

MUESTRA TRIMESTRAL DE COMERCIO DE BOGOTÁ II Trimestre 2010

Contenido

Resumen

1. Evolución general de las principales variables

- 1.1 Índices de ventas reales y el personal ocupado
- 1.2 Variación anual
- 1.3 Variación año corrido
- 1.4 Variación doce meses

2. Comportamiento de las ventas

2.1 Grupos de mercancía

- 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. Comportamiento del personal ocupado

- 3.1 Variación anual
- 3.2 Variación año corrido
- 3.3 Variación doce meses

Ficha metodológica

RESUMEN

- En el segundo trimestre de 2010, las ventas del comercio minorista de Bogotá registraron un incremento de 11,7% y el personal ocupado de 6,5%, con respecto al mismo período de 2009.
- Durante este período, las líneas de mercancía que presentaron los mayores crecimientos en sus ventas fueron: vehículos, repuestos y lubricantes (37,1%); oficina, equipo de informática, libros y otros (29,9%); y electrodomésticos, muebles, uso doméstico y aseo hogar, (29,0%).
- En lo transcurrido del año hasta junio de 2010, el comercio minorista de la ciudad presentó un aumento en sus ventas de 9,6% y en su ocupación laboral de 5,7%.
- Las líneas de mercancías que presentaron los mayores crecimientos en sus ventas fueron: vehículos, repuestos y lubricantes (24,4%); oficina, equipo de informática, libros y otros (24,3%); y electrodomésticos, muebles, uso doméstico y aseo hogar (21,7%).
- En los últimos doce meses hasta junio de 2010, las ventas minoristas en la ciudad de Bogotá crecieron 4,7%. Por su parte la ocupación laboral presentó un incremento de 1,7%, con respecto al año inmediatamente anterior.
- En este período los grupos que registraron los mayores incrementos en las ventas, fueron: oficina, equipo de informática, libros y otros (17,5%); y electrodomésticos, muebles, uso doméstico y aseo hogar (12,1%).

Director

Héctor Maldonado Gómez

Subdirector

Carlos Eduardo Sepúlveda Rico

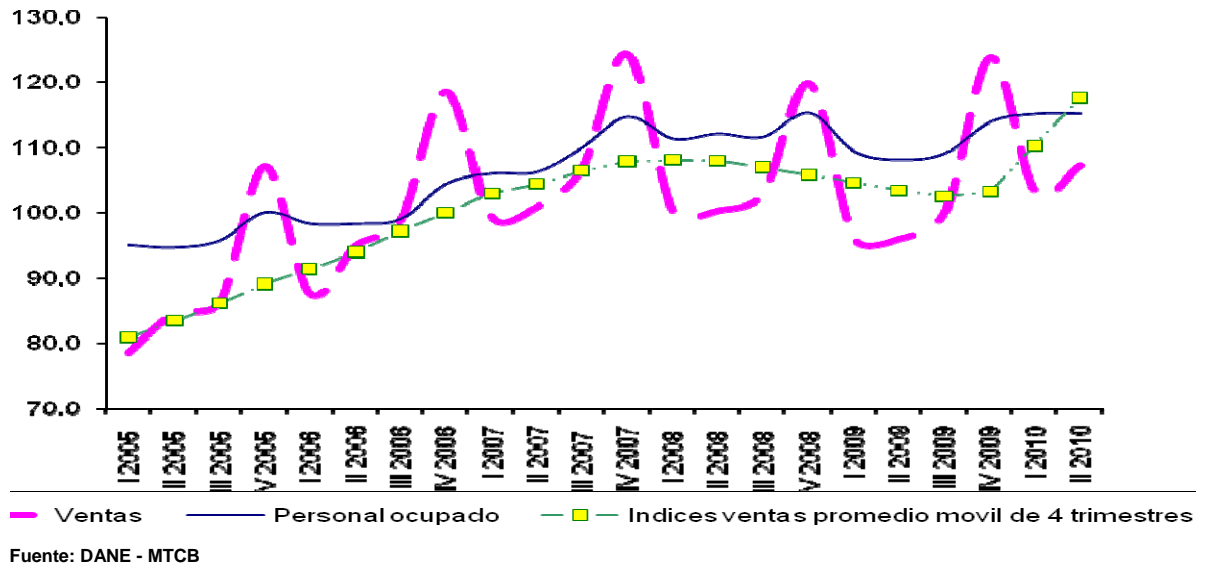
Director de Metodología y Producción Estadística

Eduardo Efraín Freire Delgado

1. EVOLUCIÓN GENERAL DE LAS PRINCIPALES VARIABLES

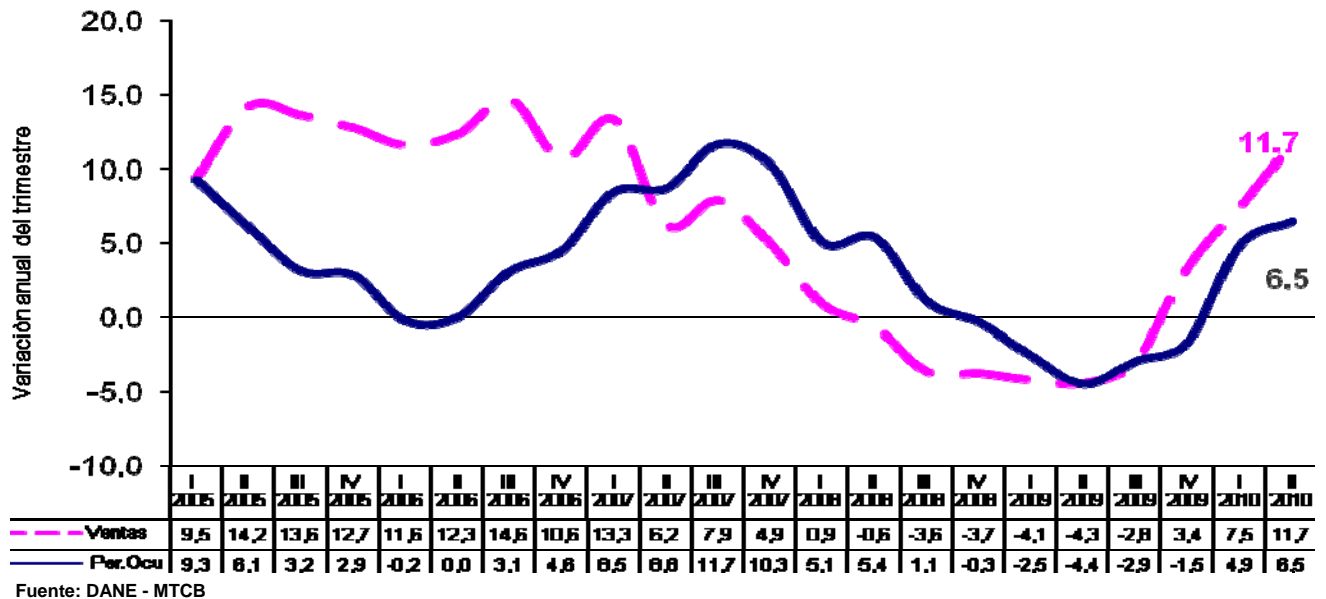
1.1 Índices de ventas reales y personal ocupado

Gráfica 1
Índices de las ventas reales y personal ocupado del comercio minorista de Bogotá
I Trimestre 2005 – II Trimestre 2010
(Índice base: promedio trimestral 2006=100)



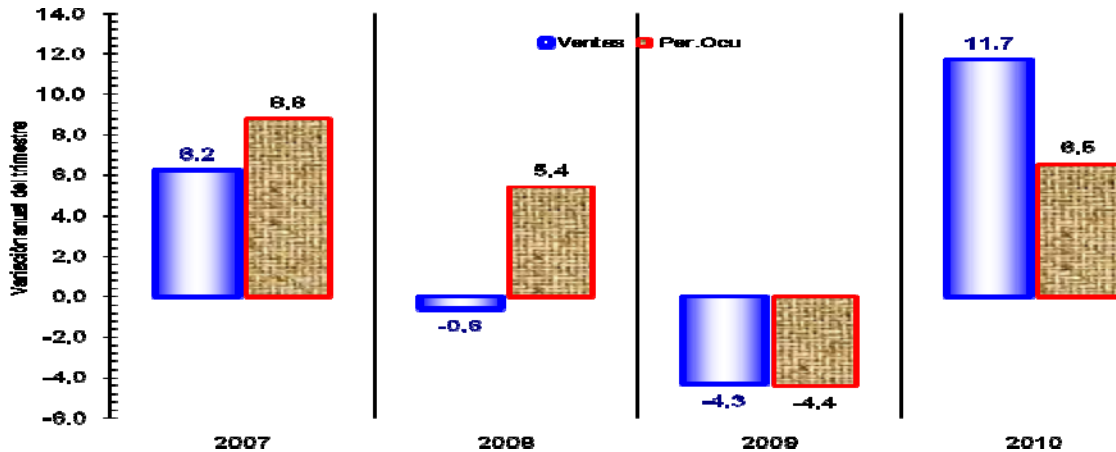
1.2 Variación anual 2010 / 2009 (II trimestre)

Gráfica 2
Variación anual de las ventas y personal ocupado del comercio minorista de Bogotá
I Trimestre 2005 – II Trimestre 2010



Para el segundo trimestre de 2010, las ventas presentaron un aumento de 11,7% y el personal ocupado registró un incremento de 6,5%, con relación al mismo trimestre de 2009, cuando las ventas habían reportado una reducción 4,3% y el personal ocupado había disminuido 4,4%.

Gráfica 3
Variación anual de las ventas y personal ocupado del comercio minorista de Bogotá II Trimestre (2007 – 2010)

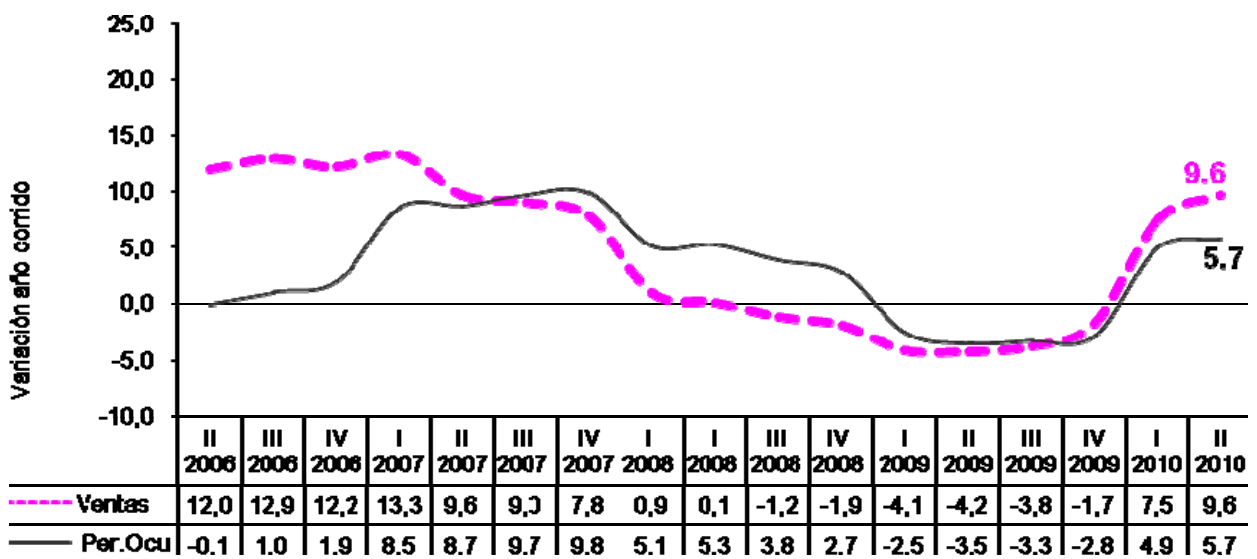


Fuente: DANE - MTCB

1.3 Variación año corrido I – II 2010 / I- II 2009

Entre enero y junio del presente año, el comercio minorista de Bogotá registró un incremento de 9,6% en las ventas y de 5,7% en el personal ocupado.

Gráfica 4
Variación año corrido de las ventas y personal ocupado del comercio minorista de Bogotá II Trimestre 2006- II Trimestre 2010

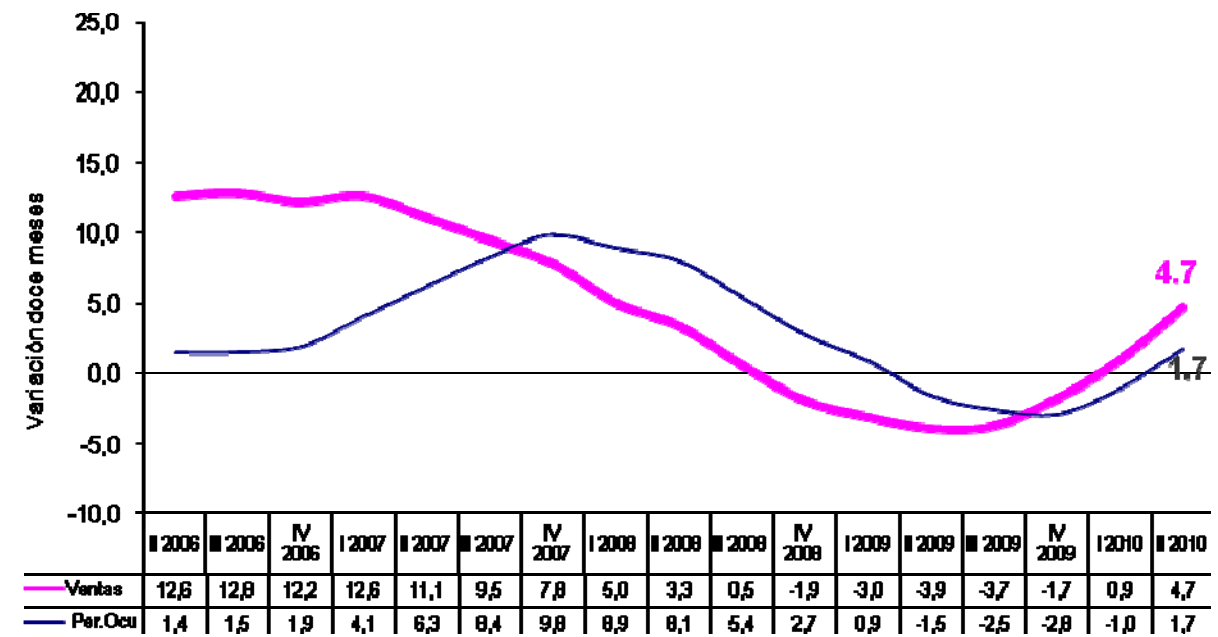


Fuente: DANE - MTCB

1.4 Variación doce meses II 2010- III 2009 / II 2009 – III 2008

En los últimos doce meses hasta junio de 2010, las ventas minoristas en la ciudad de Bogotá presentaron un aumento de 4,7%, mientras que el personal ocupado presentó un crecimiento de 1,7%.

Gráfica 5
Variación doce meses de las ventas y el personal ocupado del comercio minorista de Bogotá
II Trimestre 2006 - II Trimestre 2010



Fuente: DANE - MTCB

2. COMPORTAMIENTO DE LAS VENTAS

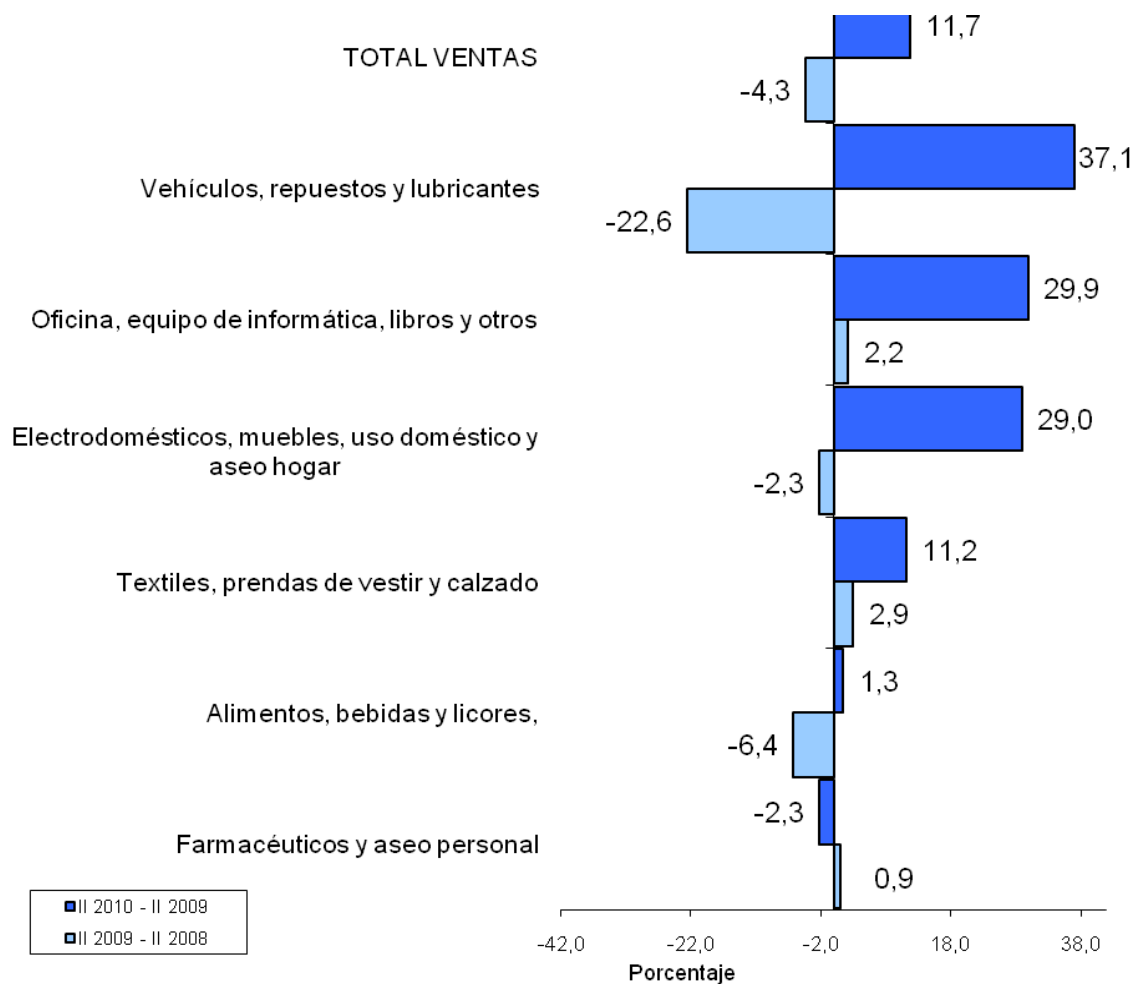
2.1 Grupos de mercancía

2.1.1 Variación anual del trimestre - (II 2010/ II 2009)

De los seis grupos de mercancías en los que la investigación desagrega las ventas, cinco registraron crecimiento en el segundo trimestre de 2010. Se destacan los grupos de: vehículos, repuestos y lubricantes (37,1%); oficina, equipo de informática, libros y otros (29,9%); y electrodomésticos, muebles, uso doméstico y aseo hogar (29,0%).

Por su parte, el grupo que registró reducción en sus ventas en el período de referencia fue farmacéuticos, cosméticos y aseo personal con una disminución de 2,3%.

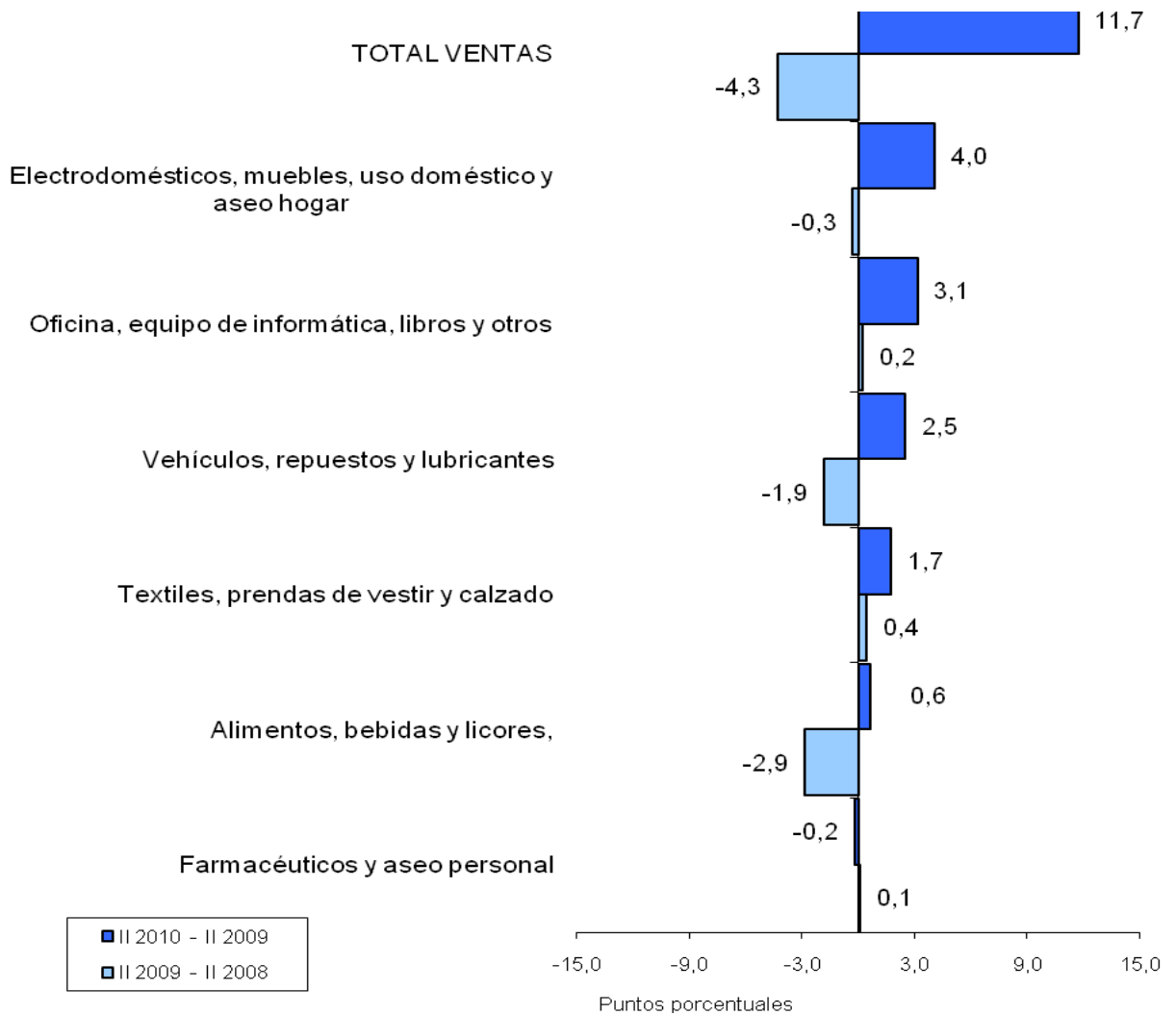
Gráfica 6
Variación anual de las ventas reales, según grupo de mercancías
II 2010 /II 2009



Fuente: DANE - MTCB

En términos de contribución a la variación total de las ventas en el trimestre, los mayores aportes al resultado del trimestre (11,7%), los realizaron: electrodomésticos, muebles, uso doméstico y aseo hogar; oficina, equipo de informática, libros y otros; y vehículos, repuestos y lubricantes, con un aporte de 9,6 puntos porcentuales a la variación total.

Gráfica 7
Contribución anual a las ventas reales, según grupo de mercancías
II 2010/II 2009

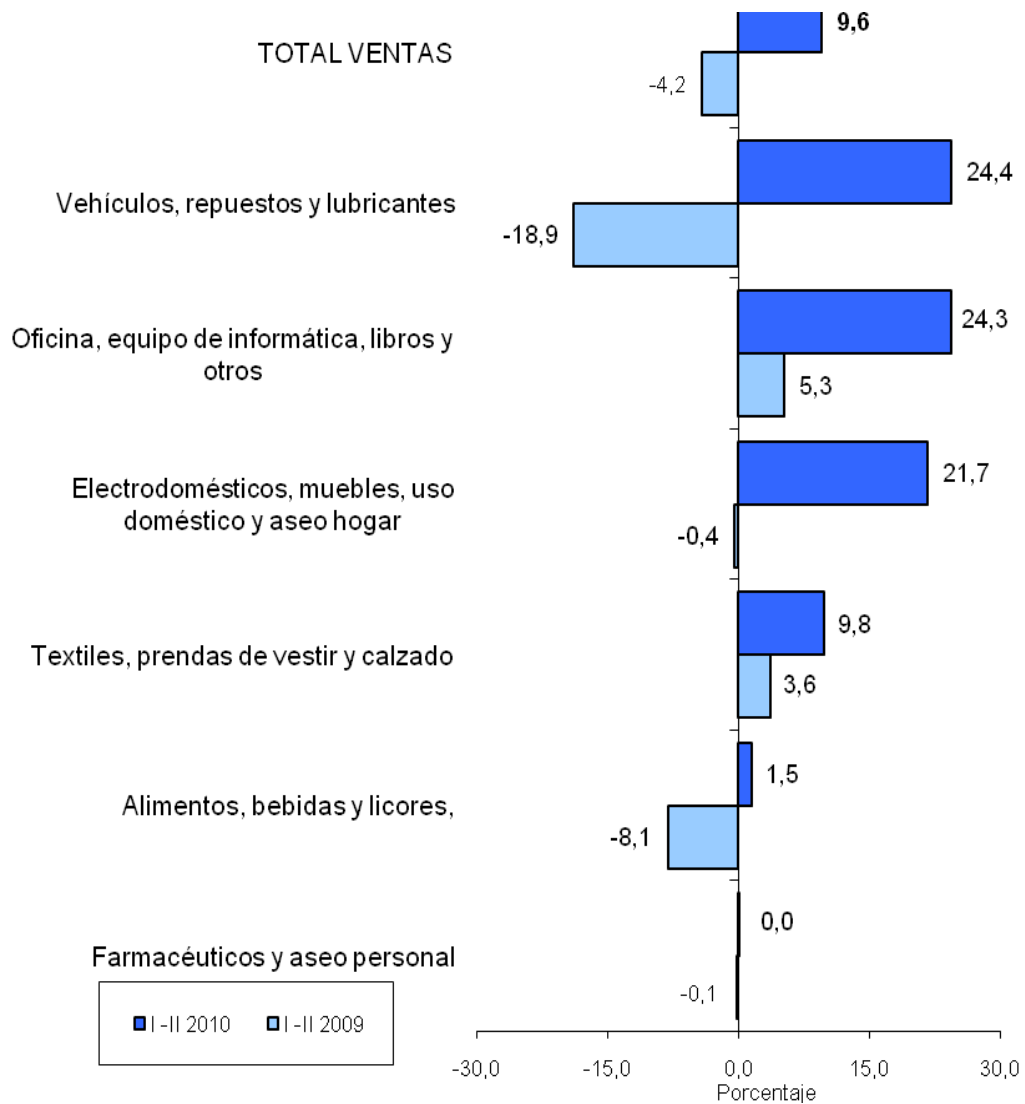


Fuente: DANE - MTCB

2.1.2 Variación año corrido (I-II 2010 / I-II 2009)

En el primer semestre de 2010, cinco grupos de mercancías presentaron aumentos en sus ventas, entre los que se destacan: vehículos, repuestos y lubricantes (24,4%); oficina, equipo de informática, libros y otros (24,3%); y electrodomésticos, muebles, uso doméstico y aseo hogar (21,7%).

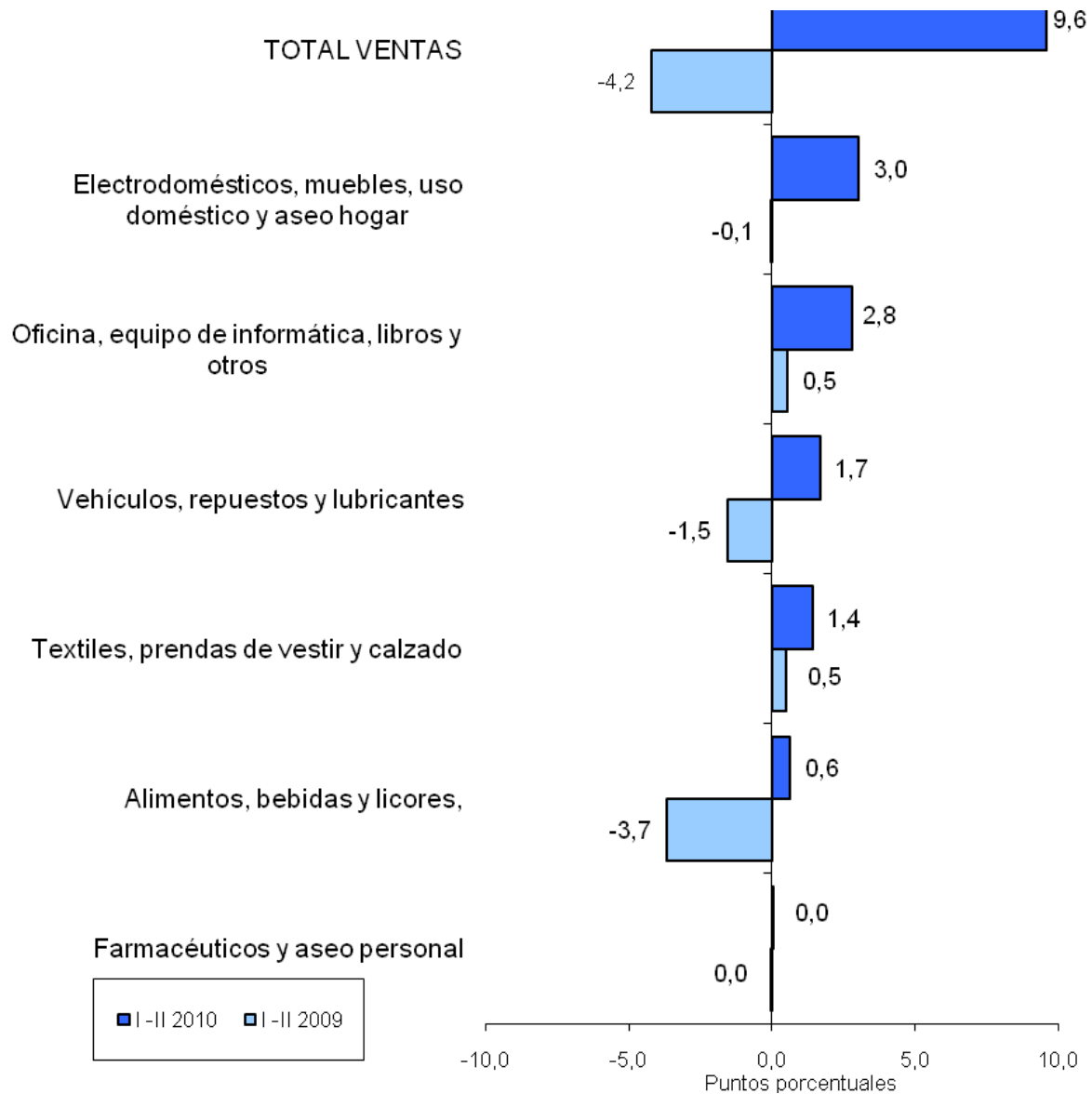
Gráfica 8
Variación año corrido de las ventas reales, según grupo de mercancías
I-II 2010/I-II 2009



Fuente: DANE - MTCB

En el resultado del semestre (9,6%), los mayores aportes estuvieron a cargo de los grupos de: electrodomésticos, muebles, uso doméstico y aseo hogar; oficina, equipo de informática, libros y otros; y vehículos, repuestos y lubricantes; en conjunto, estos tres grupos contribuyeron con 7,5 puntos porcentuales a la variación total.

Gráfica 9
Contribución a la variación año corrido a las ventas reales, según grupo de mercancías
I-II 2010/I-II 2009

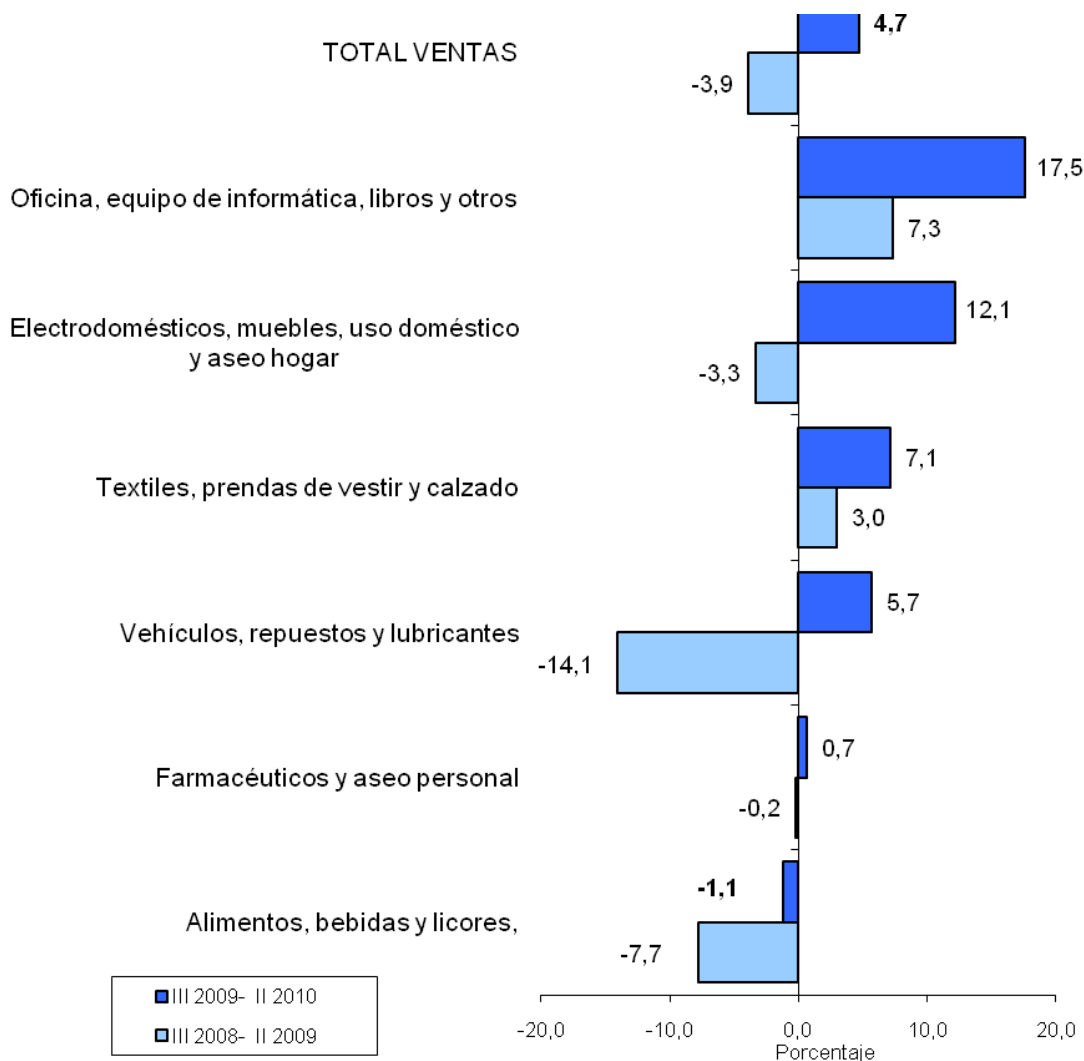


Fuente: DANE - MTCB

2.1.3 Variación doce meses - (II 2010 – III 2009 / II 2009 – III 2008)

De los grupos de productos que experimentaron una expansión en sus ventas en los últimos doce meses hasta junio de 2010, cuatro grupos de mercancía registraron incrementos con tasas superiores a la del promedio del comercio capitalino (4,7%). En contraste, alimentos, bebidas y licores presentó una disminución de 1,1%.

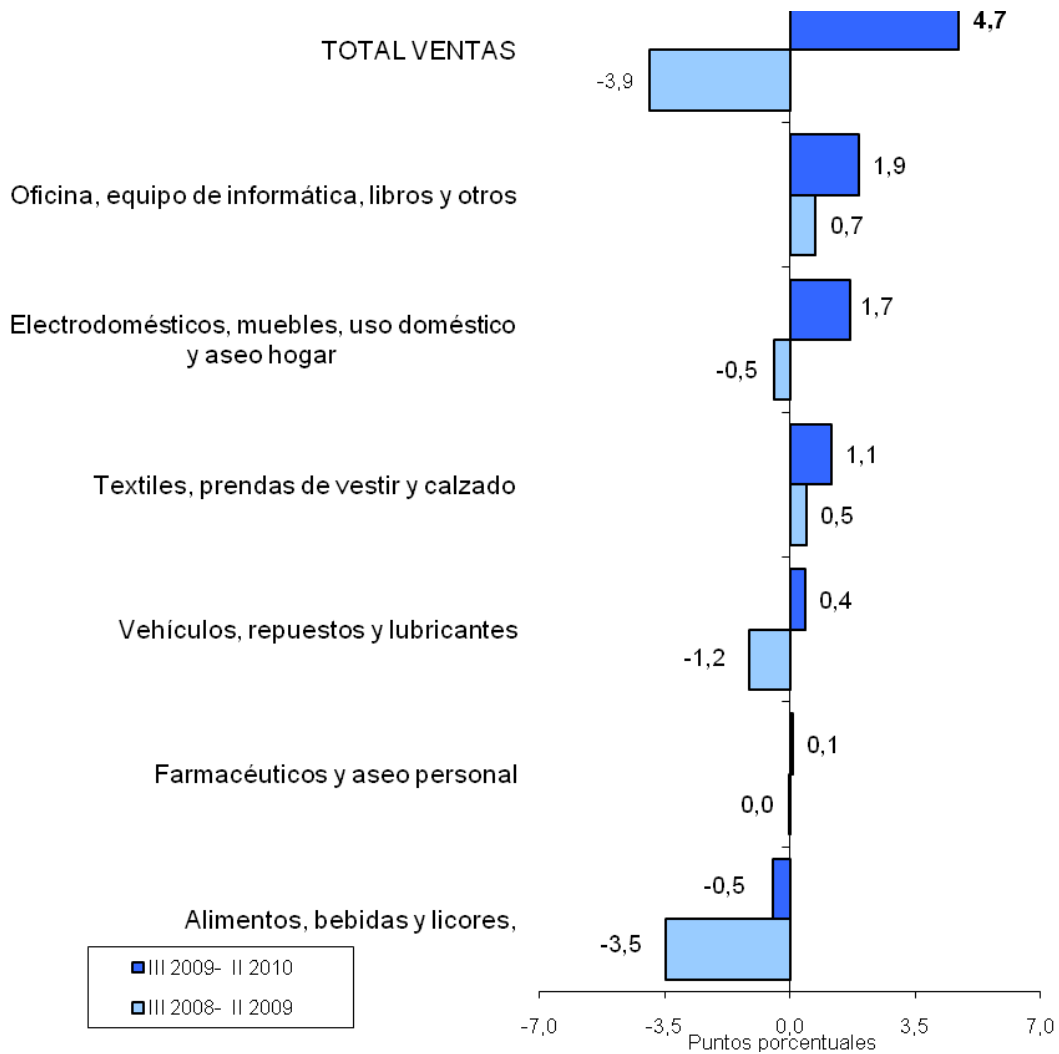
Gráfica 10
Variación doce meses de las ventas reales, según grupo de mercancías
III 2009 – II 2010/III 2008 – II 2009



Fuente: DANE - MTCB

En los últimos doce meses hasta junio de 2010, los mayores aportes al resultado del período (4,7%) estuvieron a cargo de: oficina, equipo de informática, libros y otros; y electrodomésticos, muebles, uso doméstico y aseo hogar, con un aporte de 3,6 puntos porcentuales a la variación total de las ventas del período.

Gráfica 11
Contribución doce meses a las ventas reales, según grupo de mercancías
III 2009 – II 2010/III 2008 – II 2009



Fuente: DANE - MTCB

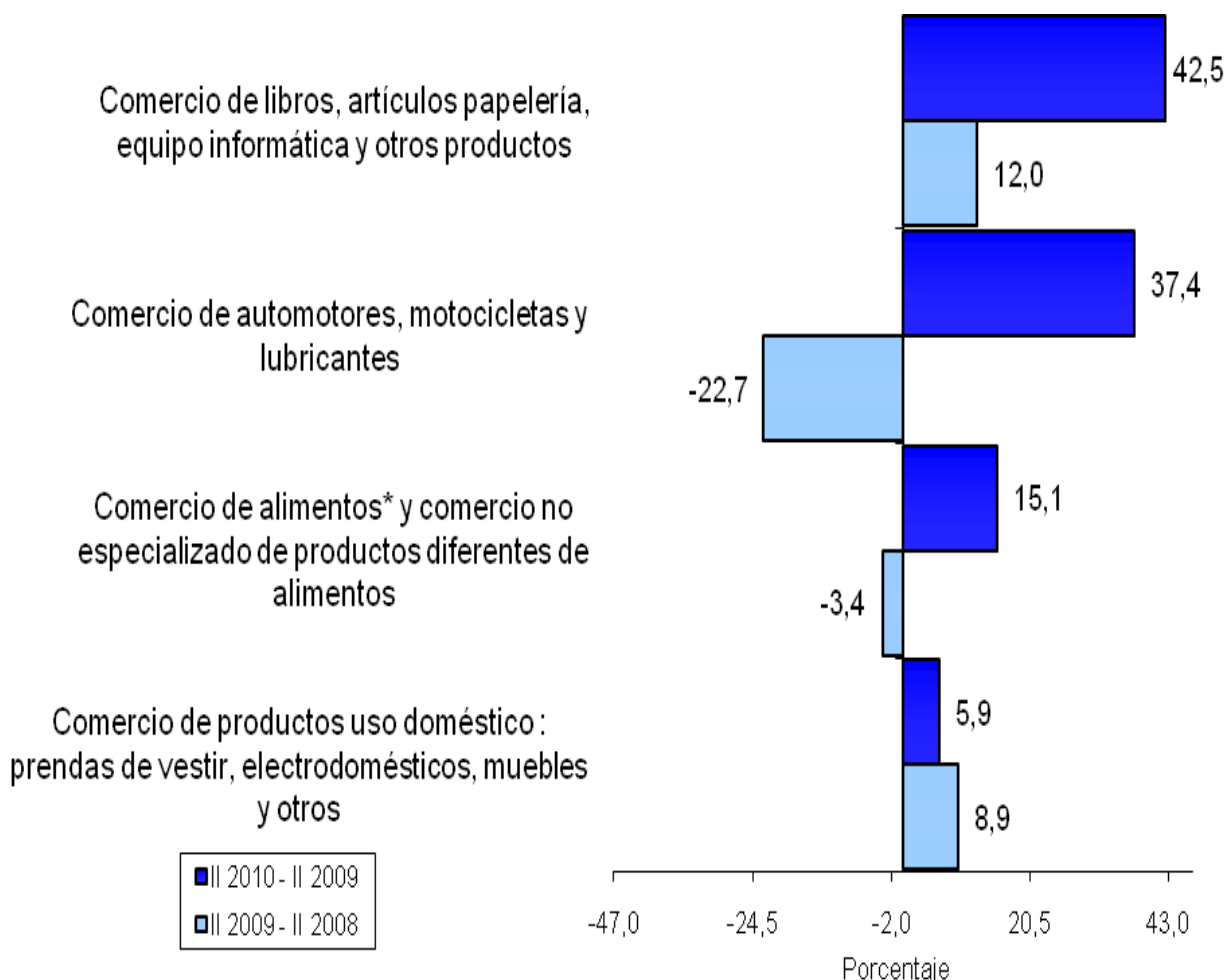
2.2 Actividad comercial CIU Rev. 3 A.C

2.2.1 Variación anual (II 2010/ II 2009)

Las cuatro actividades económicas CIU Rev.3 representadas en la muestra, registraron incrementos en sus ventas para el segundo trimestre de 2010; estos resultados significaron un cambio de tendencia para las actividades de comercio de automotores, motocicletas y lubricantes; y comercio de alimentos y comercio no especializado de productos diferentes de alimentos.

Gráfica 12

**Variación anual de las ventas reales, según actividad comercial CIU Rev. 3 A.C
II 2010/II 2009**



Fuente: DANE - MTCB

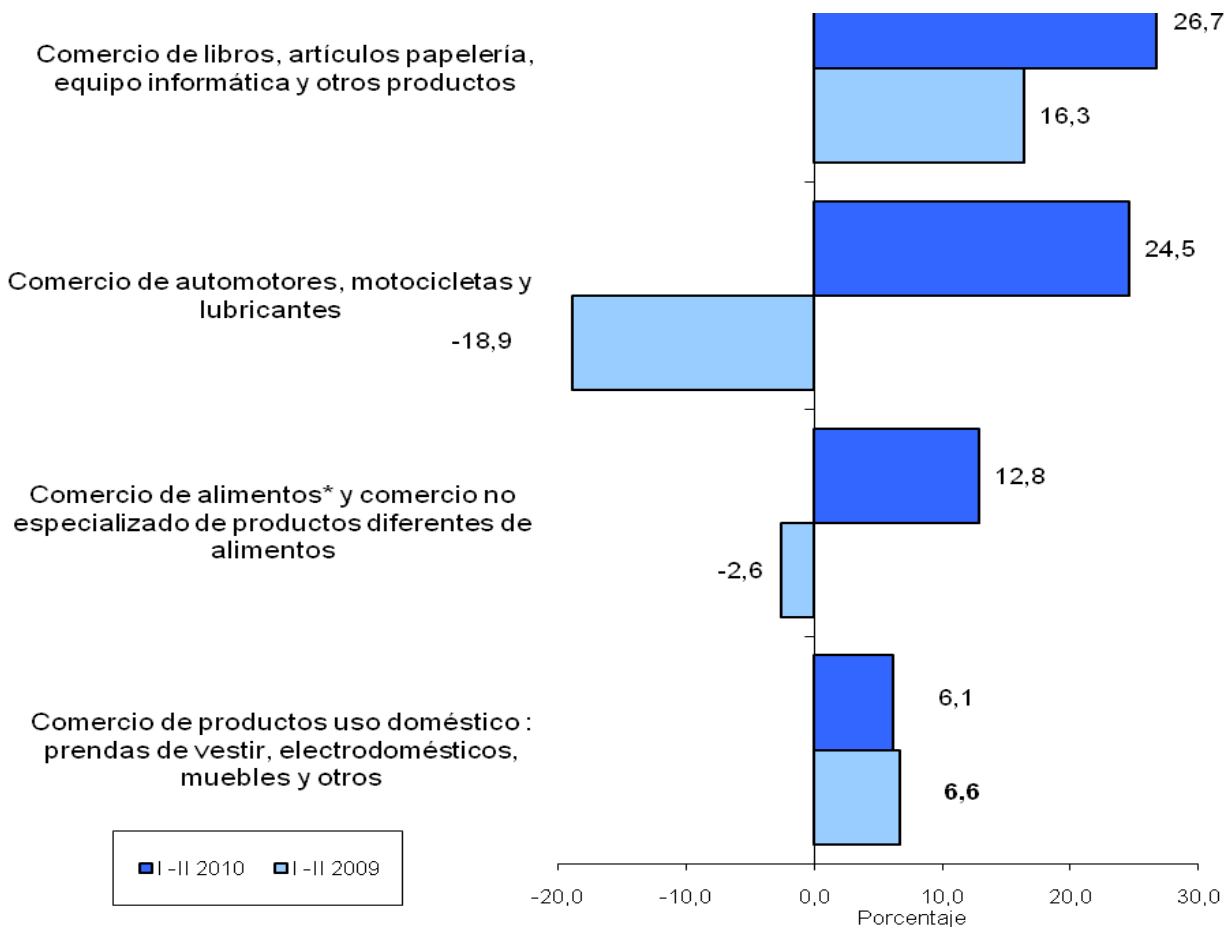
* El comercio de alimentos incluye el comercio especializado y no especializado de este tipo de productos

2.2.2 Variación año corrido (I-II 2010/I-II 2009)

En lo transcurrido del año hasta junio de 2010, el comercio minorista de la ciudad de Bogotá presentó incrementos en las ventas de las cuatro actividades investigadas. De éstas, presentaron variaciones superiores a las del promedio total de ventas de la ciudad (16,0%) el comercio de libros, artículos papelería, equipo informática y otros productos (26,7%); y comercio de automotores, motocicletas y lubricantes (24,5%).

Gráfica 13

Variación año corrido de las ventas reales, según actividad comercial CIU Rev. 3 A.C I-II 2010/I-II 2009

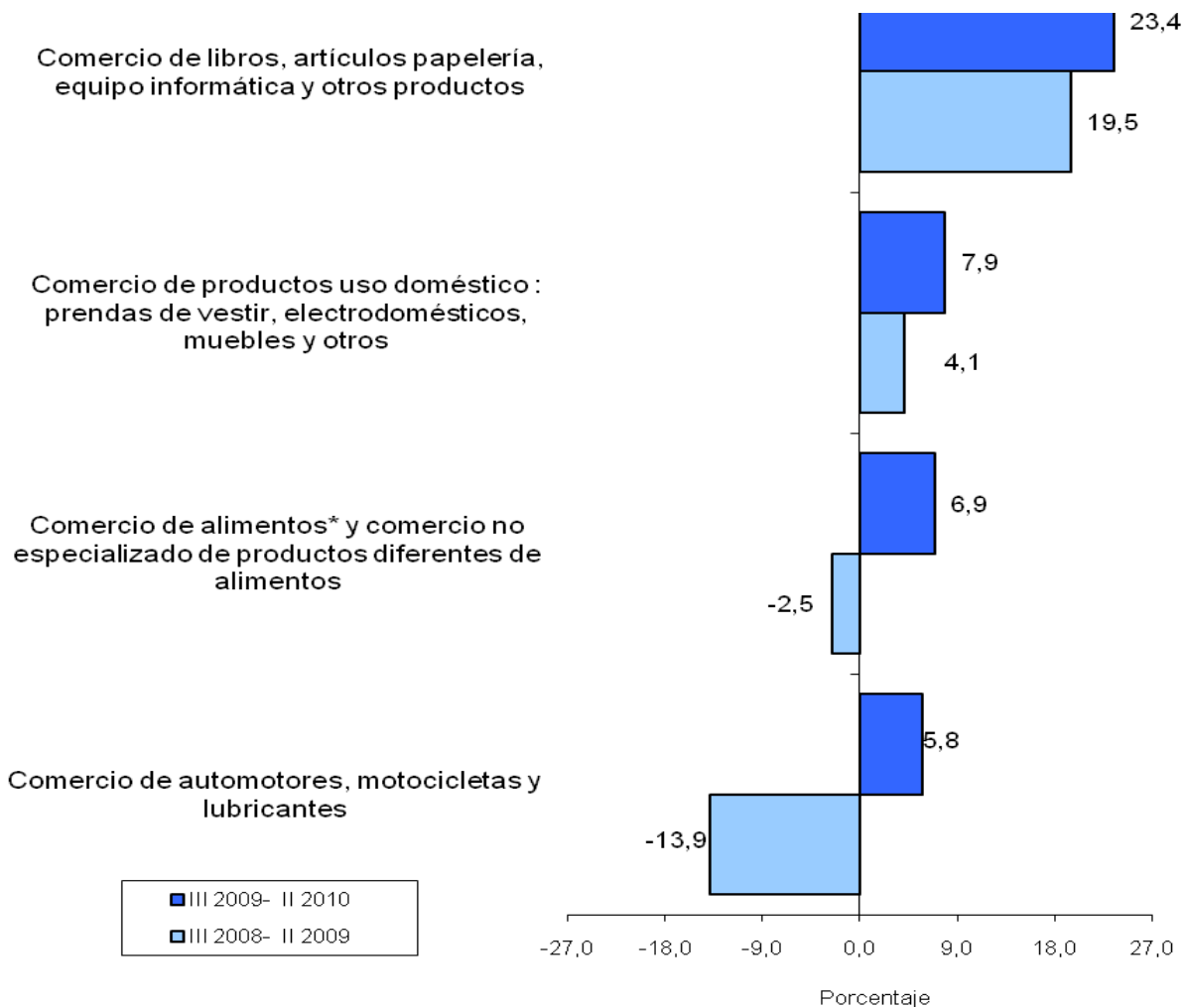


Fuente: DANE - MTCB

2.2.3 Variación doce meses (II 2010 – III 2009/ II 2009 – III 2008)

En los últimos doce meses hasta junio de 2010, el comercio minorista de la ciudad de Bogotá presentó variaciones positivas en las cuatro actividades observadas.

Gráfica 14
Variación doce meses de las ventas reales, según actividad comercial CIIU Rev. 3 A.C
III 2009- II 2010/ III 2008- II 2009



Fuente: DANE - MTCB

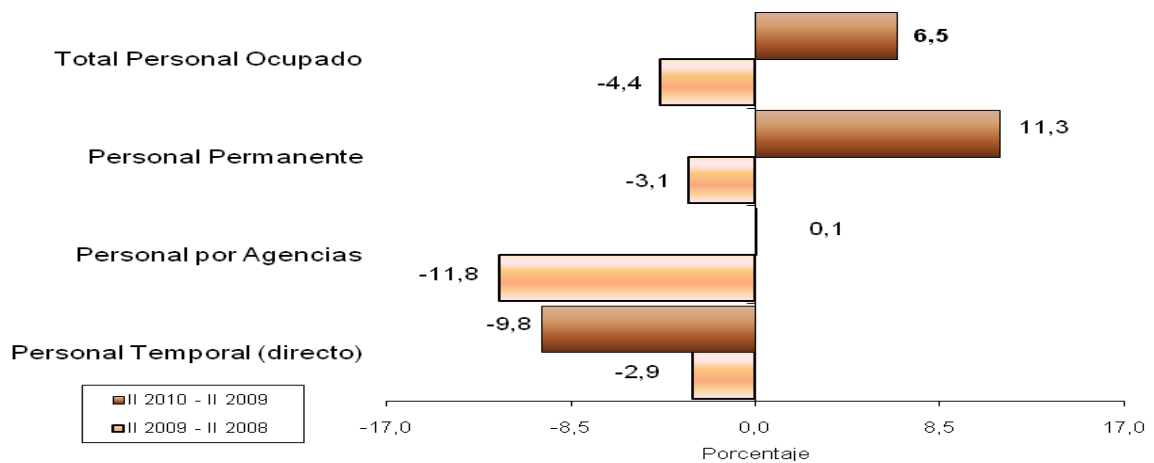
* El comercio de alimentos incluye el comercio especializado y no especializado de este tipo de productos

3. COMPORTAMIENTO DEL PERSONAL OCUPADO

3.1 Variación anual (II 2010 / II 2009)

Durante el segundo trimestre de 2010, el personal ocupado asociado al comercio minorista de Bogotá registró un crecimiento de 6,5% como consecuencia del incremento presentado en el personal permanente (11,3%), el cual logró contrarrestar gran parte del efecto negativo ocasionado por la disminución en la contratación de personal temporal (-9.8%).

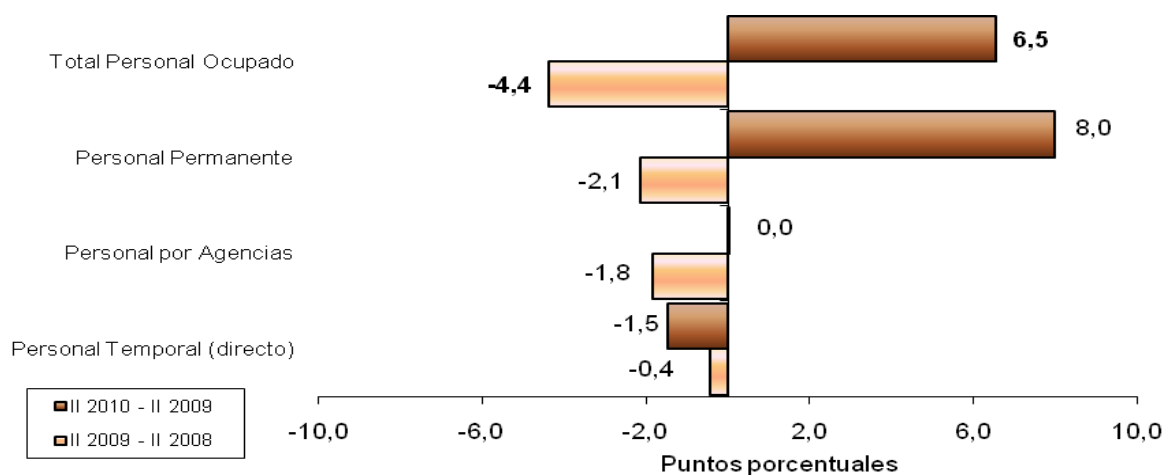
Gráfica 15
Variación anual del personal ocupado, según tipo de contratación.
II 2010/II 2009



Fuente: DANE - MTCB

En el segundo trimestre de 2010, el personal permanente presentó la mayor contribución (8 puntos porcentuales) a la variación total del personal ocupado (6,5%). Este comportamiento contrasta con el registrado en el segundo trimestre de 2009, cuando aportó 2,1 puntos porcentuales negativos a la variación total de la ocupación.

Gráfica 16
Contribución a la variación anual del personal ocupado, según tipo de contratación
II 2010/II 2009

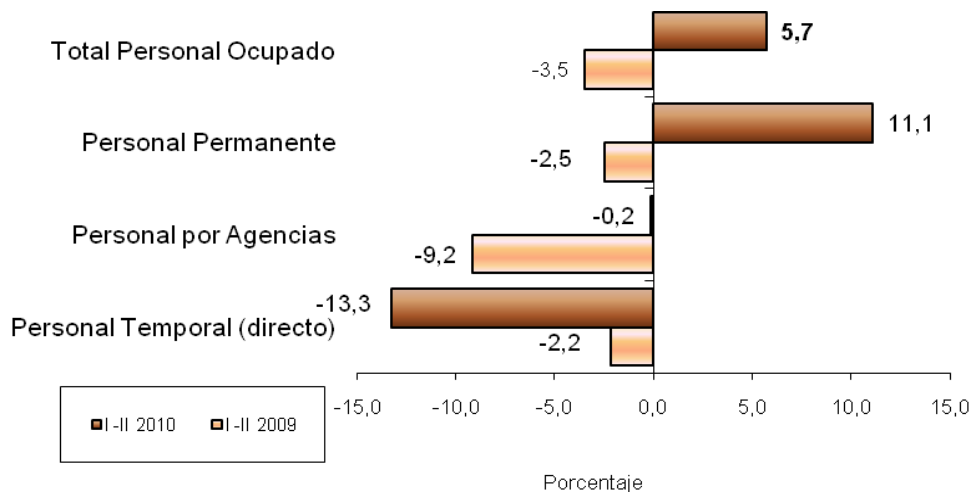


Fuente: DANE - MTCB

3.2 Variación año corrido del personal ocupado I-II 2010/ I-II 2009

En lo corrido del año hasta junio de 2010, el personal ocupado asociado al comercio minorista de Bogotá creció 5,7% con respecto al mismo período de 2009, como consecuencia, principalmente, del aumento de personal permanente (11,1%) que fue la única categoría que presentó comportamiento positivo.

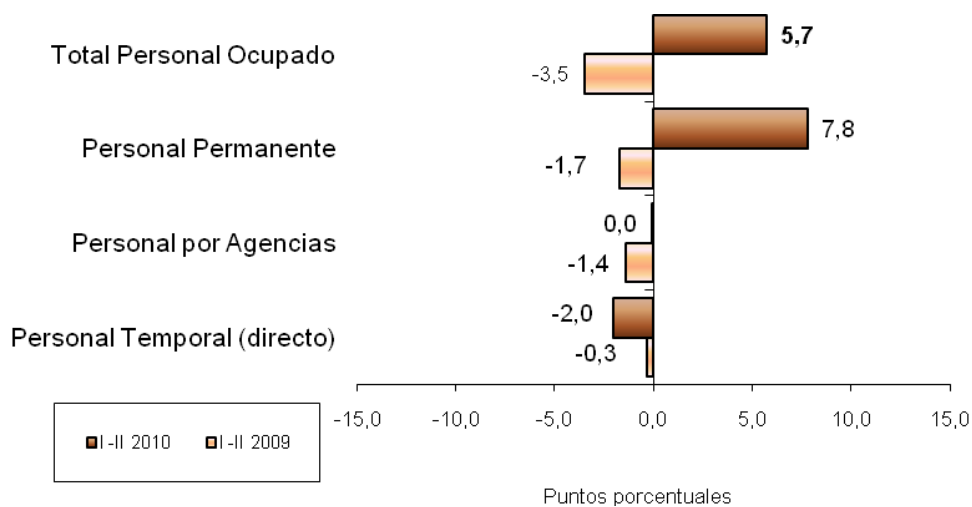
Gráfica 17
Variación año corrido del personal ocupado, según tipo de contratación.
I-II 2010/I-II 2009



Fuente: DANE - MTCB

En lo corrido del año 2010, la modalidad de contratación que tuvo mayor incidencia en el total del personal ocupado en el comercio minorista de la ciudad de Bogotá (5,7%) fue el personal permanente cuyo aporte fue 7,8 puntos porcentuales.

Gráfica 18
Contribución a la variación año corrido del personal ocupado, según tipo de contratación
I-II 2009/I-II 2008

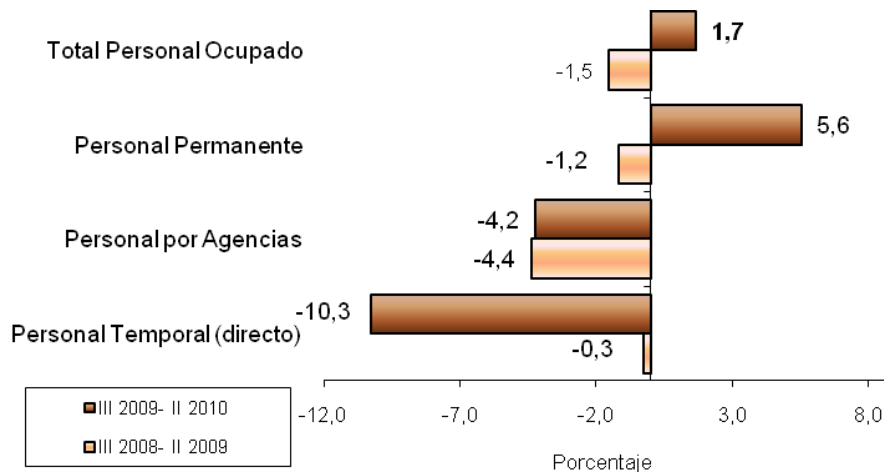


Fuente: DANE - MTCB

3.3 Variación doce meses del personal ocupado III 2009- II 2010 / III 2008 – II 2009

En los últimos cuatro trimestres hasta el segundo trimestre de 2010, la contratación del personal ocupado se incrementó 1,7%, como resultado del comportamiento del personal permanente (5,6%) que logró contrarrestar las variaciones negativas de las otras categorías de contratación.

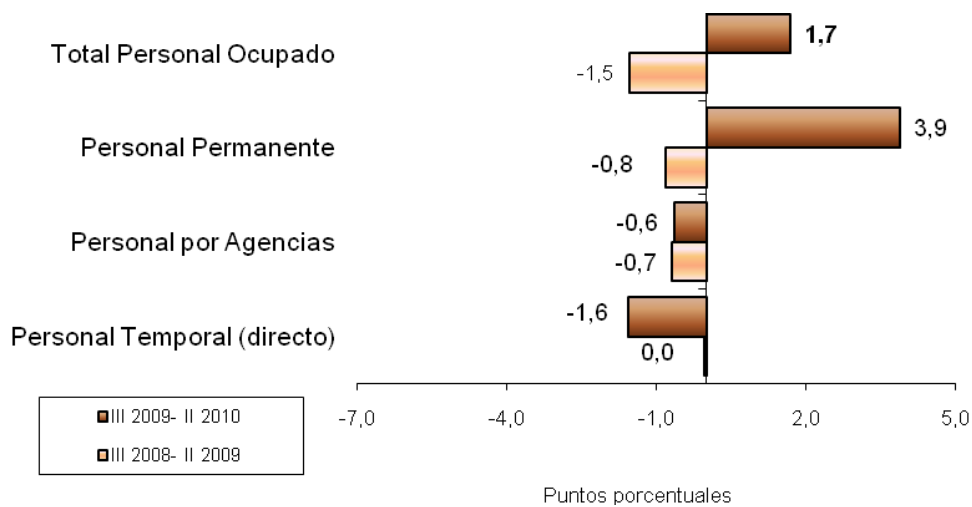
Gráfica 19
Variación doce meses del personal ocupado, según tipo de contratación.
III 2009 - II 2010 / III 2008 – II 2009



Fuente: DANE - MTCB

En los últimos doce meses, la modalidad de contratación que tuvo mayor incidencia en la expansión de la ocupación laboral del comercio minorista de la ciudad de Bogotá fue el personal permanente cuyo aporte fue de 3,9 puntos porcentuales a la variación total de la ocupación.

Gráfica 20
Contribución a la variación doce meses del personal ocupado, según tipo de contratación
III 2009 - II 2010 / III 2008 – II 2009



Fuente: DANE - MTCB

FICHA METODOLÓGICA MTCB

1. **OBJETIVO GENERAL:** Medir el comportamiento de la actividad comercial minorista en la ciudad de Bogotá, 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 TEMÁTICO:** Se determina el tamaño de la Muestra Trimestral de Comercio al por menor de Bogotá (MTCB) por medio de simulación y de información auxiliar, en la cual se fija un coeficiente de variación (CV) y a partir de éste, se halla el tamaño de muestra despejando n de la fórmula de la varianza del estimador según el diseño.
3. **UNIDAD ESTADÍSTICA DE OBSERVACIÓN, MUESTREO E INFORMACIÓN:** La unidad local definida como el conjunto de establecimientos ubicados en la ciudad de Bogotá.
4. **TAMAÑO DE MUESTRA:** 314 Unidades locales que corresponden a 1075 establecimientos aproximadamente.
5. **UNIDAD INFORMANTE:** La gerencia general
6. **TIPO DE INVESTIGACIÓN:** Encuesta por muestreo probabilístico, estratificado por actividad comercial
7. **PERIODICIDAD:** Trimestral, se cuenta con información a partir del primer trimestre de 2004.
8. **COBERTURA GEOGRÁFICA :** Bogotá