



GRANDES ALMACENES E HIPERMERCADOS MINORISTAS Y COMERCIO DE VEHICULOS AUTOMOTORES NUEVOS I Trimestre de 2011



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 primer trimestre de 2011, las ventas reales de los Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas aumentaron 7,8%, en comparación con el mismo trimestre del año precedente. El personal ocupado registró, durante este período, un aumento de 4,1% respecto al primer trimestre de 2010.
- Durante este período, los grupos de mercancías que presentaron las principales variaciones positivas en las ventas reales fueron: artículos de ferretería, vidrios y pinturas (29,8%); calzado, artículos de cuero (25,7%); electrodomésticos y muebles para el hogar (17,6%); productos textiles y prendas de vestir (16,1%); y equipo de informática, hogar (15,9%). En contraste, los únicos grupos de mercancías que registraron variaciones negativas fueron: alimentos y bebidas no alcohólicas (-1,9%); y licores y cigarrillos (-1,7%).
- En los últimos cuatro trimestres hasta el I trimestre de 2011, las ventas reales de los Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas aumentaron 10,1% respecto al mismo período del año precedente; se destaca la variación positiva de las siguientes líneas de mercancías: artículos de ferretería, vidrios y pintura (27,5%); calzado y artículos de cuero (26,3%); electrodomésticos y muebles para el hogar (23,4%); y equipo de informática, hogar (20,1%). Durante este período el personal ocupado registró un aumento de 3,0%.
- En el primer trimestre de 2011, los inventarios reales en los Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas presentaron una variación positiva de 12,3%, comparados con igual período de 2010.
- En este mismo período las ventas de vehículos automotores (nacionales e importados) registraron un crecimiento de 41,7% respecto al mismo período de 2010.
- En los últimos cuatro trimestres, el total de las ventas de vehículos automotores (nacionales e importados) aumentó 50,8% con respecto al mismo período del año precedente.

Director

Jorge Raúl Bustamante Roldán

Subdirector (e)

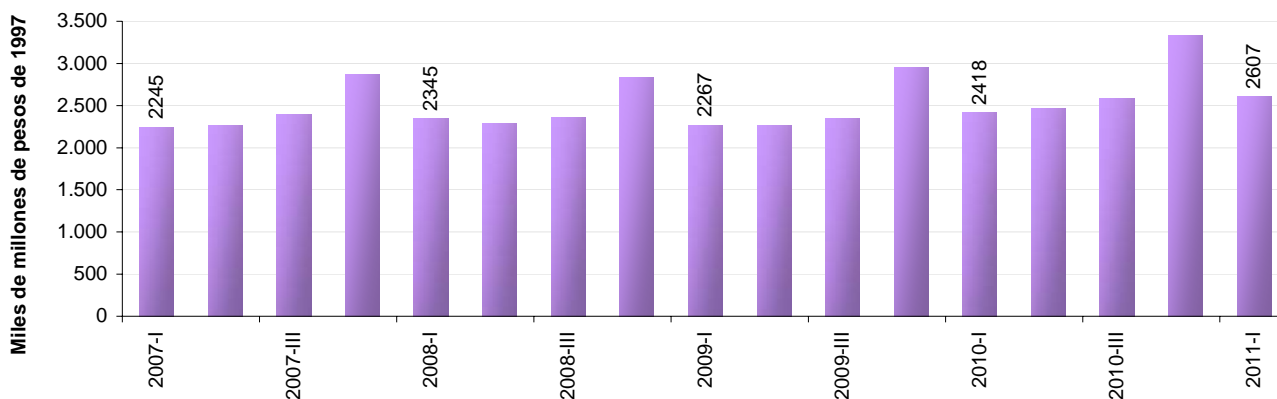
Eduardo Efraín Freire Delgado

Director de Metodología y Producción Estadística

Eduardo Efraín Freire Delgado

RESULTADOS GENERALES

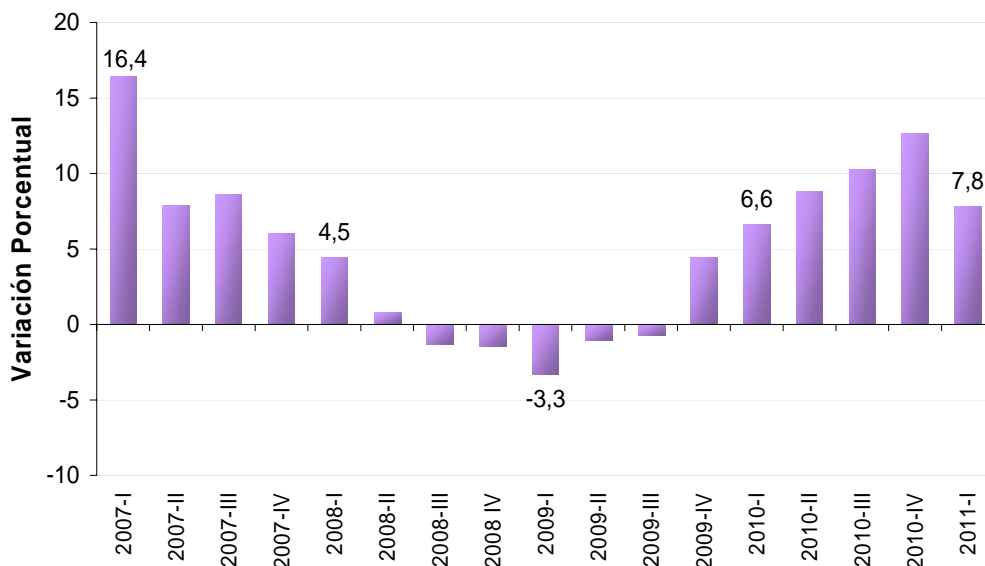
Gráfico 1
Ventas reales en grandes almacenes
Total nacional
I Trimestre (2007 – 2011)



Fuente: DANE – GAHM

En el primer trimestre de 2011, las ventas del comercio minorista en los grandes almacenes aumentaron 7,8%, frente al mismo trimestre de 2010.

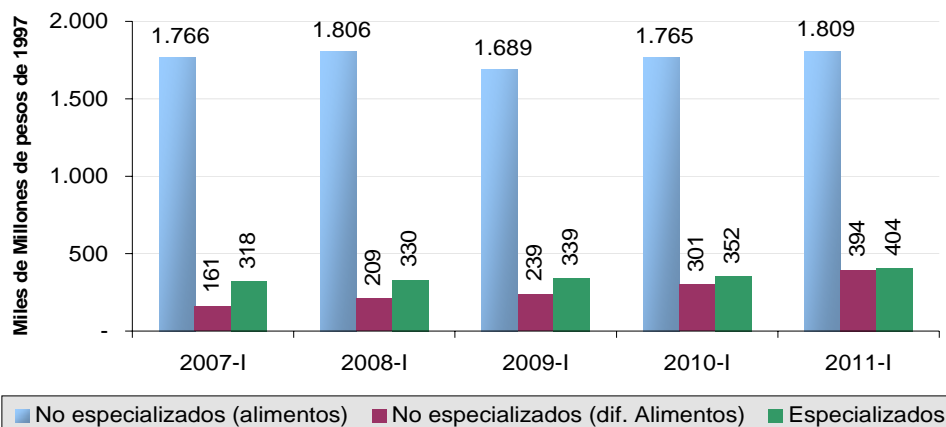
Gráfico 2
Variación anual de las ventas reales en grandes almacenes minoristas e hipermercados
Total nacional
I Trimestre (2007 – 2011)



Fuente: DANE - GAHM

Durante el primer trimestre de 2011, 84,5% de las ventas reales (\$ 2 203 miles de millones de pesos de 1997) se realizaron en almacenes no especializados, y el 15,5% en especializados.

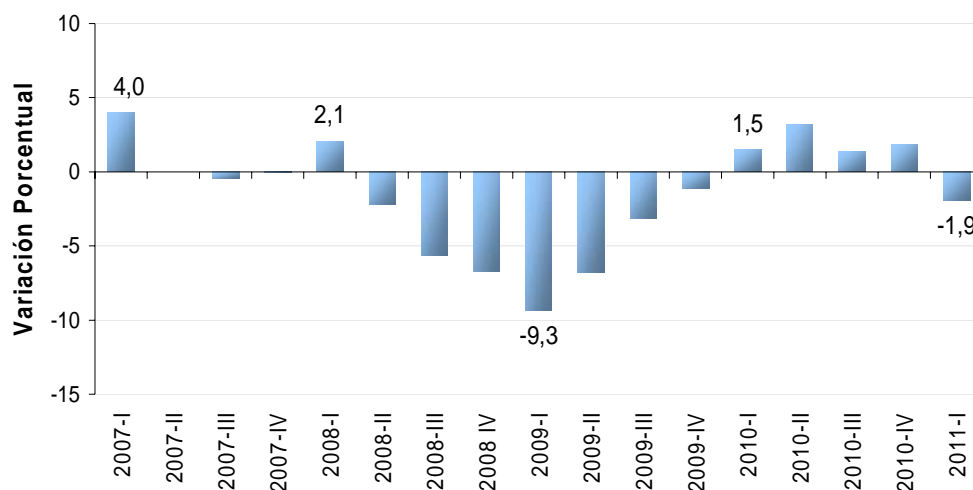
Gráfico 3
Ventas reales en grandes almacenes e hipermercados por tipo de almacén
Total nacional
I Trimestre (2007 – 2011)



Fuente: DANE - GAHM

En el primer trimestre de 2011, las ventas reales de alimentos y bebidas no alcohólicas presentaron una reducción de 1,9% respecto al mismo período del año anterior.

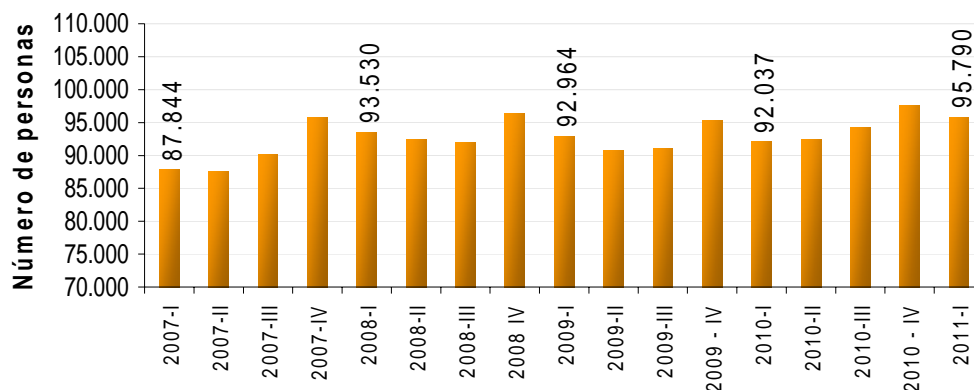
Gráfico 4
Variación anual de las ventas reales de alimentos y bebidas no alcohólicas en grandes almacenes minoristas e hipermercados
Total nacional
I Trimestre (2007 – 2011)



Fuente: DANE - GAHM

El personal ocupado asociado al comercio minorista de los grandes almacenes e hipermercados llegó a un total de 95.790 personas ocupadas, lo que significó un aumento 4,1% frente al primer trimestre de 2010.

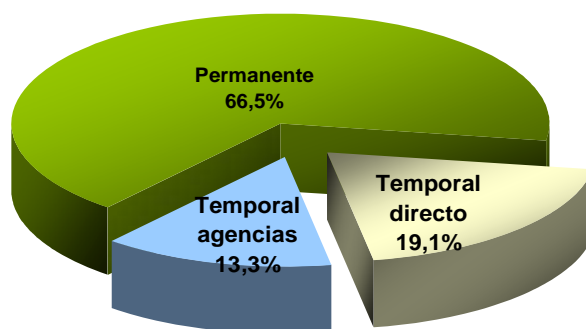
Gráfico 5
Personal ocupado por los grandes almacenes minoristas e hipermercados
Total nacional
I Trimestre (2007 –2011)



Fuente: DANE - GAHM

En el primer trimestre de 2010, 66,5% del personal que ocuparon los grandes almacenes minoristas e hipermercados era permanente, 19,1% era temporal directo y 13,3% temporal por agencias.

Gráfico 6
Distribución del personal ocupado, por tipo de contratación
Total nacional
I Trimestre 2011



Fuente: DANE GAHM

1. VENTAS REALES

1.1 Grupos de mercancías

1.1.1 Variación anual: I trimestre (2011/2010)

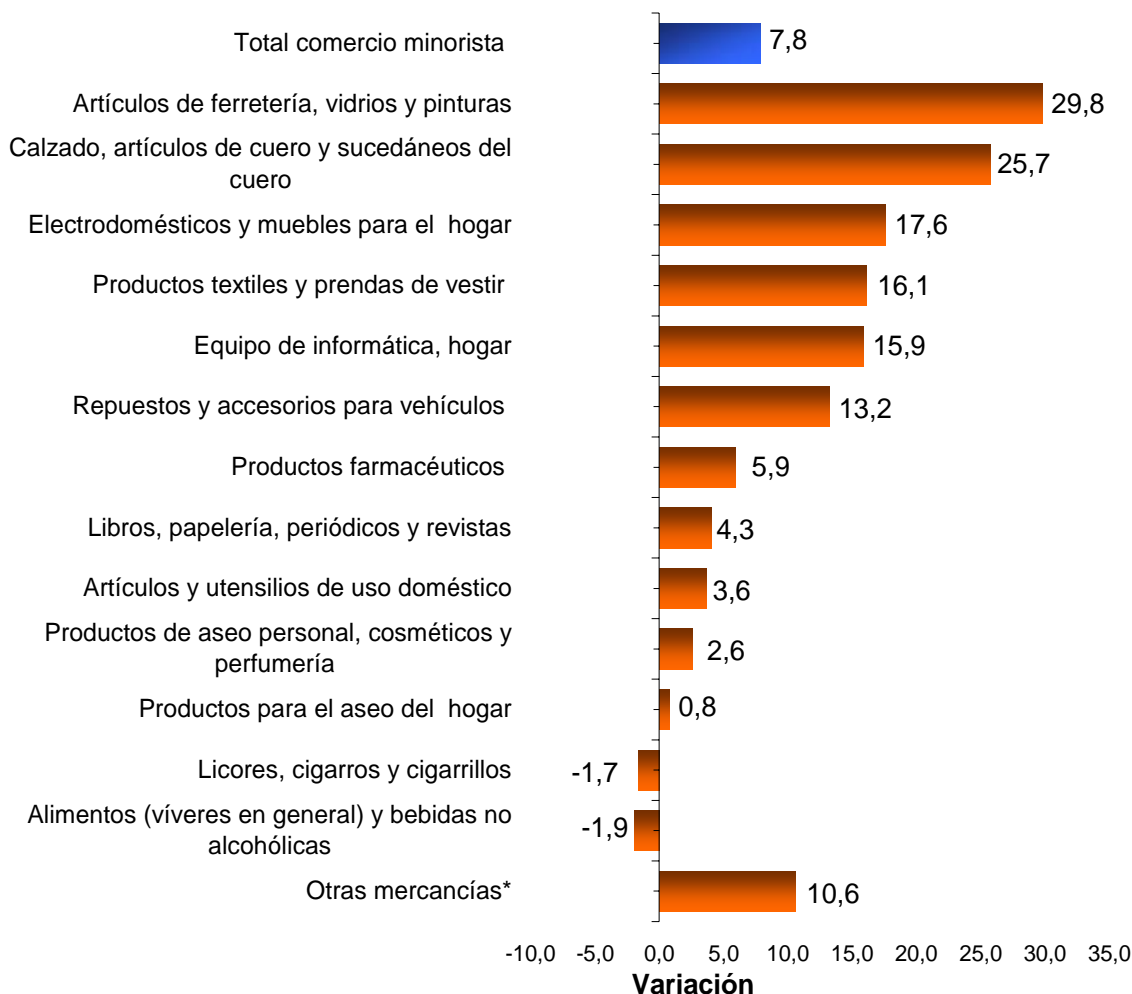
Durante el primer trimestre de 2011, las ventas reales aumentaron 7,8%. Los grupos de mercancías que presentaron las principales variaciones positivas fueron: artículos de ferretería, vidrios y pintura (29,8%); calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero (25,7%); electrodomésticos y muebles para el hogar (17,6%); productos textiles y prendas de vestir (16,1%); y equipo de informática, hogar (15,9%). Por su parte, las únicas mercancías que registraron comportamiento negativo fueron: alimentos y bebidas no alcohólicas (-1,9%); y licores y cigarrillos (-1,7%).

Gráfico 7

Variación anual de las ventas reales

Total nacional

I Trimestre (2011/2010)

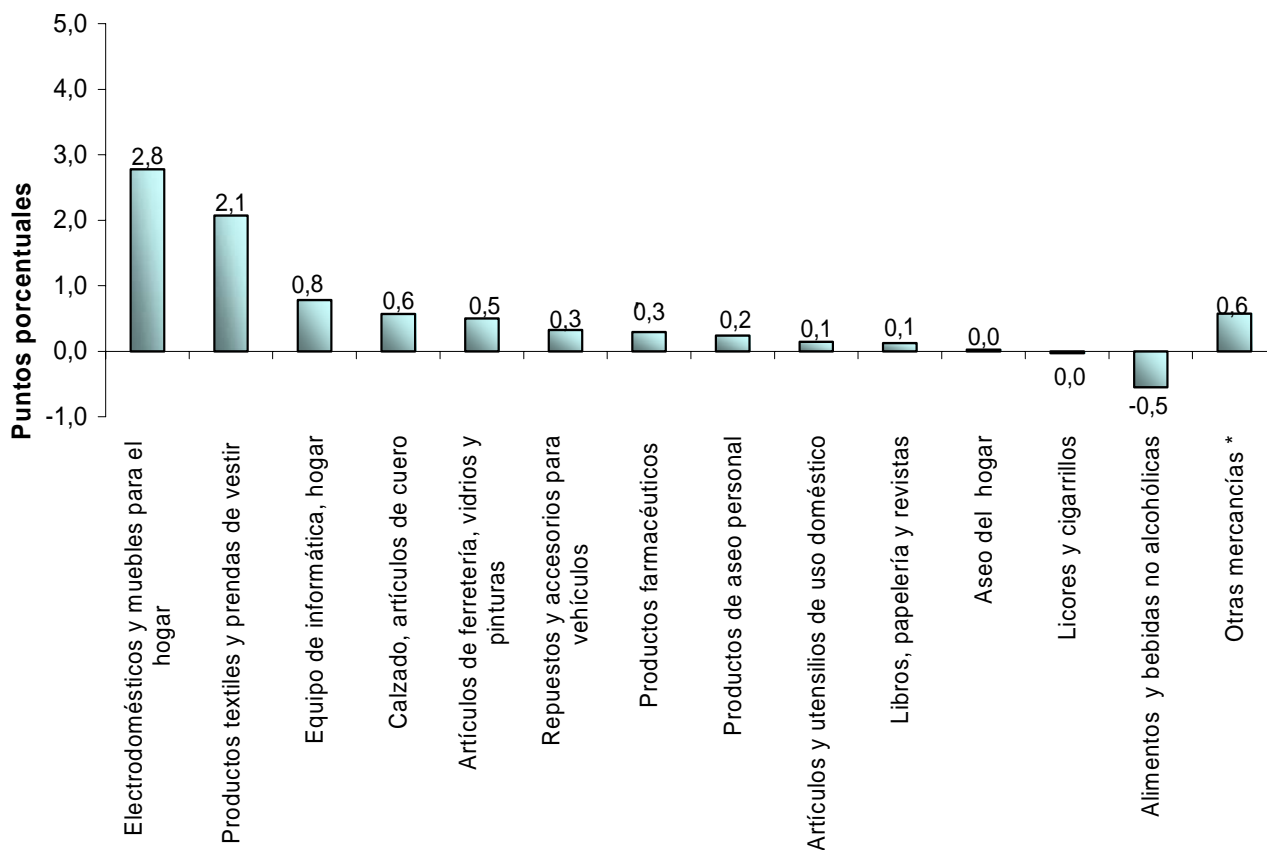


Fuente DANE – GAHM

* 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 (2,8 puntos porcentuales) a la variación total del período, seguido por productos textiles y prendas de vestir (2,1 puntos porcentuales).

Gráfico 8
Contribución anual a la variación de las ventas reales
Total nacional
I Trimestre (2011/2010)



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

En los últimos cuatro trimestres hasta el I trimestre de 2011, las ventas reales del comercio minorista en los grandes almacenes e hipermercados aumentaron 10,1% respecto al mismo período de 2010. Los grupos de mercancías que presentaron las principales variaciones positivas fueron: artículos de ferretería, vidrios y pinturas (27,5%); calzado y artículos de cuero (26,3%); electrodomésticos y muebles para el hogar (23,4%); y equipo de informática y hogar (20,1%). Por su parte, la única reducción se registró en las ventas de licores y cigarrillos (-1,4%).

Gráfico 9
Variación doce meses de las ventas reales
Total nacional

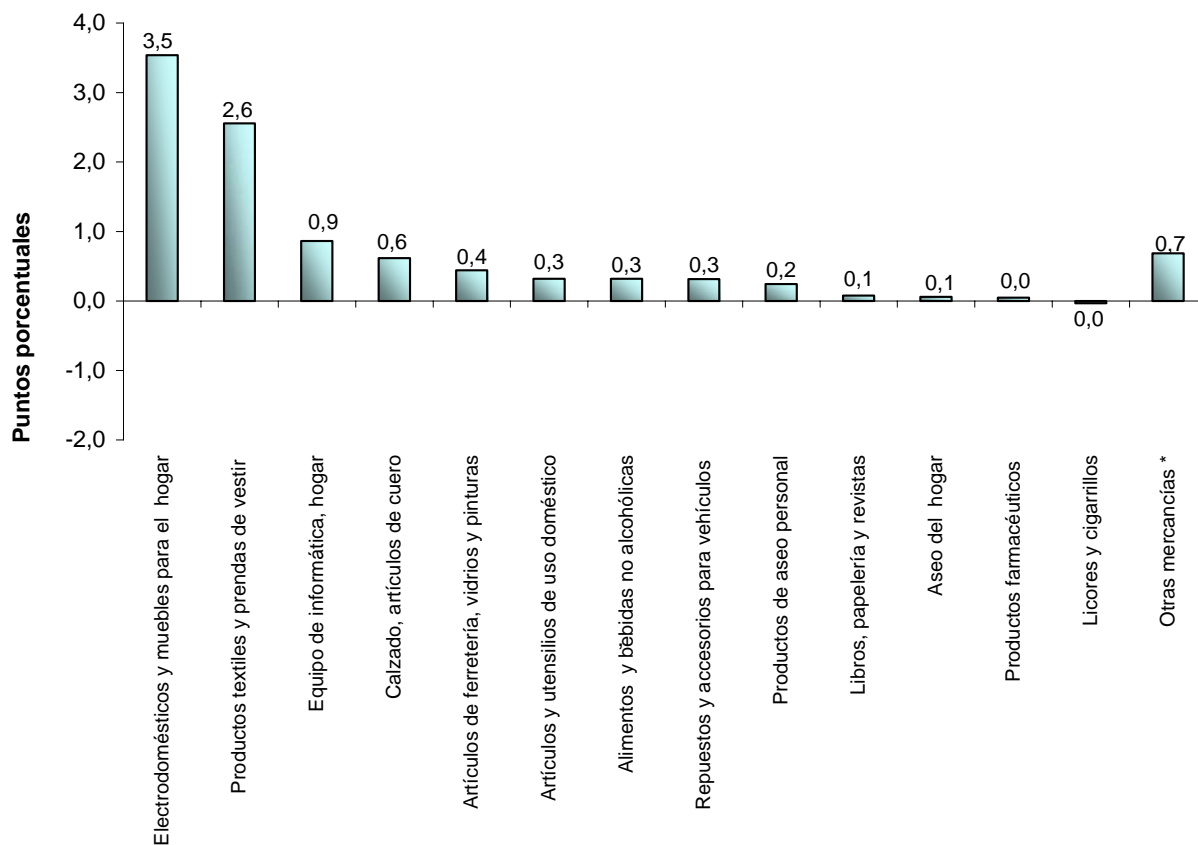


Fuente DANE – GAHM

* 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 electrodomésticos y muebles para el hogar; productos textiles y prendas de vestir; y equipo de informática, hogar que aportaron en conjunto 7,0 puntos porcentuales a la variación total del comercio.

Gráfico 10
Contribución doce meses a la variación de las ventas reales
Total nacional



Fuente DANE - GAHM

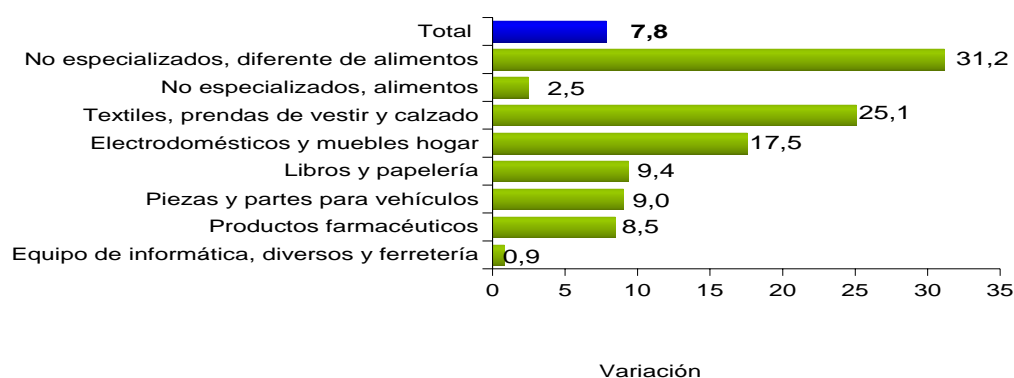
* Otras mercancías, incluye: juguetes, bicicletas, artículos para deporte, piñatería, artículos para bebés, gas propano en cilindros, lubricantes y aditivos para vehículos automotores, equipo fotográfico, revestimiento para pisos, etc.

1.2 Actividad comercial según CIU Rev. 3 A.C.

1.2.1 Variación anual: I trimestre (2011/2010)

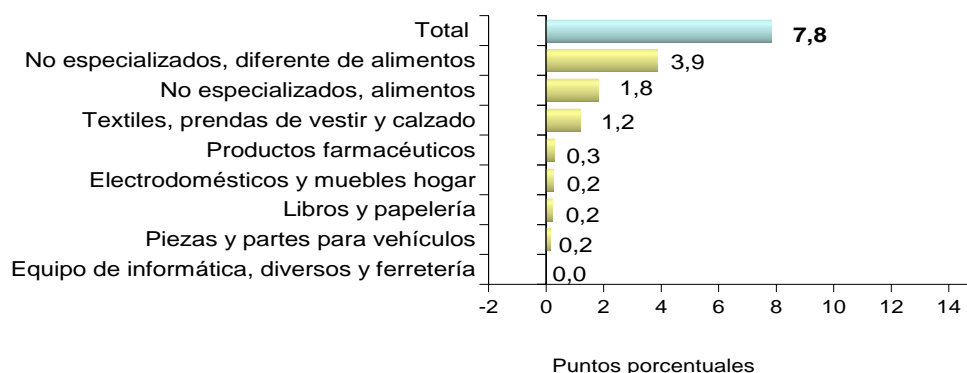
De acuerdo con el tipo de actividad comercial (CIU Rev.3) desarrollada por las empresas investigadas, en el primer trimestre de 2011 se registró un aumento en las ventas reales del comercio no especializado con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (31,2%); en el comercio no especializado con surtido compuesto principalmente de alimentos, la variación fue 2,5%. Por su parte, en el comercio especializado los principales crecimientos se registraron en: textiles, prendas de vestir y calzado (25,1%); electrodomésticos y muebles para el hogar (17,5%); y libros y papelería (9,4%).

Gráfico 11
Variación anual de las ventas reales, según actividad comercial
Total nacional
I Trimestre (2011/2010)



Fuente DANE – GAHM

Gráfico 12
Contribución a la variación anual de las ventas reales, según actividad comercial
Total nacional
I Trimestre (2011/2010)

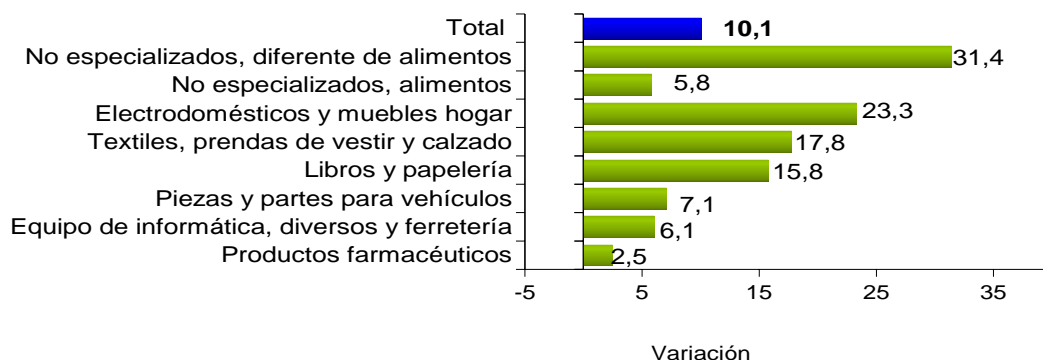


Fuente DANE – GAHM

1.2.2 Variación doce meses

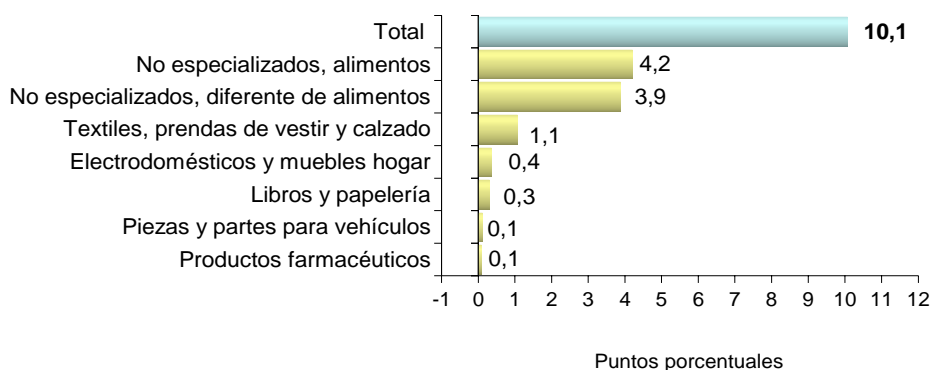
Durante los últimos cuatro trimestres, los principales aumentos de las ventas reales se registraron en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (31,4%). Las empresas especializadas que presentaron los mayores incrementos en sus ventas reales fueron: electrodomésticos y muebles para el hogar (23,3%); textiles, prendas de vestir y calzado (17,8%); y libros y papelería (15,8%).

Gráfico 13
Variación doce meses de las ventas reales, según actividad comercial
Total nacional



Fuente DANE – GAHM

Gráfico 14
Contribución doce meses a la variación de las ventas reales, según actividad comercial
Total nacional



Fuente DANE – GAHM

2. PERSONAL OCUPADO

2.1 Categoría de Contratación

2.1.1 Variación anual: I trimestre (2011/2010)

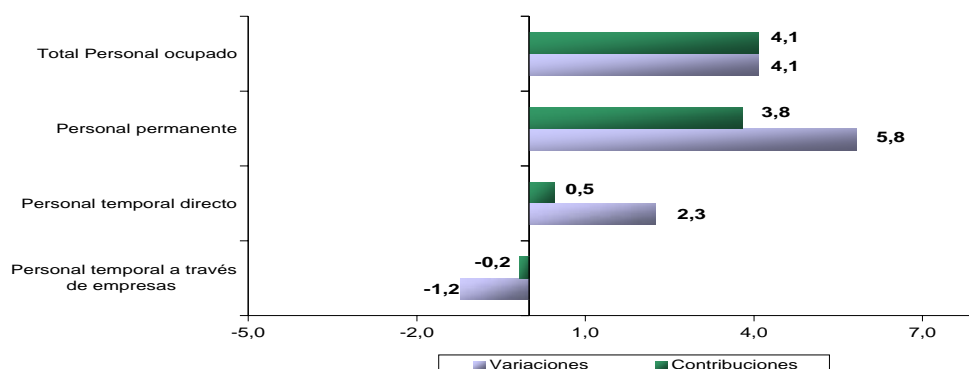
En el primer trimestre de 2011, el personal ocupado asociado a los grandes almacenes e hipermercados minoristas aumentó 4,1% con respecto al mismo período de 2010. Las categorías de personal que explican este comportamiento son el personal permanente y el personal temporal directo que en conjunto aportaron 4,3 puntos porcentuales a la variación total del personal ocupado.

Gráfico 15

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

Total nacional

I Trimestre (2011/2010)



Fuente DANE – GAHM

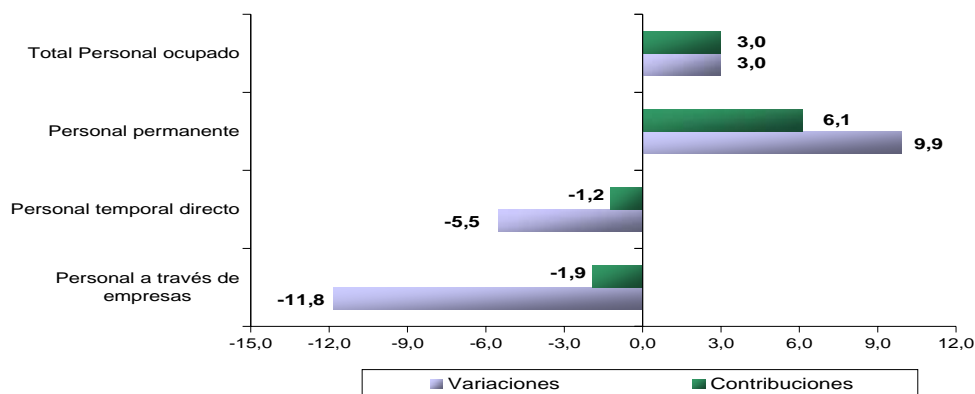
2.1.2 Variación doce meses

Durante los últimos cuatro trimestres, el personal ocupado por los Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas, presentó un aumento de 3,0% respecto al mismo período de 2010. El crecimiento del personal permanente con su aporte de 6,1 puntos porcentuales a la variación total del indicador, logró contrarrestar la disminución del personal temporal directo y el contratado a través de empresas, cuyo aporte negativo en conjunto fue 3,1 puntos porcentuales.

Gráfico 16

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

Total nacional



Fuente DANE – GAHM

2.2 Actividad comercial según CIU Rev. 3 A.C.

2.2.1 Variación anual: I trimestre (2011/2010)

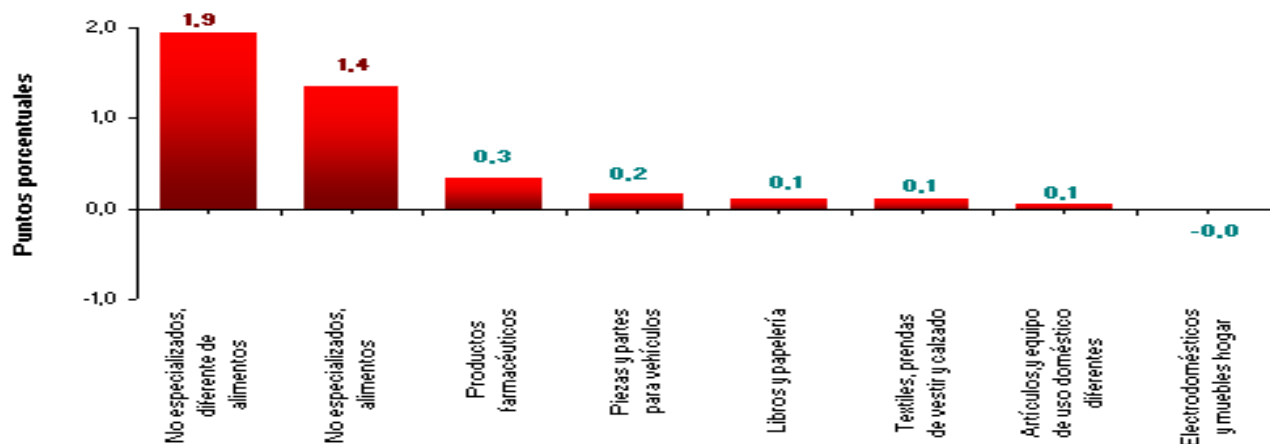
En el primer trimestre de 2011 el personal ocupado por los Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas, según actividad CIU Rev. 3, aumentó 4,1%. Durante este período, la mayor contribución positiva se registró en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos, que contribuyó con 1,9 puntos porcentuales.

Gráfico 17

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

Total nacional

I Trimestre (20101/2010)



Fuente DANE – GAHM

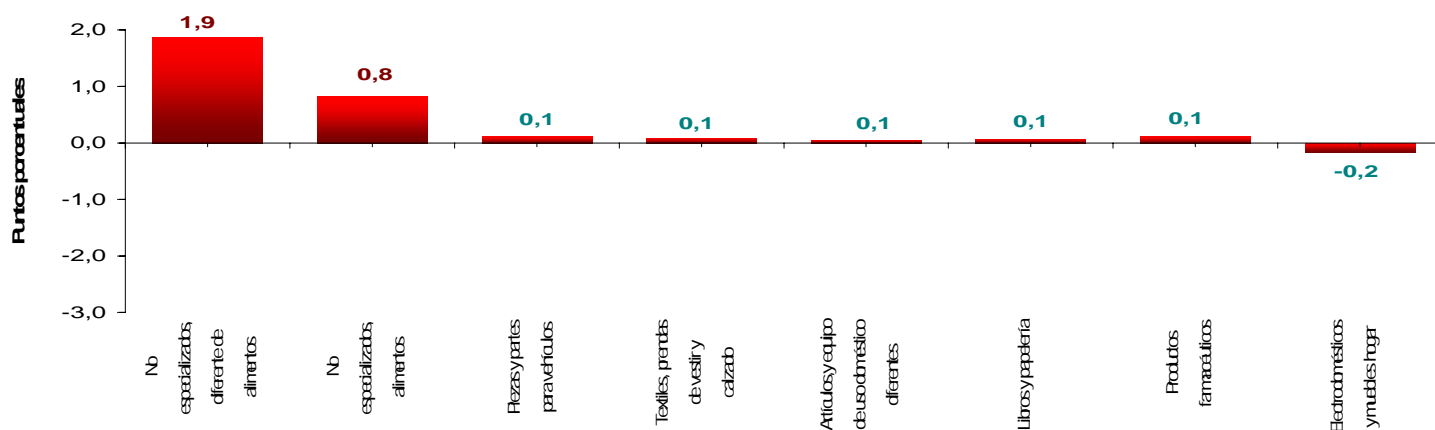
2.2.2 Variación doce meses

Durante los últimos cuatro trimestres hasta el I trimestre de 2011, el personal ocupado en los grandes almacenes e hipermercados minoristas se incrementó 3,0%. La principal contribución positiva se registró en las empresas no especializadas con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (1,9 puntos porcentuales).

Gráfico 18

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

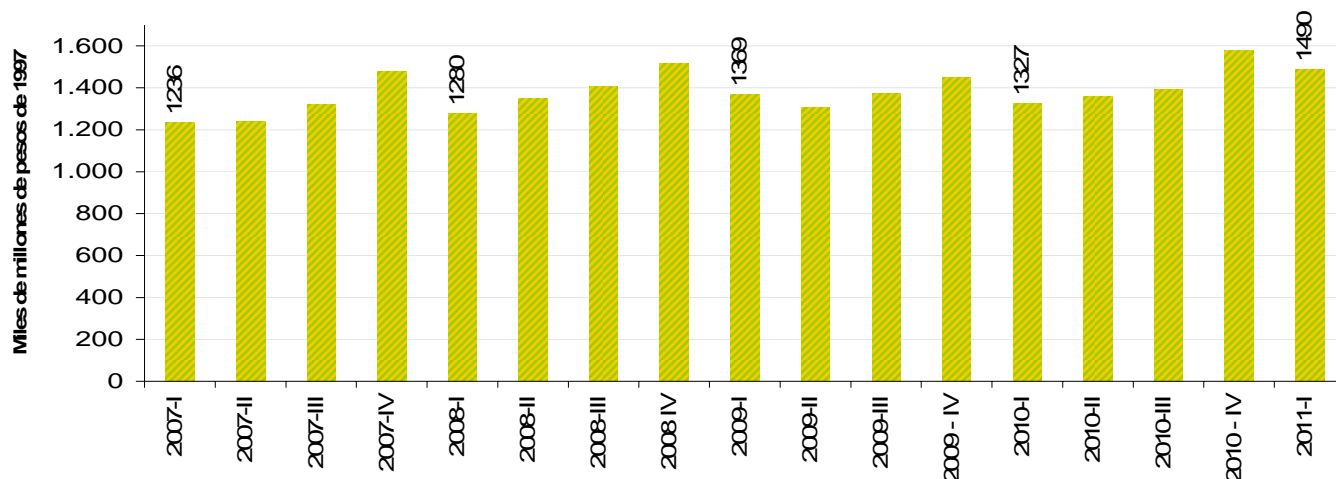
Total nacional



Fuente DANE – GAHM

3. INVENTARIOS FINALES

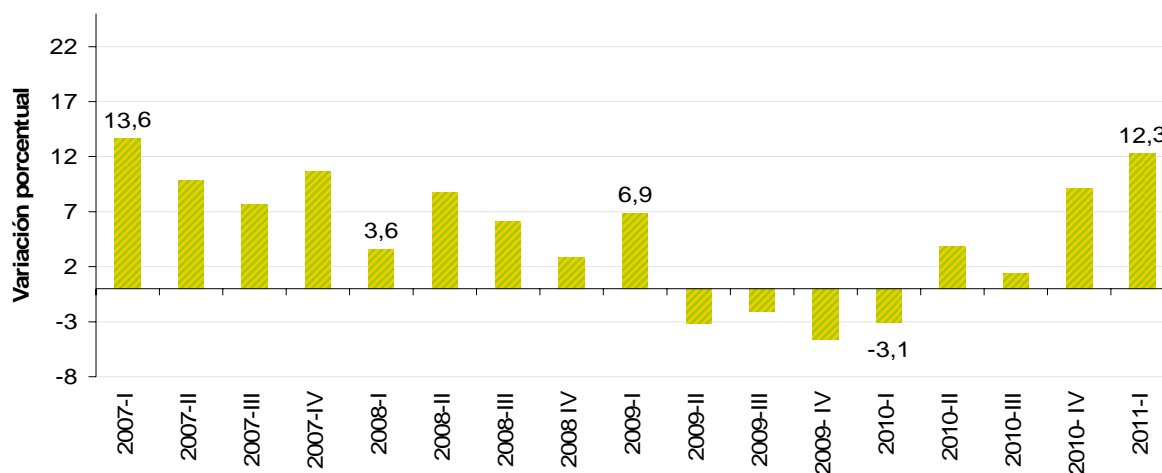
Gráfico 19
Inventarios finales reales en los grandes almacenes
I Trimestre (2011/2010)



Fuente: DANE - GAHM

En el primer trimestre de 2011, los inventarios reales finales de los grandes almacenes e hipermercados minoristas registraron un crecimiento de 12,3% en las existencias respecto al primer trimestre de 2010.

Gráfico 20
Variación anual de los inventarios finales reales de los grandes almacenes e hipermercados minoristas
Total nacional
I Trimestre (2011/2010)



Fuente: DANE - GAHM

Durante el primer trimestre de 2011, las principales variaciones positivas en acumulación de inventarios de acuerdo con la CIIU Rev.3 se presentaron en: establecimientos especializados en la comercialización de partes, piezas y accesorios para vehículos automotores (35,1%); seguido por los establecimientos no especializados con surtido de productos diferentes de alimentos (32,8%), y los especializados en el comercio de textiles, prendas de vestir y calzado (23,1%); mientras que las empresas especializadas en equipo y artículos diversos de consumo doméstico, muebles para oficina, equipo fotográfico y equipo óptico, presentaron variación negativa (-11,6%).

4. ÁREA DE VENTAS

En el primer trimestre de 2011, los grandes almacenes e hipermercados minoristas reportaron un área de ventas disponible al público de 2.606.005 m², lo que significó un aumento de 4,8% comparado con el mismo período de 2010.

Tabla 1
Área de ventas de los grandes almacenes e hipermercados minoristas
Total nacional
I Trimestre (2004 - 2011)

| Trimestre | No especializados | Especializados | Total | Variación anual |
|-----------|-------------------|----------------|-----------|-----------------|
| I/04 | 1.371.474 | 187.542 | 1.559.016 | 6,8 |
| II/04 | 1.380.751 | 189.537 | 1.570.288 | 7,3 |
| III/04 | 1.385.531 | 191.045 | 1.576.576 | 7,5 |
| IV/04 | 1.441.865 | 195.480 | 1.637.345 | 9,0 |
| I/05 | 1.498.164 | 200.851 | 1.699.015 | 9,0 |
| II/05 | 1.484.869 | 202.910 | 1.687.779 | 7,5 |
| III/05 | 1.522.341 | 206.623 | 1.728.964 | 9,7 |
| IV/05 | 1.561.458 | 214.224 | 1.775.682 | 8,4 |
| I/06 | 1.602.344 | 216.865 | 1.819.209 | 7,1 |
| II/06 | 1.625.185 | 223.943 | 1.849.128 | 9,6 |
| III/06 | 1.643.895 | 228.385 | 1.872.280 | 8,3 |
| IV/06 | 1.726.943 | 232.955 | 1.959.898 | 10,4 |
| I/07 | 1.793.815 | 236.264 | 2.030.079 | 11,6 |
| II/07 | 1.823.477 | 241.112 | 2.064.589 | 11,7 |
| III/07 | 1.868.487 | 244.753 | 2.113.240 | 12,9 |
| IV/07 | 1.917.767 | 256.364 | 2.174.131 | 10,9 |
| I/08 | 1.943.505 | 260.612 | 2.204.117 | 8,6 |
| II/08 | 1.967.022 | 262.815 | 2.229.837 | 8,0 |
| III/08 | 2.006.763 | 266.426 | 2.273.189 | 7,6 |
| IV/08 | 2.062.554 | 274.221 | 2.336.775 | 7,5 |
| I/09 | 2.117.701 | 280.623 | 2.398.324 | 8,8 |
| II/09 | 2.122.308 | 287.385 | 2.409.693 | 8,1 |
| III/09 | 2.122.013 | 291.887 | 2.413.900 | 6,2 |
| IV/09 | 2.161.842 | 296.964 | 2.458.806 | 5,2 |
| I/10 | 2.187.180 | 300.306 | 2.487.486 | 3,7 |
| II/10 | 2.214.749 | 305.634 | 2.520.383 | 4,6 |
| III/10 | 2.234.619 | 311.818 | 2.546.437 | 5,5 |
| IV/10 | 2.259.476 | 322.018 | 2.581.494 | 5,0 |
| I/11 | 2.279.708 | 326.297 | 2.606.005 | 4,8 |

Fuente: DANE- GAHM

En este período, el comercio no especializado participó con el 87,5% del total del área, mientras que el comercio especializado lo hizo con el 12,5% 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