

## MUESTRA MENSUAL DE COMERCIO AL POR MENOR Noviembre 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 noviembre de 2010, las ventas del comercio minorista aumentaron 21,4% y el personal ocupado aumentó 3,2%, con relación al mismo mes de 2009.
- Durante este período, las líneas de mercancías que presentaron los mayores crecimientos en sus ventas, fueron: vehículos automotores y motocicletas (89,0%) y equipo de informática, hogar (42,8%). En contraste, las únicas reducciones se registraron en licores y cigarrillos (-5,9%); y farmacéuticos (-0,2%).
- Si se excluyen las ventas de vehículos, el crecimiento del comercio minorista en noviembre resulta de 9,3%.
- Durante los once primeros meses de 2010, las ventas reales presentaron un crecimiento de 12,9% con respecto al mismo período de 2009, y el personal ocupado presentó un aumento de 1,9%.
- Las líneas de mercancías que registraron los mayores crecimientos en sus ventas en lo corrido del año, fueron: vehículos automotores y motocicletas (47,7%) y equipo de informática, hogar (37,6%). Por su parte, las líneas que registraron contracción en las ventas, fueron: farmacéuticos (-2,1%); licores y cigarrillos (-0,8%); y libros, periódicos y papelería (-0,3%).
- Durante los últimos doce meses hasta noviembre de 2010, las ventas reales presentaron un crecimiento de 11,6%, comparadas con el año precedente. Este resultado se explica principalmente por el aumento en las ventas de vehículos automotores y motocicletas; que aportó 5,8 puntos porcentuales a la variación total.
- En este mismo período, el personal ocupado presentó una variación positiva de 1,6%, comportamiento explicado por el aumento en la contratación de personal permanente, que aportó 5,0 puntos porcentuales positivos a la variación total, y la disminución en la vinculación de personal temporal, que contribuyó con -3,4 puntos porcentuales a la misma.

#### Director

Jorge Raúl Bustamante Roldán

#### Subdirector

Carlos Eduardo Sepúlveda Rico

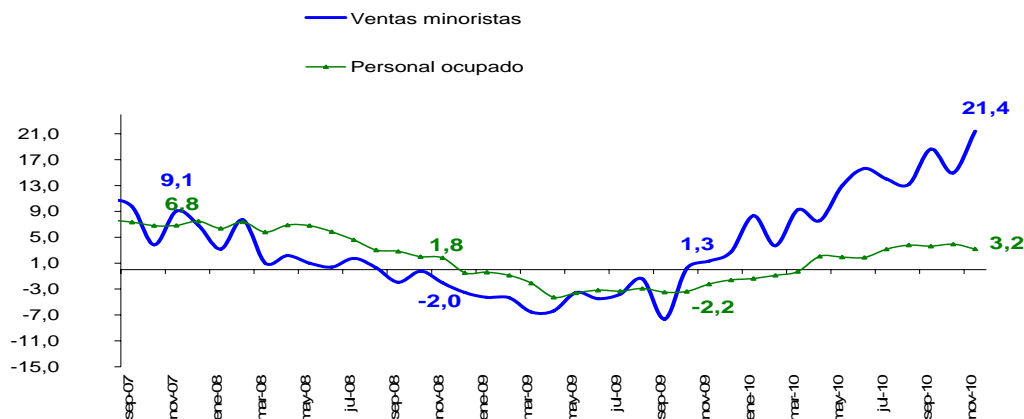
#### Director de Metodología y Producción Estadística

Eduardo Efraín Freire Delgado

**1. Evolución general de las principales variables. Total nacional noviembre 2010**

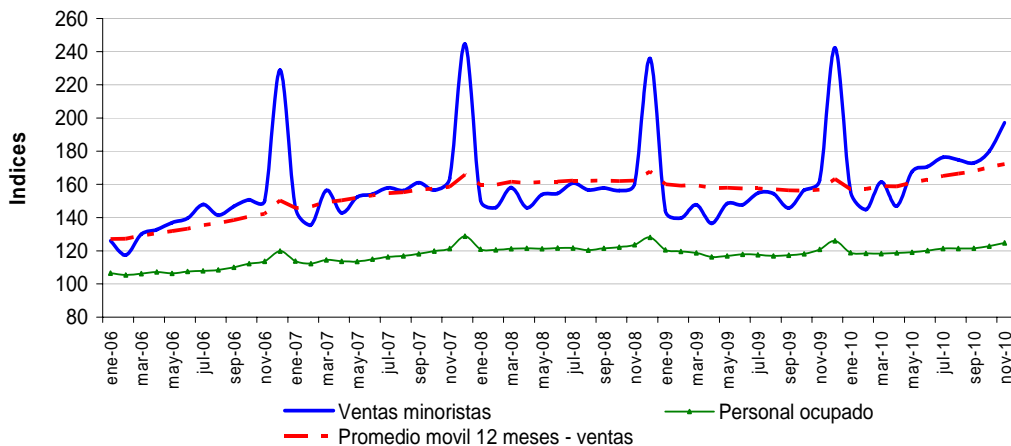
En noviembre de 2010, las ventas reales del comercio minorista aumentaron 21,4% y el personal ocupado creció 3,2%, con respecto al mismo mes de 2009, cuando las ventas habían reportado un aumento de 1,3% y el personal ocupado había disminuído 2,2%.

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



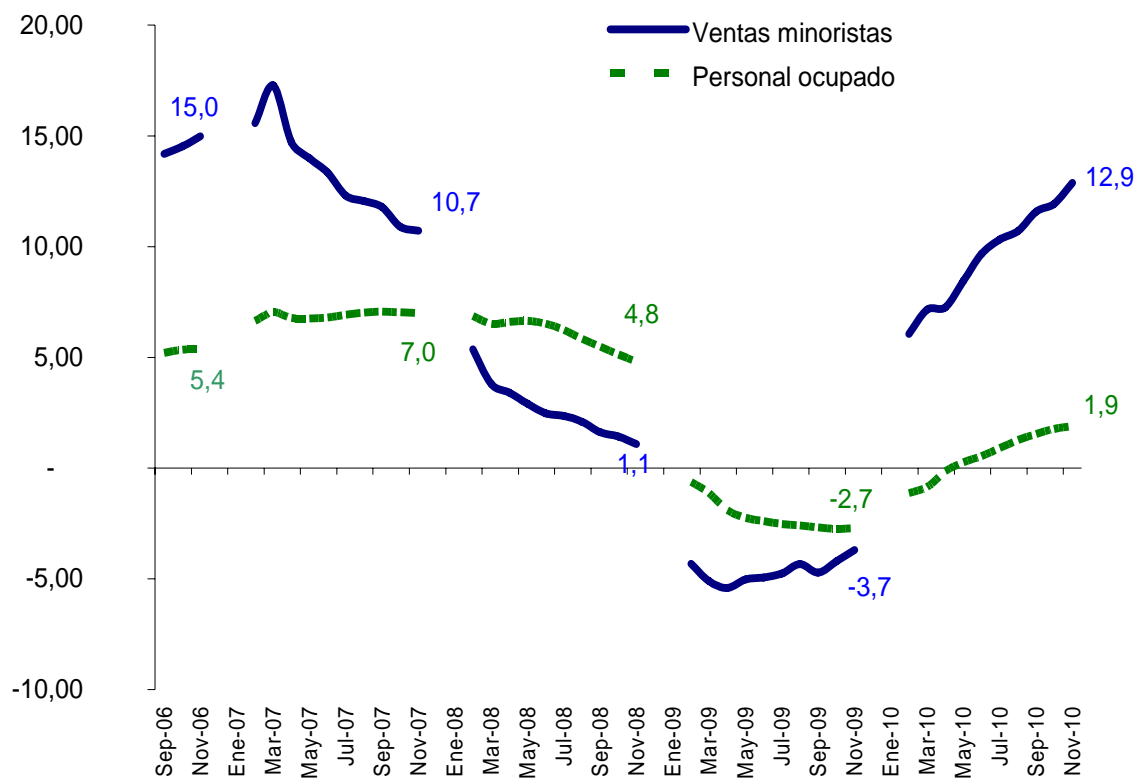
Fuente DANE – MMCM

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



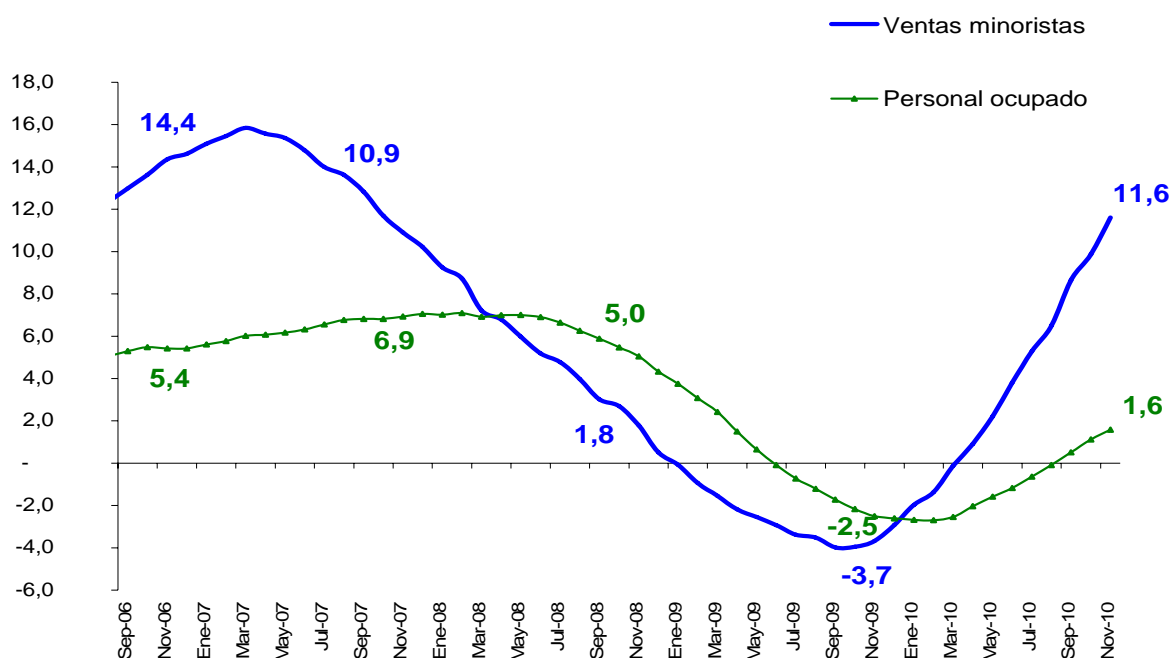
Fuente DANE – MMCM

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



Fuente DANE – MMCM

**Gráfico 4**  
**Variación doce meses de las ventas reales y el personal ocupado**  
**Total nacional**  
**2006 – 2010 (Noviembre)**



Fuente DANE – MMCM

**Tabla 1.**  
**Resumen del comportamiento de las principales variables**

Indicador	(Variación %)					
	Noviembre		Enero - Noviembre		Diciembre - Noviembre	
	( anual )		( año corrido )		( doce meses )	
	2009	2010	2009	2010	2009	2010
Ventas	1,3	21,4	-3,7	12,9	-3,7	11,6
Ventas sin vehículos	2,0	9,3	-0,4	7,3	-0,5	6,7
Personal ocupado	-2,2	3,2	-2,7	1,9	-2,5	1,6

Fuente DANE – MMCM

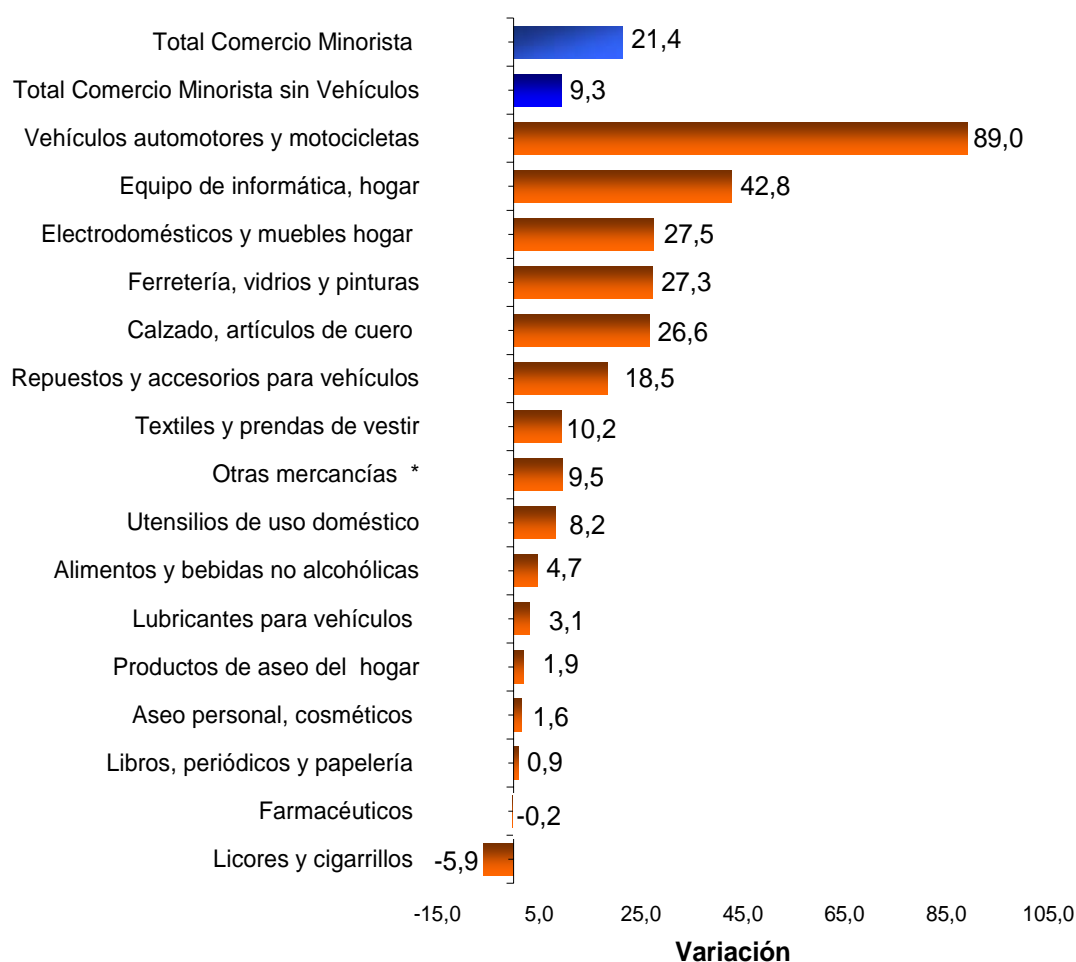
## 2. Ventas reales

### 2.1 Grupos de mercancías

#### 2.1.1 Variación anual: noviembre (2010/2009)

Durante el mes de noviembre de 2010, las ventas del comercio minorista crecieron 21,4% con respecto a las registradas en igual mes de 2009. Los grupos de mercancías que presentaron los mayores crecimientos, fueron: vehículos automotores y motocicletas; y equipo de informática, hogar. Por su parte, las únicas reducciones se registraron en licores y cigarrillos; y farmacéuticos.

**Gráfico 5**  
**Variación anual de las ventas reales**  
**Total nacional**  
**Noviembre (2010/2009)**

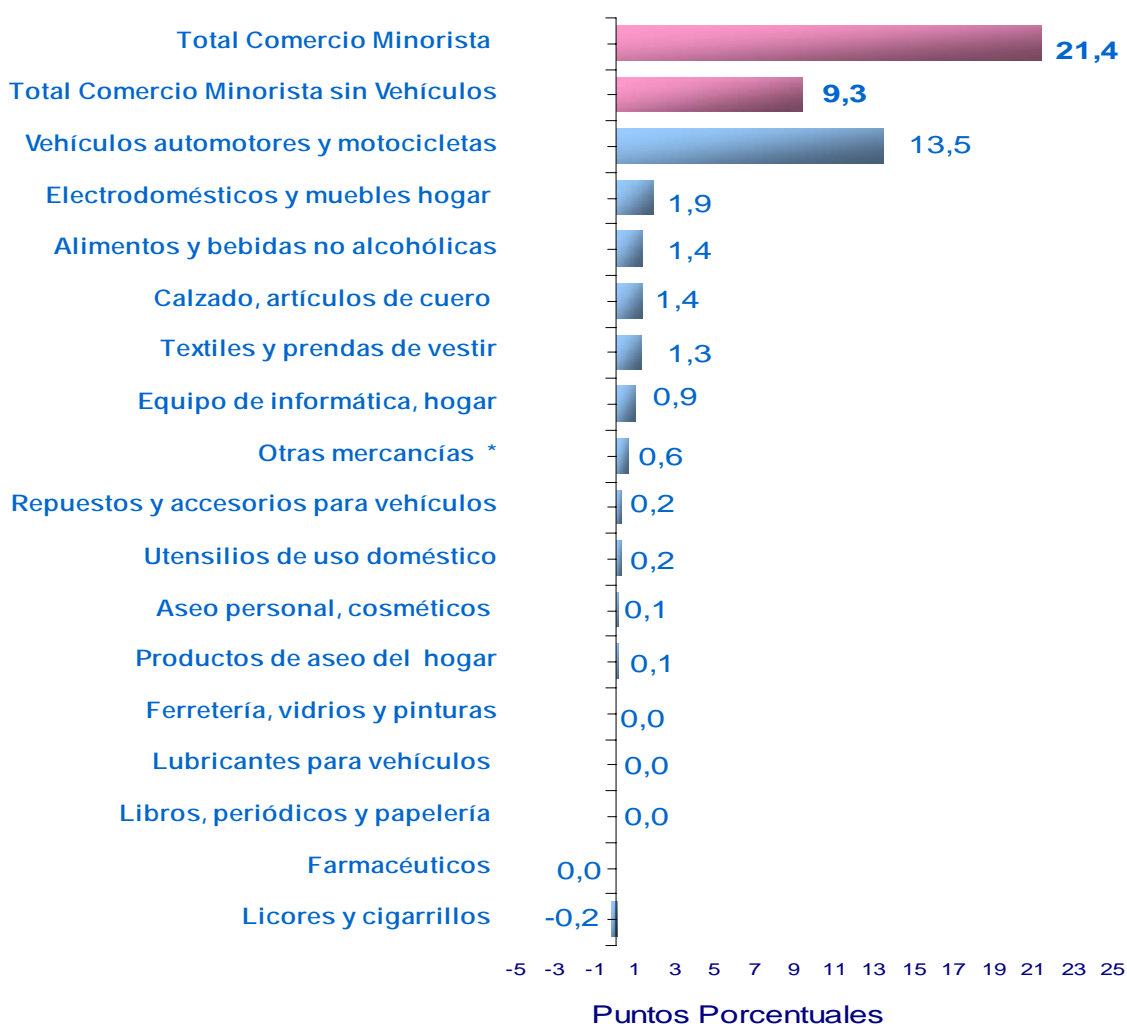


Fuente DANE – MMCM

\* 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 13,5 puntos porcentuales a la variación total.

**Gráfico 6**  
**Contribución anual a las ventas reales**  
**Total nacional**  
**Noviembre (2010/2009)**



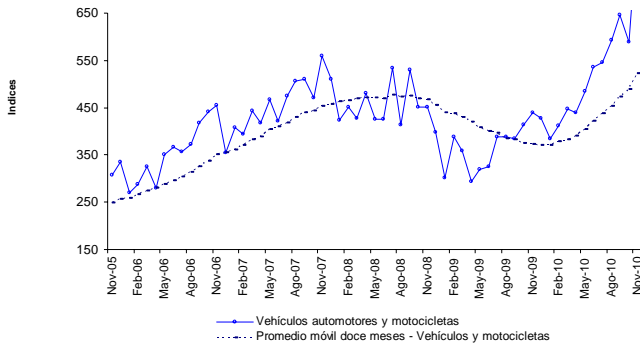
Fuente DANE – MMCM

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

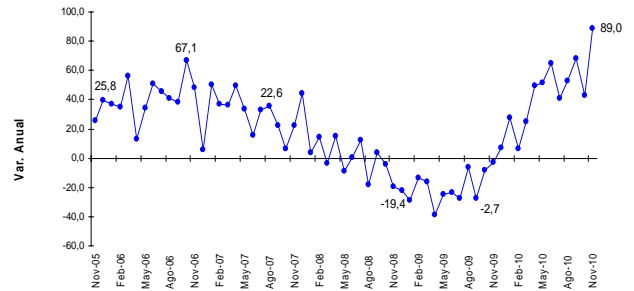
**Gráficos 7**

**Líneas de mercancías que principalmente explican el crecimiento en ventas de noviembre de 2010**

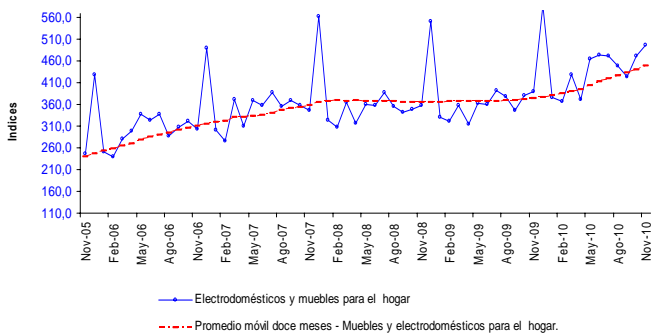
**Índice mensual vehículos automotores y motocicletas**  
**Índice base: promedio año 1999 = 100**  
**2005 – 2010 (Noviembre)**



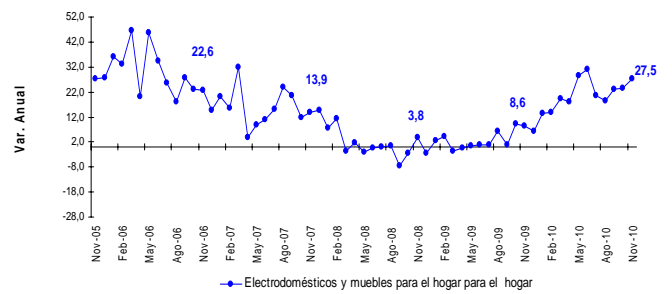
**Variación anual de las ventas reales**  
**Vehículos automotores y motocicletas**  
**2005 – 2010 (Noviembre)**



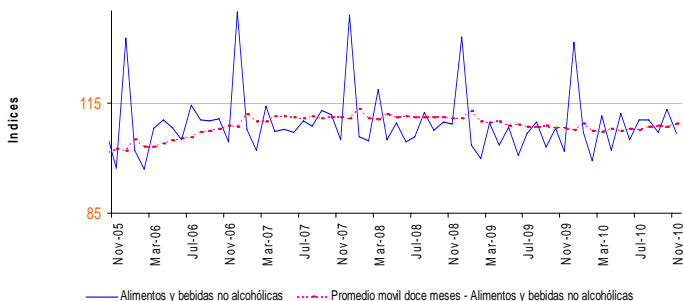
**Índice mensual electrodomésticos y muebles para hogar**  
**Índice base: promedio año 1999 = 100**  
**2005 – 2010 (Noviembre)**



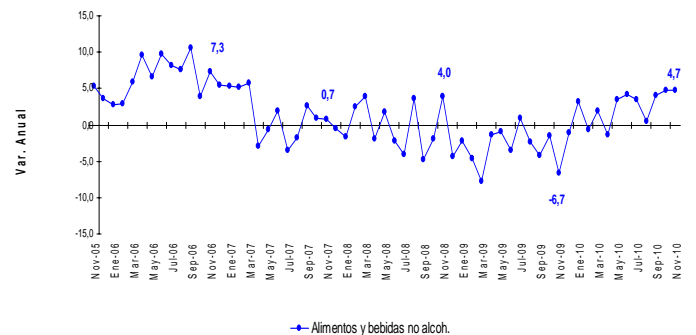
**Variación anual de las ventas reales**  
**Electrodomésticos y muebles para hogar**  
**2005 – 2010 (Noviembre)**



**Índice mensual alimentos y bebidas no alcohólicas**  
**Índice base: promedio año 1999 = 100**  
**2005 – 2010 (Noviembre)**

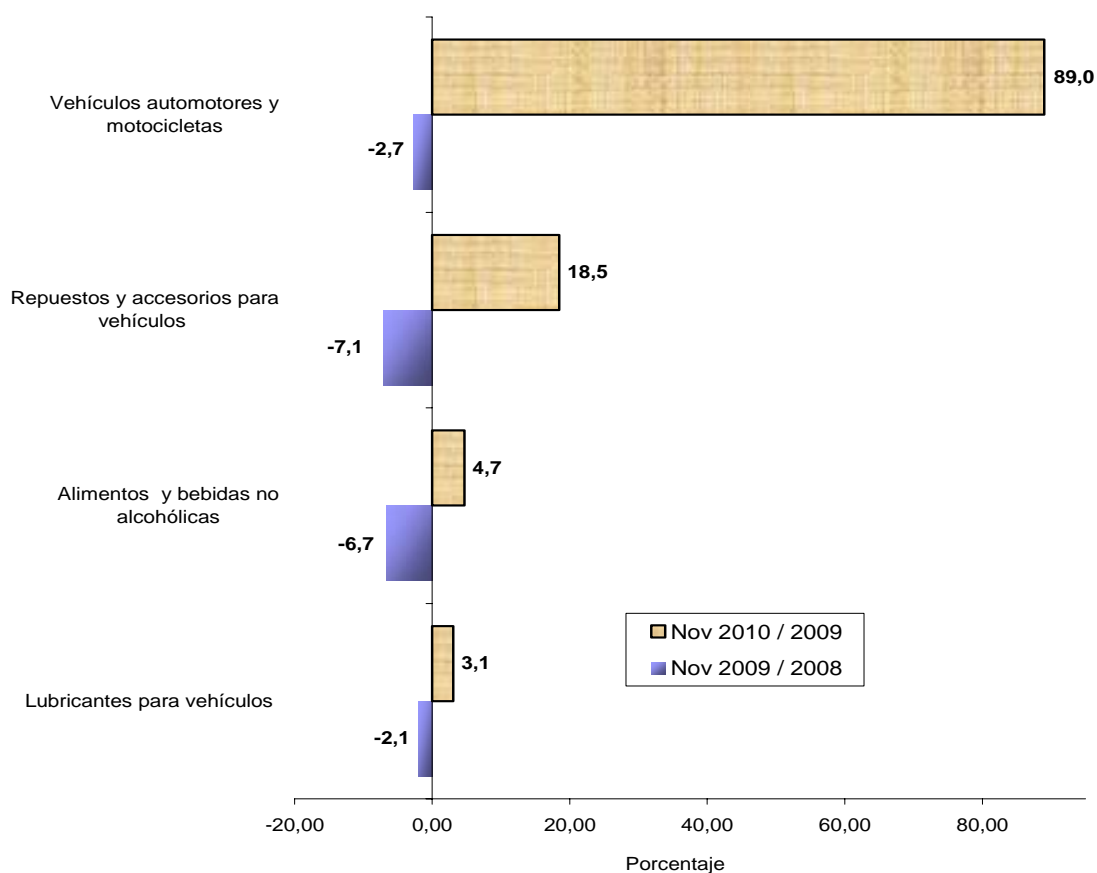


**Variación anual de las ventas reales**  
**Alimentos y bebidas no alcohólicas**  
**2005 – 2010 (Noviembre)**



Al comparar los resultados de noviembre de 2010, frente a los resultados de noviembre de 2009, se destacan cuatro líneas de mercancías por presentar los mayores contrastes en las variaciones anuales (ver gráfico 8).

**Gráfico 8**  
**Principales cambios de comportamiento en ventas anuales**  
**Noviembre 2009-2010**



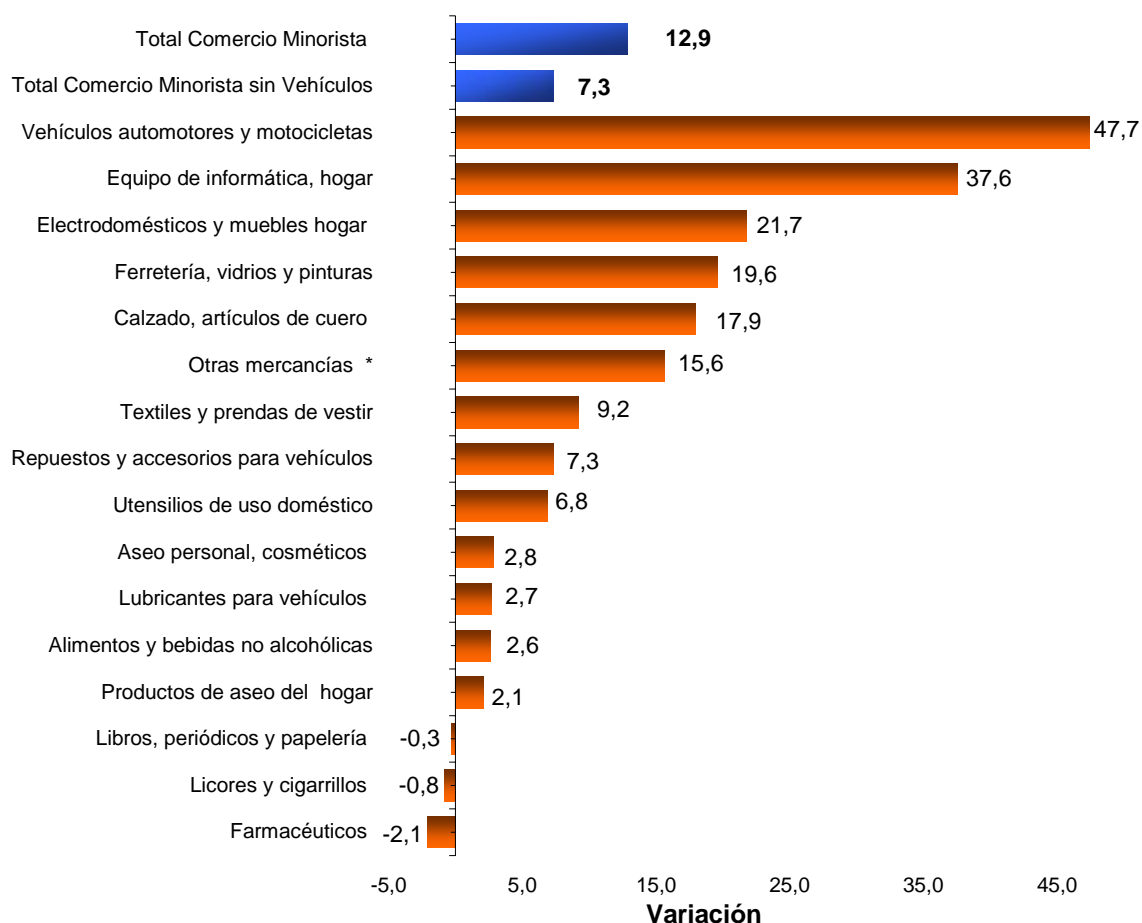
Fuente DANE – MMCM



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

En los primeros once meses del año 2010, las ventas reales del comercio minorista aumentaron 12,9% 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; licores y cigarrillos; y libros, periódicos y papelería.

**Gráfico 9**  
**Variación año corrido de las ventas reales**  
**Total nacional**  
**Enero – noviembre (2010/2009)**

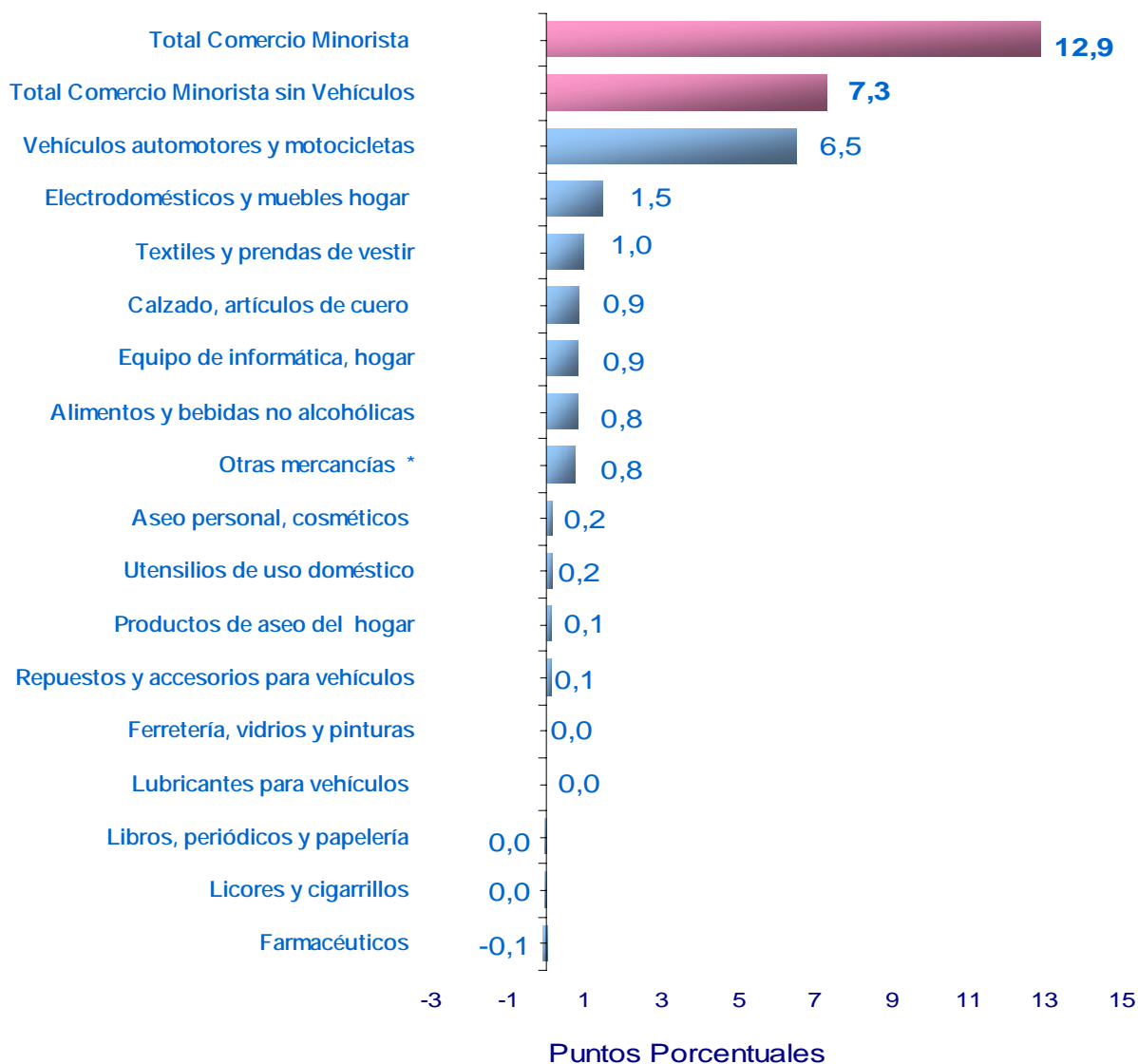


Fuente DANE – MMCM

\* 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, fue explicado principalmente por el crecimiento de vehículos automotores y motocicletas que aportó 6,5 puntos porcentuales a la variación total.

**Gráfico 10**  
**Contribución año corrido a las ventas reales**  
**Total nacional**  
**Enero – noviembre (2010/2009)**



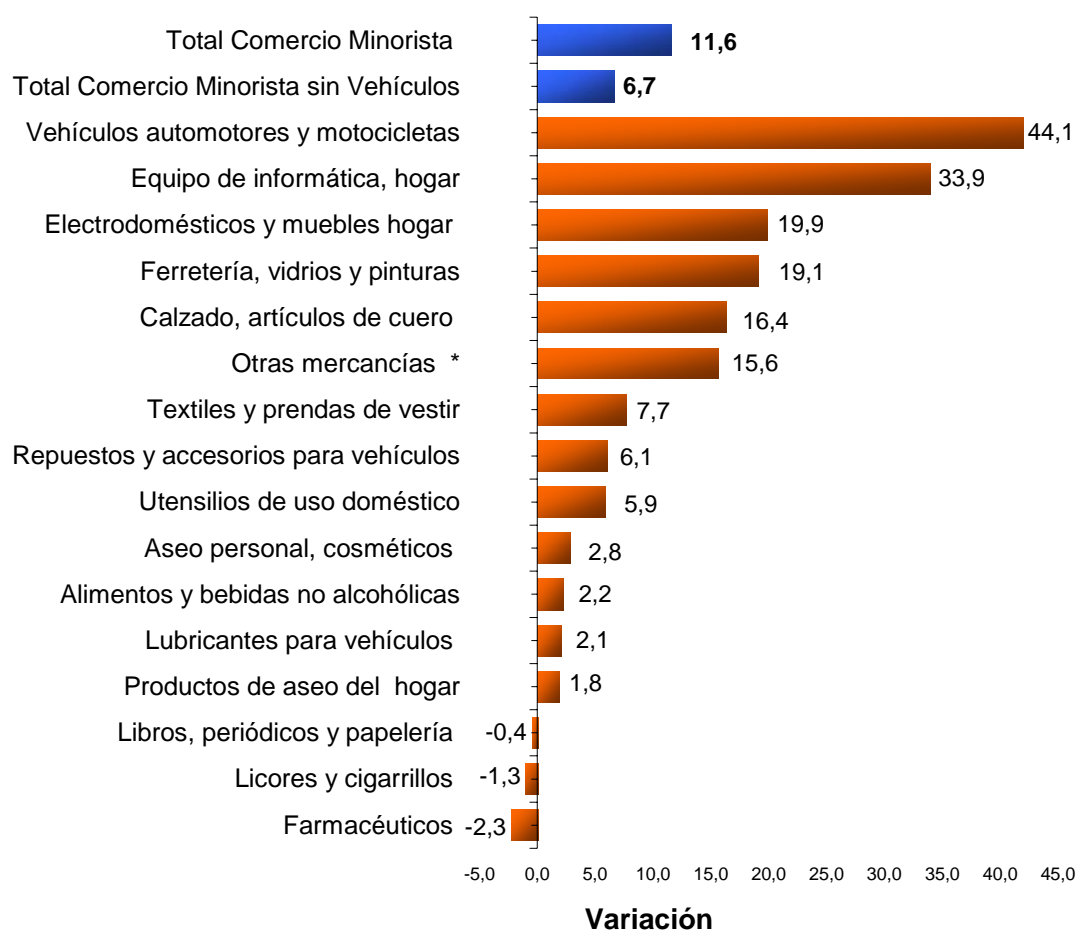
Fuente DANE – MMCM

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

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

Entre diciembre de 2009 y noviembre de 2010, las ventas reales del comercio minorista presentaron un incremento de 11,6% con respecto al año inmediatamente anterior. Trece de las dieciseis líneas de mercancías en las que se reporta la información, registraron variaciones positivas en el indicador, destacándose vehículos automotores y motocicletas; y equipo de informática, hogar

**Gráfico 11**  
**Variación doce meses de las ventas reales**  
**Total nacional**  
**Diciembre – noviembre (2010/2009)**

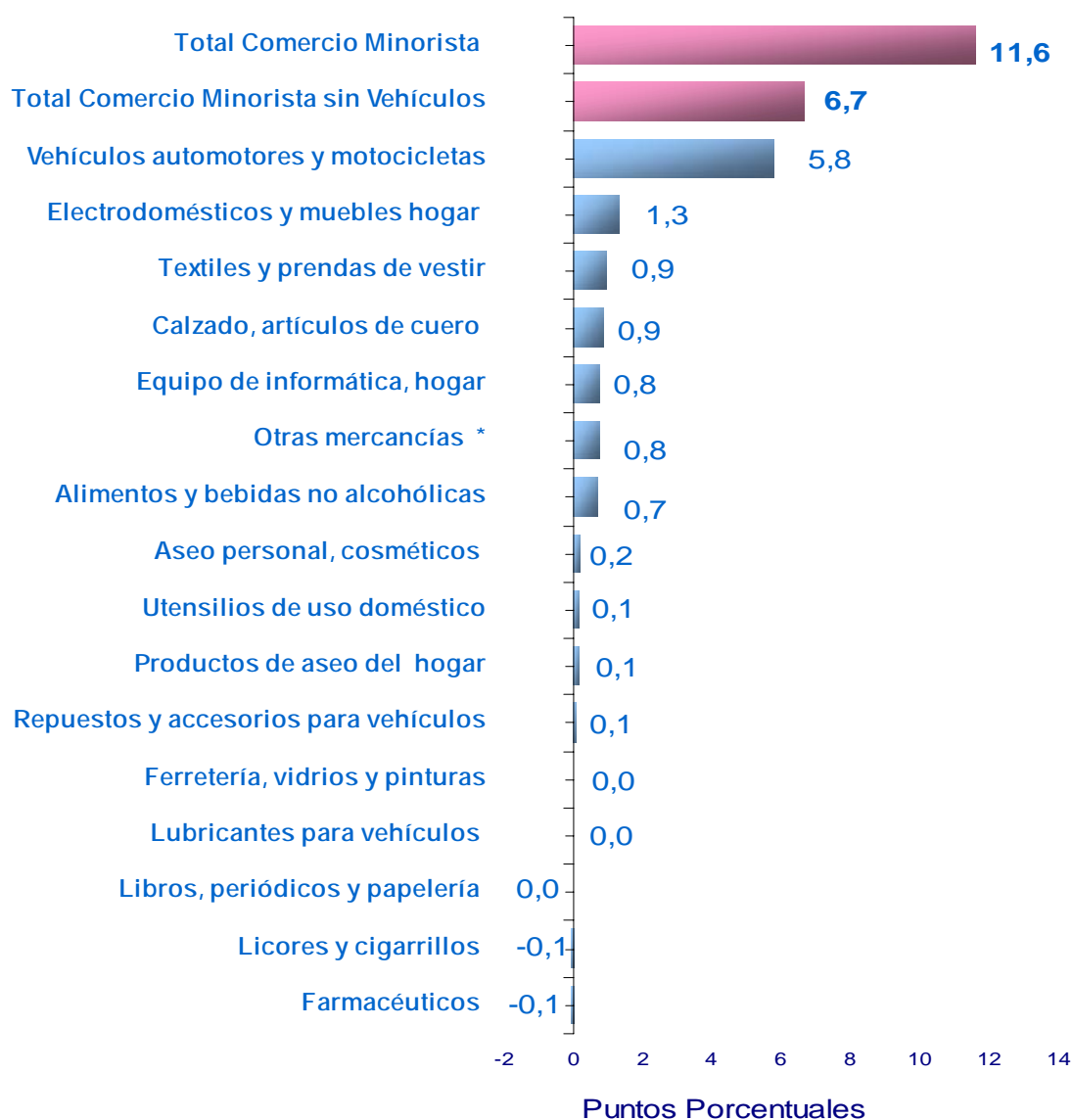


Fuente DANE – MMCM

\* 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 en el comportamiento positivo de las ventas en este periodo, fueron: vehículos automotores y motocicletas; y electrodomésticos y muebles para el hogar; en conjunto, estos aportaron 7,1 puntos porcentuales positivos a la variación total.

**Gráfico 12**  
**Contribución doce meses a las ventas reales**  
**Total nacional**  
**Diciembre – noviembre (2010/2009)**

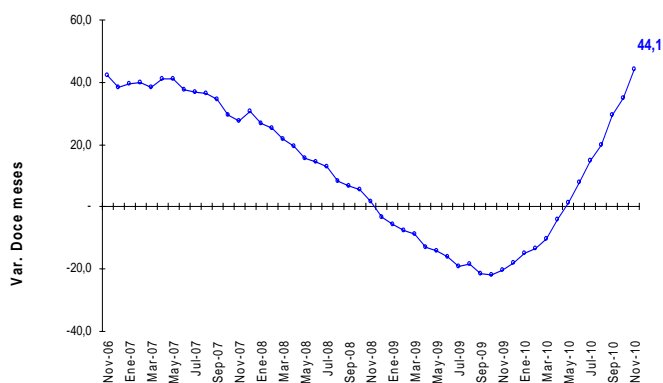


Fuente DANE – MMCM

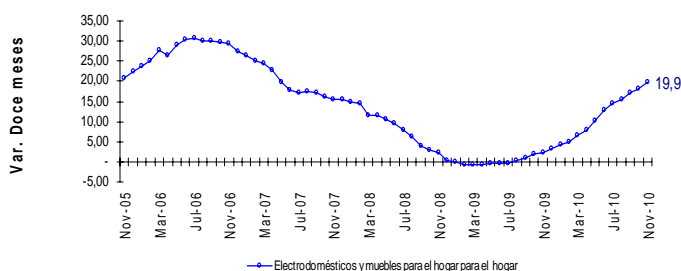
\* Otras mercancías, incluye: juguetes, bicicletas, artículos de deporte, piñatería, artículos para bebés, gas propano en cilindros, equipo fotográfico, revestimiento para pisos, etc.

**Gráficos 13**  
**Líneas de mercancías que principalmente explican el crecimiento de las ventas en el acumulado doce meses a noviembre de 2010**

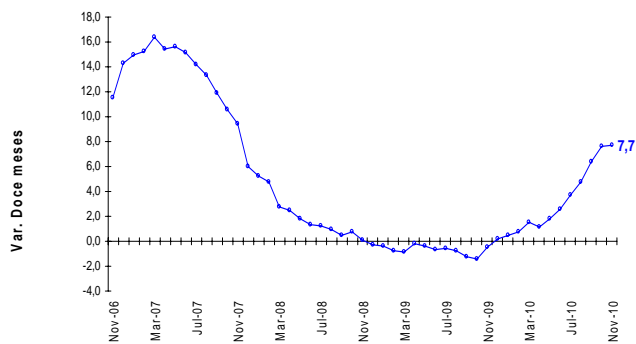
**Variación doce meses de las ventas reales Vehículos automotores y motocicletas 2006 – 2010 (Noviembre)**



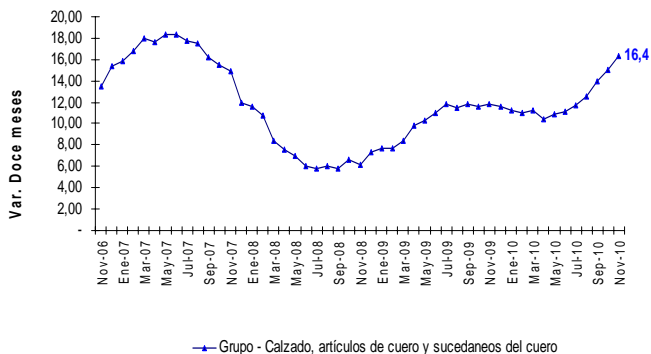
**Variación doce meses de las ventas reales Electrodomésticos y muebles para el hogar 2006 – 2010 (Noviembre)**



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



**Variación doce meses de las ventas reales Calzado y artículos de cuero 2006 – 2010 (Noviembre)**



Fuente DANE – MMCM

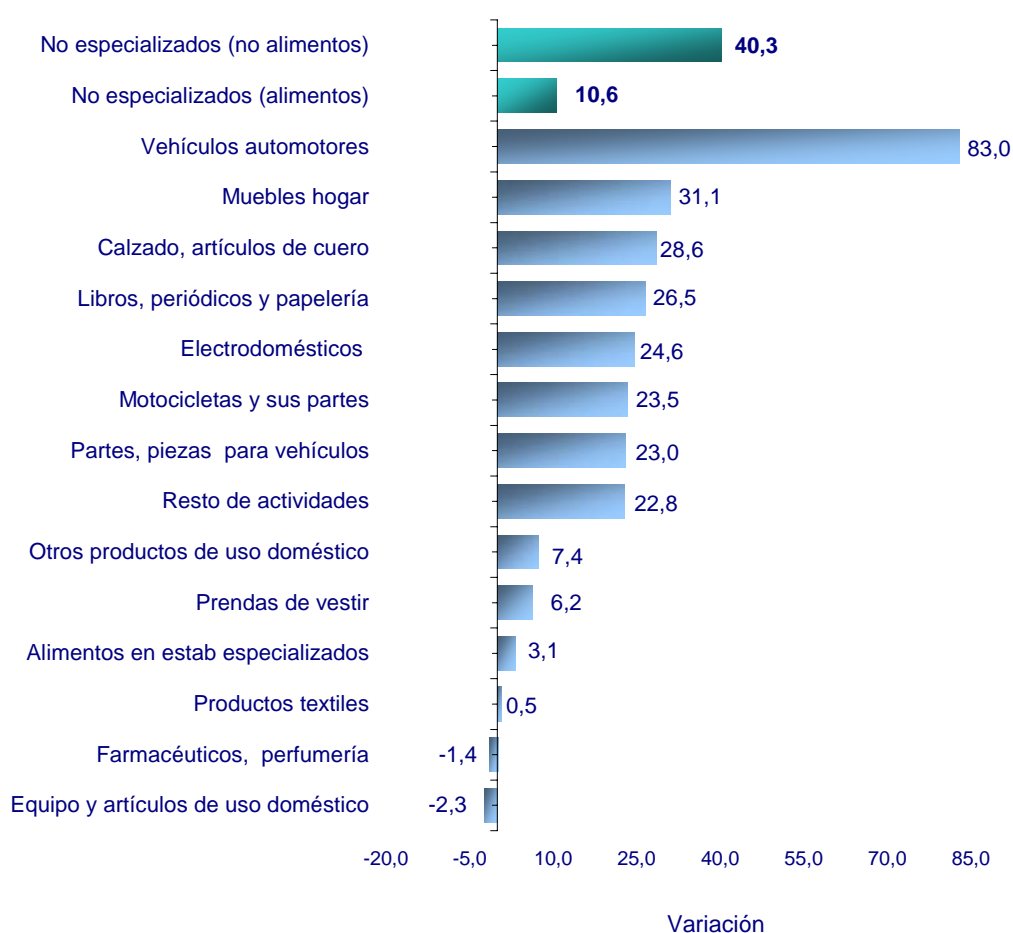
## 2.2 Actividad comercial CIU Rev. 3

### 2.2.1 Variación anual: noviembre (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, en noviembre de 2010 se destacó el alto crecimiento de las ventas de vehículos automotores. En contraste, las únicas variaciones negativas del comercio especializado se presentaron en equipo y artículos de uso doméstico; y farmacéuticos, perfumería.

Por su parte, las empresas no especializadas con surtido diferente de alimentos registraron incremento de 40,3% en sus ventas, y las no especializadas con surtido compuesto principalmente de alimentos presentaron aumento de 10,6%.

**Gráfico 14**  
**Variación anual de las ventas reales, según actividad comercial**  
**Total nacional**  
**Noviembre (2010/2009)**



Fuente DANE – MMCM

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

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

De enero a noviembre 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. En este mismo período, las empresas especializadas en la venta de alimentos presentaron la mayor contracción en las ventas.

Por su parte, las empresas no especializadas con surtido diferente de alimentos registraron un incremento en sus ventas reales de 31,8% y las no especializadas con surtido principalmente de alimentos, presentaron un crecimiento de 9,4%.

**Gráfico 15**  
**Variación año corrido de las ventas reales**  
**Total nacional**  
**Enero – noviembre (2010/2009)**



Fuente DANE – MMCM

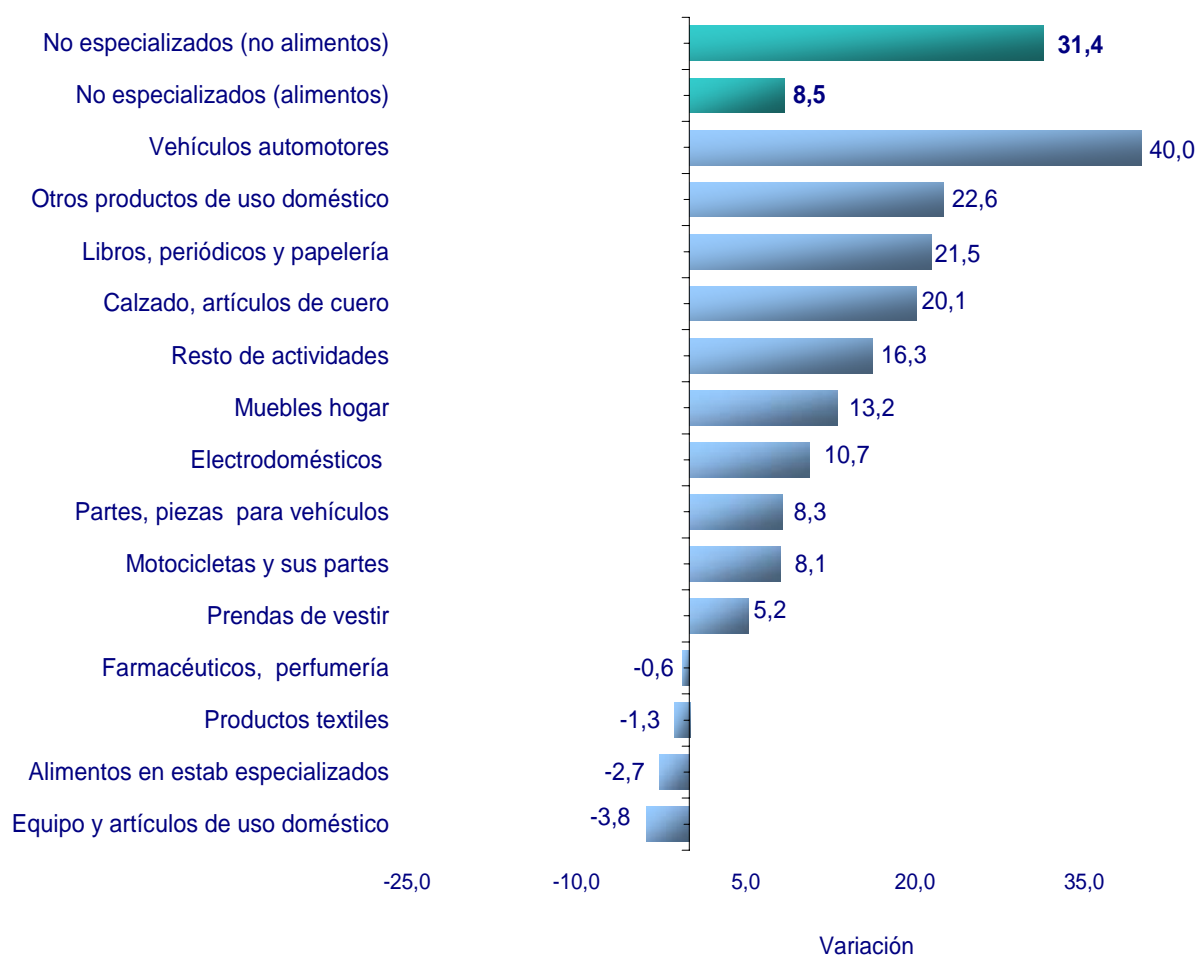
\*Resto de actividades, incluye el comercio al por menor de: artículos de ferretería; computadores y programas de informática; equipo fotográfico, óptico y de precisión, etc.

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

En los últimos doce meses hasta noviembre de 2010, las mayores variaciones positivas de las ventas reales en establecimientos especializados se registraron en vehículos automotores; otros productos de uso doméstico; libros, periódicos y papelería; y calzado, artículos de cuero. Durante este mismo período, la mayor reducción de las ventas se registró en equipo y artículos de uso doméstico.

Por su parte, las empresas no especializadas con surtido diferente de alimentos incrementaron sus ventas reales en 31,4%, y las empresas no especializadas con surtido compuesto principalmente de alimentos presentaron un crecimiento de 8,5%.

**Gráfico 16**  
**Variación doce meses de las ventas reales**  
**Total nacional**  
**Diciembre - noviembre (2010/2009)**



Fuente DANE – MMCM

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

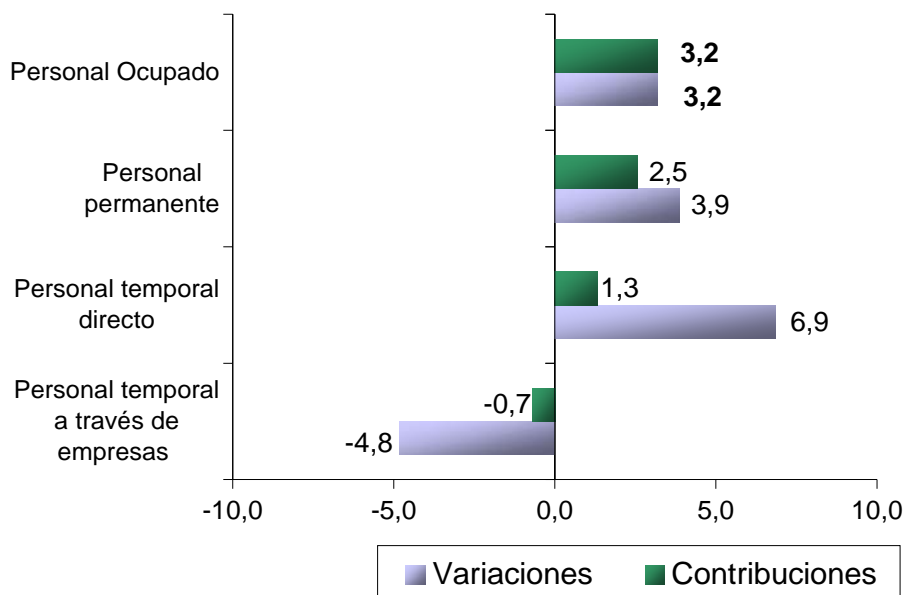


### 3. Personal ocupado

#### 3.1 Variación anual: noviembre (2010/2009)

En noviembre de 2010, el personal ocupado por el comercio minorista aumentó 3,2% respecto al mismo mes del año anterior, como resultado principalmente del aporte positivo de 2,5 puntos porcentuales del personal permanente y de 1,3 puntos porcentuales del personal temporal directo.

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

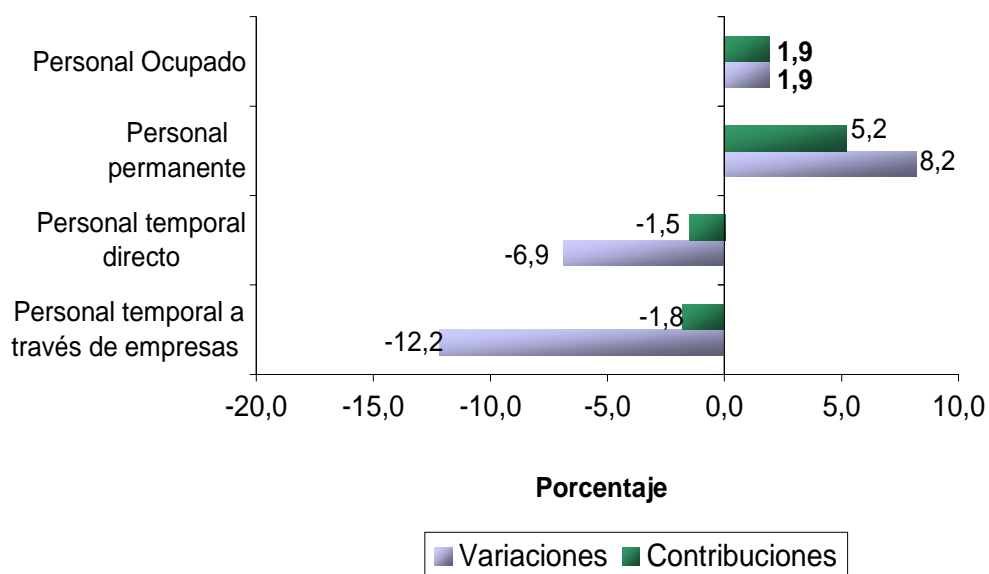


Fuente DANE – MMCM

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

En lo corrido de 2010, el personal ocupado del comercio minorista presentó un aumento de 1,9% respecto al mismo período del año anterior. Este comportamiento es producto del aumento del personal permanente que contribuyó con 5,2 puntos porcentuales positivos a la variación total y de la reducción en la vinculación del personal temporal que aportó 3,3 puntos porcentuales negativos a la misma.

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

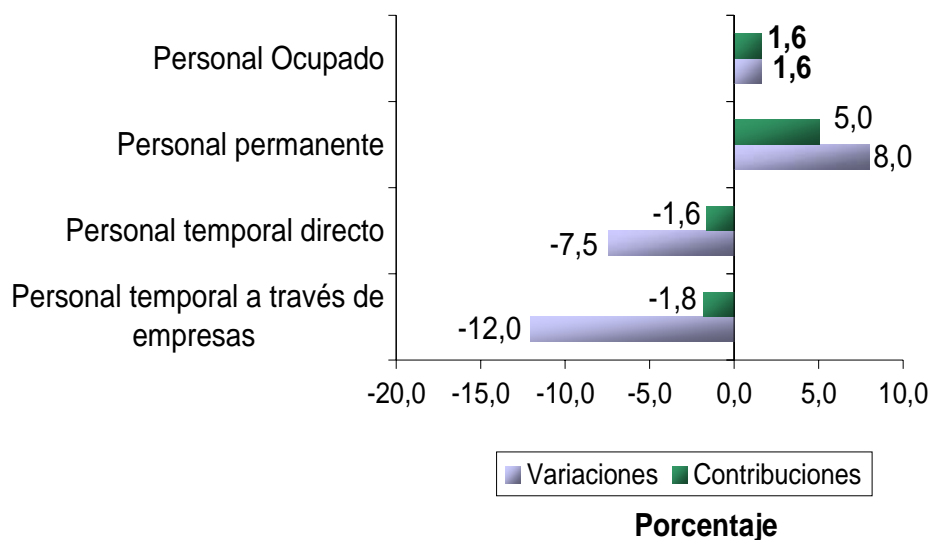


Fuente DANE – MMCM

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

En los últimos doce meses hasta noviembre de 2010, el personal ocupado del comercio minorista registró un aumento de 1,6% respecto al año anterior, comportamiento explicado por el aumento en la contratación de personal permanente, que aportó 5,0 puntos porcentuales positivos a la variación total, y la disminución en la vinculación de personal temporal, que contribuyó con -3,4 puntos porcentuales a la misma.

**Gráfico 20**  
**Variación y contribución doce meses del personal ocupado**  
**Total nacional**  
**Diciembre - noviembre (2010/2009)**



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 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).
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)