



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

Contenido



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



Resumen

Resultados Generales

Primera parte: Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas

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

Segunda parte: Comercio de Vehículos Automotores Nuevos

1. Unidades vendidas
2. Valor de las ventas

Anexos

Director

Jorge Raúl Bustamante Roldán

Subdirector

Carlos Eduardo Sepúlveda Rico

Director de Metodología y Producción Estadística

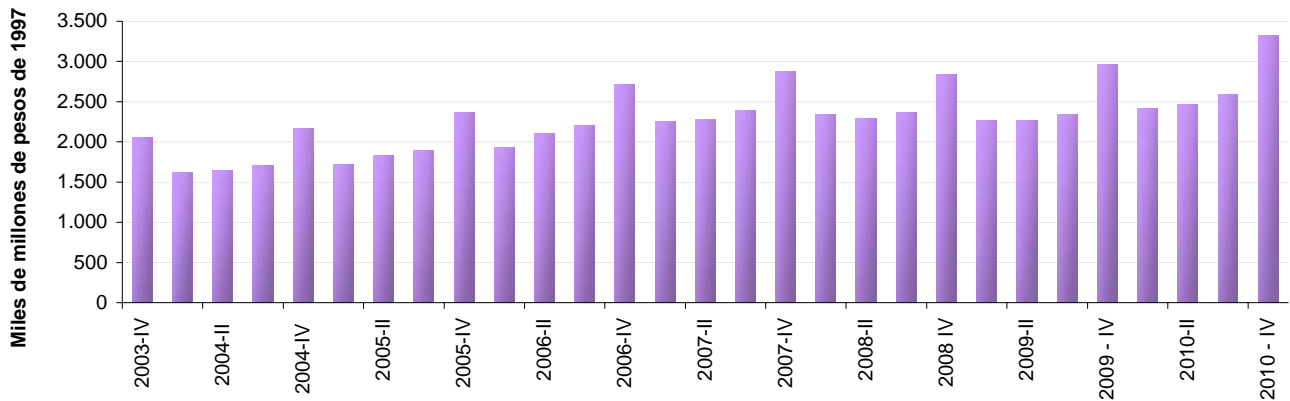
Eduardo Efraín Freire Delgado

Resumen

- En el cuarto trimestre de 2010, las ventas reales de los Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas aumentaron 12,4%, en comparación con el mismo trimestre del año precedente. El personal ocupado registró, durante este período, un aumento de 2,2% respecto al cuarto trimestre de 2009.
- Durante este período, los grupos de mercancías que presentaron las principales variaciones positivas en las ventas reales fueron: artículos de ferretería, vidrios y pinturas (29,9%); calzado, artículos de cuero (29,3%); electrodomésticos y muebles para el hogar (24,3%); productos textiles y prendas de vestir (21,9%); y equipo de informática, hogar (20,6%). En contraste, el único grupo de mercancías que registró variación negativa fue licores y cigarrillos (-2,0%).
- En el año 2010, las ventas reales de los Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas aumentaron 9,7% respecto al año 2009; se destaca la variación positiva de las siguientes líneas de mercancías: calzado y artículos de cuero (24,0%); artículos de ferretería, vidrios y pintura (23,2%); electrodomésticos y muebles para el hogar (23,1%); y equipo de informática, hogar (20,0%). En este período, el personal ocupado registró un aumento de 1,9% respecto al año anterior.
- En el cuarto trimestre de 2010, los inventarios reales presentaron una variación de 8,8%, comparados con igual período de 2009.
- En los últimos tres meses de 2010, el total de las ventas de vehículos automotores (nacionales e importados) aumentaron 51,1% con respecto al mismo período de 2009.

RESULTADOS GENERALES

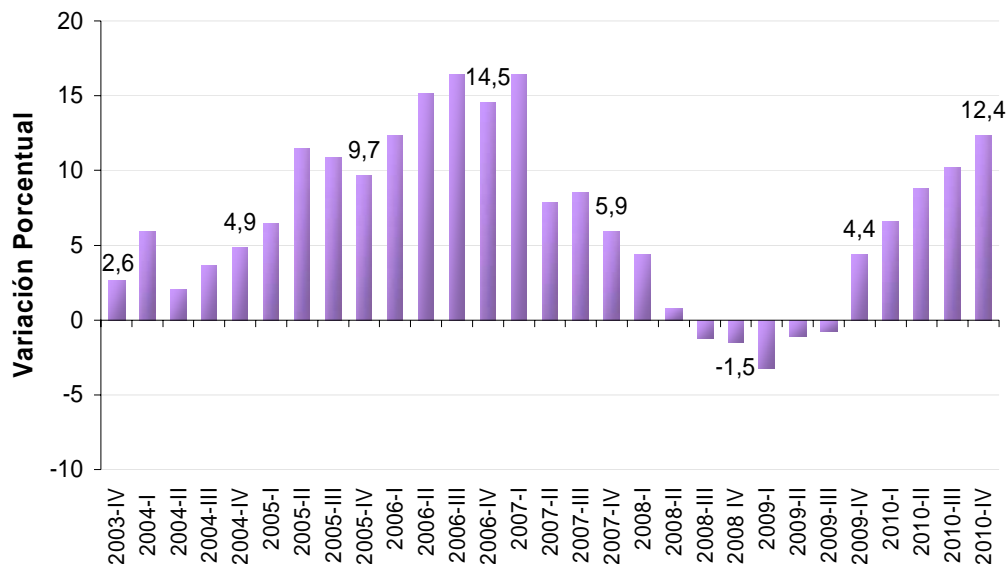
Gráfico 1
Ventas reales en grandes almacenes
Total nacional
IV Trimestre (2003 – 2010)



Fuente: DANE – GAHM

En el cuarto trimestre de 2010, las ventas del comercio minorista en los grandes almacenes aumentaron 12,4%, frente al mismo trimestre de 2009.

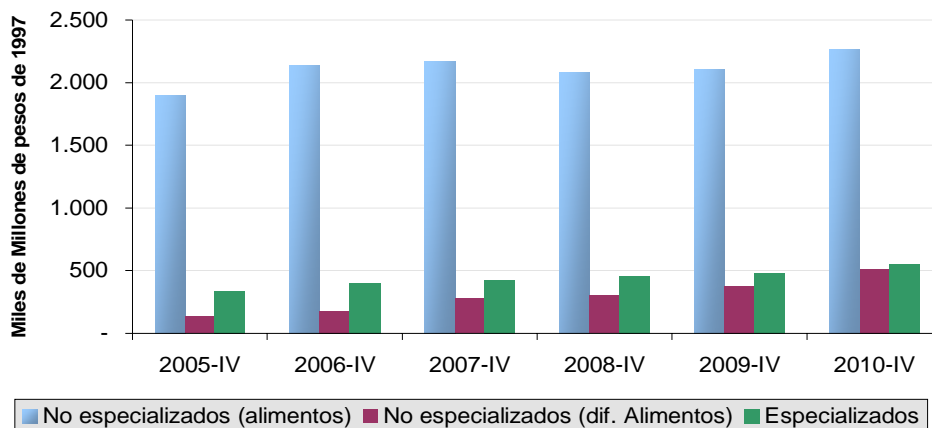
Gráfico 2
Variación anual de las ventas reales en grandes almacenes minoristas e hipermercados
Total nacional
IV Trimestre (2003 –2010)



Fuente: DANE - GAHM

Durante el cuarto trimestre de 2010, 83,4% de las ventas reales (\$ 2 261 miles de millones de pesos de 1997) se realizaron en almacenes no especializados.

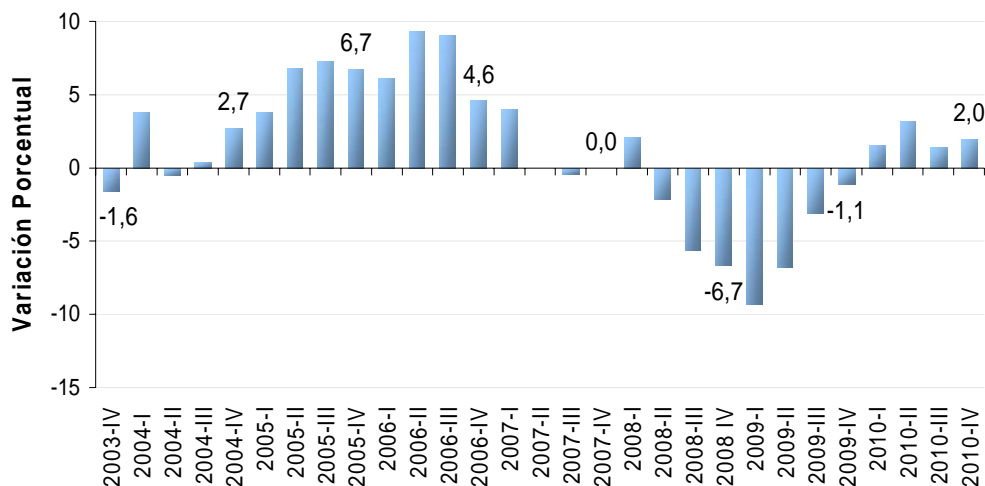
Gráfico 3
Ventas reales en grandes almacenes e hipermercados por tipo de almacén
Total nacional
IV Trimestre (2005 – 2010)



Fuente: DANE - GAHM

En el cuarto trimestre de 2010, las ventas reales de alimentos y bebidas no alcohólicas presentaron un crecimiento de 2,0% respecto al mismo período del año anterior.

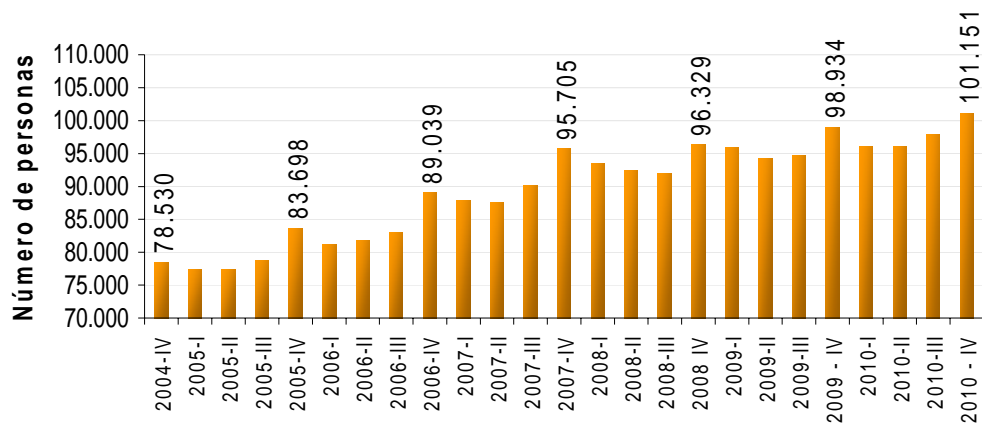
Gráfico 4
Variación anual de las ventas reales de alimentos y bebidas no alcohólicas en grandes almacenes minoristas e hipermercados
Total nacional
IV Trimestre (2003 – 2010)



Fuente: DANE - GAHM

El personal ocupado asociado al comercio minorista de los grandes almacenes e hipermercados llegó a un total de 101.151 personas ocupadas, lo que significó un aumento de 2,2% frente al cuarto trimestre de 2009.

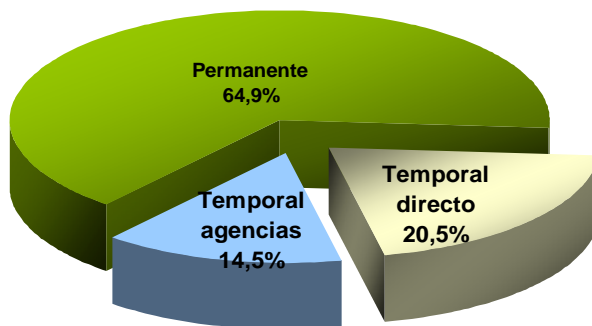
Gráfico 5
Personal ocupado por los grandes almacenes minoristas e hipermercados
Total nacional
IV Trimestre (2004 –2010)



Fuente: DANE - GAHM

En el cuarto trimestre de 2010, 64,9% del personal que ocuparon los grandes almacenes minoristas e hipermercados era permanente, 20,5% era temporal directo y 14,5% temporal por agencias.

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



Fuente: DANE GAHM

1. VENTAS REALES

1.1 Grupos de mercancías

1.1.1 Variación anual: IV trimestre (2010/2009)

Durante el cuarto trimestre de 2010, las ventas reales aumentaron 12,4%. Los grupos de mercancías que presentaron las principales variaciones positivas fueron: artículos de ferretería, vidrios y pintura (29,9%); calzado, artículos de cuero (29,3%); electrodomésticos y muebles para el hogar (24,3%); y productos textiles y prendas de vestir (21,9%). Por su parte, el único grupo de mercancías que registró un comportamiento negativo fue licores y cigarrillos (-2,0%).

Gráfico 7

Variación anual de las ventas reales

Total nacional

IV Trimestre (2010/2009)

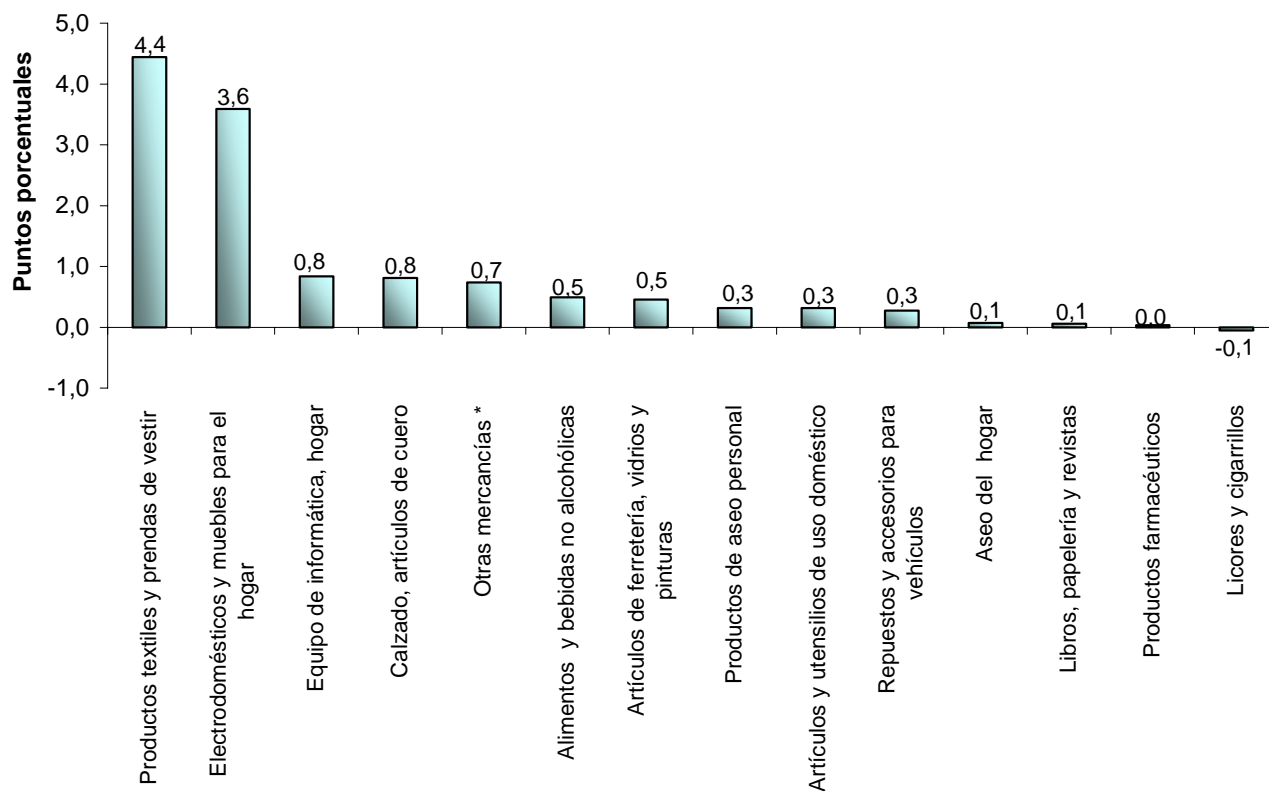


Fuente DANE – GAHM

* 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.

Productos textiles y prendas de vestir fue el grupo de mercancías que presentó la mayor contribución positiva (4,4 puntos porcentuales) a la variación total del período.

Gráfico 8
Contribución anual a la variación de las ventas reales
Total nacional
IV 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 doce meses: I - IV Trimestre (2010-2009)

En el año 2010, las ventas reales del comercio minorista en los grandes almacenes e hipermercados aumentaron 9,7% respecto al año 2009. Los grupos de mercancías que presentaron las principales variaciones positivas fueron: calzado y artículos de cuero (24,0%); artículos de ferretería, vidrios y pinturas (23,2%); electrodomésticos y muebles para el hogar (23,1%); y equipo de informática y hogar (20,0%). Por su parte, las únicas reducciones se registraron en las ventas de: productos farmacéuticos (-1,2%); y licores y cigarrillos (-1,1%).

Gráfico 9
Variación doce meses de las ventas reales
Total nacional
I - IV Trimestre (2010-2009)

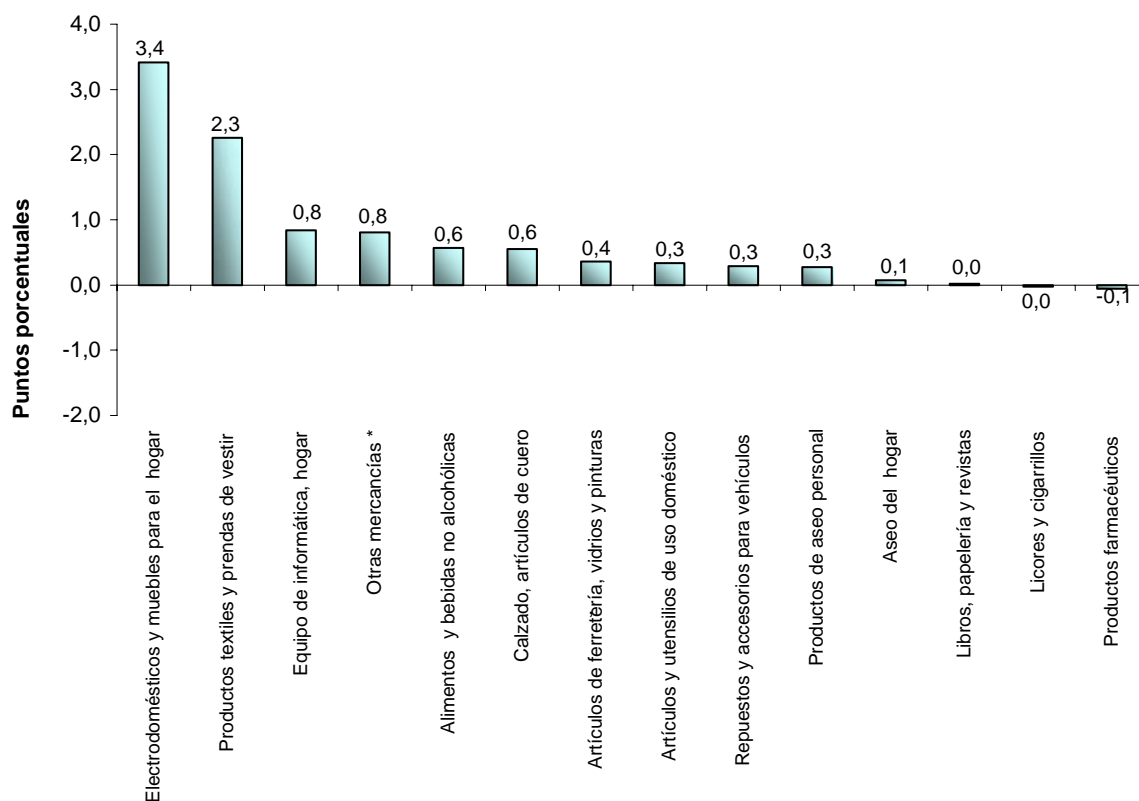


Fuente DANE – GAHM

* 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.

El comportamiento de las ventas en los Grandes Almacenes e Hipermercados se explica principalmente por el aumento de las ventas de electrodomésticos y muebles para el hogar; y productos textiles y prendas de vestir, que aportaron en conjunto 5,7 puntos porcentuales a la variación total del comercio.

Gráfico 10
Contribución doce meses a la variación de las ventas reales
Total nacional
I – IV 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.

1.2 Actividad comercial CIU Rev. 3

1.2.1 Variación anual: IV trimestre (2010/2009)

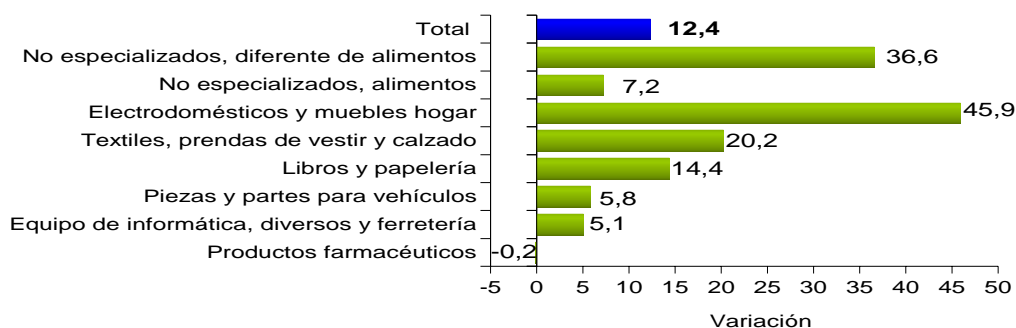
De acuerdo con el tipo de actividad comercial (CIU Rev.3) desarrollada por las empresas investigadas, en el cuarto trimestre de 2010 se registró un aumento en las ventas reales del comercio no especializado, con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (36,6%); en el comercio no especializado, con surtido compuesto principalmente de alimentos, la variación fue 7,2%. Por su parte, en el comercio especializado los principales crecimientos se registraron en: electrodomésticos y muebles para el hogar (45,9%); textiles, prendas de vestir y calzado (20,2%); y libros y papelería (14,4%). La única actividad que presentó un comportamiento negativo fue productos farmacéuticos (-0,2%).

Gráfico 11

Variación anual de las ventas reales, según actividad comercial

Total nacional

IV Trimestre (2010/2009)



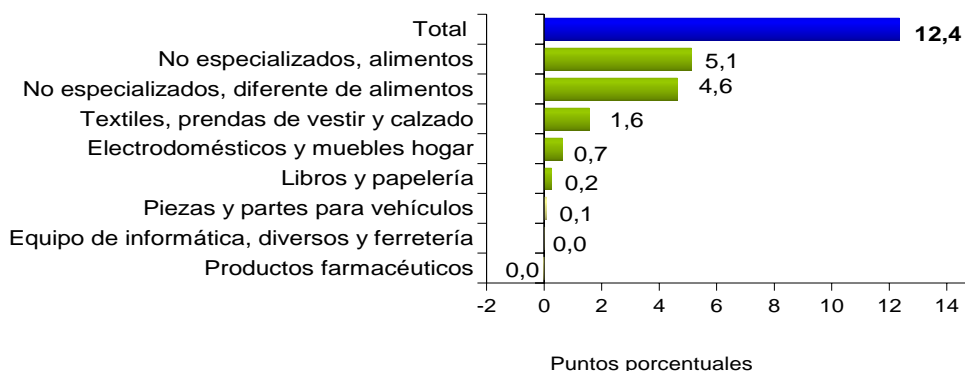
Fuente DANE – GAHM

Gráfico 12

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

Total nacional

IV Trimestre (2010/2009)

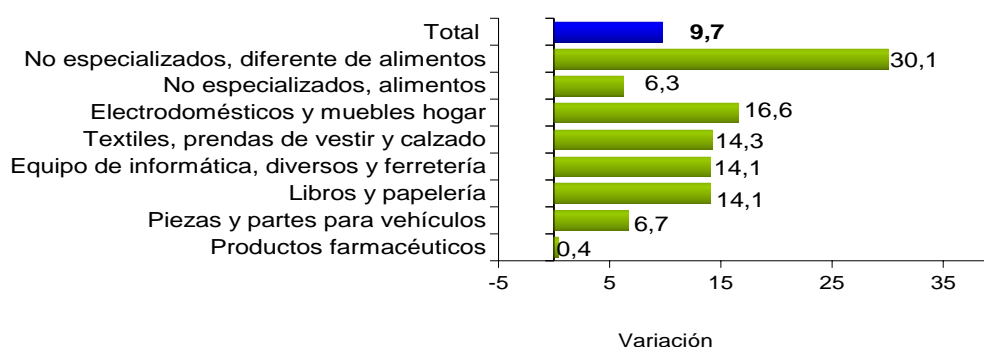


Fuente DANE – GAHM

1.2.2 Variación doce meses: I–IV Trimestre (2010- 2009)

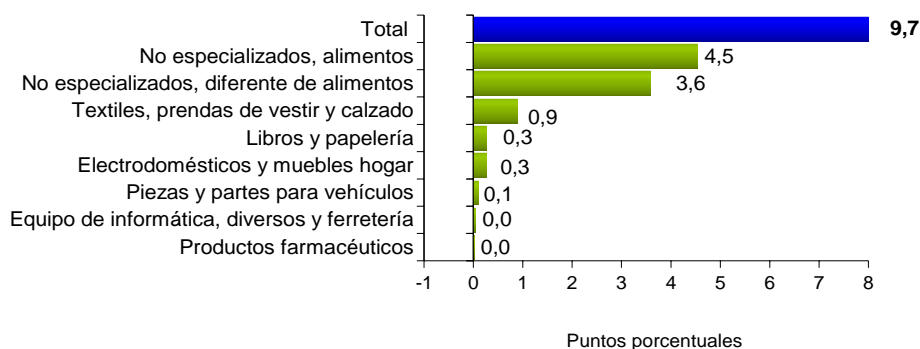
Durante el año 2010, los principales aumentos de las ventas reales se registraron en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (30,1%). Las empresas especializadas que presentaron los mayores incrementos en sus ventas reales fueron: electrodomésticos y muebles para el hogar (16,6%); textiles, prendas de vestir y calzado (14,3%); equipo de informática, diversos y ferretería (14,1%); y libros y papelería (14,1%).

Gráfico 13
Variación doce meses de las ventas reales, según actividad comercial
Total nacional
I - IV trimestre (2010/ 2009)



Fuente DANE – GAHM

Gráfico 14
Contribución doce meses a la variación de las ventas reales, según actividad comercial
Total nacional
I -IV trimestre (2010/ 2009)



Fuente DANE – GAHM

2. PERSONAL OCUPADO

2.1 Categoría de Contratación

2.1.1 Variación anual: IV Trimestre (2010/2009)

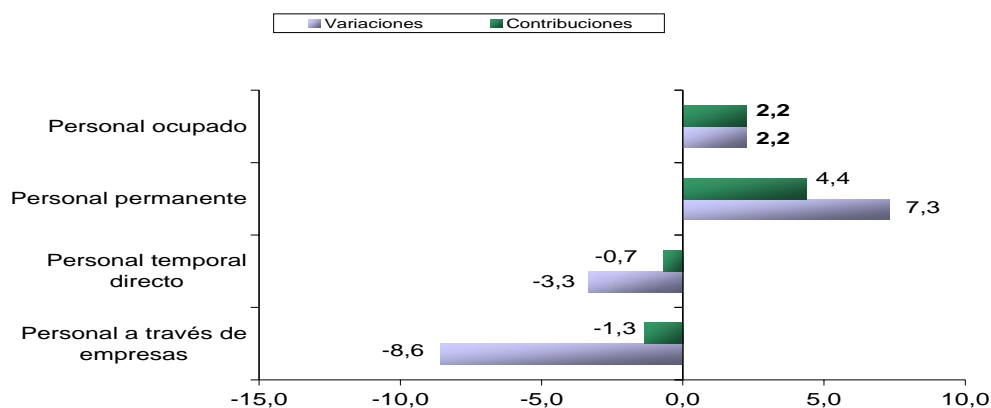
En el cuarto trimestre de 2010, el personal ocupado asociado a los grandes almacenes e hipermercados minoristas aumentó 2,2% con respecto al mismo período de 2009. La categoría de personal que explica este comportamiento es el personal permanente que aportó 7,3 puntos porcentuales a la variación total.

Gráfico 15

Variación y Contribución anual del personal ocupado, según categoría de contratación

Total nacional

IV Trimestre (2010/2009)



Fuente DANE – GAHM

2.1.2 Variación doce meses: I-IV Trimestre (2010-2009)

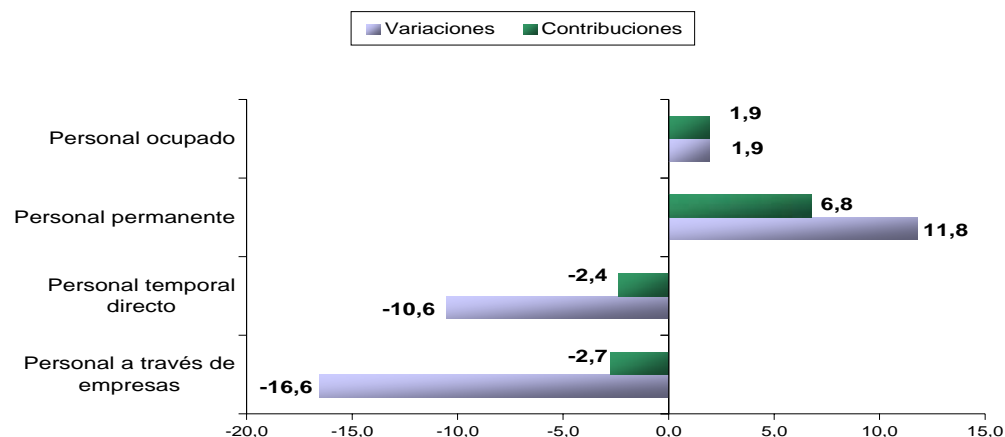
Durante 2010, el personal ocupado generado por los Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas, presentó un aumento de 1,9% respecto al año anterior. El crecimiento del personal permanente con su aporte de 6,8 puntos porcentuales a la variación total del indicador logró contrarrestar la disminución de los temporales directo y través de empresas, cuyo aporte negativo en conjunto fue 5,1 puntos porcentuales a la variación total.

Gráfico 16

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

Total nacional

I – IV trimestre (2010 – 2009)



Fuente DANE – GAHM

2.2 Actividad comercial CIU Rev. 3

2.2.1 Variación anual: IV Trimestre (2010/2009)

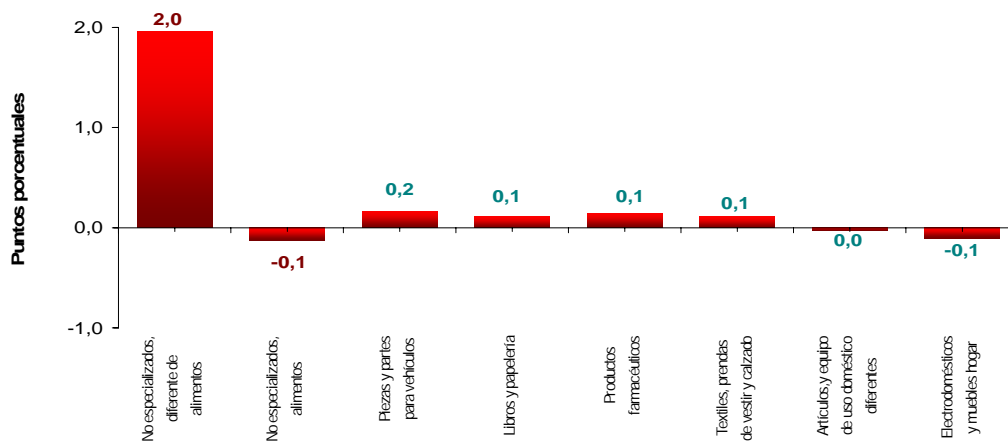
En el cuarto trimestre de 2010 el personal ocupado por los Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas, según actividad CIU Rev. 3, aumentó 2,2%. Durante este período, la mayor contribución positiva se registró en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos, que contribuyó con 2,0 puntos porcentuales.

Gráfico 17

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

Total nacional

IV Trimestre (2010/2009)



Fuente DANE – GAHM

2.2.2 Variación doce meses: I-IV trimestre (2010/2009)

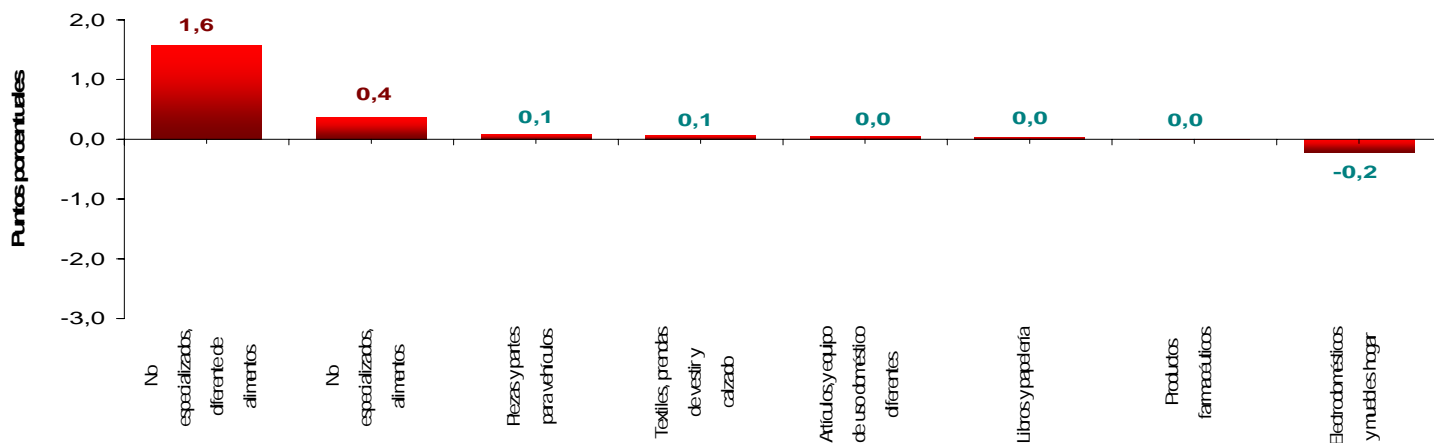
Durante el año 2010, el personal ocupado en los grandes almacenes e hipermercados minoristas se incrementó 1,9%. La principal contribución positiva se registró en las empresas no especializadas, con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (1,6 puntos porcentuales).

Gráfico 18

Contribución doce meses a la variación del personal ocupado, según actividad comercial

Total nacional

I – IV Trimestre (2010/2009)



Fuente DANE – GAHM

3. INVENTARIOS FINALES

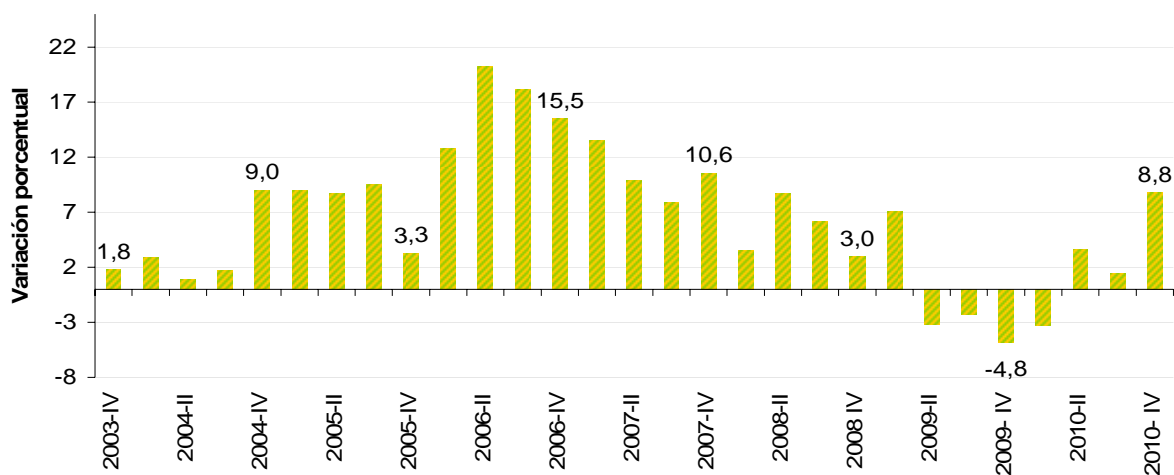
Gráfico 19
Inventarios finales reales en los grandes almacenes
IV Trimestre (2003/2010)



Fuente: DANE - GAHM

En el cuarto trimestre de 2010, los inventarios reales finales de los grandes almacenes e hipermercados minoristas registraron un crecimiento de 8,8% en las existencias.

Gráfico 20
Variación anual de los inventarios finales reales de los grandes almacenes minoristas
Total nacional
IV Trimestre (2003/2010)



Fuente: DANE - GAHM

Durante el cuarto trimestre de 2010, las principales variaciones positivas en acumulación de inventarios de acuerdo con la CIIU Rev.3 se presentaron en: establecimientos especializados en el comercio de textiles, prendas de vestir y calzado (32,2%), seguido por los establecimientos no especializados con surtido de productos diferentes de alimentos (29,9%), y los especializados en la comercialización de partes, piezas y accesorios para vehículos automotores (10,2%); mientras que las empresas especializadas en equipo y artículos diversos de consumo doméstico, muebles para oficina, equipo fotográfico y equipo óptico, presentaron variación negativa (-6,1%).

4. ÁREA DE VENTAS

En el cuarto trimestre de 2010, los grandes almacenes e hipermercados minoristas reportaron un área de ventas disponible al público de 2.599.066 m², lo que significó un aumento de 5,6% comparado con el mismo período de 2009.

Tabla 1
Área de ventas de los grandes almacenes e hipermercados minoristas
Total nacional
I Trimestre 2003 - IV Trimestre 2010

Trimestre	No especializados	Especializados	Total	Variación anual
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
III/09	2.122.013	295.065	2.417.078	9,3
IV/09	2.161.842	299.966	2.461.808	8,7
I/10	2.187.180	303.308	2.490.488	6,0
II/10	2.214.749	308.202	2.522.951	6,9
III/10	2.234.619	313.803	2.548.422	5,4
IV/10	2.276.142	322.924	2.599.066	5,6

Fuente: DANE- GAHM

En este período, el comercio no especializado participó con el 87,6% del total del área, mientras que el comercio especializado lo hizo con el 12,4% restante.

FICHA METODOLÓGICA

1. **Objetivo:** Conocer el comportamiento de las ventas, el empleo y los inventarios de los Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas a nivel nacional y obtener información trimestral en volúmenes (unidades) y valores (miles de pesos) del comercio de vehículos nuevos (nacionales e importados) realizado directamente y/o por concesionarios autorizados en el ámbito nacional.
2. **Alcance:** Comercio de productos nuevos en los Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y comercio de vehículos nuevos automotores de producción nacional e importada.
3. **Universo de estudio:** Los Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y empresas comerciantes de vehículos automotores nuevos (importadores y productores nacionales).
4. **Tipo de investigación:** Censo.
5. **Unidad estadística:** empresa comercial minorista.
6. **Población objetivo:** Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas con ventas anuales mayores o iguales a 7.000 millones de pesos de 1997 (según la EAC/95) y/o personal ocupado mayor o igual a 200 y empresas comerciantes de vehículos automotores nuevos (importadores y productores nacionales)
7. **Cobertura:** nacional, para las empresas que cumplen los parámetros de ventas y/o personal ocupado, establecidos para la investigación.
8. **Muestra:** 120 fuentes en grandes almacenes e hipermercados minoristas y 20 fuentes de importadores y ensambladoras de vehículos.
9. **Ventas reales:** valor nominal de las ventas deflactadas por el índice de precios al consumidor según grupos de mercancías.
10. **Variación anual:** variación porcentual calculada entre el trimestre del año en referencia (i,t) y el mismo trimestre del año anterior (i, t-1).
11. **Variación acumulada en lo corrido del año:** variación porcentual calculada entre lo transcurrido desde enero hasta el trimestre de referencia del año (total trimestres hasta i,t), y lo transcurrido en igual período del año anterior (total trimestre hasta i,t-1).
12. **Variación acumulada anual:** variación porcentual calculada entre lo transcurrido desde los últimos doce meses hasta el trimestre de referencia del año, y lo transcurrido en igual período del año anterior (doce meses hasta trimestre de referencia año t / doce meses hasta mes de referencia año t-1)

Impreso en la Dirección de Mercadeo y Ediciones
Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE -
Bogotá, D.C. - Colombia