

## MUESTRA MENSUAL DE COMERCIO AL POR MENOR Noviembre 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
    - 2.2.2 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 2011, las ventas del comercio minorista aumentaron 1,3% y el personal ocupado 7,9%, 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 (28,0%); calzado, artículos de cuero (19,4%); licores y cigarrillos (17,2%); repuestos y accesorios para vehículos (12,8%); y productos textiles y prendas de vestir (9,3%). No obstante, la moderación del crecimiento anual de las ventas registradas en noviembre con relación al que había presentado octubre (6,2%) fue explicado por la línea de vehículos automotores y motocicletas, cuyas ventas en el presente mes decrecieron 12,4% con relación a noviembre de 2010.
- Durante los once primeros meses del año 2011, las ventas reales del comercio minorista registraron un crecimiento de 10,8% y el personal ocupado 6,1%, 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 (33,7%); vehículos automotores y motocicletas (25,3%); calzado y artículos de cuero (20,4%); artículos de ferretería, vidrios y pinturas (19,6%); y repuestos y accesorios para vehículos (15,5%).
- Durante los últimos doce meses hasta noviembre de 2011, el comercio minorista presentó un aumento de 11,1% en las ventas reales respecto al año precedente. Quince de las dieciséis líneas de mercancías en las que se reporta la información, registraron variaciones positivas en el indicador, destacándose las de equipo de informática, hogar (34,9%); vehículos automotores y motocicletas (27,2%); calzado y artículos de cuero (20,4%); artículos de ferretería, vidrios y pinturas (20,4%); repuestos y accesorios para vehículos (15,1%); y electrodomésticos y muebles para el hogar (14,9%).
- En este mismo período, el personal ocupado presentó una variación positiva de 5,9%, como resultado del aumento del personal permanente y del temporal directo que aportaron 3,3 y 2,7 puntos porcentuales respectivamente a la variación total.

#### Director

Jorge R. Bustamante R.

#### Subdirector

Christian R. Jaramillo Herrera

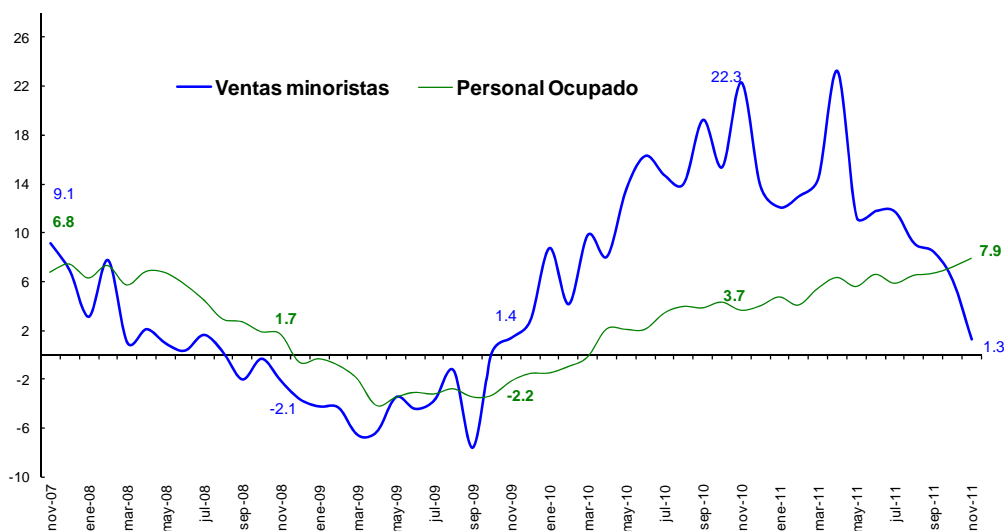
#### Director de Metodología y Producción Estadística

Eduardo Efraín Freire Delgado

### 1. Evolución general de las principales variables. Total nacional

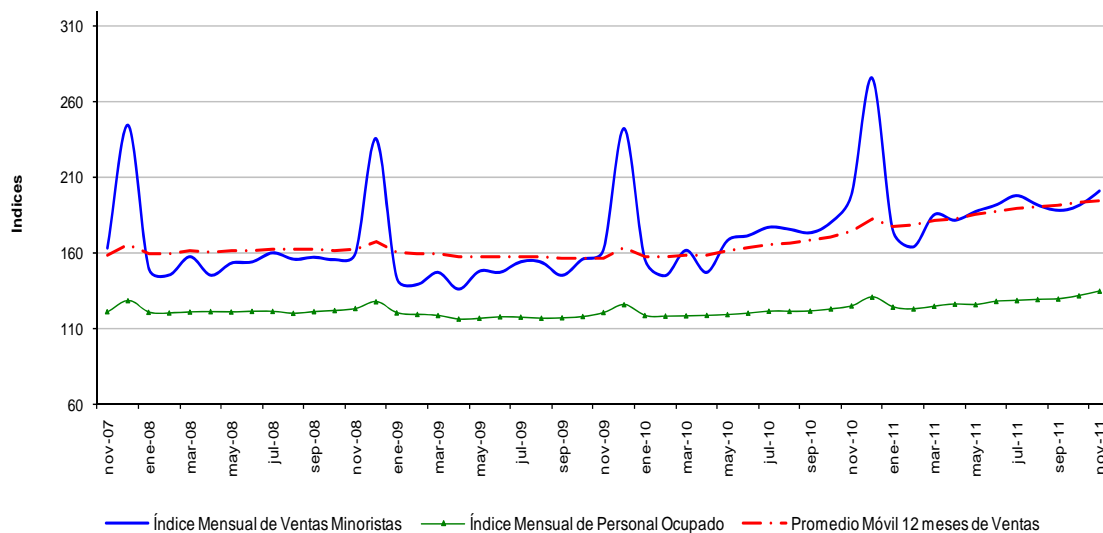
En noviembre de 2011, las ventas reales y el personal ocupado del comercio minorista aumentaron 1,3% y 7,9% respectivamente, comparado con el mismo mes de 2010, cuando las ventas habían reportado un incremento de 22,3% y el personal ocupado 3,7%.

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



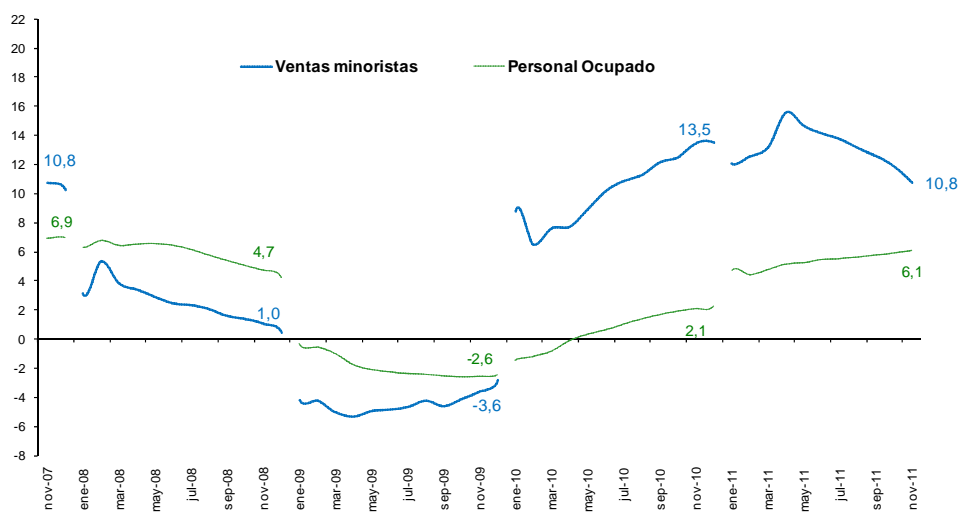
Fuente DANE – MMCM

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



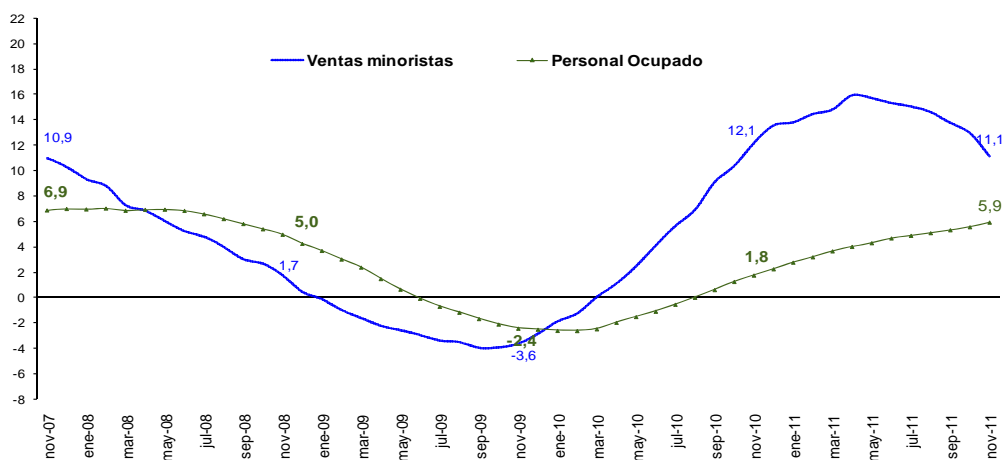
Fuente DANE – MMCM

**Gráfico 3**  
**Variación año corrido de las ventas reales y el personal ocupado**  
**Total nacional**  
**2007 – 2011 (Noviembre)**



Fuente DANE – MMCM

**Gráfico 4**  
**Variación acumulada doce meses de las ventas reales y el personal ocupado**  
**Total nacional**  
**2007 – 2011 (Noviembre)**



Fuente DANE – MMCM

Tabla 1.

**Resumen del comportamiento de las principales variables**

Indicador	Variación (%)					
	Anual		Año corrido		Doce meses	
	Noviembre		Enero - Noviembre		Diciembre - Noviembre	
	2010	2011	2010	2011	2010	2011
<b>Ventas</b>	22,3	1,3	13,5	10,8	12,1	11,1
<b>Ventas sin vehículos</b>	10,1	5,5	10,1	7,6	7,2	7,8
<b>Personal ocupado</b>	3,7	7,9	2,1	6,1	1,8	5,9

Fuente DANE – MMCM

## 2. Ventas reales

### 2.1 Grupos de mercancías

#### 2.1.1 Variación anual: Noviembre (2011/2010)

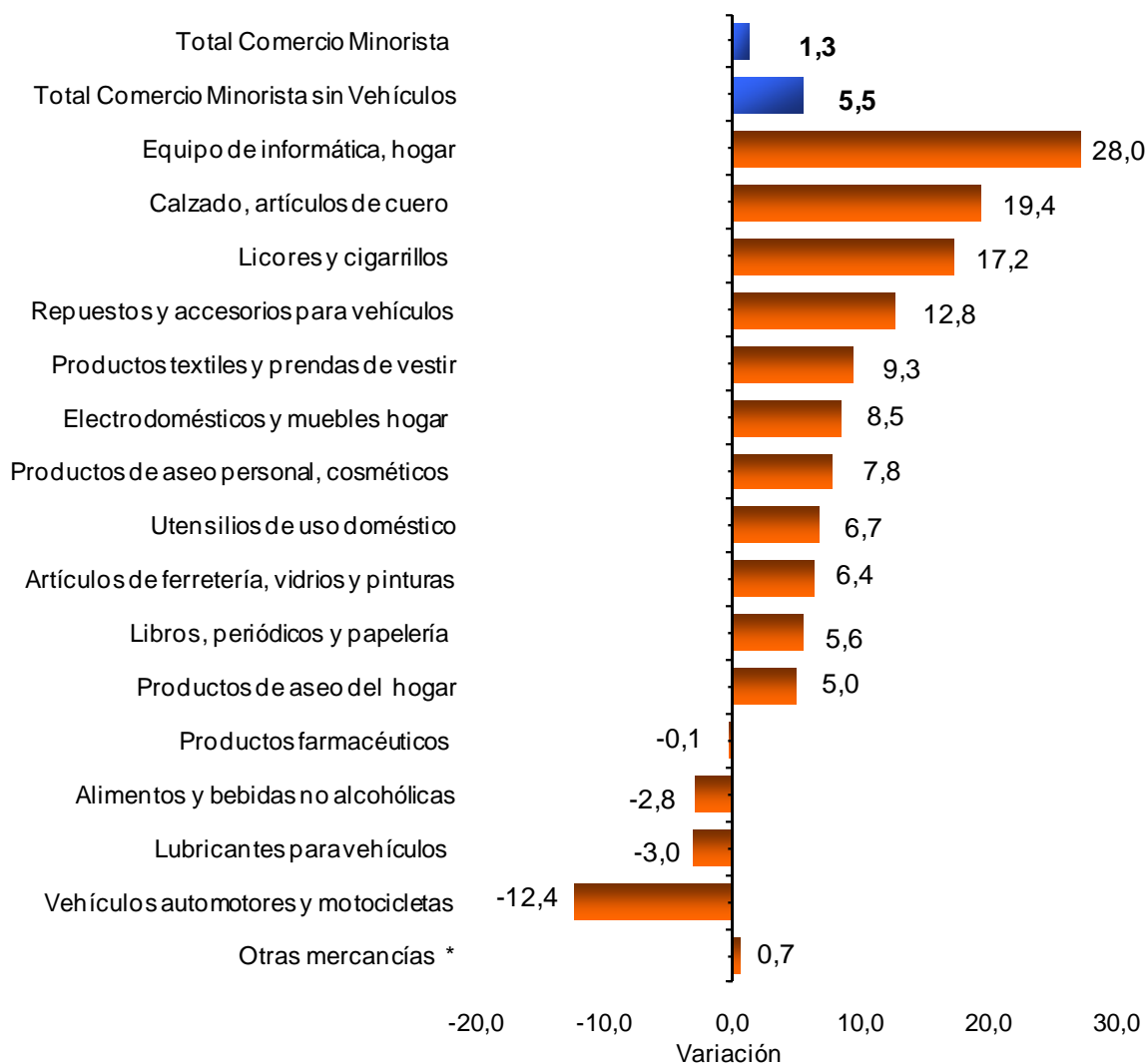
Durante el mes de noviembre de 2011, las ventas del comercio minorista aumentaron 1,3% respecto al nivel registrado en igual mes de 2010. Los grupos de mercancías que presentaron los mayores crecimientos, fueron: equipo de informática; calzado, artículos de cuero; licores y cigarrillos; repuestos y accesorios para vehículos; y productos textiles y prendas de vestir. En contraste, se registraron reducciones en: vehículos automotores y motocicletas; lubricantes para vehículos; alimentos y bebidas no alcohólicas; y productos farmacéuticos. (Gráfico 5)

#### Gráfico 5

##### Variación anual de las ventas reales

##### Total nacional

##### (2011/2010) Noviembre

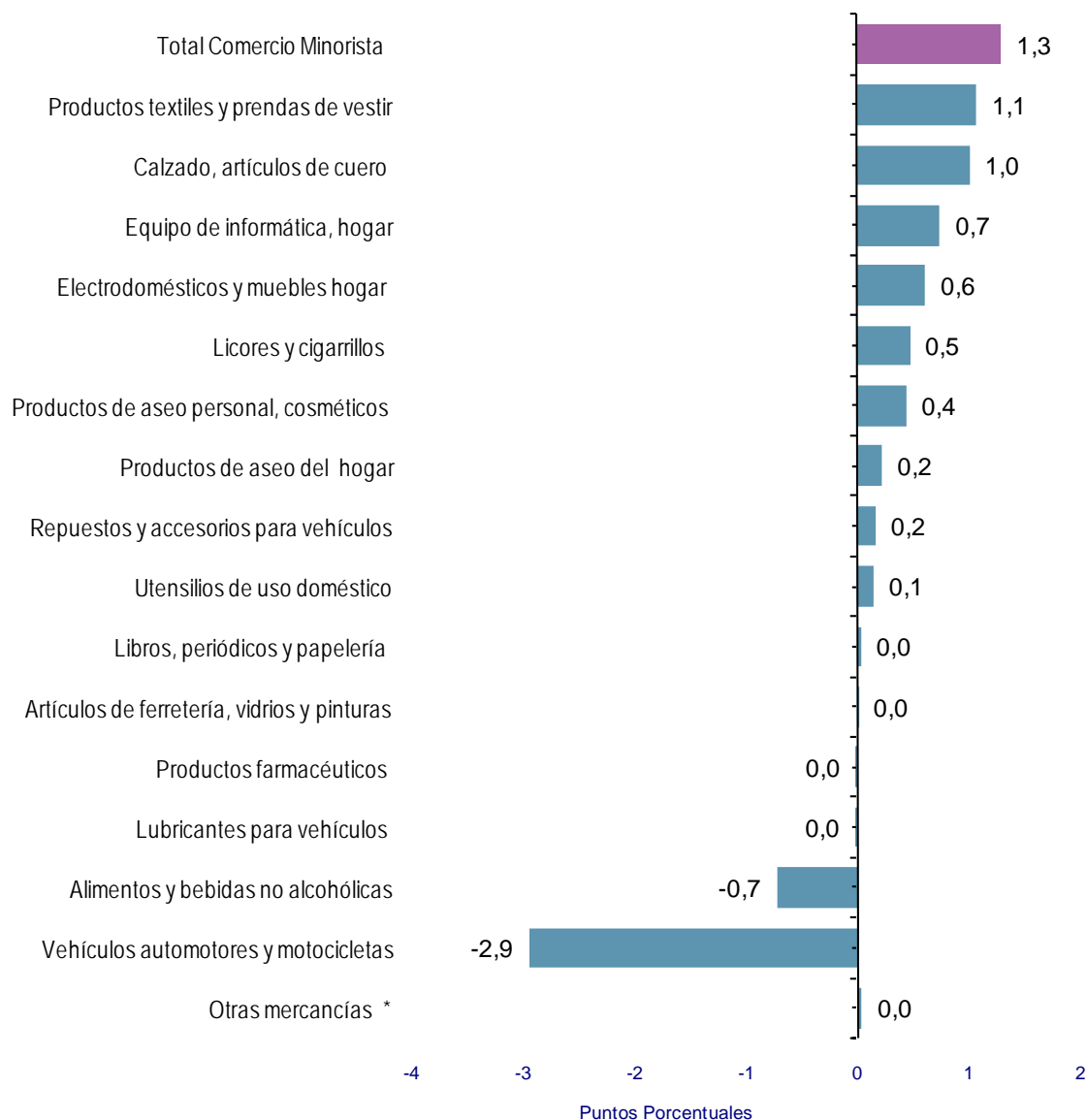


Fuente DANE – MMCM

\*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 productos textiles y prendas de vestir; calzado y artículos de cuero; equipo de informática, hogar; y electrodomésticos y muebles para el hogar. El aporte conjunto de estos grupos a la variación total fue 3,4 puntos porcentuales. Estos resultados fueron contrarrestados en parte por el comportamiento de vehículos automotores y motocicletas que, con un descenso de 12,4%, restaron 2,9 puntos porcentuales a la variación total del período.

**Gráfico 6**  
**Contribución anual a las ventas reales**  
**Total nacional**  
**(2011/2010) Noviembre**



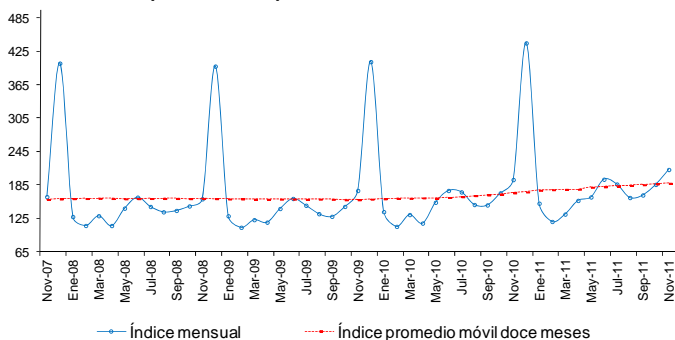
Fuente DANE – MMCM

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

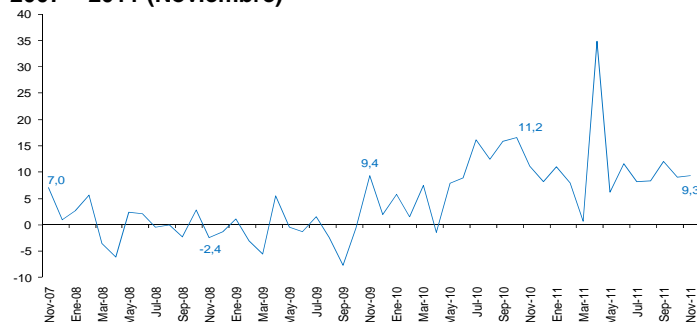
**Gráficos 7**

**Líneas de mercancías que explican principalmente el crecimiento en ventas de noviembre de 2011**

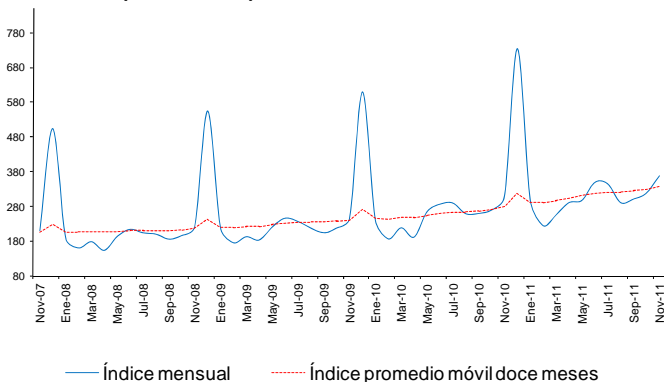
**Gráfico 7.1**  
**Índice de ventas de productos textiles y prendas de vestir**  
**Índice base: promedio año 1999 = 100**  
**2007 – 2011 (Noviembre)**



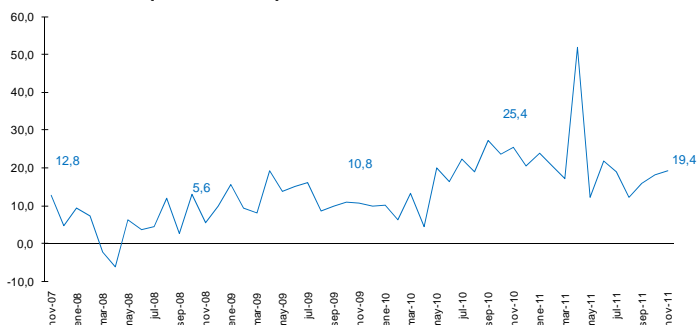
**Gráfico 7.2**  
**Variación anual de las ventas reales**  
**Productos textiles y prendas de vestir**  
**2007 – 2011 (Noviembre)**



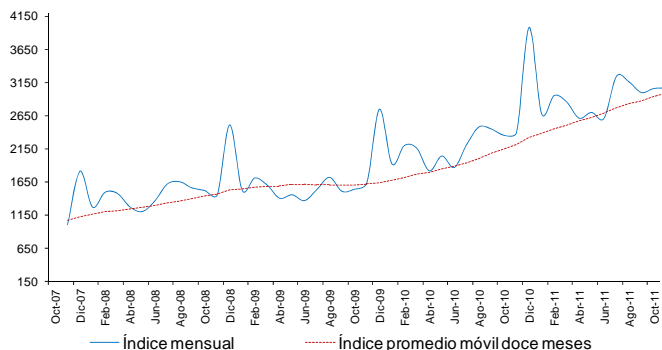
**Gráfico 7.3**  
**Índice de ventas de calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero**  
**Índice base: promedio año 1999 = 100**  
**2007 – 2011 (Noviembre)**



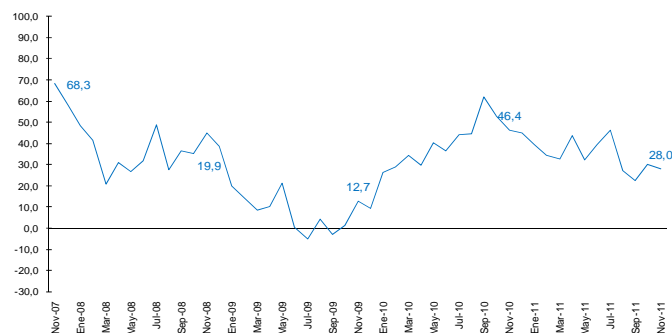
**Gráfico 7.4**  
**Variación anual de las ventas reales**  
**calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero**  
**2007 – 2011 (Noviembre)**



**Gráfico 7.5**  
**Índice de ventas de equipo de informática, hogar**  
**Índice base: promedio año 1999 = 100**  
**2007 – 2011 (Noviembre)**



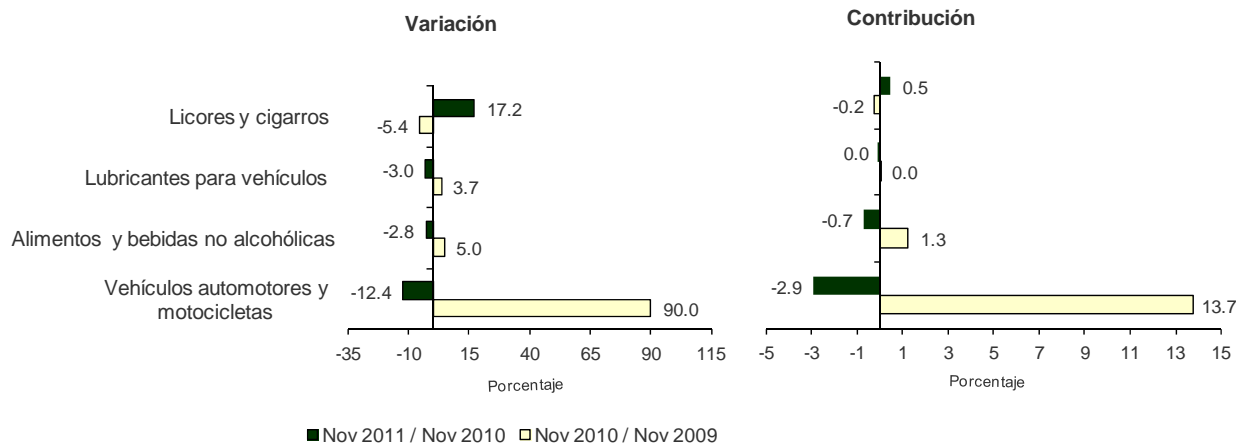
**Gráfico 7.6**  
**Variación anual de las ventas reales**  
**Equipo de informática, hogar**  
**2007 – 2011 (Noviembre)**



Fuente DANE – MMCM

Al comparar los resultados de las ventas minoristas de noviembre de 2011 con los de noviembre de 2010, se destacan cuatro líneas de mercancías por presentar los mayores contrastes en las variaciones anuales. (Gráfico 8).

**Gráfico 8**  
**Principales cambios de comportamiento en ventas anuales**  
**Noviembre (2011- 2010)**

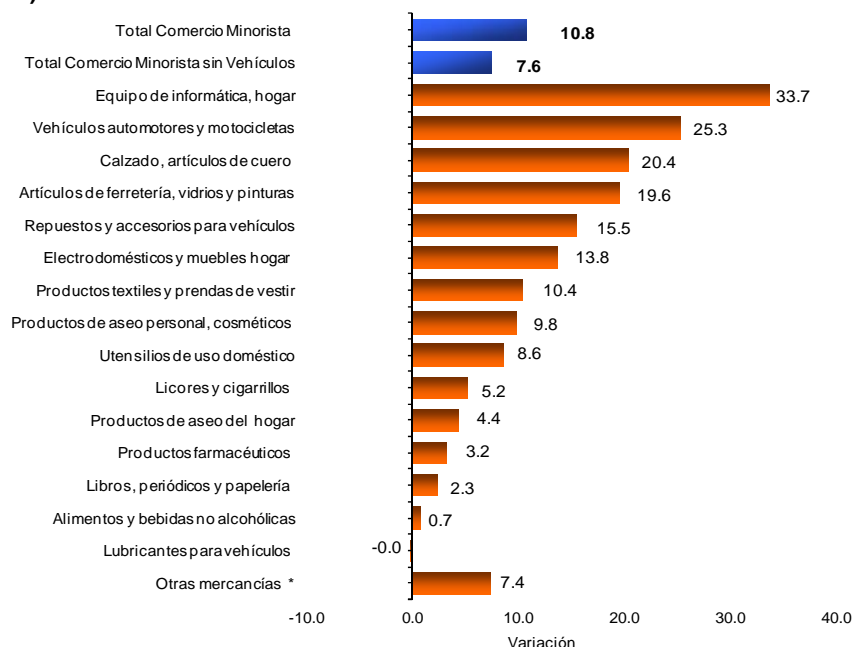


Fuente DANE – MMCM

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

Durante los once primeros meses de 2011, las ventas reales del comercio minorista presentaron un incremento de 10,8 respecto al mismo período de 2010. Las líneas de mercancías que registraron los mayores crecimientos fueron: equipo de informática, hogar; vehículos automotores y motocicletas; calzado y artículos de cuero; artículos de ferretería, vidrios y pinturas; y repuestos y accesorios para vehículos. (Gráfico 9)

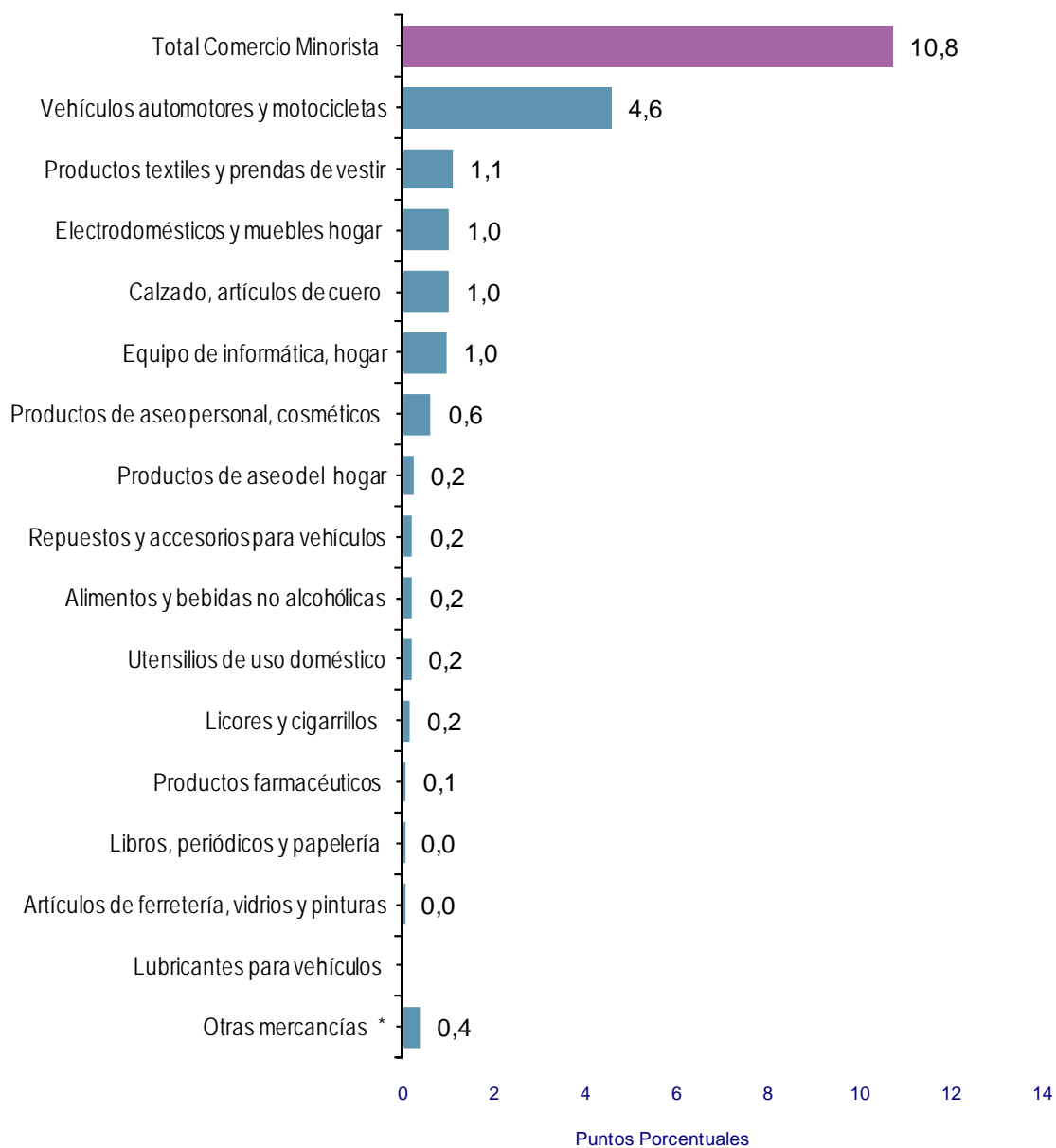
**Gráfico 9**  
**Variación año corrido de las ventas reales**  
**Total nacional**  
**Enero – noviembre (2011/2010)**



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 10**  
**Contribución año corrido a las ventas reales**  
**Total nacional**  
**Enero – noviembre (2011/2010)**



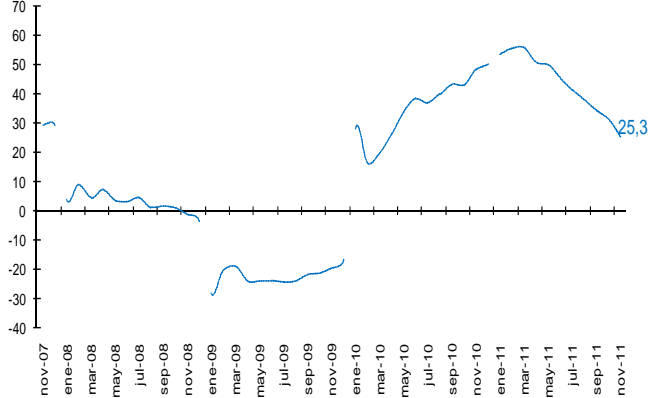
Fuente DANE – MMCM

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

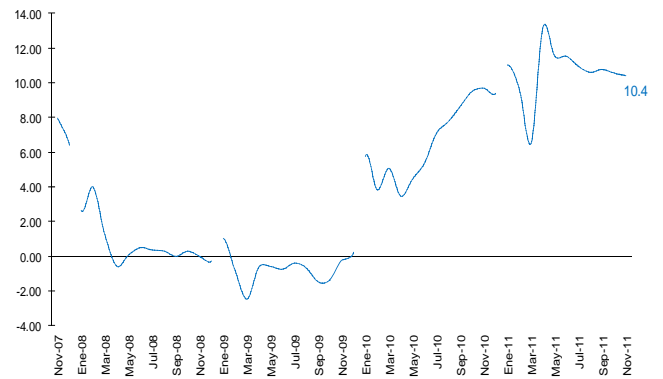


**Gráficos 11**  
**Líneas de mercancías que principalmente explican el crecimiento de las ventas**  
**en el año corrido hasta noviembre de 2011**

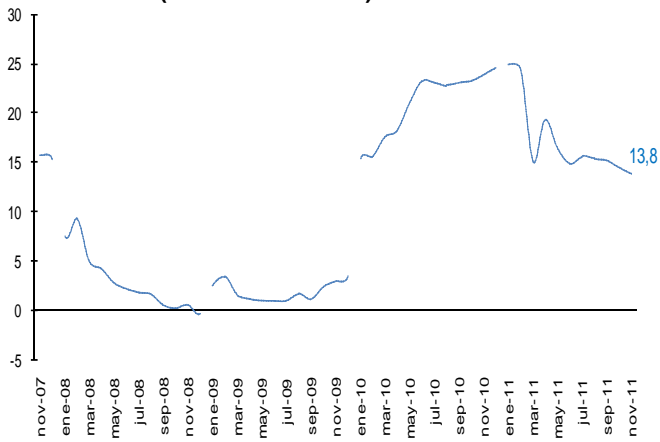
**Gráfico 11.1**  
**Variación año corrido de las ventas reales**  
**Vehículos automotores y motocicletas**  
**2007 - 2011 (Enero- noviembre)**



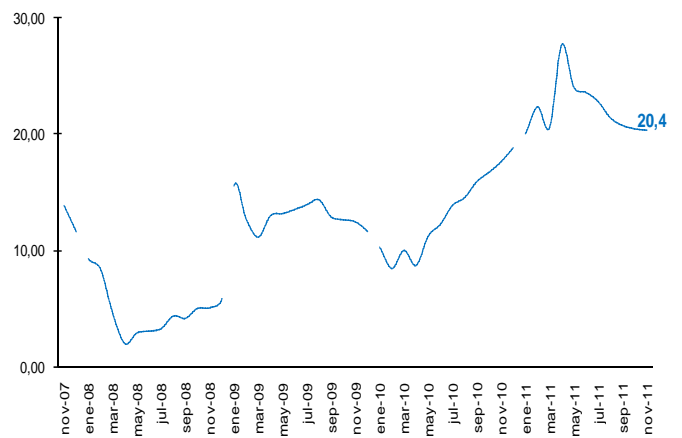
**Gráfico 11.2**  
**Variación año corrido de las ventas reales**  
**Productos textiles y prendas de vestir**  
**2007 - 2011 (Enero- noviembre)**



**Gráfico 11.3**  
**Variación año corrido de las ventas reales**  
**Electrodomésticos y muebles para el hogar**  
**2007 - 2011 (Enero- noviembre)**



**Gráfico 11.4**  
**Variación año corrido de las ventas reales**  
**Calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero**  
**2007 - 2011 (Enero - noviembre)**



Fuente DANE - MMCM

### 2.1.3 Variación acumulada doce meses

Durante los últimos doce meses hasta noviembre de 2011, las ventas reales del comercio minorista presentaron un incremento de 11,1% respecto al año precedente. Quince de las dieciséis líneas de mercancías en las que se reporta la información, registraron variaciones positivas en el indicador, destacándose las de equipo de informática, hogar; vehículos automotores y motocicletas; calzado, artículos de cuero; artículos de ferretería, vidrios y pinturas; repuestos y accesorios para vehículos; y electrodomésticos y muebles para el hogar.

**Gráfico 12**  
**Variación acumulada doce meses de las ventas reales**  
**Total nacional**  
**(2010/2011)**

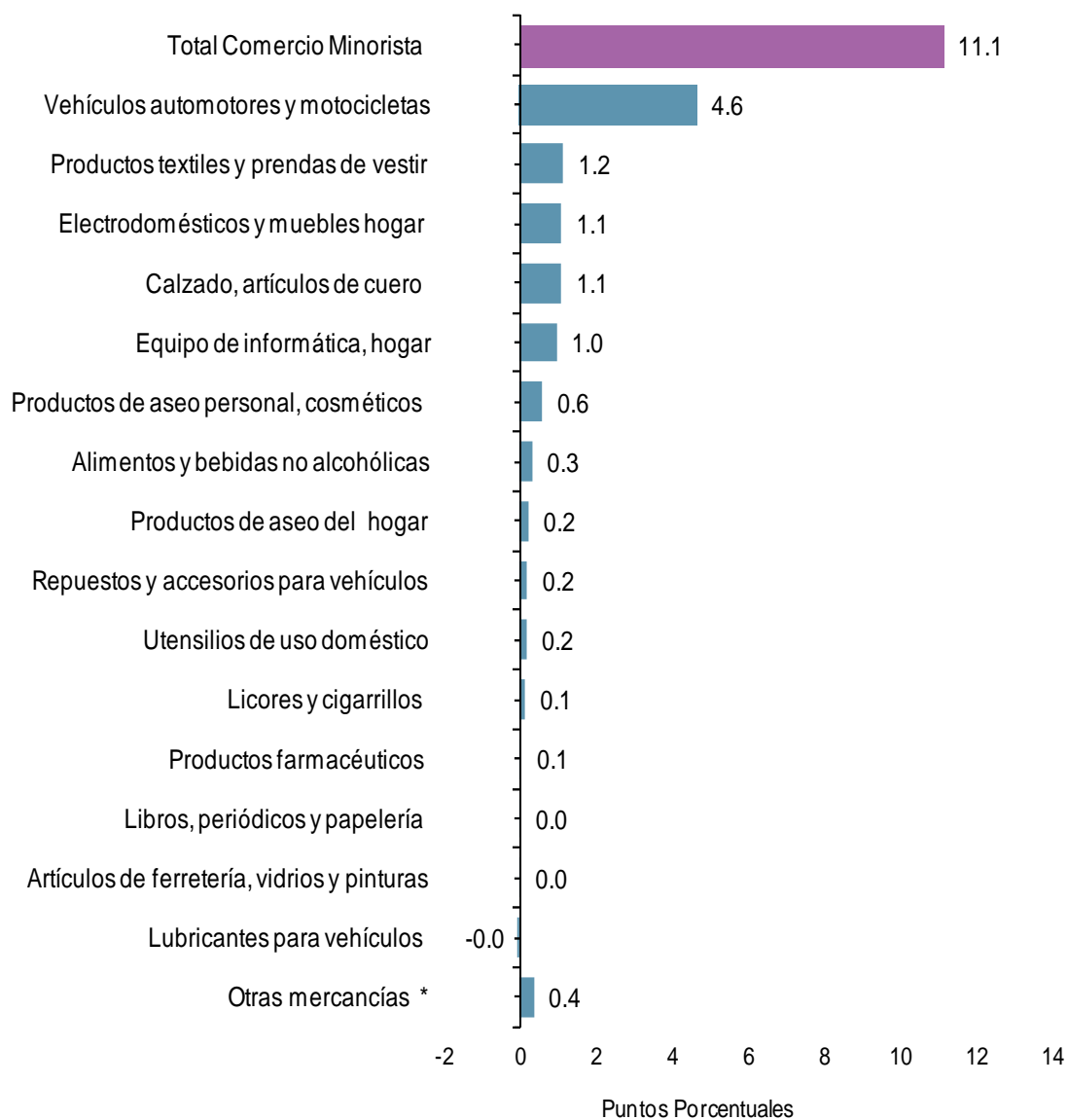


Fuente DANE – MMCM

\* 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; productos textiles y prendas de vestir; electrodomésticos y muebles para el hogar; calzado, artículos de cuero; y equipo de informática, hogar. El aporte conjunto de estos cinco grupos de mercancías a la variación total fue 9,0 puntos porcentuales.

**Gráfico 13**  
**Contribución acumulada doce meses a las ventas reales**  
**Total nacional**  
**(2010/2011)**

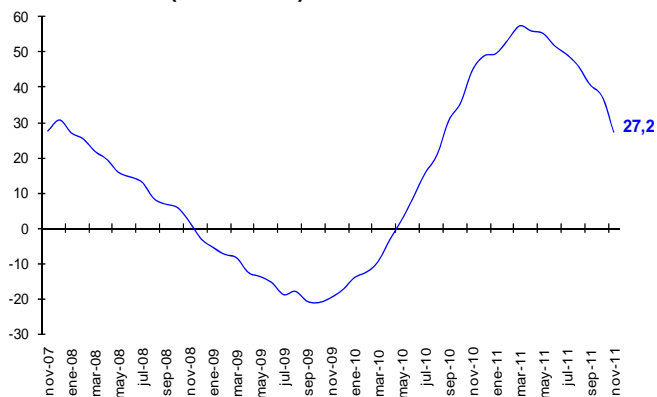


Fuente DANE – MMCM

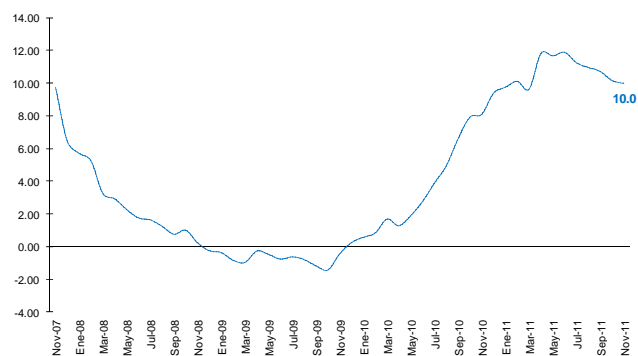
\* Otras mercancías, incluye: juguetes, bicicletas, artículos de deporte, piratería, artículos para bebés, gas propano en cilindros, equipo fotográfico, revestimiento para pisos, etc.

### Gráficos 14 Líneas de mercancías que principalmente explican el crecimiento de las ventas en el acumulado doce meses a noviembre de 2011

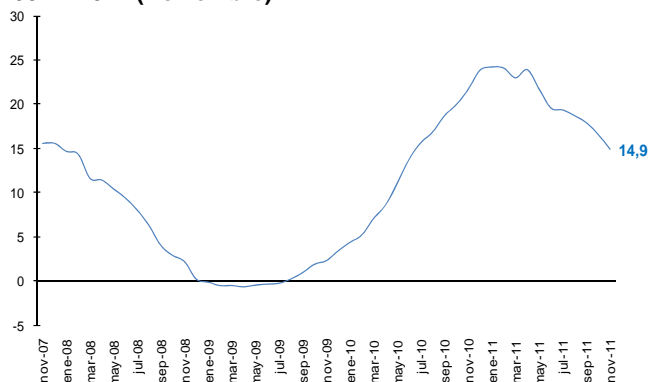
**Gráfico 14.1**  
Variación acumulada doce meses de las ventas reales  
Vehículos automotores y motocicletas  
2007 – 2011 (Noviembre)



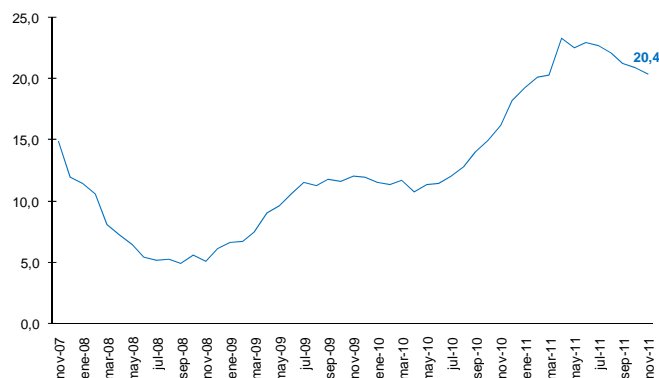
**Gráfico 14.2**  
Variación acumulada doce meses de las ventas reales  
Productos textiles y prendas de vestir  
2007 – 2011 (Noviembre)



**Gráfico 14.3**  
Variación acumulada doce meses de las ventas reales  
Electrodomésticos y muebles de hogar  
2007 – 2011 (Noviembre)



**Gráfico 14.4**  
Variación acumulada doce meses de las ventas reales  
Calzado y artículos de cuero y sucedáneos del cuero  
2007 – 2011 (Noviembre)



Fuente DANE – MMCM

## 2.2 Actividad comercial CIU Rev. 3

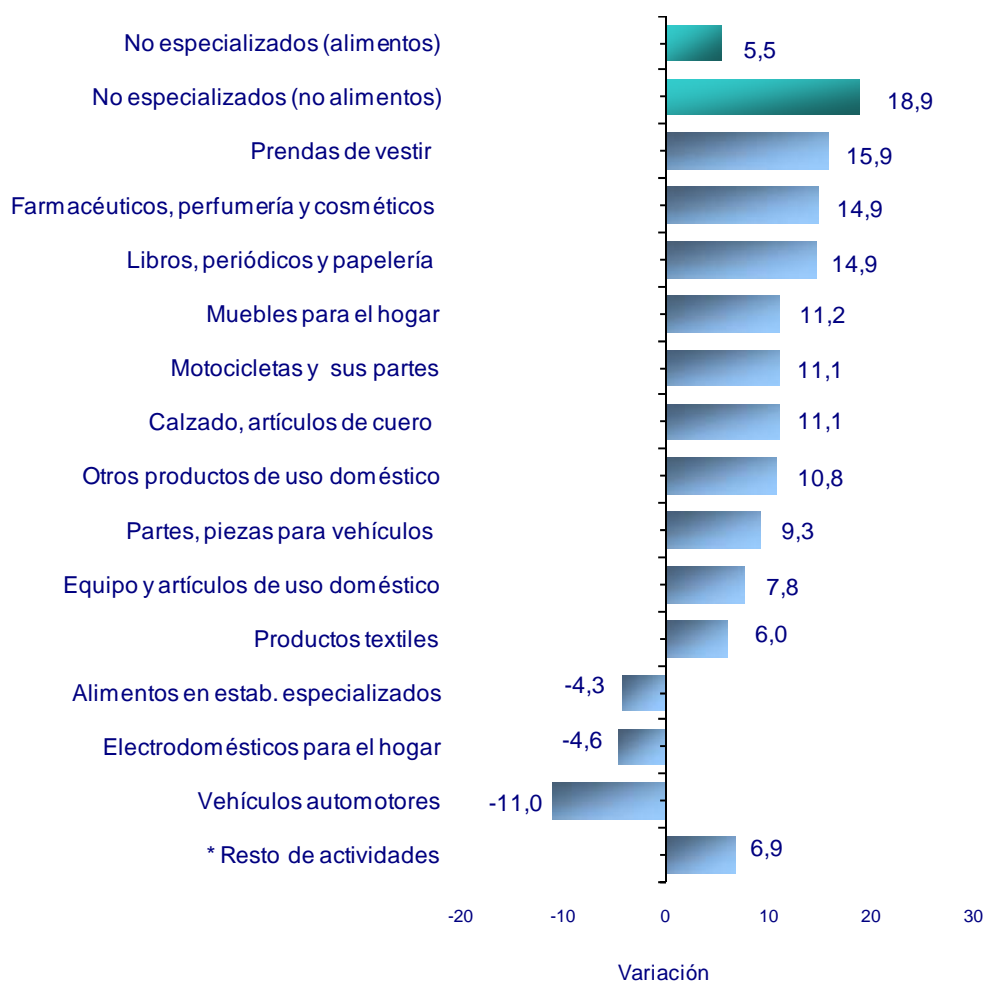
### 2.2.1 Variación anual: noviembre (2011/2010)

De acuerdo con la actividad económica (CIU Rev.3) en la que se clasifican las empresas investigadas en la Muestra Mensual de Comercio al por Menor, en noviembre de 2011 se destacan los crecimientos de las ventas registradas por los almacenes especializados en el comercio minorista de prendas de vestir; farmacéuticos, perfumería y cosméticos; y libros, periódicos y papelería.

Los almacenes no especializados con surtido compuesto de productos diferentes a alimentos registraron incremento de 18,9% en sus ventas, y los no especializados con surtido compuesto principalmente de alimentos presentaron un aumento de 5,5%.

#### Gráfico 15

#### Variación anual de las ventas reales, según actividad comercial Total nacional Noviembre (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 - noviembre (2011/2010)

Durante los once primeros meses de 2011, las ventas de los almacenes no especializados con surtido diferente de alimentos registraron un incremento de 30,8%, y los no especializados con surtido compuesto principalmente de alimentos presentaron aumento de 8,2%. Los mayores crecimientos en las ventas reales de las empresas especializadas se registraron en vehículos automotores; calzado y artículos de cuero; partes y piezas para vehículos; y motocicletas y sus partes.

**Gráfico 16**  
**Variación año corrido de las ventas reales**  
**Total nacional**  
**Enero - noviembre (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 acumulada doce meses

En los últimos doce meses hasta noviembre 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 motocicletas y sus partes.

Por su parte, los almacenes no especializados con surtido diferente de alimentos incrementaron sus ventas reales en 31,3%, y los no especializados con surtido compuesto principalmente de alimentos presentaron un crecimiento de 8,6%.

**Gráfico 17**  
**Variación acumulada 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: noviembre (2011/2010)

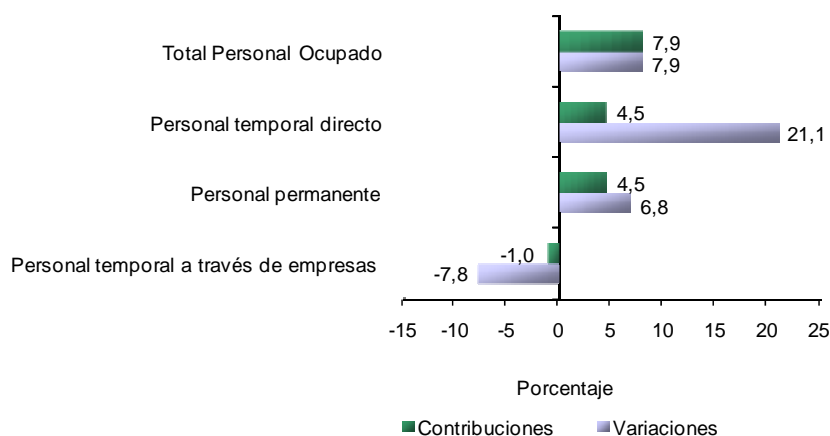
El personal ocupado por el comercio minorista en noviembre de 2011 aumentó 7,9%, frente al mismo mes del año anterior. Este resultado se explica principalmente por el aumento de personal en dos categorías de contratación, la de personal permanente y la de temporal directo, que en conjunto contribuyeron con 9,0 puntos porcentuales a la variación total.

#### Gráfico 18

##### Variación y contribución anual del personal ocupado, según tipo de contratación

Total nacional

Noviembre (2011/2010)



Fuente DANE – MMCM

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

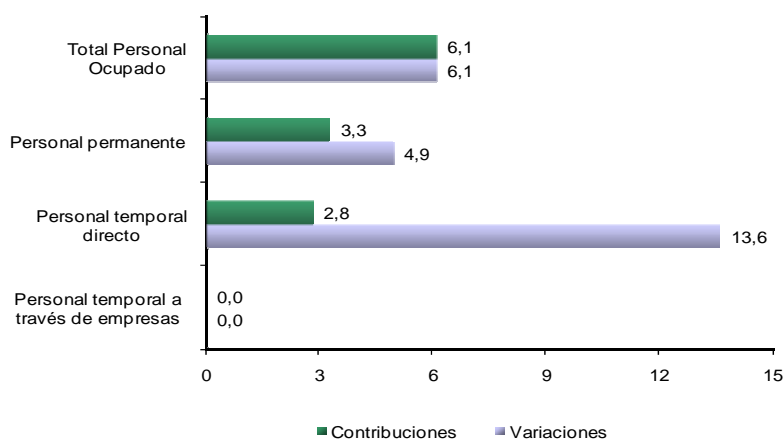
El personal ocupado vinculado al comercio minorista en los once meses del año 2011, presentó un aumento de 6,1%, respecto al mismo período del año anterior. Este resultado se explica principalmente por el incremento en la contratación del personal permanente y temporal directo.

#### Gráfico 19

##### Variación y contribución año corrido del personal ocupado, según tipo de contratación

Total nacional

Enero - noviembre (2011/2010)



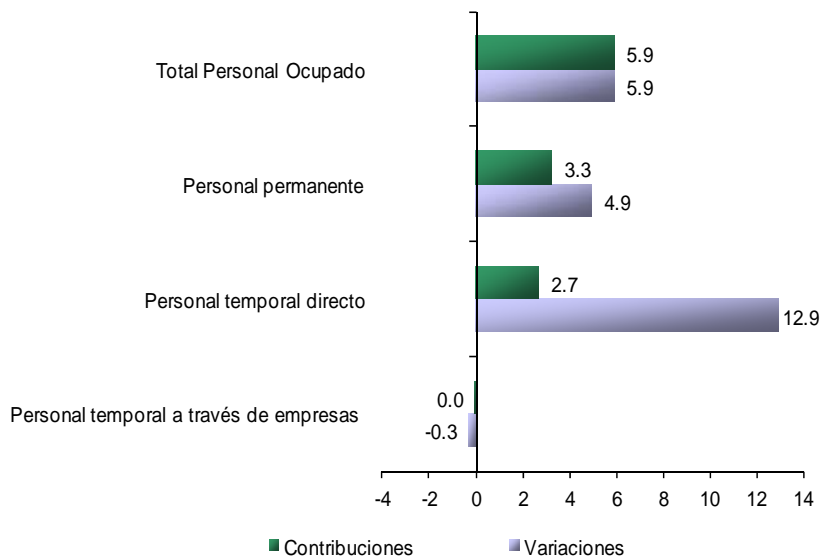
Fuente DANE – MMCM



### 3.3 Variación acumulada doce meses

En este período, el personal ocupado presentó una variación positiva de 5,9%, resultado que se explica principalmente por la contribución del personal permanente y del temporal directo, cuyo aporte en conjunto a la variación total fue de 6,0 puntos porcentuales.

**Gráfico 20**  
**Variación y contribución acumulada 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)