



GRANDES ALMACENES E HIPERMERCADOS MINORISTAS Y COMERCIO DE VEHICULOS AUTOMOTORES NUEVOS I trimestre de 2007



Código N° 1883-1

Detección de Requerimientos, 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 Prede; 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 Agropecuaria - Muestra de Areas; Nomenclatura y Clasificaciones; Cuentas Simétricas Estadísticas; Oficinas de Construcción; Índice de Costos de la Educación Superior Privada; Encuesta de Microestablecimientos de Comercio, Servicios e Industrias; Estadísticas Vitales; Proyecciones de Población y Estudios Demográficos e Informe de Cuenta Económica Regional; Índice precios de edificaciones nuevas; Índice de precios de vivienda nueva; cartera hipotecaria de vivienda; Índice de valoración predial; Encuesta de desempleo institucional; Encuesta de sacrificio de ganado; Encuesta de arce 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

Resumen

- Durante el primer trimestre del año 2007 se presentó un incremento en ventas reales de 15,23% en comparación con el mismo trimestre del año anterior.
- En el primer trimestre del año 2007, los catorce grupos de mercancías presentaron variaciones positivas en ventas reales con respecto al mismo período del 2006.
- En los últimos doce meses, se presentó un incremento en ventas reales de 15,26% en comparación con el mismo periodo anterior.
- El empleo registró durante el primer trimestre del año 2007, un incremento de 7,51% con respecto al mismo período del año anterior.
- En el primer trimestre del año 2007, los inventarios reales presentaron un incremento de 12,03%, comparados con el mismo trimestre de 2006.
- El primer trimestre del año 2007 presentó un incremento en ventas reales de vehículos de 50,36% en comparación con el mismo trimestre del año anterior.

Director Departamento

Dr. Ernesto Rojas Morales

Subdirector

Dr. Pedro José Fernández Ayala

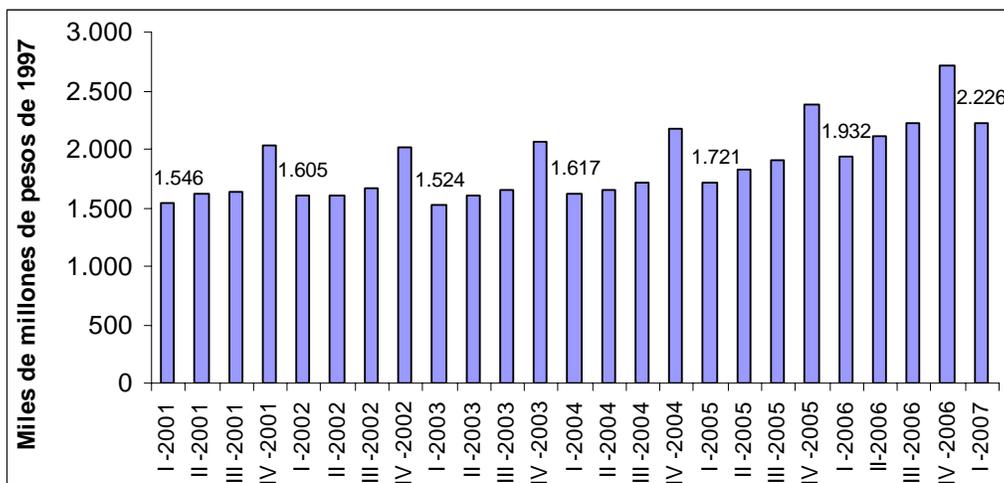
Director de Metodología y Producción Estadística

Dr. Eduardo Efraín Freire Delgado

RESULTADOS GENERALES

En el primer trimestre de 2007, las ventas reales minoristas de los grandes almacenes aumentaron 15,23% frente al mismo trimestre de 2006.

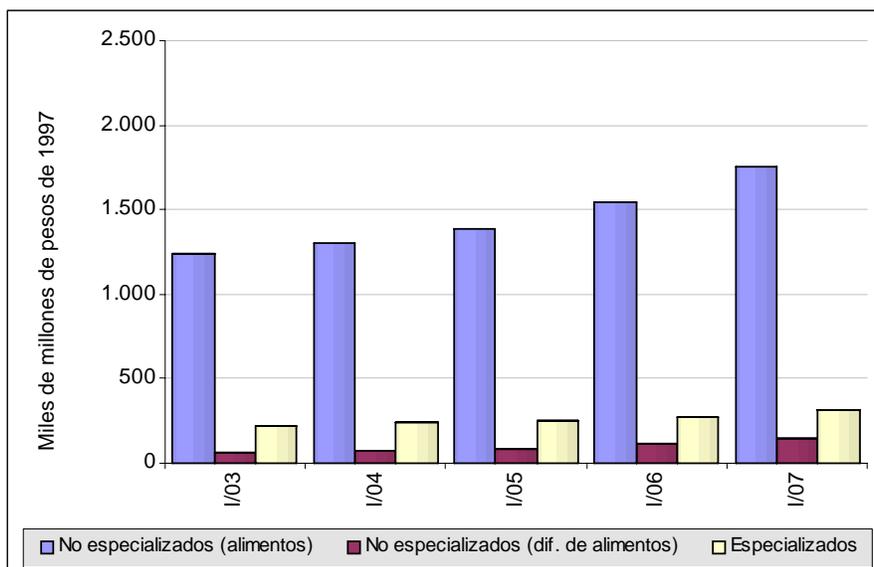
Gráfico 1
Ventas reales en grandes almacenes minoristas e hipermercados
Total nacional
(2001 – 2007)



Fuente: DANE

En el primer trimestre de 2007, el 86,09% (\$ 3 904 510 millones) de las ventas nominales se realizaron en los almacenes no especializados.

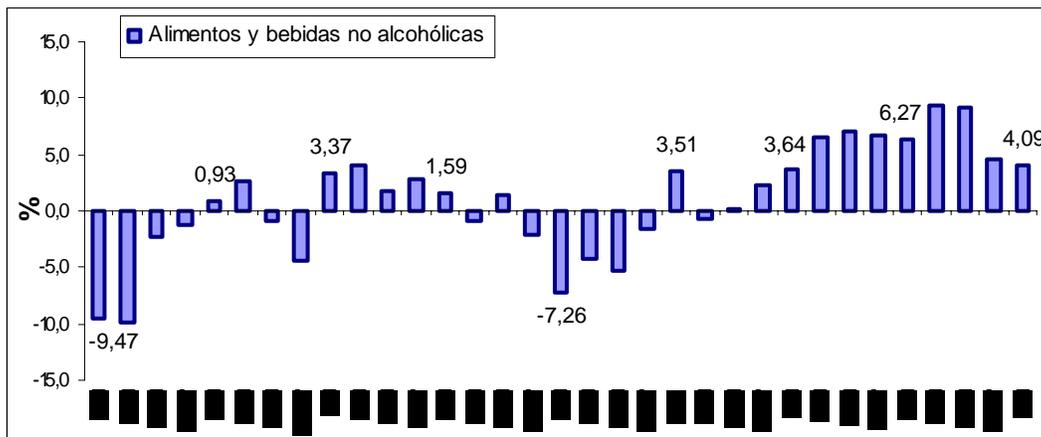
Gráfico 2
Ventas reales en grandes almacenes e hipermercados por tipo de almacén
Total nacional
(2003 – 2007)



Fuente: DANE

En el primer trimestre de 2007, las ventas reales de alimentos y bebidas no alcohólicas, presentaron un crecimiento de 4,09% respecto al mismo período del año anterior.

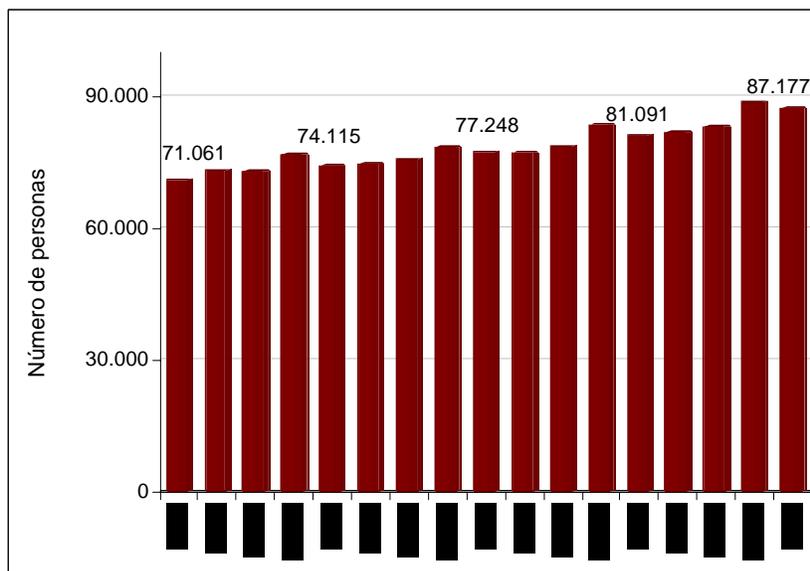
Gráfico 3
Variación anual de las ventas reales de alimentos y bebidas no alcohólicas en grandes almacenes minoristas e hipermercados
Total nacional
(1999 – 2007)



Fuente: DANE

El empleo asociado al comercio de los grandes almacenes e hipermercados minoristas aumentó 7,51% en el período de análisis.

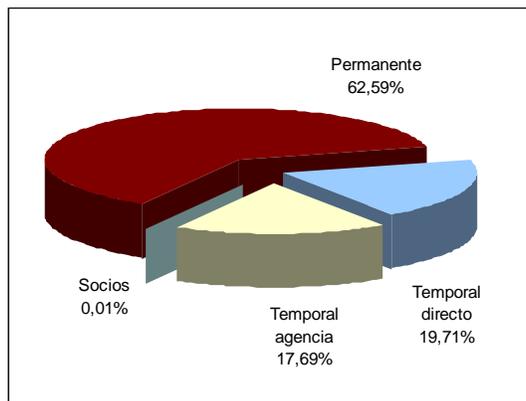
Gráfico 4
Personal ocupado por los grandes almacenes minoristas e hipermercados
Total nacional
(2003 - 2007)



Fuente: DANE

En el primer trimestre de 2007, el 62,59% del personal que ocuparon los grandes almacenes minoristas e hipermercados era permanente y el 37,40% temporal, (directo 19,71% y de agencia 17,69%).

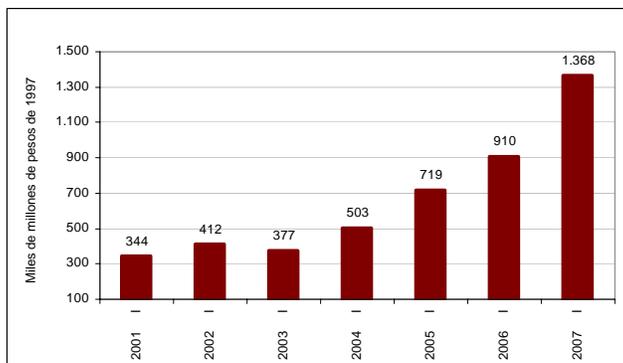
Gráfico 5
Distribución del personal ocupado, por tipo de contratación
Total nacional
2007 (I trimestre)



Fuente: DANE

Por su parte, en este trimestre, las ventas reales de vehículos aumentaron en 50,36% respecto al mismo trimestre de 2006.

Gráfico 6
Ventas reales trimestrales de vehículos automotores
Total nacional
(2001 - 2007)



Fuente: DANE

En el primer trimestre de 2007, el 57,28% (34 971 unidades) de las ventas de vehículos fueron de origen nacional y el 42,72% (26 080 unidades) fueron importados.

Gráfico 7
Distribución porcentual del número de vehículos por origen
Total nacional
2007 (I trimestre)



Fuente: DANE

Primera parte: Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas

1. Ventas

1.1 2007/2006 (I trimestre)

En el primer trimestre de 2007, los grandes almacenes e hipermercados minoristas vendieron en el país \$ 4 536 miles de millones, cifra que en términos reales significó un aumento en las ventas del sector de 15,23% respecto al mismo trimestre de 2006.

Cuadro No 1
Ventas en los grandes almacenes e hipermercados minoristas^P
2000-2007 (I trimestre)

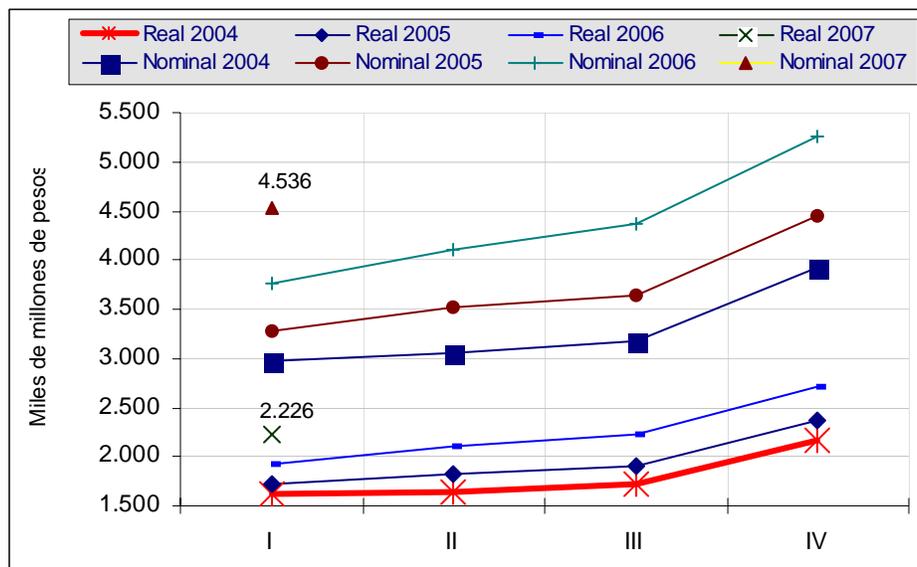
Total nacional

Miles de millones

I trimestre	A precios corrientes			A precios constantes de 1997		
	Ventas \$	Variación anual	Variación año corrido	Ventas \$	Variación anual	Variación año corrido
2000	2 046	11,66	11,66	1 468	1,59	1,59
2001	2 327	13,75	13,75	1 546	5,35	5,35
2002	2 576	10,66	10,66	1 605	3,78	3,78
2003	2 651	2,92	2,92	1 524	-5,02	-5,02
2004	2 977	12,29	12,29	1 617	6,10	6,10
2005	3 287	10,44	10,44	1 721	6,46	6,46
2006	3 766	14,56	14,56	1 932	12,25	12,25
2007	4 536	20,44	20,44	2 226	15,23	15,23

Fuente: DANE
P: datos preliminares

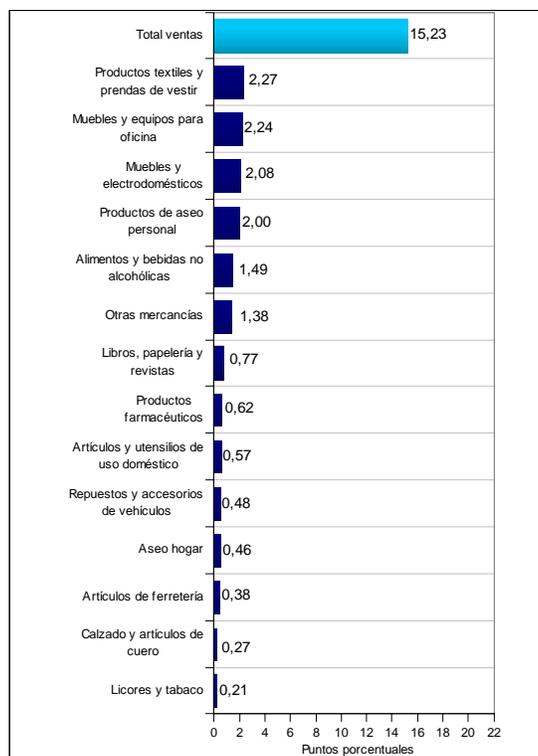
Gráfico 8
Ventas trimestrales en grandes almacenes e hipermercados minoristas^P
Total nacional
(2004 - 2007)



Fuente: DANE
P: datos preliminares

Durante el primer trimestre de 2007, los catorce grupos de mercancías realizaron aportes positivos al crecimiento del comercio, los principales fueron: productos textiles y prendas de vestir; muebles y equipo para oficina; y muebles y electrodomésticos.

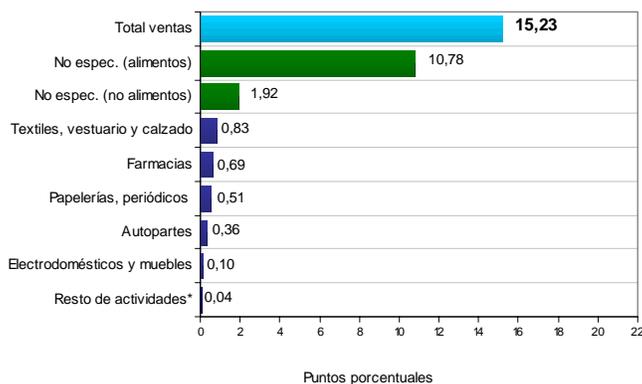
Gráfico 9
Contribución a la variación anual de las ventas reales totales por grupos de mercancías
Total nacional
2007-2006 (I trimestre)



Fuente: DANE

Al analizar el tipo de actividad comercial (CIU Rev.3 A.C.), el conjunto de empresas no especializadas realizaron un aporte positivo a la variación real de las ventas del período de 12,70 puntos, mientras el conjunto de empresas especializadas realizaron un aporte positivo de 2,53 puntos. En este último grupo de empresas, se destacan por presentar los mayores aportes positivos, aquellas dedicadas al comercio de textiles, vestuario y calzado; farmacéuticos; y papelerías.

Gráfico 10
Contribución a la variación anual de las ventas reales totales por actividad comercial
Total nacional
2007-2006 (I trimestre)



Fuente: DANE

1.2 Análisis por grupos de mercancías

1.2.1 2007/2006 (I trimestre)

En el primer trimestre de 2007, el 70,91% de las ventas nominales de los grandes almacenes e hipermercados minoristas se concentraron en cinco grupos de mercancías: alimentos y bebidas no alcohólicas (37,26%); productos farmacéuticos (8,69%); muebles y electrodomésticos (8,42%); textiles y prendas de vestir (8,39%); y aseo personal (8,15%).

Durante este período, siete grupos de mercancías redujeron su participación en el total de las ventas, los principales fueron: alimentos y bebidas no alcohólicas (-2,25 puntos); productos farmacéuticos (-0,40 puntos); y textiles (-0,13 puntos).

Los grupos de mercancías con menor participación en el total de las ventas durante este período fueron: calzado y artículos de cuero (0,92%); artículos de ferretería (2,08%); y repuestos y accesorios de vehículos (2,28%).

Cuadro No 2
Ventas nominales por grupos de mercancías
Total nacional
2006/2007 I trimestre

Grupo de mercancías	I trimestre 2006		I trimestre 2007	
	Ventas	Distribución	Ventas	Distribución
Alimentos y bebidas no alcohólicas	1 488 076	39,51	1 690 133	37,26
Licores y tabaco	99 738	2,65	115 725	2,55
Productos textiles y prendas de vestir	320 833	8,52	380 453	8,39
Calzado y artículo de cuero	35 794	0,95	41 857	0,92
Productos farmacéuticos	342 189	9,09	394 151	8,69
Aseo personal	289 199	7,68	369 689	8,15
Muebles y electrodomésticos	307 203	8,16	381 776	8,42
Artículos uso doméstico	133 738	3,55	158 899	3,50
Aseo hogar	135 868	3,61	159 756	3,52
Muebles y equipos de oficina	119 565	3,17	200 905	4,43
Libros papelería y revistas	199 737	5,30	243 017	5,36
Artículos de ferretería	72 434	1,92	94 259	2,08
Repuestos y accesorios de vehículos	84 808	2,25	103 431	2,28
Otras mercancías	136 729	3,63	201 585	4,44
Total ventas	3 765 910	100,00	4 535 636	100,00

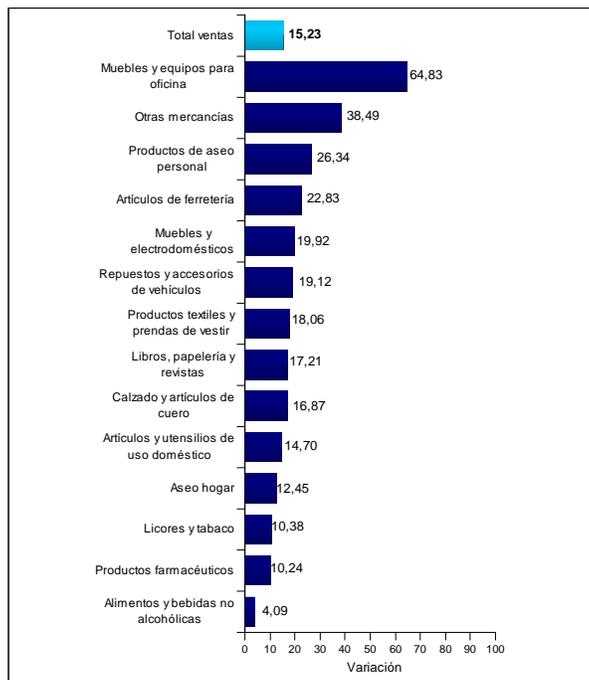
Fuente: DANE

Cuadro No 3
Ventas reales por grupos de mercancías
Total nacional
2006/2007 I trimestre

Grupo de mercancías	I trimestre 2006		I trimestre 2007		I trim 2007 / I trim 2006	
	Ventas	Distribución	Ventas	Distribución	Var. %	Contribución total (puntos porcentuales)
Alimentos y bebidas no alcohólicas	702 486	36,36	731 248	32,84	4,09	1,49
Licores y tabaco	38 374	1,99	42 356	1,90	10,38	0,21
Productos textiles y prendas de vestir	242 743	12,56	286 572	12,87	18,06	2,27
Calzado y artículo de cuero	31 085	1,61	36 328	1,63	16,87	0,27
Productos farmacéuticos	117 870	6,10	129 941	5,84	10,24	0,62
Aseo personal	146 824	7,60	185 503	8,33	26,34	2,00
Muebles y electrodomésticos	202 254	10,47	242 536	10,89	19,92	2,08
Artículos uso doméstico	75 290	3,90	86 358	3,88	14,70	0,57
Aseo hogar	71 510	3,70	80 413	3,61	12,45	0,46
Muebles y equipos de oficina	66 654	3,45	109 868	4,93	64,83	2,24
Libros papelería y revistas	86 688	4,49	101 604	4,56	17,21	0,77
Artículos de ferretería	32 273	1,67	39 641	1,78	22,83	0,38
Repuestos y accesorios de vehículos	48 968	2,53	58 330	2,62	19,12	0,48
Otras mercancías	69 174	3,58	95 797	4,30	38,49	1,38
Total ventas	1 932 192	100,00	2 226 495	100,00	15,23	15,23

Fuente: DANE

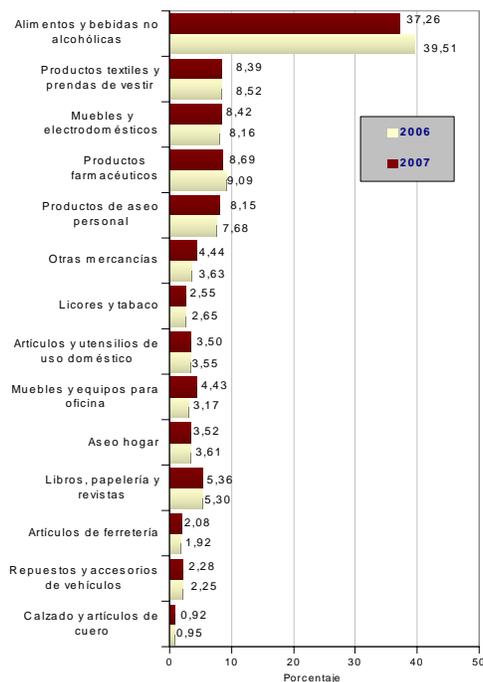
Gráfico 11
Variación anual de las ventas reales por grupos de mercancías
Total nacional
2007/2006 (I trimestre)



Fuente: DANE

Durante el primer trimestre de 2007, los grupos de mercancías que evidenciaron los principales crecimientos en ventas reales fueron: muebles y equipos para oficina; otras mercancías; y productos de aseo personal.

Gráfico 12
Distribución de las ventas nominales de los grandes almacenes por grupos de mercancías
Total nacional
2007/2006 (I trimestre)



Fuente: DANE

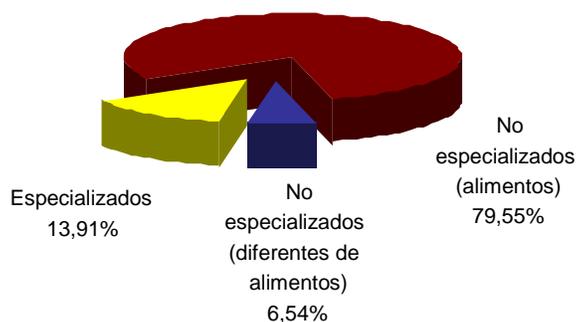
1.3 Análisis por actividad comercial

1.3.1 2007/2006 (I trimestre)

Según la actividad comercial (CIU Rev,3) desarrollada por los grandes almacenes e hipermercados minoristas investigados, el 86,09% de las ventas nominales totales del sector se concentraron en almacenes no especializados, de los cuales, aquellos con surtido compuesto principalmente por alimentos (víveres en general), bebidas y tabaco respondieron por el 92,41% de las ventas de este tipo de comercio.

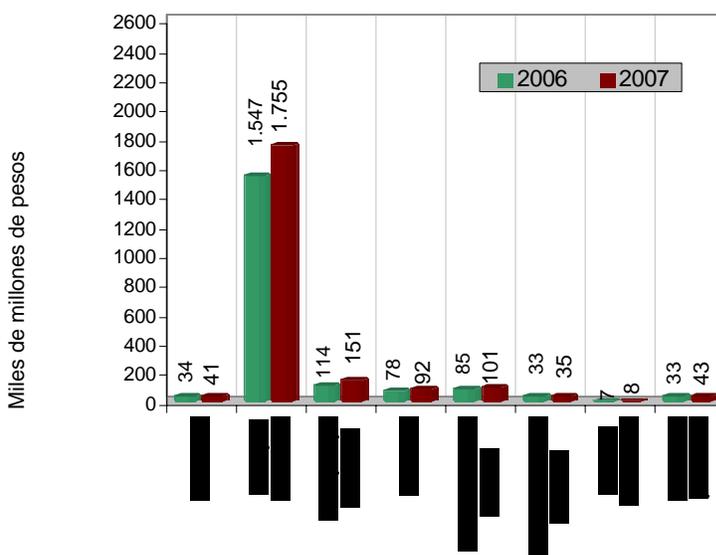
A su vez, el comercio especializado concentró el 13,91% de las ventas totales de los grandes almacenes e hipermercados minoristas, destacándose aquellos que comercializan productos farmacéuticos 5,53%; y productos textiles, prendas de vestir y calzado 2,93%.

Gráfico 13
Distribución de las ventas nominales por actividad comercial
Total nacional
I trimestre 2007



Fuente: DANE

Gráfico 14
Ventas reales por actividad comercial
Total nacional
I trimestre de 2007



Fuente: DANE

Cuadro No 4
Ventas reales por actividad comercial
Total nacional
2007/2006 (I trimestre)

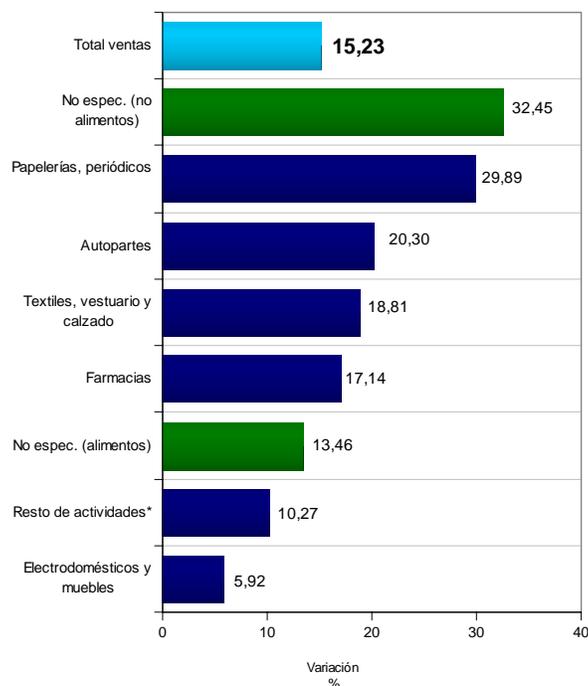
Millones de pesos de 1997

Actividad comercial	I - 2006	I - 2007	I/2007 - I/2006	
	Ventas		Variación %	Contribución anual (puntos porcentuales)
Autopartes	33 942	40 833	20,30	0,36
No espec. (alimentos)	1 546 973	1 755 269	13,46	10,78
No espec. (no alimentos)	114 082	151 100	32,45	1,92
Farmacias	78 165	91 559	17,14	0,69
Textiles, vestuario y calzado	85 340	101 391	18,81	0,83
Electrodom. y muebles hogar	33 091	35 048	5,92	0,10
Resto de actividades*	7 328	8 081	10,27	0,04
Papelerías	33 270	43 214	29,89	0,51
Total	1 932 192	2 226 495	15,23	15,23

Fuente: DANE

*Resto de actividades incluye comercio al por menor de equipo y artículos de uso doméstico diferentes de electrodomésticos y muebles para el hogar, muebles y equipo de oficina, productos diversos y equipo fotográfico en establecimientos especializados y equipo óptico y de precisión.

Gráfico 15
Variación anual de las ventas reales por actividad comercial
Total nacional
2007/2006 (I trimestre)



Fuente: DANE

*Resto de actividades incluye comercio al por menor de equipo y artículos de uso doméstico diferentes de electrodomésticos y muebles para el hogar, muebles y equipo de oficina, productos diversos y equipo fotográfico en establecimientos especializados y equipo óptico y de precisión.

Dentro del comercio especializado, se destacan los crecimientos en las ventas reales de las papelerías; y autopartes. Por su parte, dentro del comercio no especializado, aquellas empresas que comercializan principalmente productos diferentes de alimentos, evidenciaron el mayor incremento.

2. Empleo

En el primer trimestre de 2007, los grandes almacenes e hipermercados minoristas vincularon laboralmente en promedio, 87 177 personas, cifra que significó un incremento en el empleo de 7,51%, si se compara con el personal ocupado en el primer trimestre de 2006.

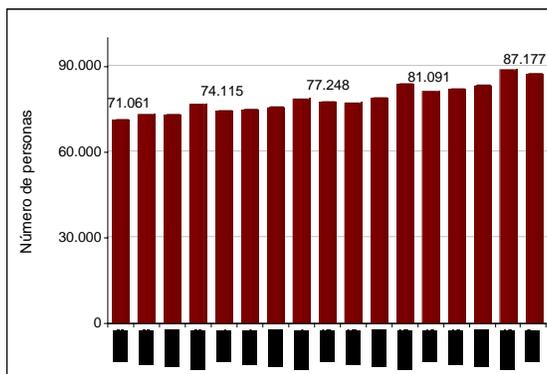
En este trimestre las categorías que presentaron mayor crecimiento fueron: personal contratado a través de agencias (10,41%); y personal temporal directo (9,45%).

Cuadro No 5
Personal ocupado por los grandes almacenes e hipermercados
Total nacional
(2006 – 2007)

I Trimestre	Número de empleados	Variación anual	Variación doce meses
Total empleo			
2006	81 091	4,97	4,72
2007	87 177	7,51	6,38
Personal permanente			
2006	51 412	7,17	3,43
2007	54 561	6,13	8,78
Personal temporal directo			
2006	15 699	-4,07	5,74
2007	17 182	9,45	-0,10
Personal de agencias, empleo temporal			
2006	13 970	8,30	8,22
2007	15 424	10,41	5,59
Socios, propietarios y familiares			
2006	10	0,00	0,00
2007	10	0,00	0,00

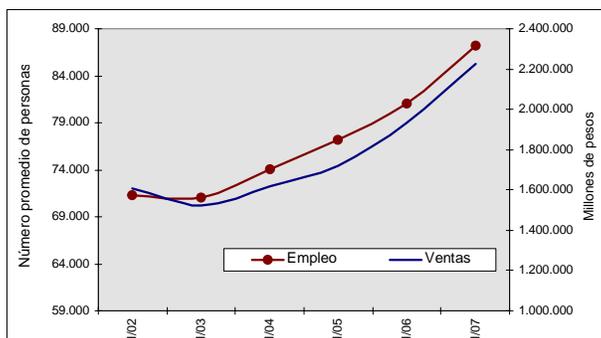
Fuente: DANE

Gráfico 16
Personal ocupado por los grandes almacenes e hipermercados
Total nacional
(2003 – 2007)



Fuente: DANE

Gráfico 17
Ventas reales y empleo en los grandes almacenes e hipermercados minoristas
Total nacional
I trimestre (2002-2007)



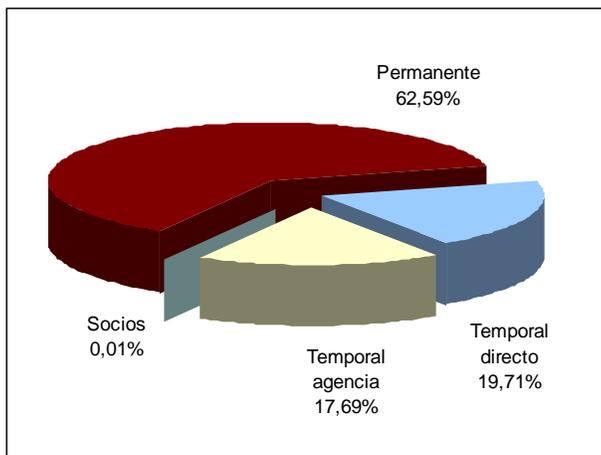
Fuente: DANE

2.1 Por tipo de contratación

2.1.1 2007/2006 (I trimestre)

De acuerdo con el tipo de contratación laboral, de los grandes almacenes e hipermercados minoristas, en este trimestre el 62,59% correspondió a personal permanente, el 37,40% a temporal (directo y contratado a través de agencias), y el 0,01% a socios, propietarios y familiares no remunerados.

Gráfico 18
Distribución del personal ocupado por los grandes almacenes minoristas
Total nacional
I trimestre 2007



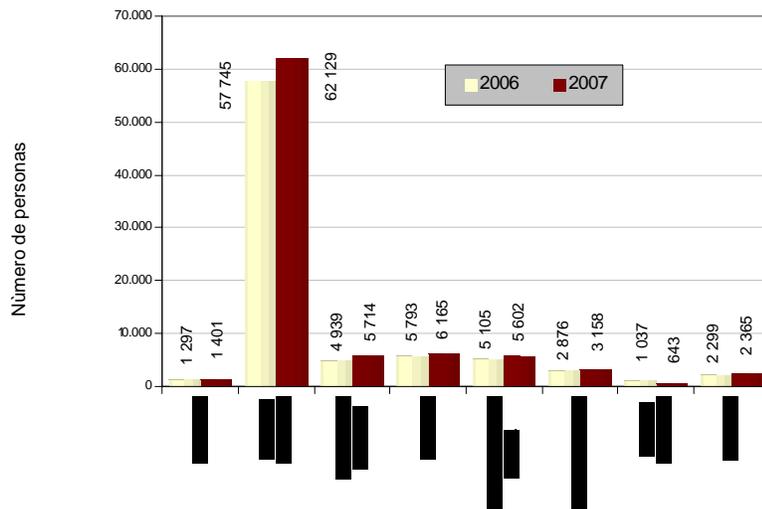
Fuente: DANE

2.2 Análisis por actividad comercial

2.2.1 2007/2006 (I trimestre)

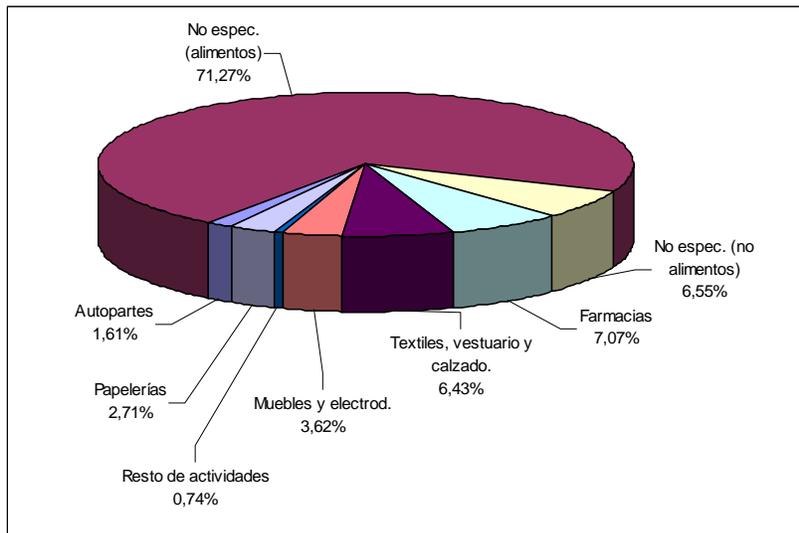
De acuerdo con la CIIU Rev. 3 A.C, el incremento en el empleo de los grandes almacenes e hipermercados minoristas en el primer trimestre de 2007, respecto al mismo período de 2006, fue explicado principalmente por la mayor contratación realizada por empresas no especializadas con surtido compuesto principalmente por alimentos, la cual contribuyó con 5,41 puntos porcentuales. Por su parte, las empresas especializadas aportaron en conjunto 1,14 puntos porcentuales a la variación total.

Gráfico 19
Personal ocupado por actividad comercial
Total nacional
I trimestre 2007



Fuente: DANE

Gráfico 20
Distribución porcentual del personal ocupado por actividad comercial
Total nacional
I trimestre 2007



Fuente: DANE

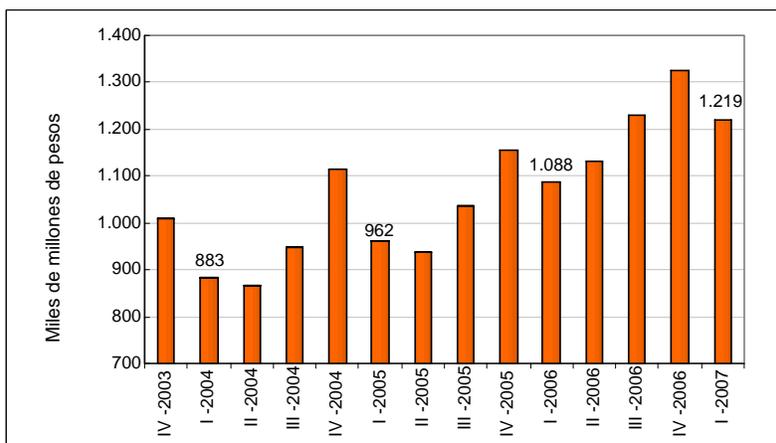
3. INVENTARIOS FINALES

3.1 Resultados generales

En el primer trimestre de 2007, los inventarios finales de los grandes almacenes e hipermercados minoristas ascendieron a \$2.44 billones, lo que en términos reales representó un incremento en las existencias de 12,03% respecto al mismo trimestre de 2006.

La mayor contribución a la variación de las existencias estuvo a cargo del comercio no especializado, cuyo surtido se encuentra compuesto principalmente de alimentos, (6,54 puntos porcentuales). Por su parte, la mayor contribución en el especializado estuvo a cargo de farmacéuticos (0,89 puntos porcentuales)

Gráfico 21
Inventarios reales finales de los grandes almacenes e hipermercados minoristas
Total nacional
2003-2007



Fuente: DANE

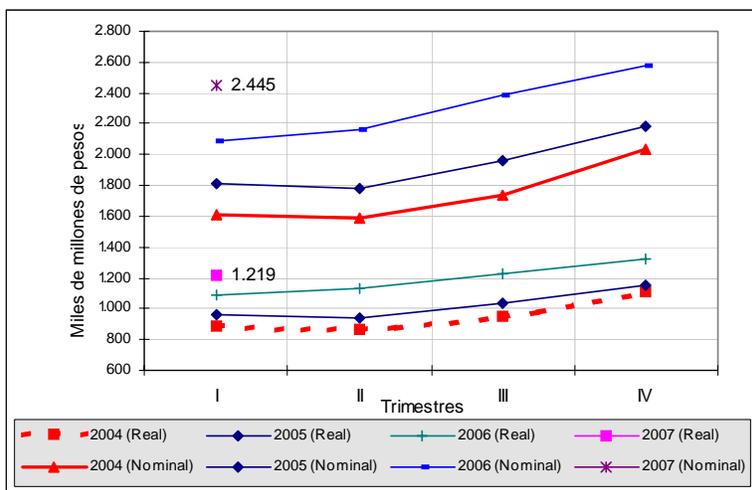
Cuadro No 6
Inventarios finales de los grandes almacenes e hipermercados minoristas
Total nacional
2001-2007 (I trimestre)

Millones de pesos

I Trimestre	A precios corrientes			A precios constantes de 1997		
	Inventarios finales	Variación trimestral	Variación anual	Inventarios finales	Variación trimestral	Variación anual
2001	1 206 501	-3,83	17,78	811 693	-6,32	9,27
2002	1 388 650	-8,38	15,10	872 597	-11,01	7,50
2003	1 478 718	-12,16	6,49	861 685	-15,07	-1,25
2004	1 604 619	-9,54	8,51	883 163	-12,37	2,49
2005	1 806 392	-11,28	12,57	962 208	-13,63	8,95
2006	2 083 316	-4,58	15,33	1 088 315	-5,91	13,11
2007	2 444 720	-5,12	17,35	1 219 215	-8,10	12,03

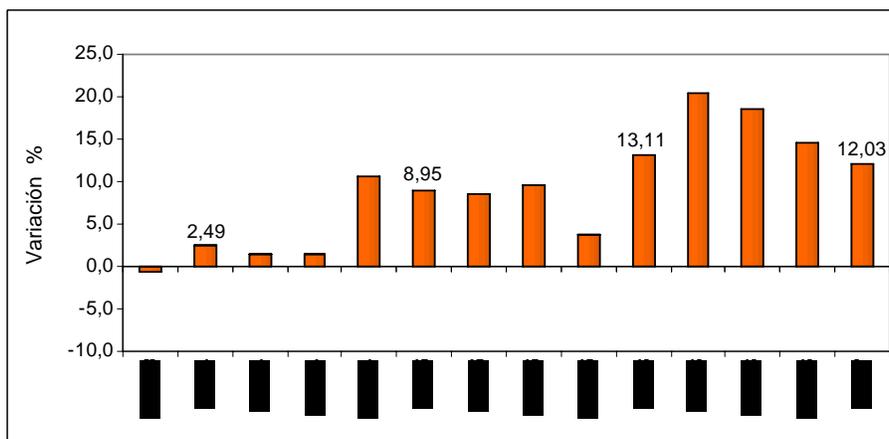
Fuente: DANE

Gráfico 22
Inventarios finales de los grandes almacenes e hipermercados minoristas
Total nacional
2004-2007



Fuente: DANE

Gráfico 23
Variación anual de los Inventarios finales de los grandes almacenes minoristas
Total nacional
2003-2007



Fuente: DANE

3.2 Análisis por actividad comercial

En el primer trimestre de 2007, el comercio no especializado concentró el 81,06% del total de las existencias de los grandes almacenes e hipermercados minoristas, mientras que el restante 18,94% estuvo a cargo del comercio especializado.

Aquellos no especializados con surtido compuesto principalmente de alimentos (víveres en general), bebidas y tabaco, respondieron por el 71,00% de los inventarios del total del comercio.

En el sector especializado, las empresas dedicadas a la comercialización de productos farmacéuticos; y productos textiles, prendas de vestir y calzado concentraron respectivamente el 6,55% y 5,41% de los inventarios de este sector.

Cuadro No 7

Inventarios finales de los grandes almacenes minoristas

A precios corrientes

Total nacional

2007 (I trimestre)

Millones de pesos

Actividad comercial	I - 2007		Variación %	Contribución anual (puntos porcentuales)
	Inventarios	Participación		
Autopartes	66 874	2,74	23,55	0,61
No espec. (alimentos)	1 735 641	71,00	14,41	10,50
No espec. (no alimentos)	246 056	10,06	38,76	3,30
Farmacias	160 144	6,55	25,28	1,55
Textiles, vestuario y calzado	132 292	5,41	7,93	0,47
Electrodom. y muebles hogar	36 621	1,50	7,93	0,13
Resto de actividades	5 635	0,23	-14,73	-0,05
Papelерías	61 457	2,51	39,87	0,84
Total	2 444 720	100,00	17,35	17,35

Fuente: DANE

La contribución más importante en acumulación de inventarios reales, en el sector especializado, estuvo a cargo de las empresas dedicadas al comercio de productos farmacéuticos.

Por su parte, del conjunto de almacenes no especializados, los de surtido compuesto principalmente de productos diferentes a alimentos presentaron la mayor contribución.

Cuadro No 8

Inventarios finales reales de los grandes almacenes minoristas

Total nacional

2007 (I trimestre)

Millones de pesos

Actividad comercial	I - 2007		Variación %	Contribución anual (puntos porcentuales)
	Inventarios	Participación		
Autopartes	37 440	3,07	20,40	0,58
No espec. (alimentos)	844 106	69,23	9,21	6,54
No espec. (no alimentos)	126 526	10,38	30,48	2,72
Farmacias	58 443	4,79	19,98	0,89
Textiles, vestuario y calzado	100 732	8,26	7,57	0,65
Electrodom. y muebles hogar	23 265	1,91	4,15	0,09
Resto de actividades	2 843	0,23	-18,33	-0,06
Papelерías	25 860	2,12	34,89	0,61
Total	1 219 215	100,00	12,03	12,03

Fuente: DANE

La actividad comercial que contribuyó negativamente a la variación de inventarios fue la llamada resto de actividades (-0,06 puntos porcentuales).

4. AREA DE VENTAS

4.1 Resultados generales

En el primer trimestre de 2007, los grandes almacenes e hipermercados minoristas reportaron un área de ventas disponible al público de 1 928 miles de m², cifra que comparada con el mismo período de 2006, registró un aumento de 7,71%.

Cuadro No 9

Área de ventas de los grandes almacenes e hipermercados minoristas

Total nacional

2002-2007

Trimestre	No especializados (m ²)	Especializados (m ²)	Total m ²	Variación anual
I-02	1.253.215	215.150	1.468.365	
II-02	1.242.339	186.601	1.428.940	
III-02	1.259.112	186.116	1.445.228	
IV-02	1.286.672	185.547	1.472.219	
I-03	1.272.704	186.451	1.459.155	-0,63
II-03	1.275.427	187.471	1.462.898	2,38
III-03	1.278.157	187.962	1.466.119	1,45
IV-03	1.312.583	189.132	1.501.715	2,00
I-04	1.348.689	189.542	1.538.231	5,42
II-04	1.357.966	191.370	1.549.336	5,91
III-04	1.370.341	192.314	1.562.655	6,58
IV-04	1.419.080	196.367	1.615.447	7,57
I-05	1.475.379	200.543	1.675.922	8,95
II-05	1.469.679	202.352	1.672.031	7,92
III-05	1.499.556	203.898	1.703.454	9,01
IV-05	1.538.673	208.166	1.746.839	8,13
I-06	1.579.559	210.025	1.789.584	6,78
II-06	1.602.400	215.096	1.817.496	8,70
III-06	1.621.230	217.546	1.838.776	7,94
IV-06	1.666.756	222.110	1.888.866	8,13
I-07	1.704.104	223.536	1.927.640	7,71

Fuente: DANE

En el primer trimestre de 2007, el comercio no especializado participó con el 88,40% del total de esta área, mientras que el especializado lo hizo con el 11,60%. Al comparar esta estructura con la que se evidenció en el primer trimestre de 2006, se observa que los almacenes no especializados incrementaron 0,14 puntos porcentuales su participación en el total del área de ventas (de 88,26% en 2006 a 88,40% en 2007)

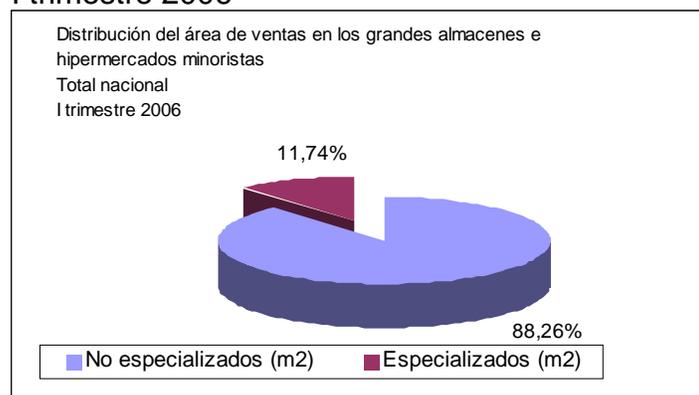
Gráfico 24

Distribución del área de ventas de los grandes almacenes e hipermercados minoristas

Total nacional

2006-2007

I trimestre 2006



Fuente: DANE

I trimestre 2007

