



GRANDES ALMACENES E HIPERMERCADOS MINORISTAS Y COMERCIO DE VEHICULOS AUTOMOTORES NUEVOS III Trimestre de 2010



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

Resumen

- En el tercer trimestre de 2010, las ventas reales de los Grandes Almacenes e Hipermercados minoristas aumentaron 10,3%, en comparación con el mismo trimestre del año anterior.
- Durante este período, los grupos de mercancías que presentaron las principales variaciones positivas en las ventas reales fueron: calzado, artículos de cuero (28,4%); equipo de informática, hogar (26,7%); artículos de ferretería, vidrios y pintura (23,2%); y electrodomésticos y muebles para el hogar (22,7%).
- En lo corrido del año, las ventas reales aumentaron 8,6% con respecto al mismo período del año anterior; se destaca la variación positiva de las siguientes líneas de mercancías: electrodomésticos y muebles para el hogar (22,5%); calzado y artículos de cuero (20,9%); artículos de ferretería, vidrios y pintura (20,4%); y equipo de informática, hogar (19,9%).
- En los últimos cuatro trimestres, las ventas reales aumentaron 7,4% con respecto al mismo período anterior; se destaca la variación positiva de artículos de ferretería, vidrios y pinturas (20,5%); calzado y artículos de cuero (19,7%); electrodomésticos y muebles para el hogar (18,6%); y los agrupados en "otras mercancías" (18,1%).
- El personal ocupado registró, durante el tercer trimestre del año 2010, un aumento de 3,7% con respecto al mismo período del año anterior.
- Durante este período, los inventarios reales presentaron una variación positiva de 1,4%, comparados con igual período del año anterior.
- En el tercer trimestre de 2010, las ventas reales de vehículos de origen extranjero presentaron un crecimiento de 69,1%, en tanto que los de producción nacional registraron un incremento de 41,0%, en comparación con el mismo trimestre del año anterior.

Director

Jorge Raúl Bustamante Roldán

Subdirector

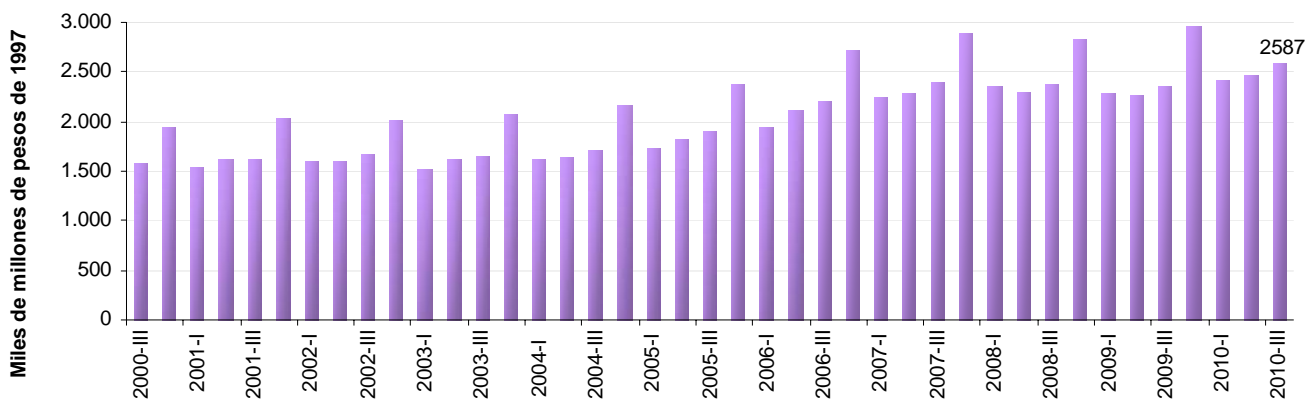
Carlos Eduardo Sepúlveda Rico

**Director de Metodología y
Producción Estadística**

Eduardo Efraín Freire Delgado

RESULTADOS GENERALES

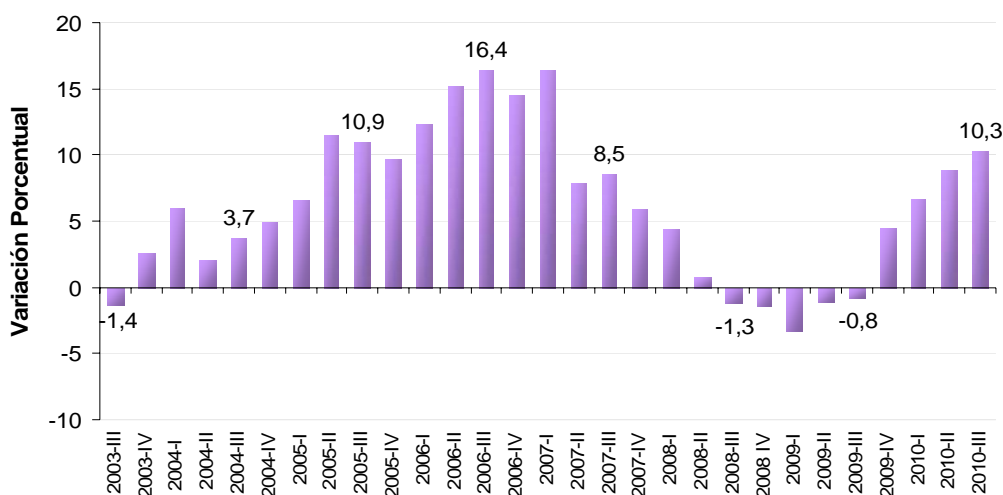
Gráfico 1
Ventas reales en grandes almacenes
Total nacional
III Trimestre (2000 – 2010)



Fuente: DANE – GAHM

En el tercer trimestre de 2010, las ventas minoristas reales de los grandes almacenes aumentaron 10,3%, frente al mismo trimestre de 2009.

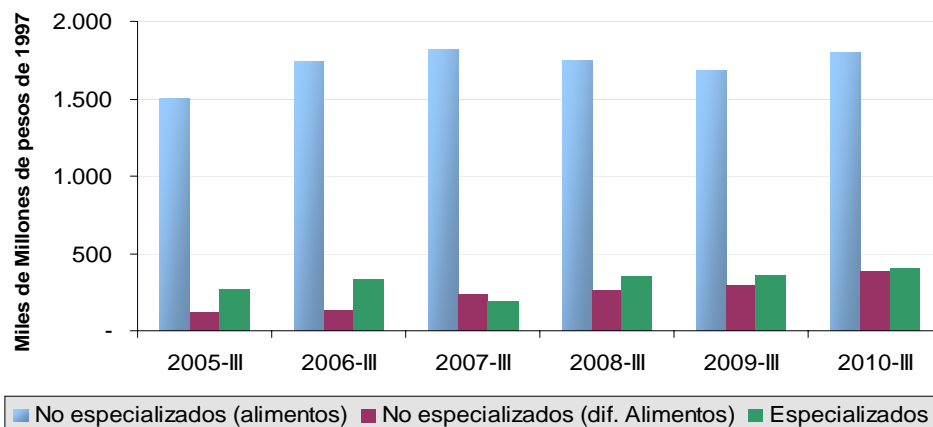
Gráfico 2
Variación anual de las ventas reales en grandes almacenes minoristas e hipermercados
Total nacional
III Trimestre (2003 –2010)



Fuente: DANE - GAHM

Durante el tercer trimestre de 2010, 84,5% de las ventas reales (\$ 2 587 miles de millones de pesos de 1997) se realizaron en almacenes no especializados.

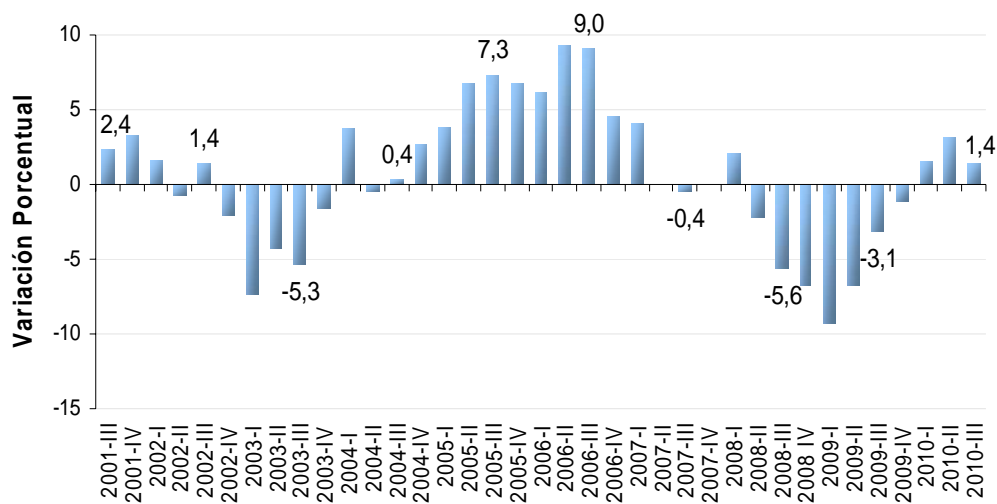
Gráfico 3
Ventas reales en grandes almacenes e hipermercados por tipo de almacén
Total nacional
III Trimestre (2005 – 2010)



Fuente: DANE - GAHM

En el tercer trimestre de 2010, las ventas reales de alimentos y bebidas no alcohólicas presentaron un crecimiento de 1,4% respecto al mismo período del año anterior.

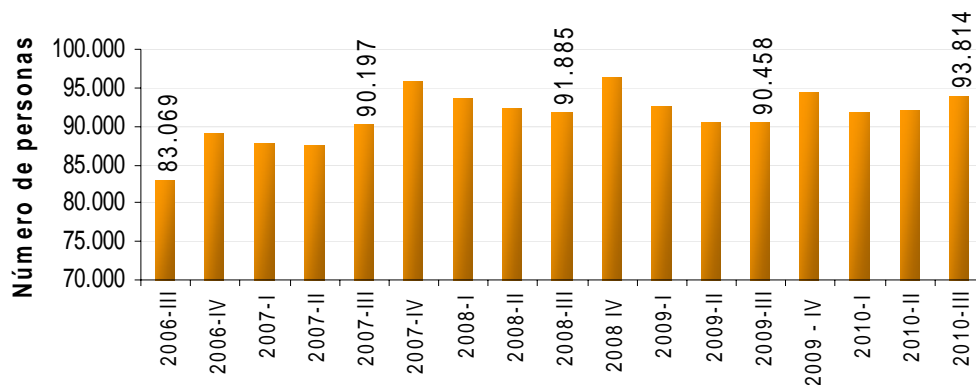
Gráfico 4
Variación anual de las ventas reales de alimentos y bebidas no alcohólicas en grandes almacenes minoristas e hipermercados
Total nacional
III Trimestre (2001 – 2010)



Fuente: DANE - GAHM

El personal ocupado asociado al comercio minorista de los grandes almacenes e hipermercados aumentó 3,7% frente al tercer trimestre de 2009, lo que significó un total de 93 814 personas ocupadas.

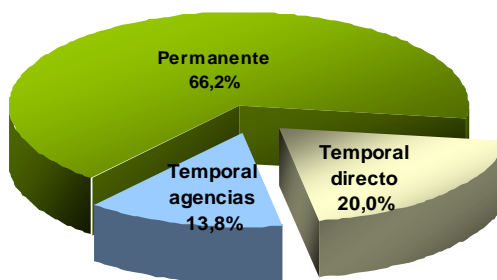
Gráfico 5
Personal ocupado por los grandes almacenes minoristas e hipermercados
Total nacional
III Trimestre (2006 –2010)



Fuente: DANE - GAHM

En el tercer trimestre de 2010, 66,2% del personal que ocuparon los grandes almacenes minoristas e hipermercados era permanente, 20,0% era temporal directo y 13,8% temporal por agencias.

Gráfico 6
Distribución del personal ocupado, por tipo de contratación
Total nacional
III Trimestre 2010



Fuente: DANE GAHM

1. VENTAS REALES

1.1 Grupos de mercancías

1.1.1 Variación anual: III trimestre (2010/2009)

Durante el tercer trimestre de 2010, las ventas reales aumentaron 10,3%. Los grupos de mercancías que presentaron las principales variaciones positivas fueron: calzado, artículos de cuero (28,4%); equipo de informática, hogar (26,7%); artículos de ferretería, vidrios y pintura (23,2%); y electrodomésticos y muebles para el hogar (22,7%). Por su parte, el único grupo de mercancía que registró variaciones negativas fue productos farmacéuticos (-0,9%).

Gráfico 7

Variación anual de las ventas reales

Total nacional

III Trimestre (2010/2009)

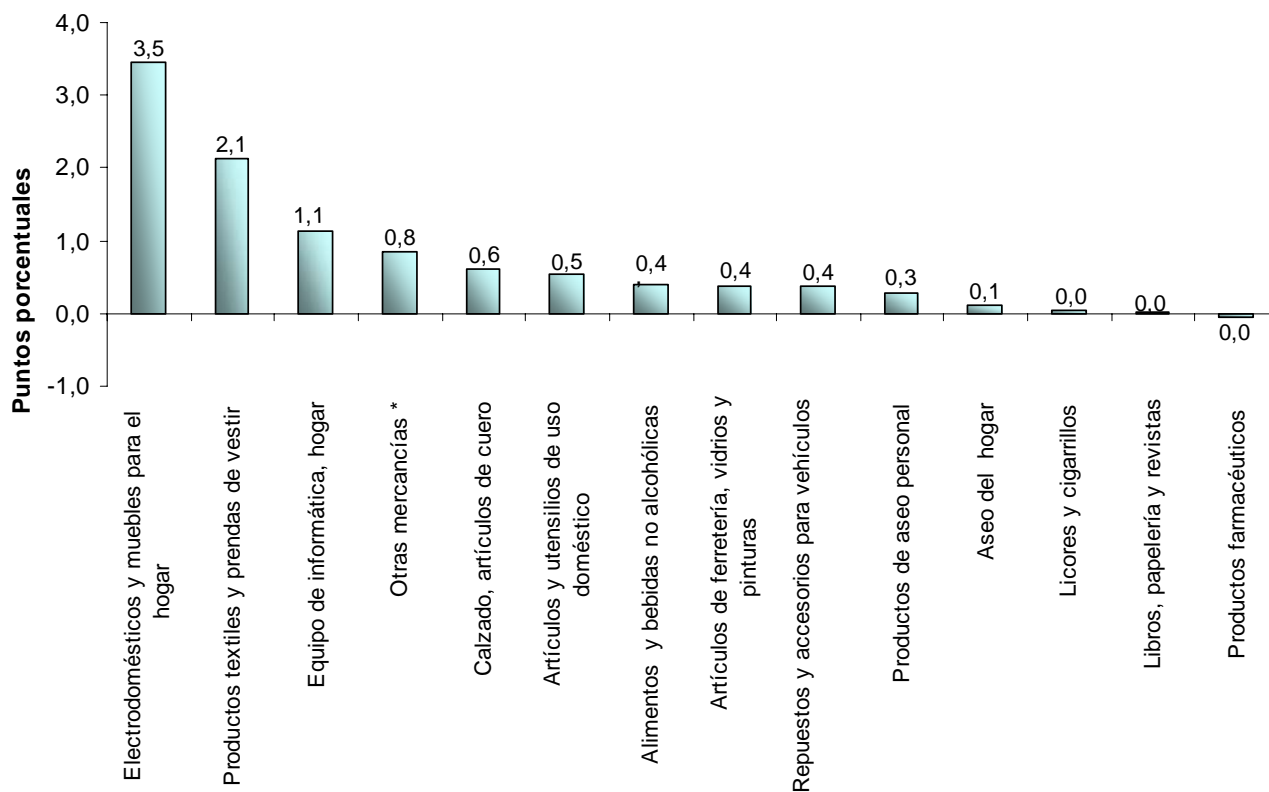


Fuente DANE – GAHM

* 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.

Electrodomésticos y muebles para el hogar fue el grupo de mercancías que presentó la mayor contribución positiva (3,5 puntos porcentuales) a la variación total del período.

Gráfico 8
Contribución anual a la variación de las ventas reales
Total nacional
III Trimestre (2010/2009)



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: I-III trimestre (2010/2009)

En los primeros nueve meses del año, las ventas reales crecieron 8,6% respecto al mismo período del año anterior. Se destacan las siguientes variaciones positivas: electrodomésticos y muebles para el hogar (22,5%); calzado y artículos de cuero (20,9%); artículos de ferretería, vidrios y pintura (20,4%); y equipo de informática, hogar (19,9%). Por su parte, los grupos que presentaron contracción en sus ventas fueron: productos farmacéuticos (-1,8%); y licores y cigarrillos (-0,6%).

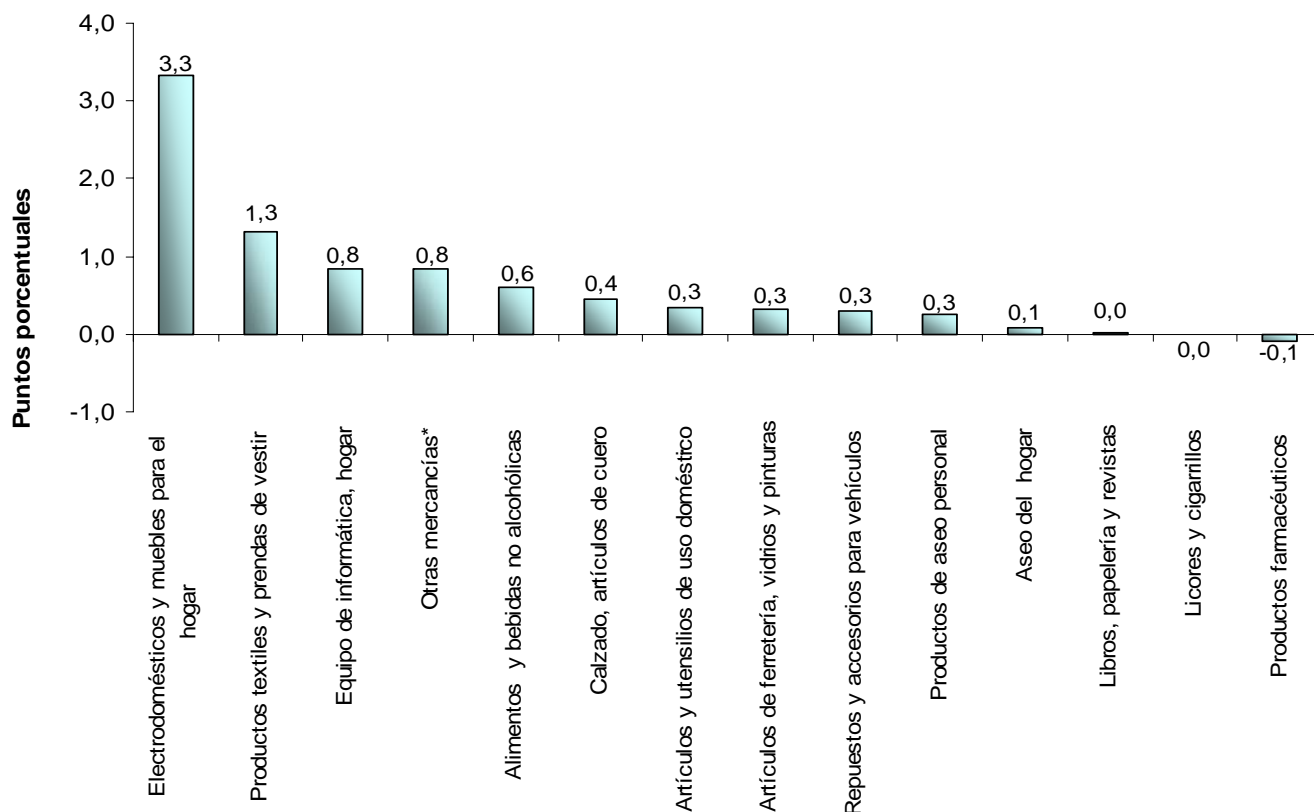
Gráfico 9
Variación año corrido de las ventas reales
Total nacional
I-III trimestre (2010/2009)



* 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.

La mayor contribución al comportamiento positivo de las ventas en los primeros nueve meses del año estuvo a cargo de electrodomésticos y muebles para el hogar que aportó 3,3 puntos porcentuales a dicho comportamiento.

Gráfico 10
Contribución año corrido a la variación de las ventas reales
Total nacional
I-III trimestre (2010/2009)



* 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.

1.1.3 Variación doce meses: IV 2009- III 2010 / IV 2008- III 2009

En los últimos doce meses hasta septiembre de 2010, las ventas reales del comercio minorista en los grandes almacenes e hipermercados aumentaron 7,4% con respecto al año anterior. Entre los grupos de mercancías que presentaron variaciones positivas se destacaron: artículos de ferretería, vidrios y pinturas (20,5%); calzado y artículos de cuero (19,7%); electrodomésticos y muebles para el hogar (18,6%); y los agrupados en "otras mercancías" (18,1%). Por su parte, las únicas reducciones se registraron en las ventas de: productos farmacéuticos (-2,1%); y licores y cigarrillos (-1,8%).

Gráfico 11
Variación doce meses de las ventas reales
Total nacional
IV 2009 – III 2010/ IV 2008 - III 2009

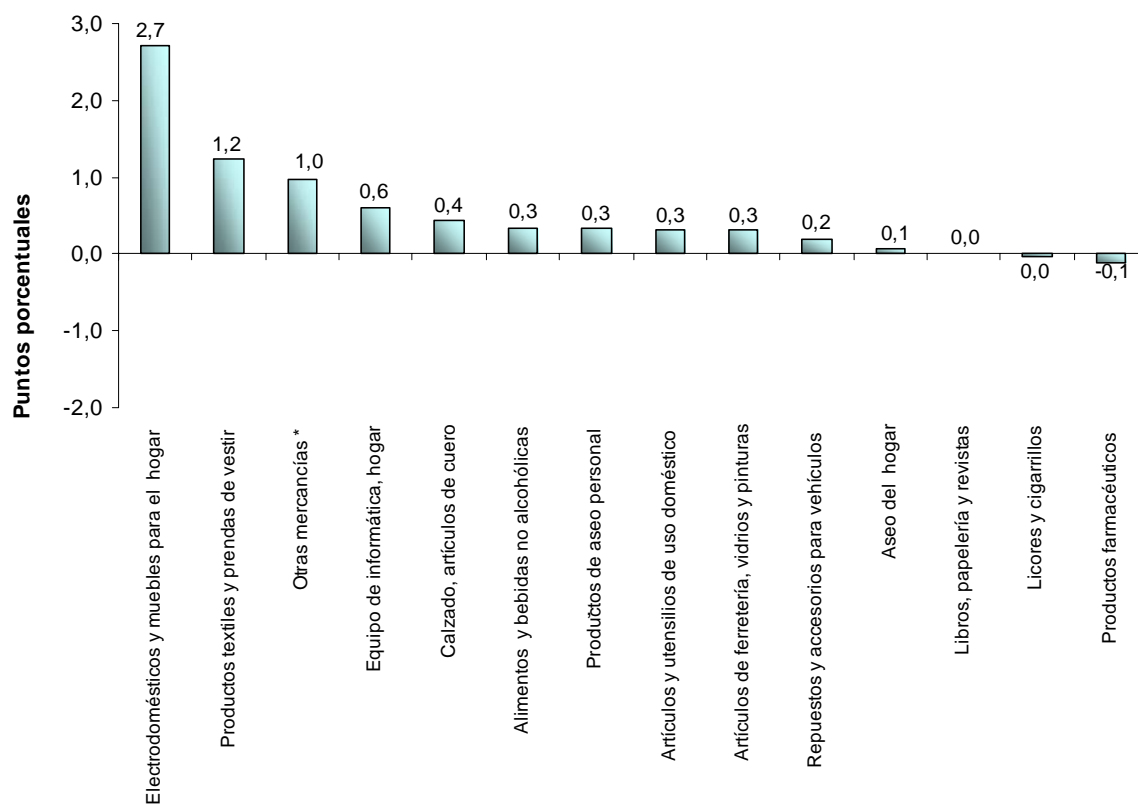


Fuente DANE – GAHM

* 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.

La principal explicación del crecimiento de las ventas en este período se presenta por el aumento de las ventas de electrodomésticos y muebles para el hogar que aportó 2,7 puntos porcentuales positivos a la variación total.

Gráfico 12
Contribución doce meses a la variación de las ventas reales
Total nacional
IV 2009 – III 2010 / IV 2008 - III 2009



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 (2010/2009)

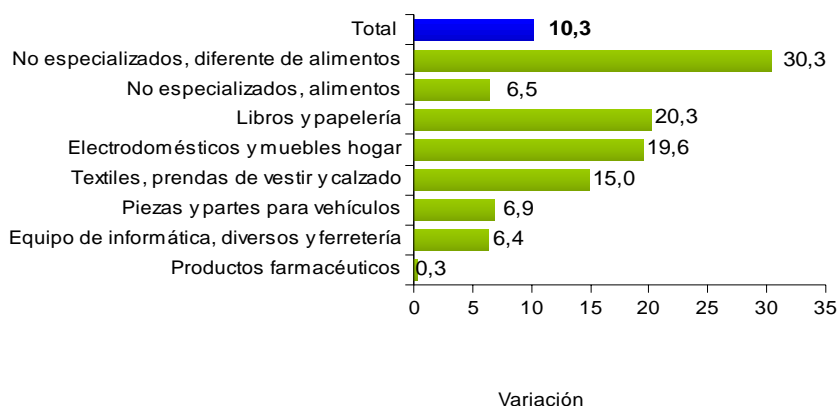
De acuerdo con el tipo de actividad comercial (CIU Rev.3) desarrollada por las empresas investigadas, en el tercer trimestre de 2010 se registró un aumento en las ventas reales del comercio no especializado, con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (30,3%); en el comercio no especializado, con surtido compuesto principalmente de alimentos, la variación fue 6,5%. Por su parte, en el comercio especializado el mayor crecimiento se presentó en libros y papelería (20,3%).

Gráfico 13

Variación anual de las ventas reales, según actividad comercial

Total nacional

III Trimestre (2010/2009)



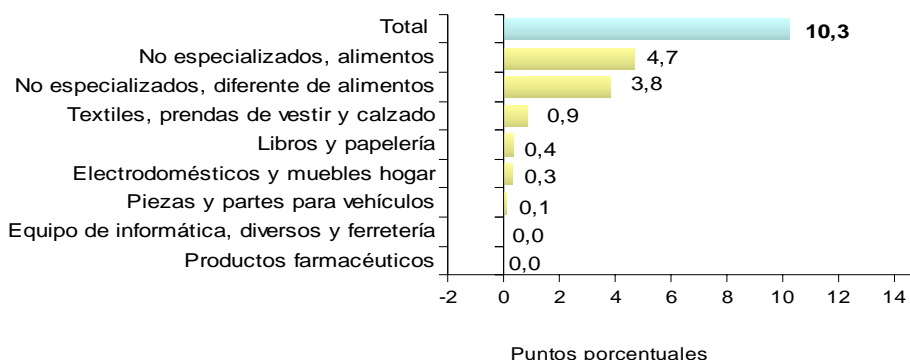
Fuente DANE – GAHM

Gráfico 14

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

Total nacional

III Trimestre (2010/2009)

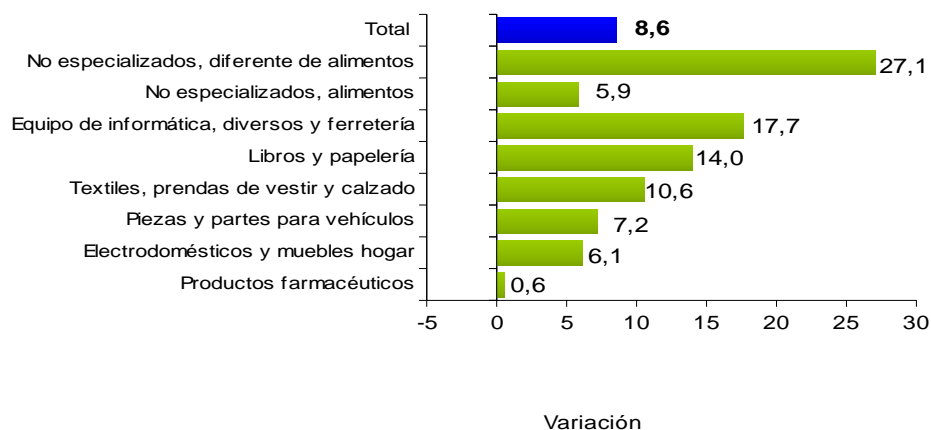


Fuente DANE – GAHM

1.2.2 Variación año corrido: I-III trimestre (2010/2009)

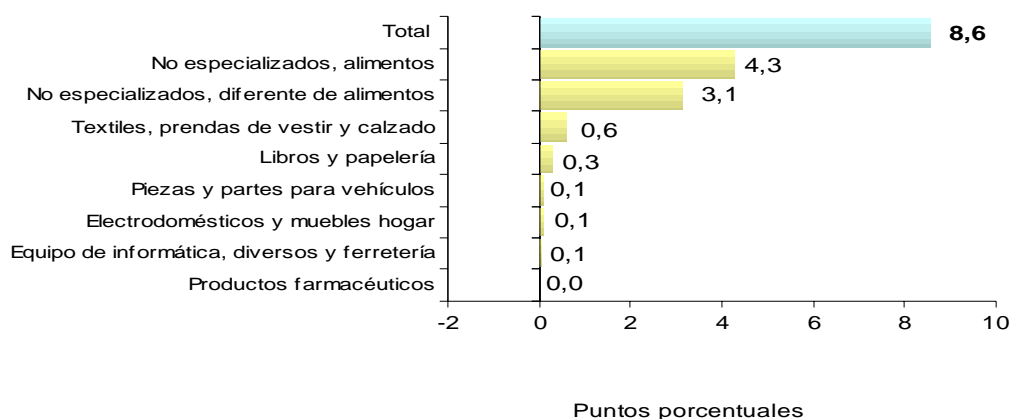
En lo corrido de 2010, se registró un crecimiento de 27,1% en las ventas reales del comercio en establecimientos no especializados con surtido diferente de alimentos. En cuanto a las ventas del comercio no especializado, con surtido compuesto principalmente por alimentos, la variación fue 5,9%. En el comercio especializado, se destaca el aumento de las ventas reales de equipo de informática, diversos y ferretería (17,7%).

Gráfico 15
Variación año corrido de las ventas reales, según actividad comercial
Total nacional
I-III trimestre (2010/2009)



Fuente DANE – GAHM

Gráfico 16
Contribución año corrido a la variación de las ventas reales, según actividad comercial
Total nacional
I-III trimestre (2010/2009)



Fuente DANE – GAHM

1.2.3 Variación doce meses: IV 2009- III 2010 / IV 2008- III 2009

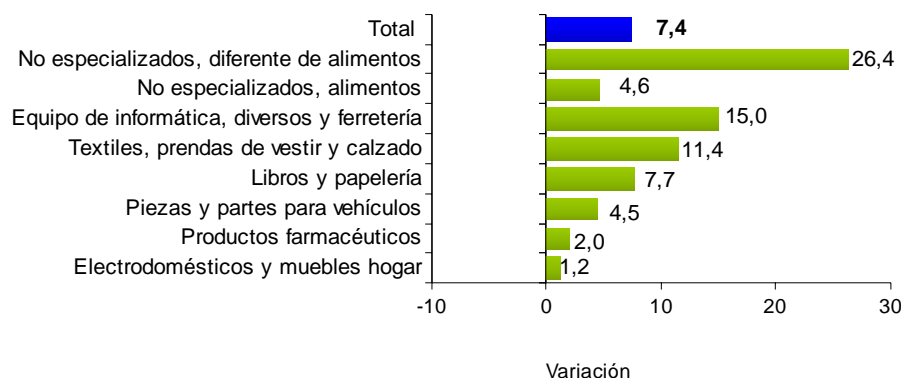
En los últimos doce meses hasta septiembre de 2010, los principales aumentos de las ventas reales en establecimientos especializados se registraron en equipo de informática, diversos y ferretería (15,0%). Las empresas no especializadas con surtido diferente de alimentos, presentaron un incremento en sus ventas reales de 26,4%, mientras que las no especializadas con surtido principalmente de alimentos aumentaron 4,6%.

Gráfico 17

Variación doce meses de las ventas reales, según actividad comercial

Total nacional

IV 2009 – III 2010/ IV 2008 - III 2009



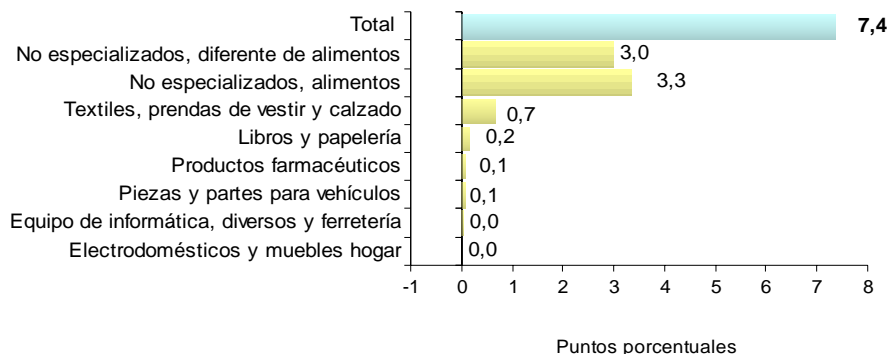
Fuente DANE – GAHM

Gráfico 18

Contribución doce meses a la variación de las ventas reales, según actividad comercial

Total nacional

IV 2009 – III 2010/ IV 2008 - III 2009



Fuente DANE – GAHM

2. PERSONAL OCUPADO

2.1 Categoría de Contratación

2.1.1 Variación anual: III Trimestre (2010/2009)

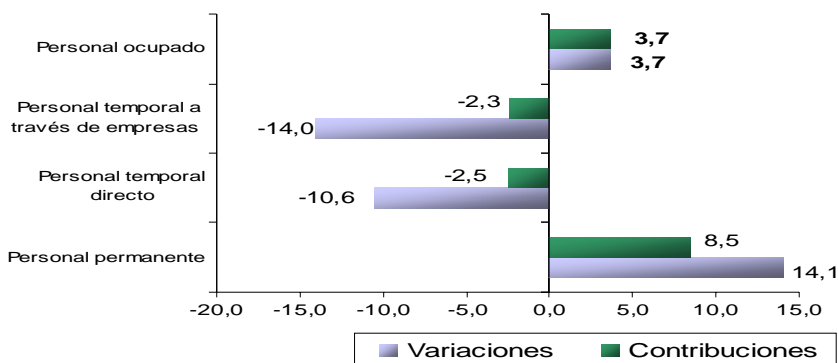
En el tercer trimestre de 2010, el personal ocupado asociado a los grandes almacenes e hipermercados minoristas aumentó 3,7% con respecto al mismo período de 2009. La categoría de personal que explica este comportamiento es el personal permanente que aportó 8,5 puntos porcentuales a la variación total.

Gráfico 19

Contribución anual a la variación del personal ocupado, según categoría de contratación

Total nacional

III Trimestre (2010/2009)



Fuente DANE – GAHM

2.1.2 Variación año corrido: I-III trimestre (2010/2009)

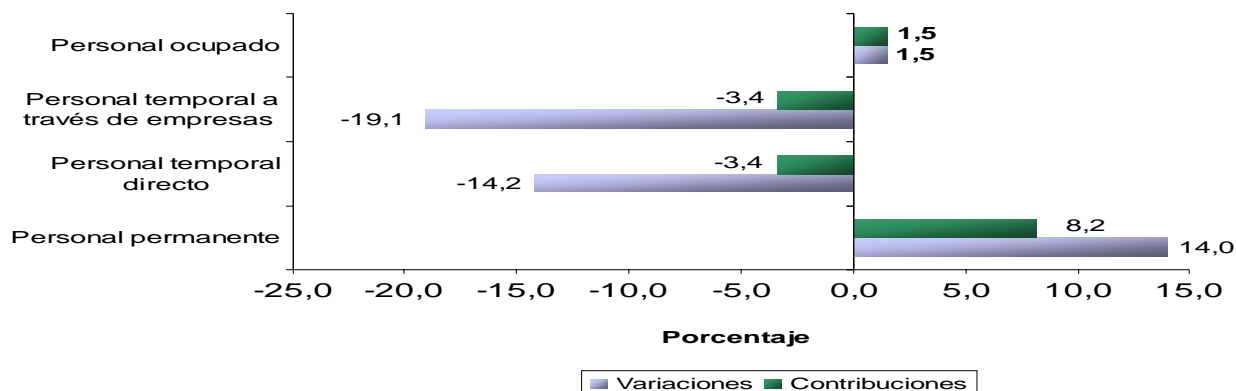
En lo corrido del año hasta el tercer trimestre, el personal ocupado en el comercio de los grandes almacenes presentó un aumento de 1,5%, respecto al mismo período del año anterior. El incremento en la contratación de personal permanente contribuyó con 8,2 puntos porcentuales a la variación total del indicador pero la disminución en la vinculación de personal temporal restó 6,8 puntos porcentuales a la misma.

Gráfico 20

Contribución año corrido a la variación del personal ocupado, según categoría de contratación

Total nacional

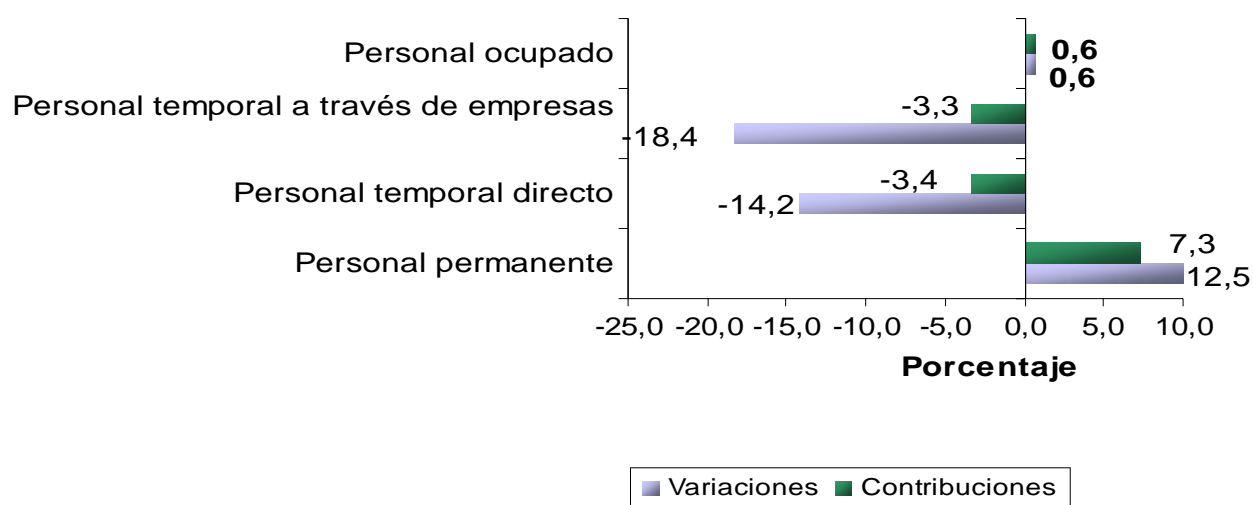
I-III trimestre (2010/2009)



2.1.3 Variación doce meses: IV 2009- III 2010 / IV 2008- III 2009

En los últimos cuatro trimestres hasta el tercero de 2010, el personal ocupado en el comercio minorista de los grandes almacenes presentó un aumento de 0,6% con respecto al mismo período del año anterior. El crecimiento del personal permanente con su aporte de 7,3 puntos porcentuales a la variación total del indicador logró contrarrestar la disminución del personal temporal que aportó -6,7 puntos porcentuales a la mencionada variación.

Gráfico 21
Contribución doce meses a la variación del personal ocupado, según categoría de contratación
Total nacional
IV 2009 – III 2010/ IV 2008 - III 2009

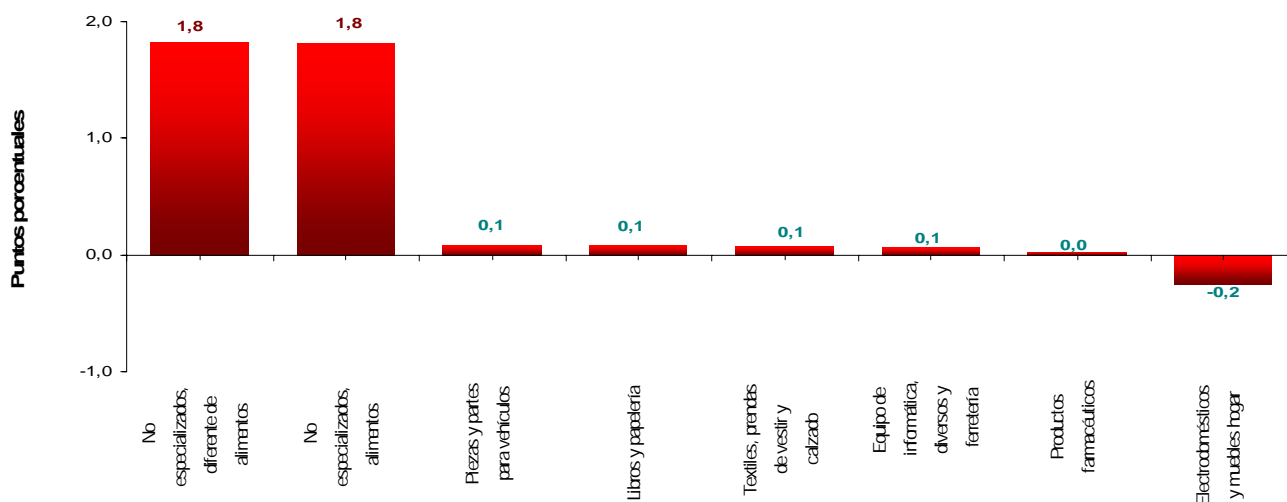


2.2 Actividad comercial CIU Rev. 3

2.2.1 Variación anual: III Trimestre (2010/2009)

En el tercer trimestre de 2010 el personal ocupado del comercio minorista, según actividad CIU Rev. 3, asociado a los grandes almacenes e hipermercados aumentó 3,7%. Durante este período, la mayor contribución positiva se registró en las empresas no especializadas tanto en alimentos como en productos diferentes de alimentos que contribuyeron cada una con 1,8 puntos porcentuales.

Gráfico 22
Contribución anual a la variación del personal ocupado, según actividad comercial
Total nacional
III Trimestre (2010/2009)

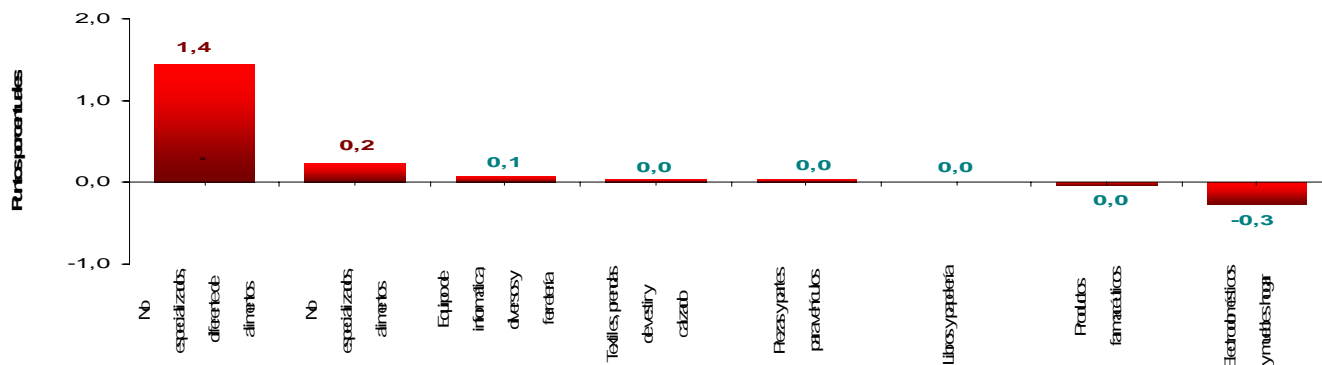


Fuente DANE – GAHM

2.2.2 Variación año corrido: I-III trimestre (2010/2009)

En lo corrido del año 2010, el personal ocupado del comercio minorista asociado a las grandes superficies creció 1,5%. El principal aporte en el crecimiento del indicador estuvo a cargo de las empresas no especializadas con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (1,4 puntos porcentuales).

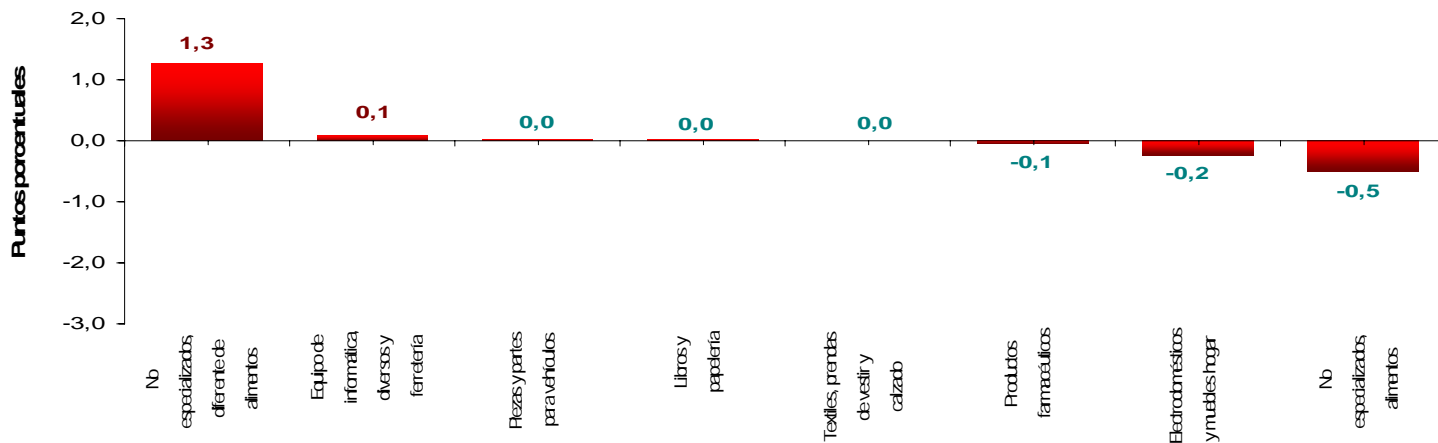
Gráfico 23
Contribución año corrido a la variación del personal ocupado, según actividad comercial
Total nacional
I-III trimestre (2010/2009)



2.2.3 Variación doce meses: IV 2009- III 2010 / IV 2008- III 2009

En los últimos doce meses hasta septiembre de 2010, el personal ocupado en los grandes almacenes e hipermercados minoristas se incrementó 0,6%. La principal contribución positiva se registró en las empresas no especializadas, con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (1,3 puntos porcentuales).

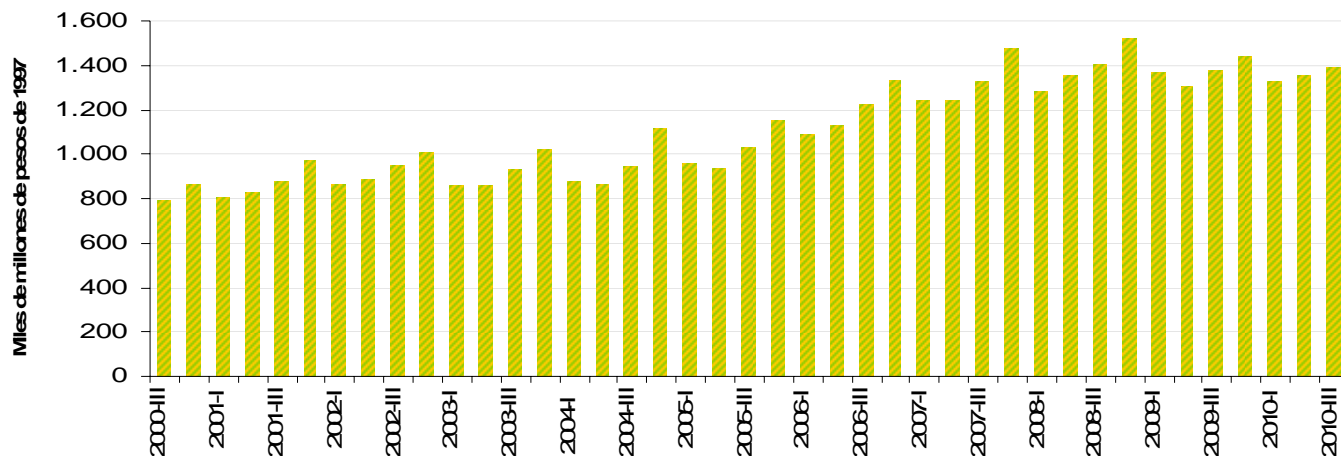
Gráfico 24
Contribución doce meses a la variación del personal ocupado, según actividad comercial
Total nacional
IV-III Trimestre (2010/2009)



Fuente DANE – GAHM

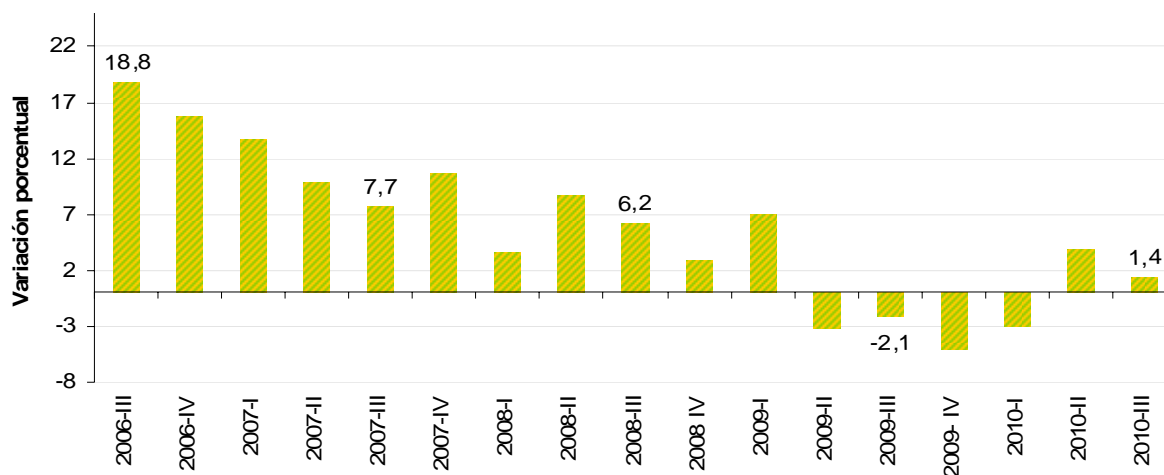
3. INVENTARIOS FINALES

Gráfico 25
Inventarios reales en los grandes almacenes
III Trimestre (2000/2010)



En el tercer trimestre de 2010, los inventarios reales finales de los grandes almacenes e hipermercados minoristas registraron un crecimiento de 1,4% en las existencias.

Gráfico 26
Variación anual de los inventarios finales reales de los grandes almacenes minoristas
Total nacional
III Trimestre (2006/2010)



Fuente: DANE - GAHM

Las principales variaciones anuales positivas en acumulación de inventarios reales de acuerdo con la CIU Rev.3 se presentaron en establecimientos especializados en el comercio de textiles, prendas de vestir y calzado, en establecimientos especializados (18,2%), mientras que las empresas especializadas en partes, piezas (autopartes) y accesorios (lujos) para vehículos automotores (-11,0%), presentaron las principales variaciones negativas.

4. AREA DE VENTAS

En el tercer trimestre de 2010, los grandes almacenes e hipermercados minoristas reportaron un área de ventas disponible al público de 2.536 547 de metros cuadrados, lo que significó un aumento de 4,9% comparado con el mismo período de 2009.

Cuadro 1
Área de ventas de los grandes almacenes e hipermercados minoristas
Total nacional
I Trimestre 2002/ III Trimestre 2010

Trimestre	No especializados	Especializados	Total (m2)	Variación Anual
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	187.692	1.463.119	2,5
III/03	1.278.157	188.316	1.466.473	1,5
IV/03	1.312.583	189.290	1.501.873	2,1
I/04	1.371.474	189.818	1.561.292	7,0
II/04	1.380.751	192.027	1.572.778	7,5
III/04	1.385.531	193.519	1.579.050	7,7
IV/04	1.441.865	198.350	1.640.215	9,2
I/05	1.498.164	204.041	1.702.205	9,0
II/05	1.484.869	205.850	1.690.719	7,5
III/05	1.522.341	209.063	1.731.404	9,6
IV/05	1.561.458	216.664	1.778.122	8,4
I/06	1.602.344	221.961	1.824.305	7,2
II/06	1.625.185	228.839	1.854.024	9,7
III/06	1.643.895	233.281	1.877.176	8,4
IV/06	1.726.943	237.851	1.964.794	10,5
I/07	1.793.815	242.104	2.035.919	11,6
II/07	1.823.477	246.862	2.070.339	11,7
III/07	1.868.487	250.503	2.118.990	12,9
IV/07	1.917.767	262.098	2.179.865	10,9
I/08	1.943.505	266.778	2.210.283	8,6
II/08	1.967.022	269.443	2.236.465	8,0
III/08	2.006.763	273.028	2.279.791	7,6
IV/08	2.062.554	280.837	2.343.391	7,5
I/09	2.117.701	285.817	2.403.518	8,7
II/09	2.122.308	289.860	2.412.168	7,9
III/09	2.122.013	295.065	2.417.078	6,0
IV/09	2.161.842	299.966	2.461.808	5,1
I/10	2.187.180	303.308	2.490.488	3,6
II/10	2.214.749	307.852	2.522.601	4,6
III/10	2.222.598	313.949	2.536.547	4,9

Fuente: DANE- GAHM

En el tercer trimestre de 2010, el comercio no especializado participó con el 87,6% del total de esta área, mientras que el comercio especializado lo hizo con el 12,4%.

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