



GRANDES ALMACENES E HIPERMERCADOS MINORISTAS Y COMERCIO DE VEHICULOS AUTOMOTORES NUEVOS II Trimestre de 2009



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. Empleo
3. Inventarios finales
4. Área de ventas

Segunda parte: Comercio de Vehículos Automotores Nuevos

1. Unidades vendidas
2. Valor de las ventas

Anexos

Resumen

- En el segundo trimestre de 2009 las ventas reales de los Grandes Almacenes e Hipermercados minoristas se redujeron 1,5%, en comparación con el mismo trimestre del año anterior.
- Durante este período, los grupos de mercancías que presentaron las principales variaciones negativas en las ventas reales, fueron: repuestos y accesorios para vehículos (-8,9%), alimentos y bebidas no alcohólicas (-6,9%) y libros, papelería, y revistas (-5,5%).
- En los últimos cuatro trimestres, las ventas reales disminuyeron 2,0% respecto al periodo precedente; se destaca la variación negativa del grupo alimentos y bebidas no alcohólicas (-7,2%), y artículos y utensilios de uso doméstico (-5,9%).
- El empleo registró, durante el segundo trimestre del año 2009, una reducción de 3,2% con respecto al mismo período del año anterior.
- Durante este período, los inventarios reales presentaron una variación negativa de -2,8%, comparados con igual período del año anterior.
- En el segundo trimestre de 2009 las ventas reales de vehículos nacionales e importados presentaron una disminución de 34,3% y 27,0%, respectivamente, en comparación con el mismo trimestre del año anterior.

Director

Héctor Maldonado Gómez

Subdirector

Carlos Eduardo Sepúlveda Rico

Director de Metodología y Producción Estadística

Eduardo Efraín Freire Delgado

RESULTADOS GENERALES

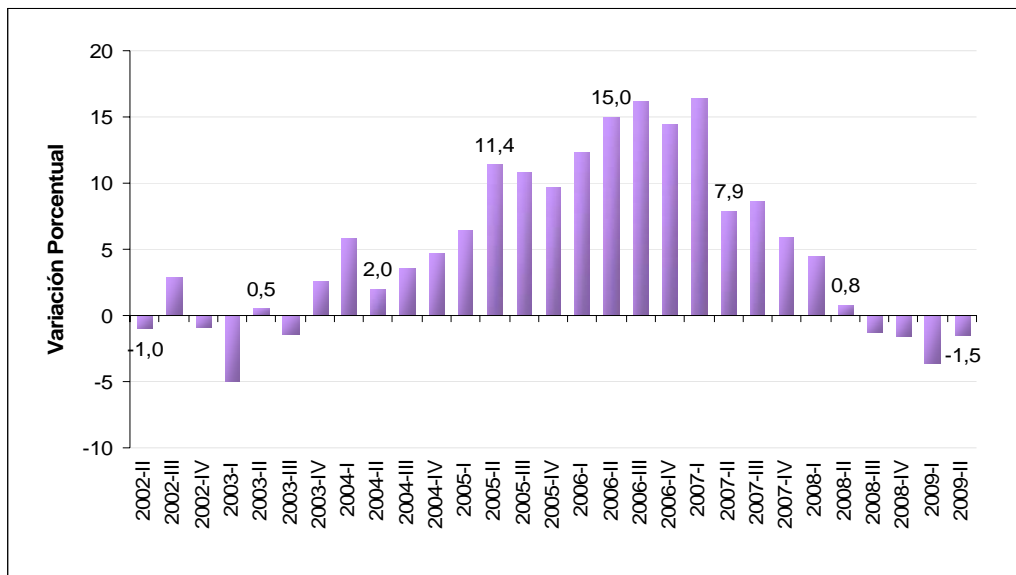
En el segundo trimestre de 2009, las ventas minoristas reales de los grandes almacenes disminuyeron 1,5%, frente al mismo trimestre de 2008.

Gráfico 1

Variación de las ventas reales en grandes almacenes minoristas e hipermercados

Total nacional

II Trimestre (2002- 2009)



Fuente: DANE - GAHM

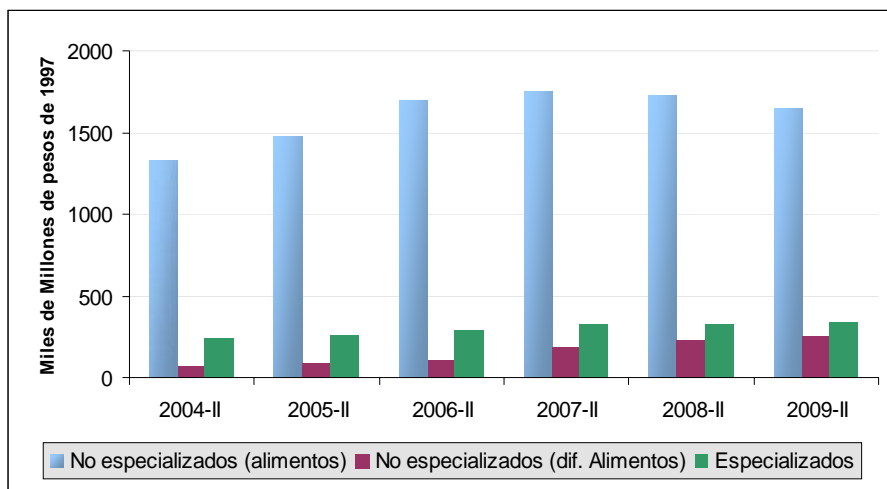
En el segundo trimestre de 2009, el 84,9% de las ventas reales (\$ 1 906 miles de millones de pesos de 1997) se realizaron en los almacenes no especializados.

Gráfico 2

Ventas reales en grandes almacenes e hipermercados por tipo de almacén

Total nacional

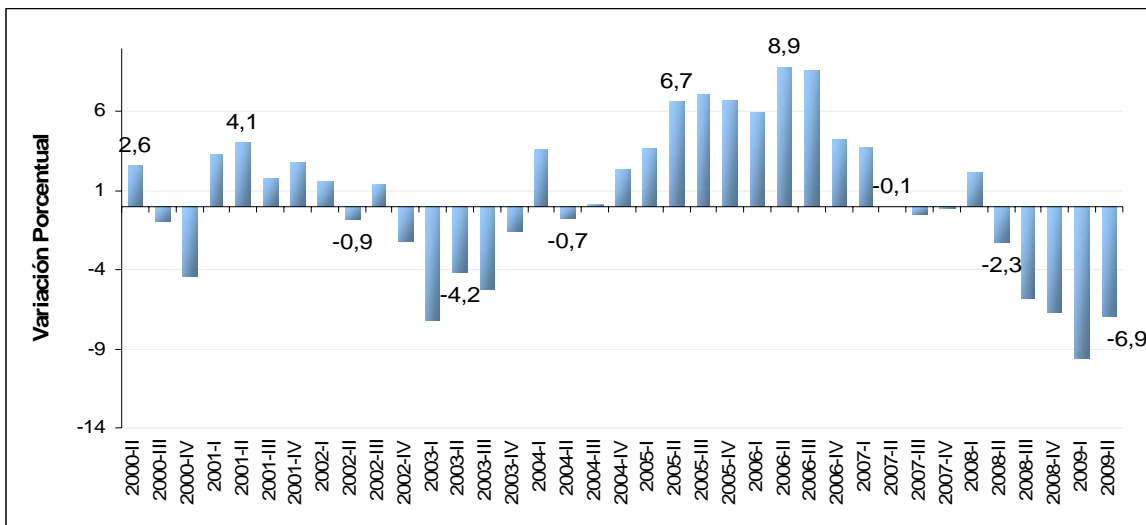
II Trimestre (2004 – 2009)



Fuente: DANE - GAHM

En el segundo trimestre de 2009, las ventas reales de alimentos y bebidas no alcohólicas presentaron una disminución de 6,9% respecto al mismo período del año anterior.

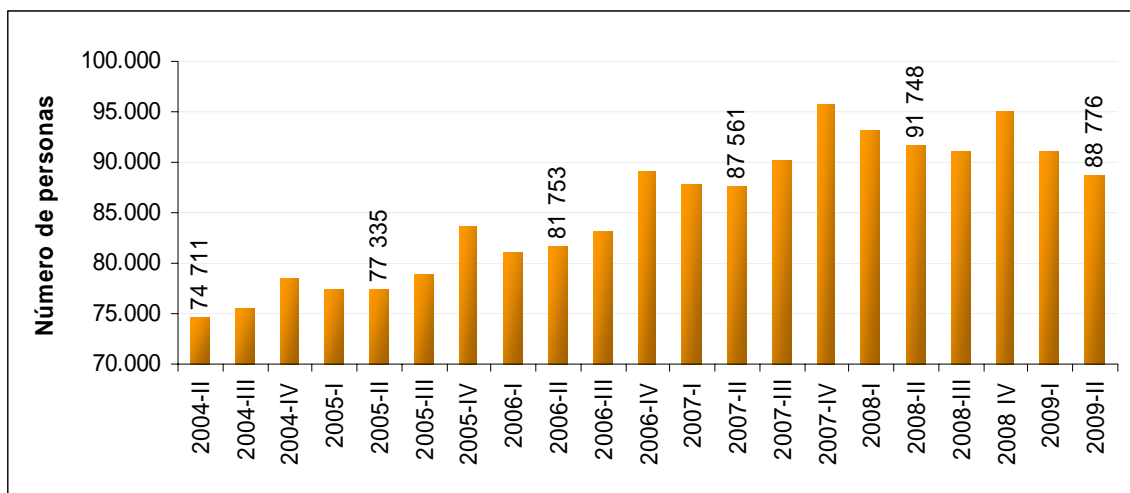
Gráfico 3
Variación anual de las ventas reales de alimentos y bebidas no alcohólicas en grandes almacenes minoristas e hipermercados
Total nacional
II Trimestre (2000- 2009)



Fuente: DANE - GAHM

El empleo asociado al comercio de los grandes almacenes e hipermercados minoristas disminuyó 3,2% en el período de análisis.

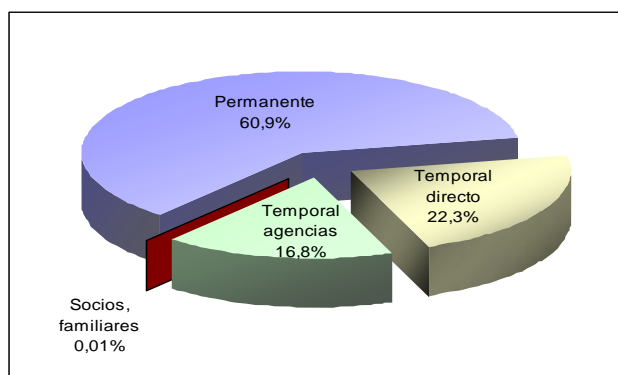
Gráfico 4
Personal ocupado por los grandes almacenes minoristas e hipermercados
Total nacional
II Trimestre (2004 – 2009)



Fuente: DANE - GAHM

En el segundo trimestre de 2009, el 60,9% del personal que ocuparon los grandes almacenes minoristas e hipermercados era permanente, el 22,3% temporal directo y el 16,8% temporal por agencias.

Gráfico 5
Distribución del personal ocupado, por tipo de contratación
Total nacional
II trimestre (2009)

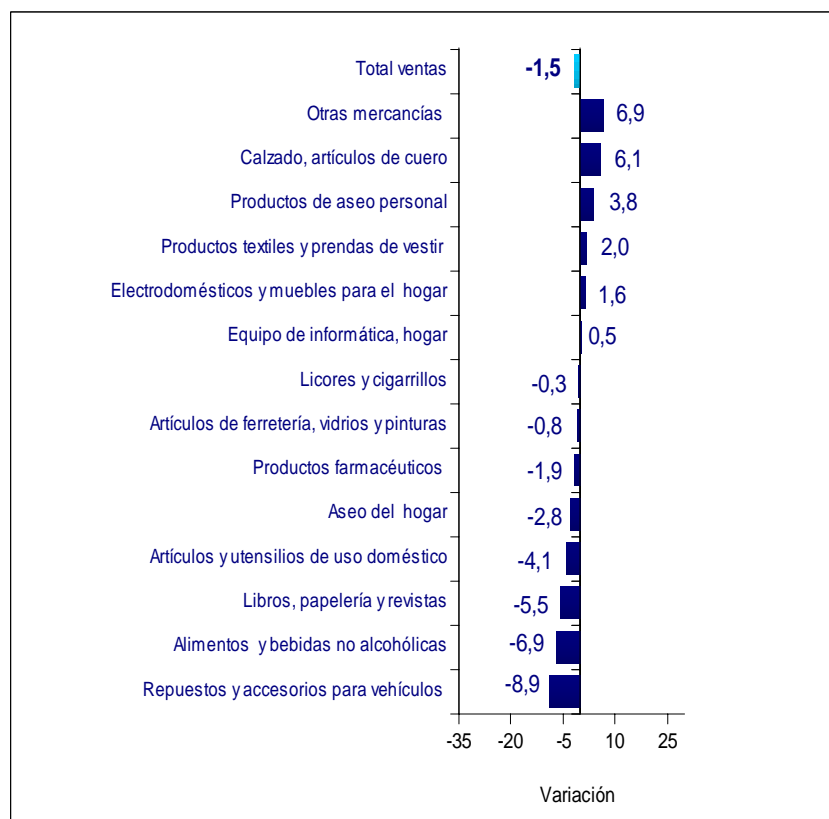


Fuente: DANE GAHM

1. Ventas reales
1.1 Grupos de mercancías
1.1.1 Variación anual: segundo trimestre (2009/2008)

Durante el segundo trimestre de 2009, la variación de las ventas fue -1,5%. Los grupos de mercancías que registraron las principales variaciones negativas fueron: repuestos y accesorios para vehículos; alimentos y bebidas no alcohólicas; y libros, papelería y revistas. Los grupos de mercancías que registraron las mayores variaciones positivas fueron: otras mercancías; calzado, artículos de cuero; y productos de aseo personal.

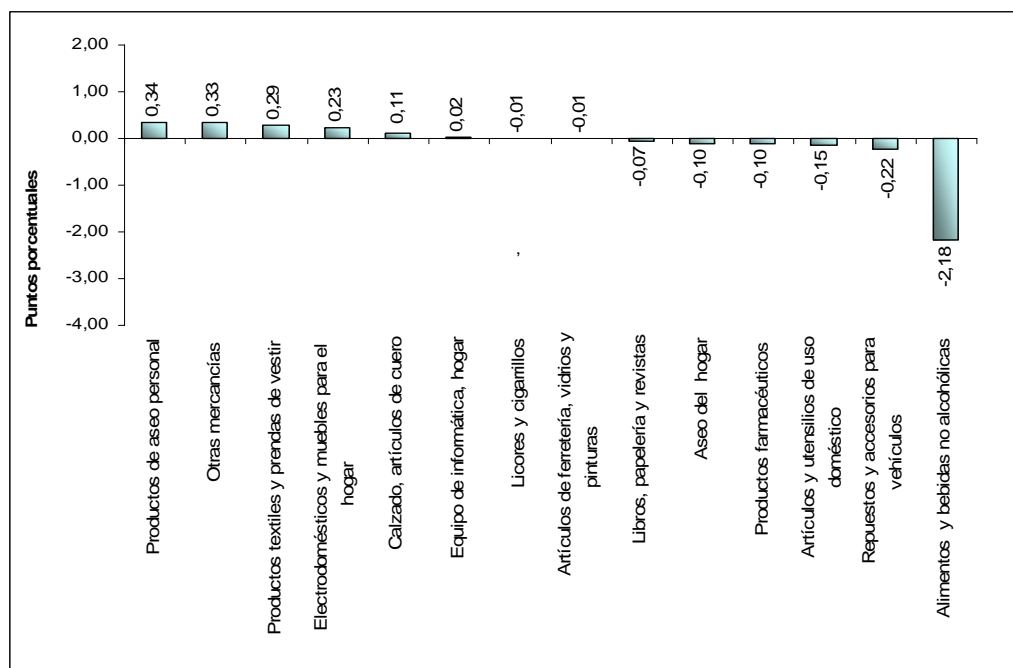
Gráfico 6
Variación anual de las ventas reales
Total nacional
II trimestre (2009/2008)



Fuente DANE - GAHM

Los grupos de mercancías que presentaron las principales contribuciones negativas a la variación anual fueron: alimentos y bebidas no alcohólicas (-2,18 puntos porcentuales), repuestos y accesorios para vehículos (-0,22 puntos porcentuales), y artículos y utensilios de uso doméstico (-0,15 puntos porcentuales). Por su parte, los grupos que registraron las mayores contribuciones positivas a la variación anual de las ventas fueron: productos de aseo personal (0,34 puntos porcentuales), otras mercancías (0,33 puntos porcentuales), y productos textiles y prendas de vestir (0,29 puntos porcentuales).

Gráfico 7
Contribución anual a la variación de las ventas reales
Total nacional
II trimestre (2009/2008)

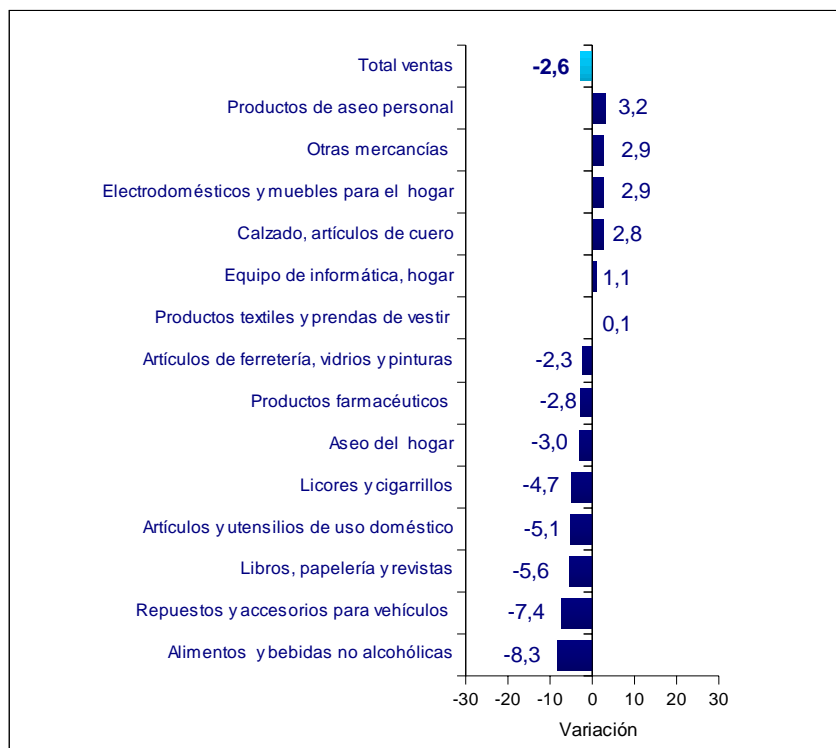


Fuente DANE – GAHM

1.1.2 Variación año corrido: I - II trimestre (2009/2008)

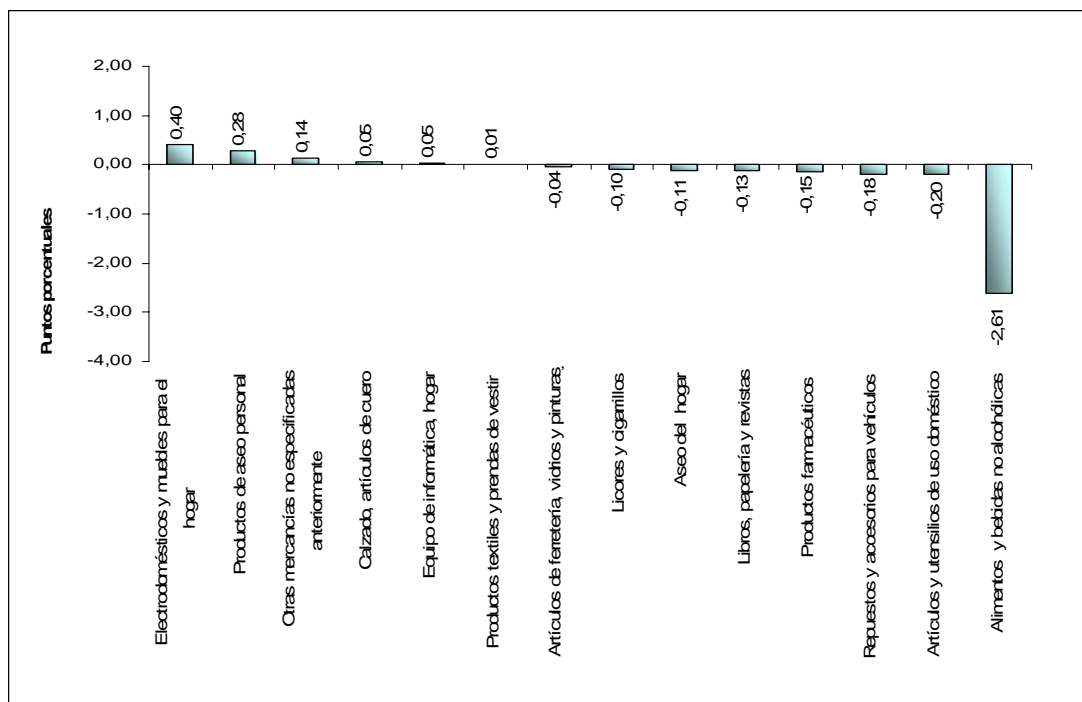
En los primeros dos trimestres las ventas reales decrecieron 2,6%, respecto al mismo período anterior. Entre los grupos de mercancías que presentaron variaciones negativas se destacan: alimentos y bebidas no alcohólicas; repuestos y accesorios para vehículos; y libros, papelería y revistas. Aquellos grupos que presentaron las mayores variaciones positivas fueron: productos de aseo personal; otras mercancías; y electrodomésticos y muebles para el hogar.

Gráfico 8
Variación año corrido de las ventas reales
Total nacional
I - II trimestres (2009-2008)



Los grupos de mercancías que registraron las mayores contribuciones a la reducción en las ventas reales en los primeros dos trimestres del año fueron: alimentos y bebidas no alcohólicas (-2,61 puntos porcentuales), artículos y utensilios de uso doméstico (-0,20 puntos porcentuales), y repuestos y accesorios para vehículos (-0,18 puntos porcentuales). Los grupos de mercancías que registraron una contribución positiva fueron: electrodomésticos y muebles para el hogar (0,40 puntos porcentuales), productos de aseo personal (0,28 puntos porcentuales), y otras mercancías no especificadas anteriormente (0,14 puntos porcentuales)

Gráfico 9
Contribución año corrido a la variación de las ventas reales
Total nacional
I-II trimestre (2009-2008)



1.1.3 Variación doce meses: III - II trimestre (2009/2008)

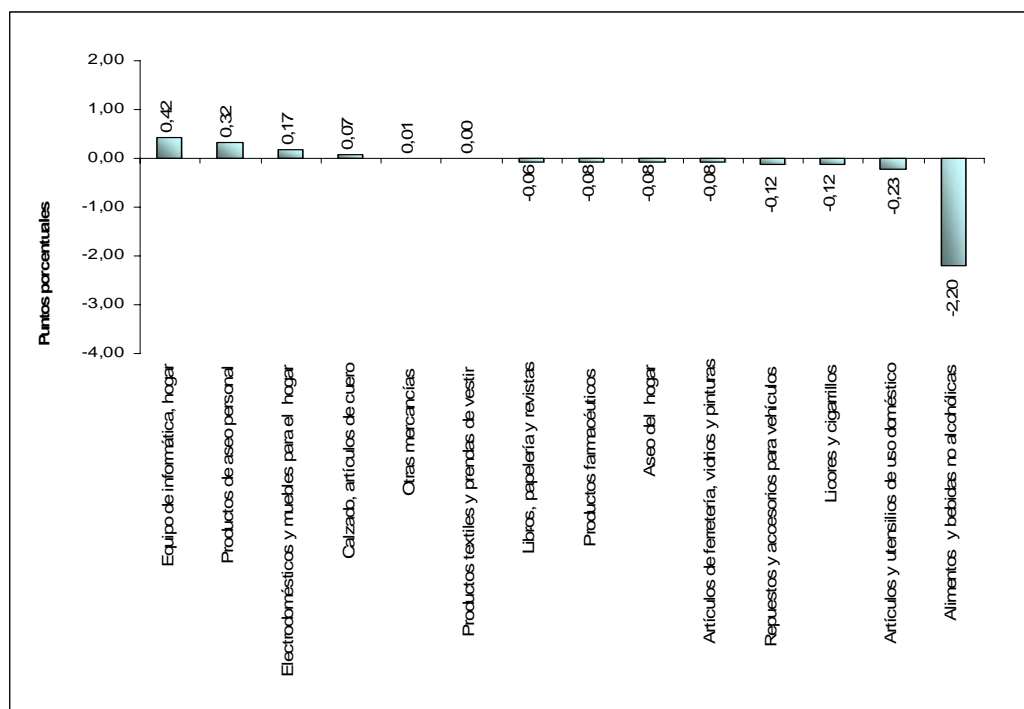
En los últimos cuatro trimestres las ventas reales decrecieron 2,0%, respecto al mismo período anterior. Entre los grupos de mercancías que presentaron variaciones negativas se destacan: alimentos y bebidas no alcohólicas; artículos y utensilios de uso doméstico; y artículos de ferretería, vidrios y pintura. Los grupos de mercancías que presentaron las mayores variaciones positivas fueron: equipo de informática, hogar; productos de aseo personal; y calzado, artículos de cuero.

Gráfico 10
Variación doce meses de las ventas reales
Total nacional
III-II trimestres (2009-2008)



Los grupos de mercancías que registraron las mayores contribuciones a la variación de las ventas en los últimos cuatro trimestres fueron: alimentos y bebidas no alcohólicas (-2,20 puntos porcentuales), artículos y utensilios de uso doméstico (-0,23 puntos porcentuales), y licores y cigarrillos (-0,12 puntos porcentuales). Los grupos de mercancías que registraron las mayores contribuciones positivas fueron: equipo de informática, hogar (0,42 puntos porcentuales), productos de aseo personal (0,32 puntos porcentuales), y electrodomésticos y muebles para el hogar (0,17 puntos porcentuales).

Gráfico 11
Contribución doce meses a la variación de las ventas reales
Total nacional
III-II trimestre (2009-2008)



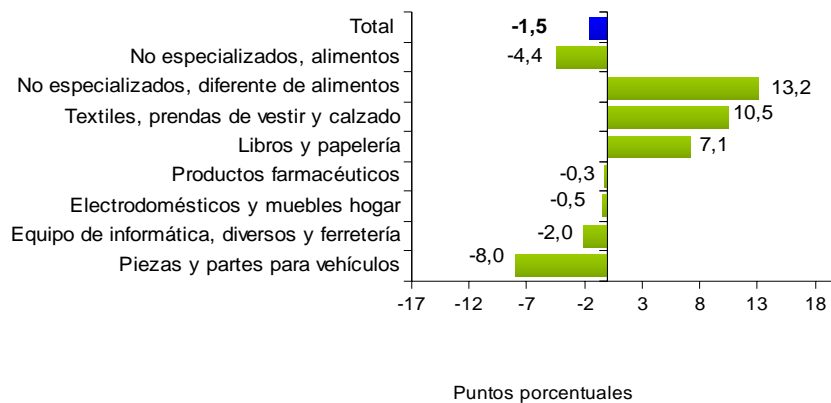
Fuente DANE – GAHM

1.2 Actividad comercial CIU rev. 3

1.2.1 Variación anual: segundo trimestre (2009/2008)

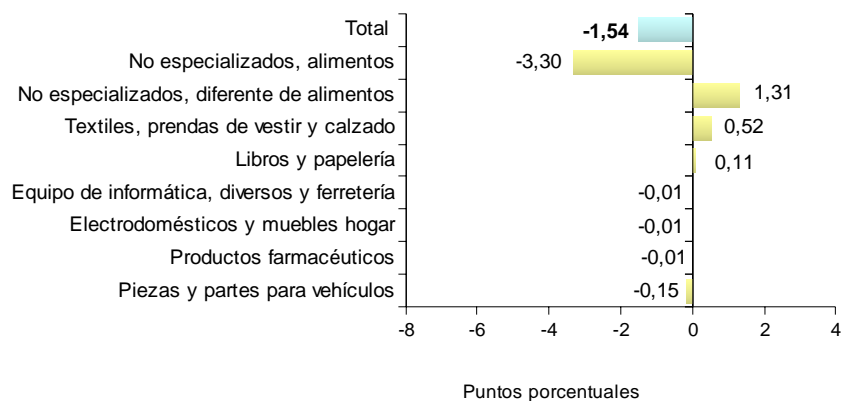
De acuerdo con el tipo de actividad comercial (CIU rev.3) desarrollada por las empresas investigadas, en el segundo trimestre de 2009 se observó una disminución en las ventas reales del comercio no especializado, con surtido compuesto principalmente por alimentos (-4,4%); mientras que en el comercio no especializado, con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos, la variación fue 13,2%. En el comercio especializado, los principales comportamientos negativos se evidencian en: piezas y partes para vehículos; equipo de informática, diversos y ferretería; y electrodomésticos y muebles para el hogar. Por su parte, se destaca el crecimiento en ventas reales de textiles, prendas de vestir y calzado.

Gráfico 12
Variación anual de las ventas reales, según actividad comercial
Total nacional
II trimestre (2009/2008)



Fuente DANE – GAHM

Gráfico 13
Contribución a la variación anual de las ventas reales, según actividad comercial
Total nacional
II trimestre (2009/2008)

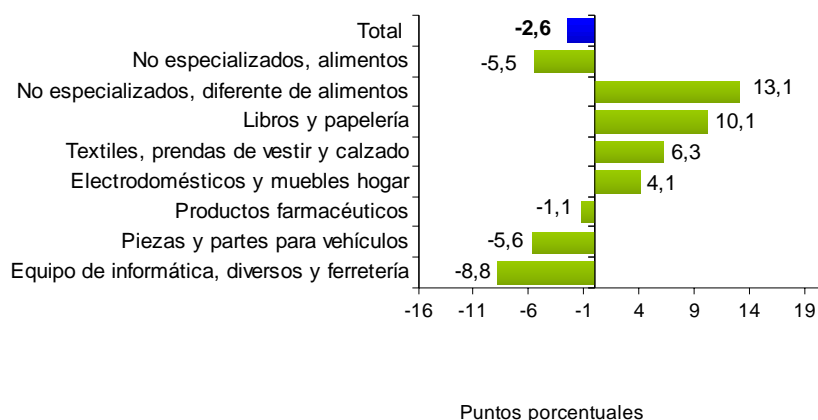


Fuente DANE – GAHM

1.2.2 Variación año corrido: I-II trimestres (2009/2008)

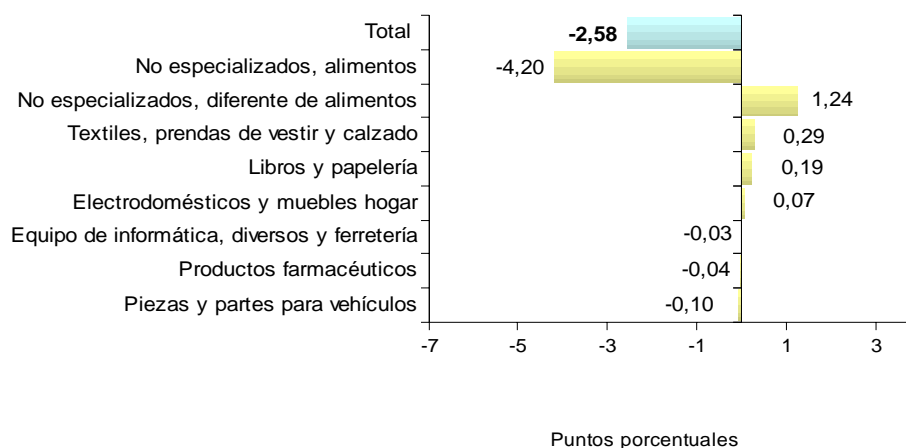
En los dos primeros trimestres de 2009, se registró una disminución de 5,5% en las ventas reales del comercio en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos. En cuanto a las ventas del comercio no especializado, con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos, la variación fue 13,1%. En el comercio especializado, se destaca la reducción de las ventas reales de equipo de informática, diversos y ferretería; piezas y partes para vehículos; y productos farmacéuticos. Por su parte, la principal variación positiva la registró libros y papelería.

Gráfico 14
Variación año corrido de las ventas reales, según actividad comercial
Total nacional
I-II trimestres (2009/2008)



Fuente DANE – GAHM

Gráfico 15
Contribución año corrido a la variación de las ventas reales, según actividad comercial
Total nacional
I-II trimestres (2009/2008)

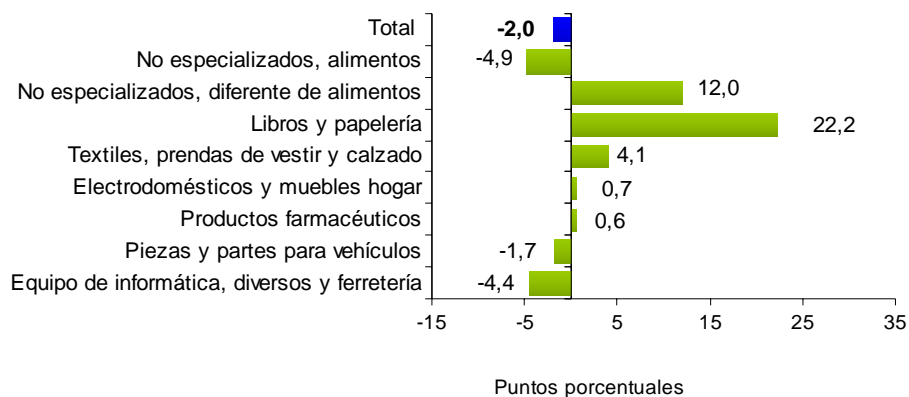


Fuente DANE – GAHM

1.2.3 Variación doce meses: III-II trimestres (2009/2008)

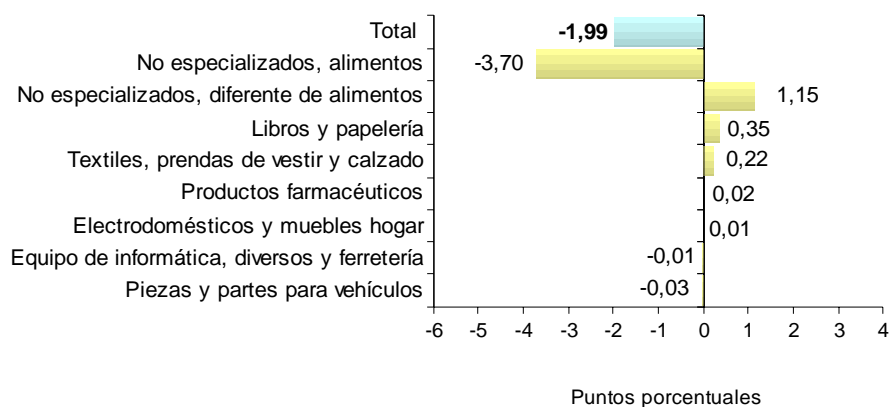
En los últimos cuatro trimestres, los principales descensos de las ventas reales en establecimientos especializados se observaron en equipo de informática, diversos y ferretería; piezas y partes para vehículos; y productos farmacéuticos. Las empresas no especializadas con surtido diferente de alimentos presentaron un incremento en sus ventas reales de 12,0%, mientras que en las no especializadas con surtido principalmente de alimentos disminuyeron 4,9%.

Gráfico 16
Variación doce meses de las ventas reales, según actividad comercial
Total nacional
III-II trimestres (2009/2008)



Fuente DANE – GAHM

Gráfico 17
Contribución doce meses a la variación de las ventas reales, según actividad comercial
Total nacional
III-II trimestres (2009/2008)



Fuente DANE – GAHM

2. Empleo

2.1 Grupo de mercancía

2.1.1 Variación anual: II trimestre (2009/2008)

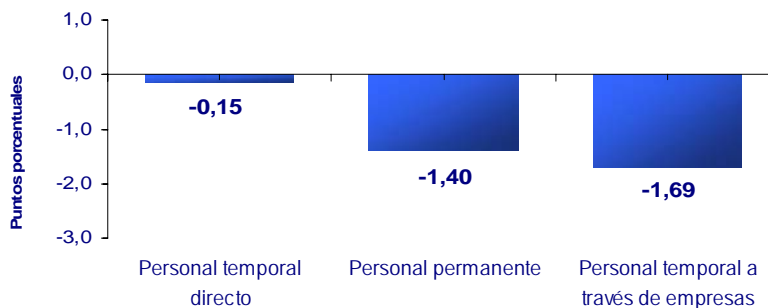
En el segundo trimestre de 2009, el empleo asociado a las grandes superficies se redujo 3,2% respecto al mismo período de 2008. La categoría de personal que más contribuyó a esta disminución fue la de personal temporal contratado a través de empresas con -1,69 puntos porcentuales, seguida por la de personal permanente con -1,40 puntos porcentuales.

Gráfico 18

Contribución anual a la variación del empleo

Total nacional

II trimestre (2009/2008)



Fuente DANE – GAHM

2.1.2 Variación año corrido: I-II trimestres (2009/2008)

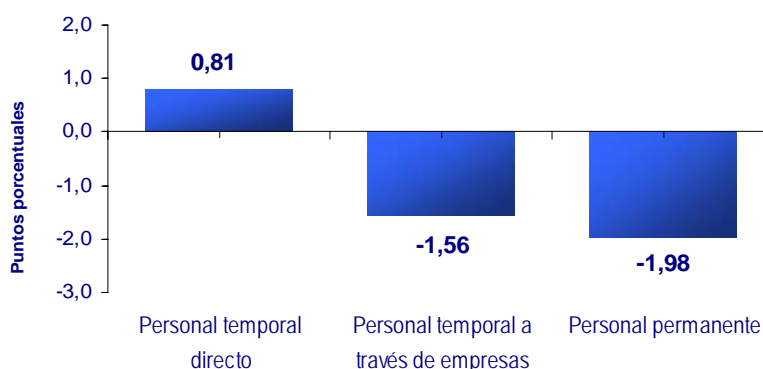
En los primeros dos trimestres del año 2009, el empleo asociado al comercio de los grandes almacenes se contrajo 2,7%, respecto al mismo período del año anterior. Este comportamiento se explica por la reducción en personal permanente y personal contratado a través de empresas, los cuales aportaron -1,98 y -1,56 puntos porcentuales respectivamente a la variación total.

Gráfico 19

Contribución doce meses a la variación del empleo

Total nacional

I - II trimestres (2009/2008)

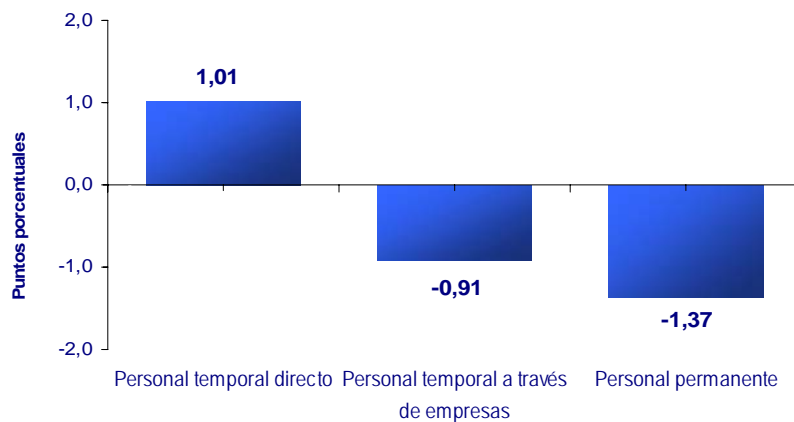


Fuente DANE – GAHM

2.1.3 Variación doce meses: III-II trimestres (2009/2008)

En los últimos cuatro trimestres de 2009, el empleo asociado al comercio de los grandes almacenes presentó un descenso de 1,3%, respecto al mismo período del año anterior. Este resultado se explica principalmente por los aportes negativos de las categorías personal permanente y personal temporal contratado a través de empresas con -1,37 y -0,91 puntos porcentuales a la variación total.

Gráfico 20
Contribución doce meses a la variación del empleo, según actividad comercial
Total nacional
III - II trimestres (2009/2008)



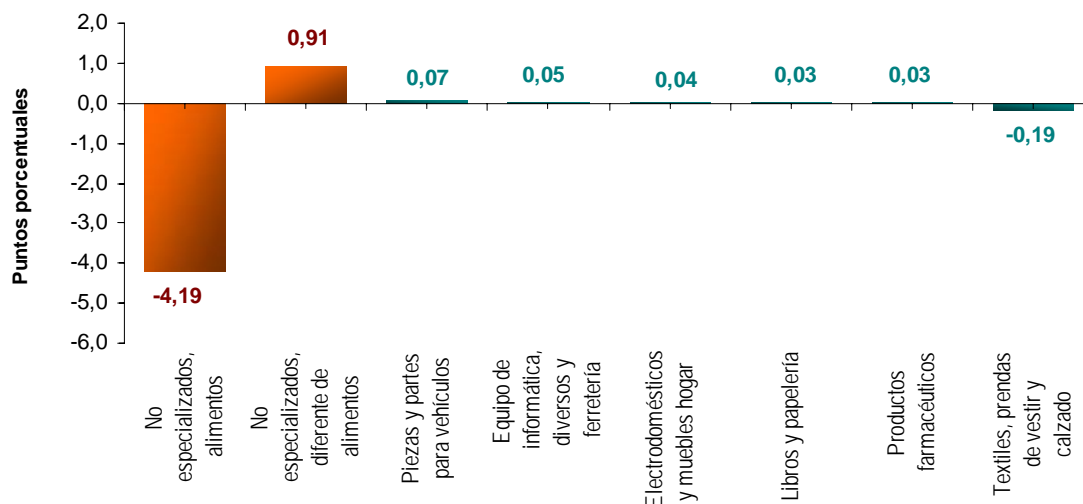
Fuente DANE – GAHM

2.2 Actividad comercial CIIU rev. 3

2.2.1 Variación anual: II trimestre (2009/2008)

En el segundo trimestre de 2009 el empleo del comercio minorista, según actividad CIIU, asociado a grandes almacenes e hipermercados decreció 3,2%. Durante este período, la mayor contribución negativa se registró en las empresas no especializadas con surtido compuesto principalmente por alimentos (-4,19 puntos porcentuales). A su vez, la principal contribución positiva la registraron las empresas no especializadas con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (0,91 puntos porcentuales).

Gráfico 21
Contribución anual a la variación del empleo, según actividad comercial
Total nacional
II trimestre (2009/2008)

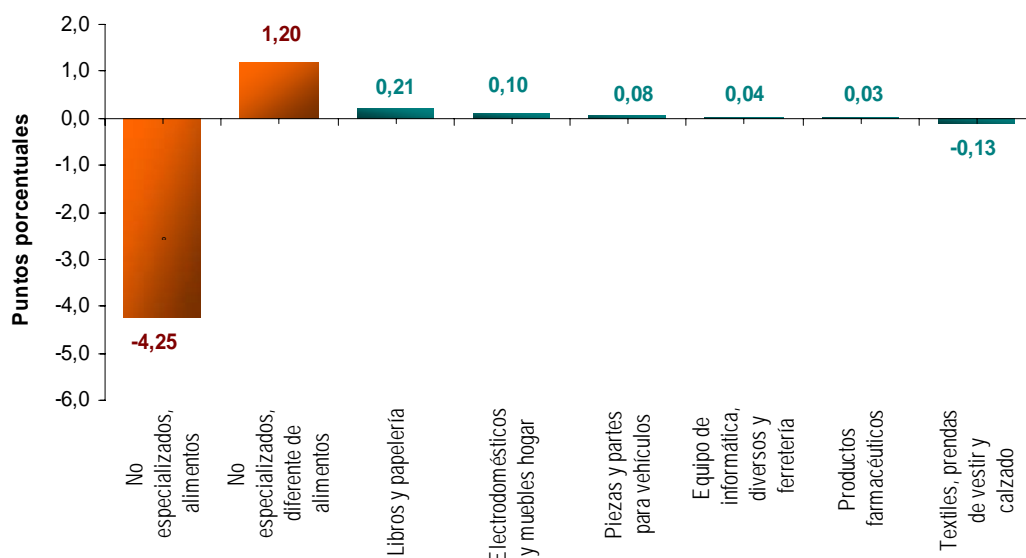


Fuente DANE – GAHM

2.2.2 Variación año corrido: I-II trimestres (2009/2008)

En los dos primeros trimestres del año 2009, el empleo del comercio minorista asociado a las grandes superficies decreció 2,7%. Durante este período, las principales contribuciones negativas se presentaron en las empresas no especializadas, con surtido compuesto principalmente por alimentos (-4,25 puntos porcentuales). Las principales contribuciones positivas las registraron las empresas no especializadas, con surtido diferente de alimentos (1,20 puntos porcentuales).

Gráfico 22
Contribución año corrido a la variación del empleo, según actividad comercial
Total nacional
I - II trimestres (2009/2008)

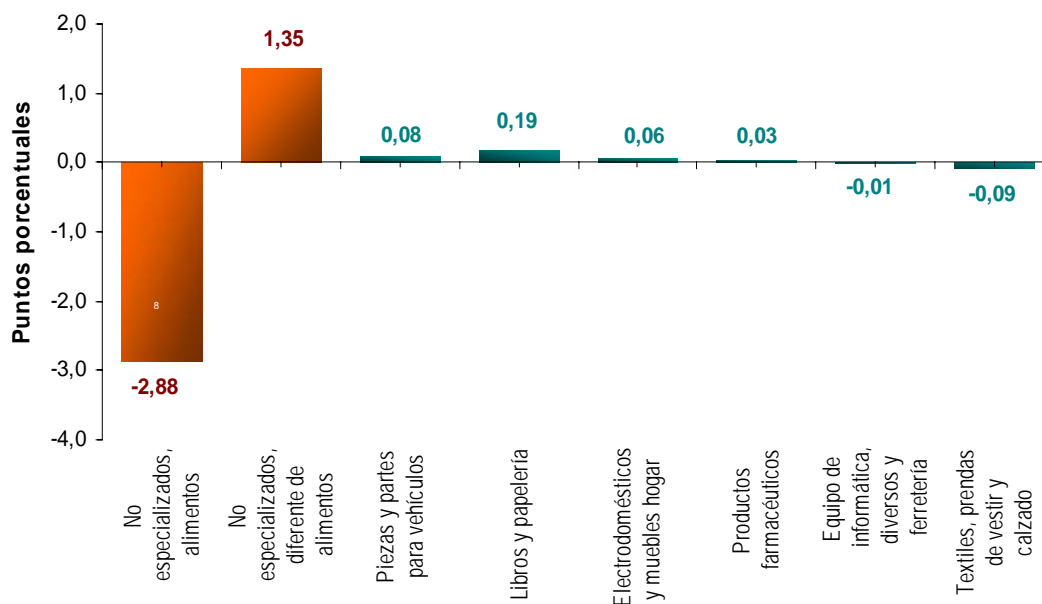


Fuente DANE – GAHM

2.2.3 Variación doce meses: II-I trimestres (2009/2008)

En los últimos cuatro trimestres, el empleo del comercio asociado a grandes almacenes e hipermercados minoristas se redujo 1,3%. Las principales contribuciones negativas se presentaron en las empresas no especializadas, con surtido compuesto principalmente por alimentos (-2,88 puntos porcentuales). Las principales contribuciones positivas las registraron las empresas no especializadas, con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (1,35 puntos porcentuales).

Gráfico 23
Contribución doce meses a la variación del empleo, según actividad comercial
Total nacional
III-II trimestres (2009/2008)



Fuente DANE – GAHM

3. INVENTARIOS FINALES

3.1 Variación anual: II trimestre (2009/2008)

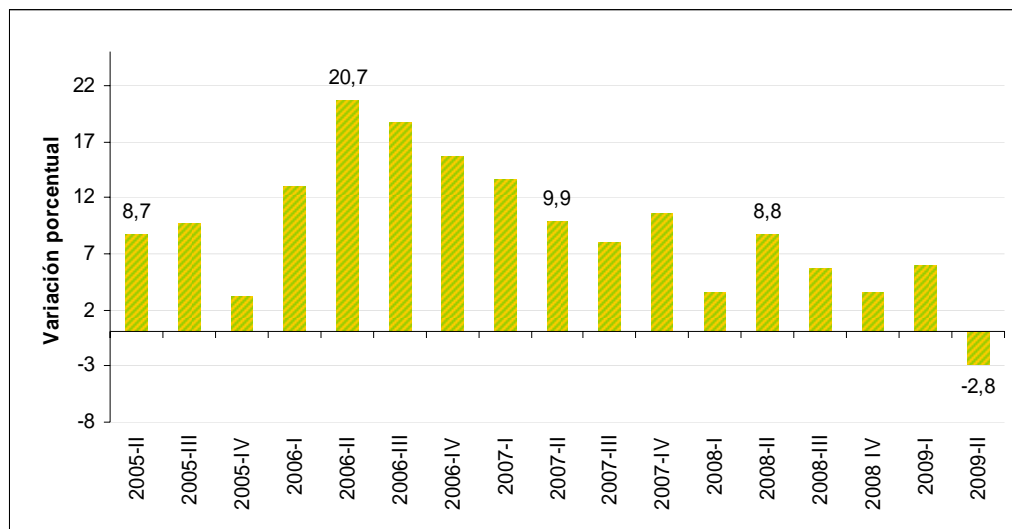
En el segundo trimestre de 2009, los inventarios reales finales de los grandes almacenes e hipermercados minoristas registraron \$1 312 miles de millones de pesos de 1997, que equivale a una reducción de las existencias de 2,8%.

Gráfico 24

Variación anual de los Inventarios finales reales de los grandes almacenes minoristas

Total nacional

II – Trimestre (2005-2009)



Fuente: DANE - GAHM

Las principales variaciones anuales negativas en acumulación de inventarios reales de acuerdo con la CIIU Rev.3 se presentaron en establecimientos especializados en equipo de informática, diversos y ferretería (-27,2%), seguido por los establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente de alimentos (-11,4%), mientras que los establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (27,4%), y las empresas especializadas en partes y piezas para vehículos (15,1%) presentaron las principales variaciones positivas.

4. AREA DE VENTAS

En el segundo trimestre de 2009, los grandes almacenes e hipermercados minoristas reportaron un área de ventas disponible al público de 2 361 miles de metros cuadrados, cifra que comparada con el mismo período de 2008 registró un aumento de 8,8%.

Cuadro No 1
Área de ventas de los grandes almacenes e hipermercados minoristas
Total nacional
II trimestre (2002 - 2009)

Trimestre	No especializados	Especializados	Total (m2)	Variación trimestral
I/02	1.253.215	182.869	1.436.084	
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	1,6
II/03	1.275.427	187.671	1.463.098	2,5
III/03	1.278.157	188.295	1.466.452	1,5
IV/03	1.312.583	189.269	1.501.852	2,1
I/04	1.348.689	189.797	1.538.486	5,4
II/04	1.357.966	192.006	1.549.972	5,9
III/04	1.370.341	193.498	1.563.839	6,6
IV/04	1.419.080	198.329	1.617.409	7,7
I/05	1.475.379	204.020	1.679.399	9,2
II/05	1.469.679	205.829	1.675.508	8,1
III/05	1.499.556	209.042	1.708.598	9,3
IV/05	1.538.673	216.643	1.755.316	8,5
I/06	1.567.873	221.940	1.789.813	6,6
II/06	1.590.714	228.818	1.819.532	8,6
III/06	1.609.424	233.260	1.842.684	7,8
IV/06	1.675.247	237.830	1.913.077	9,0
I/07	1.707.957	242.083	1.950.040	9,0
II/07	1.738.640	246.841	1.985.481	9,1
III/07	1.792.635	250.482	2.043.117	10,9
IV/07	1.841.134	262.077	2.103.211	9,9
I/08	1.877.218	266.758	2.143.976	9,9
II/08	1.900.448	269.519	2.169.967	9,3
III/08	1.938.724	272.251	2.210.975	8,2
IV/08	1.986.672	278.146	2.264.818	7,7
I/09	2.069.587	280.234	2.349.821	9,6
II/09	2.078.037	282.966	2.361.003	8,8

Fuente: DANE

En el segundo trimestre de 2009, el comercio no especializado participó con el 88,0% del total de esta área, mientras que el comercio especializado lo hizo con el 12,0%. Al comparar esta estructura con la que se evidenció en el segundo trimestre de 2008, se observa que los almacenes no especializados aumentaron su participación en 0,44 puntos porcentuales en el total del área de ventas al pasar de 87,6% en 2008 a 88,0% en 2009.

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 1995 (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