



GRANDES ALMACENES E HIPERMERCADOS MINORISTAS Y COMERCIO DE VEHICULOS AUTOMOTORES NUEVOS II Trimestre de 2012¹



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

Primera parte: Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas

Resultados Generales

1. Ventas
2. Personal ocupado
3. 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 2012, las ventas reales de los Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas aumentaron 5,2% y el personal ocupado registró un aumento de 6,9%, 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 13,8%, comparados con el mismo trimestre de 2011.
- Las ventas reales de vehículos automotores (nacionales e importados) registraron un crecimiento de 3,4% respecto al mismo periodo de 2011.
- En el primer semestre del año 2012, las ventas reales de los Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas aumentaron 8,7% y el personal ocupado registró un aumento de 7,5%, respecto al mismo periodo de 2011.
- En el año corrido hasta el II Trimestre de 2012 las ventas reales de vehículos automotores (nacionales e importados) registraron un crecimiento de 1,9% respecto al mismo periodo de 2011.
- En los últimos cuatro trimestres hasta el II trimestre de 2012, las ventas reales de los Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas aumentaron 10,5% respecto al año precedente. Durante este periodo el personal ocupado registró un aumento de 7,1%.
- En los últimos doce meses hasta el II trimestre de 2012, el total de las ventas reales de vehículos automotores (nacionales e importados) aumentaron 2,6% con respecto al año precedente.

Director

Jorge Bustamante R.

Subdirector

Christian Jaramillo Herrera

Director de Metodología y Producción Estadística

Eduardo Efraín Freire Delgado

¹ Nota1: La línea de Equipo de Informática, hogar, que anteriormente se deflactaba con el IPP de muebles para oficina, pasa a ser deflactada con el IPC de otros artículos relacionados con cultura y esparcimiento, debido a que refleja mejor el comportamiento de los precios de esta línea de mercancía, concordante con la MMCM.

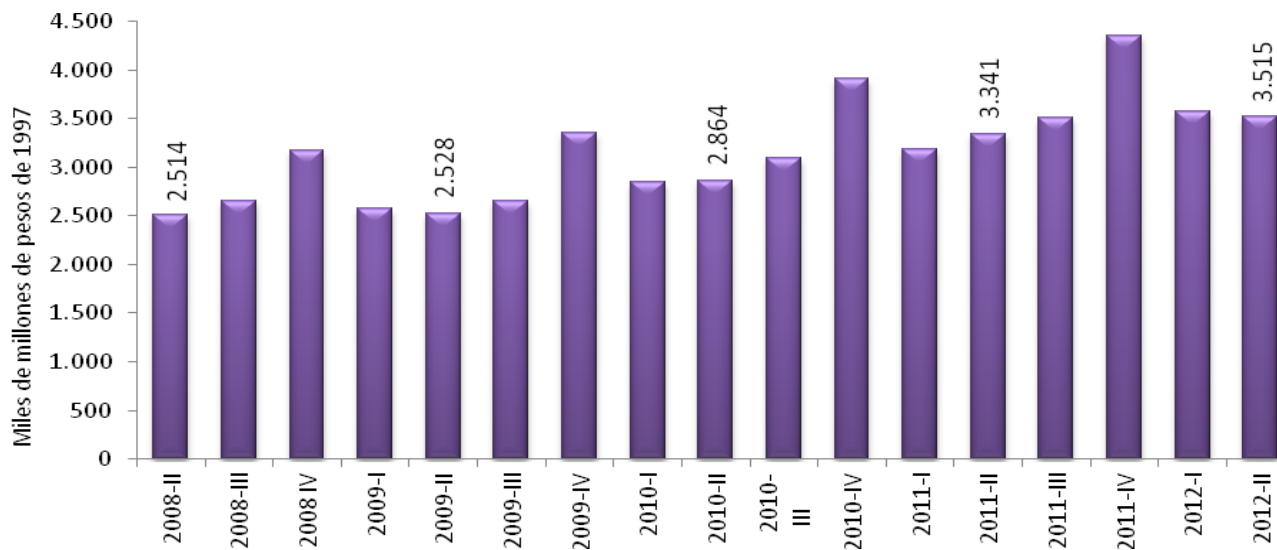
Nota2: La variable de inventarios no se publica en el presente boletín, por estar en revisión. En los próximos días se publicará en la página web.

RESULTADOS GENERALES

Gráfico 1. Ventas reales en grandes almacenes e hipermercados minoristas

Total nacional

2008(II trimestre) – 2012 (II trimestre)



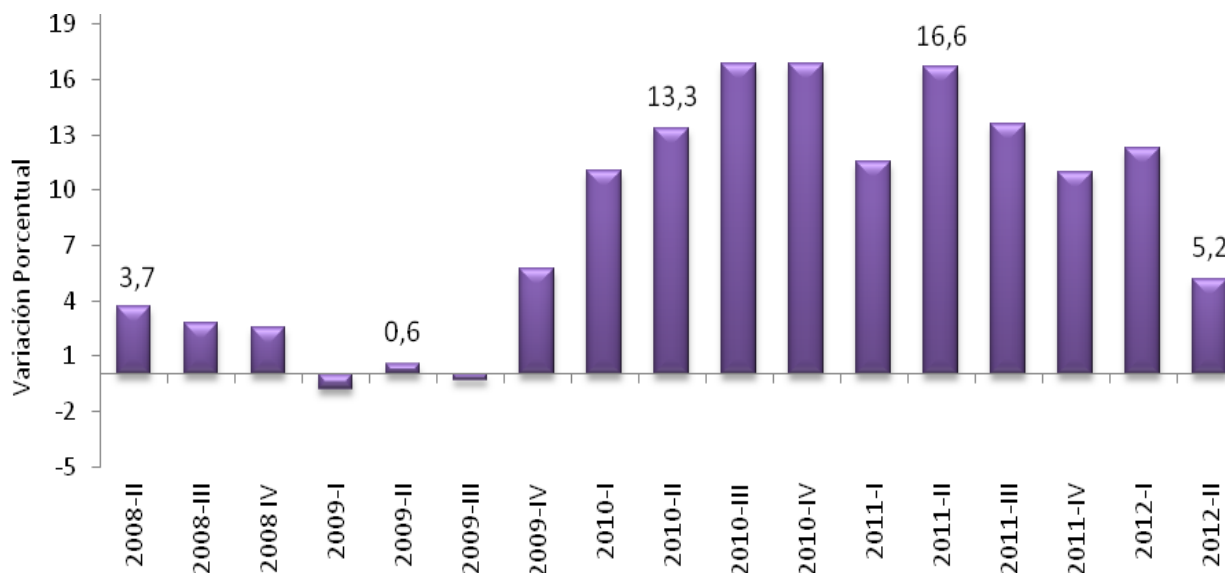
Fuente: DANE – GAHM

En el segundo trimestre de 2012, las ventas del comercio minorista en los grandes almacenes aumentaron 5,2%, respecto al mismo trimestre de 2011.

Gráfico 2. Variación anual de las ventas reales en grandes almacenes e hipermercados minoristas

Total nacional

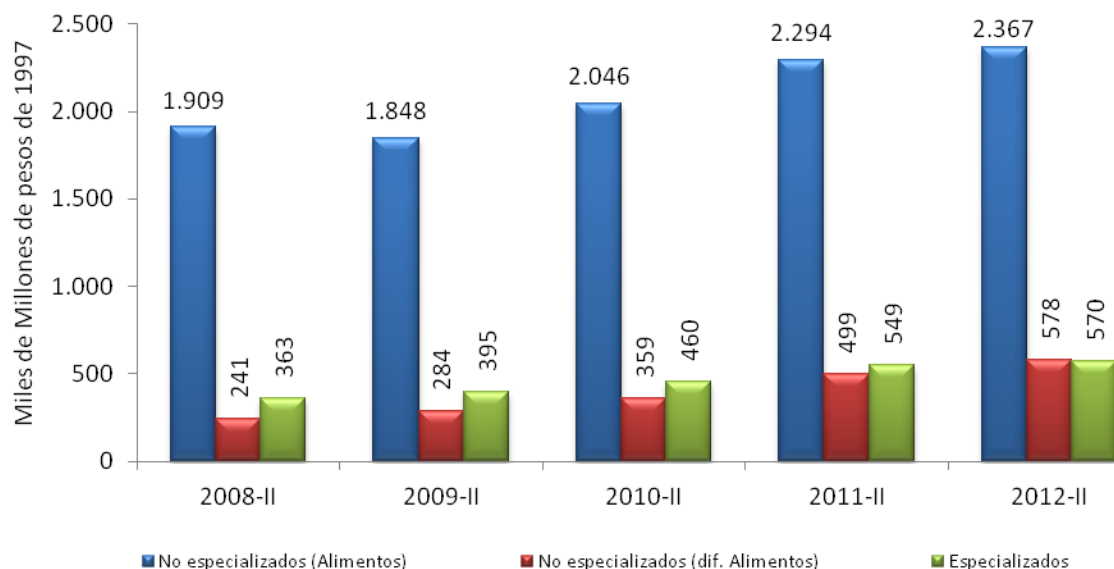
2008(II trimestre) – 2012 (II trimestre)



Fuente: DANE - GAHM

Durante el segundo trimestre de 2012, 83,8% de las ventas reales (\$ 2.945 miles de millones de pesos de 1997) se realizaron en almacenes no especializados, y el 16,2% en especializados.

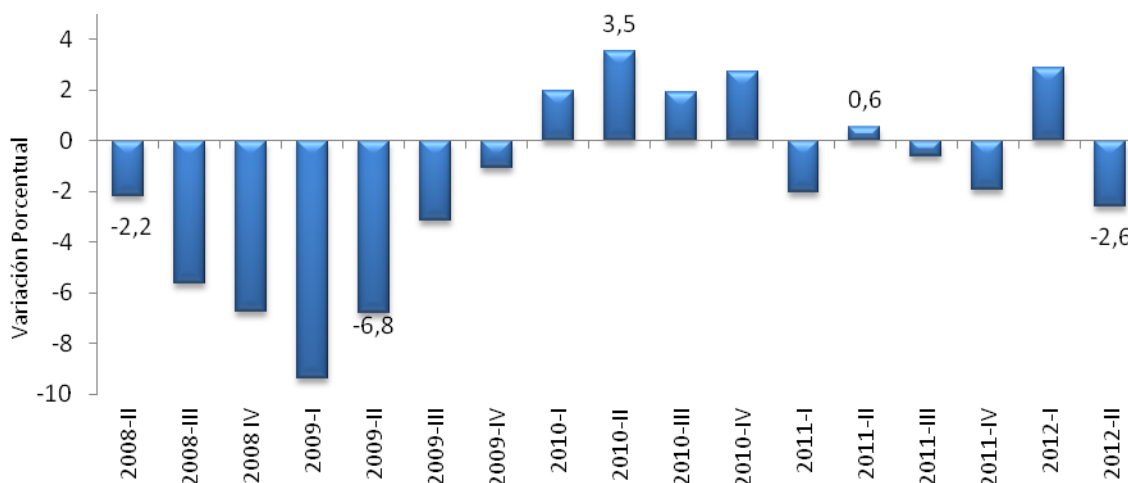
Gráfico 3. Ventas reales en grandes almacenes e hipermercados minoristas por tipo de almacén
Total nacional
2008(II trimestre) – 2012 (II trimestre)



Fuente: DANE - GAHM

En el segundo trimestre de 2012, las ventas reales de alimentos y bebidas no alcohólicas presentaron una disminución de 2,6% respecto al mismo periodo del año anterior.

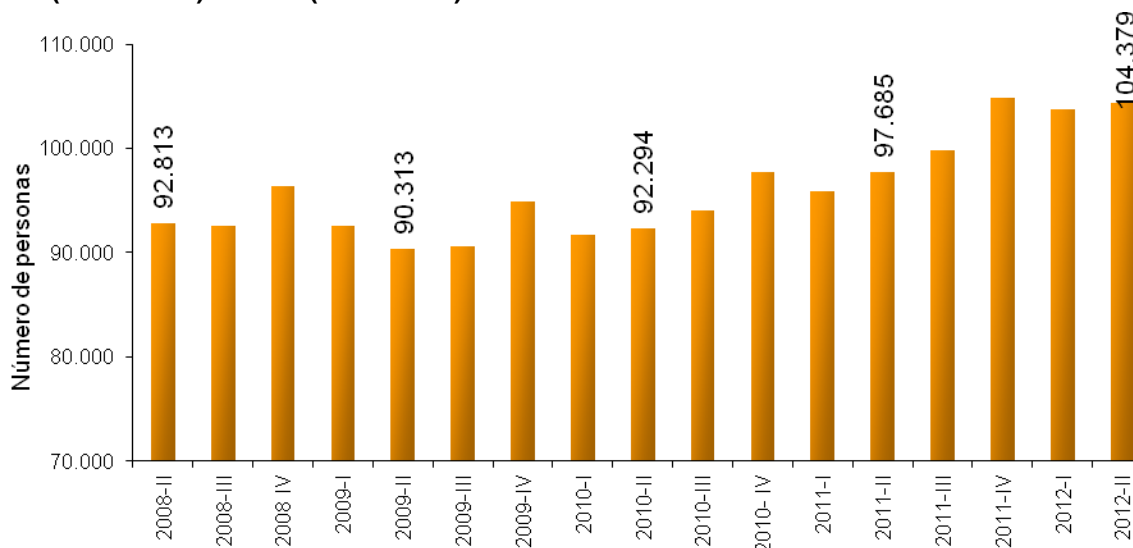
Gráfico 4. Variación anual de las ventas reales de alimentos y bebidas no alcohólicas en grandes almacenes e hipermercados minoristas
Total nacional
2008 (II trimestre) – 2012 (II trimestre)



Fuente: DANE - GAHM

El personal ocupado por los grandes almacenes e hipermercados alcanzó un total de 104.379 personas ocupadas, lo que significó un aumento de 6,9% frente al segundo trimestre de 2011.

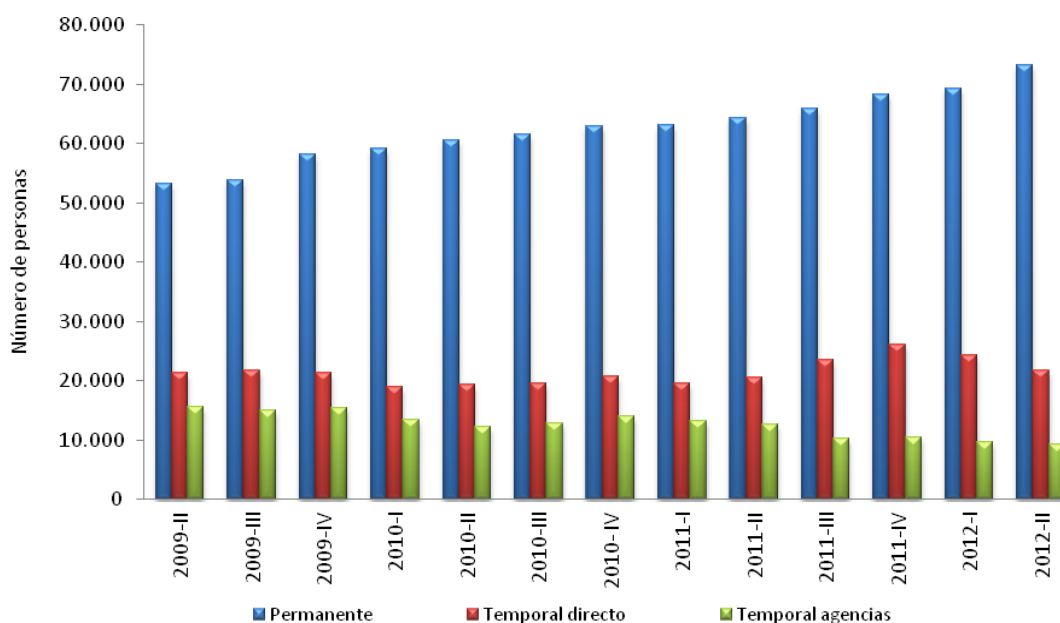
Gráfico 5. Personal ocupado por los grandes almacenes e hipermercados minoristas
Total nacional
2008(II trimestre) – 2012 (II trimestre)



Fuente: DANE - GAHM

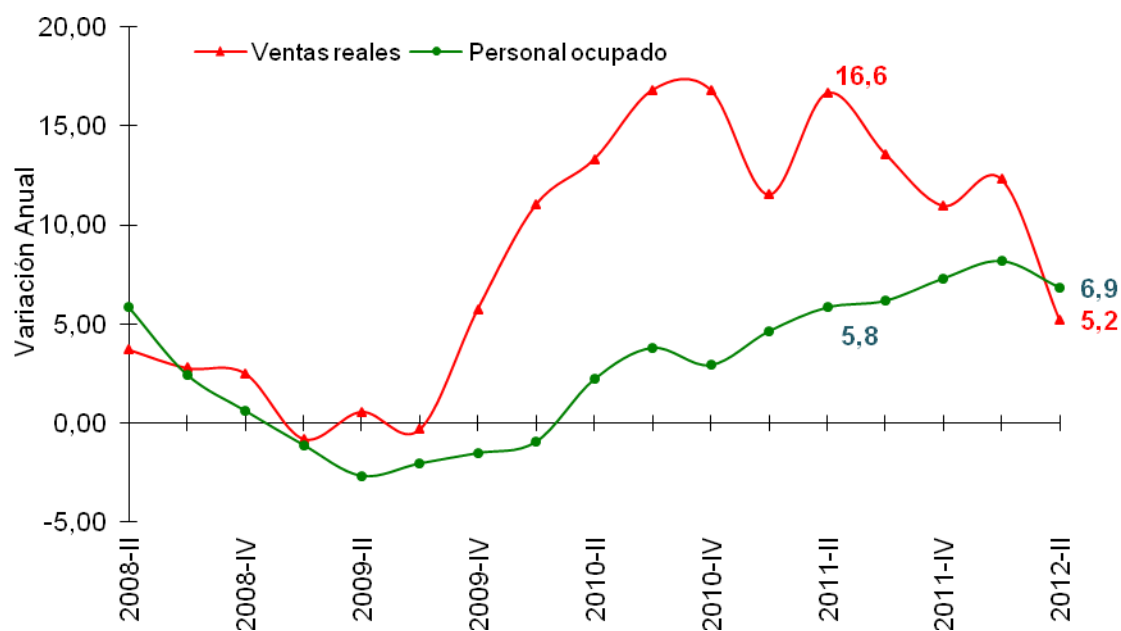
En el segundo trimestre de 2012, 70,2% del personal que ocuparon los grandes almacenes e hipermercados minoristas era permanente, 20,9% era temporal directo y 8,9% temporal contratado a través de agencias.

Gráfico 6. Personal ocupado, por los grandes almacenes e hipermercados minoristas según tipo de contratación
Total nacional
2008 (II trimestre) – 2012 (II trimestre)



Fuente: DANE GAHM

Gráfico 7. Variación anual de las ventas reales y el personal ocupado
Total nacional
2008 (II trimestre) – 2012 (II trimestre)



Fuente: DANE - GAHM

Tabla 1. Resumen del comportamiento de las principales variables
Total nacional
II trimestre de 2012

Indicador	Variación (%)					
	Anual		Año corrido		Doce meses	
	2011	2012	2011	2012	2011	2012
Ventas	16,6	5,2	14,1	8,7	15,5	10,5
Personal Ocupado	5,8	6,9	5,2	7,5	4,3	7,1

Fuente: DANE - GAHM

1. VENTAS REALES

1.1 Grupos de mercancías

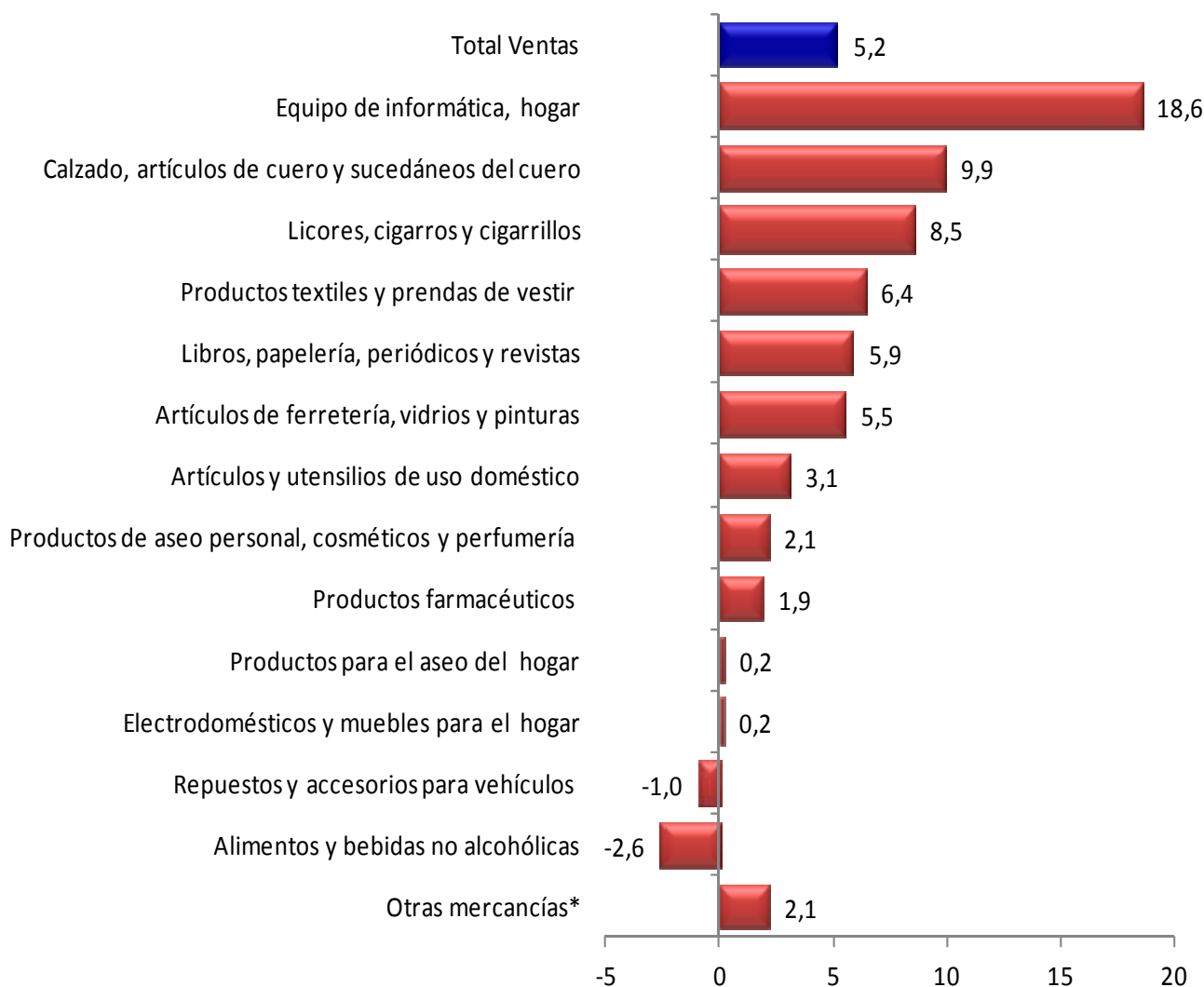
1.1.1 Variación anual: II trimestre de 2012

Durante el segundo trimestre de 2012, las ventas reales aumentaron 5,2% respecto al mismo periodo del año anterior. Los grupos de mercancías que presentaron las mayores variaciones positivas fueron: equipo de informática, hogar; calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero; licores y cigarrillos; productos textiles y prendas de vestir; libros, papelería, periódicos y revistas; y artículos de ferretería, vidrios y pinturas.

Gráfico 8. Variación anual de las ventas reales

Total nacional

II trimestre 2012

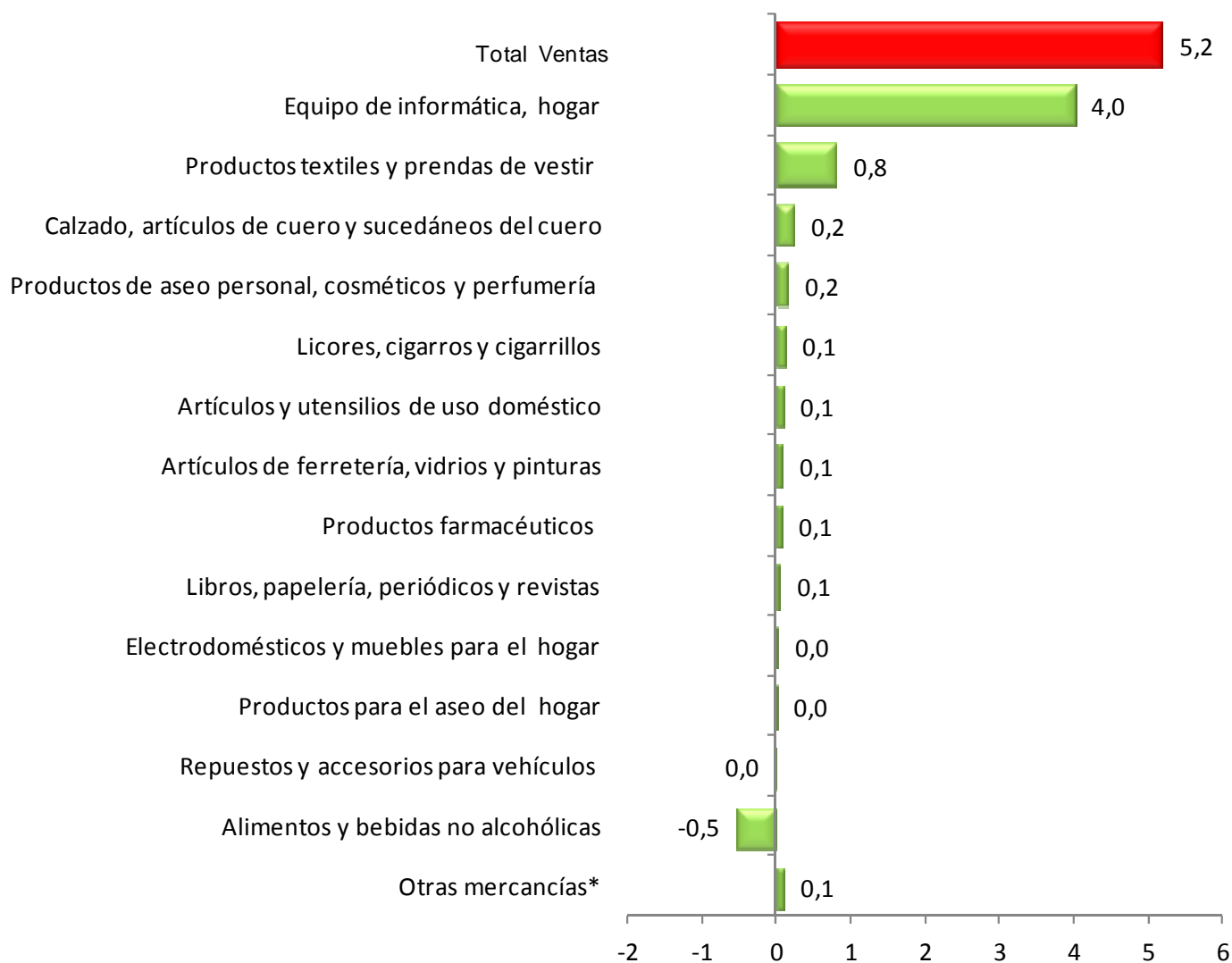


Fuente: DANE – GAHM

* 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 explicó en mayor medida la variación total del periodo fue equipo de informática, hogar con 4,0 puntos porcentuales, seguido por productos textiles y prendas de vestir con 0,8 puntos porcentuales.

Gráfico 9. Contribución anual a la variación de las ventas reales
Total nacional
II trimestre 2012



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 el primer semestre de 2012, las ventas reales del comercio minorista en los grandes almacenes e hipermercados aumentaron 8,7% respecto al mismo período del año anterior. Los grupos de mercancías que presentaron las mayores variaciones positivas fueron: equipo de informática, hogar; calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero; productos textiles y prendas de vestir; y licores y cigarrillos.

Gráfico 10. Variación año corrido de las ventas reales
Total nacional
I - II trimestre 2012



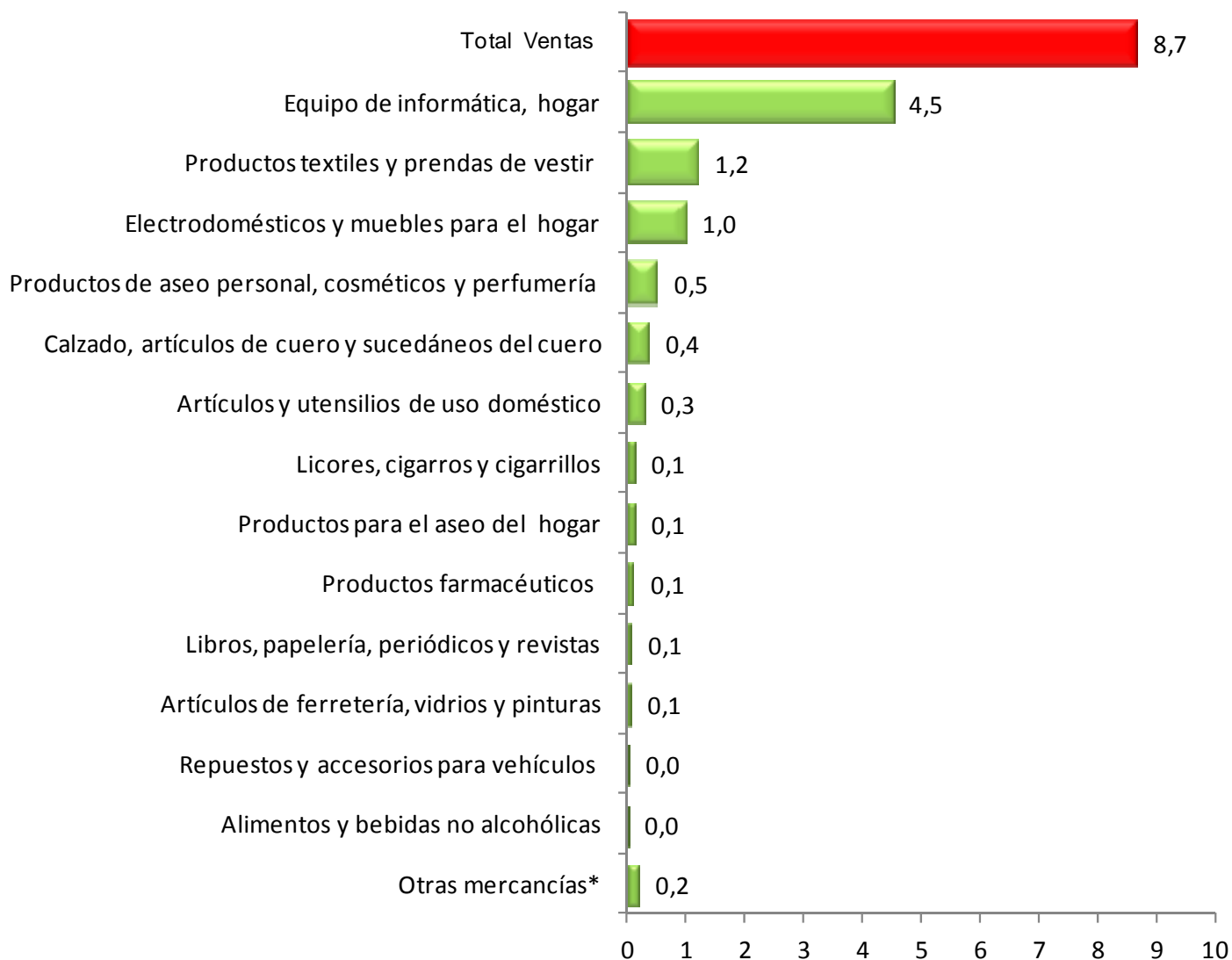
Fuente: DANE – GAHM

* 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 en el segundo semestre se explica principalmente por el aumento de las ventas de equipo de informática, hogar; productos textiles y prendas de vestir; y electrodomésticos y muebles para el hogar, grupos que aportaron en conjunto 6,7 puntos porcentuales a la variación total.

Gráfico 11. Contribución año corrido a la variación de las ventas reales

Total nacional
I - II trimestre 2012



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 segundo trimestre de 2012, las ventas reales del comercio minorista en los grandes almacenes e hipermercados aumentaron 10,5% respecto al año precedente. Los grupos de mercancías que presentaron las mayores variaciones positivas fueron: equipo de informática, hogar; calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero; productos textiles y prendas de vestir; electrodomésticos y muebles para el hogar; licores y cigarrillos; y artículos y utensilios de uso doméstico.

Gráfico 12. Variación doce meses de las ventas reales
Total nacional
III -II trimestre (2011/2012)



Fuente: DANE – GAHM

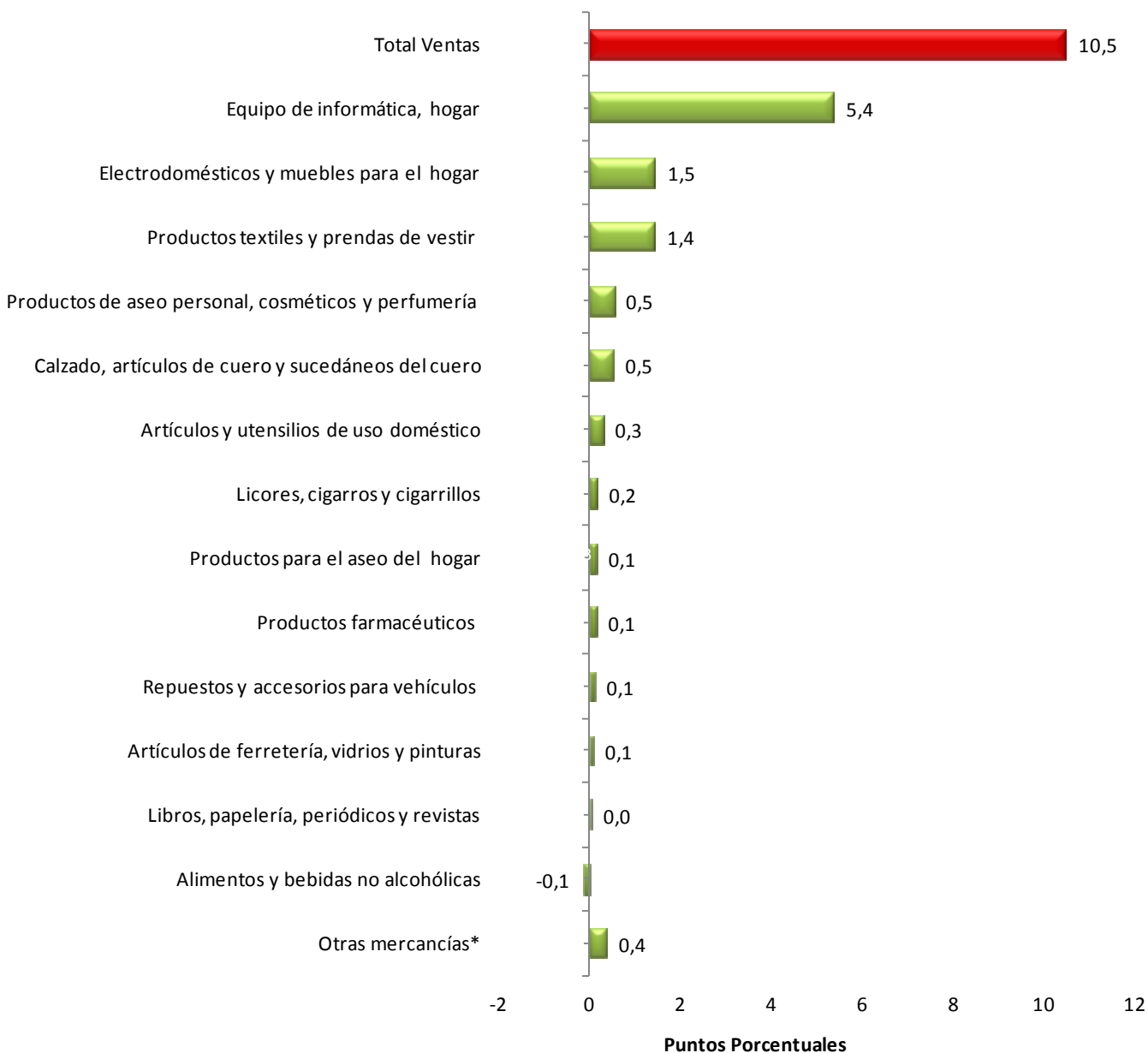
* Otras mercancías, incluye: juguetes, bicicletas, artículos de deporte, piñatería, artículos para bebés, gas propano en cilindros, lubricantes y aditivos para vehículos automotores, equipo fotográfico, revestimiento para pisos, etc.

El comportamiento de las ventas en los grandes almacenes e hipermercados minoristas se explica principalmente por el aumento de las ventas de equipo de informática, hogar; electrodomésticos y muebles para el hogar; y productos textiles y prendas de vestir, grupos que aportaron en conjunto 8,3 puntos porcentuales a la variación total.

Gráfico 13. Contribución doce meses a la variación de las ventas reales

Total nacional

III - II trimestre (2011/2012)



Fuente: DANE - GAHM

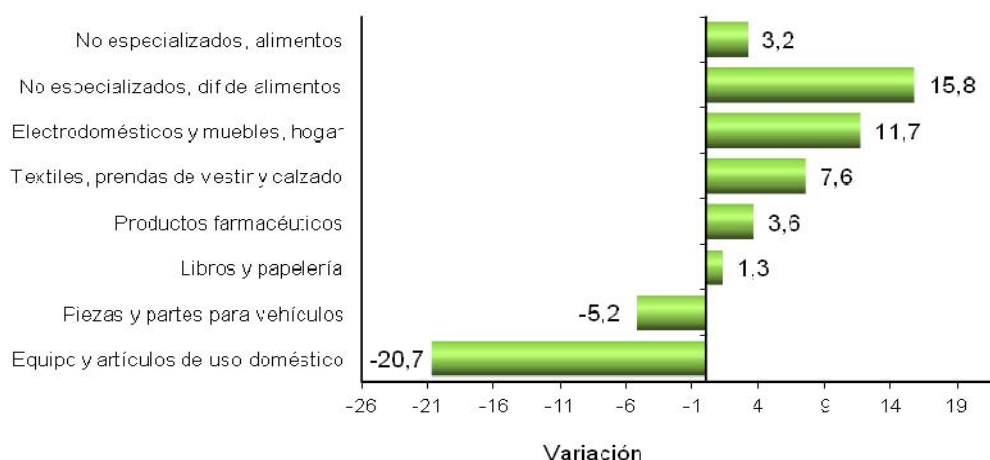
* Otras mercancías, incluye: juguetes, bicicletas, artículos para deporte, piñatería, artículos para bebés, gas propano en cilindros, lubricantes y aditivos para vehículos automotores, equipo fotográfico, revestimiento para pisos, etc.

1.2 Actividad comercial CIU Rev. 3

1.2.1 Variación anual: II trimestre de 2012

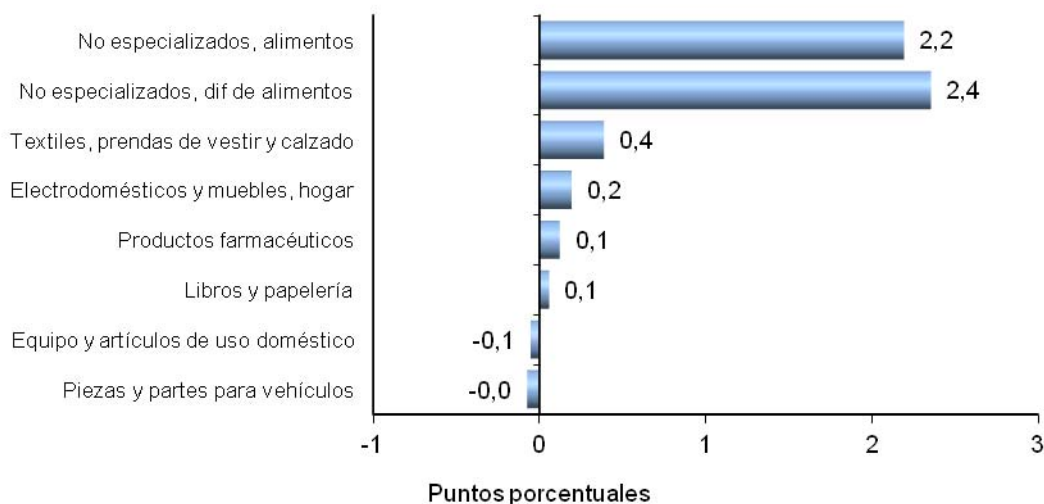
De acuerdo con el tipo de actividad comercial (CIU Rev.3) desarrollada por las empresas investigadas, en el segundo trimestre de 2012 se registró un aumento en las ventas reales del comercio no especializado de 15,8% en aquellas con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos, y de 3,2% en los que tienen surtido compuesto principalmente de alimentos. En el comercio especializado los principales crecimientos se registraron en: electrodomésticos y muebles para el hogar; textiles, prendas de vestir y calzado; y productos farmacéuticos.

Gráfico 14. Variación anual de las ventas reales, según actividad comercial
Total nacional
II trimestre 2012



Fuente: DANE – GAHM

Gráfico 15. Contribución a la variación anual de las ventas reales, según actividad comercial
Total nacional
II trimestre 2012

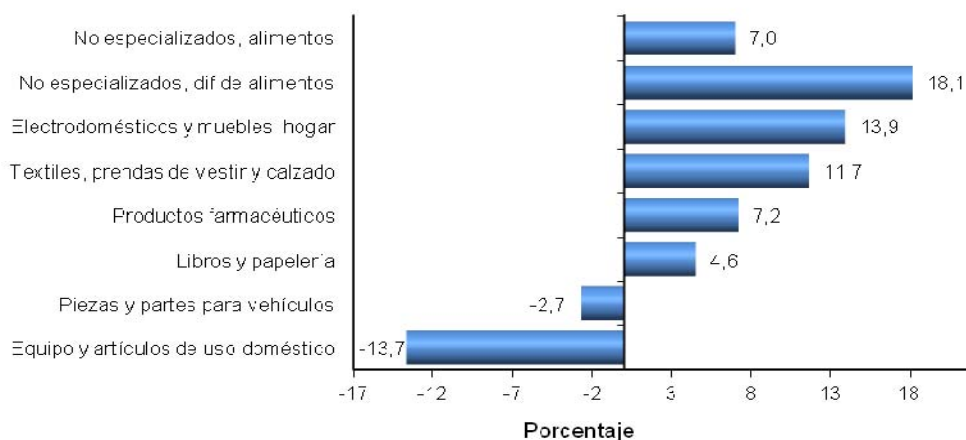


Fuente: DANE – GAHM

1.2.1 Variación año corrido

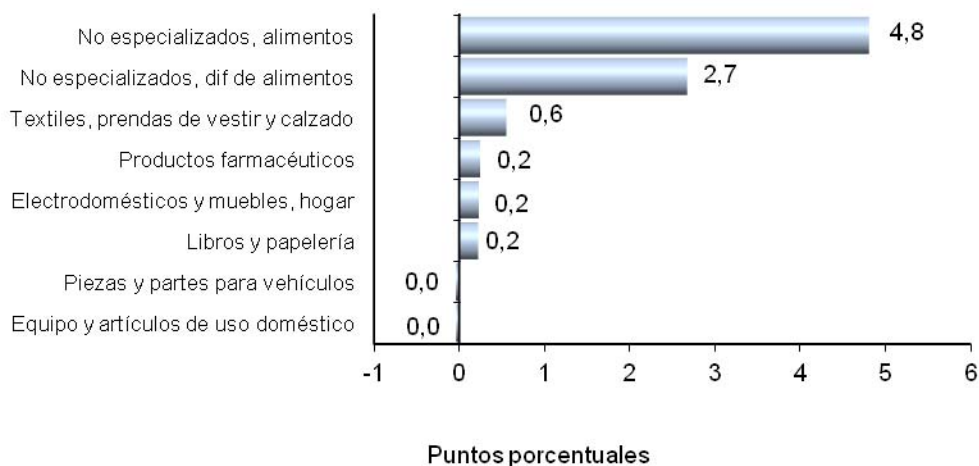
De acuerdo con el tipo de actividad comercial (CIIU Rev.3) desarrollada por las empresas investigadas, en el primer semestre de 2012 se registró un aumento en las ventas reales del comercio no especializado de 18,1% en aquellas con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos, y de 7,0% en los que tienen surtido compuesto principalmente de alimentos. En el comercio especializado los principales crecimientos se registraron en: electrodomésticos y muebles para el hogar; textiles, prendas de vestir y calzado; y productos farmacéuticos.

Gráfico 16. Variación año corrido de las ventas reales, según actividad comercial
Total nacional
I - II trimestre 2012



Fuente: DANE – GAHM

Gráfico 17. Contribución a la variación año corrido de las ventas reales, según actividad comercial
Total nacional
I - II trimestre 2012

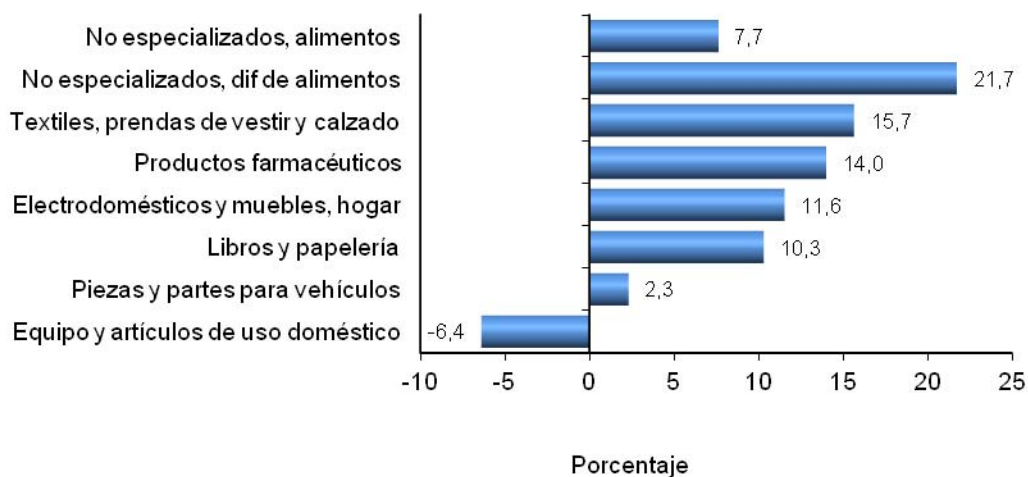


Fuente: DANE – GAHM

1.2.2 Variación doce meses

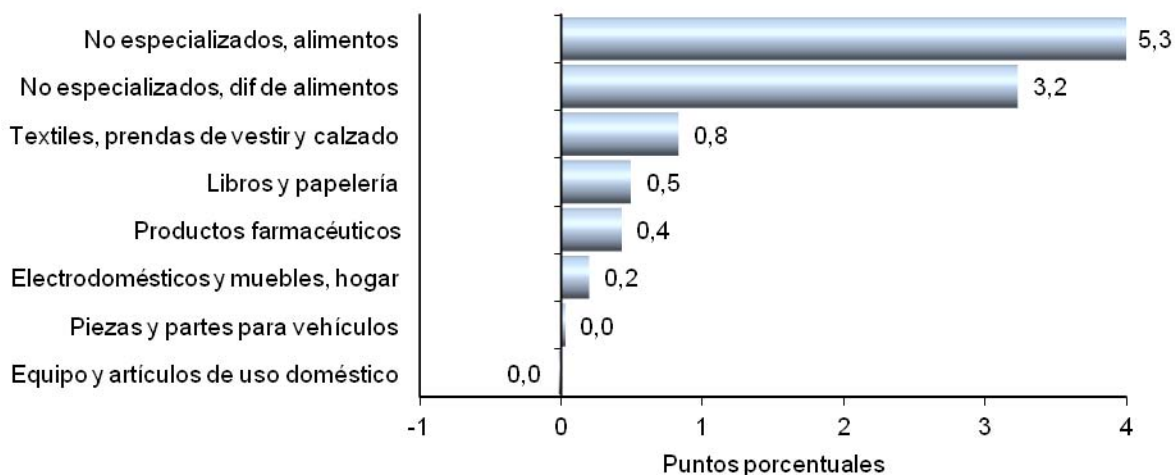
En los últimos cuatro trimestres hasta el segundo trimestre de 2012, los principales aumentos de las ventas reales se registraron en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (21,7%). Las empresas especializadas que presentaron los mayores incrementos en sus ventas reales fueron las dedicadas al comercio de: textiles, prendas de vestir y calzado; productos farmacéuticos; y electrodomésticos y muebles para el hogar.

Gráfico 18. Variación doce meses de las ventas reales, según actividad comercial
Total nacional
III- II trimestre (2011/2012)



Fuente: DANE – GAHM

Gráfico 19. Contribución doce meses a la variación de las ventas reales, según actividad comercial
Total nacional
III- II trimestre (2011/2012)



Fuente: DANE – GAHM

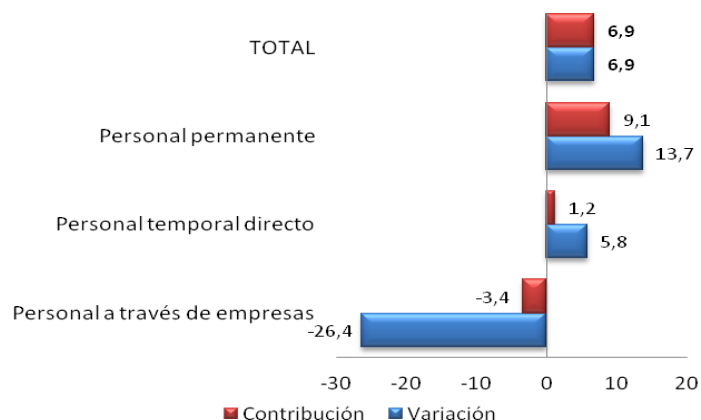
2. PERSONAL OCUPADO

2.1 Categoría de Contratación

2.1.1 Variación anual: II trimestre de 2012

En el segundo trimestre de 2012, el personal ocupado asociado a los grandes almacenes e hipermercados minoristas aumentó 6,9% con respecto al mismo periodo de 2011, explicado principalmente por el crecimiento en la contratación de personal permanente y personal temporal directo, que aportaron en conjunto 10,3 puntos porcentuales a la variación total.

Gráfico 20. Variación y contribución anual del personal ocupado, según categoría de contratación
Total nacional
II trimestre 2012

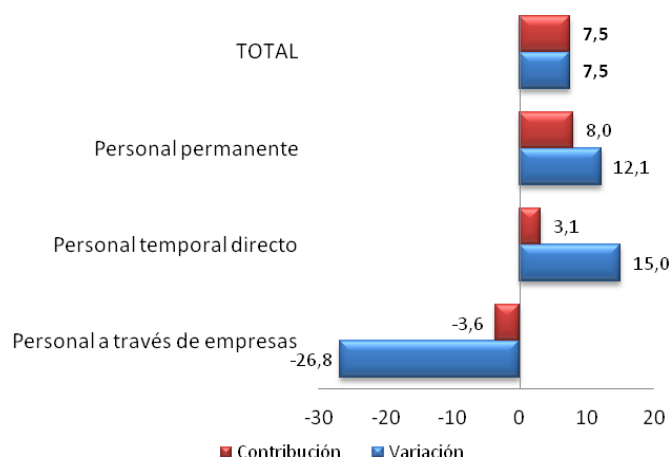


Fuente: DANE – GAHM

2.1.1 Variación año corrido

En el primer semestre de 2012, el personal ocupado asociado a los grandes almacenes e hipermercados minoristas aumentó 7,5% con respecto al mismo periodo de 2011 explicado principalmente por el crecimiento en la contratación de personal permanente y personal temporal directo, que aportaron en conjunto 10,8 puntos porcentuales a la variación total.

Gráfico 21. Variación y contribución año corrido del personal ocupado, según categoría de contratación
Total nacional
I - II trimestre 2012

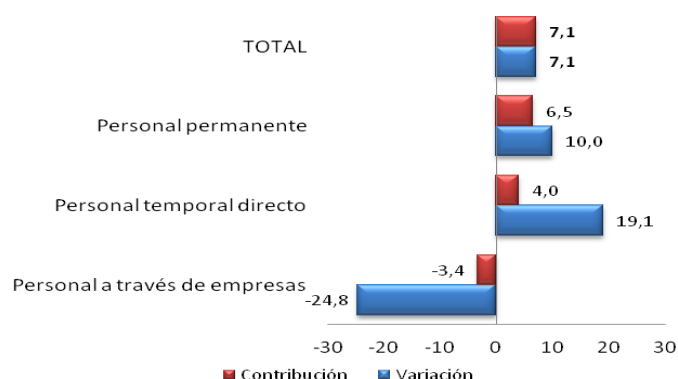


Fuente: DANE – GAHM

2.1.2 Variación doce meses

En los últimos cuatro trimestres hasta el segundo trimestre de 2012, el personal ocupado por los grandes almacenes e hipermercados minoristas, presentó un aumento de 7,1% respecto al año precedente, debido al crecimiento del personal permanente y el personal temporal directo, que en conjunto contribuyeron con 10,5 puntos porcentuales. Este efecto fue contrarrestado en parte por el comportamiento del personal ocupado a través de empresas que disminuyó 24,8%, lo que significó una contribución de -3,4 puntos porcentuales.

Gráfico 22. Variación y contribución doce meses del personal ocupado, según categoría de contratación
Total nacional
III- II trimestre (2011/2012)



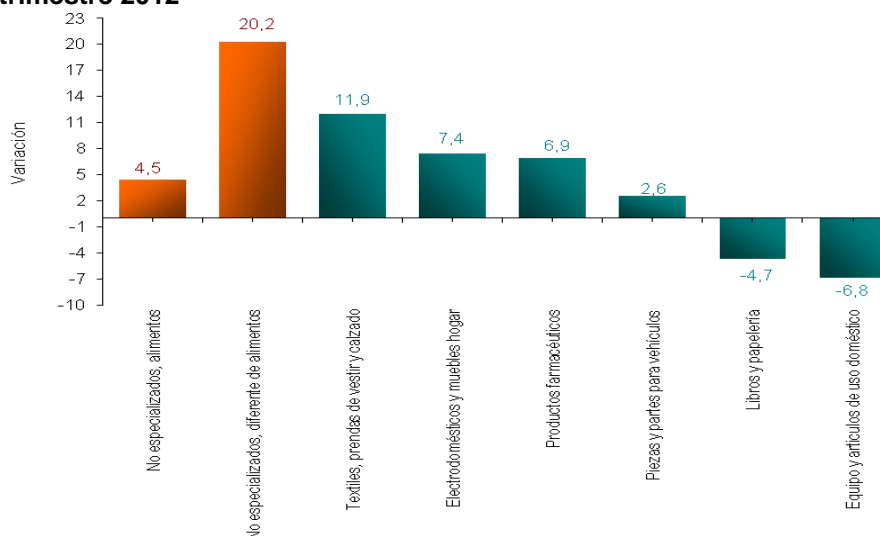
Fuente: DANE – GAHM

2.2 Personal ocupado en la actividad comercial, según CIU Rev. 3 A.C.

2.2.1 Variación anual: II trimestre de 2012

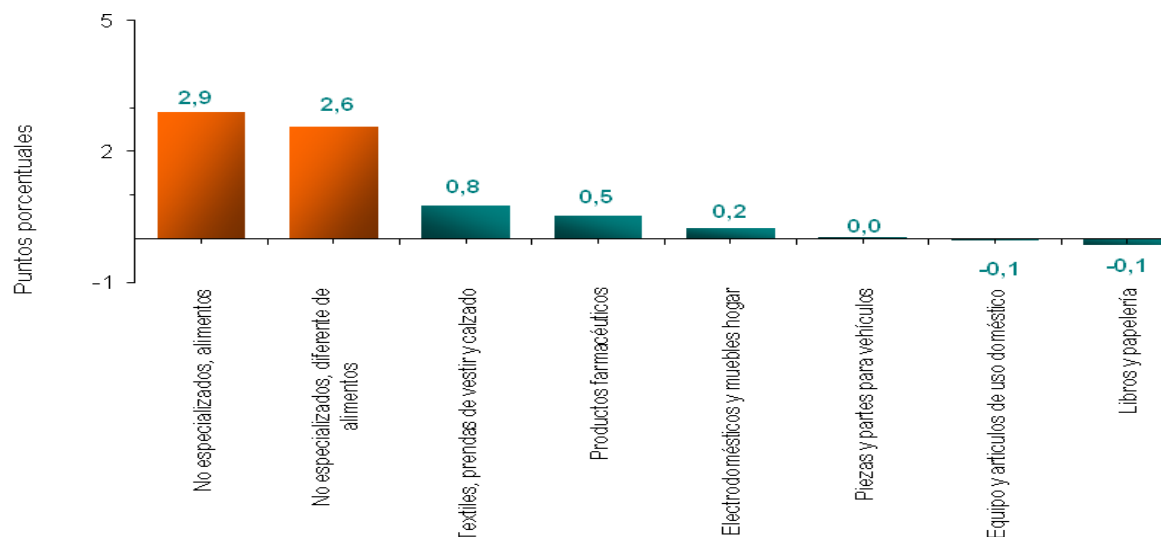
En el segundo trimestre de 2012, la mayor variación en el personal ocupado se registró en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (20,2%), mientras que la mayor contribución positiva se presentó en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos, que aportó 2,9 puntos porcentuales.

Gráfico 23. Variación anual del personal ocupado, según actividad comercial
Total nacional
II trimestre 2012



Fuente: DANE – GAHM

Gráfico 24. Contribución anual a la variación del personal ocupado, según actividad comercial
Total nacional
II trimestre 2012

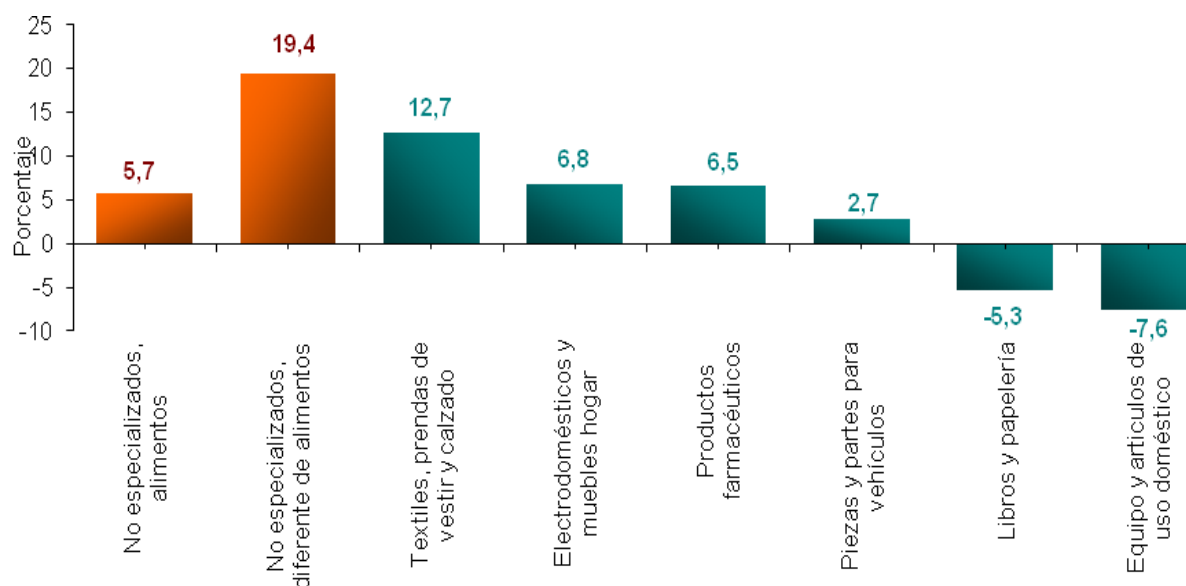


Fuente: DANE – GAHM

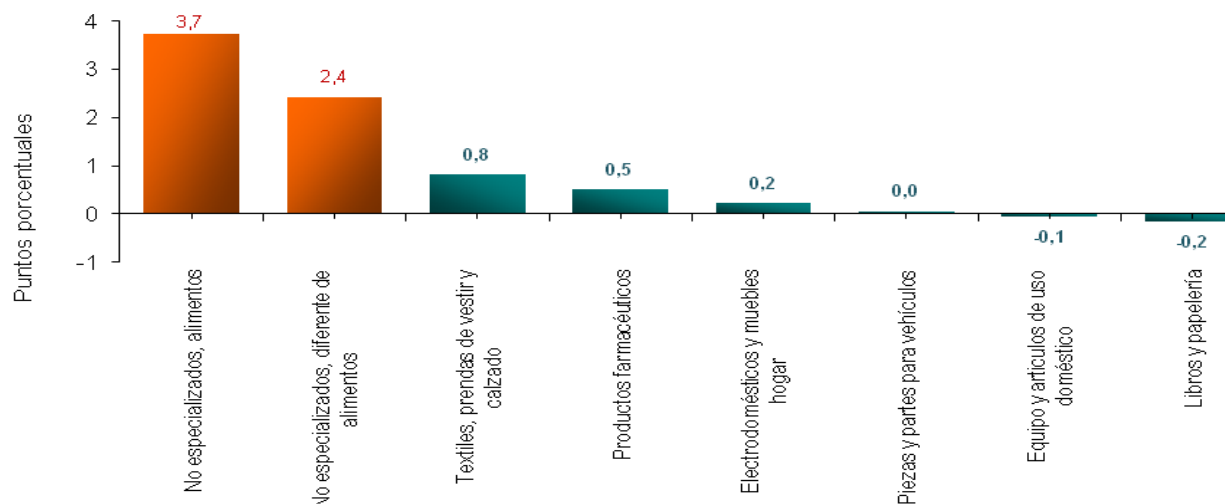
2.2.2 Variación año corrido

Durante el primer semestre de 2012, la mayor variación del personal ocupado se registró en los establecimientos no especializados, con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos; la principal contribución positiva se registró en los establecimientos no especializados, con surtido compuesto principalmente por alimentos (3,7 puntos porcentuales).

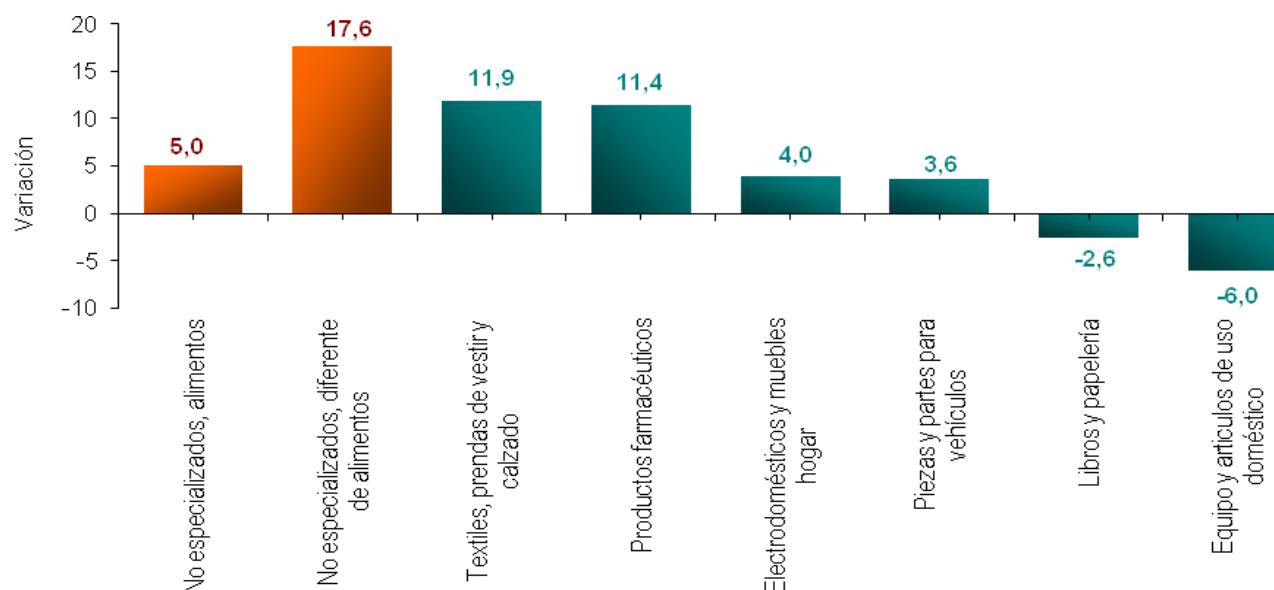
Gráfico 25. Variación año corrido del personal ocupado, según actividad comercial
Total nacional
I- II trimestre (2012/2011)



Fuente: DANE - GAHM

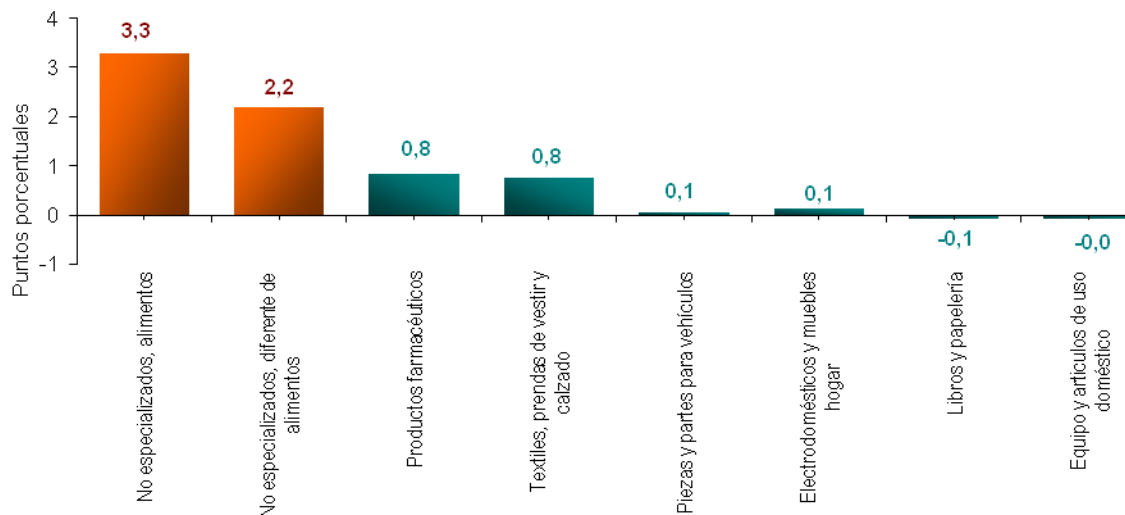
Gráfico 26. Contribución año corrido del personal ocupado, según actividad comercial**Total nacional****I- II trimestre (2012/2011)****2.2.3 Variación doce meses**

Durante los últimos cuatro trimestres hasta el segundo trimestre de 2012, los establecimientos no especializados, con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos presentaron la mayor variación en el personal ocupado (17,6%); a su vez, la principal contribución positiva en el personal ocupado se registró en los establecimientos no especializados, con surtido compuesto principalmente por alimentos (3,3 puntos porcentuales).

Gráfico 27. Variación doce meses del personal ocupado, según actividad comercial**Total nacional****III-II trimestre (2011/2012)**

Fuente: DANE - GAHM

Gráfico 28. Contribución doce meses a la variación del personal ocupado, según actividad comercial
Total nacional
III-II trimestre (2011/2012)



Fuente: DANE – GAHM

3. ÁREA DE VENTAS

En el segundo trimestre de 2012, los grandes almacenes e hipermercados minoristas reportaron un área de ventas disponible al público de 2.807.047 m², lo que significó un aumento de 5,6% comparado con el mismo periodo de 2011.

Tabla 2. Área de ventas de los Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas Total nacional 2005 – 2012 (II trimestre)

Trimestre	No especializados	Especializados	Total	Var. Anual (%)
V05	1.492.219	206.638	1.698.857	9,1
II/05	1.479.324	208.297	1.687.621	7,6
III/05	1.516.796	212.010	1.728.806	9,8
IV/05	1.555.680	219.611	1.775.291	8,6
V06	1.596.099	222.252	1.818.351	7,0
II/06	1.618.940	229.330	1.848.270	9,5
III/06	1.637.650	233.772	1.871.422	8,2
IV/06	1.720.698	238.342	1.959.040	10,4
V07	1.787.570	241.651	2.029.221	11,6
II/07	1.817.232	246.499	2.063.731	11,7
III/07	1.862.242	250.140	2.112.382	12,9
IV/07	1.911.522	261.751	2.173.273	10,9
V08	1.937.260	267.131	2.204.391	8,6
II/08	1.960.777	272.200	2.232.977	8,2
III/08	2.000.518	277.145	2.277.663	7,8
IV/08	2.056.309	284.940	2.341.249	7,7
V09	2.111.456	292.608	2.404.064	9,1
II/09	2.116.063	300.037	2.416.100	8,2
III/09	2.115.768	304.639	2.420.407	6,3
IV/09	2.157.509	310.783	2.468.292	5,4
V10	2.187.339	313.325	2.500.664	4,0
II/10	2.218.559	318.653	2.537.212	5,0
III/10	2.231.065	324.837	2.555.902	5,6
IV/10	2.260.626	335.528	2.596.154	5,2
V11	2.271.390	347.896	2.619.286	4,7
II/11	2.304.938	352.727	2.657.665	4,7
III/11	2.339.311	358.465	2.697.776	5,6
IV/11	2.371.641	374.313	2.745.954	5,8
V12	2.398.851	377.952	2.776.803	6,0
II/12	2.425.900	381.147	2.807.047	5,6

Fuente: DANE- GAHM

En este periodo, el comercio no especializado participó con el 86,4% del total del área de ventas, mientras que el comercio especializado lo hizo con el 13,6% restante.

FICHA METODOLÓGICA

- 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.
- Alcance:** Comercio de productos nuevos en los Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y comercio de vehículos nuevos automotores de producción nacional e importada.
- Universo de estudio:** Los Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y empresas comerciantes de vehículos automotores nuevos (importadores y productores nacionales).
- Tipo de investigación:** Censo.
- Unidad estadística:** empresa comercial minorista.
- 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)
- Cobertura:** nacional, para las empresas que cumplen los parámetros de ventas y/o personal ocupado, establecidos para la investigación.
- Muestra:** 120 fuentes en grandes almacenes e hipermercados minoristas y 20 fuentes de importadores y ensambladoras de vehículos.
- Ventas reales:** valor nominal de las ventas deflactadas por el índice de precios al consumidor según grupos de mercancías.
- Variación anual:** variación porcentual calculada entre el trimestre del año en referencia (i,t) y el mismo trimestre del año anterior (i, t-1).
- 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 periodo del año anterior (total trimestre hasta i,t-1).
- 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 periodo del año anterior (doce meses hasta trimestre de referencia año t / doce meses hasta mes de referencia año t-1)