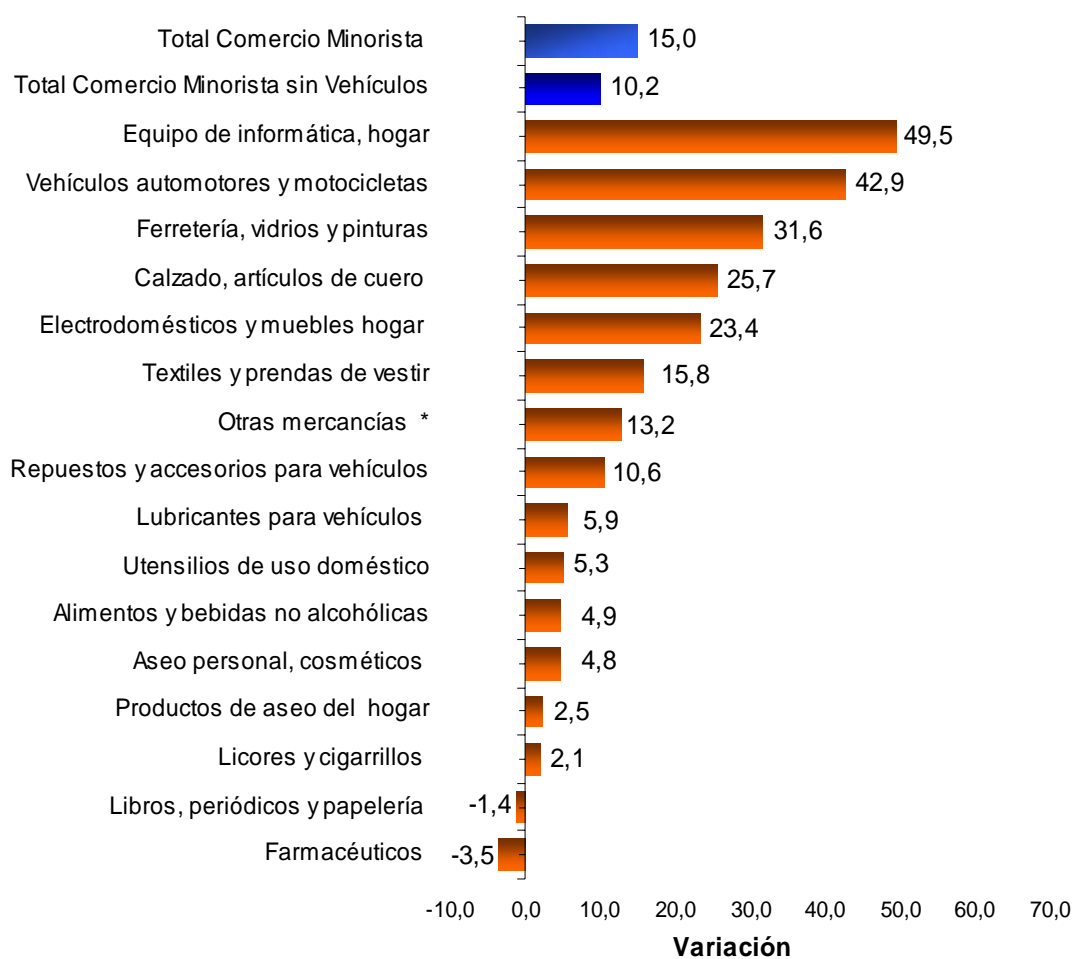
Durante el mes de octubre de 2010, las ventas del comercio minorista crecieron 15,0% con respecto a las registradas en igual mes de 2009. Los grupos de mercancías que presentaron los mayores crecimientos, fueron: equipo de informática, hogar; y vehículos automotores y motocicletas. Por su parte, las únicas reducciones se registraron en farmacéuticos y libros, periódicos y papelería.

Gráfico 6

Variación anual de las ventas reales

Total nacional

Octubre (2010/2009)

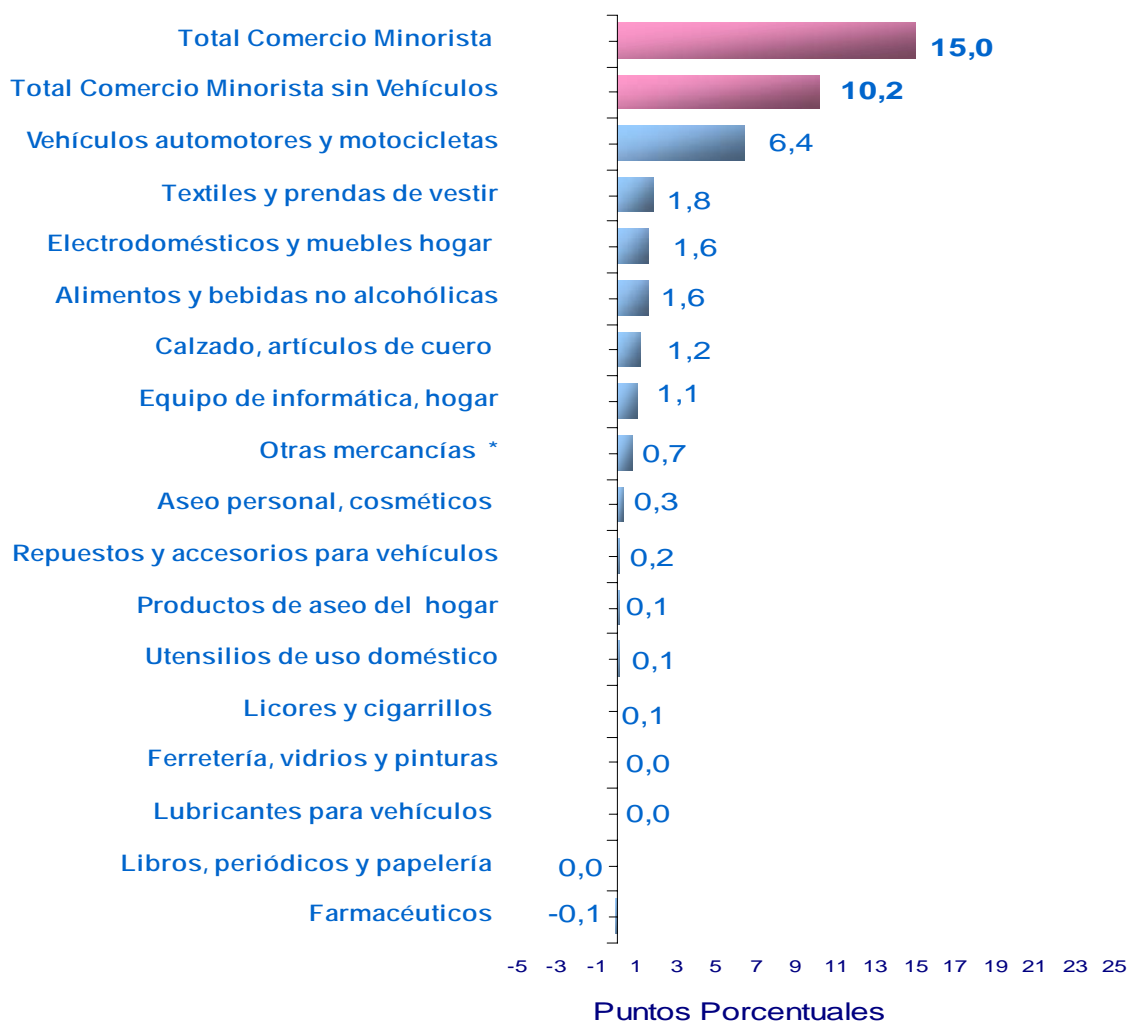


Fuente DANE – MMCM

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

La mayor contribución positiva a la variación total de las ventas en el mes, la realizó la línea de vehículos automotores y motocicletas; cuyo aporte fue 6,4 puntos porcentuales a dicha variación.

Gráfico 7
Contribución anual a las ventas reales
Total nacional
Octubre (2010/2009)



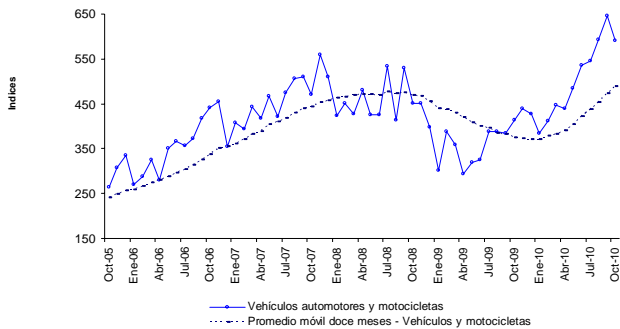
Fuente DANE – MMCM

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

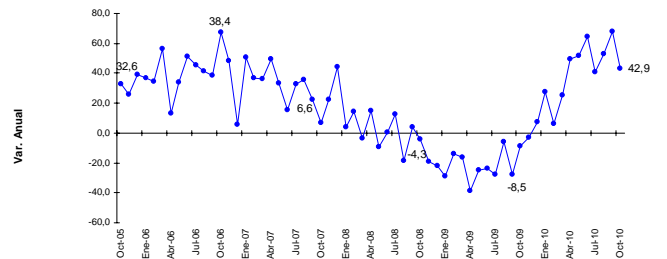
Gráficos 8

Líneas de mercancías que principalmente explican el crecimiento en ventas de octubre de 2010

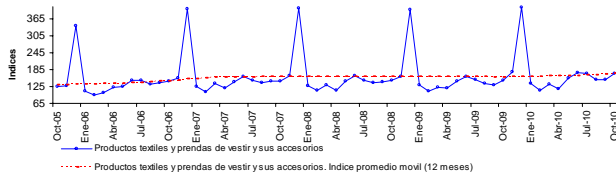
Índice mensual vehículos automotores y motocicletas
Índice base: promedio año 1999 = 100
2005 – 2010 (Octubre)



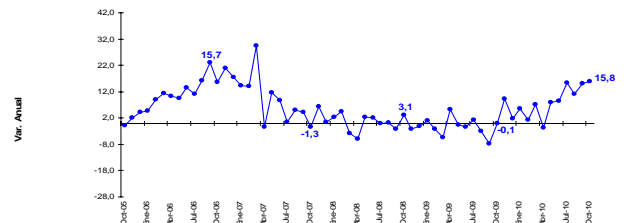
Variación anual de las ventas reales
Vehículos automotores y motocicletas
2005 – 2010 (Octubre)



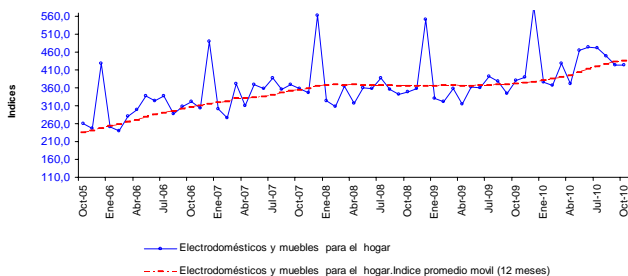
Índice mensual textiles y prendas de vestir
Índice base: promedio año 1999 = 100
2005 – 2010 (Octubre)



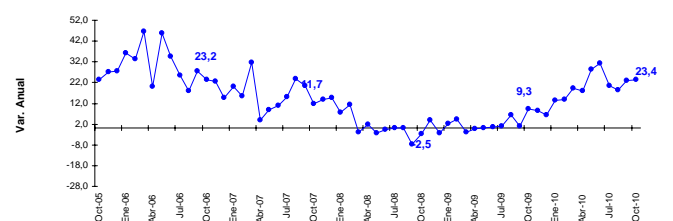
Variación anual de las ventas reales
Textiles y prendas de vestir
2005 – 2010 (Octubre)



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

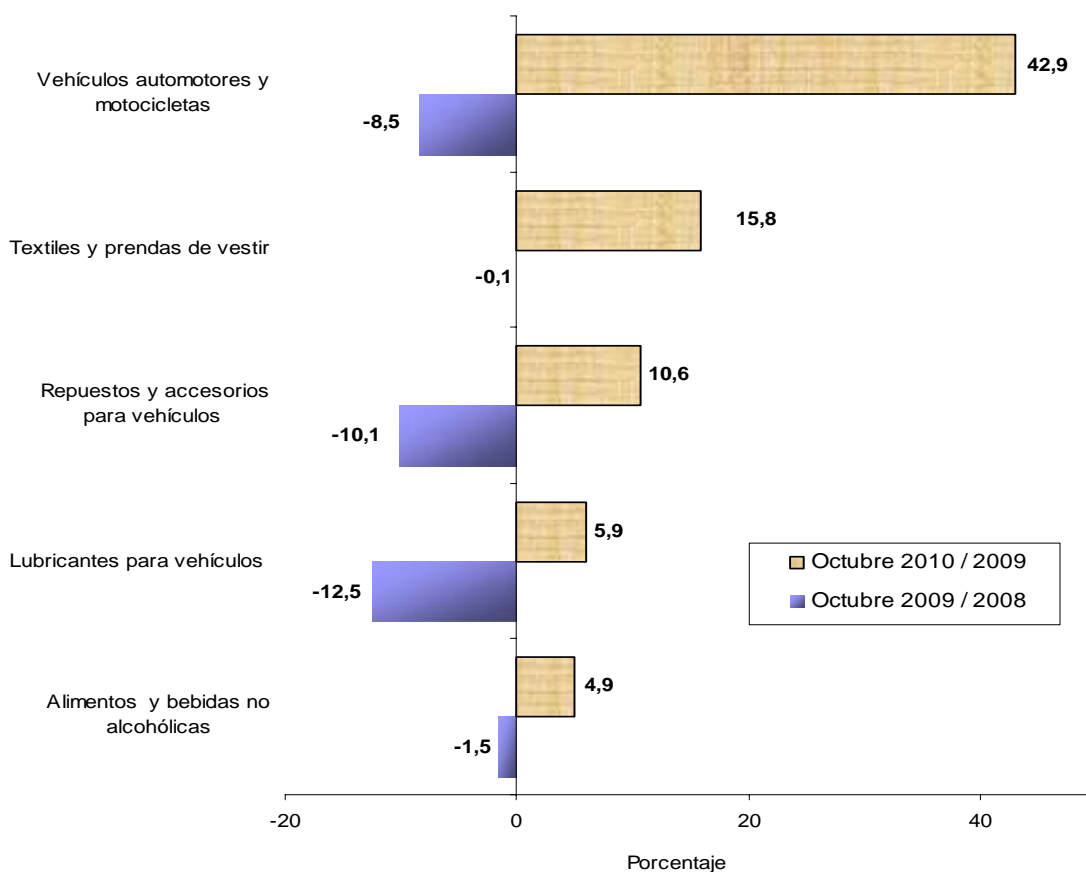


Variación anual de las ventas reales
Electrodomésticos y muebles para hogar
2005 – 2010 (Octubre)



Al comparar los resultados de octubre de 2010, frente a los resultados de octubre de 2009, se destacan cinco líneas de mercancías por presentar los mayores contrastes en las variaciones anuales (ver gráfico 9).

Gráfico 9
Principales cambios de comportamiento en ventas anuales
Octubre 2009-2010

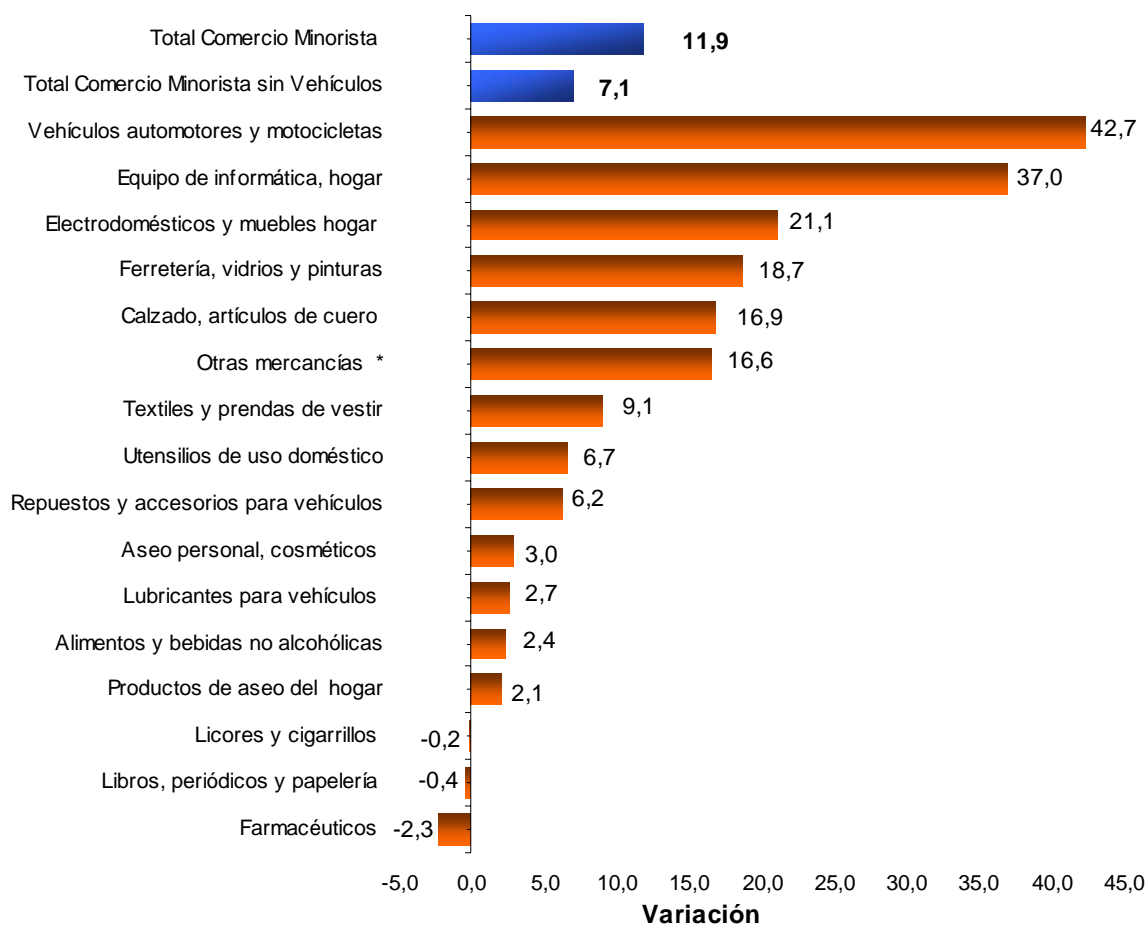


Fuente DANE – MMCM

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

En los primeros diez meses del año 2010, las ventas reales del comercio minorista aumentaron 11,9% respecto al mismo período del año anterior. Trece de dieciseis líneas de mercancías presentaron variaciones positivas, entre las que se destacan vehículos automotores y motocicletas; y equipo de informática, hogar. Por su parte, las líneas de mercancías que presentaron variaciones negativas, fueron: farmacéuticos; libros, periódicos y papelería; y licores y cigarrillos.

Gráfico 10
Variación año corrido de las ventas reales
Total nacional
Enero – octubre (2010/2009)

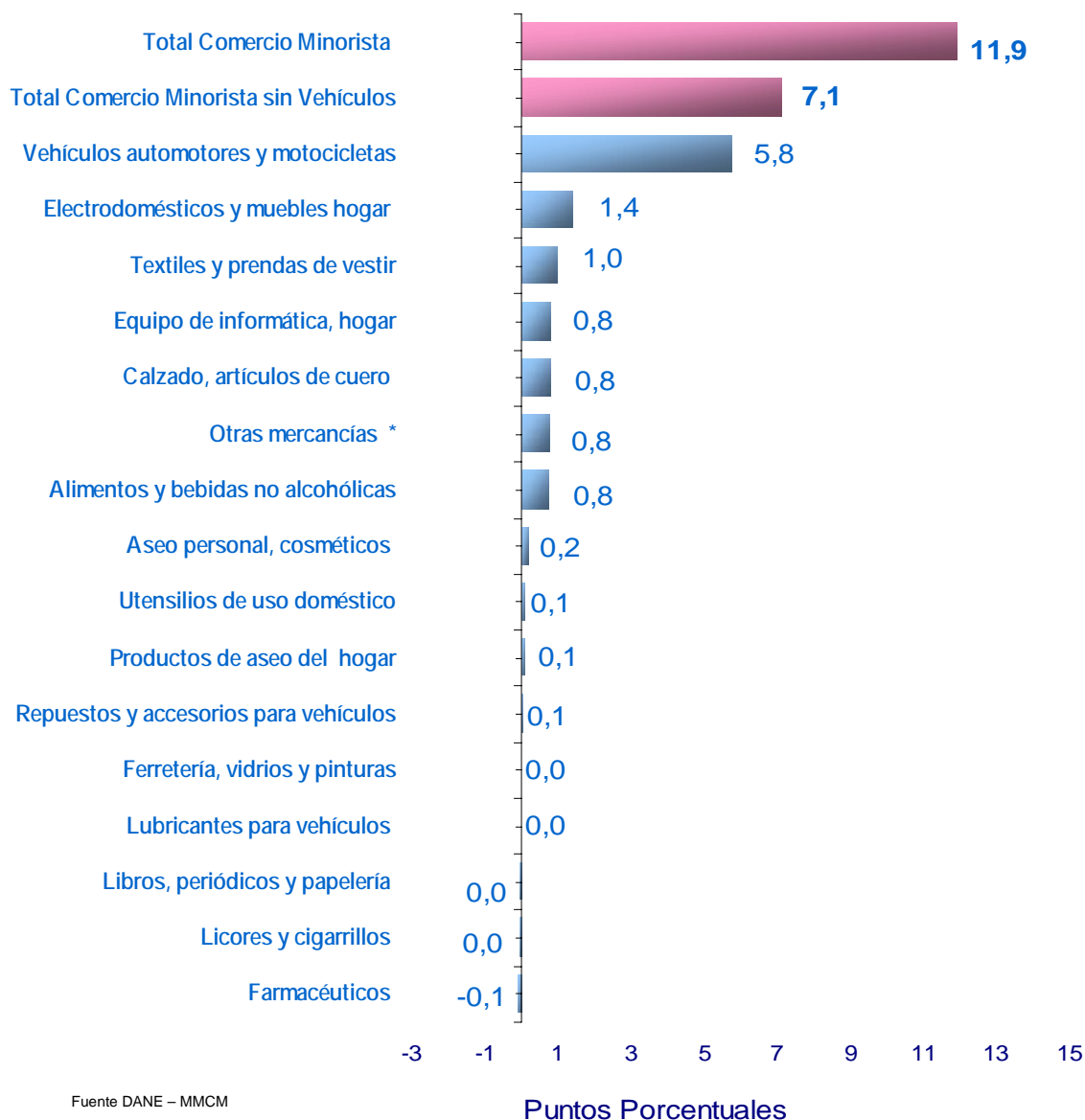


Fuente DANE – MMCM

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

El comportamiento de las ventas en lo corrido del año 2010, se explica principalmente por el crecimiento de vehículos automotores y motocicletas; electrodomésticos y muebles para el hogar; y textiles y prendas de vestir que, en conjunto, aportaron 8,2 puntos porcentuales a la variación total.

Gráfico 11
Contribución año corrido a las ventas reales
Total nacional
Enero – octubre (2010/2009)

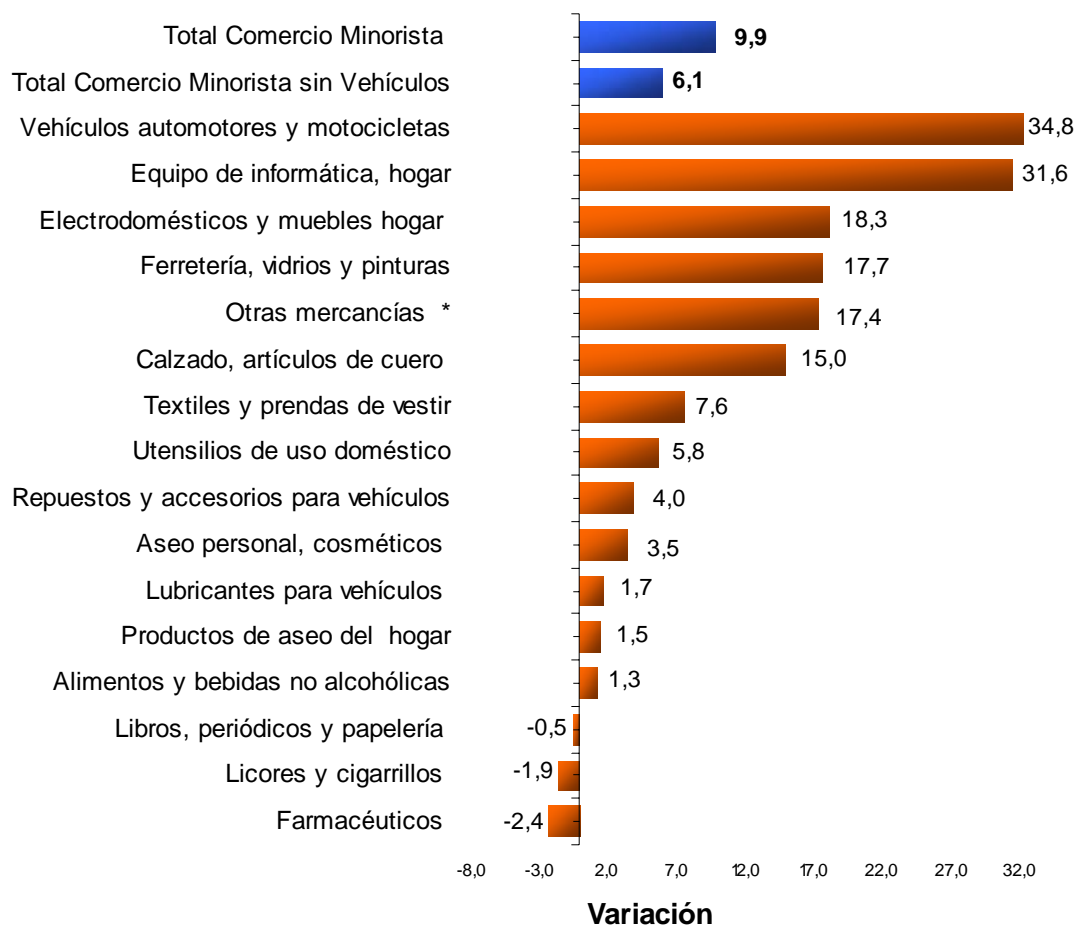


* Otras mercancías, incluye: juguetes, bicicletas, artículos de deporte, piñatería, artículos para bebés, gas propano en cilindros, equipo fotográfico, revestimiento para pisos, etc.

2.1.3 Variación doce meses: noviembre – octubre (2010/2009)

Entre noviembre de 2009 y octubre de 2010, las ventas reales del comercio minorista presentaron un incremento de 9,9% con respecto al año inmediatamente anterior. Trece de las dieciséis líneas de mercancías en las que se desagrega la información, registraron variaciones positivas en el indicador.

Gráfico 12
Variación doce meses de las ventas reales
Total nacional
Noviembre – octubre (2010/2009)

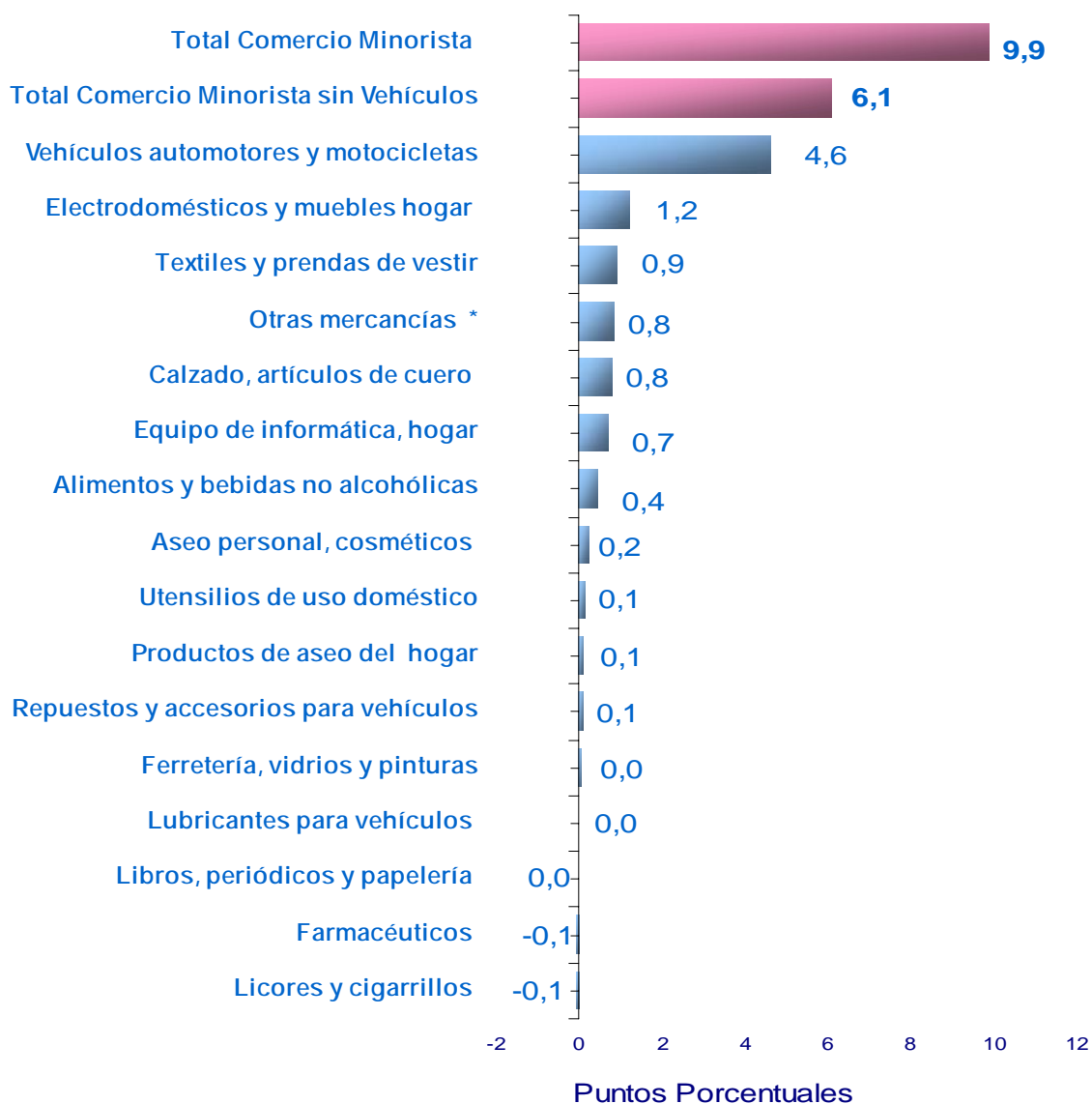


Fuente DANE – MMCM

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

Los grupos de mercancías que presentaron la mayor contribución al comportamiento positivo de las ventas en este período, fueron: vehículos automotores y motocicletas; y electrodomésticos y muebles para el hogar; en conjunto, estos grupos aportaron 5,8 puntos porcentuales positivos a la variación total.

Gráfico 13
Contribución doce meses a las ventas reales
Total nacional
Noviembre – octubre (2010/2009)

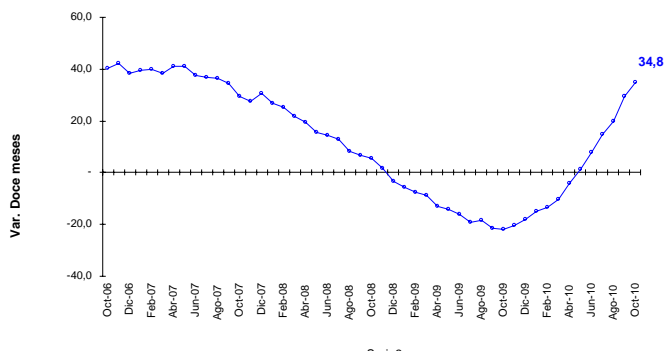


Fuente DANE – MMCM

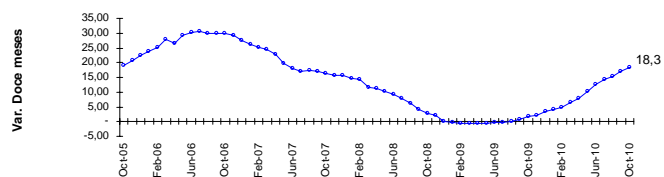
* Otras mercancías, incluye: juguetes, bicicletas, artículos de deporte, piñatería, artículos para bebés, gas propano en cilindros, equipo fotográfico, revestimiento para pisos, etc.

Gráficos 14 Líneas de mercancías que principalmente explican el crecimiento de las ventas en el acumulado doce meses a octubre de 2010

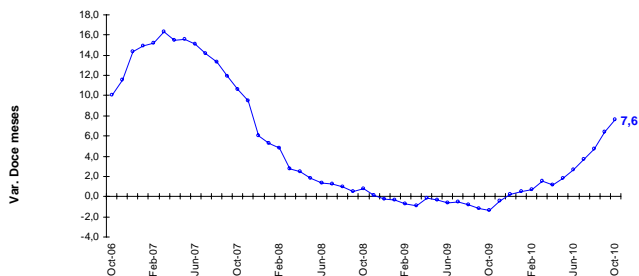
Variación doce meses de las ventas reales Vehículos automotores y motocicletas 2006 – 2010 (Octubre)



Variación doce meses de las ventas reales Electrodomésticos y muebles para el hogar 2006 – 2010 (Octubre)



Variación doce meses de las ventas reales Textiles y prendas de vestir 2006 – 2010 (Octubre)



Fuente DANE – MMCM

2.2 Actividad comercial CIU Rev. 3

2.2.1 Variación anual: octubre (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, los mayores incrementos en octubre de 2010 se registraron en las ventas de libros, periódicos y papelería; vehículos automotores; y calzado y artículos de cuero. En contraste, las mayores variaciones negativas del comercio especializado se presentaron en equipo y artículos de uso doméstico; y productos textiles.

Por su parte, las empresas no especializadas con surtido diferente de alimentos registraron incremento de 42,2% en sus ventas y las no especializadas con surtido compuesto principalmente de alimentos, presentaron aumento de 12,3%.

Gráfico 15
Variación anual de las ventas reales, según actividad comercial
Total nacional
Octubre (2010/2009)



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

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

En los diez primeros meses de 2010, los mayores incrementos en las ventas reales de los establecimientos especializados se registraron en vehículos automotores; libros periódicos y papelería; otros productos de uso doméstico; y calzado y artículos de cuero.

Por su parte, las empresas no especializadas con surtido diferente de alimentos registraron un incremento en sus ventas reales de 30,7% y las no especializadas con surtido principalmente de alimentos, presentaron un crecimiento de 9,2%.

Gráfico 16
Variación año corrido de las ventas reales
Total nacional
Enero – octubre (2010/2009)



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

2.2.3 Variación doce meses: noviembre – octubre (2010/2009)

En los últimos doce meses hasta octubre de 2010, las mayores variaciones positivas de las ventas reales en establecimientos especializados se registraron en vehículos automotores; otros productos de uso doméstico; y libros, periódicos y papelería.

Por su parte, las empresas no especializadas con surtido diferente de alimentos incrementaron sus ventas reales en 29,7% y las empresas no especializadas con surtido compuesto principalmente de alimentos, presentaron un crecimiento de 7,8%.

Gráfico 17
Variación doce meses de las ventas reales
Total nacional
Noviembre - octubre (2010/2009)



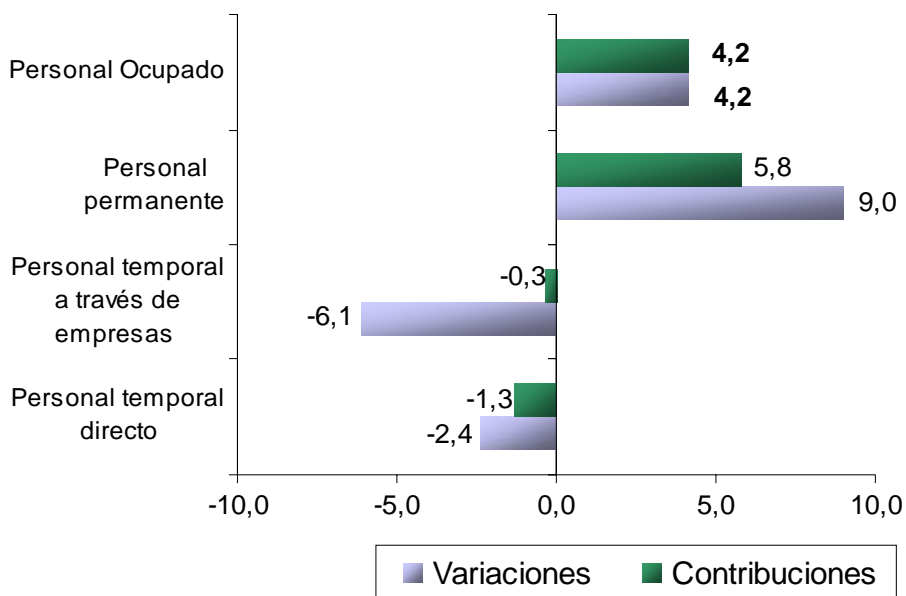
*Resto de actividades, incluye el comercio al por menor de: artículos de ferretería; computadores y programas de informática; equipo fotográfico, óptico y de precisión, lubricantes etc.

3. Personal ocupado

3.1 Variación anual: octubre (2010/2009)

En octubre de 2010, el personal ocupado por el comercio minorista aumentó 4,2% respecto al mismo mes del año anterior, como resultado del aporte positivo de 5,8 puntos porcentuales del personal permanente y del aporte negativo de 1,6 puntos porcentuales del personal temporal.

Gráfico 18
Variación y contribución anual del personal ocupado
Total nacional
Octubre (2010/2009)

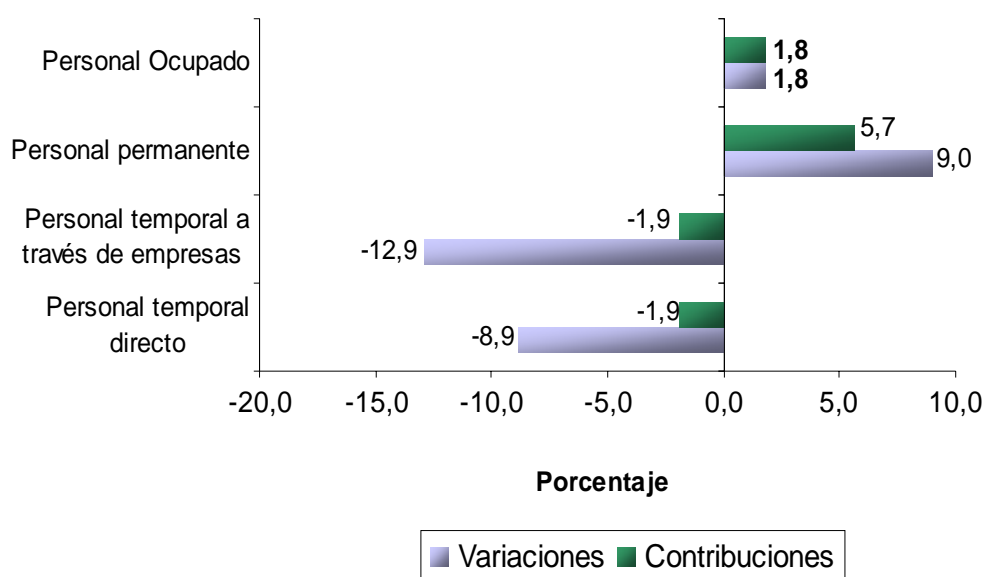


Fuente DANE – MMCM

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

En lo corrido de 2010, el personal ocupado del comercio minorista presentó un aumento de 1,8% respecto al mismo período del año anterior. Este comportamiento es producto del aumento del personal permanente que contribuyó con 5,7 puntos porcentuales positivos a la variación total y de la reducción en la vinculación de personal temporal que aportó 3,8 puntos porcentuales negativos a la misma.

Gráfico 19
Variación y contribución año corrido del personal ocupado
Total nacional
Enero – octubre (2010/2009)

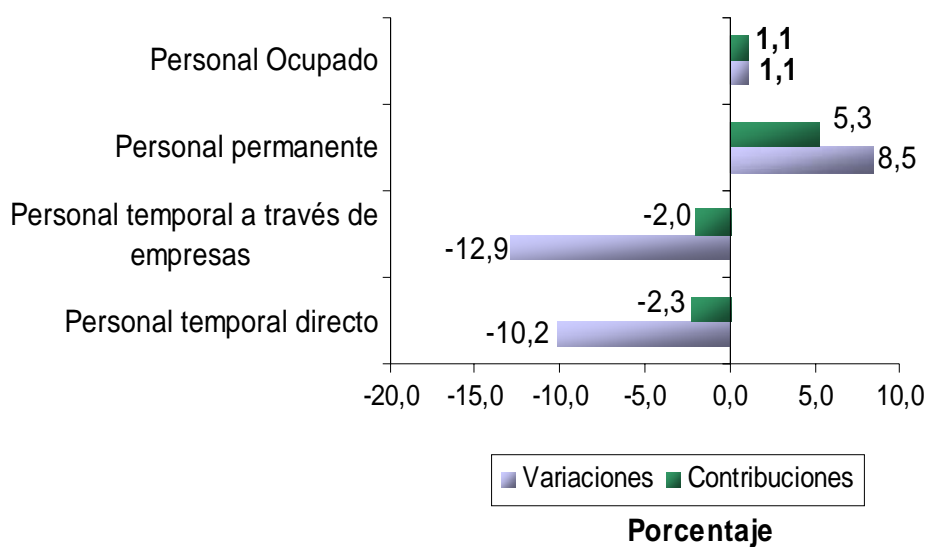


Fuente DANE – MMCM

3.3 Variación doce meses: noviembre – octubre (2010/2009)

En los últimos doce meses hasta octubre de 2010, el personal ocupado del comercio minorista registró un aumento de 1,1% respecto al año inmediatamente anterior.

Gráfico 20
Variación y contribución doce meses del personal ocupado
Total nacional
Noviembre - octubre (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 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)