

MUESTRA MENSUAL DE COMERCIO AL POR MENOR Noviembre de 2009



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. Empleo
 - 2.1 Variación anual
 - 2.2 Variación año corrido
 - 2.3 Variación doce meses

Ficha metodológica

Resumen

- En el mes de noviembre de 2009, las ventas del comercio minorista aumentaron 2,0% y el empleo disminuyó 3,1%, con relación al mismo mes de 2008.
- Durante este período, las líneas de mercancías que presentaron los mayores crecimientos en sus ventas, fueron: otras mercancías (27,2%); ferretería, vidrios y pinturas (13,1%); y equipo de informática y hogar (12,3%). En contraste, las mayores reducciones se registraron en licores y cigarrillos (-12,4%); repuestos y accesorios para vehículos (-7,2%) y alimentos y bebidas no alcohólicas (-6,5%).
- En lo corrido del año 2009, las ventas del comercio minorista presentaron una variación de -3,4%; el empleo registró una reducción de 2,9%.
- Durante los últimos 12 meses hasta noviembre de 2009, las ventas reales presentaron una disminución de 3,4%, comparadas con el año inmediatamente anterior. Se destacan las variaciones negativas de las ventas minoristas de vehículos automotores y motocicletas (-18,7%); lubricantes para vehículos (-5,0%); y repuestos y accesorios para vehículos (-4,5%).
- En este mismo período, el empleo presentó una variación negativa de 2,7%, debido a la reducción en el personal temporal contratado a través de empresas y en el personal temporal directo, con aportes de -1,7 y -0,6 puntos porcentuales respectivamente.

Director

Héctor Maldonado Gómez

Subdirector

Carlos Eduardo Sepúlveda Rico

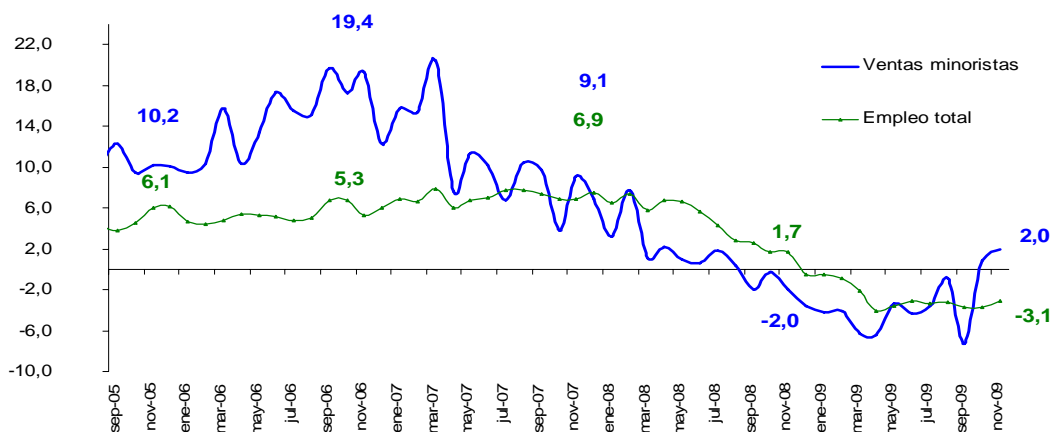
Director de Metodología y Producción Estadística

Eduardo Efraín Freire Delgado

1. Evolución general de las principales variables. Total nacional noviembre 2009

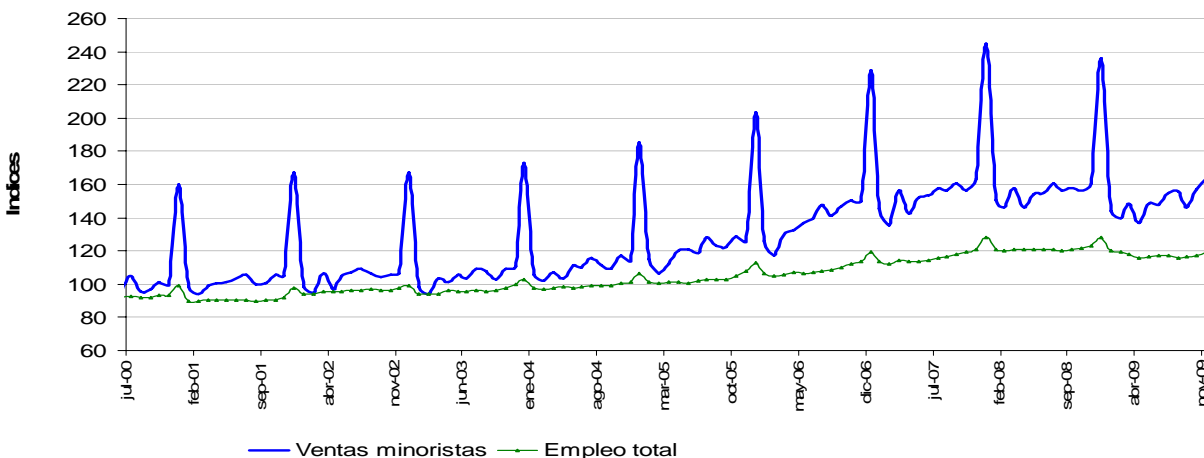
En noviembre de 2009, las ventas reales del comercio minorista aumentaron 2,0% y el empleo disminuyó 3,1%, con respecto al mismo mes del año 2008. En noviembre de 2008, las ventas habían reportado una reducción de 2,0% y el empleo había aumentado 1,7%.

Gráfico 1
Variación anual de las ventas reales y empleo
Total nacional
2005 – 2009 (noviembre)



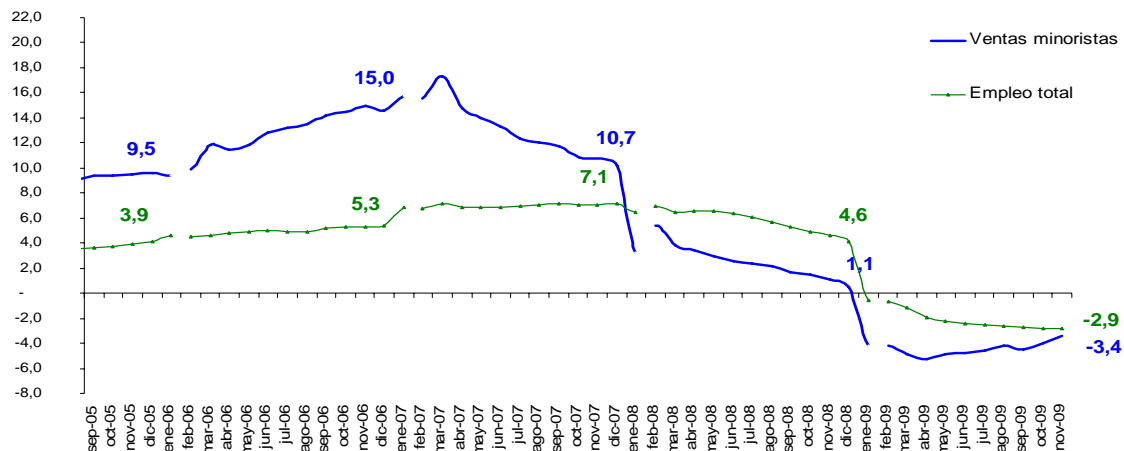
Fuente DANE – MMCM

Gráfico 2
Índices mensuales de ventas reales y empleo
Total nacional
Índice base: promedio año 1999 = 100
2000 – 2009 (Noviembre)



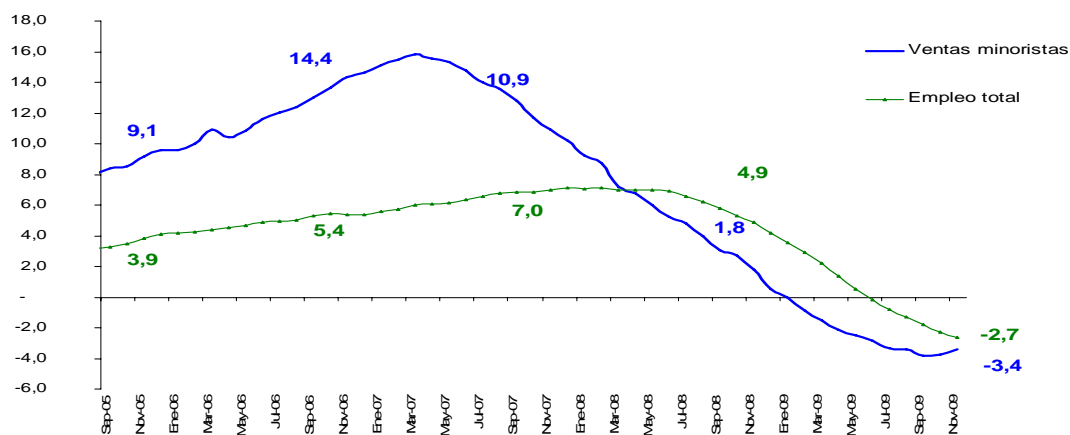
Fuente DANE – MMCM

Gráfico 3
Variación año corrido de las ventas reales y empleo
Total nacional
2005 – 2009 (noviembre)



Fuente DANE – MMCM

Gráfico 4
Variación doce meses de las ventas reales y el empleo
Total nacional
2005 – 2009 (noviembre)



Fuente DANE – MMCM

Tabla 1.
Resumen del comportamiento de las principales variables

Indicador	(Variación %)					
	Noviembre (anual)		Enero - Noviembre (año corrido)		Diciembre - Noviembre (doce meses)	
	2008	2009	2008	2009	2007 - 2008	2008 - 2009
Ventas	-2,0	2,0	1,1	-3,4	1,8	-3,4
Empleo	1,7	-3,1	4,6	-2,9	4,9	-2,7

Fuente DANE – MMCM

2. Ventas reales

2.1 Grupos de mercancías

2.1.1 Variación anual: noviembre (2009/2008)

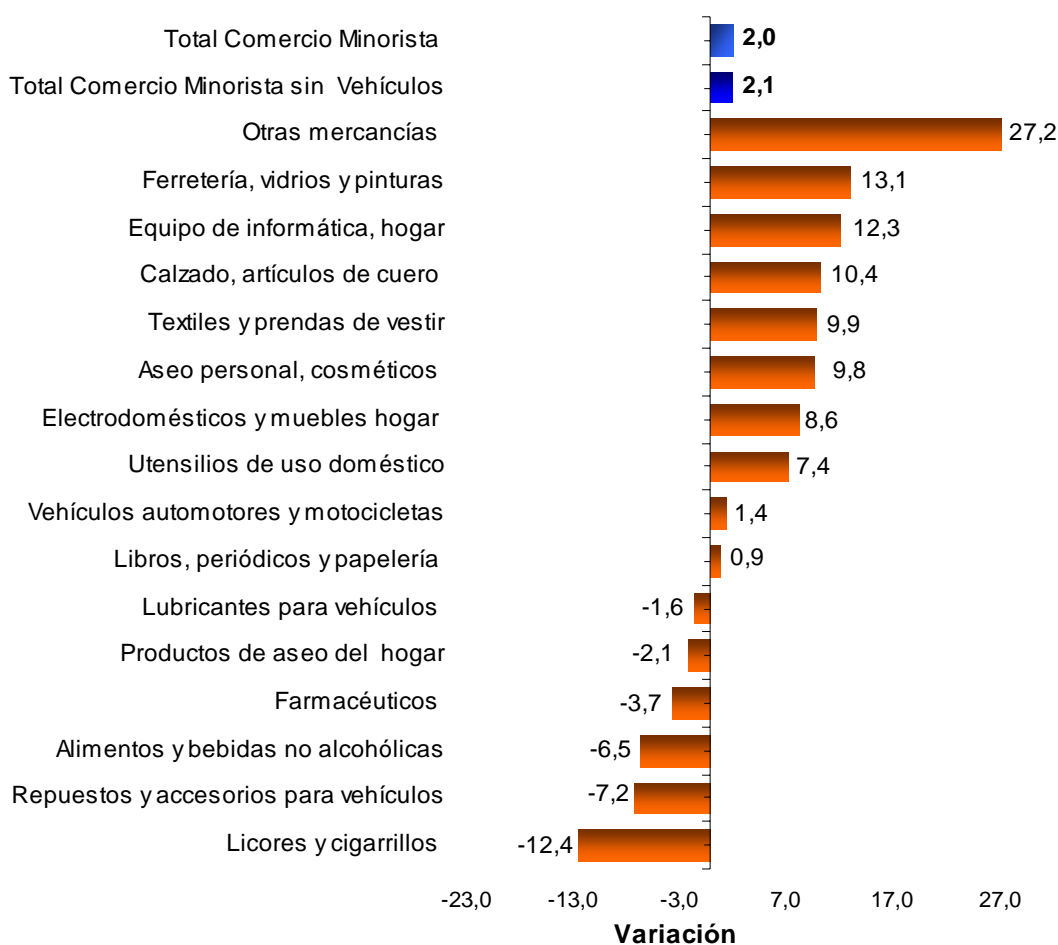
Durante el mes de noviembre de 2009, las ventas del comercio minorista crecieron 2,0% con respecto a las registradas en igual mes de 2008. Los grupos de mercancías que presentaron los mayores crecimientos, fueron: otras mercancías; ferretería, vidrios y pinturas; y equipo de informática y hogar. Por su parte, las mayores contracciones en las ventas se registraron en: licores y cigarrillos; repuestos y accesorios para vehículos; y alimentos y bebidas no alcohólicas.

Gráfico 5

Variación anual de las ventas reales

Total nacional

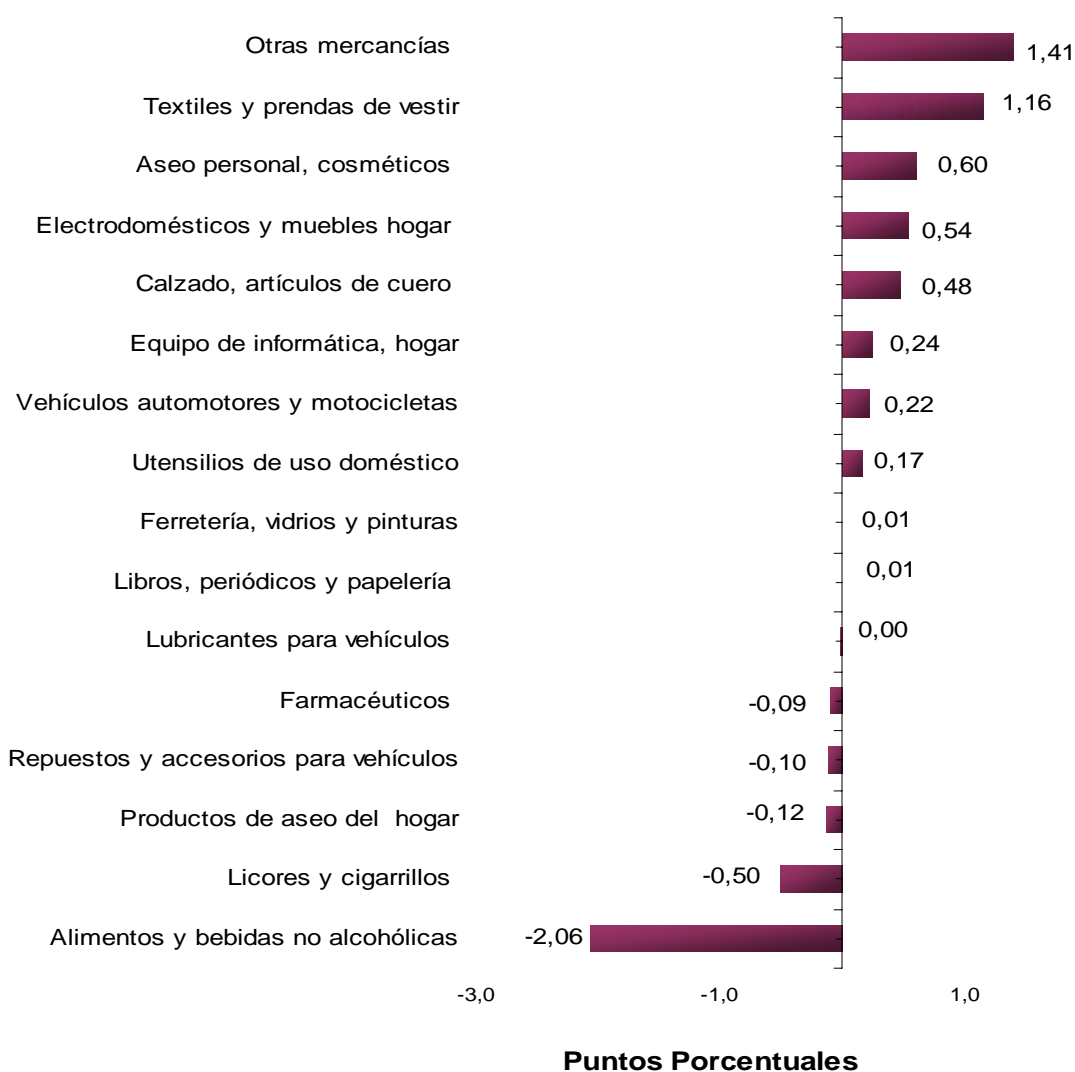
Noviembre (2009/2008)



Fuente DANE – MMCM

Las mayores contribuciones positivas a la variación total de las ventas en el mes, las realizaron las líneas de: otras mercancías; textiles y prendas de vestir; y aseo personal, cosméticos, cuyo aporte conjunto fue 3,2 puntos porcentuales a la variación total. Por su parte, los grupos que registraron las principales contribuciones negativas fueron: alimentos y bebidas no alcohólicas; y licores y cigarrillos, cuyo aporte conjunto fue -2,6 puntos porcentuales a la variación total.

Gráfico 6
Contribución anual a las ventas reales
Total nacional
Noviembre (2009/2008)

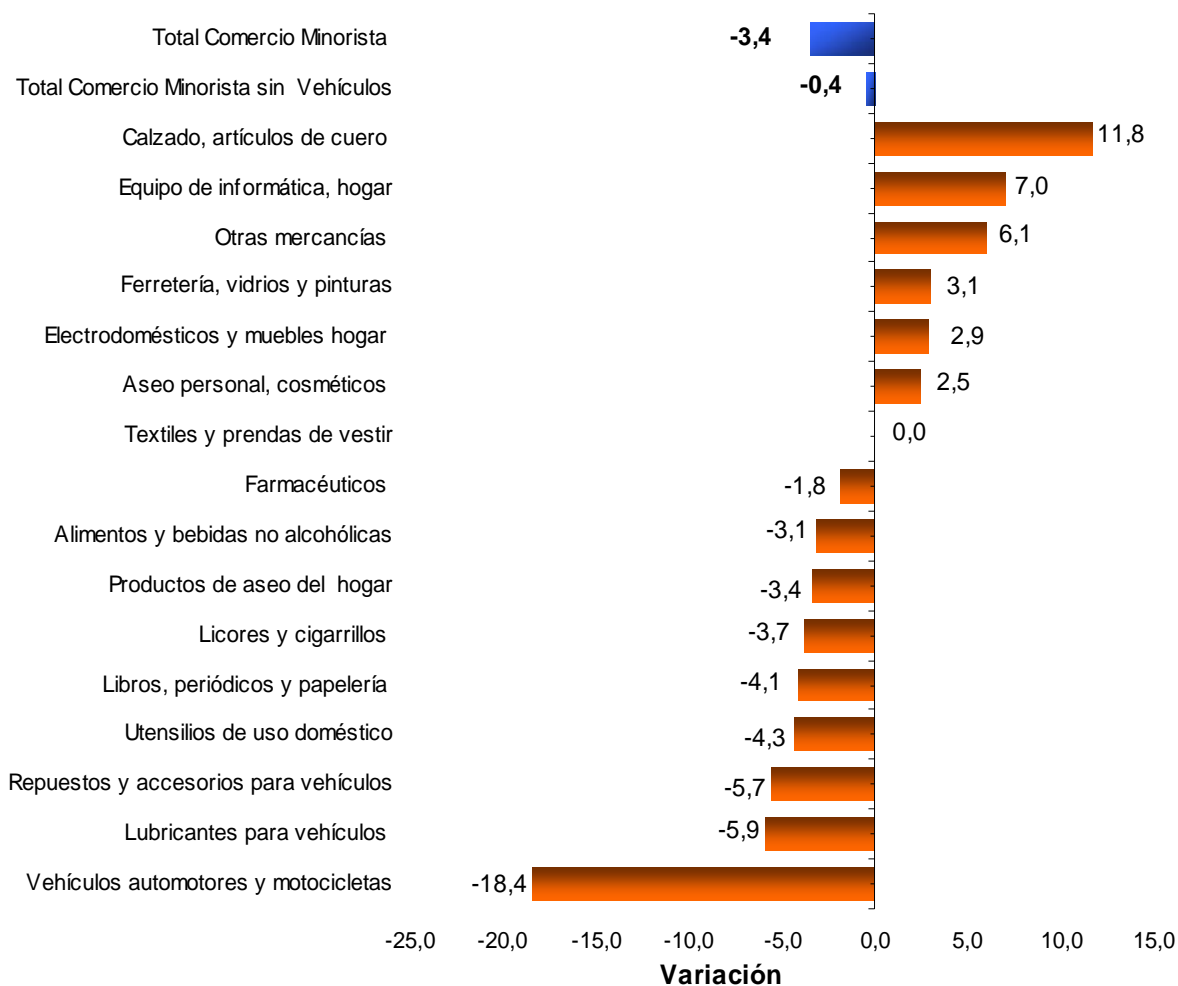


Fuente DANE – MMCM

2.1.2 Variación año corrido: enero – noviembre (2009/2008)

En lo corrido del año 2009, las ventas reales se redujeron 3,4% respecto al mismo período del año anterior. Nueve de dieciseis grupos de mercancías presentaron variaciones negativas, entre los cuales se destacan: vehículos automotores y motocicletas; lubricantes para vehículos; y repuestos y accesorios para vehículos. Por su parte, los grupos de mercancías que presentaron las mayores variaciones positivas, fueron: calzado, artículos de cuero; equipo de informática, hogar; y otras mercancías.

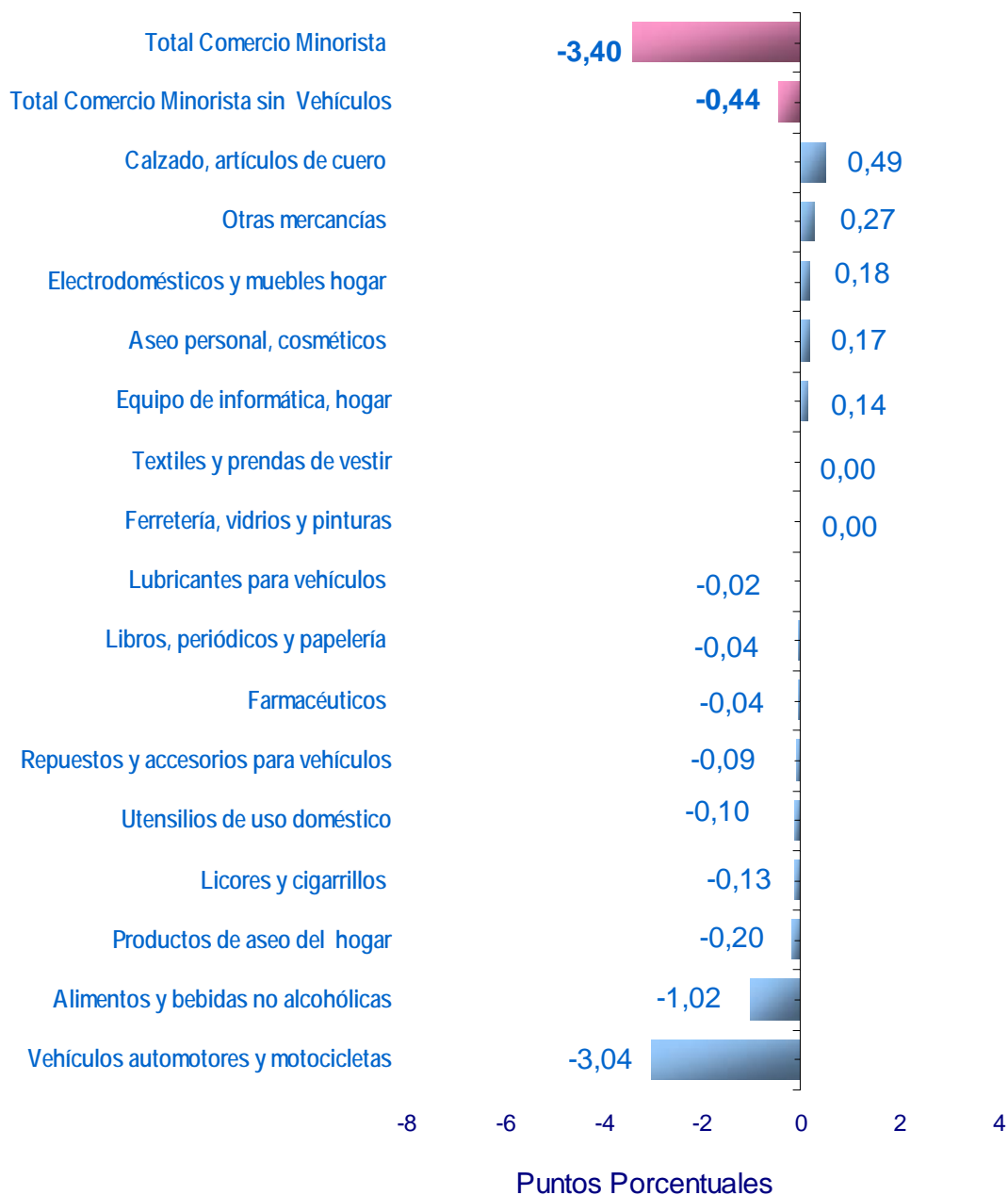
Gráfico 7
Variación año corrido de las ventas reales
Total nacional
Enero – noviembre (2009/2008)



Fuente DANE – MMCM

La principal explicación para el comportamiento de las ventas en lo corrido del año, fue la caída en las ventas de vehículos automotores y motocicletas que aportó -3,04 puntos porcentuales a la variación total. Esta disminución no alcanzó a ser contrarrestada por las contribuciones positivas de las ventas de calzado, artículos de cuero; otras mercancías; electrodomésticos y muebles hogar; y aseo personal, cosméticos; y equipo de informática, hogar que, en conjunto, aportaron 1,25 puntos porcentuales a la variación total.

Gráfico 8
Contribución año corrido a las ventas reales
Total nacional
Enero – noviembre (2009/2008)

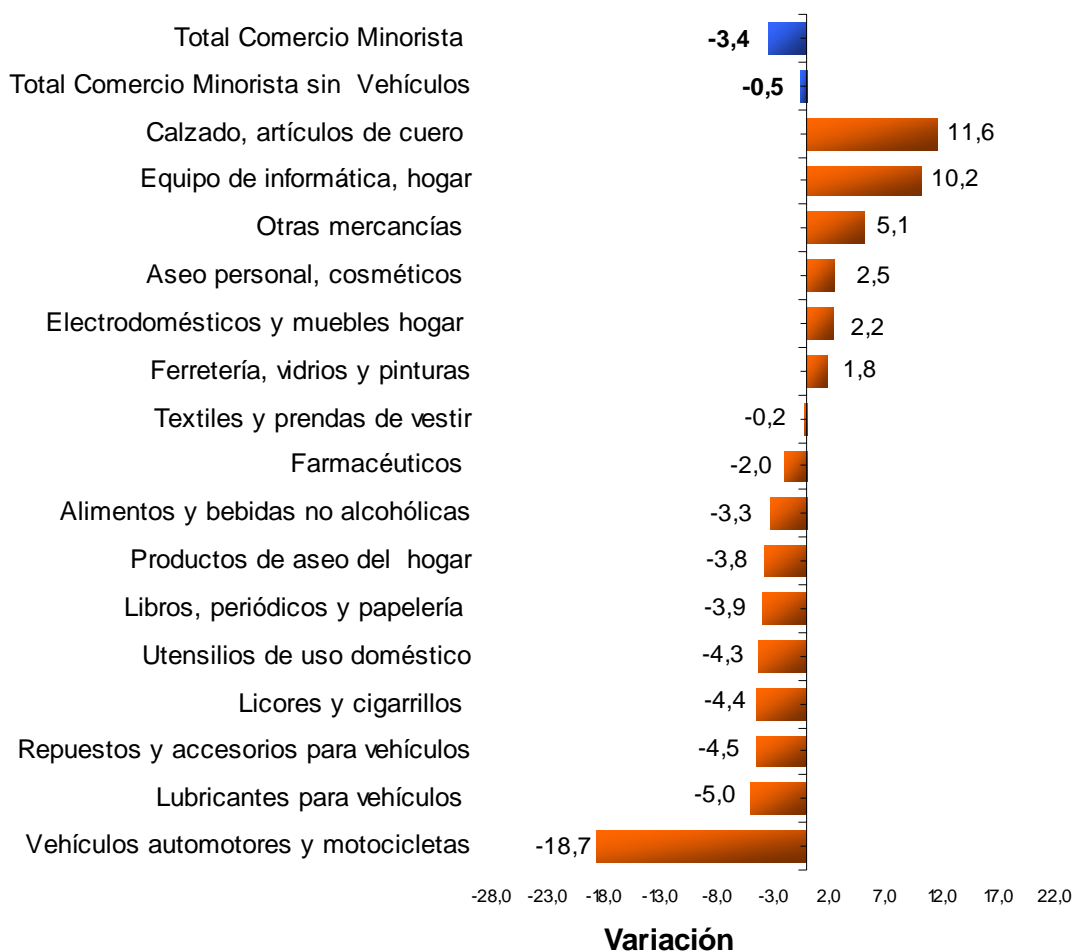


2.1.3 Variación doce meses: diciembre – noviembre (2009/2008)

Entre diciembre de 2008 y noviembre de 2009, las ventas reales del comercio minorista presentaron una disminución de 3,4% respecto al año inmediatamente anterior; las principales variaciones negativas se registraron en: vehículos automotores y motocicletas; lubricantes para vehículos; y repuestos y accesorios para vehículos.

Los grupos que presentaron las mayores variaciones positivas, fueron: calzado, artículos de cuero; equipo de informática, hogar; y otras mercancías.

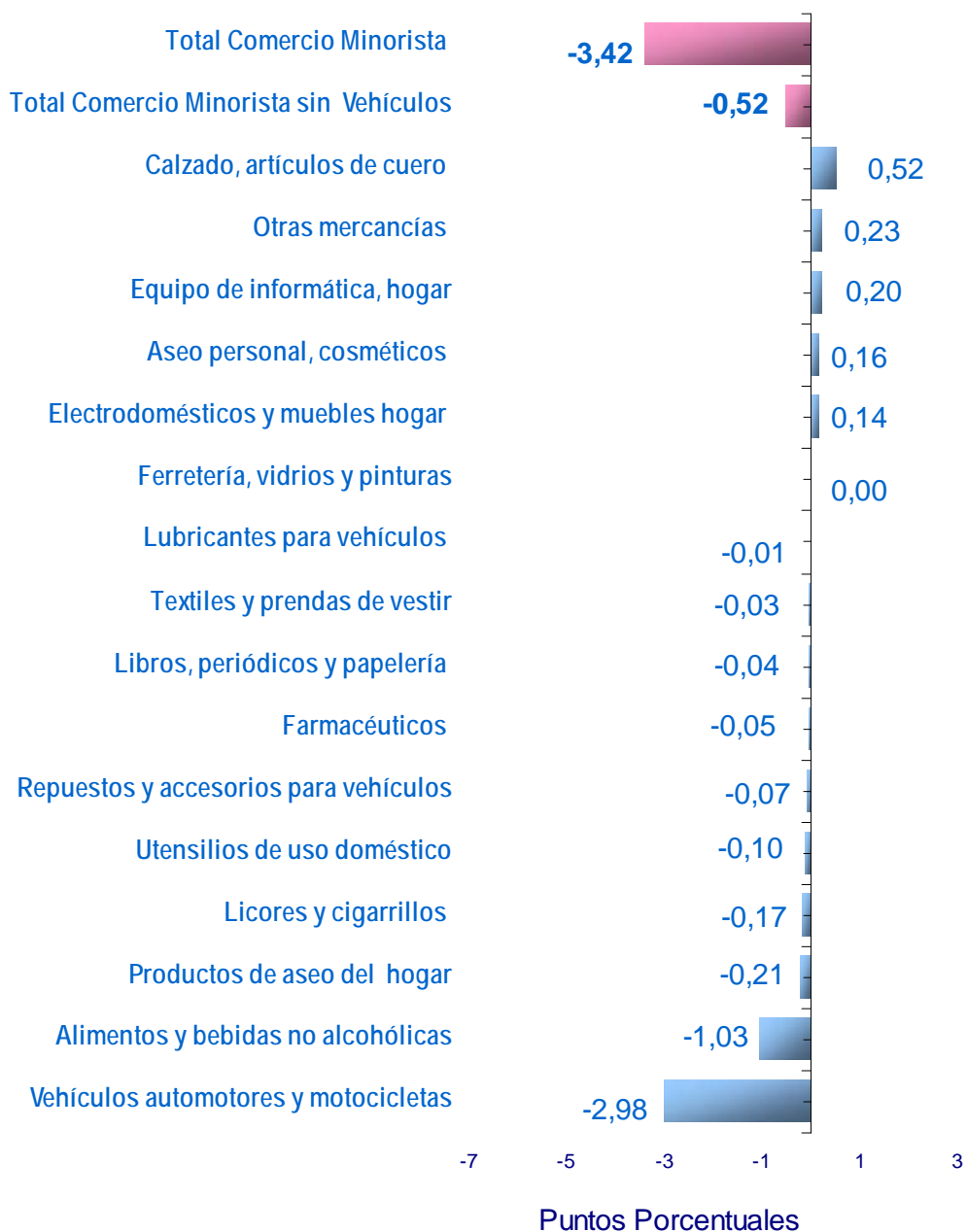
Gráfico 9
Variación doce meses de las ventas reales
Total nacional
Diciembre – noviembre (2009/2008)



Fuente DANE – MMCM

Vehículos automotores y motocicletas fue el grupo de mercancías que registró la mayor contribución negativa a la variación de las ventas en los últimos doce meses hasta noviembre (-2,98 puntos porcentuales).

Gráfico 10
Contribución doce meses a las ventas reales
Total nacional
Diciembre – noviembre (2009/2008)



Fuente DANE – MMCM

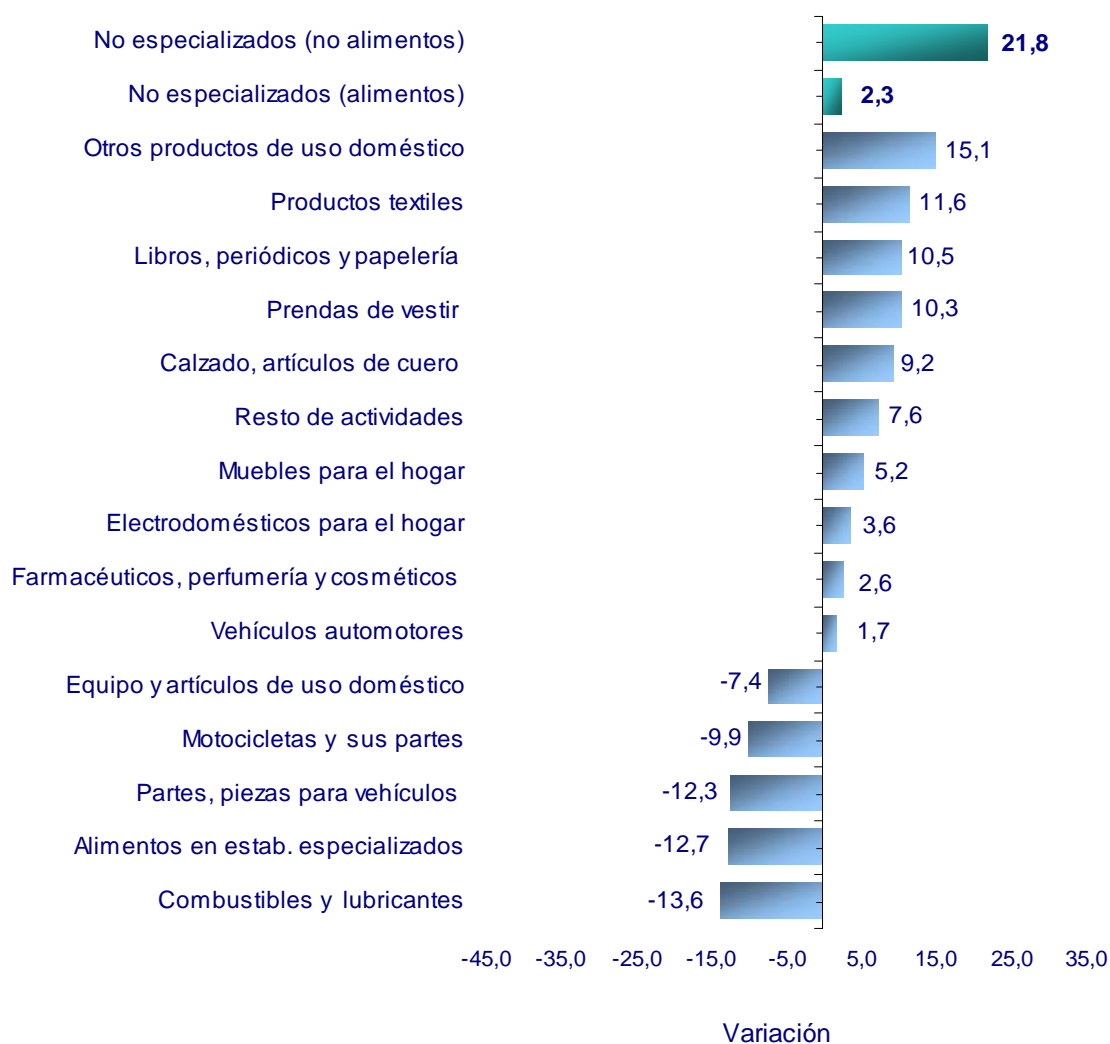
2.2 Actividad comercial CIU Rev. 3

2.2.1 Variación anual: noviembre (2009/2008)

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 noviembre de 2009 se destacaron los siguientes comportamientos: las mayores variaciones negativas en el comercio especializado se presentaron en las actividades de combustibles y lubricantes; alimentos; y, partes, piezas para vehículos. En contraste, los mayores incrementos se registraron en las ventas de otros productos de uso doméstico; productos textiles ; libros, periódicos y papelería; y prendas de vestir.

De otra parte, las empresas no especializadas con surtido principalmente de alimentos, presentaron un aumento anual en sus ventas reales de 2,3%; las no especializadas con surtido diferente de alimentos presentaron un incremento de 21,8%.

Gráfico 11
Variación anual de las ventas reales, según actividad comercial
Total nacional
Noviembre (2009/2008)



Fuente DANE – MMCM

2.2.2 Variación año corrido: enero - noviembre (2009/2008)

En lo corrido del año hasta noviembre de 2009, las principales variaciones negativas de las ventas reales en establecimientos especializados se registraron en las empresas comercializadoras de motocicletas y sus partes; vehículos automotores; y alimentos. En este mismo período, las empresas especializadas que mostraron incrementos de sus ventas fueron: libros, periódicos y papelería; calzado, artículos de cuero; y muebles para el hogar.

Por su parte, las empresas no especializadas con surtido principalmente de alimentos, presentaron una reducción en las ventas reales de 2,2%; en contraste, las no especializadas con surtido diferente de alimentos registraron un incremento de 17,7%.

Gráfico 12
Variación año corrido de las ventas reales
Total nacional
Enero – noviembre (2009/2008)



Fuente DANE – MMCM

2.2.3 Variación doce meses: diciembre – noviembre (2009/2008)

En los últimos doce meses hasta noviembre de 2009, las principales variaciones negativas de las ventas reales en establecimientos especializados se registraron en las empresas comercializadoras de vehículos automotores; motocicletas y sus partes; y alimentos. Durante este mismo período, las empresas especializadas que presentaron las principales variaciones positivas, fueron: libros, periódicos y papelería; calzado, artículos de cuero; y muebles para el hogar.

Por otra parte, las empresas no especializadas con surtido compuesto principalmente de alimentos, presentaron una reducción en sus ventas de 2,4% mientras que las no especializadas con surtido diferente de alimentos crecieron 16,9%.

Gráfico 13
Variación doce meses de las ventas reales
Total nacional
Diciembre - noviembre (2009/2008)



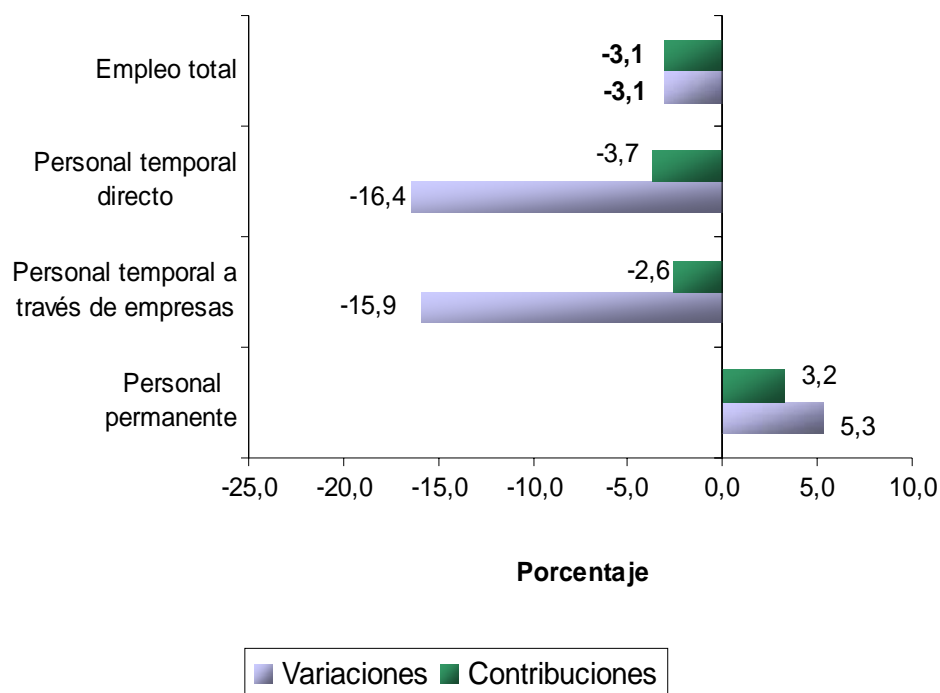
Fuente DANE – MMCM

3. Empleo

3.1 Variación anual: noviembre (2009/2008)

En noviembre de 2009, el empleo asociado al comercio minorista disminuyó 3,1%, respecto al mismo mes del año anterior. Este resultado se explica principalmente por el comportamiento del personal temporal directo y del personal temporal contratado a través de empresas, con aportes de -3,7 y -2,6 puntos porcentuales respectivamente a la variación total.

Gráfico 14
Variación y contribución anual del empleo
Total nacional
Noviembre (2009/2008)

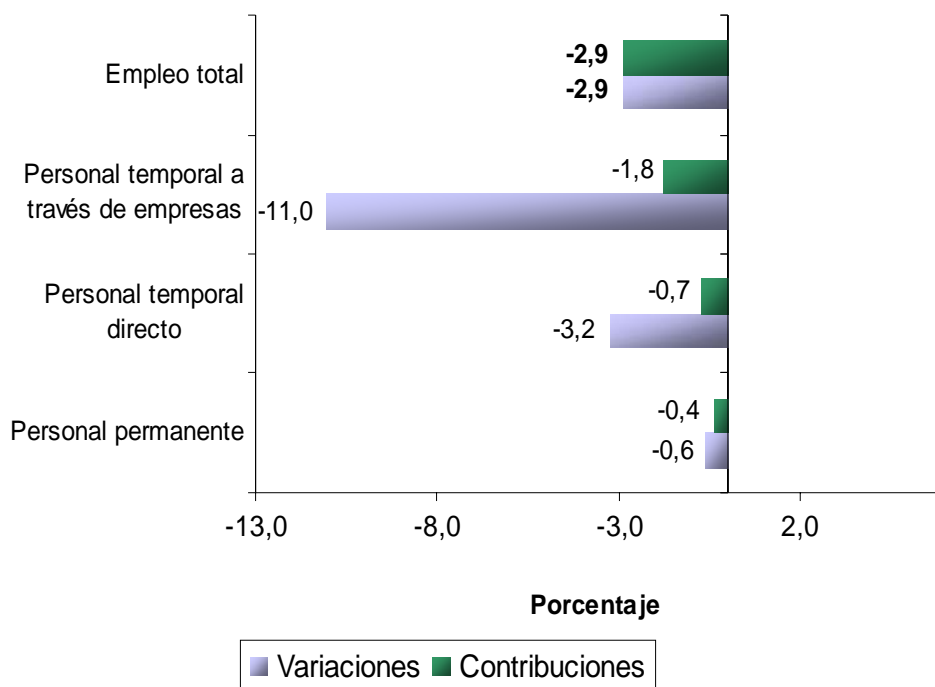


Fuente DANE – MMCM

3.2 Variación año corrido: enero – noviembre (2009/2008)

En lo corrido del año 2009, el empleo asociado al comercio minorista presentó un descenso de 2,9%, respecto al mismo período del año anterior. Este comportamiento se explica principalmente por la reducción en el personal temporal contratado a través de empresas y en el personal temporal directo que aportaron, en conjunto, -2,5 puntos porcentuales a la variación total.

Gráfico 15
Variación y contribución año corrido del empleo
Total nacional
Enero – noviembre (2009/2008)

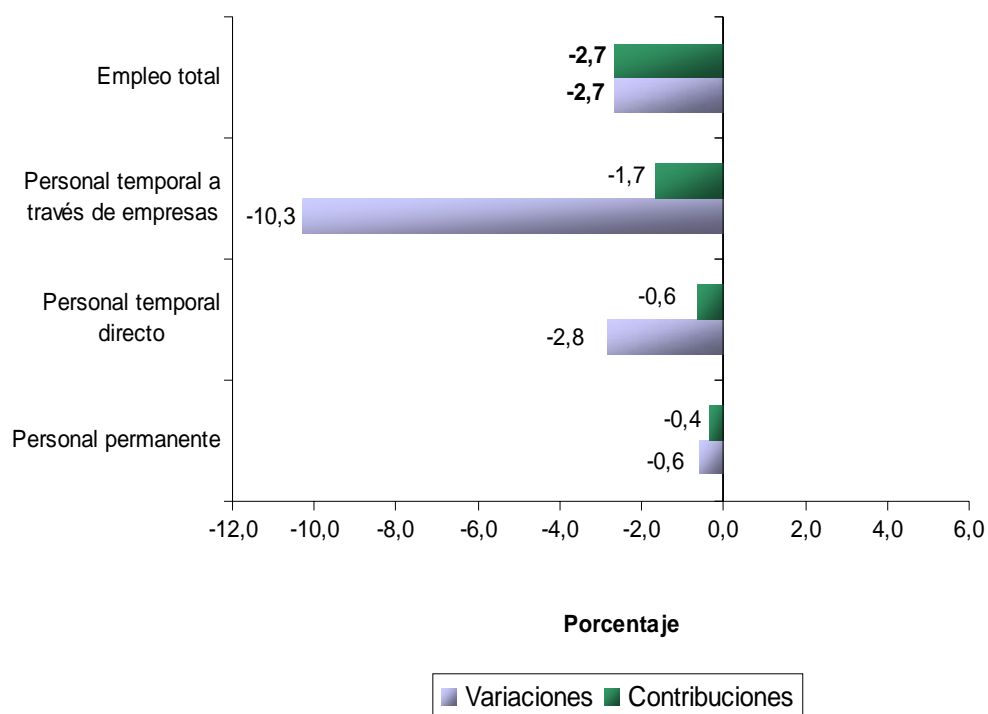


Fuente DANE – MMCM

3.3 Variación doce meses: diciembre – noviembre (2009/2008)

En los últimos doce meses hasta noviembre de 2009, el empleo asociado al comercio minorista registró una reducción de 2,7%. Durante este período, las tres categorías de empleo registraron variaciones negativas, entre las cuales sobresale la de personal temporal contratado a través de empresas por su aporte de -1,7 puntos porcentuales a la variación total.

Gráfico 16
Variación y contribución doce meses del empleo
Total nacional
Diciembre - noviembre (2009/2008)



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 Noviembre
12. hasta el mes de referencia del año (Noviembre hasta i,t), y lo transcurrido en igual período del año anterior (Noviembre hasta i,t-1).
13. **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)