

MUESTRA MENSUAL DE COMERCIO AL POR MENOR Septiembre de 2011



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
 - 2.1.2 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 septiembre de 2011, las ventas del comercio minorista aumentaron 8,1% y el personal ocupado 6,3%, con relación al mismo mes de 2010.
- Durante este período, las líneas de mercancías que presentaron los mayores crecimientos en sus ventas, fueron: equipo de informática, hogar (22,7%); calzado, artículos de cuero (15,9%); repuestos y accesorios para vehículos (15,9%); artículos de ferretería, vidrios y pinturas (14,7%); y utensilios de uso doméstico (14,2%).
- Durante los primeros nueve meses del año 2011, las ventas reales del comercio minorista registraron un crecimiento de 12,3% y el personal ocupado 5,5%, respecto al mismo período de 2010.
- Las líneas de mercancías que presentaron los mayores crecimientos en sus ventas en lo corrido del año, fueron: equipo de informática, hogar (34,9%); vehículos automotores y motocicletas (34,1%); artículos de ferretería, vidrios y pinturas (23,6%); calzado y artículos de cuero (20,8%); y repuestos y accesorios para vehículos (16,1%).
- Durante los últimos doce meses hasta septiembre de 2011, el comercio minorista presentó un aumento de 13,5% en las ventas reales respecto al año precedente. Las dieciséis líneas de mercancías en las que se reporta la información, registraron variaciones positivas en el indicador, destacándose las de vehículos automotores y motocicletas (40,2%); equipo de informática, hogar (37,8%); artículos de ferretería, vidrios y pinturas (25,9%); calzado y artículos de cuero (21,2%); y electrodomésticos y muebles para el hogar (17,9%).
- En este mismo período, el personal ocupado presentó una variación positiva de 5,1%, como resultado del aumento de 5,0% del personal permanente, que aportó 3,3 puntos porcentuales a la variación total; y de 1,8% en el personal temporal.

Director

Jorge R. Bustamante R.

Subdirector

Christian R. Jaramillo Herrera

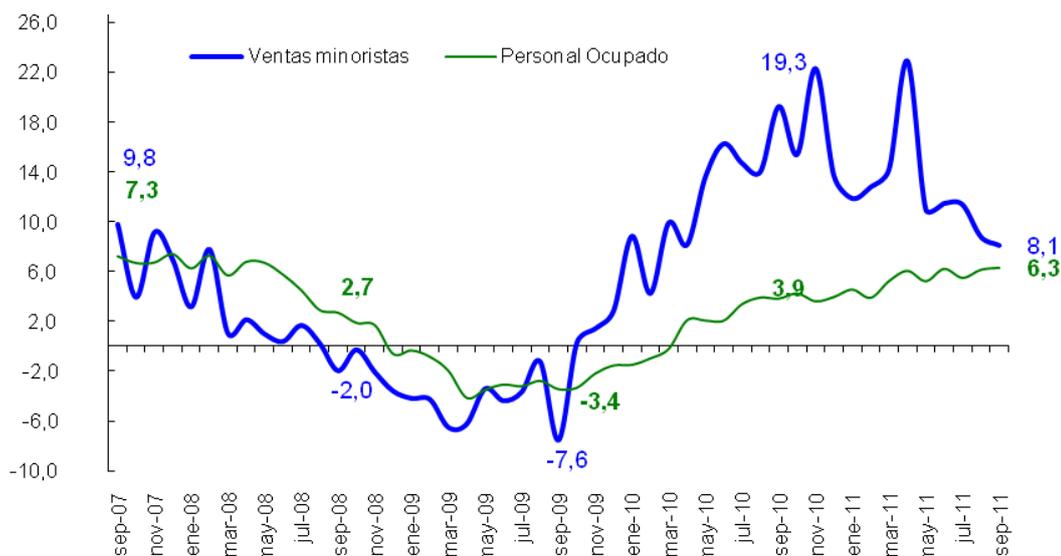
Director de Metodología y Producción Estadística

Eduardo Efraín Freire Delgado

1. Evolución general de las principales variables. Total nacional

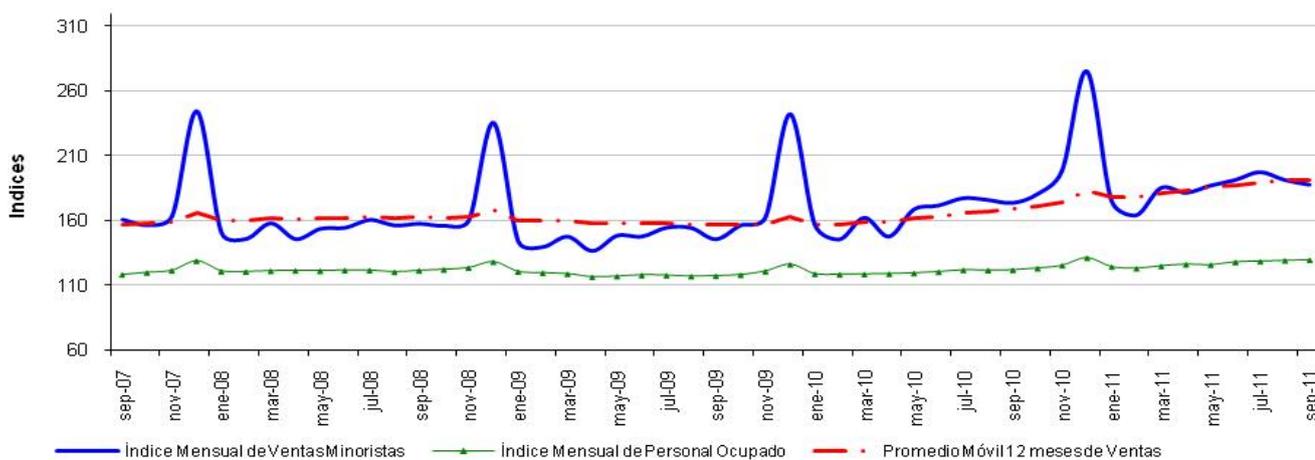
En septiembre de 2011, las ventas reales y el personal ocupado del comercio minorista aumentaron 8,1% y 6,3% respectivamente, comparado con el mismo mes de 2010, cuando las ventas habían reportado un incremento de 19,3% y el personal ocupado 3,9%.

Gráfico 1
Variación anual de las ventas reales y el personal ocupado
Total nacional
2007 – 2011 (Septiembre)



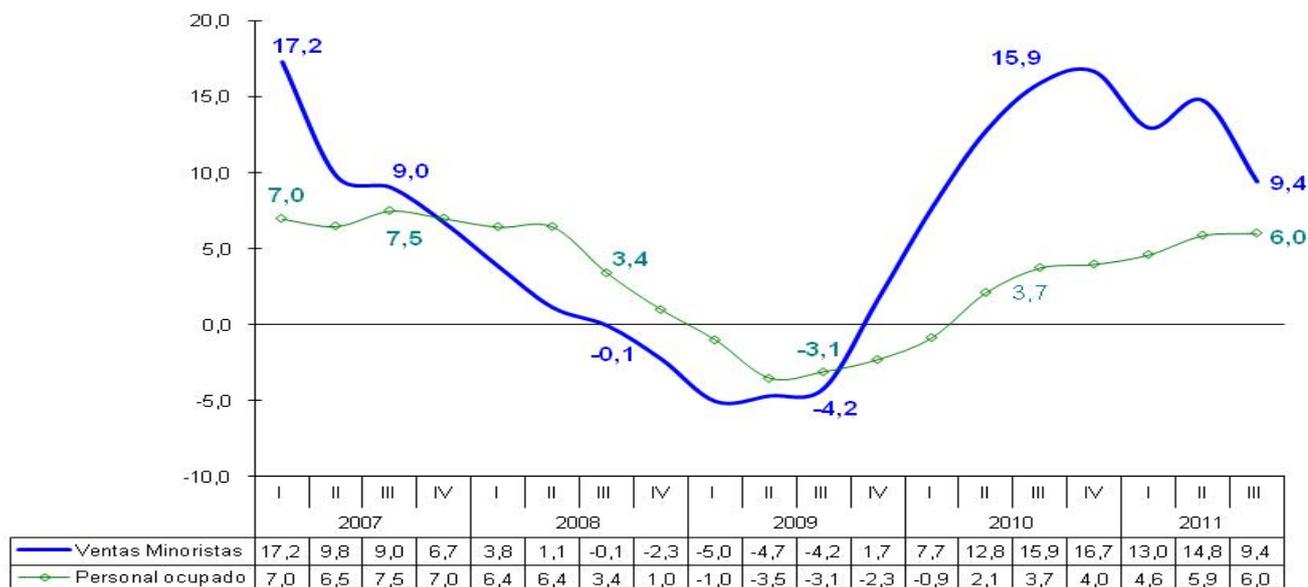
Fuente DANE – MMCM

Gráfico 2
Índices de ventas reales y personal ocupado
Total nacional
Índice base: promedio año 1999 = 100
2007 – 2011 (Septiembre)



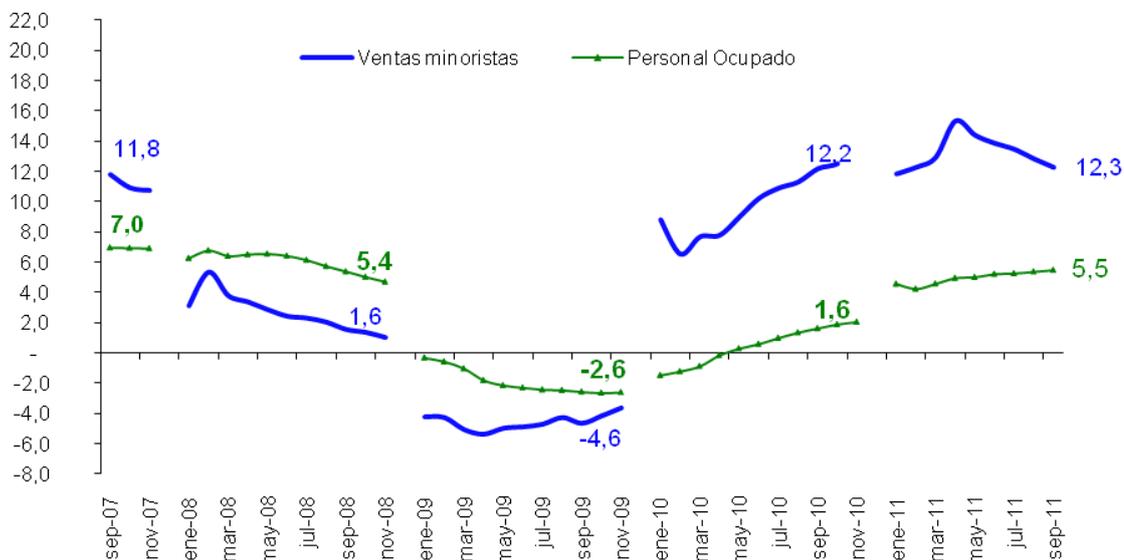
Fuente DANE – MMCM

Gráfico 3
Variación anual de las ventas reales y el personal ocupado trimestral
Total nacional
2007 – 2011 (III trimestre)



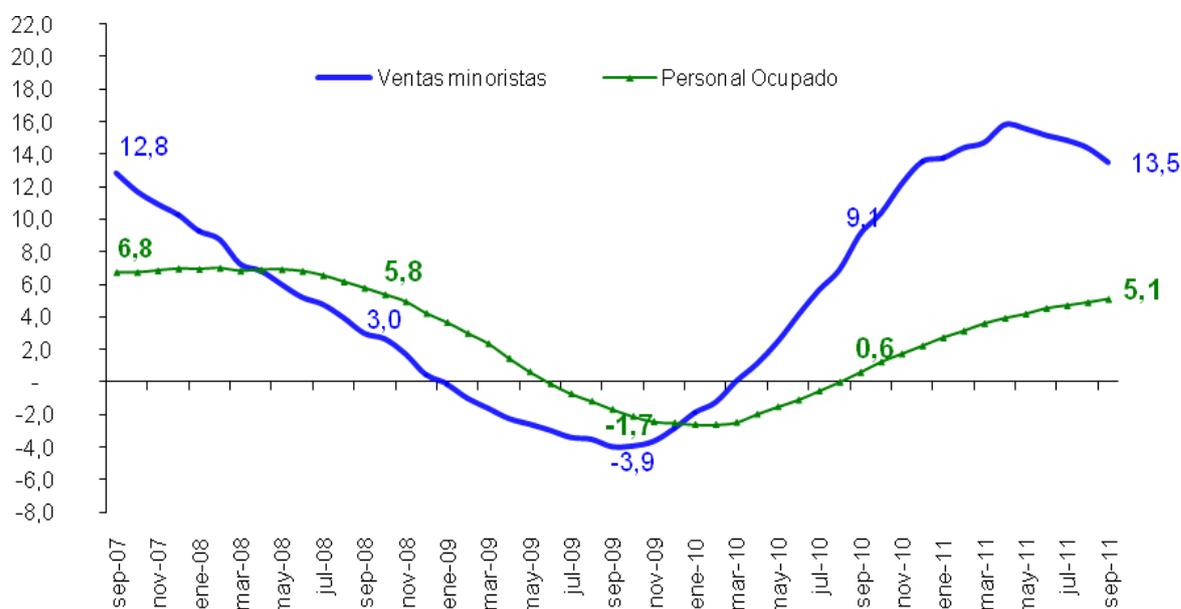
Fuente DANE – MMCM

Gráfico 4
Variación año corrido de las ventas reales y el personal ocupado
Total nacional
2007 – 2011 (Septiembre)



Fuente DANE – MMCM

Gráfico 5
Variación doce meses de las ventas reales y el personal ocupado
Total nacional
2007 – 2011 (Septiembre)



Fuente DANE – MMCM

Tabla 1.

Resumen del comportamiento de las principales variables

Indicador	Variación (%)					
	Anual		Año corrido		Doce meses	
	Septiembre		Enero - Septiembre		Octubre - Septiembre	
	2010	2011	2010	2011	2010	2011
Ventas	19,3	8,1	12,2	12,3	9,1	13,5
Ventas sin vehículos	10,6	7,2	7,3	7,8	5,8	8,4
Personal ocupado	3,9	6,3	1,6	5,5	0,6	5,1

Fuente DANE – MMCM

2. Ventas reales

2.1 Grupos de mercancías

2.1.1 Variación anual: septiembre (2011/2010)

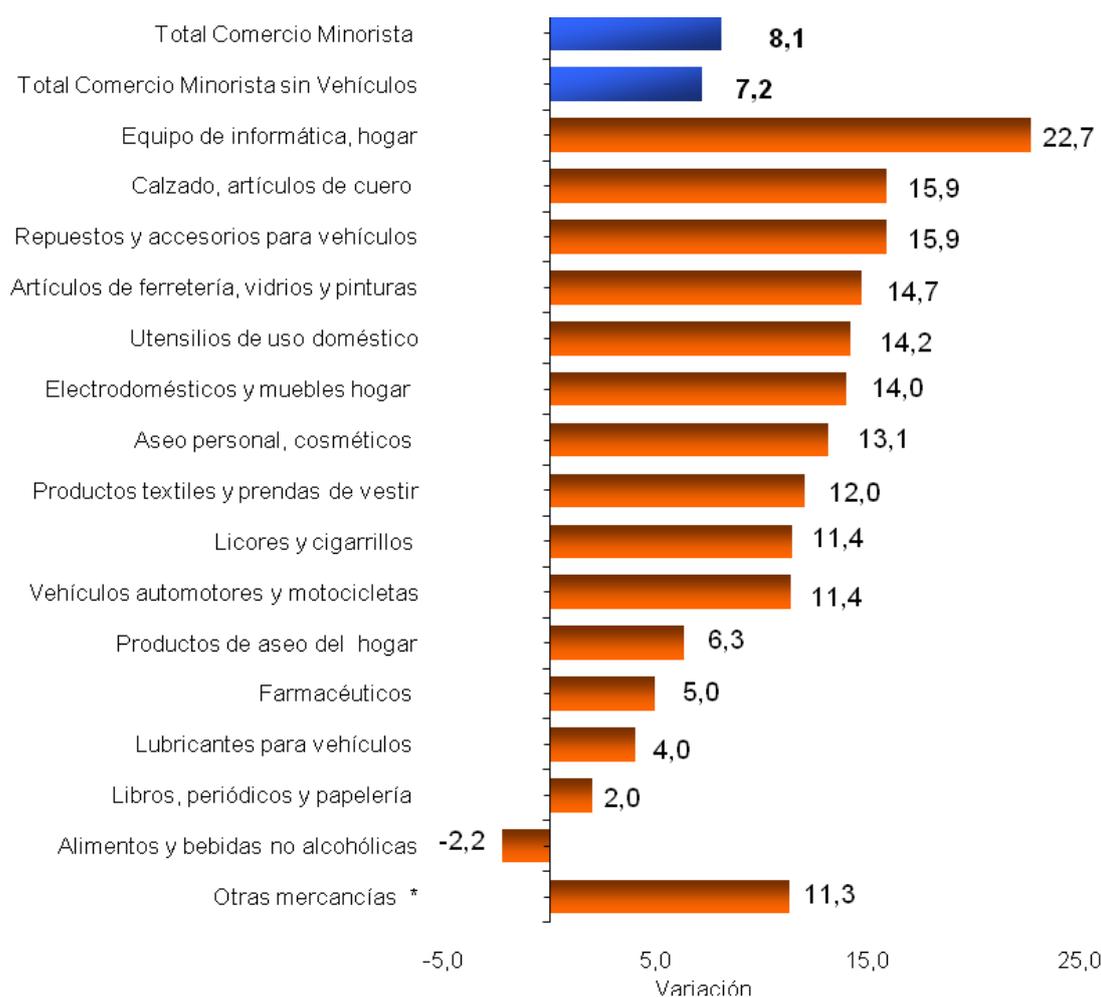
Durante el mes de septiembre de 2011, las ventas del comercio minorista aumentaron 8,1% respecto al nivel registrado en igual mes de 2010. Los grupos de mercancías que presentaron los mayores crecimientos, fueron: equipo de informática; calzado, artículos de cuero; repuestos y accesorios para vehículos; artículos de ferretería, vidrios y pinturas; y utensilios de uso doméstico. En contraste, la única reducción se registró en alimentos y bebidas no alcohólicas. (Gráfico 6)

Gráfico 6

Variación anual de las ventas reales

Total nacional

(2011/2010) Septiembre



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 en el mes, las realizaron las líneas de vehículos automotores y motocicletas; productos textiles y prendas de vestir; electrodomésticos y muebles para el hogar; calzado y artículos de cuero; y aseo personal, cosméticos. El aporte conjunto de estos grupos a la variación total fue 6,2 puntos porcentuales.

Gráfico 7
Contribución anual a las ventas reales
Total nacional
(2011/2010) Septiembre



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 septiembre de 2011

Gráfico 8.1
Índice mensual vehículos automotores y motocicletas
Índice base: promedio año 1999 = 100
2007 – 2011 (Septiembre)

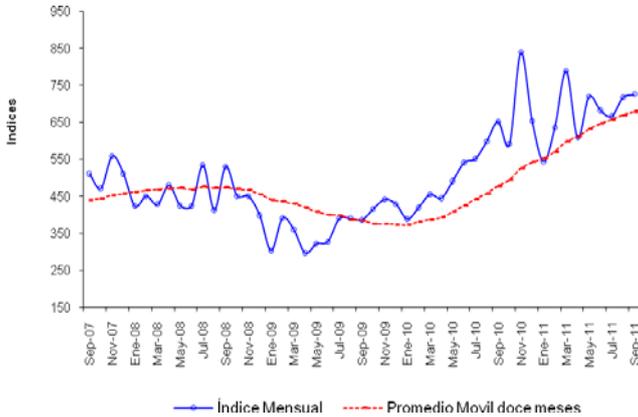


Gráfico 8.2
Variación anual de las ventas reales
Vehículos automotores y motocicletas
2007 – 2011 (Septiembre)

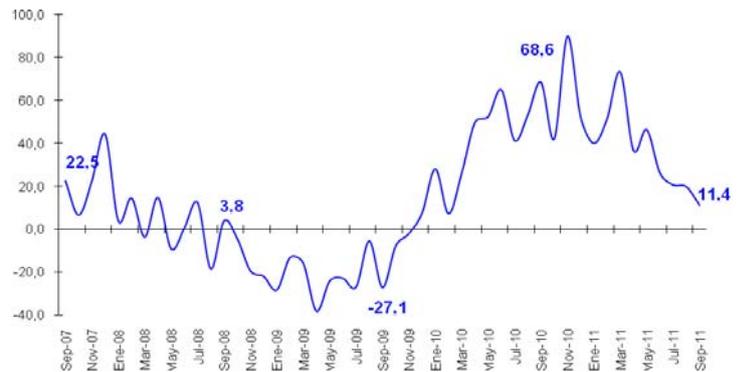


Gráfico 8.3
Índice mensual productos textiles y prendas de vestir
Índice base: promedio año 1999 = 100
2007 – 2011 (Septiembre)

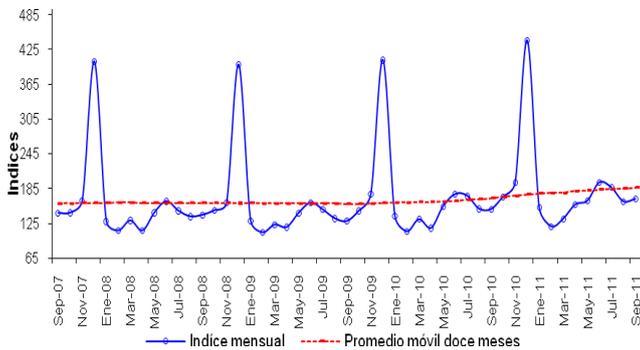


Gráfico 8.4
Variación anual de las ventas reales
Productos textiles y prendas de vestir
2007 – 2011 (Septiembre)

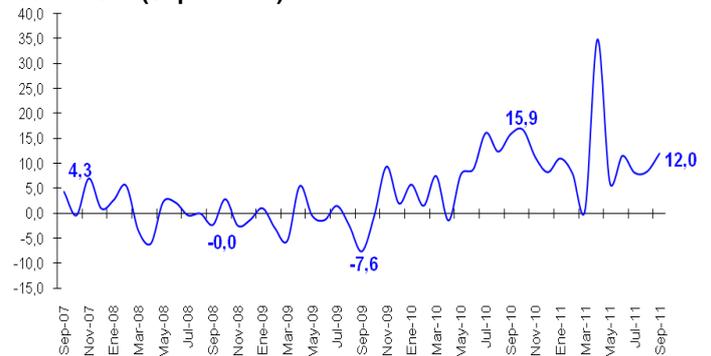
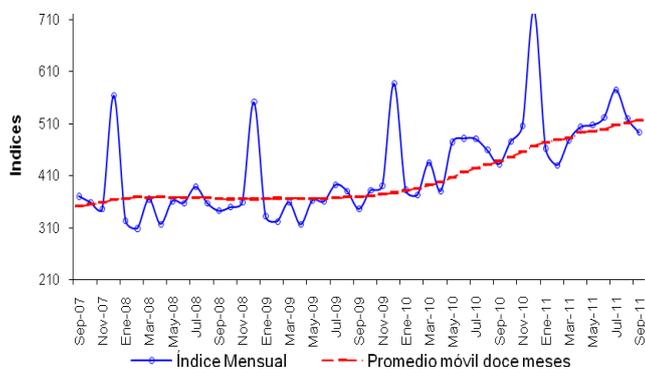
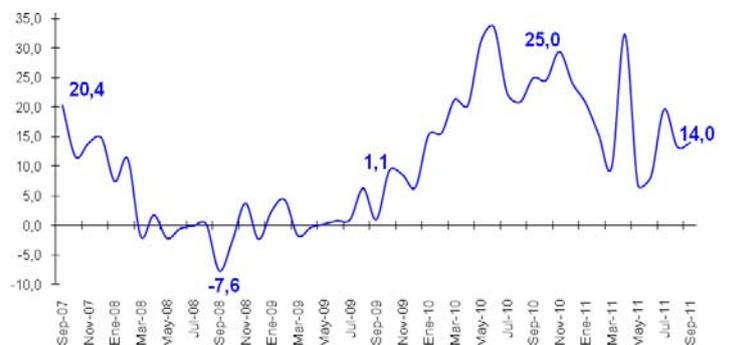


Gráfico 8.5
Índice mensual electrodomésticos y muebles para el hogar
Índice base: promedio año 1999 = 100
2007 – 2011 (Septiembre)



Fuente DANE – MMCM

Gráfico 8.6
Variación anual de las ventas reales
Electrodomésticos y muebles para el hogar
2007 – 2011 (Septiembre)



Al comparar los resultados de las ventas minoristas de septiembre de 2011 con los de septiembre de 2010, se destacan cuatro líneas de mercancías por presentar los mayores contrastes en las variaciones anuales. (Gráfico 9).

Gráfico 9
Principales cambios de comportamiento en ventas anuales
Septiembre (2011- 2010)

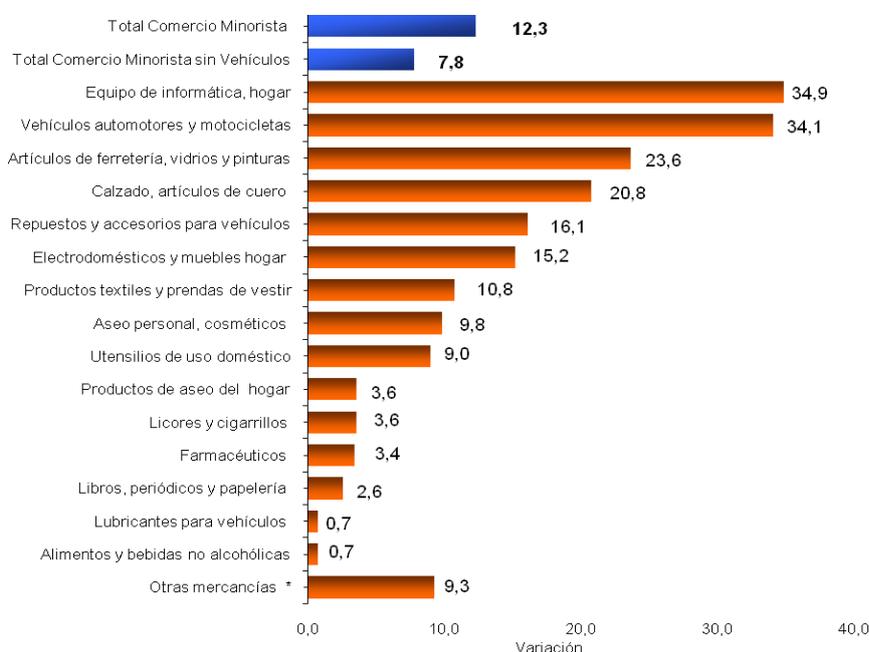


Fuente DANE – MMCM

2.1.2 Variación año corrido: enero - septiembre (2011/2010)

Durante los primeros nueve meses de 2011, las ventas reales del comercio minorista presentaron un incremento de 12,3% con respecto al mismo período de 2010. Las líneas de mercancías que registraron los mayores crecimientos fueron: equipo de informática, hogar; vehículos automotores y motocicletas; artículos de ferretería, vidrios y pinturas; calzado y artículos de cuero; y repuestos y accesorios para vehículos. (Gráfico 10)

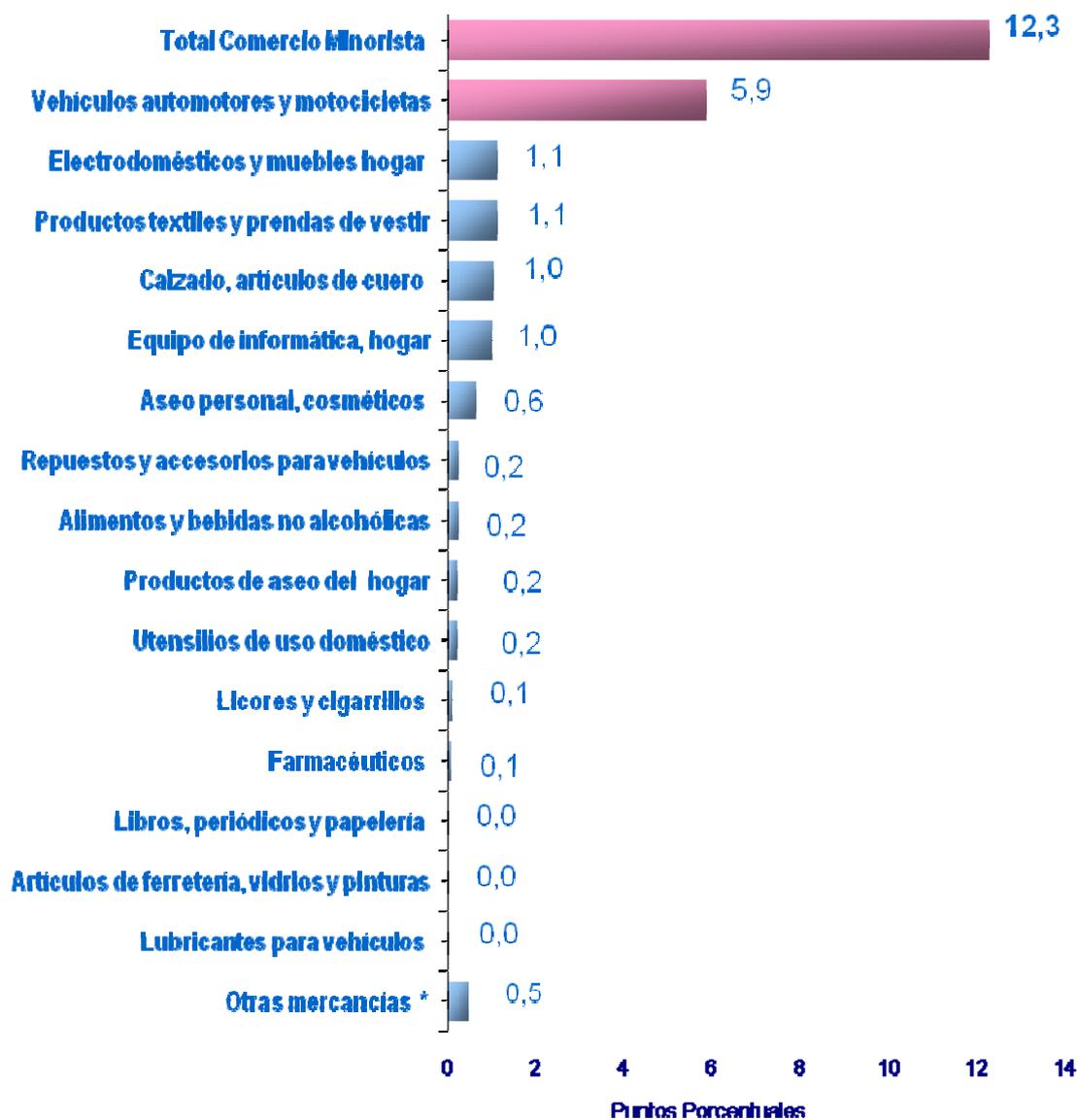
Gráfico 10
Variación año corrido de las ventas reales
Total nacional
Enero – septiembre (2011/2010)



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 11
Contribución año corrido a las ventas reales
Total nacional
Enero – septiembre (2011/2010)



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 12
Líneas de mercancías que principalmente explican el crecimiento de las ventas
en el año corrido a septiembre de 2011

Gráfico 12.1
Variación año corrido de las ventas reales
Vehículos automotores y motocicletas
2007 - 2011 (Enero- septiembre)

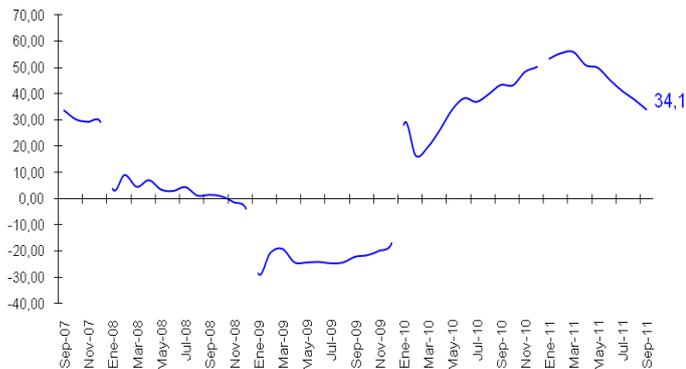


Gráfico 12.2
Variación año corrido de las ventas reales
Electrodomésticos y muebles para el hogar
2007 - 2011 (Enero- septiembre)

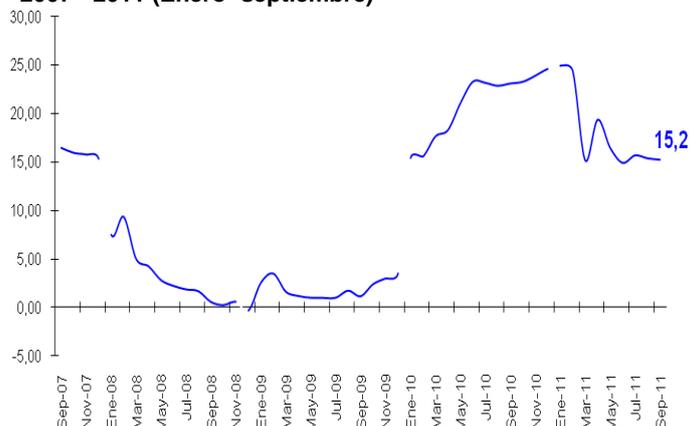


Gráfico 12.3
Variación año corrido de las ventas reales
Productos textiles y prendas de vestir
2007 - 2011 (Enero- septiembre)

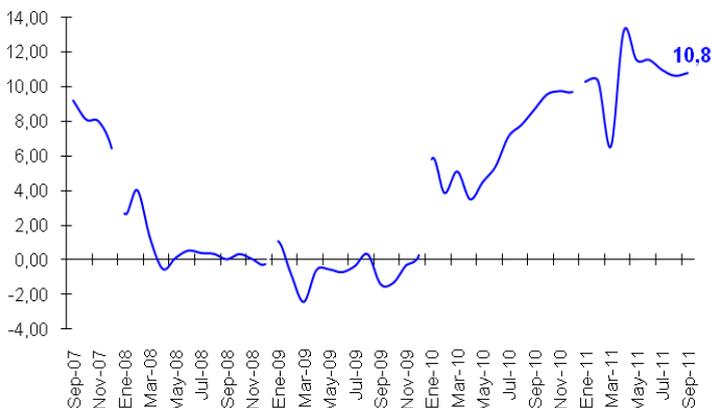
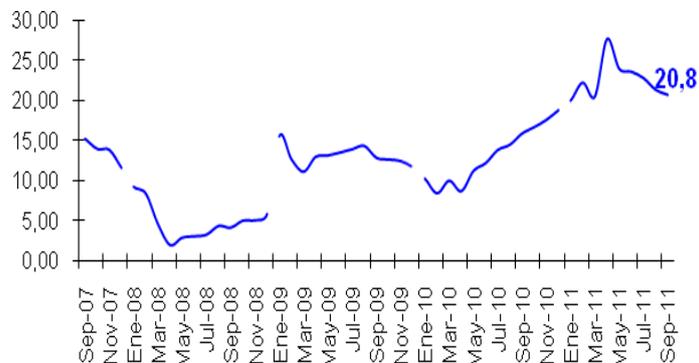


Gráfico 12.4
Variación año corrido de las ventas reales
Calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero
2007 - 2011 (Enero - septiembre)

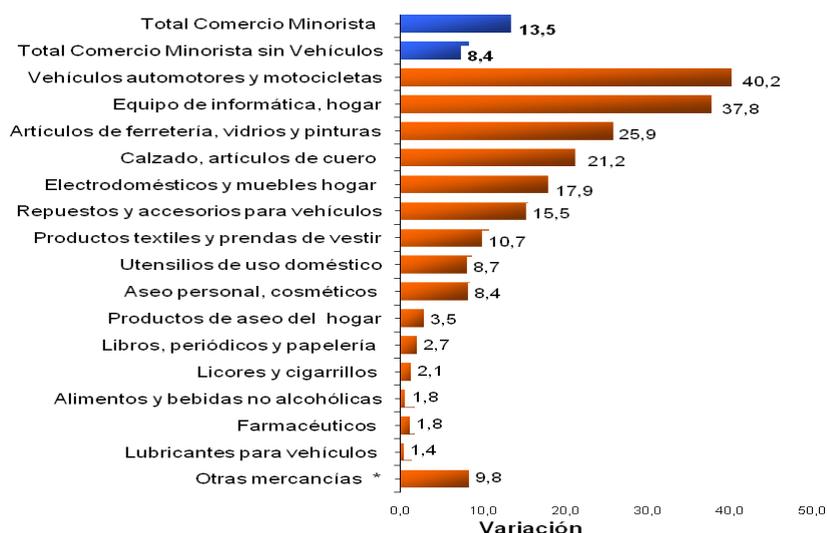


Fuente DANE - MMCM

2.1.3 Variación doce meses

Durante los últimos doce meses hasta septiembre de 2011, las ventas reales del comercio minorista presentaron un incremento de 13,5% respecto al año precedente. Las dieciséis líneas de mercancías en las que se reporta la información, registraron variaciones positivas en el indicador, destacándose las de vehículos automotores y motocicletas; equipo de informática, hogar; artículos de ferretería, vidrios y pinturas; calzado, artículos de cuero; y electrodomésticos y muebles para el hogar.

Gráfico 13
Variación doce meses de las ventas reales
Total nacional
(2010/2011)



Fuente DANE – MMCM

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

Las mayores contribuciones a la variación total de las ventas en los últimos doce meses, estuvieron a cargo de las líneas de vehículos automotores y motocicletas; electrodomésticos y muebles para el hogar; productos textiles y prendas de vestir; calzado, artículos de cuero; y equipo de informática, hogar. El aporte conjunto de estos cinco grupos de mercancías a la variación total fue 11,0 puntos porcentuales.

Gráfico 14
Contribución doce meses a las ventas reales
Total nacional
(2010/2011)



Fuente DANE – MMCM

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

Gráficos 15
Líneas de mercancías que principalmente explican el crecimiento de las ventas
en el acumulado doce meses a septiembre de 2011

Gráfico 15.1
Variación doce meses de las ventas reales
Vehículos automotores y motocicletas
2007 – 2011 (Septiembre)



Gráfico 15.2
Variación doce meses de las ventas reales
Electrodomésticos y muebles para el hogar
2007 – 2011 (Septiembre)

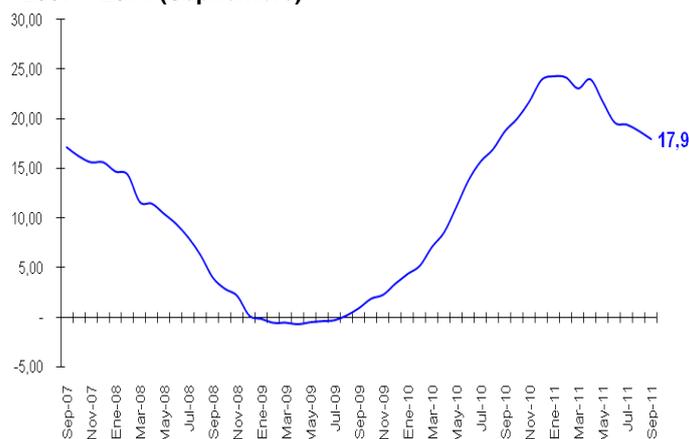
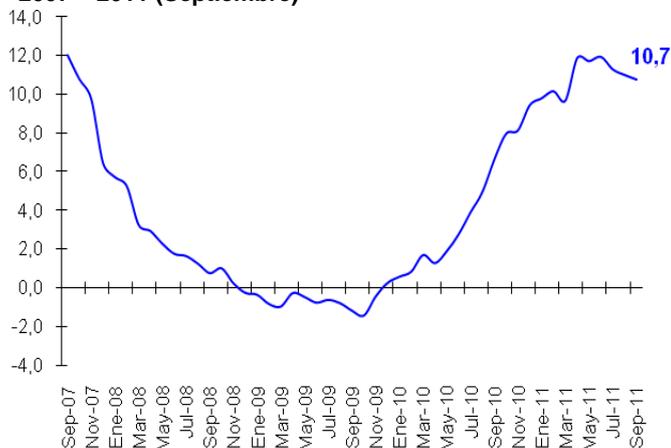
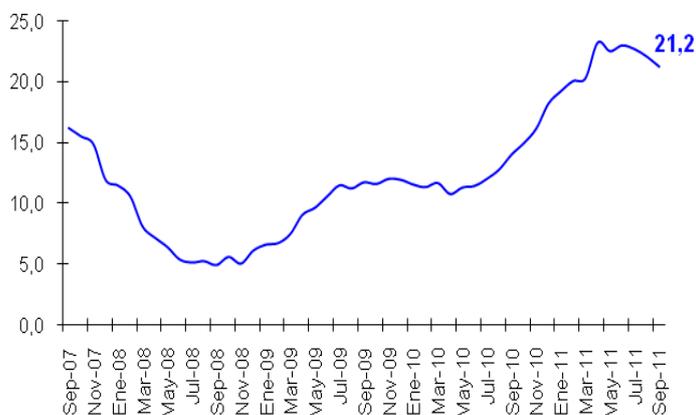


Gráfico 15.3
Variación doce meses de las ventas reales
Productos textiles y prendas de vestir
2007 – 2011 (Septiembre)



Fuente DANE – MMCM

Gráfico 15.4
Variación doce meses de las ventas reales
Calzado y artículos de cuero y sucedáneos del cuero
2007 – 2011 (Septiembre)



2.2 Actividad comercial CIU Rev. 3

2.2.1 Variación anual: septiembre (2011/2010)

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 septiembre de 2011 se destacaron los crecimientos de las ventas registradas por los almacenes de partes y piezas para vehículos; farmacéuticos, perfumería y cosméticos; y muebles para el hogar.

Los almacenes no especializados con surtido diferente de alimentos registraron incremento de 32,3% en sus ventas, y los no especializados con surtido compuesto principalmente de alimentos presentaron un aumento de 7,1%.

Gráfico 16
Variación anual de las ventas reales, según actividad comercial
Total nacional
Septiembre (2011/2010)



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 - septiembre (2011/2010)

Durante los nueve primeros meses de 2011, las ventas de los almacenes no especializados con surtido diferente de alimentos registraron un incremento de 33,5%, y los no especializados con surtido compuesto principalmente de alimentos presentaron aumento de 8,6%. Los mayores crecimientos en las ventas reales se registraron en los almacenes de vehículos automotores; calzado y artículos de cuero; partes y piezas para vehículos; y motocicletas y sus partes.

Gráfico 17
Variación año corrido de las ventas reales
Total nacional
Enero - septiembre (2011/2010)



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 doce meses

En los últimos doce meses hasta septiembre de 2011, los mayores incrementos en las ventas reales en establecimientos especializados se registraron en vehículos automotores; calzado, artículos de cuero; libros, periódicos y papelería; y partes y piezas para vehículos. Durante este mismo período, la única reducción de las ventas se registró en equipo y artículos de uso doméstico.

Por su parte, los almacenes no especializados con surtido diferente de alimentos incrementaron sus ventas reales en 35,0%, y los no especializados con surtido compuesto principalmente de alimentos presentaron un crecimiento de 9,6%.

Gráfico 18
Variación doce meses de las ventas reales
Total nacional
(2010/2011)



Fuente DANE – MMCM

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

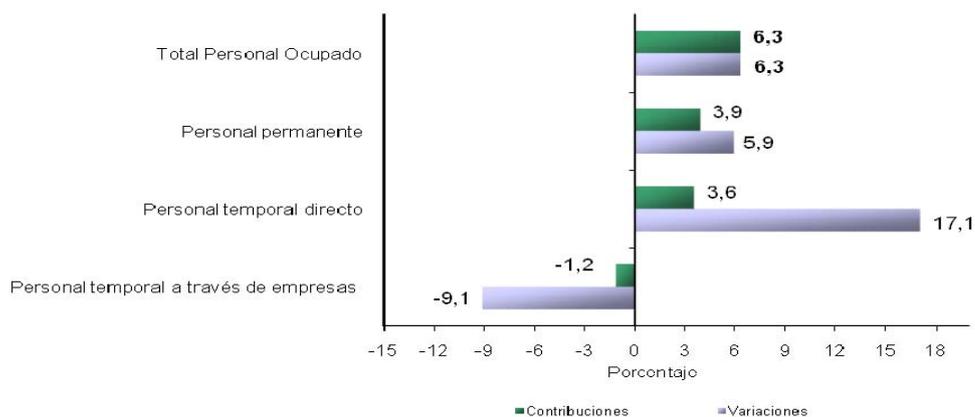
3. Personal ocupado

3.1 Variación anual: septiembre (2011/2010)

El personal ocupado por el comercio minorista en septiembre de 2011 aumentó 6,3%, frente al mismo mes del año anterior. Este resultado se explica principalmente por el aumento de personal en dos categorías de contratación, la de personal permanente y la de temporal directo, que en conjunto contribuyeron con 7,5 puntos porcentuales a la variación total.

Gráfico 19

Variación y contribución anual del personal ocupado, según tipo de contratación
Total nacional
Septiembre (2011/2010)



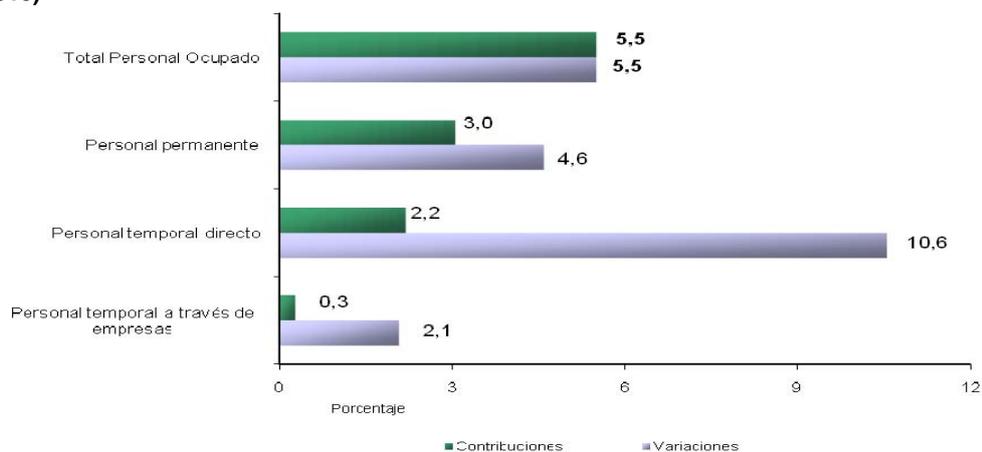
Fuente DANE – MMCM

3.2 Variación año corrido: enero - septiembre (2011/2010)

El personal ocupado vinculado al comercio minorista en los primeros nueve meses del año 2011, presentó un aumento de 5,5%, respecto al mismo período del año anterior. Este resultado se explica por el incremento registrado en las tres categorías de contratación.

Gráfico 20

Variación y contribución año corrido del personal ocupado, según tipo de contratación
Total nacional
Enero - septiembre (2011/2010)

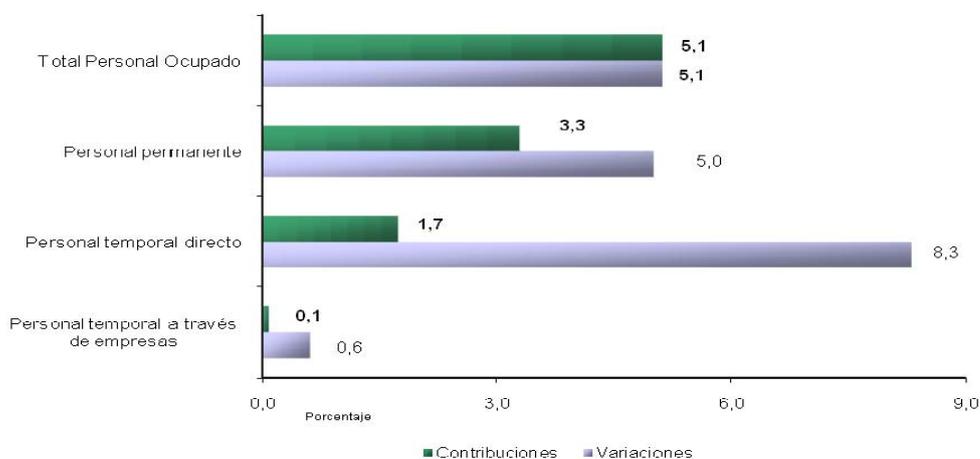


Fuente DANE – MMCM

3.2 Variación doce meses

En este período, el personal ocupado presentó una variación positiva de 5,1%, este resultado está explicado principalmente por el aumento de 5,0% del personal permanente, cuyo aporte fue 3,3 puntos porcentuales a la variación total, y de 1,8% en el personal temporal.

Gráfico 21
Variación y contribución doce meses del personal ocupado, según tipo de contratación
Total nacional
(2011/2010)



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)