



GRANDES ALMACENES E HIPERMERCADOS MINORISTAS Y COMERCIO DE VEHICULOS AUTOMOTORES NUEVOS I Trimestre de 2012



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. 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 2012, las ventas reales de los Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas aumentaron 9,4% y el personal ocupado registró un aumento de 7,7%, 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 17,8%, comparados con el mismo trimestre de 2011.
- Las ventas reales de vehículos automotores (nacionales e importados) registraron un crecimiento de 0,6% respecto al mismo periodo de 2011.
- Durante los últimos doce meses hasta el I trimestre de 2012, las ventas reales de los Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas aumentaron 8,8% respecto al año precedente. Durante este periodo el personal ocupado registró un aumento de 6,8%.
- En este periodo, el total de las ventas reales de vehículos automotores (nacionales e importados) aumentaron 8,8% con respecto al año precedente.

Director

Jorge Bustamante R.

Subdirector

Christian Jaramillo Herrera

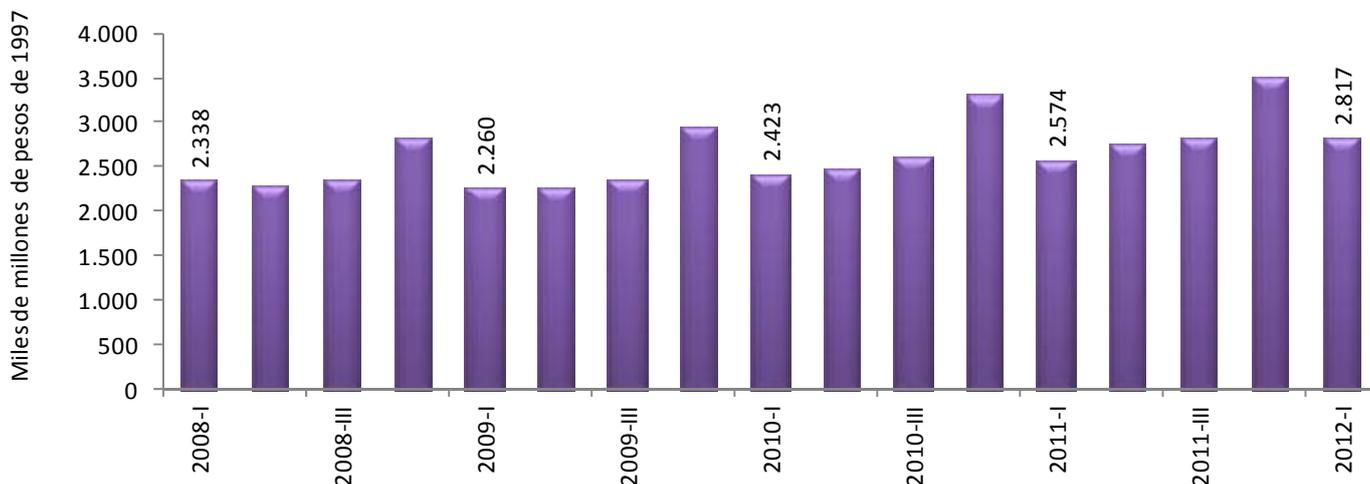
Director de Metodología y Producción Estadística

Eduardo Efraín Freire Delgado

RESULTADOS GENERALES

Gráfico 1. Ventas reales en grandes almacenes e hipermercados minoristas

**Total nacional
2008 – 2012 (I trimestre)**

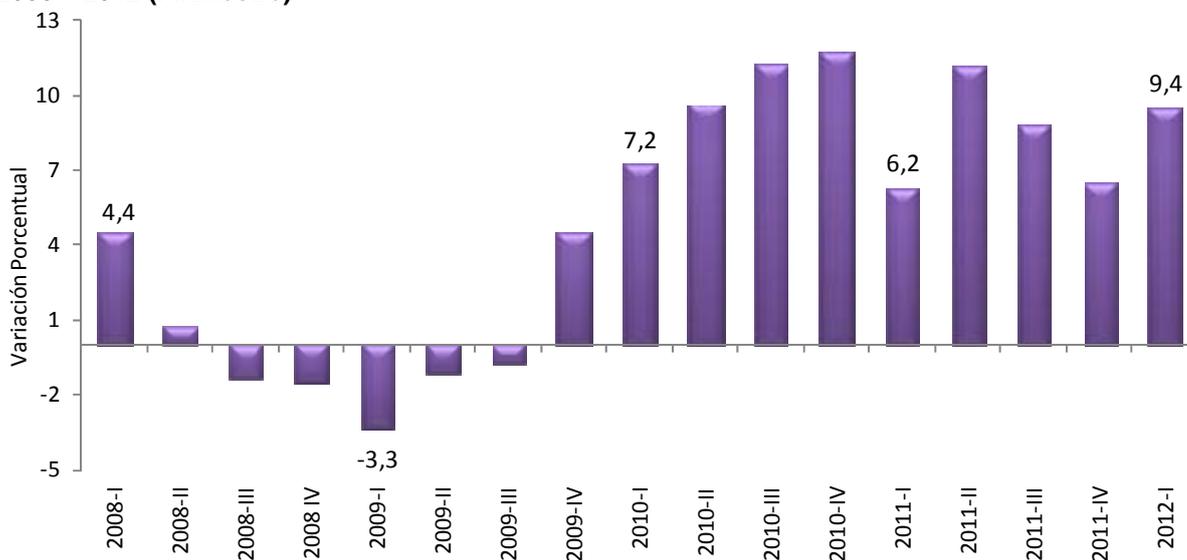


Fuente: DANE – GAHM

En el primer trimestre de 2012, las ventas del comercio minorista en los grandes almacenes aumentaron 9,4%, respecto al mismo trimestre de 2011.

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

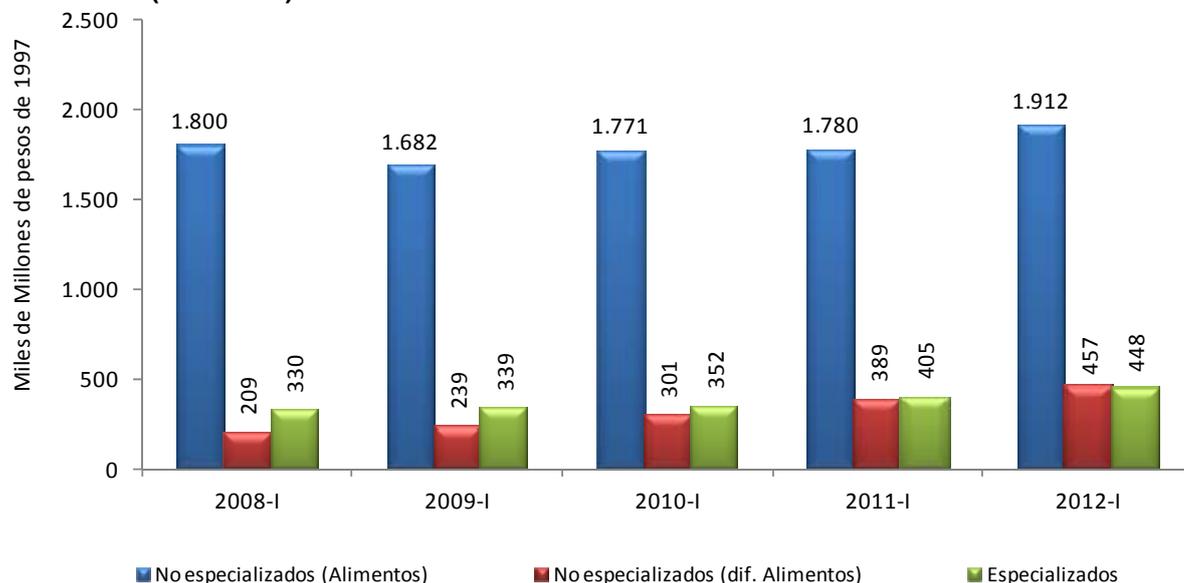
**Total nacional
2008 – 2012 (I trimestre)**



Fuente: DANE - GAHM

Durante el primer trimestre de 2012, 84,1% de las ventas reales (\$ 2.369 miles de millones de pesos de 1997) se realizaron en almacenes no especializados, y el 15,9% en especializados.

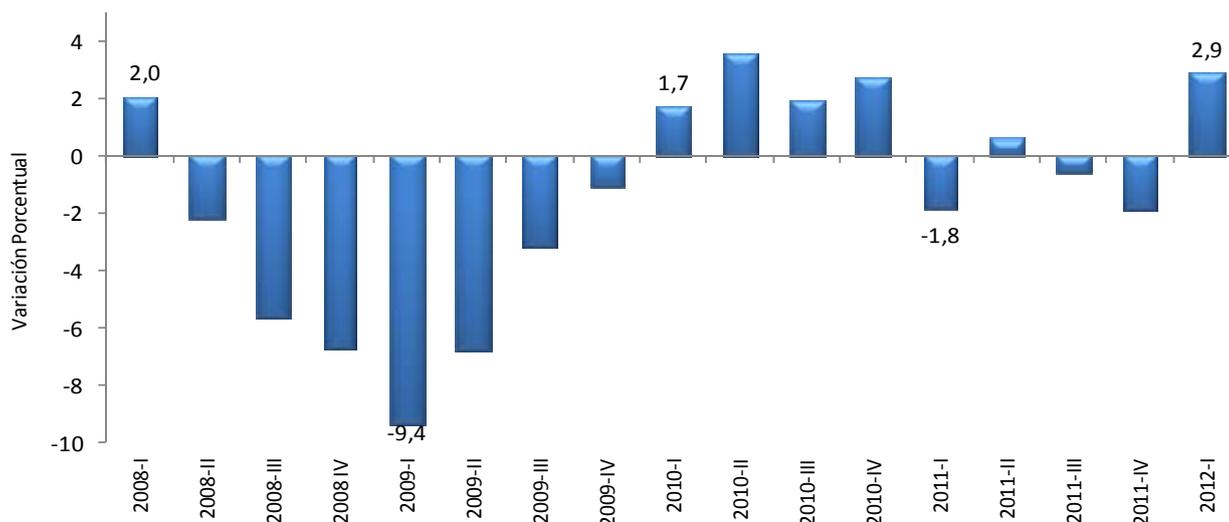
Gráfico 3. Ventas reales en grandes almacenes e hipermercados minoristas por tipo de almacén
Total nacional
2008 – 2012 (I trimestre)



Fuente: DANE - GAHM

En el primer trimestre de 2012, las ventas reales de alimentos y bebidas no alcohólicas presentaron un aumento de 2,9% 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 – 2012 (I trimestre)

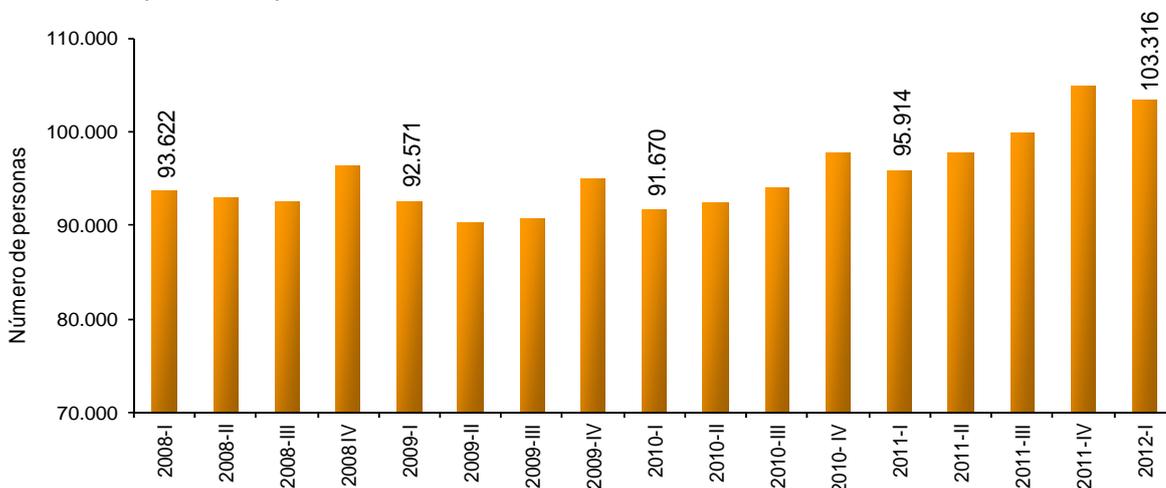


Fuente: DANE - GAHM

El personal ocupado por los grandes almacenes e hipermercados alcanzó un total de 103.316 personas ocupadas, lo que significó un aumento de 7,7% frente al primer trimestre de 2011.

Gráfico 5. Personal ocupado por los grandes almacenes e hipermercados minoristas

**Total nacional
2008 – 2012 (I trimestre)**

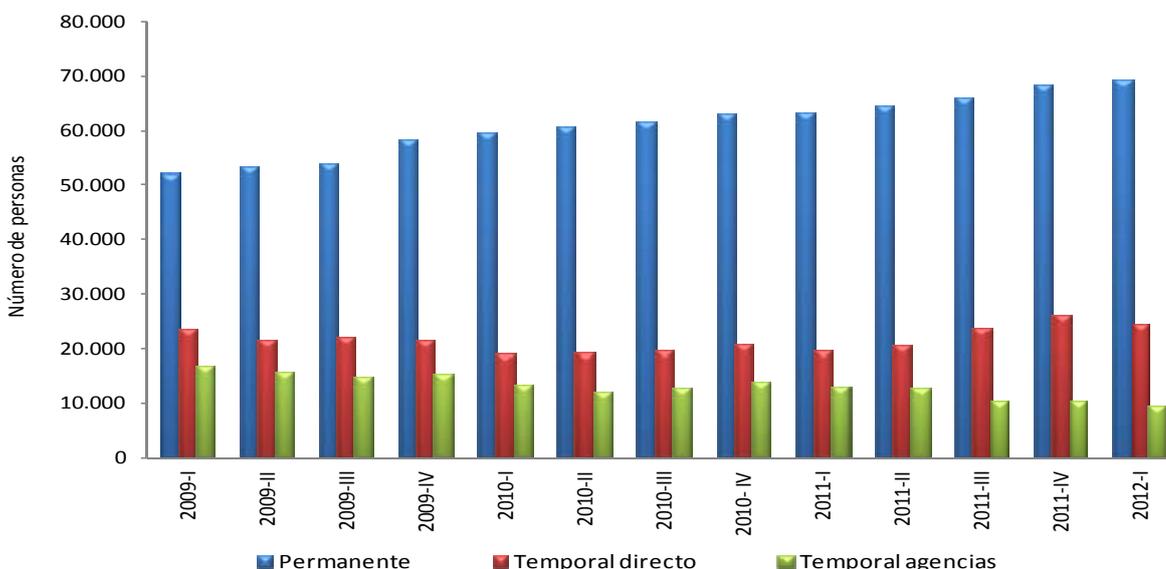


Fuente: DANE - GAHM

En el primer trimestre de 2012, 67,1% del personal que ocuparon los grandes almacenes e hipermercados minoristas era permanente, 23,6% era temporal directo y 9,3% temporal contratado a través de agencias.

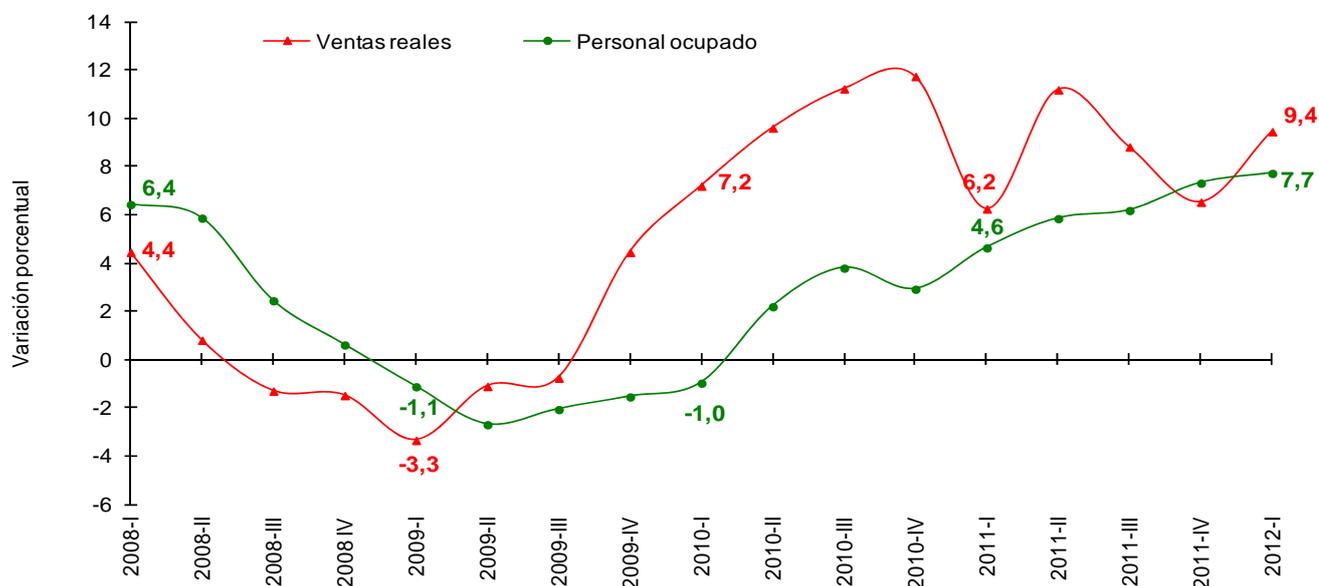
Gráfico 6. Personal ocupado, por los grandes almacenes e hipermercados minoristas según tipo de contratación

**Total nacional
2008 – 2012 (I trimestre)**



Fuente: DANE GAHM

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



Fuente: DANE - GAHM

Tabla 1. Resumen del comportamiento de las principales variables

Indicador	Variación (%)			
	Anual		Doce meses	
	2011	2012	2011	2012
Ventas	6,2	9,4	9,8	8,8
Personal Ocupado	4,6	7,7	3,4	6,8

Fuente: DANE - GAHM

1. VENTAS REALES

1.1 Grupos de mercancías

1.1.1 Variación anual: I trimestre de 2012

Durante el primer trimestre de 2012, las ventas reales aumentaron 9,4% respecto al mismo periodo del año anterior. Los grupos de mercancías que presentaron las principales variaciones positivas fueron: calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero (23,2%), artículos y utensilios de uso doméstico (17,1%), productos textiles y prendas de vestir (15,8%), electrodomésticos y muebles para el hogar (13,1%), y productos de aseo personal, cosméticos y perfumería (13,0%).

Gráfico 8. Variación anual de las ventas reales

Total nacional
I trimestre 2012

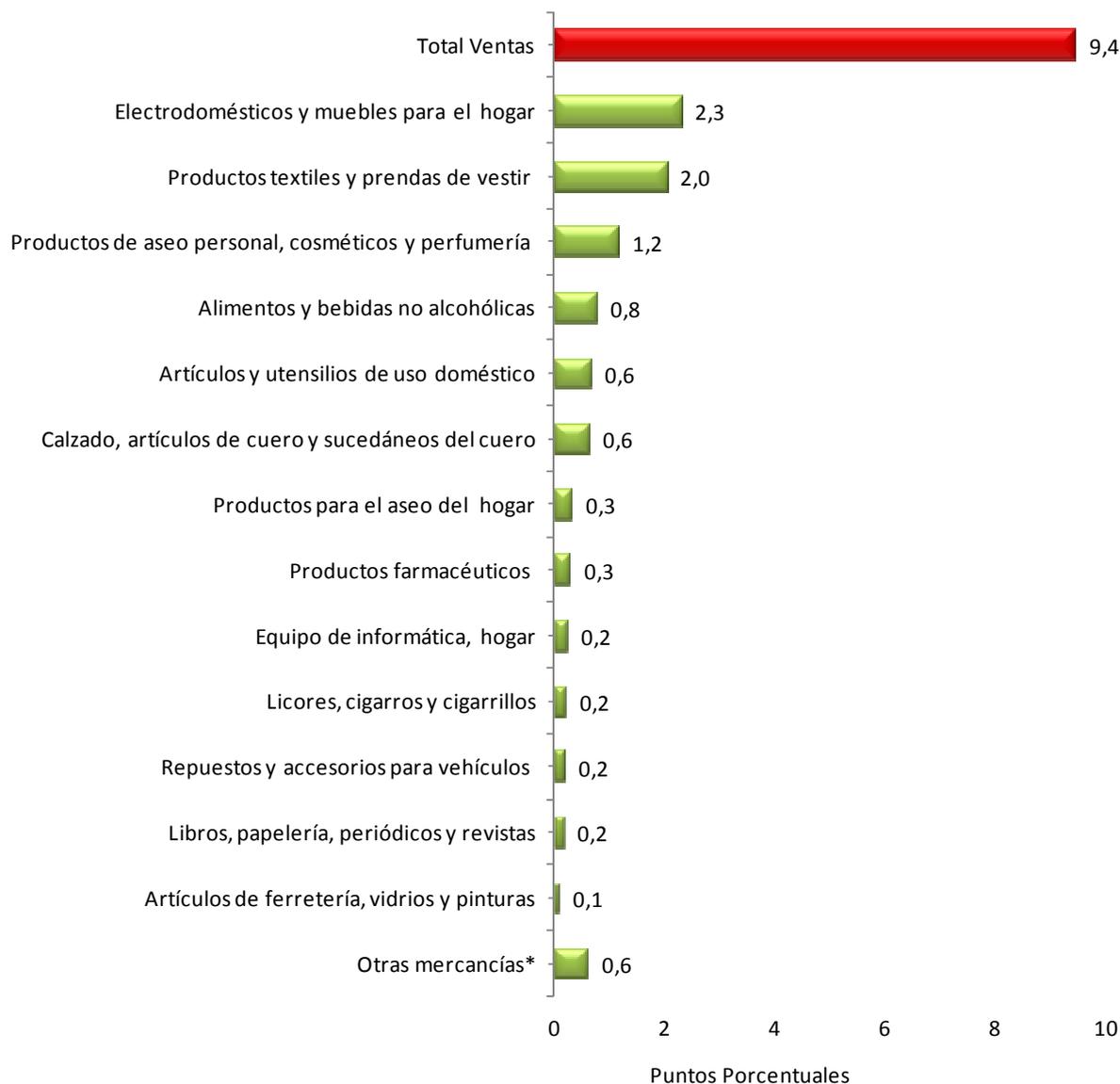


Fuente: DANE – GAHM

* 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 presentó la mayor contribución a la variación total del periodo fue electrodomésticos y muebles para el hogar con 2,3 puntos porcentuales, seguido por productos textiles y prendas de vestir con 2,0 puntos porcentuales.

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



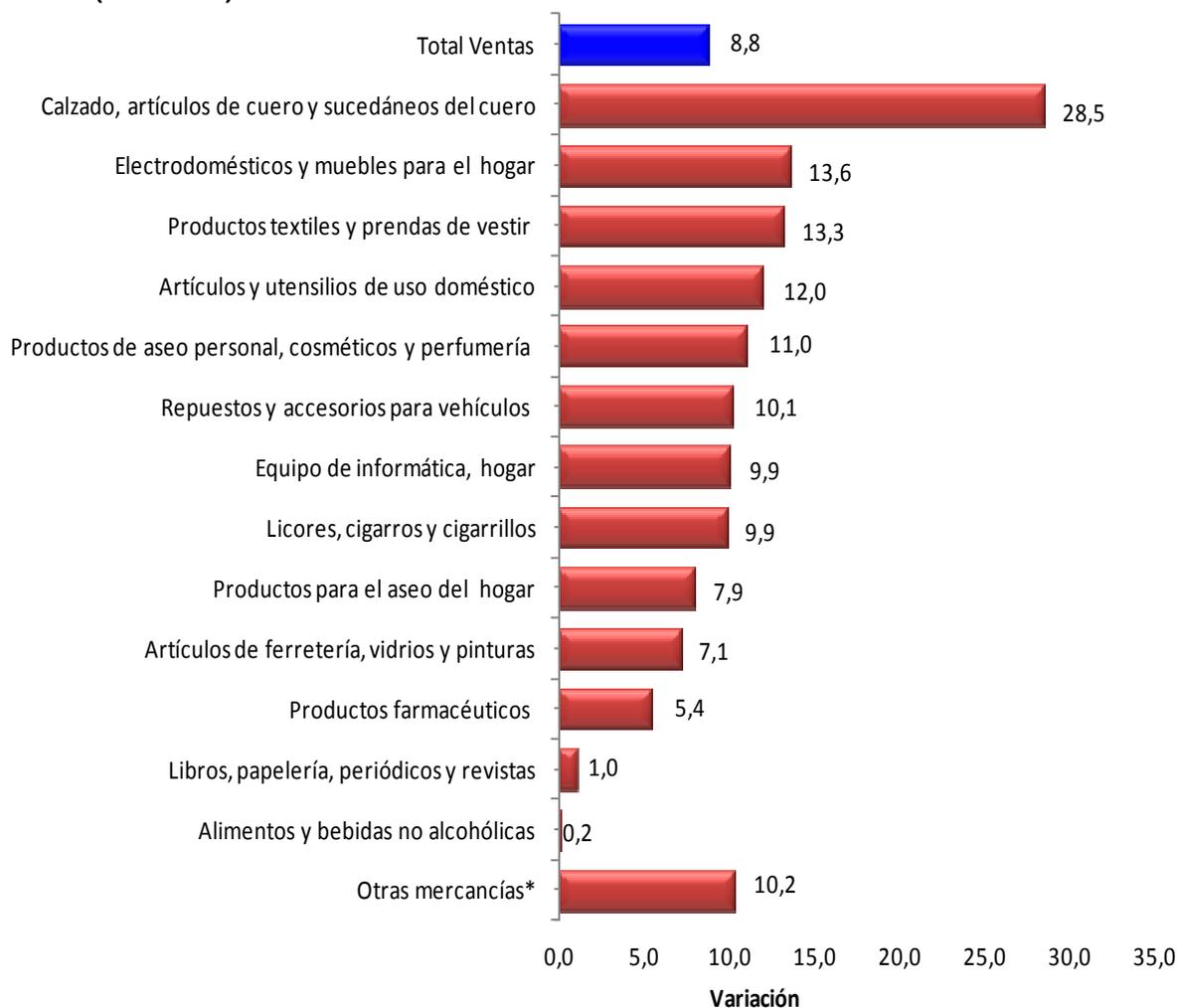
Fuente DANE – GAHM

* 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 doce meses

En los últimos doce meses hasta el primer trimestre de 2012, las ventas reales del comercio minorista en los grandes almacenes e hipermercados aumentaron 8,8% respecto al año precedente. Los grupos de mercancías que presentaron las principales variaciones positivas fueron: calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero (28,5%), electrodomésticos y muebles para el hogar (13,6%), productos textiles y prendas de vestir (13,3%), artículos y utensilios de uso doméstico (12,0%) y productos de aseo personal, cosméticos y perfumería (11,0%).

**Gráfico 10. Variación doce meses de las ventas reales
Total nacional
II -I trimestre (2012/2011)**



Fuente: DANE – GAHM

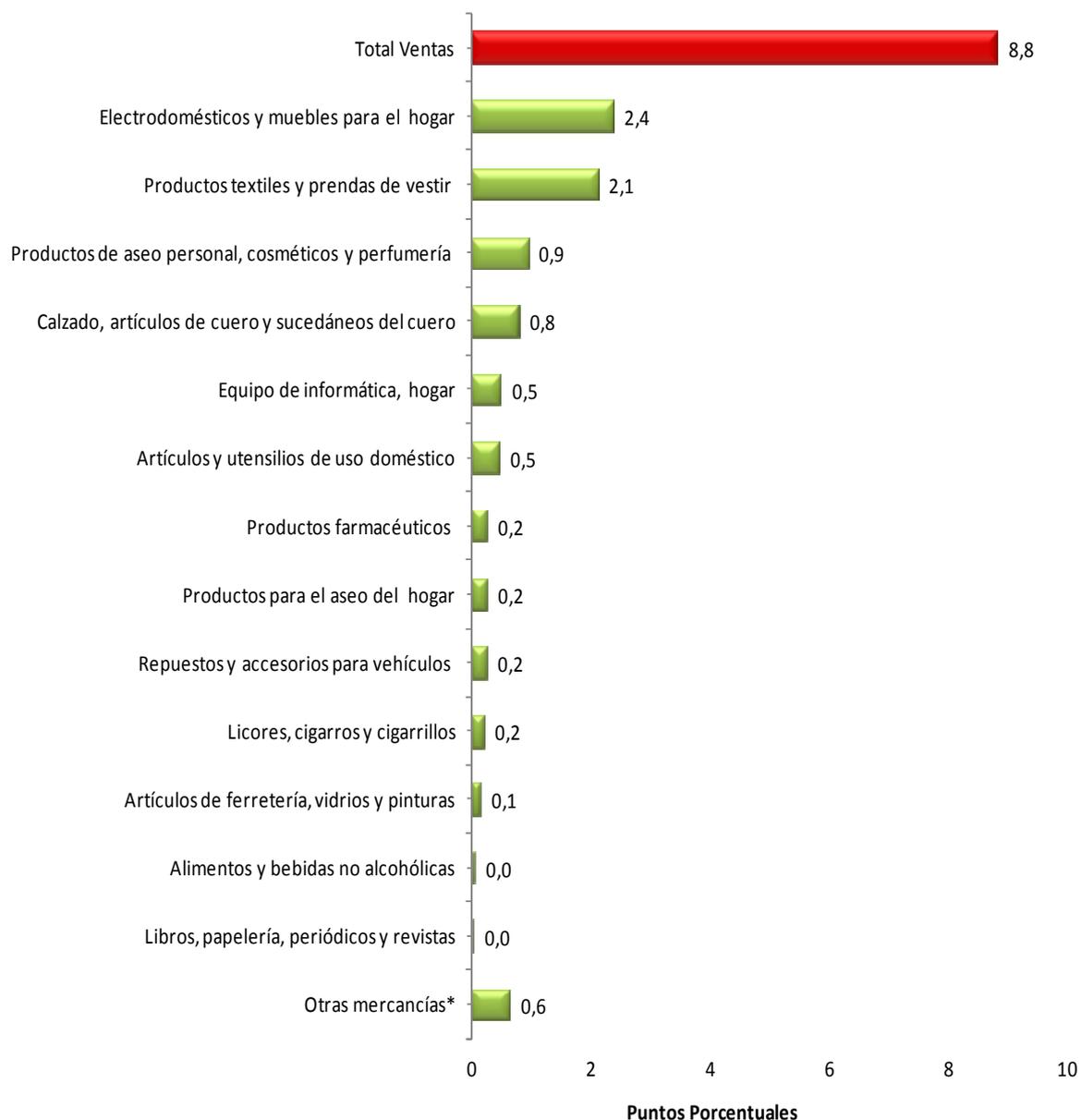
* Otras mercancías, incluye: juguetes, bicicletas, artículos de deporte, piñatería, artículos para bebés, gas propano en cilindros, lubricantes y aditivos para vehículos automotores, equipo fotográfico, revestimiento para pisos, etc.

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; y productos textiles y prendas de vestir, grupos que aportaron en conjunto 4,5 puntos porcentuales a la variación total.

Gráfico 11. Contribución doce meses a la variación de las ventas reales

Total nacional

II -I trimestre (2012/2011)



Fuente: DANE - GAHM

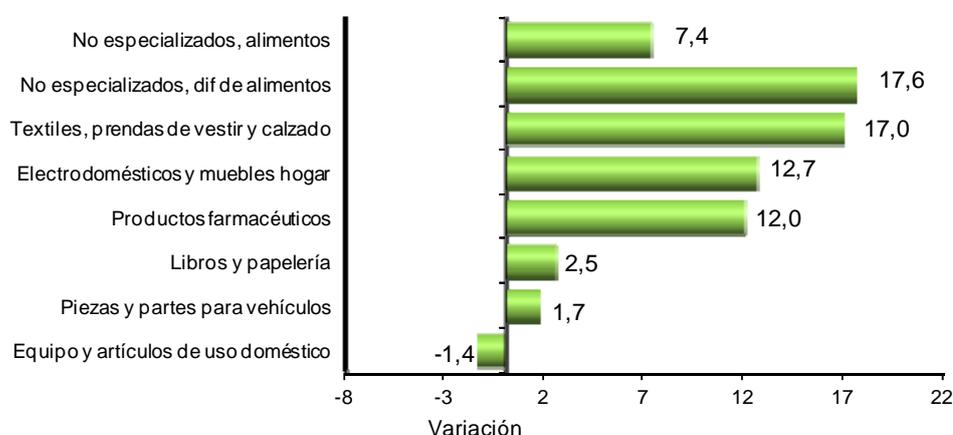
* Otras mercancías, incluye: juguetes, bicicletas, artículos para deporte, piñatería, artículos para bebés, gas propano en cilindros, lubricantes y aditivos para vehículos automotores, equipo fotográfico, revestimiento para pisos, etc.

1.2 Actividad comercial CIU Rev. 3

1.2.1 Variación anual: I trimestre de 2012

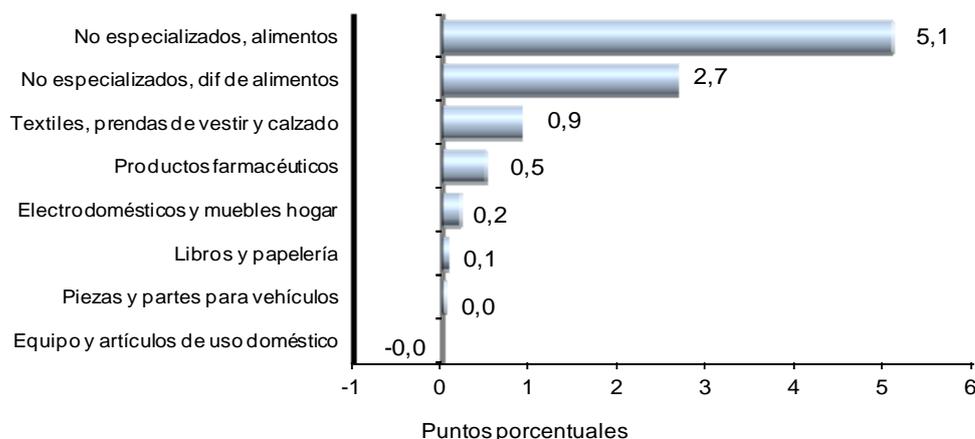
De acuerdo con el tipo de actividad comercial (CIU Rev.3) desarrollada por las empresas investigadas, en el primer trimestre de 2012 se registró un aumento en las ventas reales del comercio no especializado de 17,6% en aquellas con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos, y de 7,4% en los que tienen surtido compuesto principalmente de alimentos. En el comercio especializado los principales crecimientos se registraron en: textiles, prendas de vestir y calzado (17,0%), electrodomésticos y muebles para el hogar (12,7%) y productos farmacéuticos (12,0%).

Gráfico 12. Variación anual de las ventas reales, según actividad comercial
Total nacional
I trimestre 2012



Fuente: DANE – GAHM

Gráfico 13. Contribución a la variación anual de las ventas reales, según actividad comercial
Total nacional
I trimestre 2012

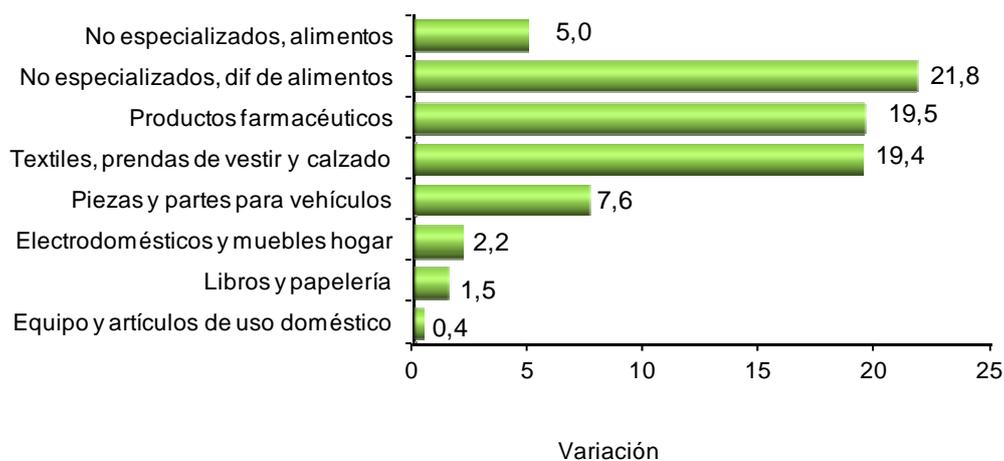


Fuente: DANE – GAHM

1.2.2 Variación doce meses

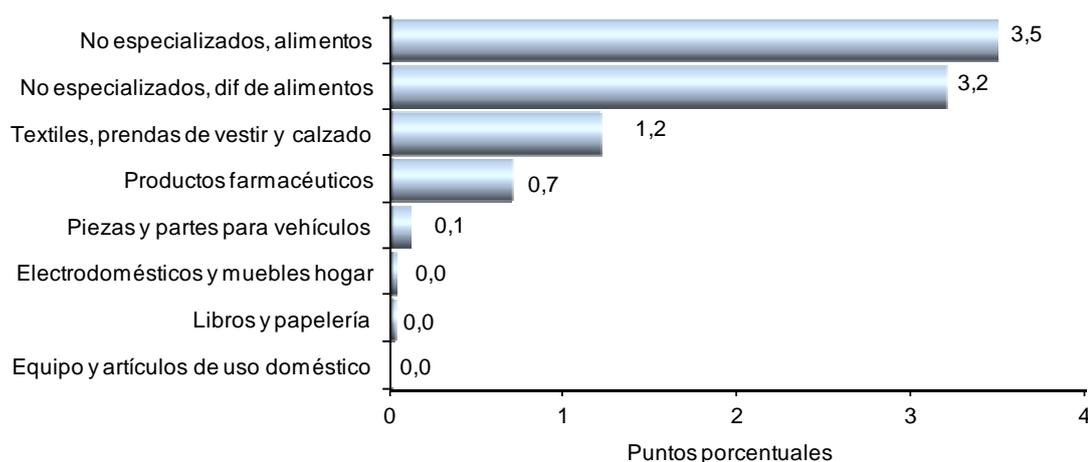
En los últimos doce meses hasta el primer trimestre de 2012, los principales aumentos de las ventas reales se registraron en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (21,8%). Las empresas especializadas que presentaron los mayores incrementos en sus ventas reales fueron: productos farmacéuticos (19,5%), y textiles, prendas de vestir y calzado (19,4%).

Gráfico 14. Variación doce meses de las ventas reales, según actividad comercial
Total nacional
II-I trimestre (2012/2011)



Fuente: DANE – GAHM

Gráfico 15. Contribución doce meses a la variación de las ventas reales, según actividad comercial
Total nacional
II-I trimestre (2012/2011)



Fuente: DANE – GAHM

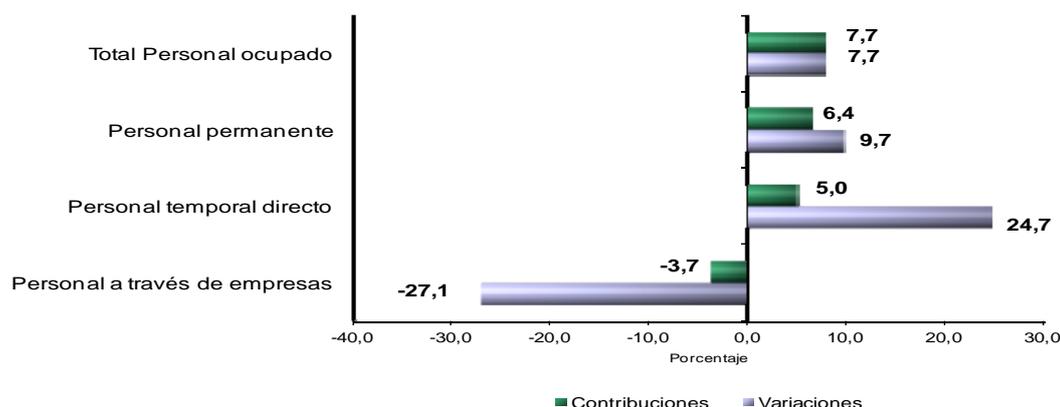
2. PERSONAL OCUPADO

2.1 Categoría de Contratación

2.1.1 Variación anual: I trimestre de 2012

En el primer trimestre de 2012, el personal ocupado asociado a los grandes almacenes e hipermercados minoristas aumentó 7,7% 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 11,4 puntos porcentuales a la variación total.

Gráfico 16. Variación y contribución anual del personal ocupado, según categoría de contratación
Total nacional
I trimestre 2012

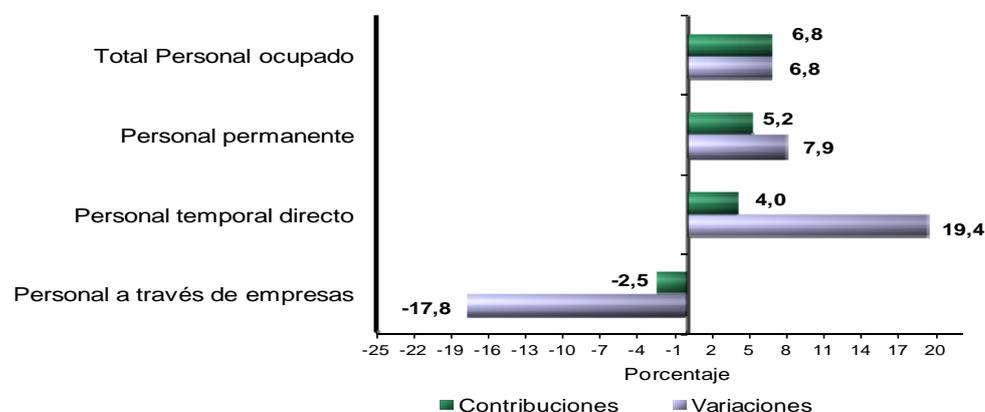


Fuente: DANE – GAHM

2.1.2 Variación doce meses

En los últimos doce meses hasta el primer trimestre de 2012, el personal ocupado por los grandes almacenes e hipermercados minoristas, presentó un aumento de 6,8% respecto al año precedente, debido al crecimiento del personal permanente y el personal temporal directo, que en conjunto contribuyeron con 9,2 puntos porcentuales. En contraste, el personal ocupado a través de empresas disminuyó 17,8%, lo que significó una contribución de -2,5 puntos porcentuales.

Gráfico 17. Variación y contribución doce meses del personal ocupado, según categoría de contratación
Total nacional
II-I trimestre (2012/2011)



Fuente: DANE – GAHM

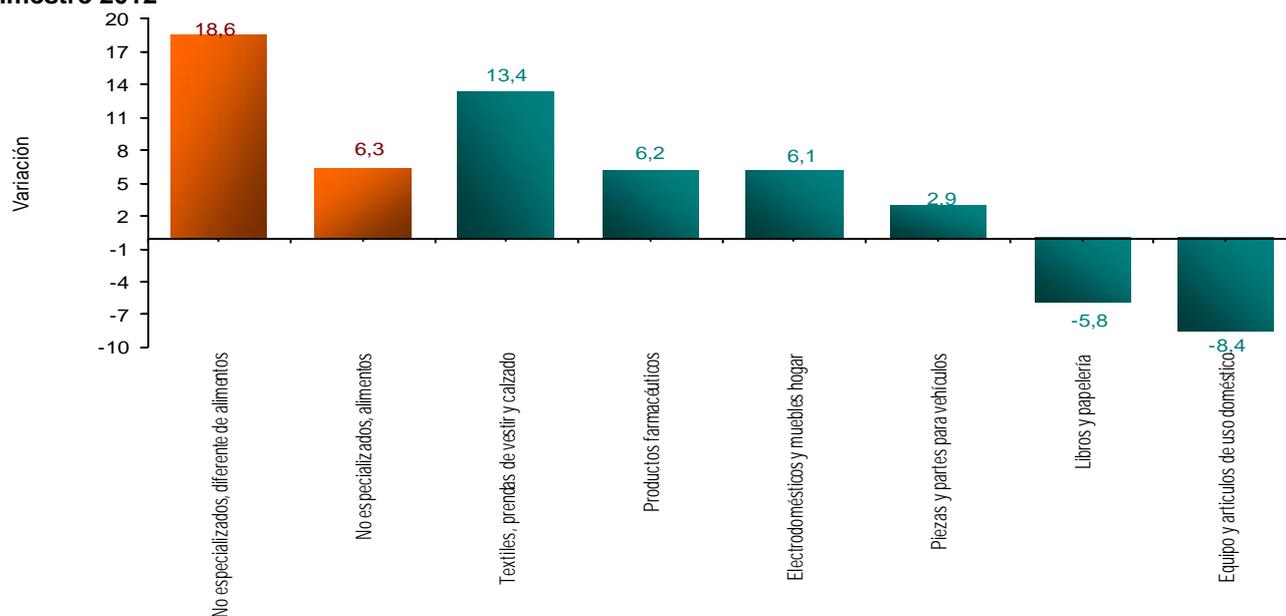
2.2 Actividad comercial según CIU Rev. 3 A.C.

2.2.1 Variación anual: I trimestre de 2012

En el primer 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 (18,6%), mientras que la mayor contribución positiva se presentó en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos, que contribuyó con 4,1 puntos porcentuales.

Gráfico 18. Variación anual del personal ocupado, según actividad comercial

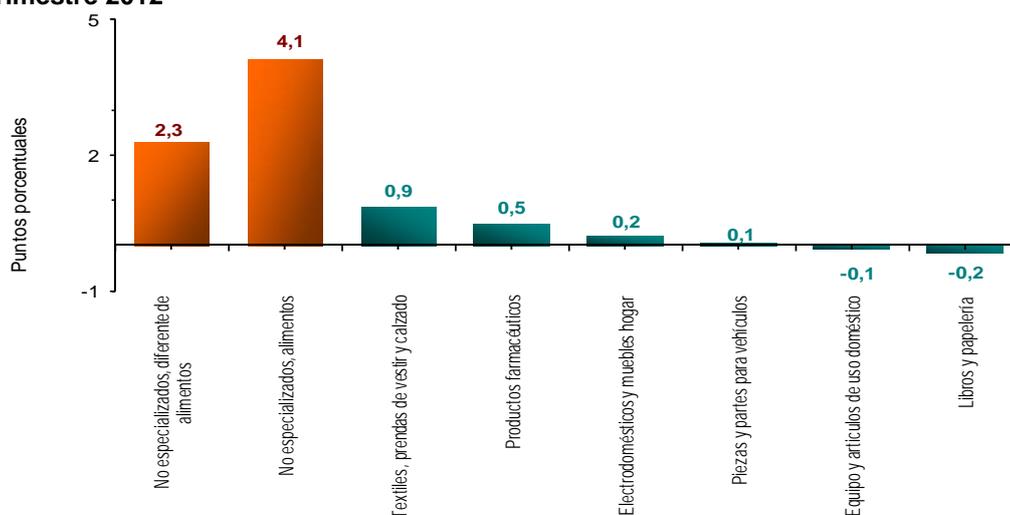
Total nacional
I trimestre 2012



Fuente: DANE – GAHM

Gráfico 19. Contribución anual a la variación del personal ocupado, según actividad comercial

Total nacional
I trimestre 2012



Fuente: DANE – GAHM

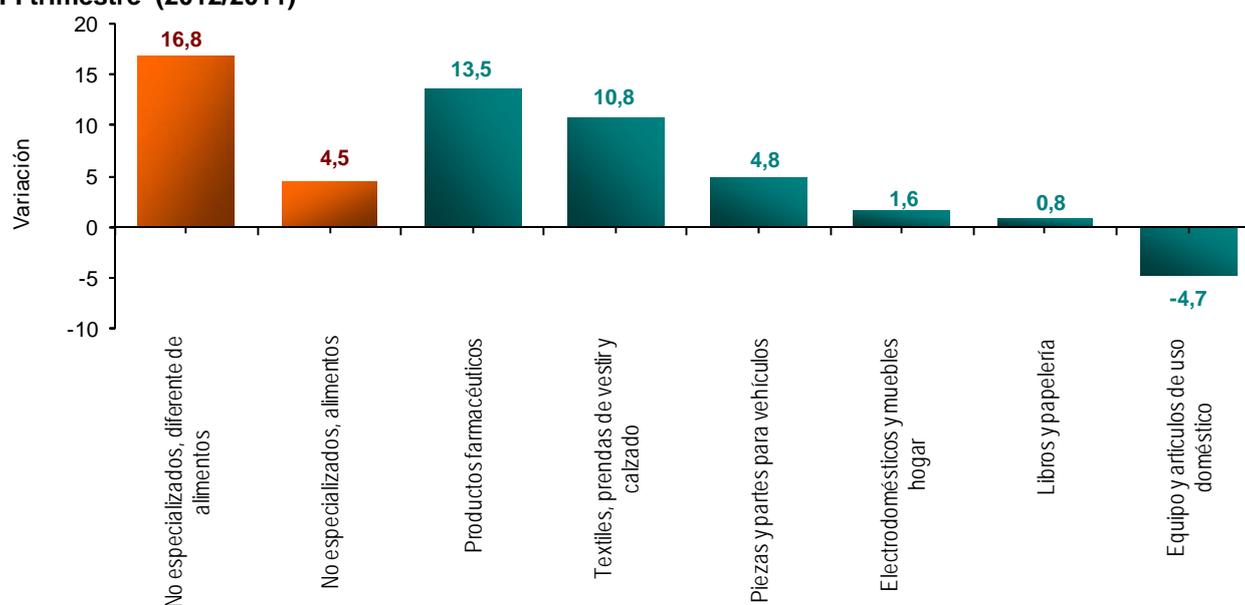
2.2.2 Variación doce meses

Durante los últimos doce meses hasta el primer trimestre de 2012, la principal contribución positiva en el personal ocupado se registró en las empresas no especializadas, con surtido compuesto principalmente por alimentos (3,0 puntos porcentuales).

Gráfico 20. Variación doce meses del personal ocupado, según actividad comercial

Total nacional

II-I trimestre (2012/2011)

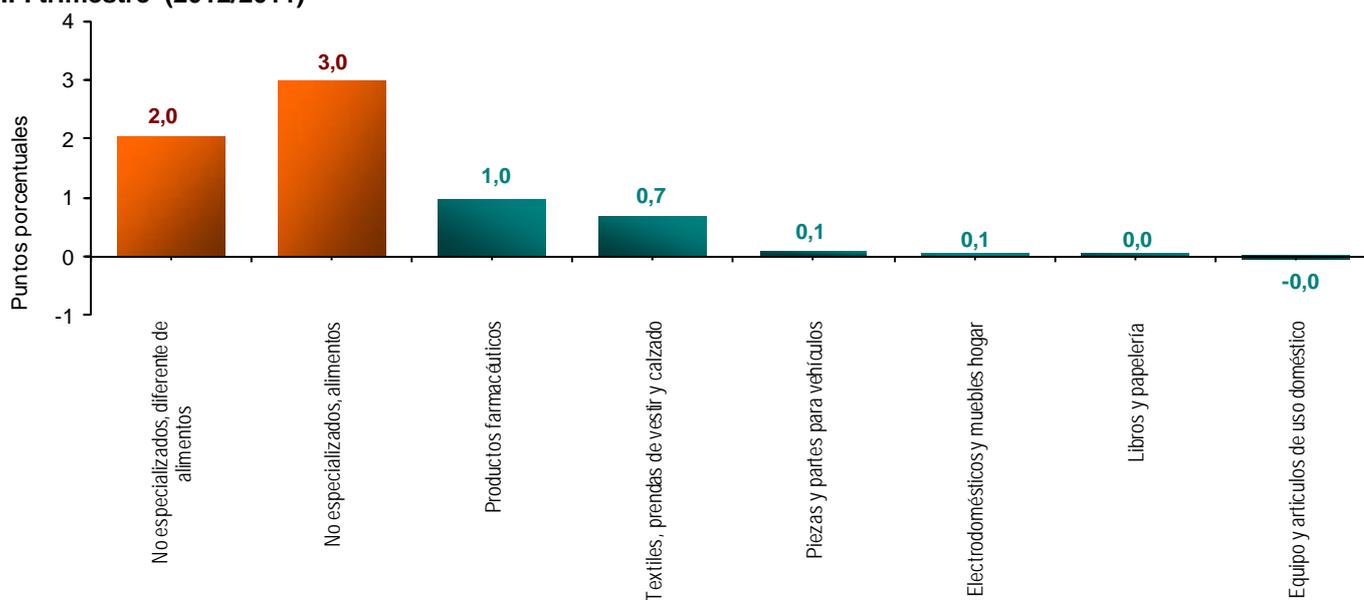


Fuente: DANE - GAHM

Gráfico 21. Contribución doce meses a la variación del personal ocupado, según actividad comercial

Total nacional

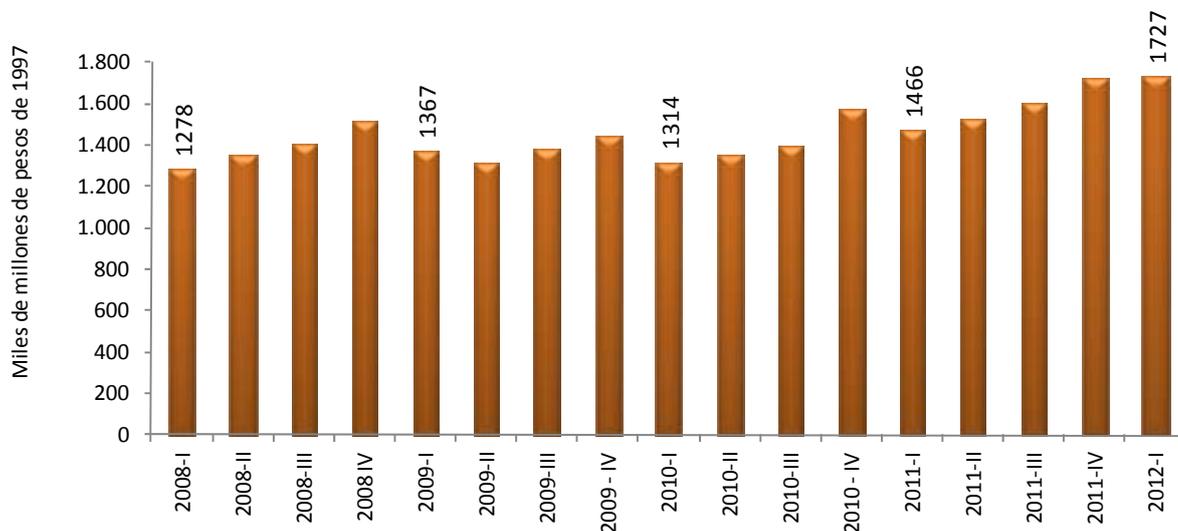
II-I trimestre (2012/2011)



Fuente: DANE - GAHM

3. INVENTARIOS FINALES

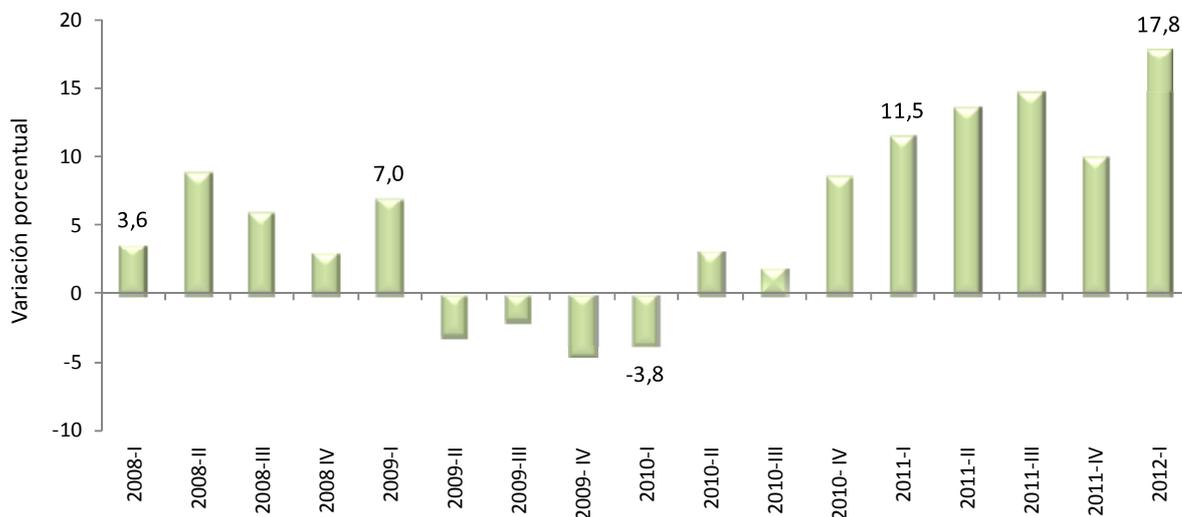
Gráfico 22. Inventarios finales reales en los grandes almacenes e hipermercados minoristas 2008 – 2012 (I trimestre)



Fuente: DANE – GAHM

En el primer trimestre de 2012 respecto al primer trimestre de 2011, los inventarios reales finales de los grandes almacenes e hipermercados minoristas registraron un crecimiento de 17,8% en las existencias.

Gráfico 23. Variación anual de los inventarios finales reales de los grandes almacenes e hipermercados minoristas Total nacional 2008 – 2012 (I trimestre)



Fuente: DANE - GAHM

Durante el primer trimestre de 2012, las principales variaciones positivas en acumulación de inventarios de acuerdo con la CIU Rev.3 se presentaron en: establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos (21,0%), seguido por los establecimientos especializados en la comercialización de textiles, prendas de vestir y calzado (19,6%).

4. ÁREA DE VENTAS

En el primer trimestre de 2012, los grandes almacenes e hipermercados minoristas reportaron un área de ventas disponible al público de 2.774.839 m², lo que significó un aumento de 5,9% comparado con el mismo periodo de 2011.

Tabla 2. Área de ventas de los Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas

Total nacional

2005 – 2012 (I trimestre)

Trimestre	No especializados	Especializados	Total	Variación anual
I/05	1.492.219	206.638	1.698.857	13,1
II/05	1.479.324	208.297	1.687.621	8,1
III/05	1.516.796	212.010	1.728.806	9,9
IV/05	1.555.680	219.611	1.775.291	12,4
I/06	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
I/07	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
I/08	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
I/09	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
I/10	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
I/11	2.271.390	347.896	2.619.286	4,7
II/11	2.301.752	352.727	2.654.479	4,6
III/11	2.334.531	358.465	2.692.996	5,4
IV/11	2.368.102	374.313	2.742.415	5,6
I/12	2.396.905	377.934	2.774.839	5,9

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

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 periodo 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 periodo del año anterior (doce meses hasta trimestre de referencia año t / doce meses hasta mes de referencia año t-1)