

MUESTRA MENSUAL DE COMERCIO AL POR MENOR Noviembre de 2012



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 noviembre de 2012, las ventas del comercio minorista se incrementaron 6,7%, y el personal ocupado 4,0%. Excluyendo el comercio de vehículos automotores y motocicletas, la variación de las ventas reales en noviembre de 2012 fue 5,1%.
- Las líneas de mercancías que presentaron las principales variaciones positivas para este mes fueron: equipo de informática, hogar (25,4%), vehículos, automotores y motocicletas (12,9%), licores y cigarrillos (9,9%), electrodomésticos y muebles para el hogar (9,1%), y productos de aseo personal, cosméticos (9,0%).
- El incremento de 4,0% registrado por el personal ocupado en noviembre de 2012 se explica por el aumento de la contratación de personal permanente (11,3%) y la disminución en la vinculación tanto de personal temporal directo (-11,2%) como de personal temporal a través de agencias (-6,7%).
- Durante los primeros once meses de 2012, las ventas reales del comercio minorista presentaron un incremento de 2,9%, y de 4,3% sin incluir vehículos automotores y motocicletas. Las líneas que registraron los mayores incrementos en sus ventas fueron: equipo de informática, hogar (17,4%), artículos de ferretería, vidrios y pinturas (8,4%), calzado, artículos de cuero (7,5%), y productos de aseo personal, cosméticos (6,2%).
- El personal ocupado por el comercio minorista en los once primeros meses de 2012 aumentó 5,8%, frente al mismo período de 2011, explicado por el aumento en la contratación de personal permanente (11,0%) de temporal directo (0,4%), y la disminución en la vinculación de personal temporal a través de agencias (-12,5%).
- Durante los últimos doce meses hasta noviembre de 2012, las ventas reales del comercio minorista registraron un crecimiento de 3,5%. Excluyendo el comercio de vehículos automotores y motocicletas el aumento fue 4,8%, respecto al año precedente. Las líneas de mercancías que presentaron los mayores crecimientos en sus ventas en este período, fueron: equipo de informática, hogar (17,5%), calzado, artículos de cuero (9,2%), artículos de ferretería, vidrios y pinturas (8,4%), y productos textiles y prendas de vestir (6,9%).
- El personal ocupado promedio del comercio minorista durante los últimos doce meses hasta noviembre de 2012, presentó un aumento de 5,9% respecto al año precedente. Este resultado se explica por el aumento en la contratación de personal permanente (10,8%) y de temporal directo (1,8%) y por la disminución en la vinculación de personal temporal a través de agencias (-12,9%).

Director

Jorge Bustamante R.

Subdirector (e)

Eduardo Efraín Freire Delgado

Director de Metodología y Producción Estadística

Eduardo Efraín Freire Delgado

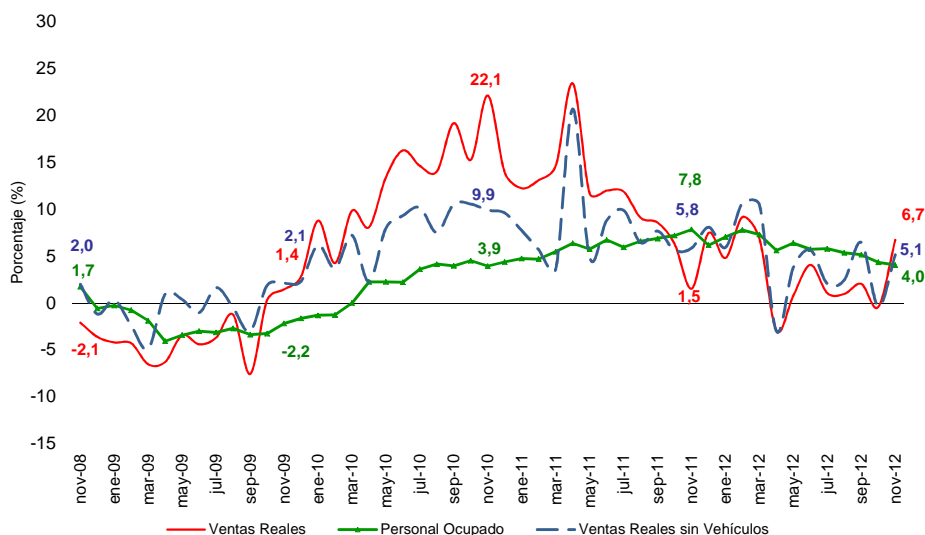
1. Evolución general de las principales variables

En noviembre de 2012, las ventas reales del comercio minorista se incrementaron 6,7%, y el personal ocupado 4,0%, comparado con el mismo mes de 2011, cuando las ventas habían reportado un incremento de 1,5% y el personal ocupado de 7,8%. Excluyendo la línea de vehículos automotores y motocicletas, la variación de las ventas reales en noviembre de 2012 fue 5,1%, cuando en el mismo mes de 2011 había sido de 5,8%.

Gráfico 1. Variación anual de las ventas reales y el personal ocupado del comercio minorista

Total nacional

2008 (noviembre) - 2012 (noviembre)

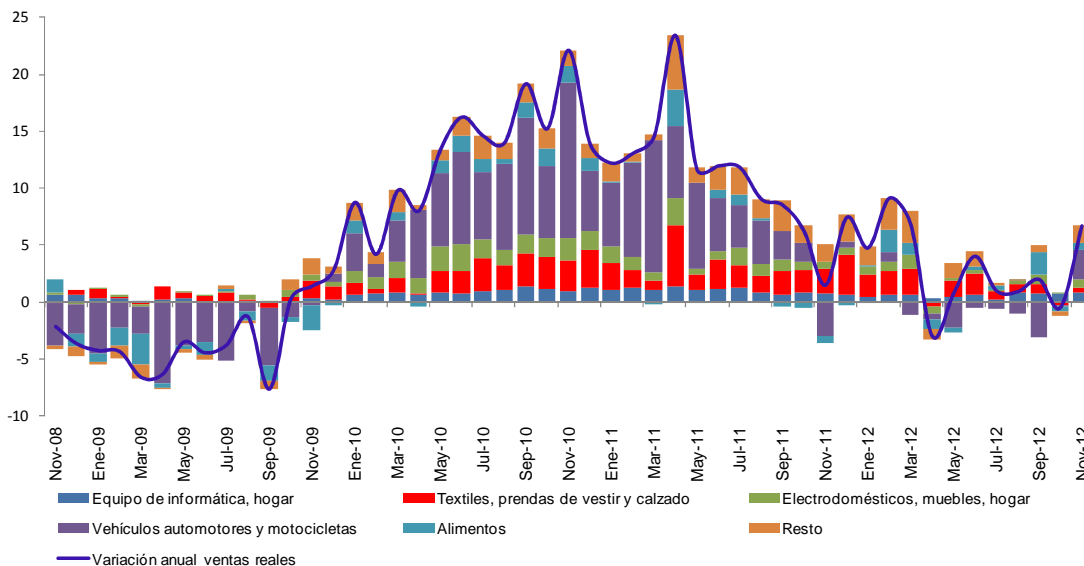


Fuente: DANE – MMCM.

Gráfico 2. Desagregación de la variación anual de las ventas reales del comercio minorista, por líneas de mercancía, según contribución

Total nacional

2008 (noviembre) - 2012 (noviembre)



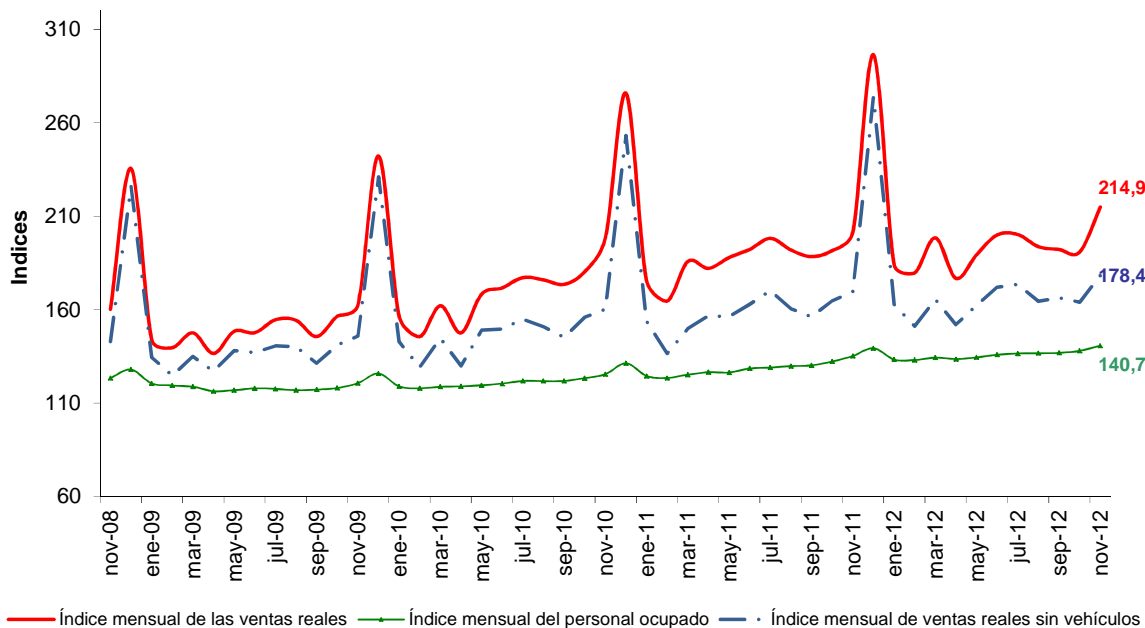
Fuente: DANE – MMCM.

Gráfico 3. Índices de ventas reales y personal ocupado del comercio minorista

Total nacional

2008 (noviembre) - 2012 (noviembre)

Índice base: promedio año 1999 = 100

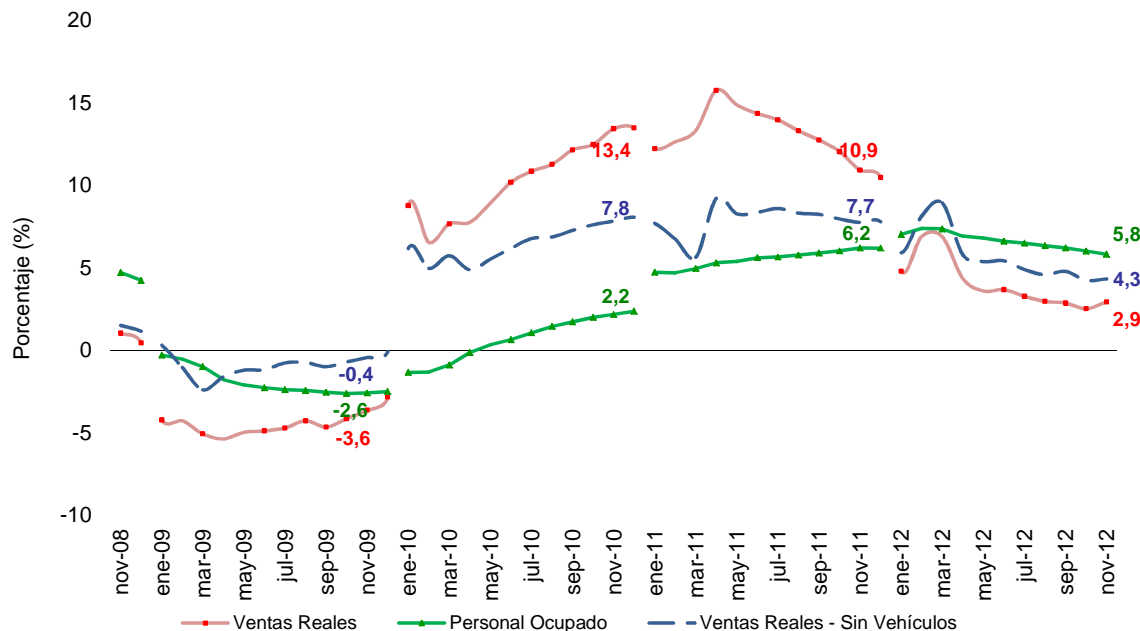


Fuente: DANE – MMCM.

Gráfico 4. Variación año corrido de las ventas reales y el personal ocupado del comercio minorista

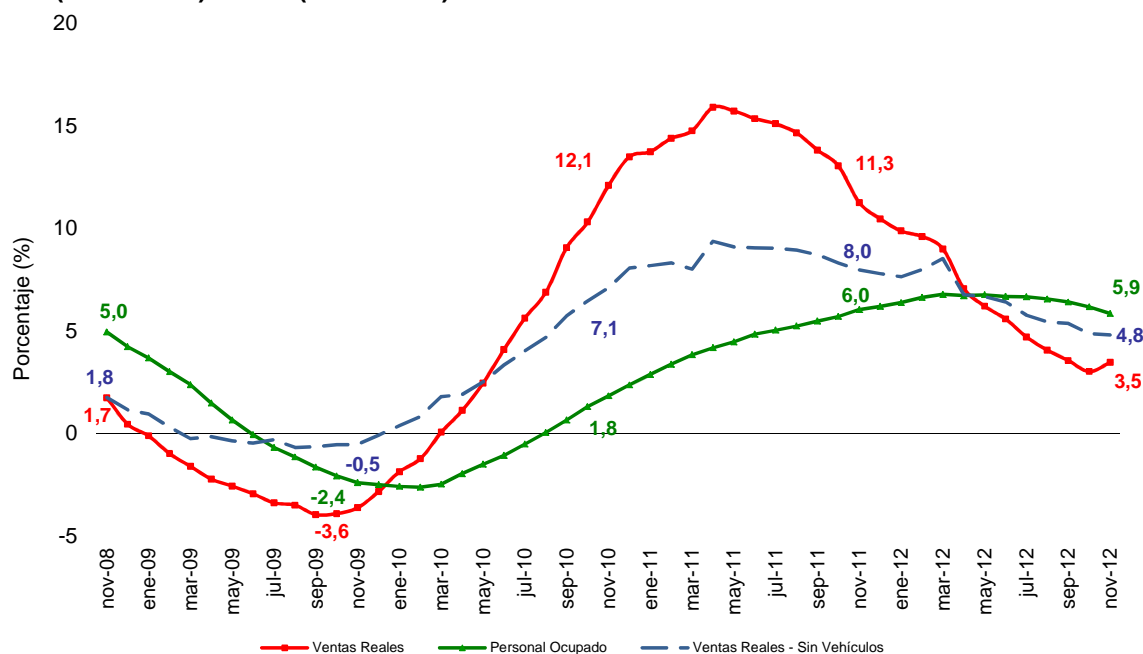
Total nacional

2008 (noviembre) - 2012 (noviembre)



Fuente: DANE – MMCM.

Gráfico 5. Variación acumulada doce meses de las ventas reales y el personal ocupado del comercio minorista Total nacional 2008 (noviembre) - 2012 (noviembre)



Fuente: DANE – MMCM.

Tabla 1. Resumen del comportamiento de las principales variables Noviembre 2012

Indicador	Variación (%)					
	Anual		Año corrido		Doce meses	
	2011	2012	2011	2012	2011	2012
Ventas	1,5	6,7	10,9	2,9	11,3	3,5
Ventas sin vehículos	5,8	5,1	7,7	4,3	8,0	4,8
Personal ocupado	7,8	4,0	6,2	5,8	6,0	5,9

Fuente: DANE – MMCM

2. Ventas reales

2.1 Grupos de mercancías

2.1.1 Variación anual: noviembre 2012

En noviembre de 2012, las ventas reales del comercio minorista se incrementaron 6,7% respecto a las registradas en igual mes de 2011. Los grupos de mercancías que presentaron las mayores variaciones fueron: equipo de informática, hogar; vehículos automotores y motocicletas; licores y cigarrillos; electrodomésticos y muebles para el hogar; y productos de aseo personal, cosméticos. (Gráfico 6).

Gráfico 6. Variación anual de las ventas reales del comercio minorista
Total nacional
Noviembre 2012

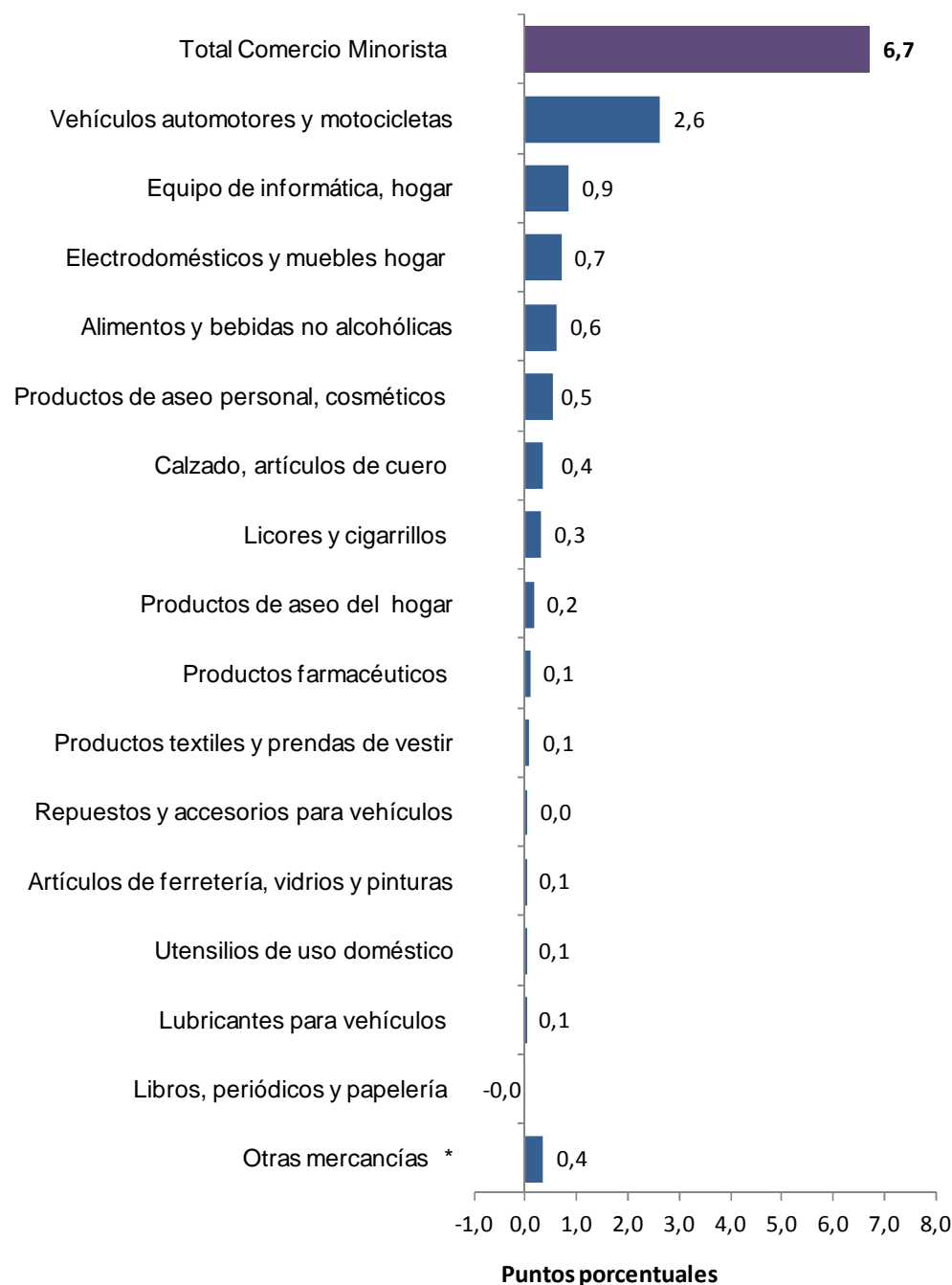


Fuente: DANE – MMCM.

*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 anual de las ventas minoristas en el mes, las presentaron las líneas de vehículos automotores y motocicletas; equipo de informática, hogar; electrodomésticos y muebles hogar; y alimentos y bebidas no alcohólicas. El aporte conjunto de estos grupos a la variación total fue de 4,8 puntos porcentuales.

Gráfico 7. Contribución a la variación anual de las ventas reales del comercio minorista
Total nacional
Noviembre 2012



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 8. Líneas de mercancías que explican principalmente la variación anual de las ventas reales del comercio minorista

**Total nacional
Noviembre 2012**

Gráfico 8.1. Índice de ventas de vehículos, automotores y motocicletas 2008 (noviembre) - 2012 (noviembre)

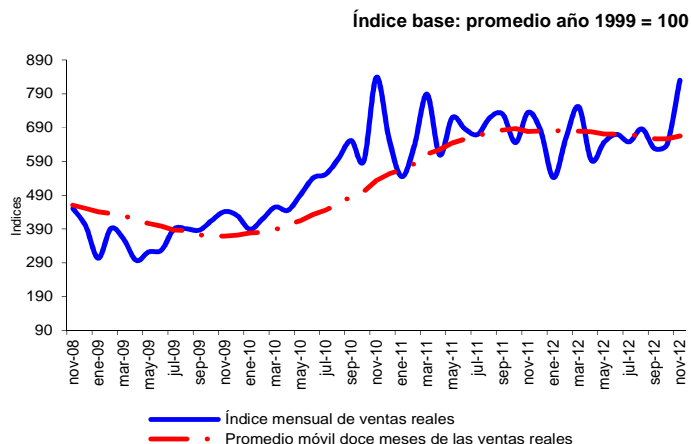


Gráfico 8.2. Variación anual de vehículos, automotores y motocicletas 2008 (noviembre) - 2012 (noviembre)

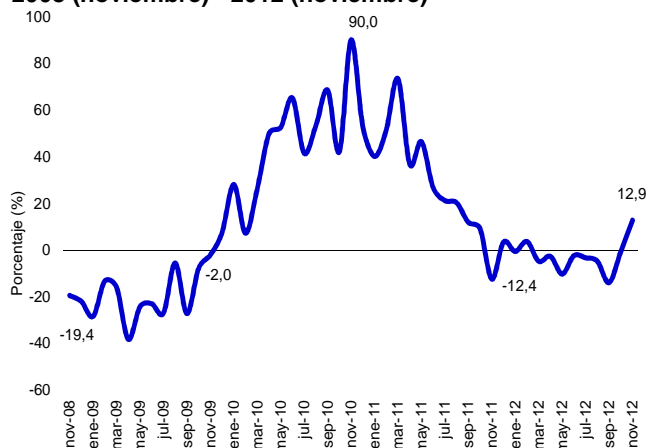


Gráfico 8.3. Índice de ventas de equipo de informática, hogar 2008 (noviembre) - 2012 (noviembre)

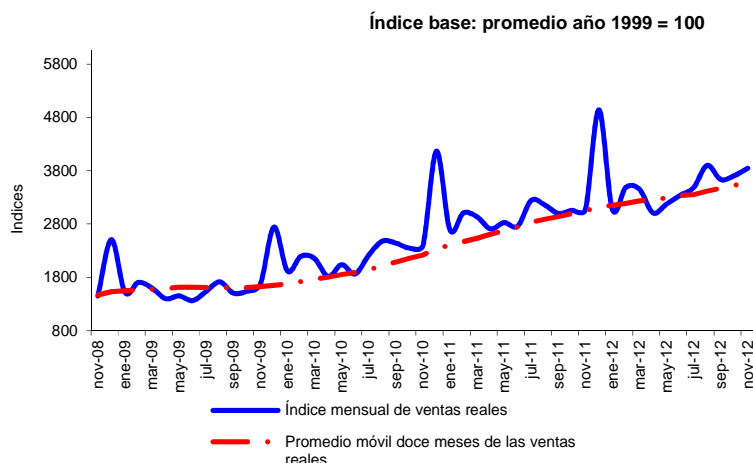


Gráfico 8.4. Variación anual de equipo de informática, hogar 2008 (noviembre) - 2012 (noviembre)

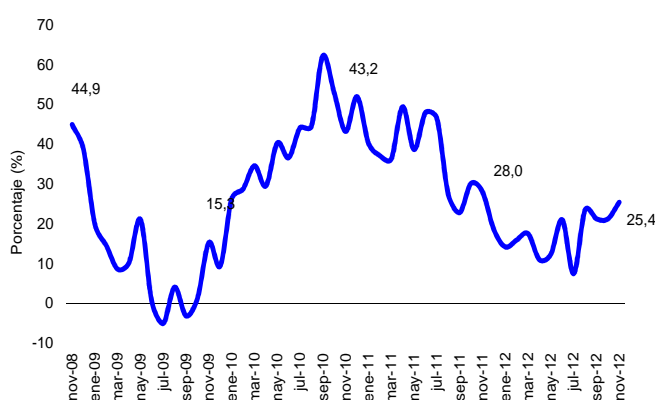


Gráfico 8.5. Índice de ventas de electrodomésticos y muebles hogar 2008 (noviembre) - 2012 (noviembre)

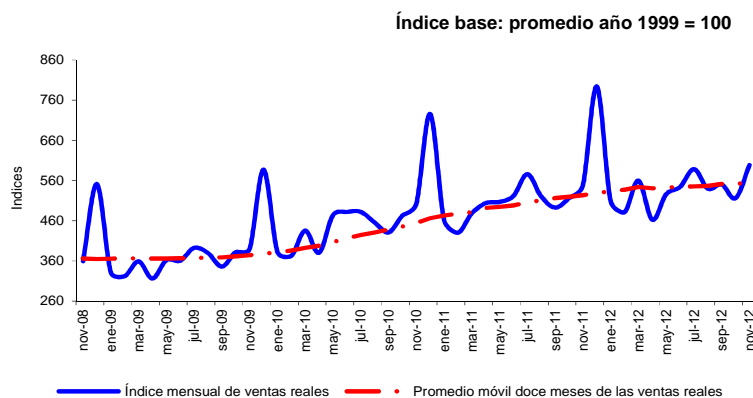
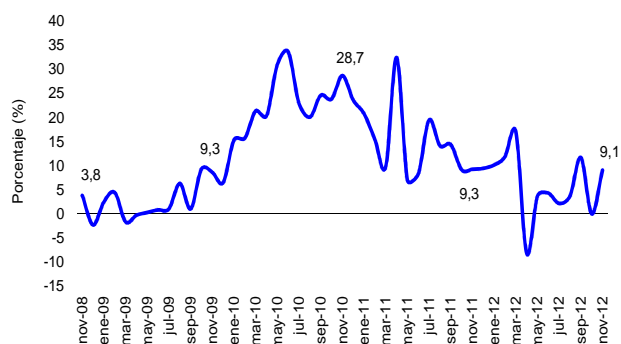


Gráfico 8.6. Variación anual de electrodomésticos y muebles hogar 2008 (noviembre) - 2012 (noviembre)

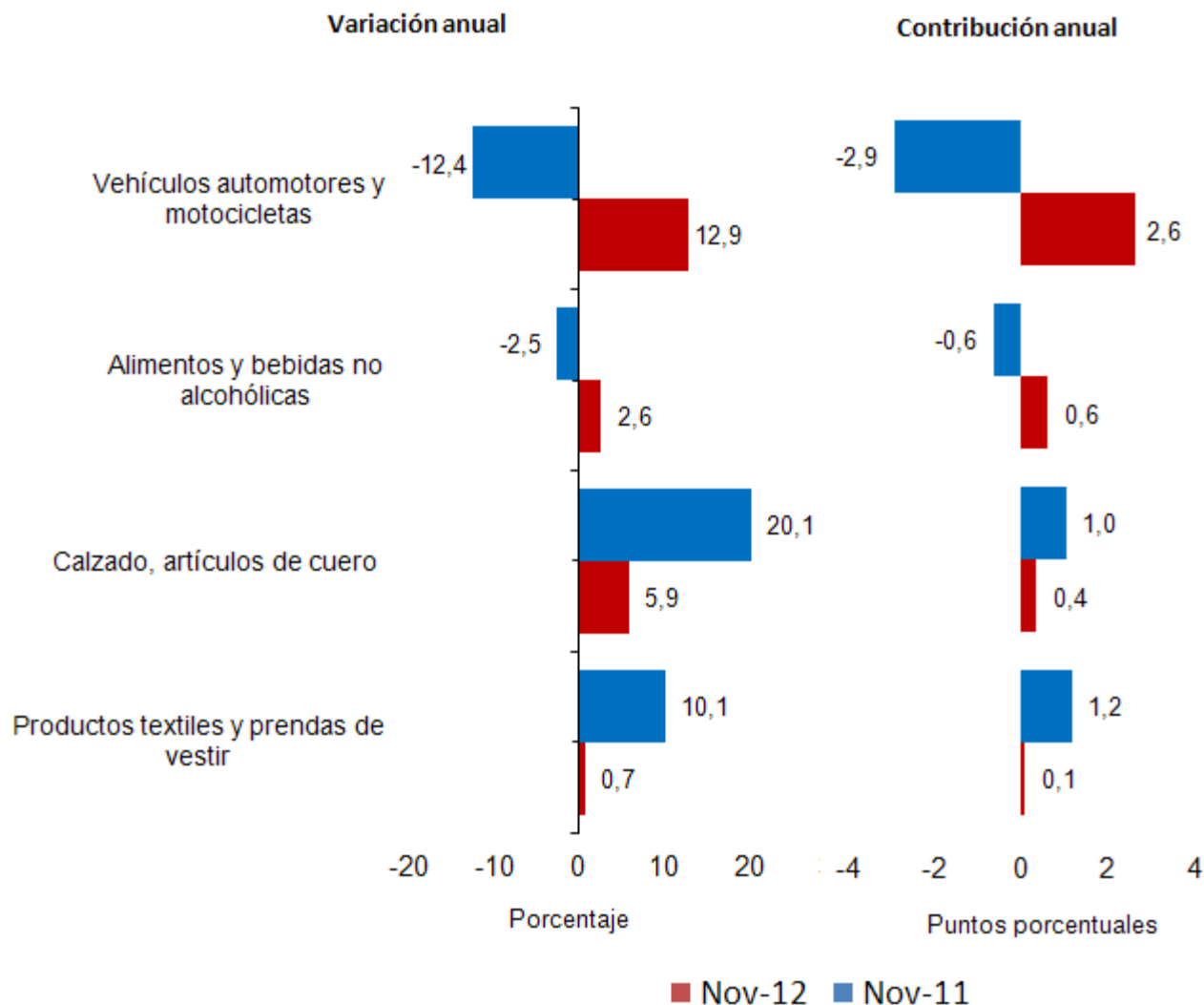


Fuente: DANE – MMCM

En el gráfico 9 se presentan las líneas de mercancías que principalmente explicaron el crecimiento de la dinámica de las ventas minoristas en noviembre de 2012 (6,7%), con relación a las de noviembre de 2011 (1,5%).

Las principales diferencias se observan en las líneas de vehículos automotores y motocicletas que mientras en noviembre de 2011 restó al comportamiento del sector 2,9 puntos porcentuales, en noviembre de 2012 aportó 2,6 puntos porcentuales; y en la línea de alimentos y bebidas no alcohólicas que mientras en noviembre de 2011 restó al sector 0,6 puntos porcentuales, en noviembre de 2012 aportó 0,6 puntos porcentuales.

Gráfico 9. Principales contrastes entre los resultados de 2012 y 2011 del comercio minorista
Total nacional
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.

2.1.2 Variación año corrido: enero - noviembre (2012/2011)

Durante los primeros once meses de 2012, las ventas reales del comercio minorista presentaron un incremento de 2,9% respecto al mismo período del año anterior. Las líneas que registraron los mayores

crecimientos durante este período, fueron: equipo de informática, hogar; artículos de ferretería, vidrios y pinturas; calzado, artículos de cuero; y productos de aseo personal, cosméticos.

Gráfico 10. Variación año corrido de las ventas reales del comercio minorista
Total nacional
Enero - noviembre (2012/2011)



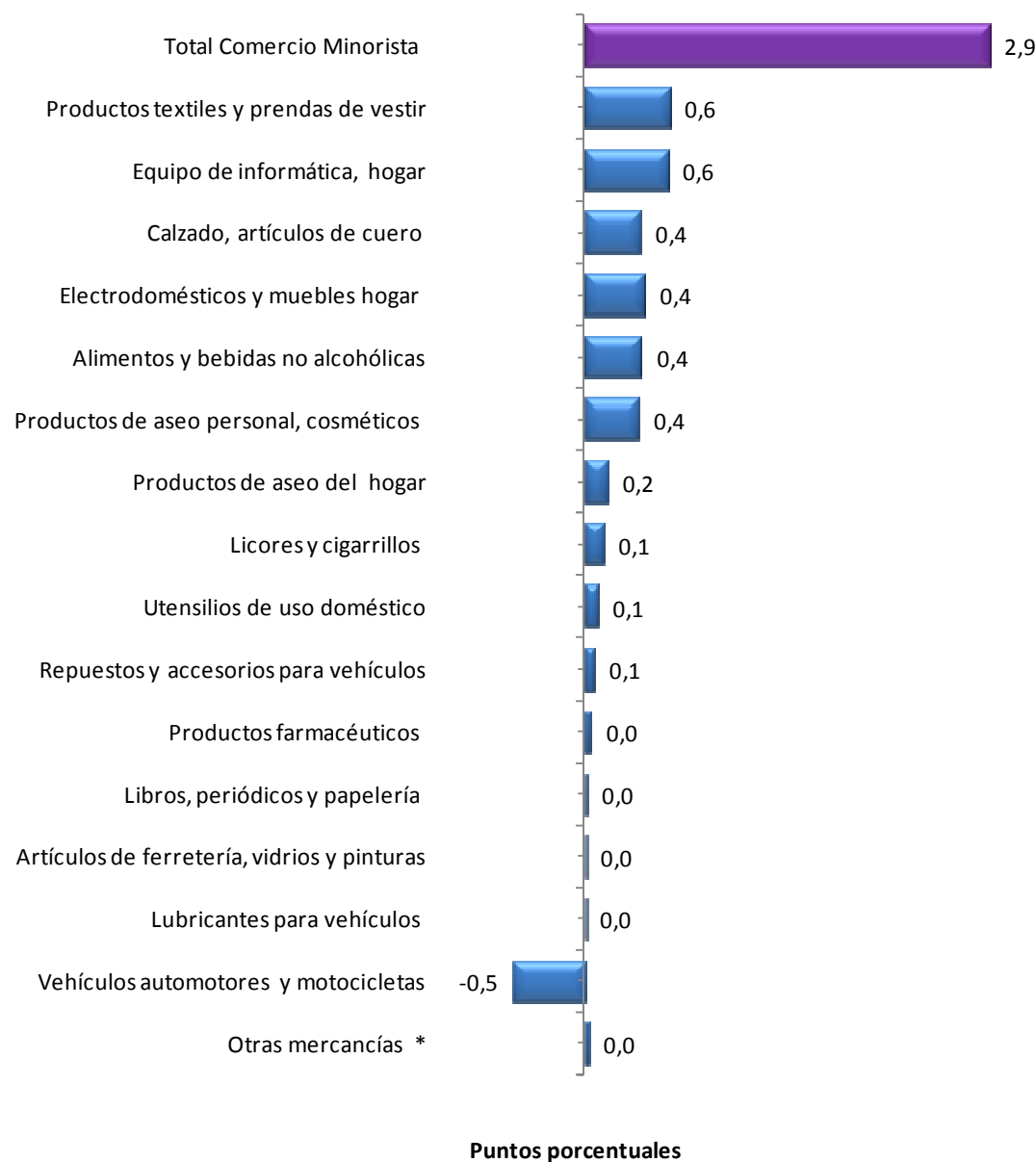
Fuente: DANE – MMCM

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

Las mayores contribuciones a la variación año corrido de las ventas, estuvieron a cargo de las líneas de productos textiles y prendas de vestir; equipo de informática, hogar; calzado, artículos de cuero; electrodomésticos y muebles para el hogar; alimentos y bebidas no alcohólicas; y productos de aseo personal,

cosméticos. El aporte conjunto de estos seis grupos de mercancías a la variación total fue 2,8 puntos porcentuales. Se destaca el aporte negativo de la línea de vehículos automotores y motocicletas la cual restó 0,5 puntos porcentuales a la variación total acumulada hasta noviembre de 2012.

Gráfico 11. Contribución a la variación año corrido de las ventas reales del comercio minorista Total nacional Enero - noviembre (2012/2011)



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 12. Líneas de mercancías que principalmente explican la variación año corrido de las ventas reales del comercio minorista Total nacional

Noviembre 2012

Gráfico 12.1. Variación año corrido de las ventas reales de productos textiles y prendas de vestir 2008 (noviembre) - 2012 (noviembre)

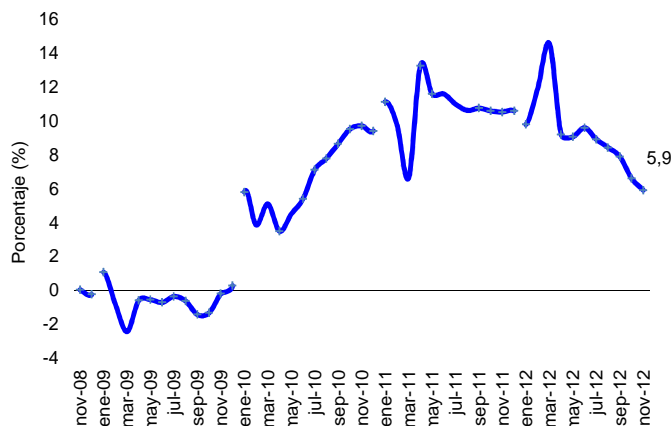


Gráfico 12.3. Variación año corrido de las ventas reales de calzado y artículos de cuero 2008 (noviembre) - 2012 (noviembre)

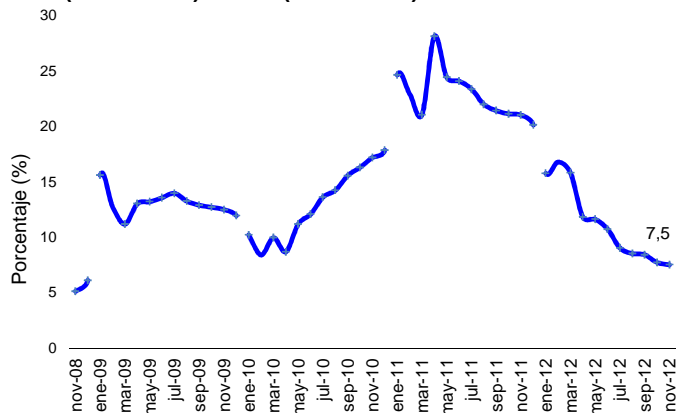
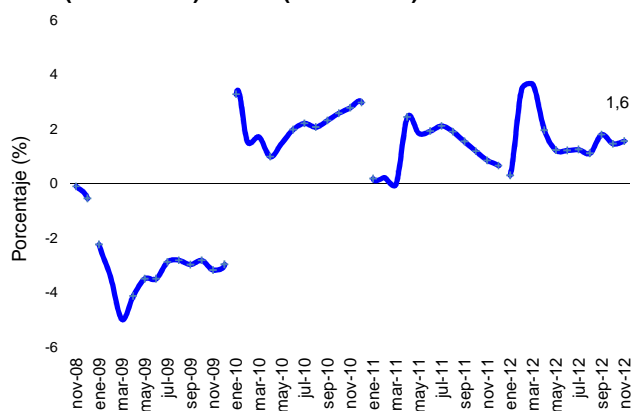


Gráfico 12.5. Variación año corrido de las ventas reales de alimentos y bebidas no alcohólicas 2008 (noviembre) - 2012 (noviembre)



Fuente: DANE – MMCM

Gráfico 12.2. Variación año corrido de las ventas reales de equipo de informática, hogar

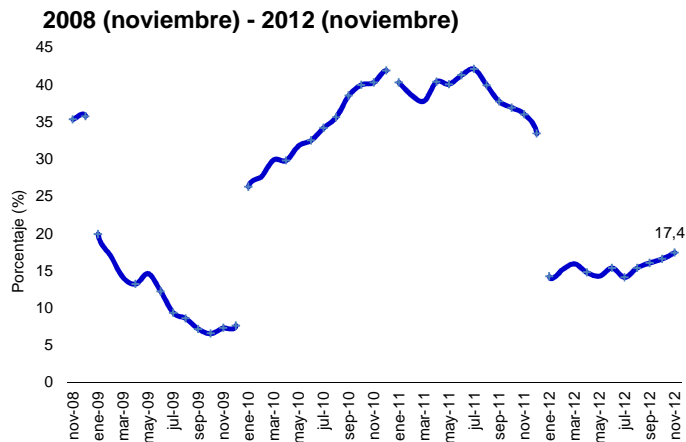


Gráfico 12.4. Variación año corrido de las ventas reales de electrodomésticos y muebles, hogar 2008 (noviembre) - 2012 (noviembre)

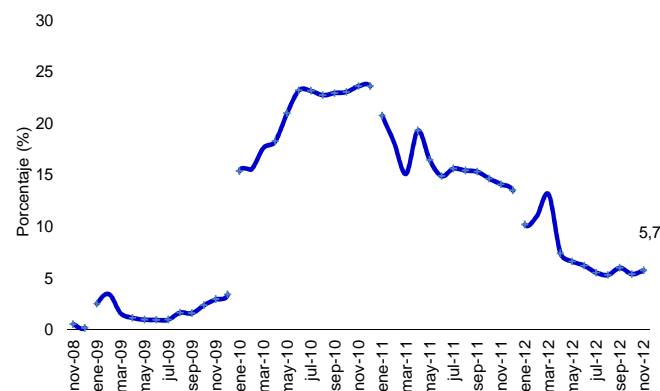
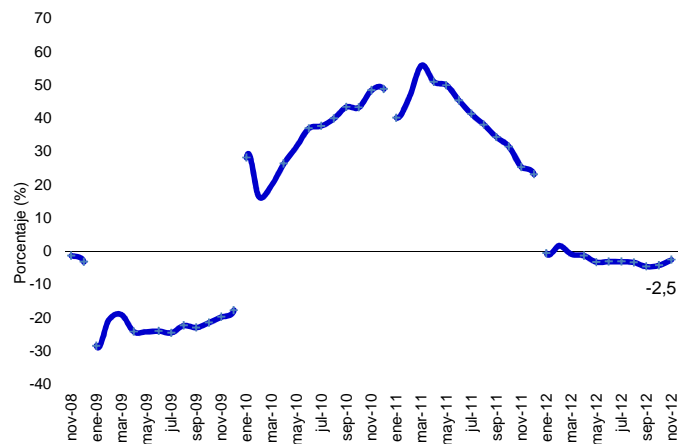


Gráfico 12.6. Variación año corrido de las ventas reales de vehículos automotores y motocicletas 2008 (noviembre) - 2012 (noviembre)



2.1.3. Variación acumulada doce meses: diciembre 2011 - noviembre 2012 / diciembre 2010 - noviembre 2011

Durante los últimos doce meses hasta noviembre de 2012, las ventas reales del comercio minorista presentaron un incremento de 3,5% respecto al año precedente. Las líneas que registraron los mayores crecimientos durante este período, fueron: equipo de informática, hogar; calzado, artículos de cuero; artículos de ferretería, vidrios y pinturas; productos textiles y prendas de vestir; productos de aseo personal, cosméticos; y electrodomésticos y muebles para el hogar.

Gráfico 13. Variación acumulada doce meses de las ventas reales del comercio minorista Total nacional
Diciembre 2011 - noviembre 2012 / diciembre 2010 - noviembre 2011



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 mayores contribuciones a la variación acumulada doce meses de las ventas, estuvieron a cargo de las líneas de productos textiles y prendas de vestir; equipo de informática, hogar; calzado, artículos de cuero; electrodomésticos y muebles para el hogar; y productos de aseo personal, cosméticos. El aporte conjunto de estos cinco grupos de mercancías a la variación total fue 2,8 puntos porcentuales.

Gráfico 14. Contribución acumulada doce meses a las ventas reales del comercio minorista Total nacional
Diciembre 2011 - noviembre 2012 / diciembre - noviembre 2011



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 15. Líneas de mercancías que principalmente explican la variación acumulada doce meses de las ventas reales del comercio minorista Total nacional Noviembre 2012

Gráfico 15.1. Variación acumulada doce meses de las ventas reales de productos textiles y prendas de vestir 2008 (noviembre) - 2012 (noviembre)

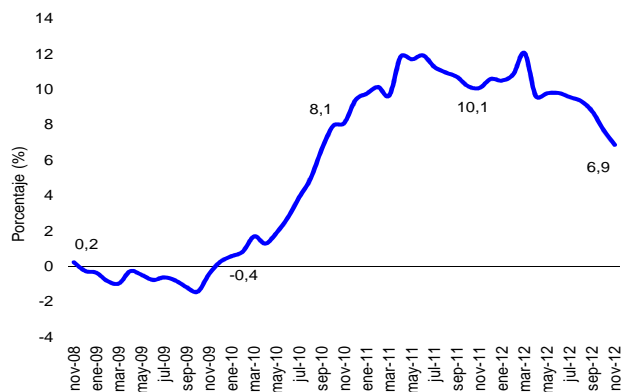


Gráfico 15.2. Variación acumulada doce meses de las ventas reales de equipo de informática, hogar 2008 (noviembre) - 2012 (noviembre)

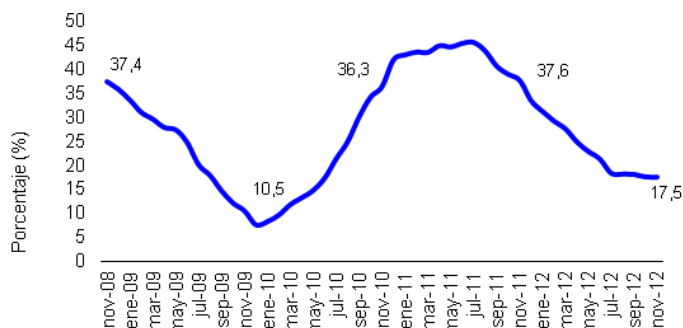


Gráfico 15.3. Variación acumulada doce meses de las ventas reales de calzado y artículos de cuero 2008 (noviembre) - 2012 (noviembre)

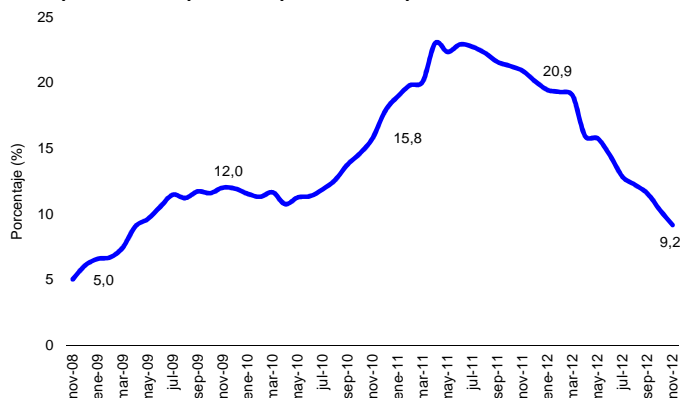


Gráfico 15.4. Variación acumulada doce meses de las ventas reales de electrodomésticos y muebles, hogar 2008 (noviembre) - 2012 (noviembre)

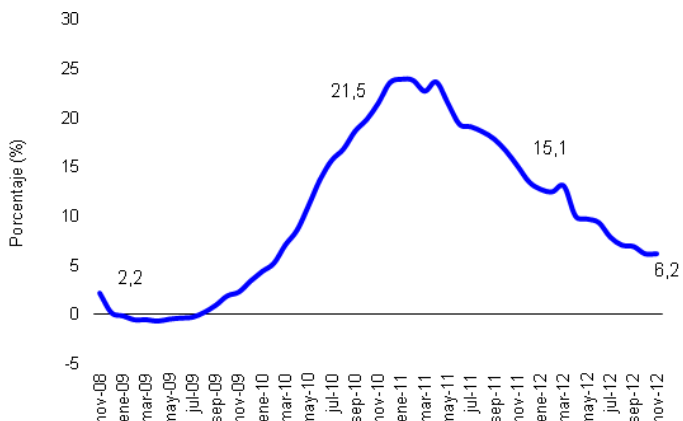


Gráfico 15.5. Variación acumulada doce meses de las ventas reales de productos de aseo personal, cosméticos 2008 (noviembre) - 2012 (noviembre)

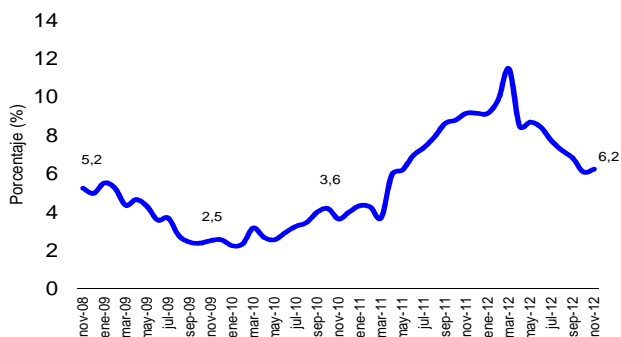
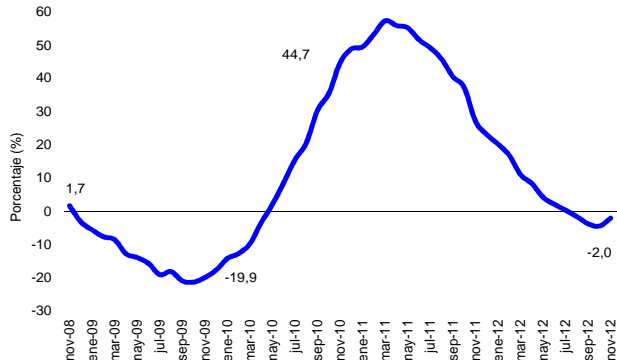


Gráfico 15.6. Variación acumulada doce meses de las ventas reales de vehículos automotores y motocicletas 2008 (noviembre) - 2012 (noviembre)



Fuente: DANE – MMCM

2.2 Actividad comercial CIU Rev. 3

2.2.1 Variación anual: noviembre 2012

De acuerdo con la actividad económica (CIU Rev.3 A.C.) en la que se clasifican las empresas investigadas en la Muestra Mensual de Comercio al por Menor, en noviembre de 2012 se destacan los crecimientos de las ventas registradas por los almacenes especializados en el comercio minorista de motocicletas y sus partes; vehículos automotores; calzado, artículos de cuero; electrodomésticos para el hogar y muebles para el hogar. En cuanto a los almacenes no especializados, los que tienen surtido compuesto principalmente de productos diferentes a alimentos registraron un incremento de 18,3% en sus ventas, y aquellos con surtido compuesto principalmente de alimentos presentaron un aumento de 9,4%.

Gráfico 16. Variación anual de las ventas reales del comercio minorista, según actividad comercial
Total nacional
Noviembre 2012



Fuente: DANE – MMCM

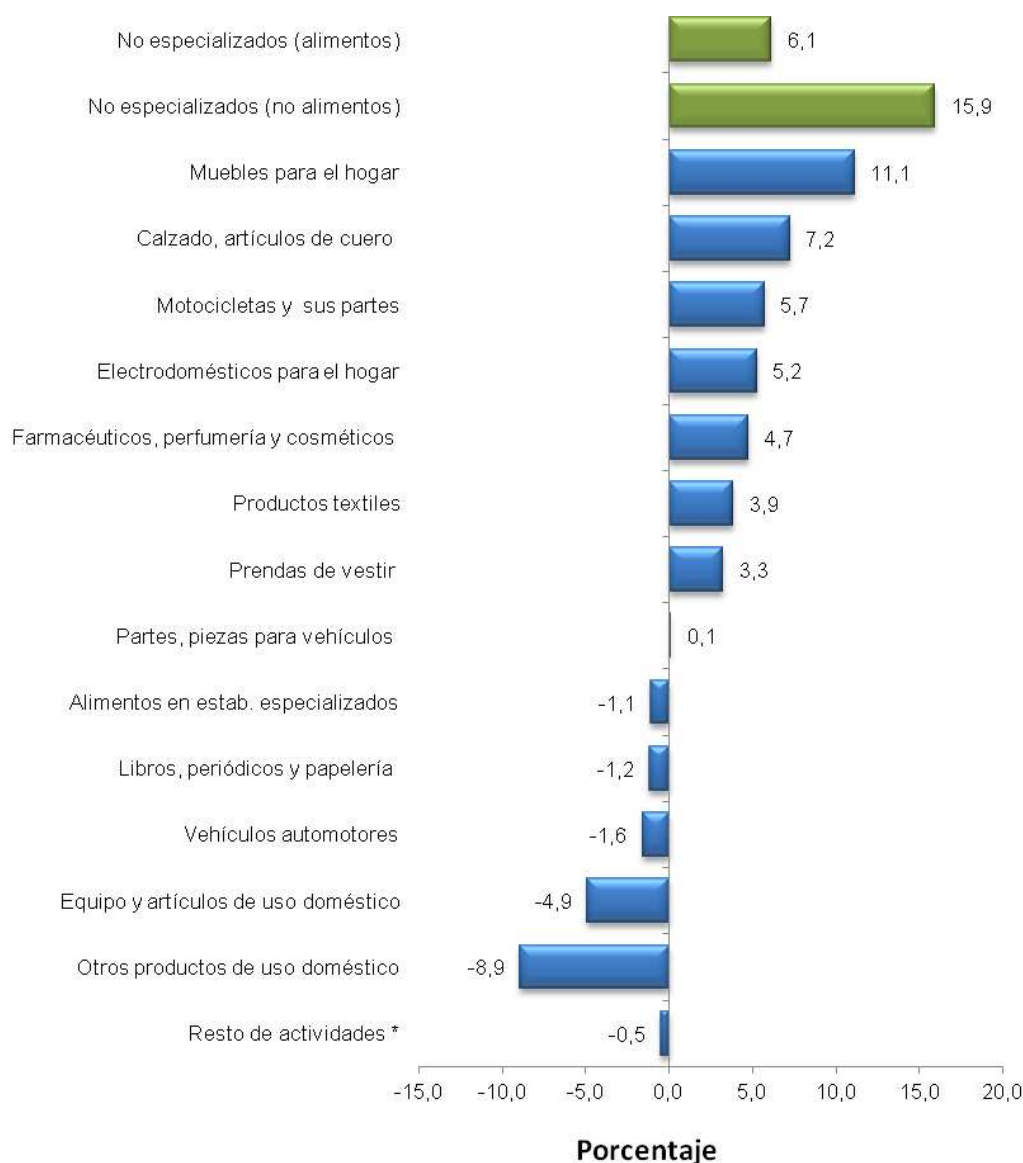
*Resto de actividades, incluye el comercio al por menor de: artículos de ferretería, vidrios y pinturas; computadores y programas de informática; equipo fotográfico, óptico y de precisión, etc.

2.2.2. Variación año corrido: enero - noviembre (2012/2011)

En los once primeros meses de 2012, los mayores incrementos en las ventas reales en establecimientos especializados se registraron en muebles para el hogar; calzado, artículos de cuero; motocicletas y sus partes, y electrodomésticos para el hogar.

Por su parte, los almacenes no especializados con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos incrementaron sus ventas reales en 15,9%, y los no especializados con surtido compuesto principalmente de alimentos presentaron un crecimiento de 6,1%.

Gráfico 17. Variación año corrido de las ventas reales del comercio minorista, según actividad comercial
Total nacional
Enero - Noviembre (2012/2011)



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.

2.2.3. Variación acumulada doce meses: diciembre 2011 - noviembre 2012 / diciembre 2010 - noviembre 2011

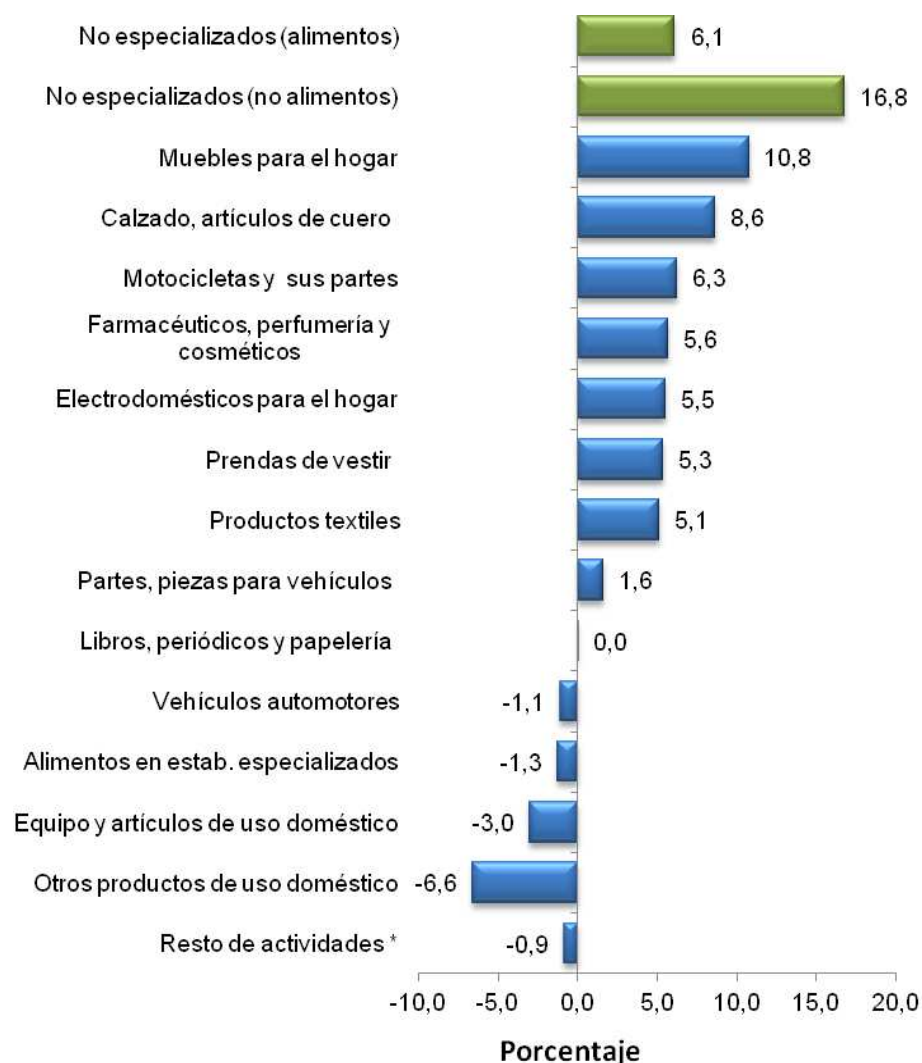
Durante los últimos doce meses hasta noviembre de 2012, los mayores incrementos en las ventas reales en establecimientos especializados se registraron en muebles para el hogar; calzado, artículos de cuero; motocicletas y sus partes; y farmacéuticos, perfumería y cosméticos.

Por su parte, los almacenes no especializados con surtido compuesto por productos diferentes de alimentos incrementaron sus ventas reales en 16,8%, y los no especializados con surtido compuesto principalmente de alimentos presentaron un crecimiento de 6,1%.

Gráfico 18. Variación acumulada doce meses de las ventas reales del comercio minorista, según actividad comercial

Total nacional

Diciembre 2011 - noviembre 2012 / diciembre 2010 - noviembre 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; y equipo fotográfico, óptico y de precisión, etc.

3. Personal ocupado

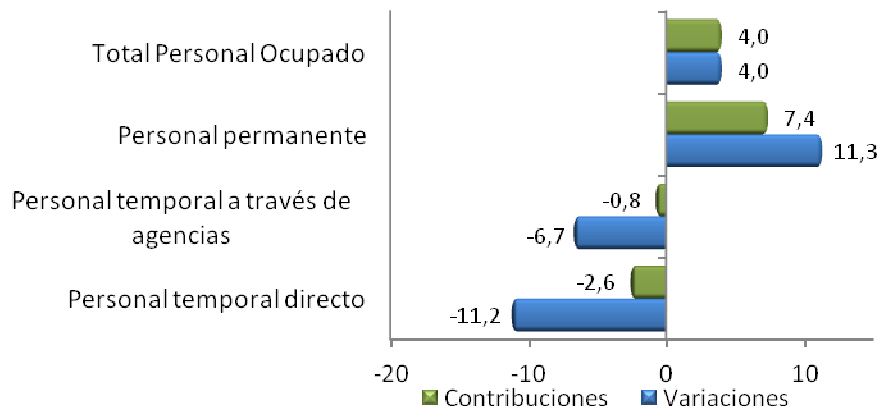
3.1 Variación anual: noviembre 2012

El personal ocupado por el comercio minorista en noviembre de 2012 aumentó 4,0%, frente al mismo mes del año anterior, como resultado del aumento de la contratación del personal permanente (11,3%) y la disminución en la vinculación tanto de personal temporal directo (-11,2%) como de personal temporal a través de agencias (-6,7%).

Gráfico 19. Variación y contribución anual del personal ocupado, según tipo de contratación

Total nacional

Noviembre 2012



Fuente: DANE – MMCM

3.2 Variación año corrido: enero - noviembre (2012/2011)

El personal ocupado por el comercio minorista en los once primeros meses de 2012 aumentó 5,8%, frente al mismo período de 2011. La contratación registró un incremento de 11,0% en el personal permanente y de 0,4% en el temporal directo. Por su parte la vinculación del personal temporal a través de agencias registró una disminución de 12,5%.

Gráfico 20. Variación y contribución año corrido del personal ocupado, según tipo de contratación

Total nacional

Enero - noviembre (2012/2011)



Fuente: DANE – MMCM

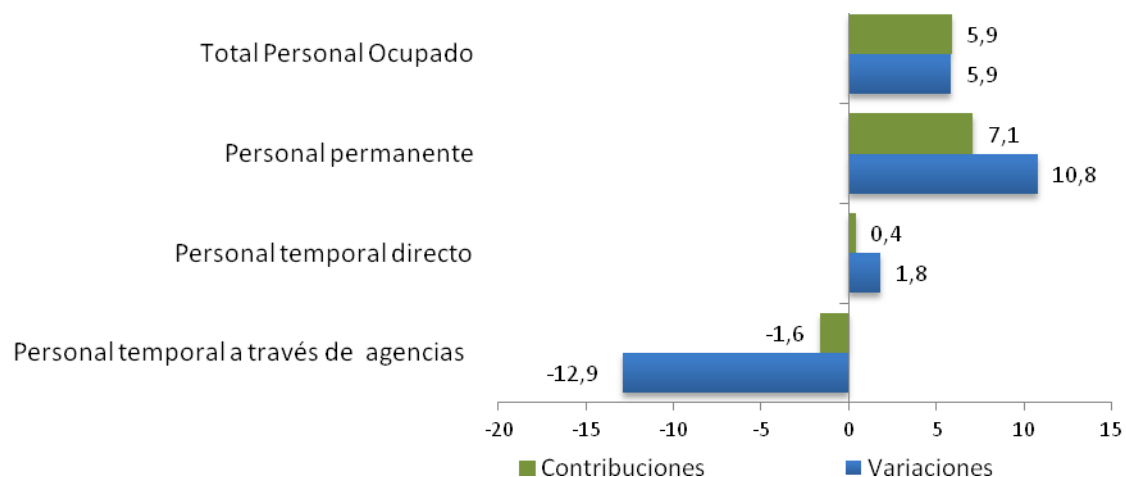
3.3. Variación acumulada doce meses: diciembre 2011 - noviembre 2012 / diciembre 2010 - noviembre 2011

El personal ocupado promedio del comercio minorista en los últimos doce meses hasta noviembre de 2012 se incrementó en 5,9% con respecto al año precedente. Este resultado se explica principalmente por la mayor vinculación de personal permanente en el período, con un aporte de 7,1 puntos porcentuales a dicha variación.

Gráfico 21. Variación y contribución acumulada doce meses del personal ocupado, según tipo de contratación

Total nacional

Diciembre 2011 - noviembre 2012 / diciembre 2010 - noviembre 2011



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)