



## GRANDES ALMACENES E HIPERMERCADOS MINORISTAS Y COMERCIO DE VEHICULOS AUTOMOTORES NUEVOS III Trimestre 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

#### Resultados Generales

#### Primera parte: Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas

1. Ventas
2. Personal ocupado
3. Inventarios finales
4. Área de ventas

#### Segunda parte: Comercio de Vehículos Automotores Nuevos

1. Unidades vendidas
2. Valor de las ventas

#### Anexos

**Director**  
Jorge Bustamante Roldán

**Subdirector**  
Christian R. Jaramillo Herrera

**Director de Metodología y  
Producción Estadística**  
Eduardo Efraín Freire Delgado

### Resumen

- En el tercer trimestre de 2011, las ventas reales de los Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas aumentaron 10,1% y el personal ocupado registró un aumento de 5,6%, en comparación con el mismo trimestre del año anterior.
- En este periodo, los inventarios reales en los Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas presentaron una variación positiva de 15,6%, comparados con igual período de 2010. Las ventas reales de vehículos automotores (nacionales e importados) registraron un crecimiento de 9,6% respecto al mismo período de 2010.
- En lo corrido del año 2011, las ventas reales registraron un crecimiento de 10,0% y el personal ocupado 5,1%, respecto al mismo período de 2010.
- En este mismo período las ventas reales de vehículos automotores (nacionales e importados) registraron un crecimiento de 25,4% respecto al mismo período de 2010.
- En los últimos cuatro trimestres hasta el tercer trimestre de 2011, las ventas reales de los Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas aumentaron 11,0% respecto al año precedente. Durante este período el personal ocupado registró un aumento de 4,5%.
- En este mismo periodo, el total de las ventas reales de vehículos automotores (nacionales e importados) aumentaron 31,3% con respecto al año precedente.

## RESULTADOS GENERALES

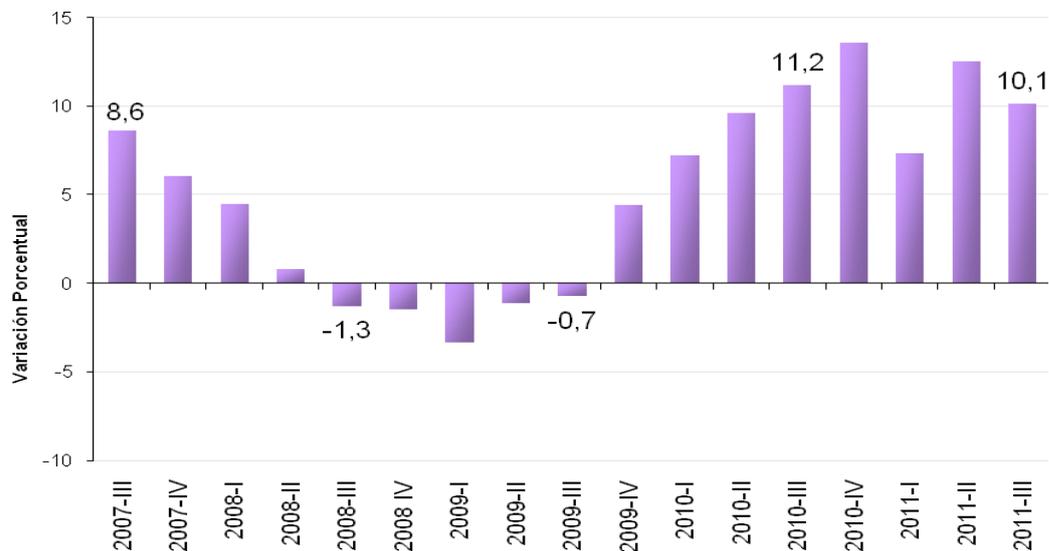
**Gráfico 1**  
**Ventas reales en grandes almacenes**  
**Total nacional**  
**III Trimestre (2007 – 2011)**



Fuente: DANE – GAHM

En el tercer trimestre de 2011, las ventas del comercio minorista en los grandes almacenes aumentaron 10,1%, respecto al mismo trimestre de 2010.

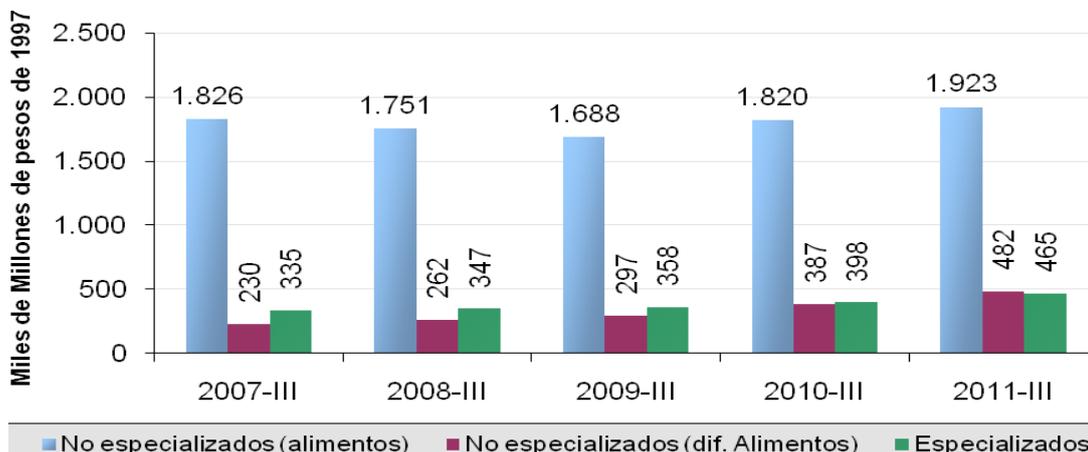
**Gráfico 2**  
**Variación anual de las ventas reales en grandes almacenes minoristas e hipermercados**  
**Total nacional**  
**III Trimestre (2007 – 2011)**



Fuente: DANE - GAHM

Durante el tercer trimestre de 2011, 83,8% de las ventas reales (\$ 1.923 miles de millones de pesos de 1997) se realizaron en almacenes no especializados, y el 16,2% en especializados.

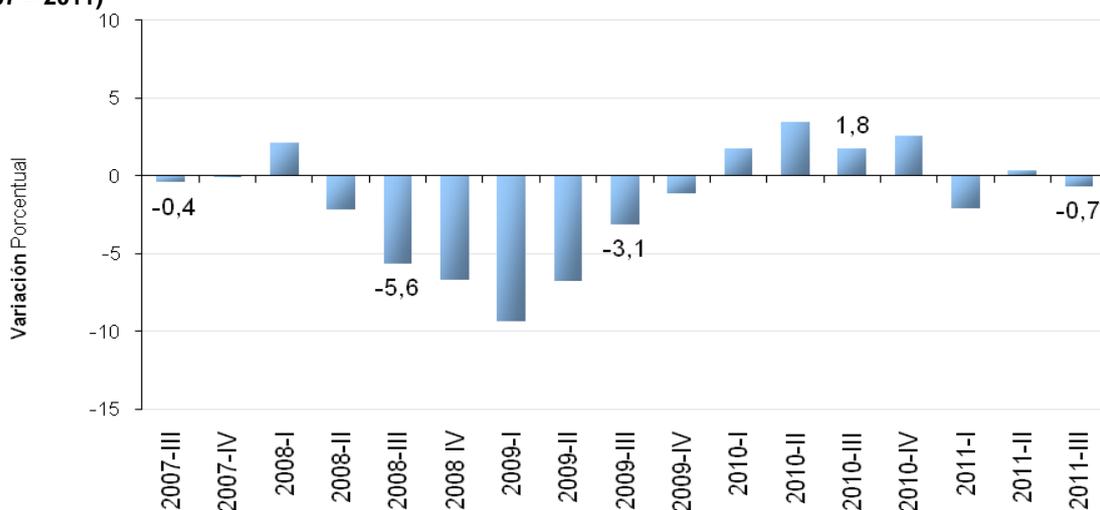
**Gráfico 3**  
**Ventas reales en grandes almacenes e hipermercados por tipo de almacén**  
**Total nacional**  
**III Trimestre (2007 – 2011)**



Fuente: DANE - GAHM

En el tercer trimestre de 2011, las ventas reales de alimentos y bebidas no alcohólicas presentaron una disminución de 0,7% respecto al mismo período del año anterior.

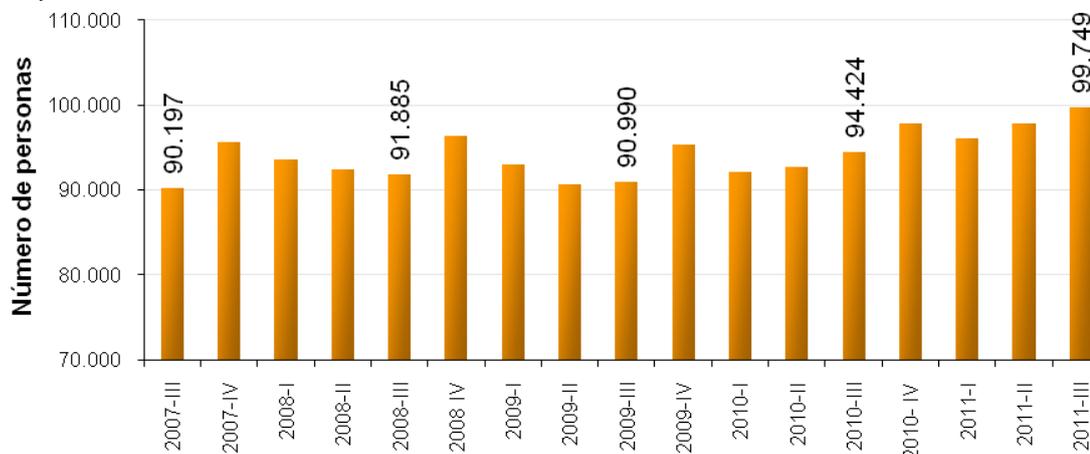
**Gráfico 4**  
**Variación anual de las ventas reales de alimentos y bebidas no alcohólicas en grandes almacenes minoristas e hipermercados**  
**Total nacional**  
**III Trimestre (2007 – 2011)**



Fuente: DANE - GAHM

El personal ocupado asociado al comercio minorista de los grandes almacenes e hipermercados llegó a un total de 99.749 personas ocupadas, lo que significó un aumento 5,6% frente al tercer trimestre de 2010.

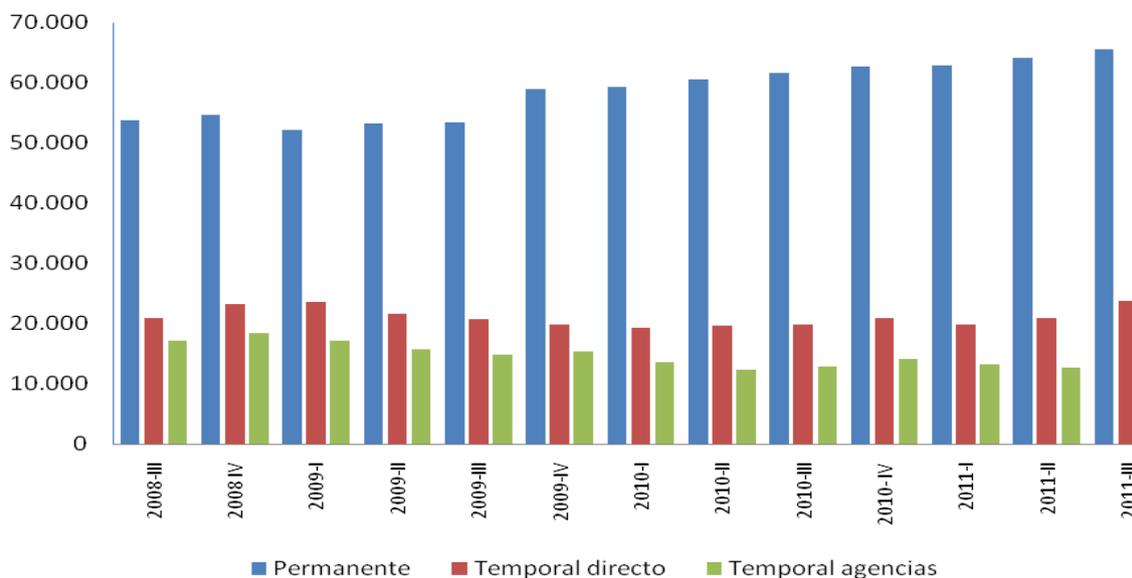
**Gráfico 5**  
**Personal ocupado por los grandes almacenes minoristas e hipermercados**  
**Total nacional**  
**III Trimestre (2007 –2011)**



Fuente: DANE - GAHM

En el tercer trimestre de 2011, 65,6% del personal que ocuparon los grandes almacenes minoristas e hipermercados era permanente, 23,8% era temporal directo y 10,6% temporal contratado a través de agencias.

**Gráfico 6**  
**Distribución del personal ocupado, por tipo de contratación**  
**Total nacional**  
**III Trimestre 2011**



Fuente: DANE GAHM

## 1. VENTAS REALES

### 1.1 Grupos de mercancías

#### 1.1.1 Variación anual: III trimestre (2011/2010)

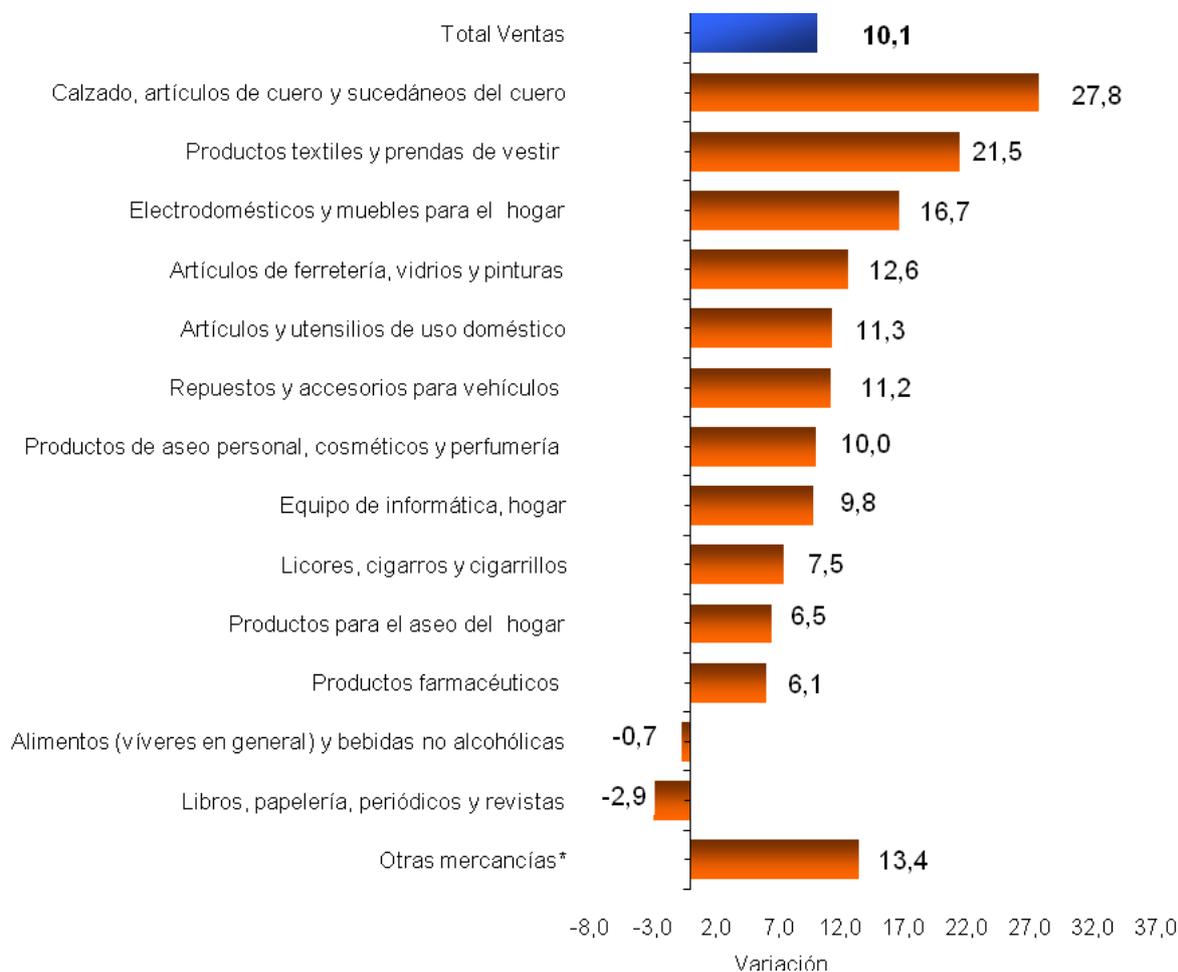
Durante el tercer trimestre de 2011, las ventas reales aumentaron 10,1% respecto al mismo periodo del año anterior. Los grupos de mercancías que presentaron las principales variaciones positivas fueron: calzado, artículos de cuero (27,8%); productos textiles y prendas de vestir (21,5%); electrodomésticos y muebles para el hogar (16,7%); artículos de ferretería, vidrios y pinturas (12,6%); y artículos y utensilios de uso doméstico (11,3%). Por su parte, solo dos grupos de mercancías registraron variación negativa: libros, papelería, periódicos y revistas (-2,9%); y alimentos y bebidas no alcohólicas (-0,7%).

#### Gráfico 7

#### Variación anual de las ventas reales

#### Total nacional

#### III Trimestre (2011/2010)

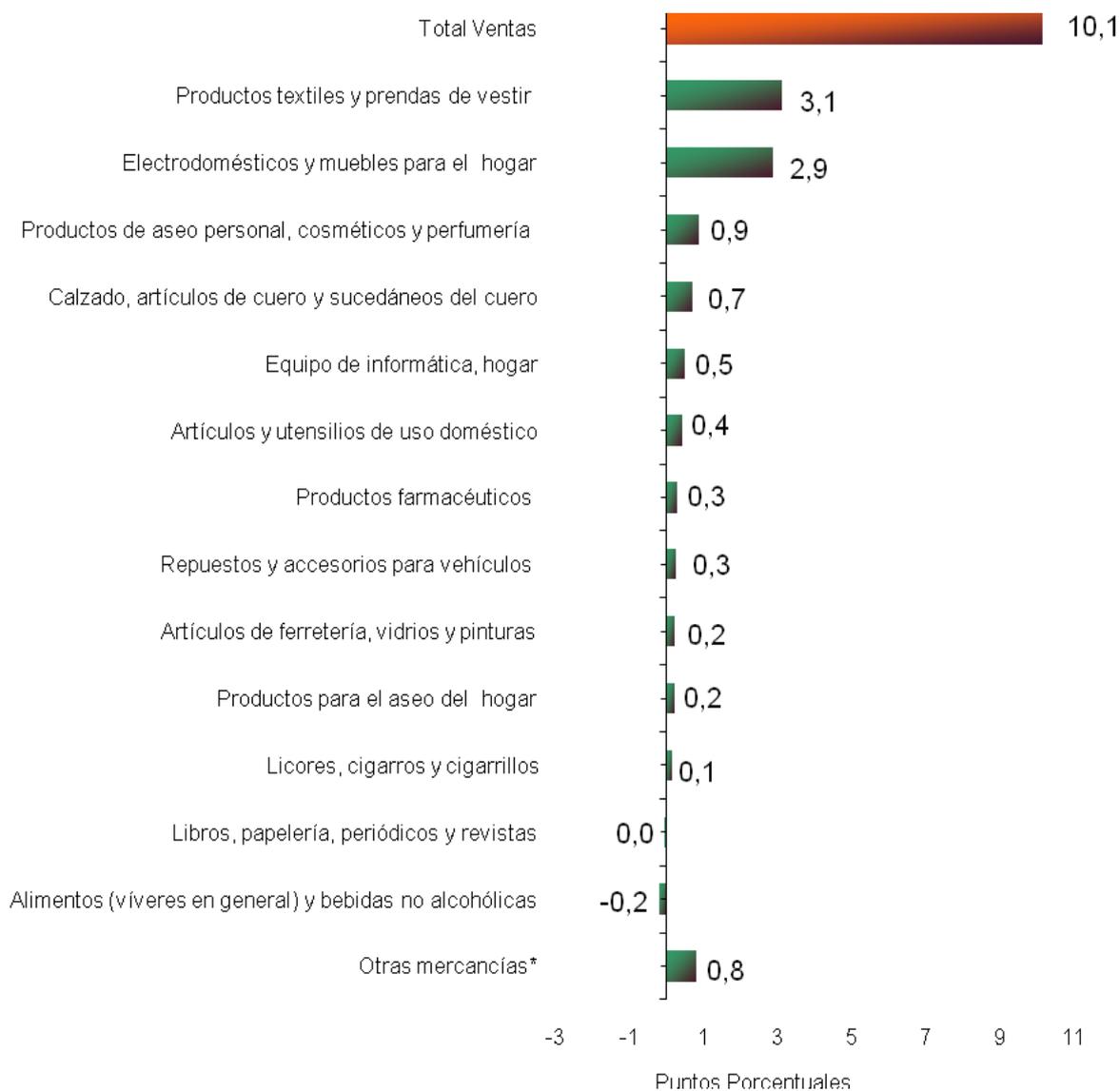


Fuente DANE – GAHM

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

El grupo de mercancías que presentó la mayor contribución a la variación total del período, fue productos textiles y prendas de vestir con 3,1 puntos porcentuales, seguido por electrodomésticos y muebles para el hogar con 2,9 puntos porcentuales.

**Gráfico 8**  
**Contribución anual a la variación de las ventas reales**  
**Total nacional**  
**III Trimestre (2011/2010)**



Fuente DANE – GAHM

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

### 1.1.2 Variación año corrido

En lo corrido del año hasta el III trimestre de 2011, las ventas reales del comercio minorista en los Grandes Almacenes e Hipermercados aumentaron 10,0% respecto al mismo período de 2010. Los grupos de mercancías que presentaron las principales variaciones positivas fueron: calzado y artículos de cuero (30,5%); productos textiles y prendas de vestir (21,8%); artículos de ferretería, vidrios y pinturas (19,7%); electrodomésticos y muebles para el hogar (15,6%); y equipo de informática y hogar (14,9%). Por su parte, la única reducción se registró en las ventas de alimentos y bebidas no alcohólicas (-0,8%).

#### Gráfico 9

#### Variación año corrido de las ventas reales

Total nacional

III Trimestre 2011



Fuente DANE – GAHM

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

El comportamiento de las ventas en los Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas se explica principalmente por el aumento de las ventas de productos textiles y prendas de vestir; electrodomésticos y muebles para el hogar, que contribuyen en conjunto con 5,6 puntos porcentuales a la variación total del comercio.

**Gráfico 10**  
**Contribución año corrido a la variación de las ventas reales**  
**Total nacional**  
**III Trimestre 2011**



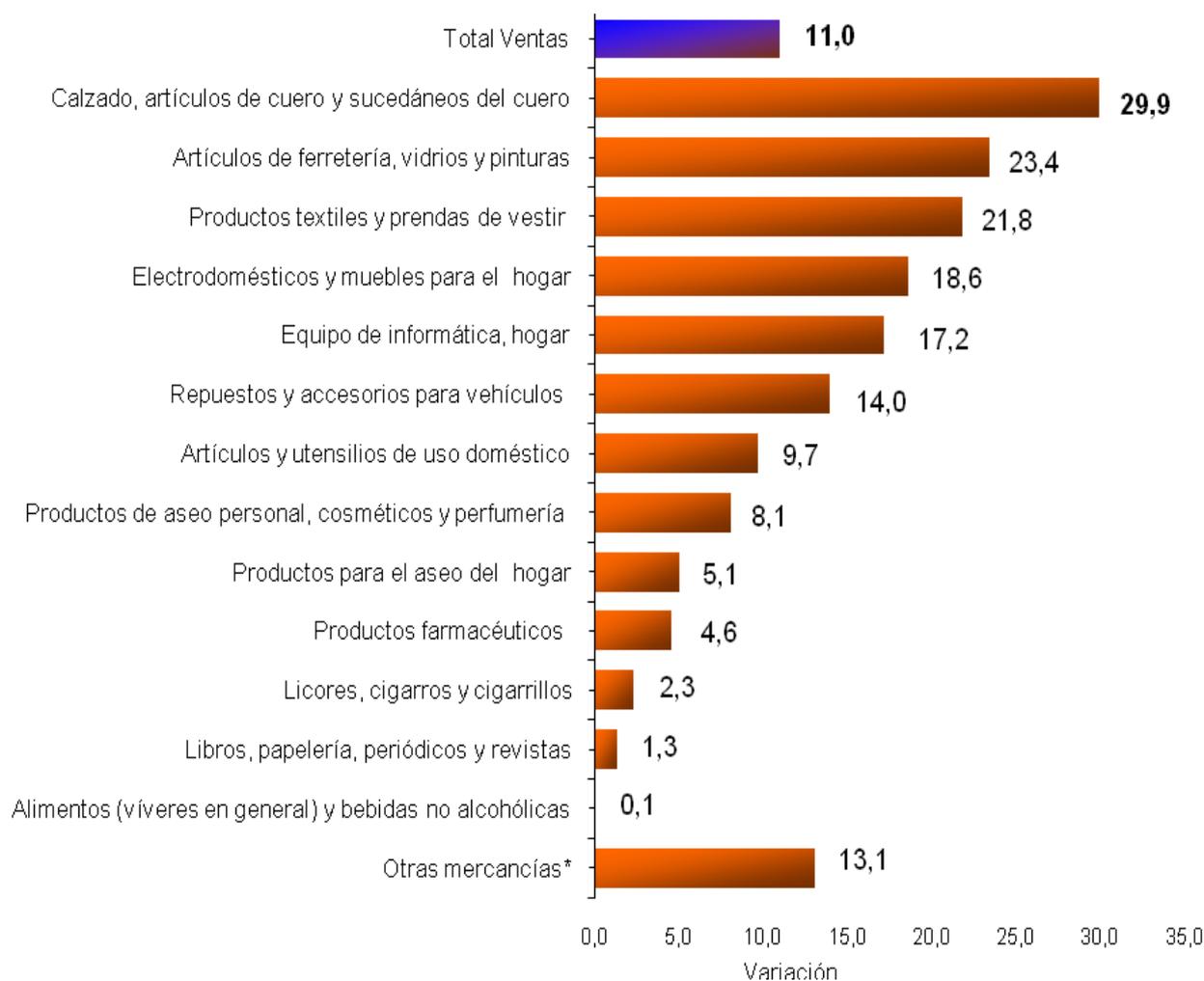
Fuente DANE - GAHM

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

### 1.1.3 Variación doce meses

En los últimos cuatro trimestres hasta el tercer trimestre de 2011, las ventas reales del comercio minorista en los Grandes Almacenes e Hipermercados aumentaron 11,0% respecto al mismo período de 2010. Los grupos de mercancías que presentaron las principales variaciones positivas fueron: calzado y artículos de cuero (29,9%); artículos de ferretería, vidrios y pinturas (23,4%); productos textiles y prendas de vestir (21,8%); electrodomésticos y muebles para el hogar (18,6%); y equipo de informática, hogar (17,2%).

**Gráfico 11**  
**Variación doce meses de las ventas reales**  
**Total nacional**  
**III Trimestre 2011**

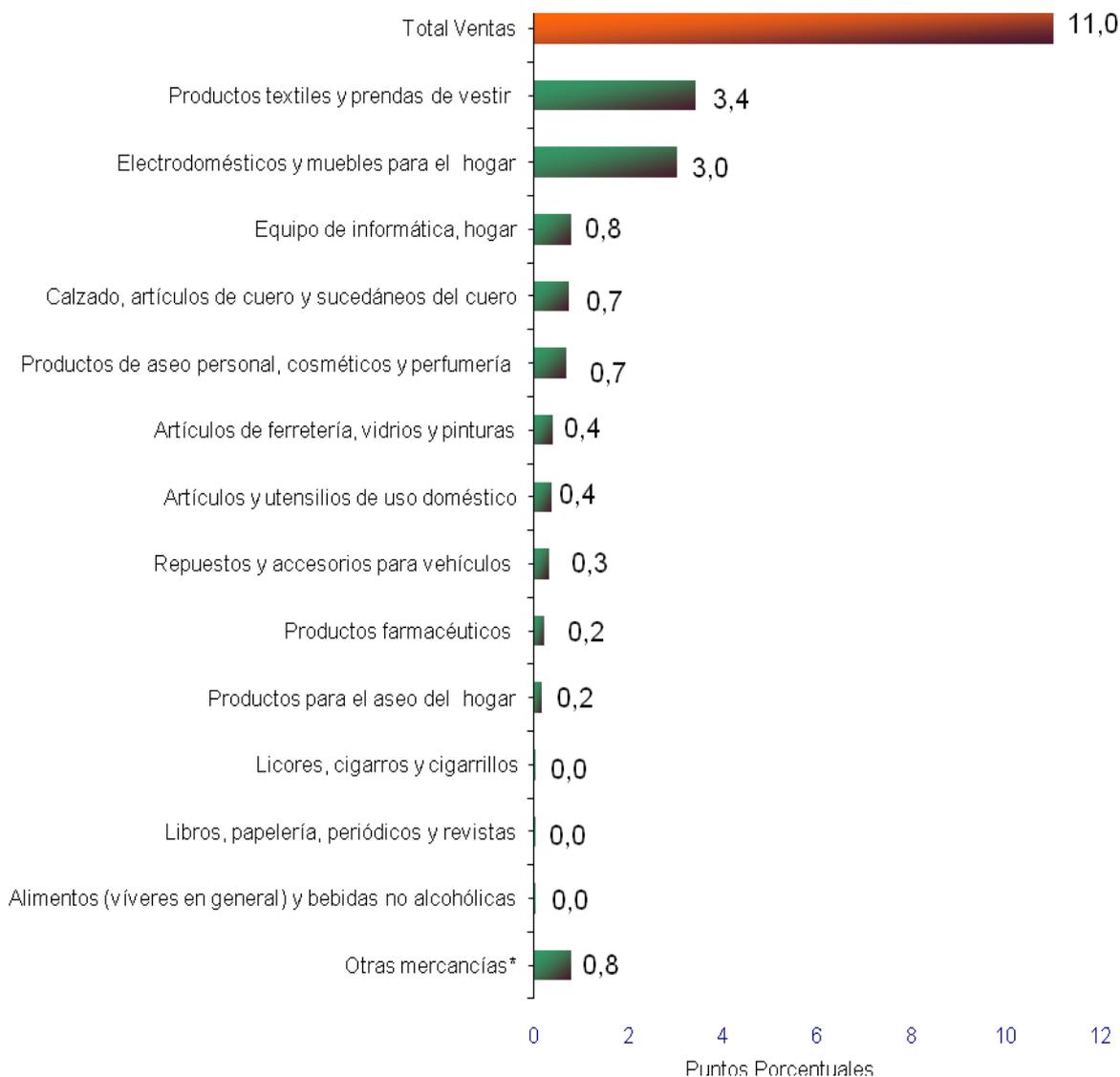


Fuente DANE – GAHM

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

El comportamiento de las ventas en los Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas se explica principalmente por el aumento de las ventas de productos textiles y prendas de vestir y electrodomésticos y muebles para el hogar que aportaron en conjunto 6,4 puntos porcentuales a la variación total del comercio.

**Gráfico 12**  
**Contribución doce meses a la variación de las ventas reales**  
**Total nacional**  
**III Trimestre 2011**



Fuente DANE - GAHM

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

## 1.2 Actividad comercial CIU Rev. 3

### 1.2.1 Variación anual: III trimestre (2011/2010)

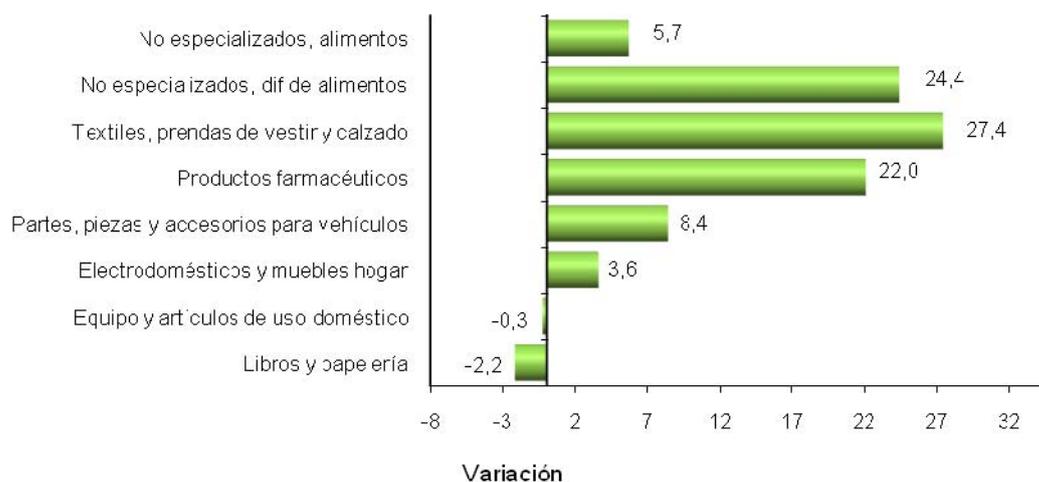
De acuerdo con el tipo de actividad comercial (CIU Rev.3) desarrollada por las empresas investigadas, en el tercer trimestre de 2011 se registró un aumento en las ventas reales del comercio no especializado, con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (24,4%); en el comercio no especializado, con surtido compuesto principalmente de alimentos, la variación fue 5,7%. Por su parte, en el comercio especializado los principales crecimientos se registraron en: textiles, prendas de vestir y calzado (27,4%); productos farmacéuticos (22,0%); y partes, piezas y accesorios para vehículos (8,4%).

#### Gráfico 13

#### Variación anual de las ventas reales, según actividad comercial

#### Total nacional

#### III Trimestre (2011/2010)



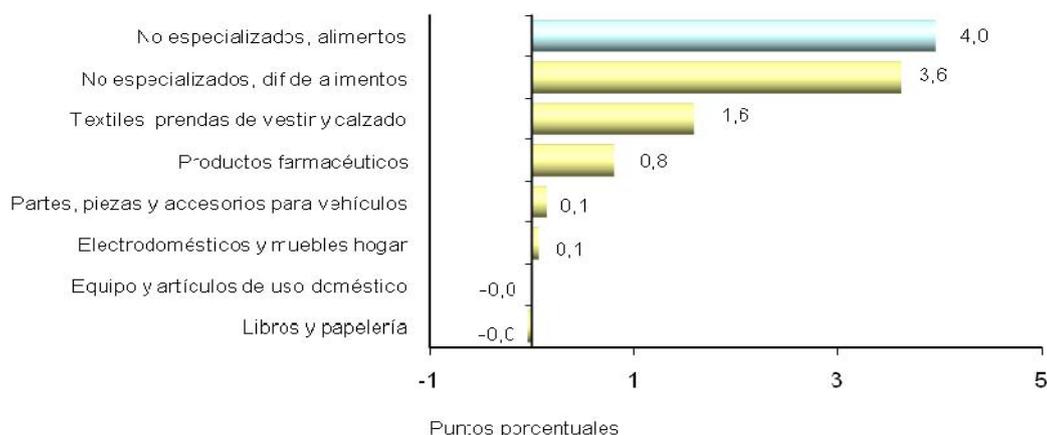
Fuente DANE – GAHM

#### Gráfico 14

#### Contribución a la variación anual de las ventas reales, según actividad comercial

#### Total nacional

#### III Trimestre (2011/2010)

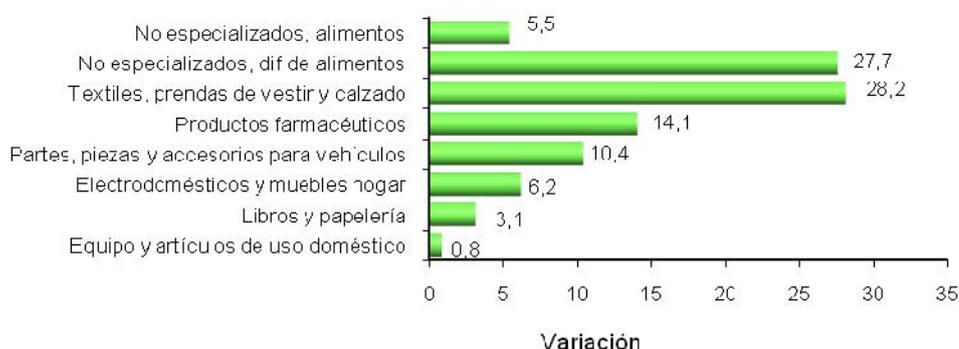


Fuente DANE – GAHM

### 1.2.2 Variación año corrido

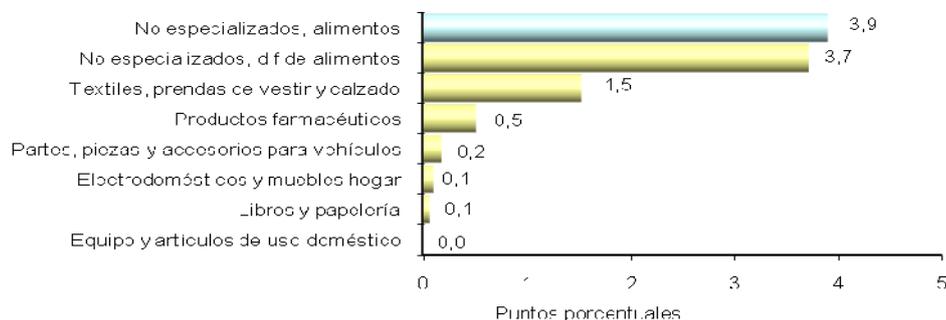
Durante lo corrido de 2011, los principales aumentos de las ventas reales se registraron en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (27,7%). Las empresas especializadas que presentaron los mayores incrementos en sus ventas reales fueron: textiles, prendas de vestir y calzado (28,2%); productos farmacéuticos (14,1%); y partes, piezas y repuestos para vehículos (10,4%).

**Gráfico 15**  
**Variación año corrido de las ventas reales, según actividad comercial**  
**Total nacional**  
**III Trimestre 2011**



Fuente DANE – GAHM

**Gráfico 16**  
**Contribución año corrido a la variación de las ventas reales, según actividad comercial**  
**Total nacional**  
**III Trimestre 2011**



Fuente DANE – GAHM

### 1.2.3 Variación doce meses

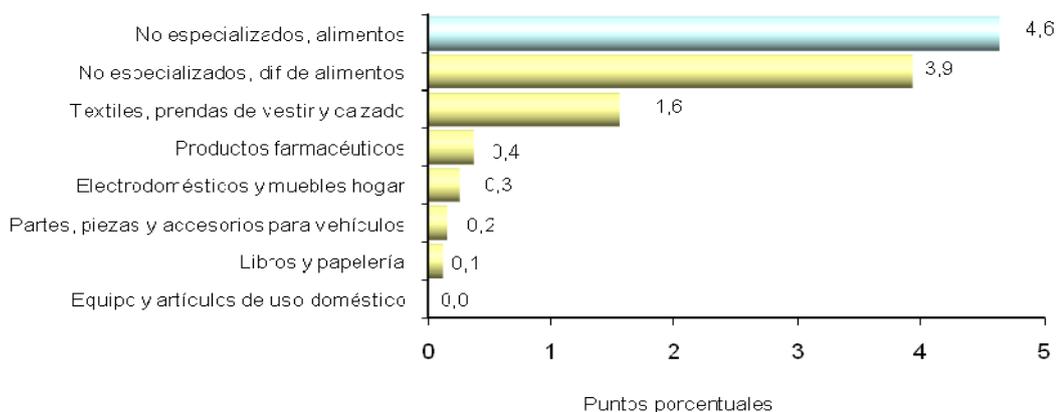
Durante los últimos cuatro trimestres hasta el tercer trimestre de 2011, los principales aumentos de las ventas reales se registraron en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (29,7%). Las empresas especializadas que presentaron los mayores incrementos en sus ventas reales fueron: textiles, prendas de vestir y calzado (25,5%); electrodomésticos y muebles para el hogar (16,2%); y productos farmacéuticos (10,3%).

**Gráfico 17**  
**Variación doce meses de las ventas reales, según actividad comercial**  
**Total nacional**  
**III Trimestre 2011**



Fuente DANE – GAHM

**Gráfico 18**  
**Contribución doce meses a la variación de las ventas reales, según actividad comercial**  
**Total nacional**  
**III Trimestre 2011**



Fuente DANE – GAHM

## 2. PERSONAL OCUPADO

### 2.1 Categoría de Contratación

#### 2.1.1 Variación anual: III trimestre (2011/2010)

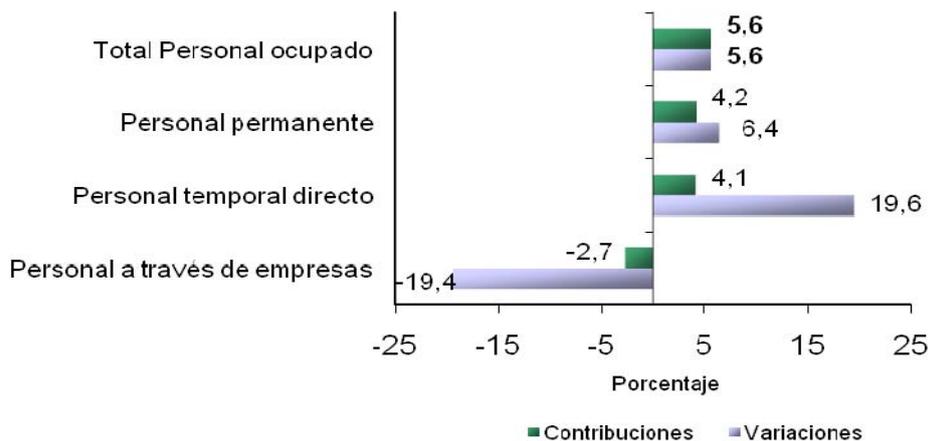
En el tercer trimestre de 2011, el personal ocupado asociado a los Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas aumentó 5,6% con respecto al mismo período de 2010. Las categorías de personal que contribuyen a este crecimiento son: el personal permanente y el personal temporal directo que aportaron en conjunto 8,3 puntos porcentuales a la variación total.

#### Gráfico 19

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

Total nacional

III Trimestre (2011/2010)



Fuente DANE – GAHM

#### 2.1.2 Variación año corrido

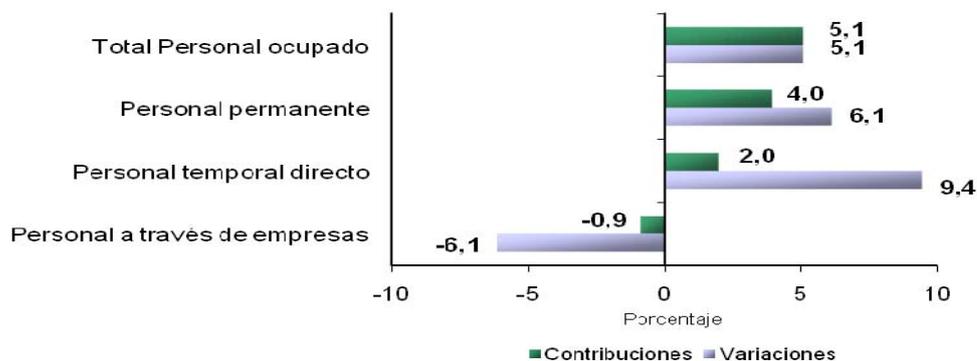
En lo corrido del año hasta el tercer trimestre de 2011, el personal ocupado por los Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas, presentó un aumento de 5,1% respecto al mismo período de 2010. Este resultado se explica por el aporte del personal permanente y el personal temporal directo que contribuyeron con 6,0 puntos porcentuales a la variación total del personal ocupado.

#### Gráfico 20

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

Total nacional

III Trimestre 2011



Fuente DANE – GAHM

### 2.1.3 Variación doce meses

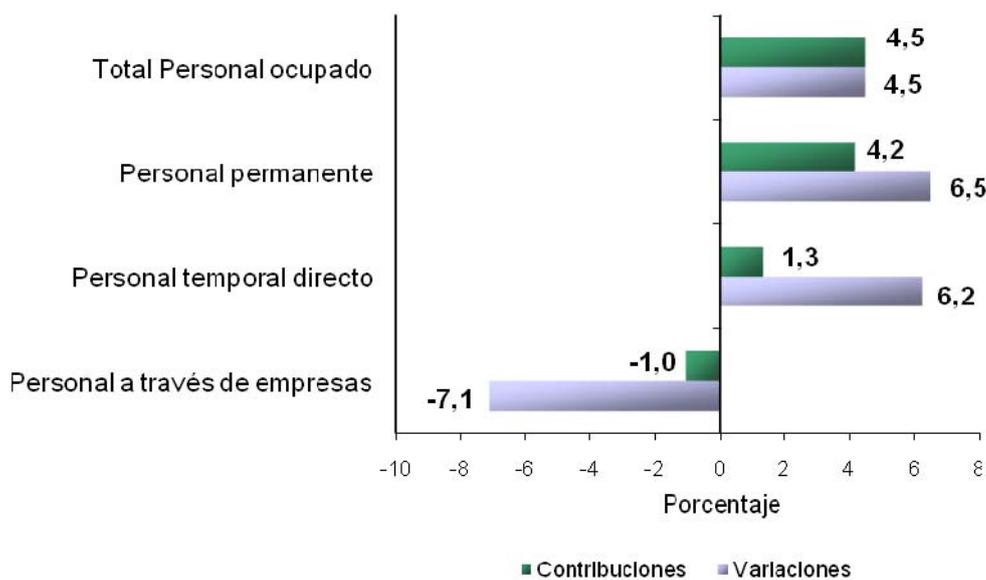
Durante los últimos cuatro trimestres hasta el tercer trimestre de 2011, el personal ocupado generado por los Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas, presentó un aumento de 4,5% respecto al mismo período del año precedente, debido al crecimiento del personal permanente y el personal temporal directo que en conjunto contribuyeron con 5,5 puntos porcentuales. En contraste, el personal ocupado a través de empresas disminuyó 7,1%, lo que significó una contribución en -1,0 puntos porcentuales.

#### Gráfico 21

#### Variación y contribución doce meses del personal ocupado, según categoría de contratación

Total nacional

III Trimestre 2011



Fuente DANE – GAHM

## 2.2 Actividad comercial según CIU Rev. 3 A.C.

### 2.2.1 Variación anual: III Trimestre (2011/2010)

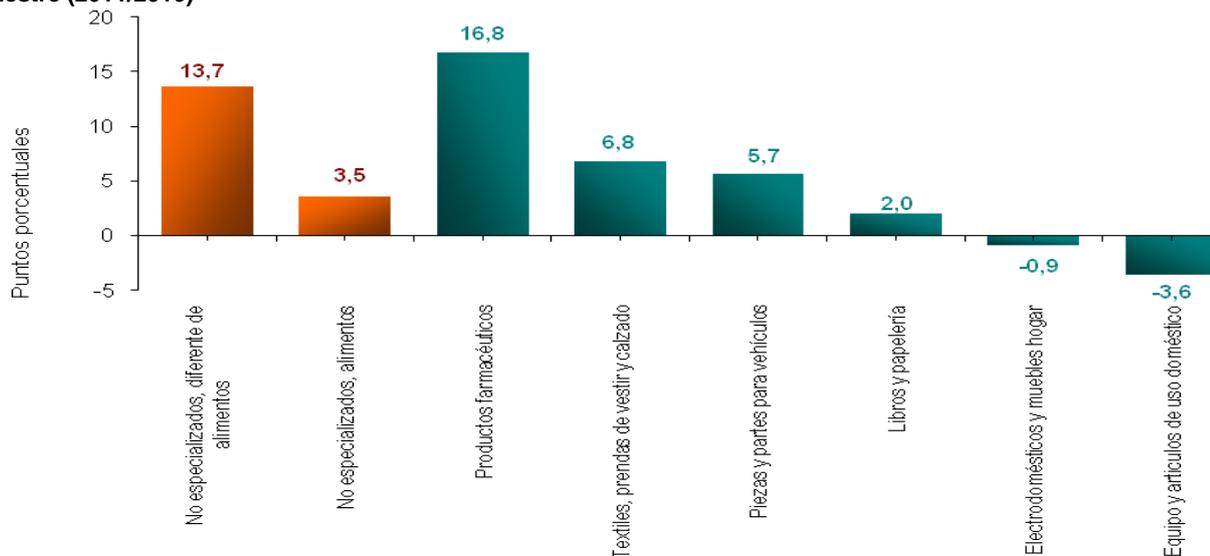
En el tercer trimestre de 2011 el personal ocupado por los Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas, según actividad CIU Rev. 3, aumentó 5,6%. Durante este período, la mayor variación se registró en establecimientos que comercializan productos farmacéuticos (16,7%) y la mayor contribución positiva se registró en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos, que contribuyó con 2,4 puntos porcentuales.

#### Gráfico 22

##### Variación anual del personal ocupado, según actividad comercial

##### Total nacional

##### III Trimestre (2011/2010)



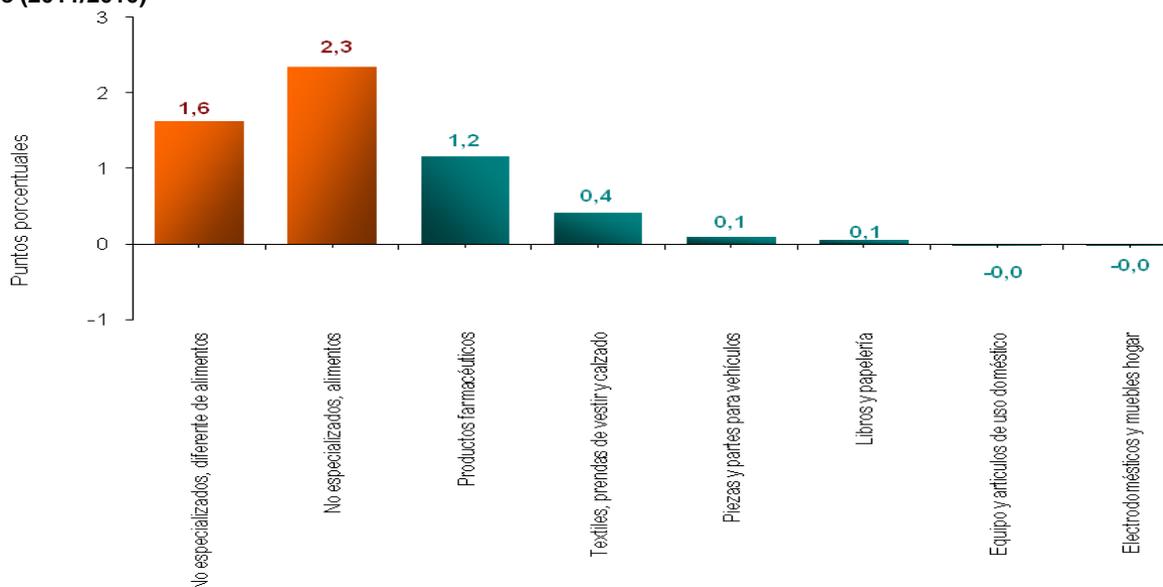
Fuente DANE – GAHM

#### Gráfico 23

##### Contribución anual a la variación del personal ocupado, según actividad comercial

##### Total nacional

##### III Trimestre (2011/2010)

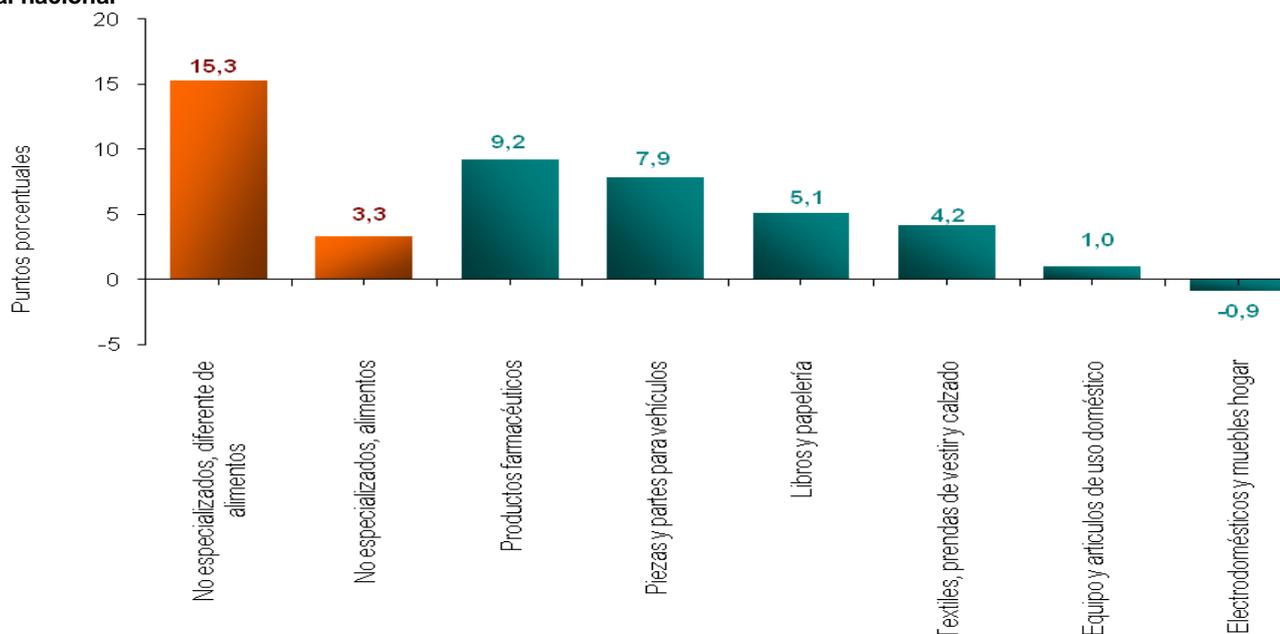


Fuente DANE – GAHM

### 2.2.2 Variación año corrido

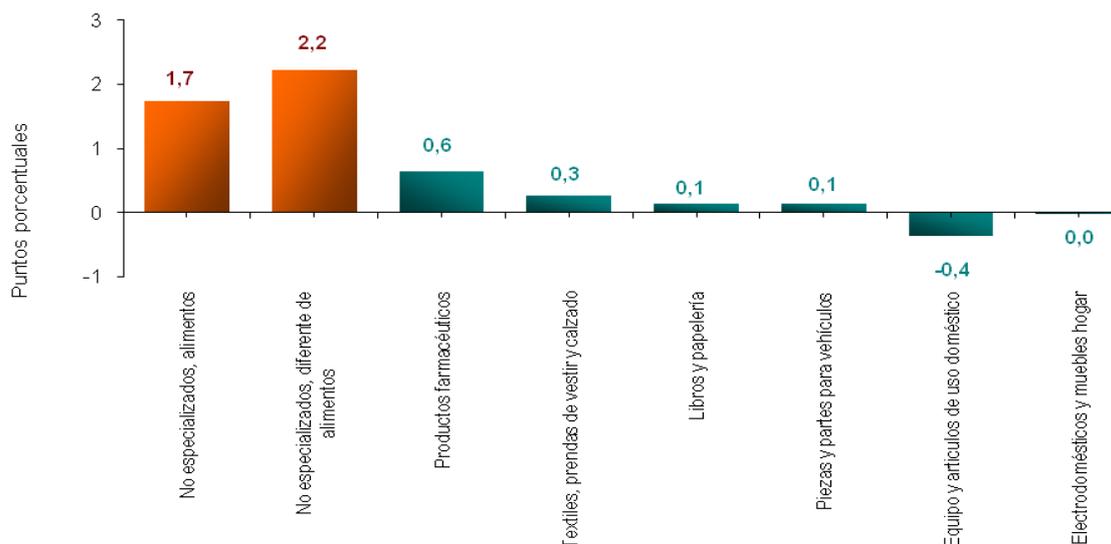
Durante lo corrido de 2011, el personal ocupado en los grandes almacenes e hipermercados minoristas se incrementó 5,1%. La principal contribución se registró en las empresas no especializadas, con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos con 1,8 puntos porcentuales.

**Gráfico 24**  
**Variación año corrido del personal ocupado, según actividad comercial**  
**Total nacional**



Fuente DANE – GAHM

**Gráfico 25**  
**Contribución año corrido a la variación del personal ocupado, según actividad comercial**  
**Total nacional**

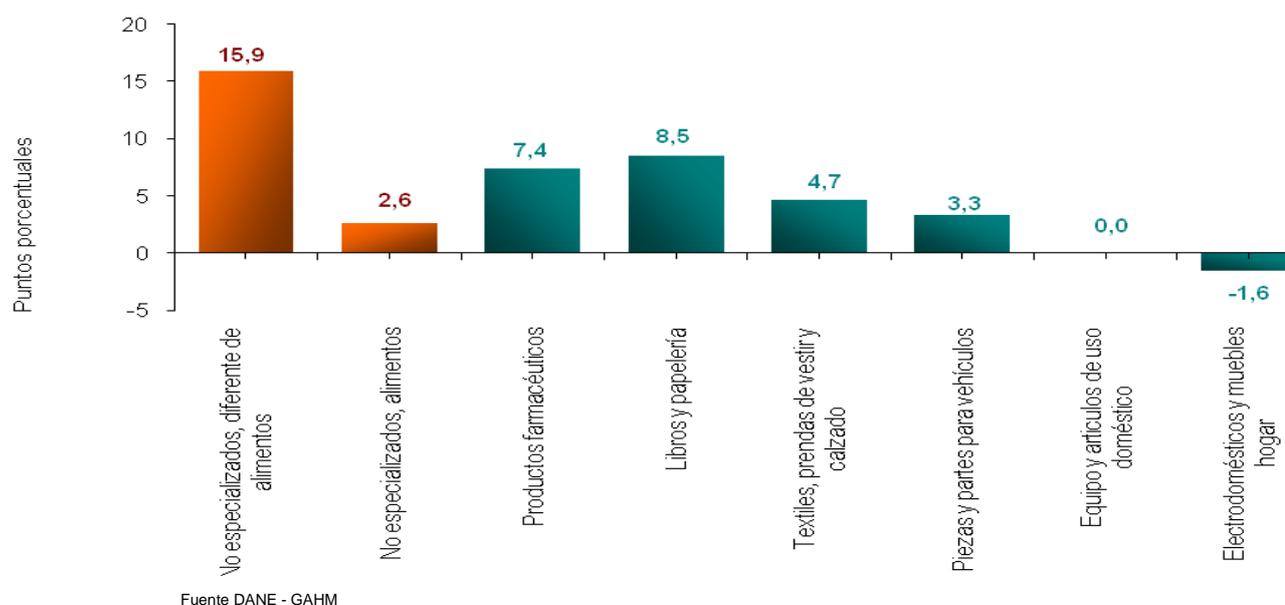


Fuente DANE - GAHM

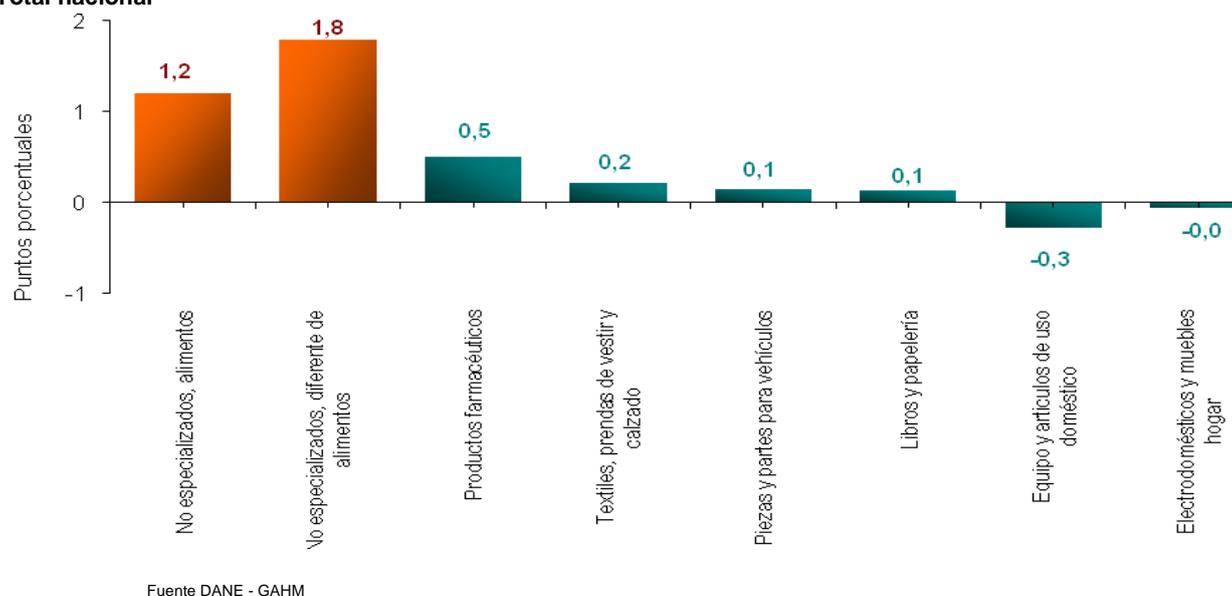
### 2.2.3 Variación doce meses

Durante los últimos cuatro trimestres hasta el tercer trimestre de 2011, el personal ocupado en los grandes almacenes e hipermercados minoristas se incrementó 4,5%. La principal contribución positiva se registró en las empresas no especializadas, con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (1,8 puntos porcentuales).

**Gráfico 26**  
Variación doce meses del personal ocupado, según actividad comercial  
Total nacional



**Gráfico 27**  
Contribución doce meses a la variación del personal ocupado, según actividad comercial  
Total nacional



### 3. INVENTARIOS FINALES

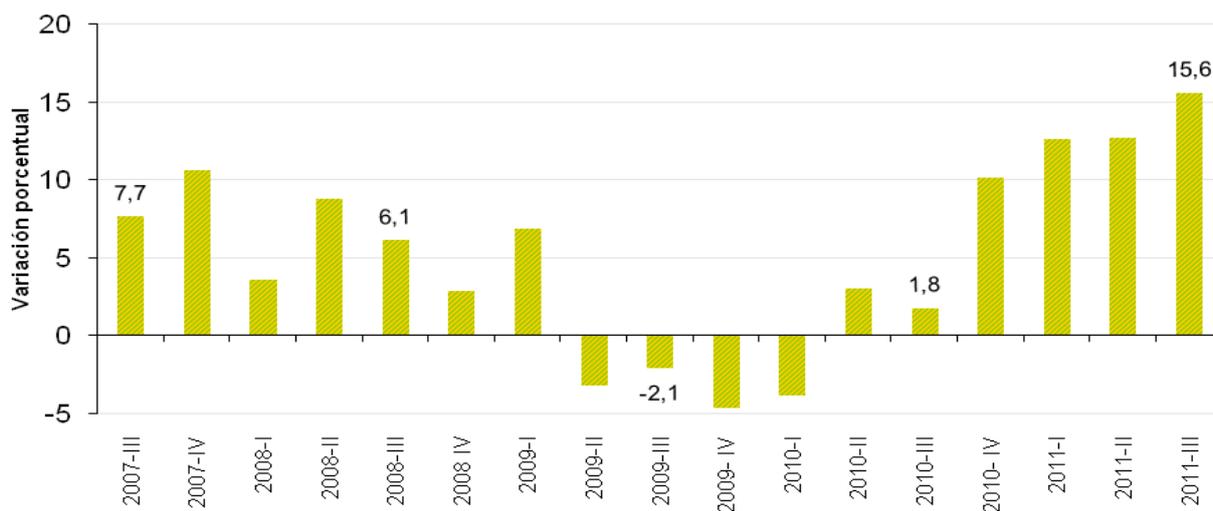
**Gráfico 28**  
**Inventarios finales reales en los grandes almacenes**  
**III Trimestre (2011/2010)**



Fuente: DANE - GAHM

En el tercer trimestre de 2011 respecto al tercer trimestre de 2010, los inventarios reales finales de los grandes almacenes e hipermercados minoristas registraron un crecimiento de 15,6% en las existencias.

**Gráfico 29**  
**Variación anual de los inventarios finales reales de los grandes almacenes e hipermercados minoristas**  
**Total nacional**  
**III Trimestre (2011/2010)**



Fuente: DANE - GAHM

Durante el tercer trimestre de 2011, las principales variaciones positivas en acumulación de inventarios de acuerdo con la CIU Rev.3 se presentaron en: establecimientos no especializados con surtido de productos diferentes de alimentos (33,5%); seguido por los establecimientos especializados en la comercialización de productos farmacéuticos (26,3%); y los especializados en el comercio de textiles, prendas de vestir y calzado (25,9%); mientras que las empresas especializadas en electrodomésticos y muebles para el hogar, presentaron variaciones negativas (-7,9%).

#### 4. ÁREA DE VENTAS

En el tercer trimestre de 2011, los grandes almacenes e hipermercados minoristas reportaron un área de ventas disponible al público de 2.689.534 m<sup>2</sup>, lo que significó un aumento de 5,0% comparado con el mismo período de 2010.

**Tabla 1**  
**Área de ventas de los Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas**  
**Total nacional**  
**III Trimestre (2004 - 2011)**

| Trimestre | No especializados | Especializados | Total     | Variación anual |
|-----------|-------------------|----------------|-----------|-----------------|
| III/04    | 1.387.881         | 191.045        | 1.578.926 | 7,7             |
| IV/04     | 1.444.215         | 195.480        | 1.639.695 | 9,2             |
| I/05      | 1.502.332         | 200.851        | 1.703.183 | 9,1             |
| II/05     | 1.489.037         | 202.910        | 1.691.947 | 7,6             |
| III/05    | 1.526.509         | 206.623        | 1.733.132 | 9,8             |
| IV/05     | 1.565.626         | 214.224        | 1.779.850 | 8,5             |
| I/06      | 1.606.512         | 216.865        | 1.823.377 | 7,1             |
| II/06     | 1.629.353         | 223.943        | 1.853.296 | 9,5             |
| III/06    | 1.648.063         | 228.385        | 1.876.448 | 8,3             |
| IV/06     | 1.731.111         | 232.955        | 1.964.066 | 10,4            |
| I/07      | 1.797.983         | 236.264        | 2.034.247 | 11,6            |
| II/07     | 1.827.645         | 241.112        | 2.068.757 | 11,6            |
| III/07    | 1.872.655         | 244.753        | 2.117.408 | 12,8            |
| IV/07     | 1.921.935         | 256.364        | 2.178.299 | 10,9            |
| I/08      | 1.948.805         | 260.612        | 2.209.417 | 8,6             |
| II/08     | 1.975.188         | 262.815        | 2.238.003 | 8,2             |
| III/08    | 2.016.263         | 266.426        | 2.282.689 | 7,8             |
| IV/08     | 2.072.054         | 274.221        | 2.346.275 | 7,7             |
| I/09      | 2.128.467         | 280.623        | 2.409.090 | 9,0             |
| II/09     | 2.133.741         | 287.385        | 2.421.126 | 8,2             |
| III/09    | 2.133.546         | 291.887        | 2.425.433 | 6,3             |
| IV/09     | 2.176.354         | 296.964        | 2.473.318 | 5,4             |
| I/10      | 2.204.883         | 300.306        | 2.505.189 | 4,0             |
| II/10     | 2.236.104         | 305.634        | 2.541.738 | 5,0             |
| III/10    | 2.248.610         | 311.818        | 2.560.428 | 5,6             |
| IV/10     | 2.271.902         | 322.509        | 2.594.411 | 4,9             |
| I/11      | 2.289.003         | 327.041        | 2.616.044 | 4,4             |
| II/11     | 2.317.722         | 332.870        | 2.650.592 | 4,3             |
| III/11    | 2.343.817         | 345.717        | 2.689.534 | 5,0             |

Fuente: DANE- GAHM

En este período, el comercio no especializado participó con el 87,1% del total del área, mientras que el comercio especializado lo hizo con el 12,9% restante.

## 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.
3. **Universo de estudio:** Los Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y empresas comerciantes de vehículos automotores nuevos (importadores y productores nacionales).
4. **Tipo de investigación:** Censo.
5. **Unidad estadística:** empresa comercial minorista.
6. **Población objetivo:** Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas con ventas anuales mayores o iguales a 7.000 millones de pesos de 1997 (según la EAC/95) y/o personal ocupado mayor o igual a 200 y empresas comerciantes de vehículos automotores nuevos (importadores y productores nacionales)
7. **Cobertura:** nacional, para las empresas que cumplen los parámetros de ventas y/o personal ocupado, establecidos para la investigación.
8. **Muestra:** 120 fuentes en grandes almacenes e hipermercados minoristas y 20 fuentes de importadores y ensambladoras de vehículos.
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 trimestre del año en referencia (i,t) y el mismo trimestre del año anterior (i, t-1).
11. **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).
12. **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