



GRANDES ALMACENES E HIPERMERCADOS MINORISTAS Y COMERCIO DE VEHICULOS AUTOMOTORES NUEVOS II Trimestre de 2008



**CERTIFICADO
DE GESTION
DE LA CALIDAD**
Código N° 0001-1
Detección de Requirimientos,
Diseño, producción, análisis y
difusión de las siguientes
investigaciones estadísticas
periódicas: Encuesta Continua de
 Hogares; Índice de Precios al
Consumidor; Muestra Mensual
Manufacturera; Comercio
Exterior; Índice de Costos de
Construcción de Vivienda; Índice
de Costos de Construcción Pesada;
Censo de Edificaciones; Muestra
Mensual de Comercio al por
Menor; Encuesta Anual de
Servicios; Encuesta Anual
Manufacturera; Encuesta Anual de
Comercio; Diseño del Censo
General; Encuesta Nacional
Agricultura-Muestra de Areas;
Nomenclatura y Clasificaciones;
Cuentas Trimestrales; Estadísticas
Económicas Vitales; Proyecciones
de Costos de la Educación Superior
Privada; Encuesta de
Microestablecimientos de
Comercio, Servicios e Industria;
Estadísticas Vitales; Proyecciones
de Población y Estudios
Demográficos e Índice de
Coherencia Económica Regional;
Índice precios de edificaciones
nuevas; Índice de precios de
vivienda nueva, contra hipotecaria
de vivienda; Índice de valoración
predial; Encuesta de desempleo
industrial; Encuesta de sacrificio
de ganado; Encuesta de arena y
Cuentas Regionales; Servicio de
Asesoría en Planificación
Estadística.
ISO - 9001:2000



Contenido

Resumen

Resultados Generales

Primera parte: Grandes
Almacenes e Hipermercados
Minoristas

1. Ventas
2. Empleo
3. Inventarios finales
4. Área de ventas

Segunda parte: Comercio
de Vehículos Automotores
Nuevos

1. Unidades vendidas
2. Valor de las ventas de
vehículos

Anexos

Director Departamento

Dr. Héctor Maldonado Gómez

Subdirector

Dr. Pedro José Fernández Ayala

Director de Metodología y Producción Estadística

Dr. Eduardo Efraín Freire Delgado

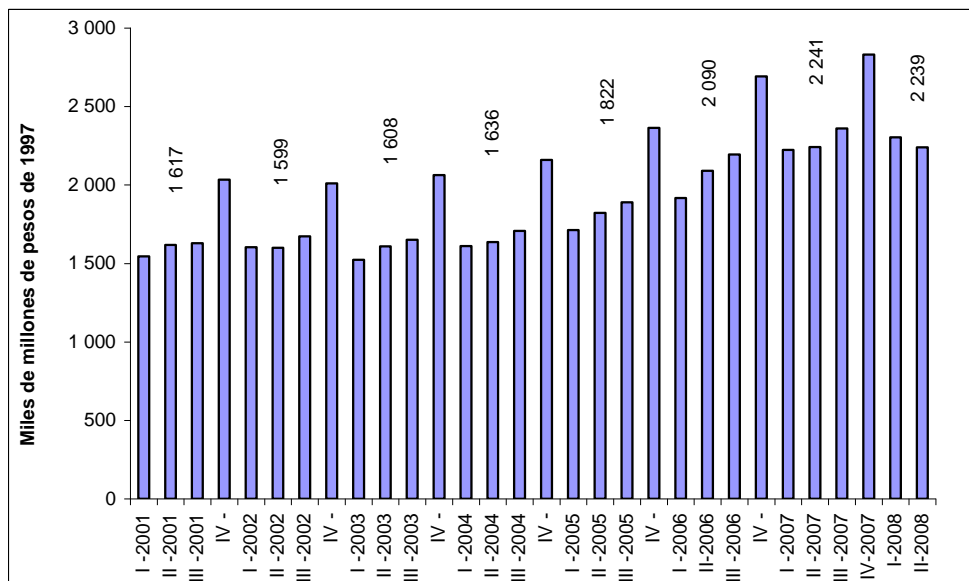
Resumen

- Durante el segundo trimestre del año 2008 se presentó una disminución en ventas reales de 0,07% en comparación con el mismo trimestre del año anterior.
- En el segundo trimestre del año 2008, siete grupos de mercancías presentaron variaciones positivas en ventas reales con respecto al mismo período del 2007.
- El empleo registró durante el segundo trimestre del año 2008 un incremento de 4,1% con respecto al mismo período del año anterior.
- En el segundo trimestre de 2008, los inventarios reales presentaron una variación de 4,9%, comparados con el primer trimestre de 2007.
- En el segundo trimestre de 2008 las ventas reales de vehículos presentaron una disminución de 24,4% en comparación con el mismo trimestre del año anterior.

RESULTADOS GENERALES

En el segundo trimestre de 2008, las ventas reales minoristas de los grandes almacenes disminuyeron 0,07% frente al mismo trimestre de 2007.

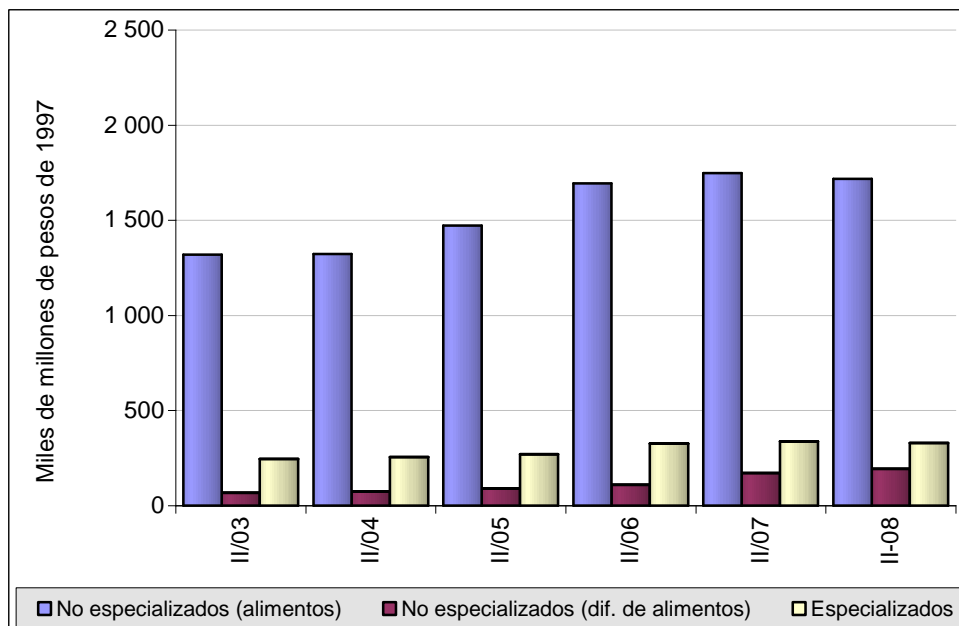
Gráfico 1
Ventas reales en grandes almacenes minoristas e hipermercados
Total nacional
(2001 – 2008)



Fuente: DANE

En el segundo trimestre de 2008, el 86,6% (\$ 4 252 580 miles de pesos) de las ventas nominales se realizaron en los almacenes no especializados.

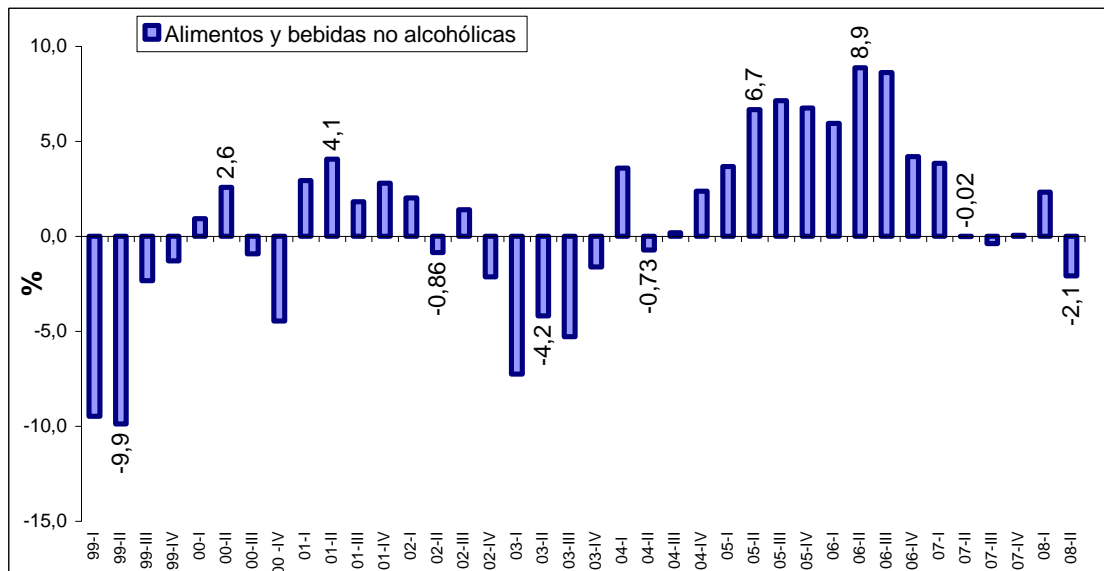
Gráfico 2
Ventas reales en grandes almacenes e hipermercados por tipo de almacén
Total nacional
(2003 – 2008)



Fuente: DANE

En el segundo trimestre de 2008, las ventas reales de alimentos y bebidas no alcohólicas, presentaron una disminución de 2,1% respecto al mismo período del año anterior.

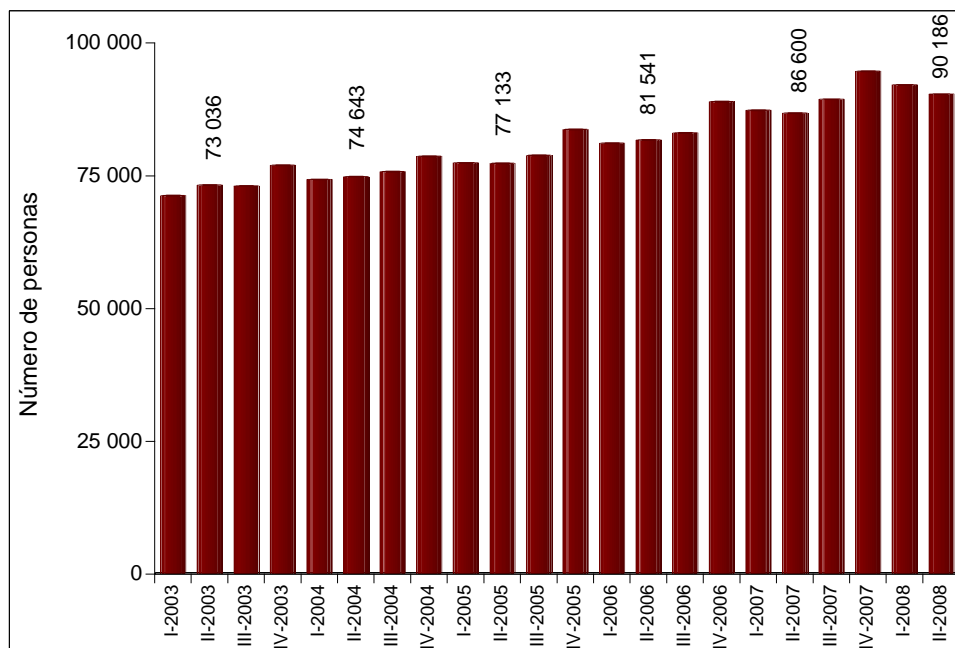
Gráfico 3
Variación anual de las ventas reales de alimentos y bebidas no alcohólicas en grandes almacenes minoristas e hipermercados
Total nacional
(1999 – 2008)



Fuente: DANE

El empleo asociado al comercio de los grandes almacenes e hipermercados minoristas aumentó 4,1% en el período de análisis.

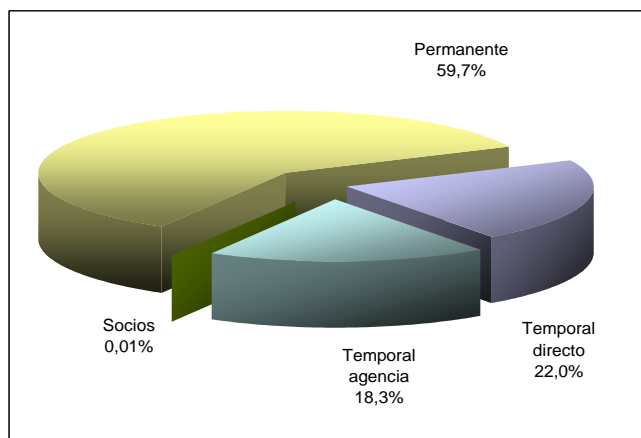
Gráfico 4
Personal ocupado por los grandes almacenes minoristas e hipermercados
Total nacional
(2003 - 2008)



Fuente: DANE

En el segundo trimestre de 2008, el 59,7% del personal que ocuparon los grandes almacenes minoristas e hipermercados era permanente y el 40,3% temporal, (directo 22,0% y de agencia 18,3%).

Gráfico 5
Distribución del personal ocupado, por tipo de contratación
Total nacional
2008 (II trimestre)



Fuente: DANE

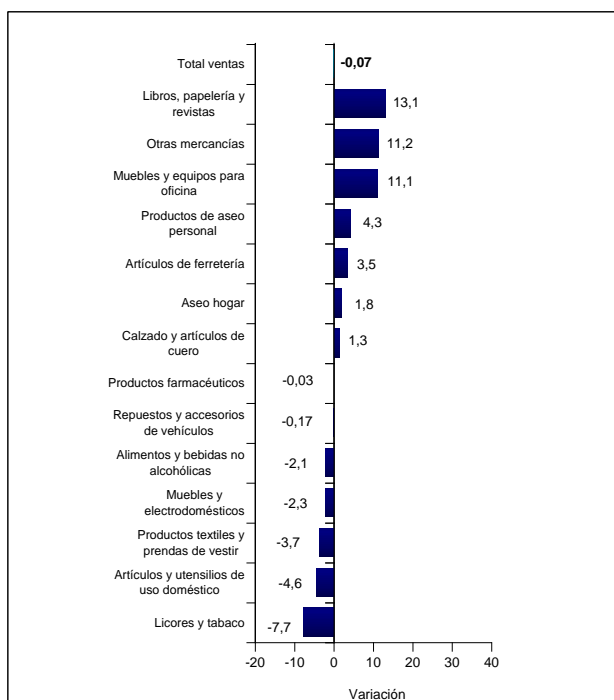
1. Ventas reales

1.1 Grupos de mercancías

1.1.1 Variación anual: segundo trimestre (2008/2007)

Siete de los catorce grupos de mercancías registraron contribuciones positivas a la variación anual de las ventas (-0,07%). Las principales variaciones fueron: libros y papelería (13,1%); otras mercancías (11,2%); muebles y equipo de oficina (11,1%); Por su parte, los grupos que registraron las mayores variaciones negativas fueron licores y tabaco (7,7%); artículos de uso doméstico (4,6%); textiles y prendas de vestir (3,7%); muebles y electrodomésticos (2,3%); y alimentos y bebidas no alcohólicas (2,1%).

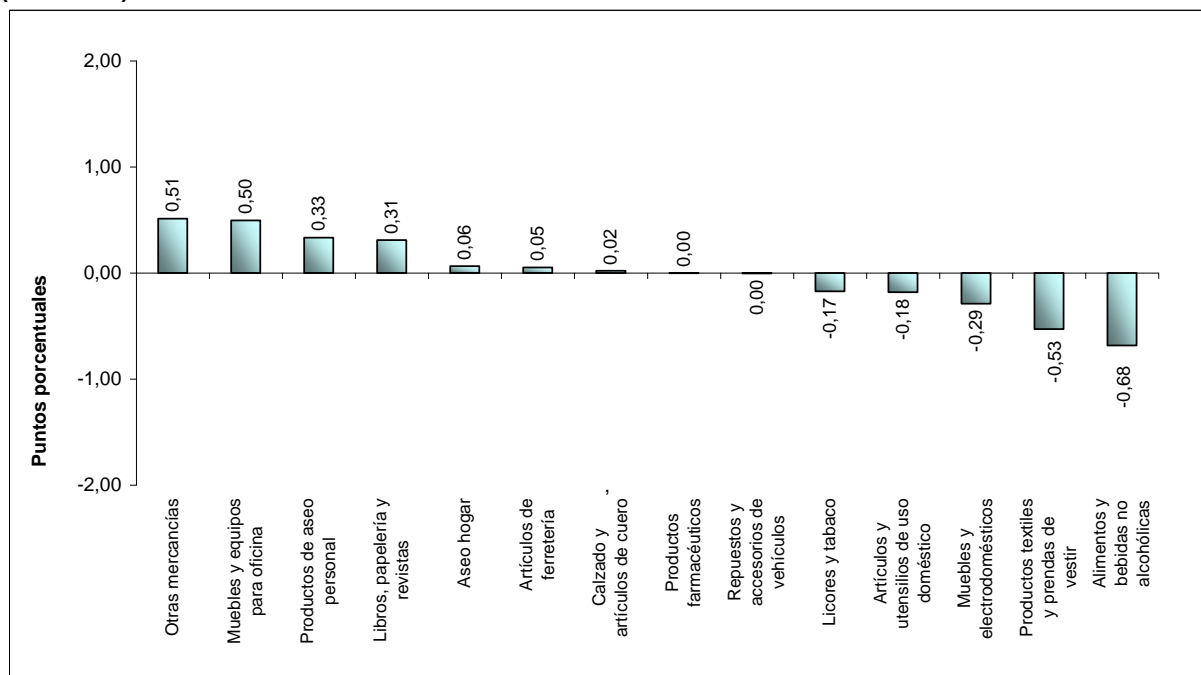
Gráfico 6
Variación anual de las ventas reales
Total nacional
II trimestre (2008/2007)



Fuente DANE – MMCM

Siete de los catorce grupos de mercancías registraron contribuciones positivas a la variación anual de las ventas. Los principales aportes fueron de otras mercancías (0,51 puntos); muebles y equipo de oficina (0,50 puntos); y productos de aseo hogar (0,33 puntos). Por su parte, los grupos que registraron las mayores contribuciones negativas fueron alimentos y bebidas (0,68 puntos); textiles y prendas de vestir (0,53 puntos); y muebles y electrodomésticos (0,29 puntos).

Gráfico 7
Contribución anual a las ventas reales
Total nacional
II trimestre (2008/2007)

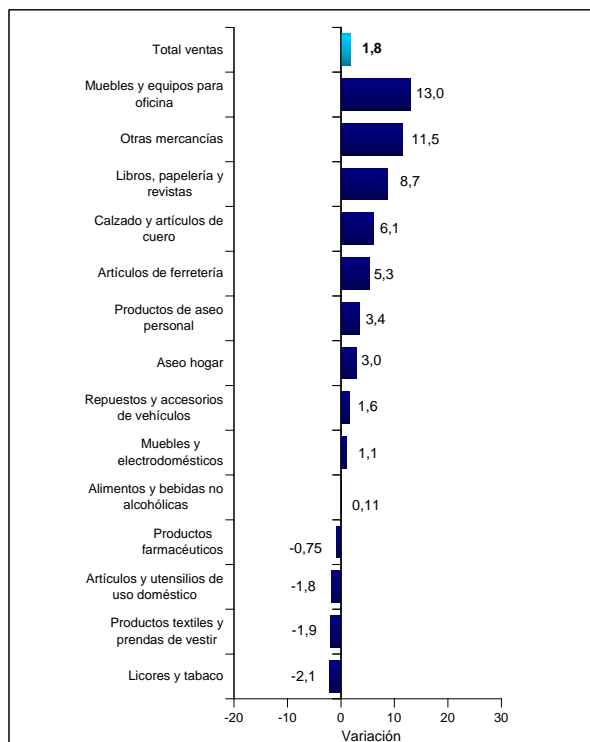


Fuente DANE – MMCM

1.1.2 Variación año corrido: I-II trimestres (2008/2007)

En los últimos dos trimestres, las ventas reales se incrementaron en 1,8% respecto al mismo periodo anterior; diez grupos de mercancías presentaron variaciones positivas destacándose: muebles y equipo de oficina (13,0%); otras mercancías (11,5%); y libros y papelería (8,7%). Aquellos grupos que presentaron variaciones negativas fueron licores y tabaco (2,1%); textiles y prendas de vestir (1,9%); y artículos de uso doméstico (1,8%) y productos farmacéuticos (0,75%)..

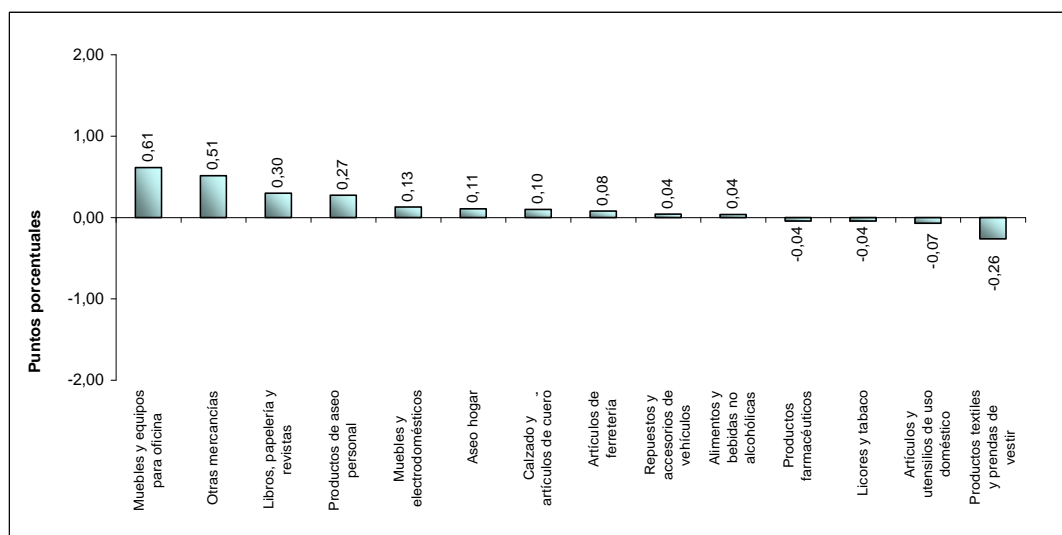
Gráfico 8
Variación de las ventas reales
Total nacional
I-II trimestres (2008-2007)



Fuente DANE – MMCM

Los grupos de mercancías que registraron las mayores contribuciones a la variación del año corrido de las ventas fueron muebles y equipo de oficina (0,61 puntos); otras mercancías (0,51 puntos); y libros y papelería (0,30 puntos). Por su parte, los grupos que registraron una contribución negativa fueron textiles y prendas de vestir (0,26 puntos); y artículos de uso doméstico (0,07 puntos).

Gráfico 9
Contribución a las ventas reales
Total nacional
I-II trimestres (2008-2007)



Fuente DANE – MMCM

1.1.3 Variación doce meses: III-II (2007-2006)/ III-II (2008-2007)

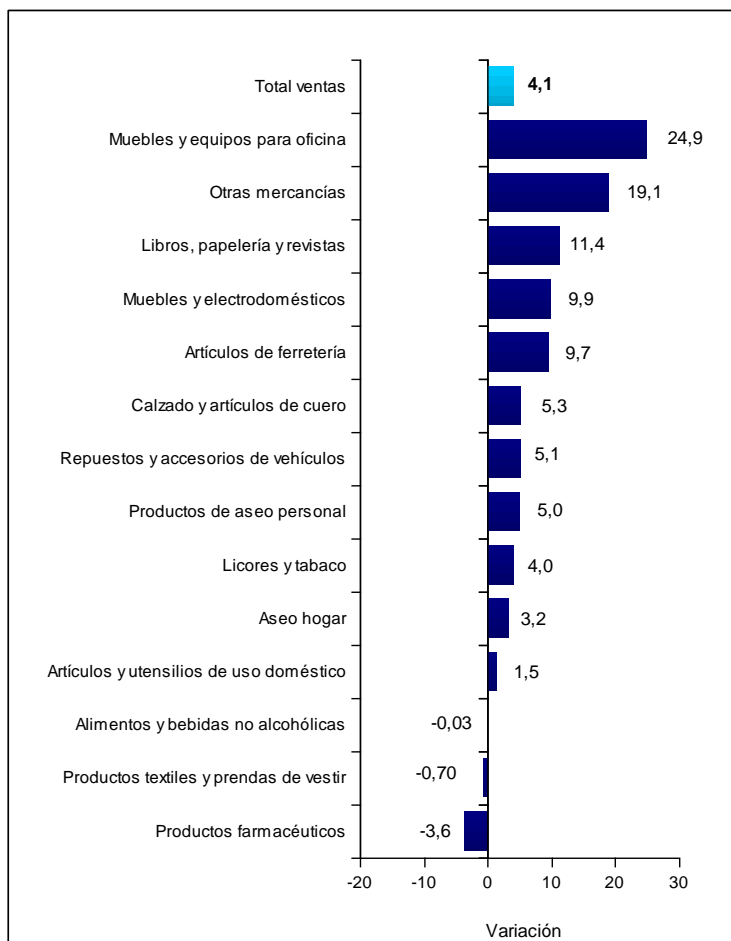
En los últimos cuatro trimestres, las ventas reales se incrementaron en 4,1% respecto al mismo periodo anterior; once grupos de mercancías presentaron variaciones positivas destacándose: muebles y equipo de oficina (24,9%); otras mercancías (19,1%); y libros y papelería (11,4%). Los grupos que presentaron las principales variaciones negativas fueron productos farmacéuticos (3,6%); textiles y prendas de vestir (0,70); y alimentos y bebidas no alcohólicas (0,03%).

Gráfico 10

Variación de las ventas reales

Total nacional

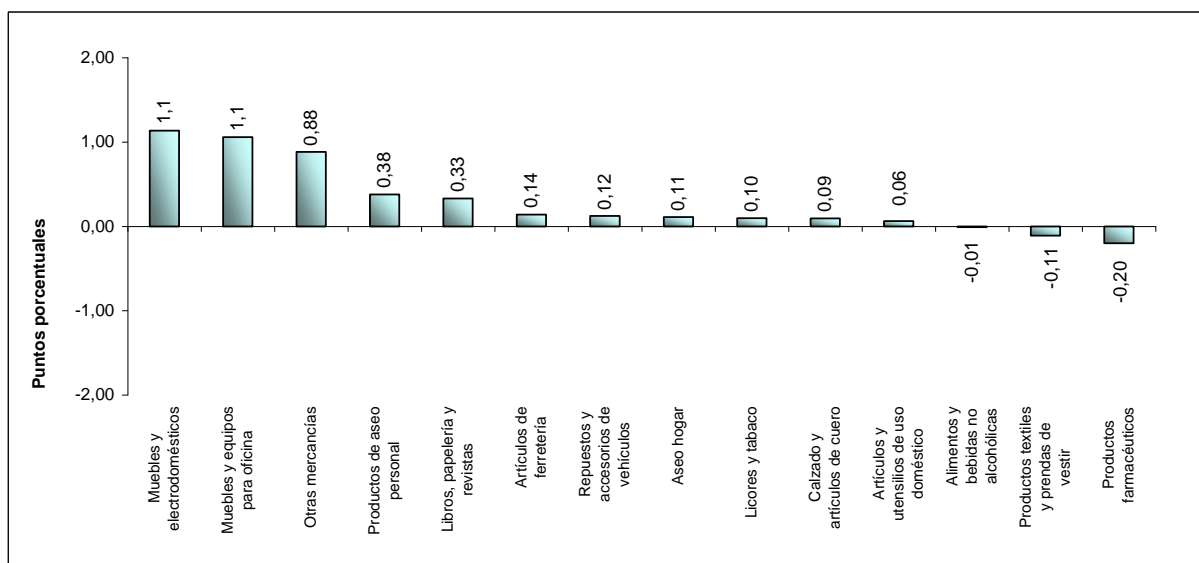
III-II (2007-2006)/ III-II (2008-2007)



Fuente DANE – MMCM

Los grupos de mercancías que registraron las mayores contribuciones a la variación de las ventas en los cuatro trimestres fueron muebles y electrodomésticos (1,1 puntos); muebles y equipo de oficina (1,1 puntos); y otras mercancías (0,88 puntos). Por su parte, los grupos que registraron una contribución negativa fueron productos farmacéuticos (0,20 puntos); textiles y prendas de vestir (0,11 puntos); y alimentos y bebidas no alcohólicas (0,01 puntos).

Gráfico 11
Contribución a las ventas reales
Total nacional
III-II (2007-2006)/ III-II (2008-2007)



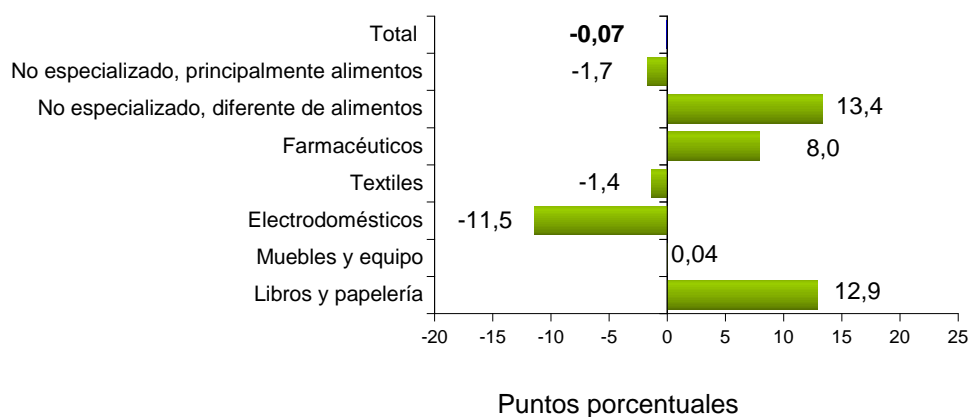
Fuente DANE – MMCM

1.2 Actividades comercial CIU rev. 3

1.2.1 Variación anual: segundo trimestre (2008/2007)

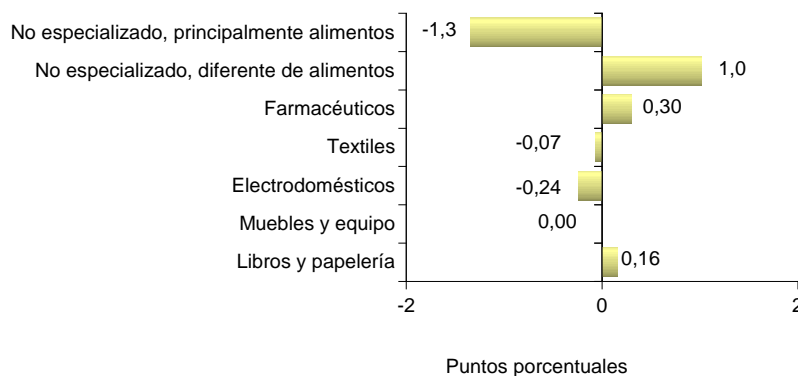
De acuerdo con el tipo de actividad comercial (CIU Rev.3) desarrollada por las empresas investigadas en Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas, en el segundo trimestre de 2008, se observó una disminución en las ventas reales del comercio no especializado, con surtido compuesto principalmente por alimentos (1,7%), mientras que en el no especializado, con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos, la variación fue de 13,4%. En el comercio especializado, se destaca el crecimiento en ventas reales de libros y papelería (12,9%) y productos farmacéuticos (8,0%). Las variaciones negativas la presentaron muebles para el hogar y artículos de uso doméstico (11,5%); y textiles, prendas de vestir y calzado (1,4%).

Gráfico 12
Variación anual de las ventas reales, según actividad comercial
Total nacional
II trimestre (2008/2007)



Fuente DANE – MMCM

Gráfico 13
Contribución a la variación de las ventas reales, según actividad comercial
Total nacional
II trimestre (2008/2007)

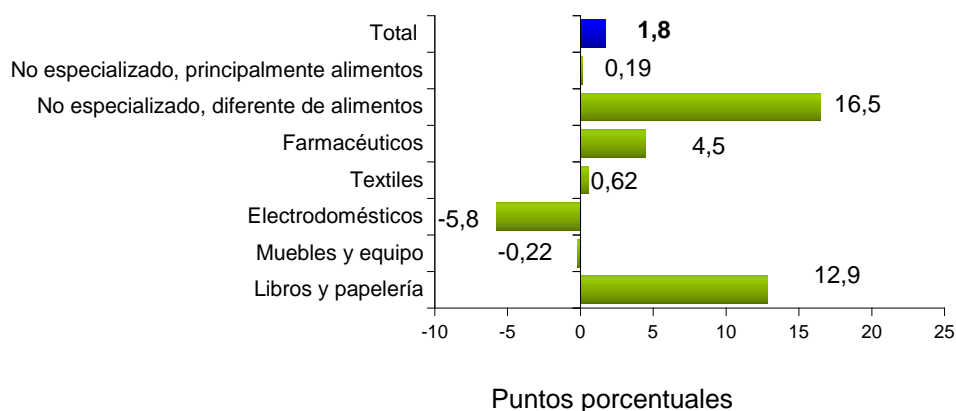


Fuente DANE – MMCM

1.2.2 Variación año corrido: I-II trimestres (2008/2007)

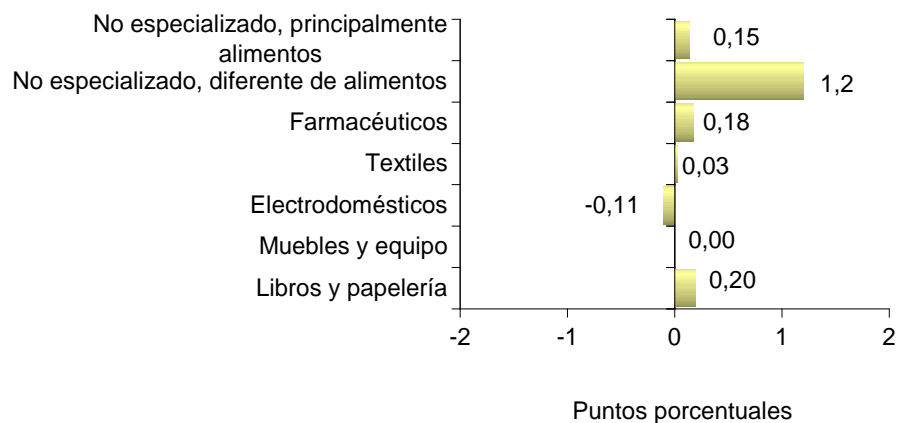
En los dos primeros trimestres de 2008, los mayores crecimientos de las ventas reales en establecimientos especializados se observaron en las empresas comercializadoras de libros y papelería (12,9%); productos farmacéuticos (4,5%); y textiles, prendas de vestir y calzado (0,62%). Durante este mismo período, las empresas especializadas en muebles y electrodomésticos presentaron una variación negativa de 5,8%. Por otra parte, las empresas no especializadas con surtido diferente de alimentos, presentaron un incremento en sus ventas reales en los cuatro meses 16,5%, mientras que las no especializadas con surtido compuesto principalmente por alimentos crecieron 0,19%.

Gráfico 14
Variación de las ventas reales
Total nacional
I-II trimestres (2008/2007)



Fuente DANE – MMCM

Gráfico 15
Contribución a la variación de las ventas reales
Total nacional
I-II trimestres (2008/2007)

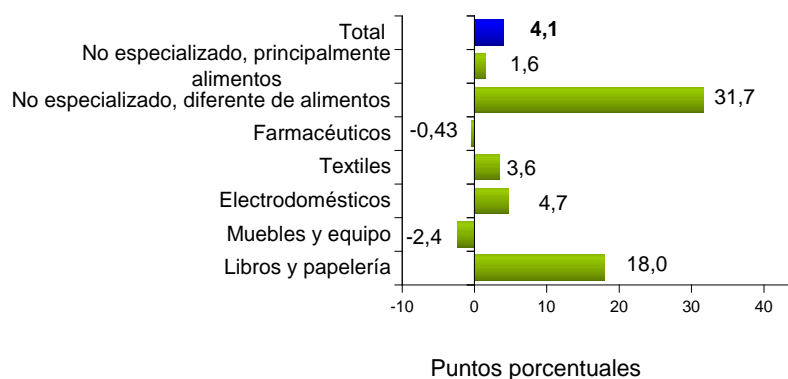


Fuente DANE – MMCM

1.2.3 Variación doce meses: III-II (2007-2006)/ III-II (2008-2007)

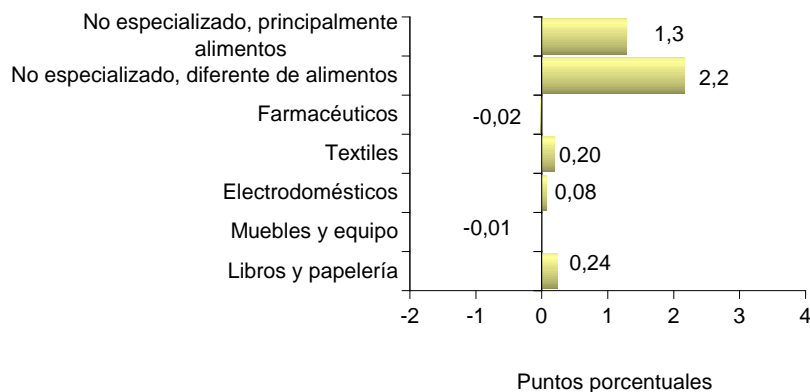
En los últimos cuatro trimestres, los mayores crecimientos de las ventas reales en establecimientos especializados se observaron en libros, periódicos y papelería (18,0%); y electrodomésticos y muebles para el hogar (4,7%). Durante este mismo período, las ventas de las empresas especializadas en artículos de uso doméstico, diversos de uso doméstico, muebles y equipo de oficina disminuyeron 2,4%; y productos farmacéuticos 0,43%. Por otra parte, las empresas no especializadas con surtido diferente de alimentos, presentaron un incremento en sus ventas reales en lo corrido del año de 31,7%, mientras que las no especializadas con surtido principalmente de alimentos crecieron 1,7%.

Gráfico 16
Variación de las ventas reales
Total nacional
III-II (2007-2006)/ III-II (2008-2007)



Fuente DANE – MMCM

Gráfico 17
Contribución a la variación de las ventas reales
Total nacional
III-II (2007-2006)/ III-II (2008-2007)



Fuente DANE – MMCM

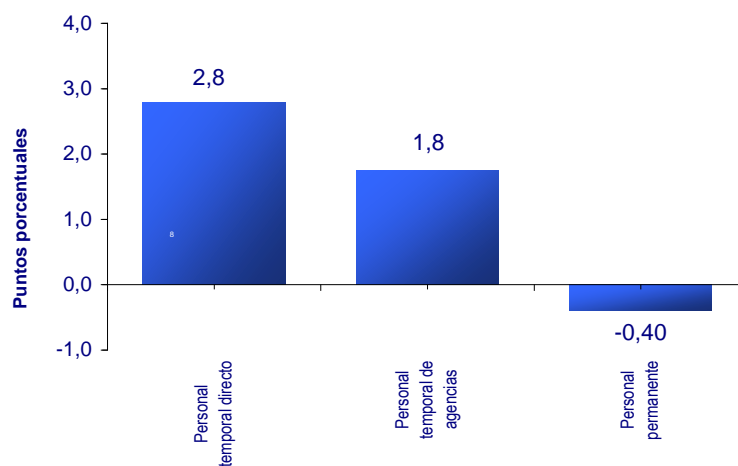
2. Empleo

2.1 Grupo de mercancía

2.1.1 Variación anual: I trimestre (2008/2007)

En el primer trimestre de 2008, el empleo del comercio minorista creció 4,1%. Durante este periodo las categorías que contribuyeron positivamente a la variación total fueron personal temporal directo y personal contratado a través de agencias, con aportes de 2,8 y 1,8 puntos porcentuales respectivamente.

Gráfico 18
Contribución anual del empleo a las ventas reales
Total nacional
I trimestre (2008/2007)

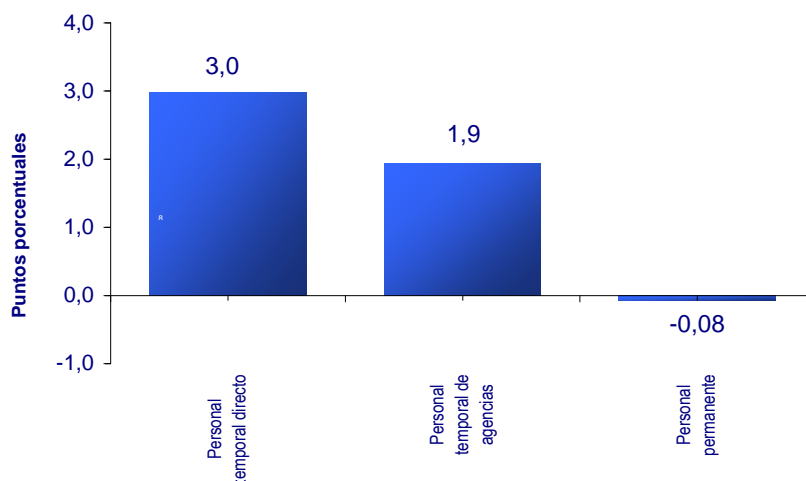


Fuente DANE – MMCM

2.1.2 Variación año corrido: I-II trimestres (2008/2007)

En los últimos dos trimestres de 2008, el empleo asociado al comercio minorista en grandes almacenes presentó un incremento de 4,8%, respecto al mismo periodo del año anterior. Durante este periodo las categorías que contribuyeron positivamente a la variación total fueron personal temporal directo y personal contratado a través de agencias, con aportes de 3,0 y 1,9 puntos porcentuales respectivamente.

Gráfico 19
Contribución anual del empleo a las ventas reales
Total nacional
I-II trimestres (2008/2007)

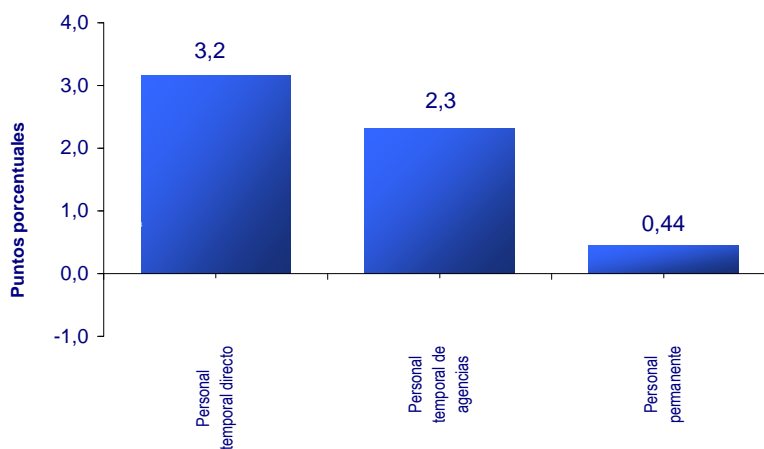


Fuente DANE – MMCM

2.1.3 Variación doce meses: III-II (2007-2006)/III-II (2008-2007)

En los últimos cuatro trimestres, el empleo asociado al comercio minorista en grandes almacenes presentó un incremento de 5,9%, respecto al mismo periodo del año anterior. Durante este periodo las categorías que contribuyeron positivamente a la variación total fueron personal temporal directo y personal contratado a través de agencias, con aportes de 3,2 y 2,3 puntos porcentuales respectivamente.

Gráfico 20
Contribución del empleo a las ventas reales
Total nacional
III-II (2007-2006)/ III-II (2008-2007)



Fuente DANE – MMCM

2.2 Clasificación CIU

2.1 Variación anual: I trimestre (2008/2007)

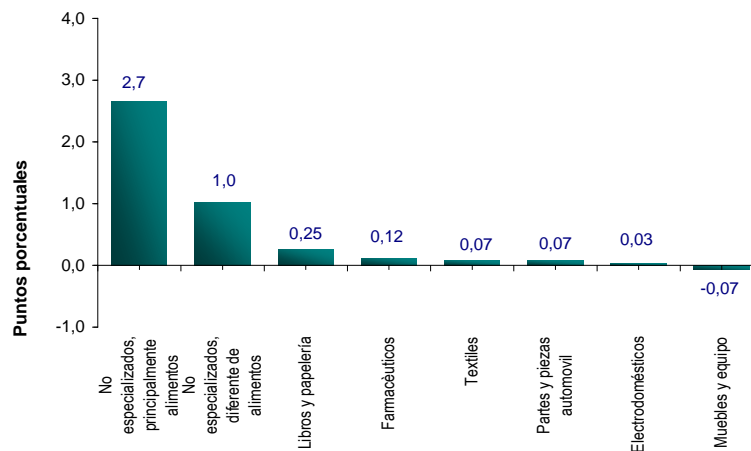
En el primer trimestre de 2008, el empleo del comercio minorista asociado a grandes almacenes e hipermercados creció 4,1%. Durante este periodo, las principales contribuciones las presentaron las empresas no especializadas, con surtido compuesto principalmente por alimentos (2,7 puntos) y las no especializadas, con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (1,0 puntos).

Gráfico 21

Contribución anual del empleo a las ventas reales

Total nacional

I trimestre (2008/2007)



2.2 Variación año corrido: I-II trimestres (2008/2007)

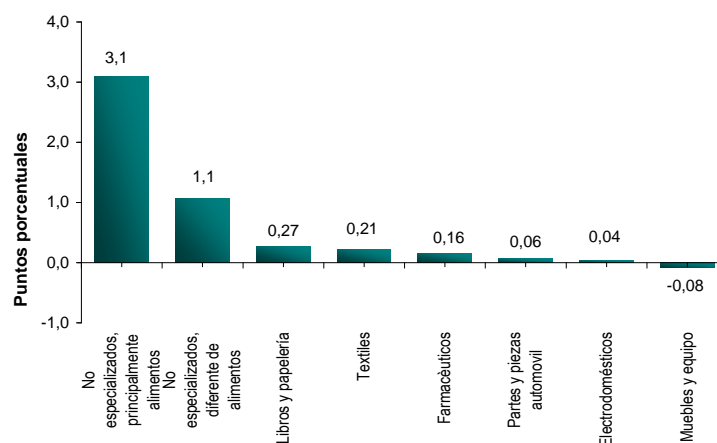
En los dos primeros trimestres de 2008, el empleo del comercio minorista asociado a grandes almacenes e hipermercados creció 4,8%. Durante este periodo, las principales contribuciones las presentaron las empresas no especializadas, con surtido compuesto principalmente por alimentos (3,1 puntos) y las no especializadas, con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (1,1 puntos).

Gráfico 22

Contribución del empleo a las ventas reales

Total nacional

I-II trimestres (2008/2007)

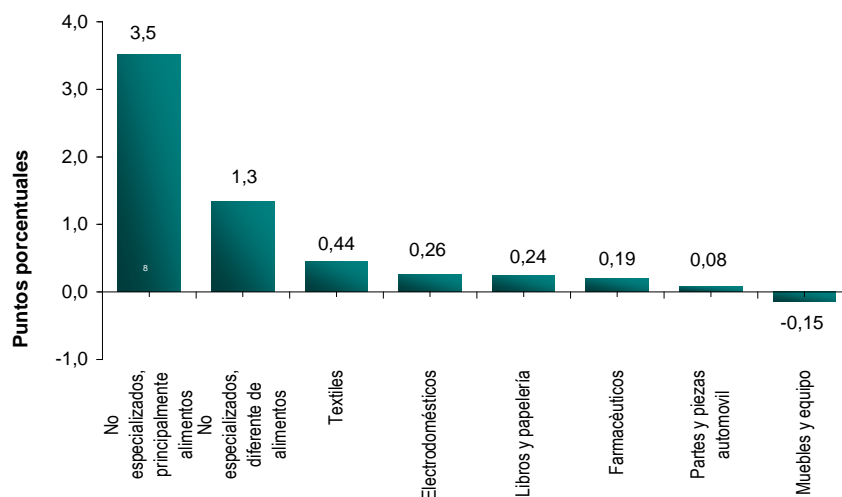


Fuente DANE – MMCM

2.3 Variación doce meses: III-II (2007-2006)/III-II (2008-2007)

En los últimos cuatro trimestres, el empleo del comercio minorista asociado a grandes almacenes e hipermercados creció 5,9%. Durante este periodo, las principales contribuciones las presentaron las empresas no especializadas, con surtido compuesto principalmente por alimentos (3,5 puntos) y las no especializadas, con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (1,3 puntos).

Gráfico 23
Contribución del empleo a las ventas reales
Total nacional
III-II (2007-2006)/III-II (2008-2007)

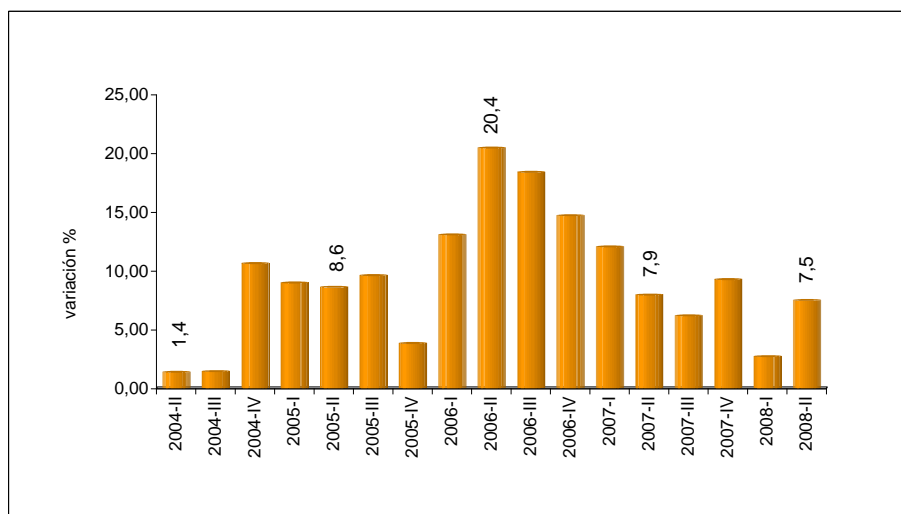


Fuente: DANE-MMCM

3. INVENTARIOS FINALES

En el segundo trimestre de 2008, los inventarios finales de los grandes almacenes e hipermercados minoristas ascendieron a \$2,8 miles de millones, lo que en términos reales representó un crecimiento de las existencias de 7,5%.

Gráfico 24
Variación anual de los Inventarios finales de los grandes almacenes minoristas
Total nacional
2004-2008



Fuente: DANE

Las mayores variaciones en acumulación de inventarios reales en el comercio especializado se presentaron en aquellas empresas que comercializan libros y papelerías (11,9%); partes, piezas y accesorios (11,7%); y productos farmacéuticos (6,1%); mientras que

electrodomésticos y muebles para hogar presentó la mayor variación negativa (17,0%). De otro lado, se destaca la contribución a la variación de las existencias de las empresas que comercializan textiles, prendas de vestir y calzado, al igual que las que comercializan piezas, partes y accesorios, con 0,36 puntos porcentuales cada una.

En el comercio no especializado, la variación de existencias fue de 13,1% para las empresas con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos, y de 7,7% para las empresas con surtido compuesto principalmente por alimentos.

4. AREA DE VENTAS¹

En el segundo trimestre de 2008, los grandes almacenes e hipermercados minoristas reportaron un área de ventas disponible al público de 2 104 miles de m², cifra que comparada con el mismo período de 2007, registró un aumento de 8,0%.

Cuadro No 1
Área de ventas de los grandes almacenes e hipermercados minoristas
Total nacional
I trimestre (2008/2007)

Trimestre	No especializados (m2)	Especializados (m2)	Total (m2)	Variación anual
II-02	1 242 339	185 701	1 428 040	
III-02	1 259 112	185 216	1 444 328	
IV-02	1 286 672	184 947	1 471 619	
I-03	1 272 704	186 451	1 459 155	
II-03	1 275 427	187 671	1 463 098	2,45
III-03	1 278 157	188 295	1 466 452	1,53
IV-03	1 312 583	189 269	1 501 852	2,05
I-04	1 348 689	189 543	1 538 232	5,42
II-04	1 357 966	191 370	1 549 336	5,89
III-04	1 370 341	192 480	1 562 821	6,57
IV-04	1 419 080	196 865	1 615 945	7,60
I-05	1 475 379	201 537	1 676 916	9,02
II-05	1 469 679	203 346	1 673 025	7,98
III-05	1 499 556	206 559	1 706 115	9,17
IV-05	1 538 673	214 160	1 752 833	8,47
I-06	1 567 873	218 775	1 786 648	6,54
II-06	1 590 714	223 846	1 814 560	8,46
III-06	1 609 424	226 296	1 835 720	7,60
IV-06	1 667 635	230 860	1 898 495	8,31
I-07	1 696 617	234 295	1 930 912	8,07
II-07	1 717 840	231 065	1 948 905	7,40
III-07	1 771 902	237 286	2 009 188	9,45
IV-07	1 811 762	248 389	2 060 151	8,51
I-08	1 838 889	253 077	2 091 966	8,34
II-08	1 847 193	256 759	2 103 952	7,96

Fuente: DANE

Por otra parte, en el segundo trimestre de 2008, el comercio no especializado participó con el 87,8% del total de esta área, mientras que el comercio especializado lo hizo con el 12,2%. Al comparar esta estructura con la que se evidenció en el segundo trimestre de 2007, se observa que los almacenes no especializados disminuyeron 0,34 puntos porcentuales su participación en el total del área de ventas (de 88,1% en 2007 a 87,8% en 2008).

¹ Para algunas empresas con comercio minorista especializado este indicador no aplica.

FICHA METODOLÓGICA

1. **Objetivo:** Conocer el comportamiento de las ventas, el empleo y los inventarios de los Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas a nivel nacional y obtener información trimestral en volúmenes (unidades) y valores (miles de pesos) del comercio de vehículos nuevos (nacionales e importados) realizado directamente y/o por concesionarios autorizados en el ámbito nacional.
2. **Alcance:** Comercio de productos nuevos en los Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y comercio de vehículos nuevos automotores de producción nacional e importada. Universo de estudio: empresas de comercio al por menor cuyas ventas anuales fueran iguales o superiores a 1.670 millones de pesos de 2000 o que en su defecto ocuparan 20 o más personas.
3. **Tipo de investigación:** Censo
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.
4. **Tipo de investigación:** Censo
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.
5. **Periodicidad:** trimestral.
6. **Cobertura:** nacional, para las empresas que cumplen los parámetros de ventas y/o personal ocupado, establecidos para la investigación.
7. **Muestra:** 120 fuentes en grandes almacenes e hipermercados minoristas y 20 fuentes de importadores y ensambladoras de vehículos.
8. **Ventas reales:** valor nominal de las ventas deflactadas por el índice de precios al consumidor según grupos de mercancías.
9. **Variación anual:** variación porcentual calculada entre el trimestre del año en referencia (i,t) y el mismo trimestre del año anterior (i, t-1).
10. **Variación acumulada en lo corrido del año:** variación porcentual calculada entre lo transcurrido desde enero hasta el trimestre de referencia del año (total trimestres hasta i,t), y lo transcurrido en igual período del año anterior (total trimestre hasta i,t-1).
11. **Variación acumulada anual:** variación porcentual calculada entre lo transcurrido desde los últimos doce meses hasta el trimestre de referencia del año, y lo transcurrido en igual período del año anterior (doce meses hasta trimestre de referencia año t / doce meses hasta mes de referencia año t-1)

Impreso en la Dirección de Mercadeo y Ediciones
Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE -
Bogotá, D.C. - Colombia