



## GRANDES ALMACENES E HIPERMERCADOS MINORISTAS Y COMERCIO DE VEHICULOS AUTOMOTORES NUEVOS I Trimestre de 2013



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 2013, las ventas reales de los Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas aumentaron 6,8% y el personal ocupado registró un aumento de 6,0%, 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 22,6%, comparados con el mismo trimestre de 2012.
- Las ventas reales de vehículos automotores (nacionales e importados) registraron un caída de 10.0% respecto al mismo periodo de 2012.
- Durante los últimos cuatro trimestres hasta el I trimestre de 2013, las ventas reales de los Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas aumentaron 6,8% respecto al año precedente. Durante este periodo el personal ocupado registró un aumento de 6,7%.
- En éste periodo el total de las ventas reales de vehículos automotores (nacionales e importados) presentó un descenso de 1,9% con respecto al año precedente.

#### Director (e)

Eduardo Efraín Freire Delgado

#### Subdirector (e)

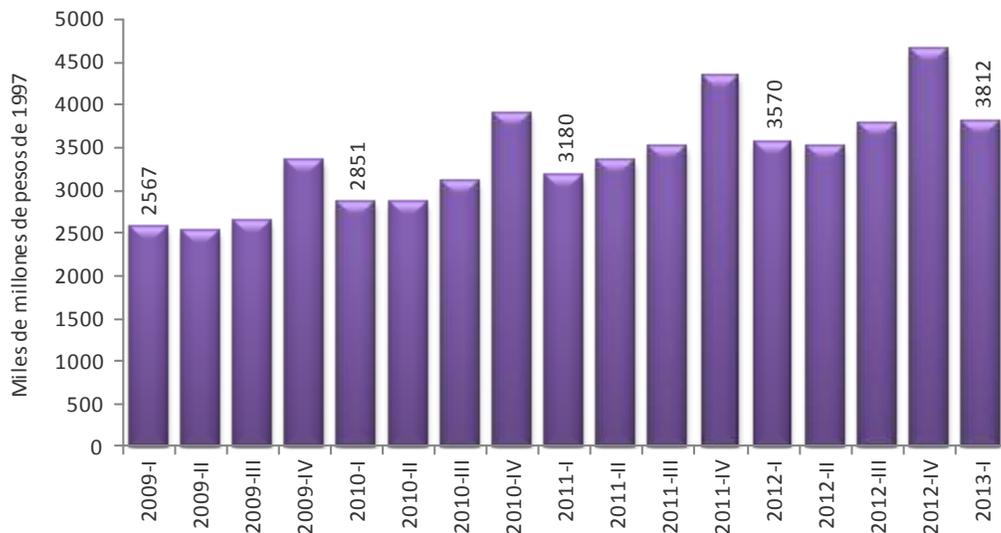
Eduardo Efraín Freire Delgado

#### Director de Metodología y Producción Estadística

Eduardo Efraín Freire Delgado

## RESULTADOS GENERALES

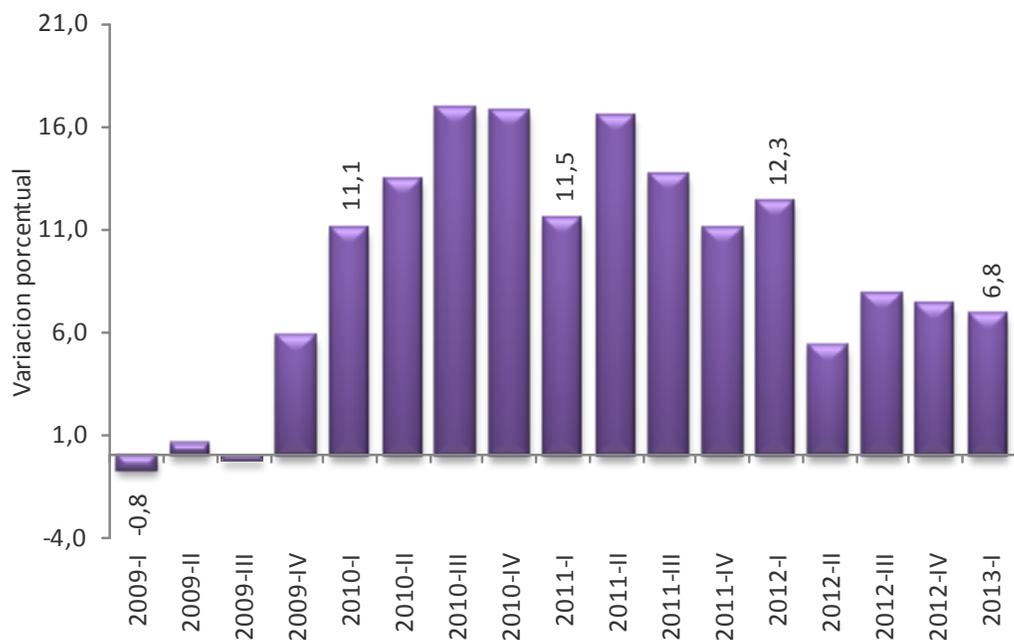
**Gráfico 1. Ventas reales en grandes almacenes e hipermercados minoristas**  
**Total nacional**  
**2009 – 2013 (I trimestre)**



Fuente: DANE – GAHM

En el primer trimestre de 2013, las ventas del comercio minorista en los grandes almacenes aumentaron 6,8%, respecto al mismo trimestre de 2012.

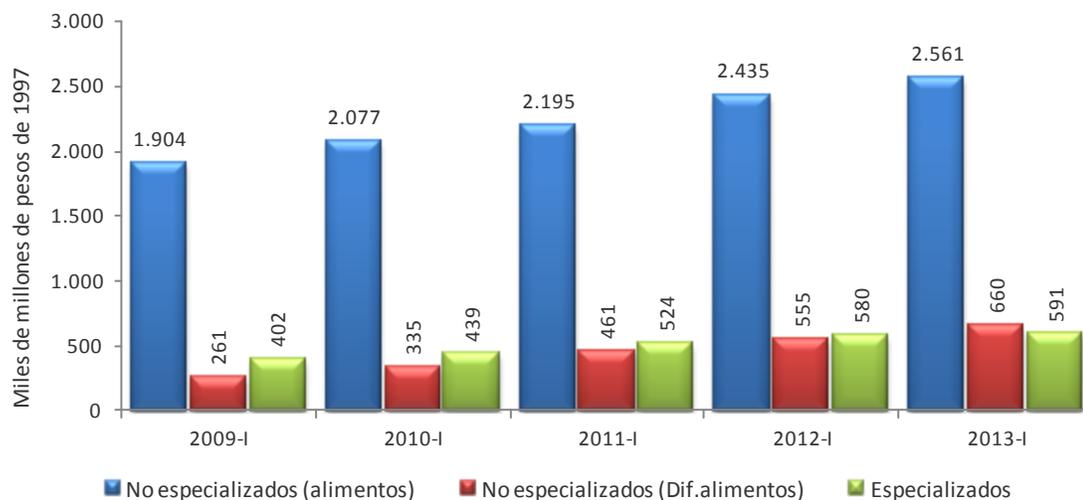
**Gráfico 2. Variación anual de las ventas reales en grandes almacenes e hipermercados minoristas**  
**Total nacional**  
**2009 – 2013 (I trimestre)**



Fuente: DANE - GAHM

Durante el primer trimestre de 2013, 84,5% de las ventas reales (\$ 3.221 miles de millones de pesos de 1997) se realizaron en almacenes no especializados, y el 15,5% en especializados.

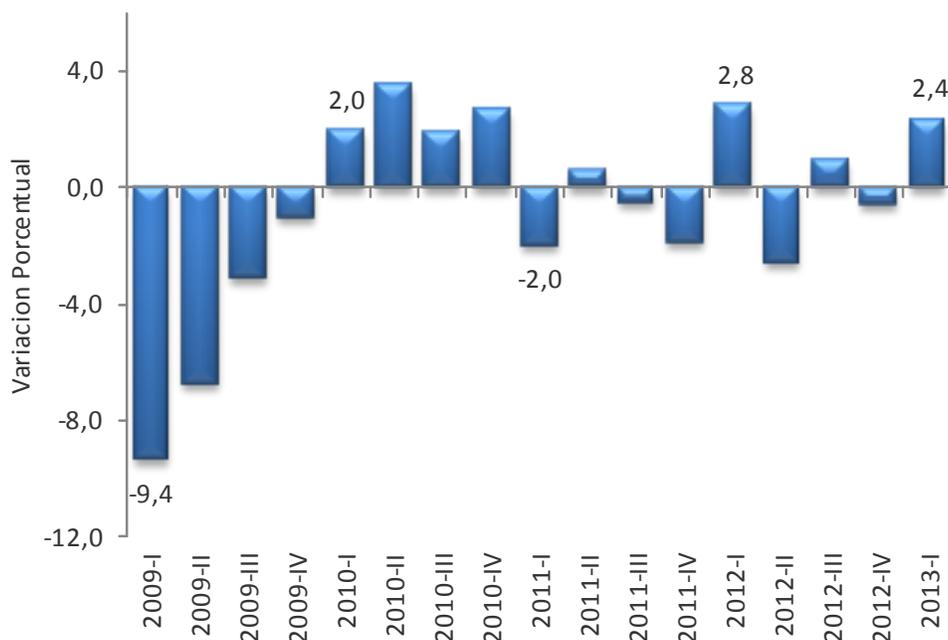
**Gráfico 3. Ventas reales en grandes almacenes e hipermercados minoristas por tipo de almacén**  
**Total nacional**  
**2009 – 2013 (I trimestre)**



Fuente: DANE - GAHM

En el primer trimestre de 2013, las ventas reales de alimentos y bebidas no alcohólicas presentaron un aumento de 2,4% respecto al mismo periodo del año anterior.

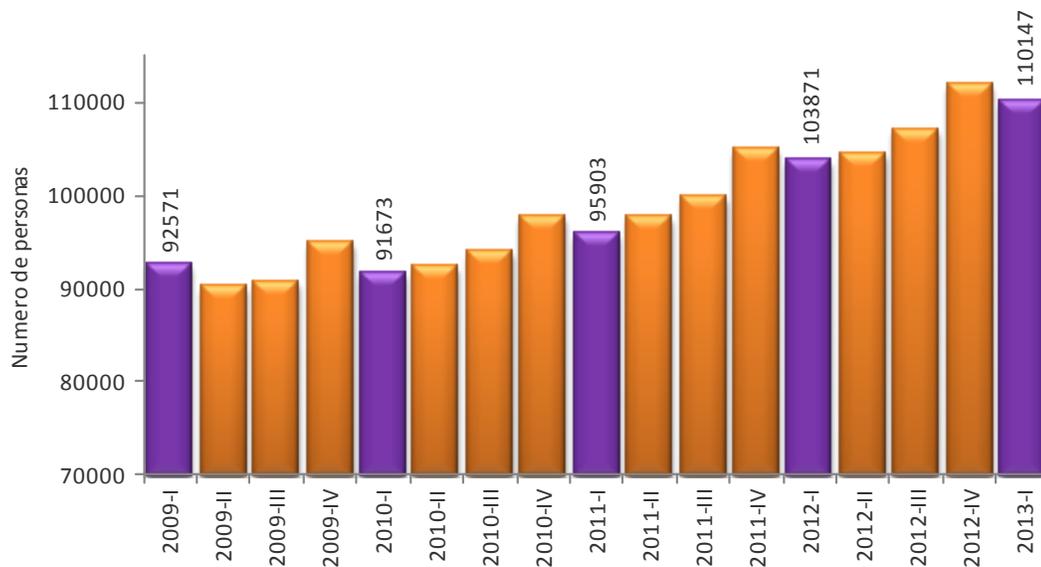
**Gráfico 4. Variación anual de las ventas reales de alimentos y bebidas no alcohólicas**  
**en grandes almacenes e hipermercados minoristas**  
**Total nacional**  
**2009 – 2013 (I trimestre)**



Fuente: DANE - GAHM

El personal ocupado por los grandes almacenes e hipermercados alcanzó un total de 110.147 personas ocupadas, lo que significó un aumento de 6,0% frente al primer trimestre de 2012.

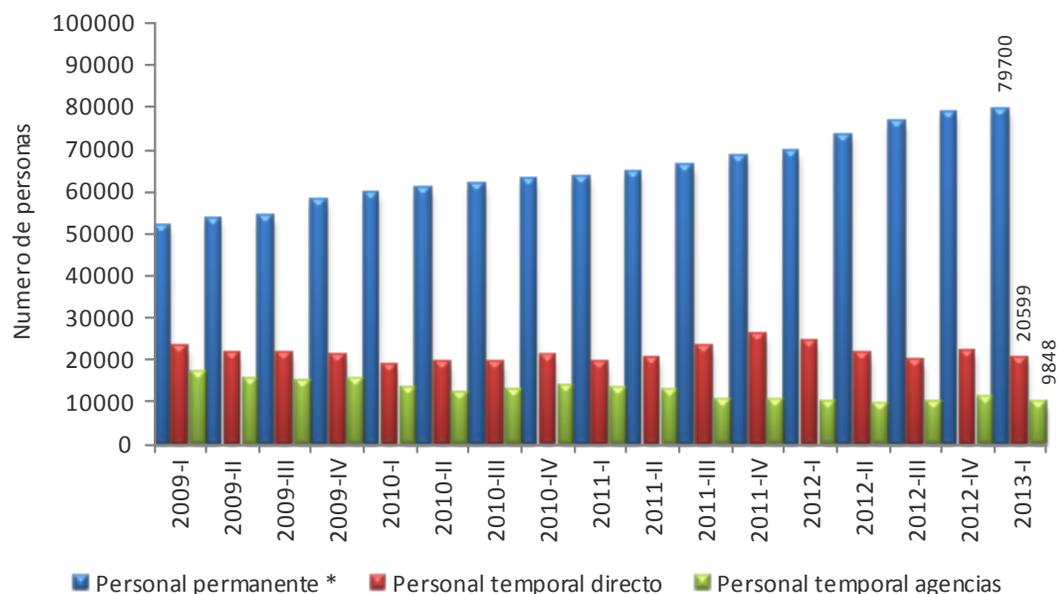
**Gráfico 5. Personal ocupado por los grandes almacenes e hipermercados minoristas Total nacional 2009 – 2013 (I trimestre)**



Fuente: DANE - GAHM

En el primer trimestre de 2013, 72,4% del personal que ocuparon los grandes almacenes e hipermercados minoristas era permanente, 18,7% era temporal directo y 8,9% temporal contratado a través de agencias.

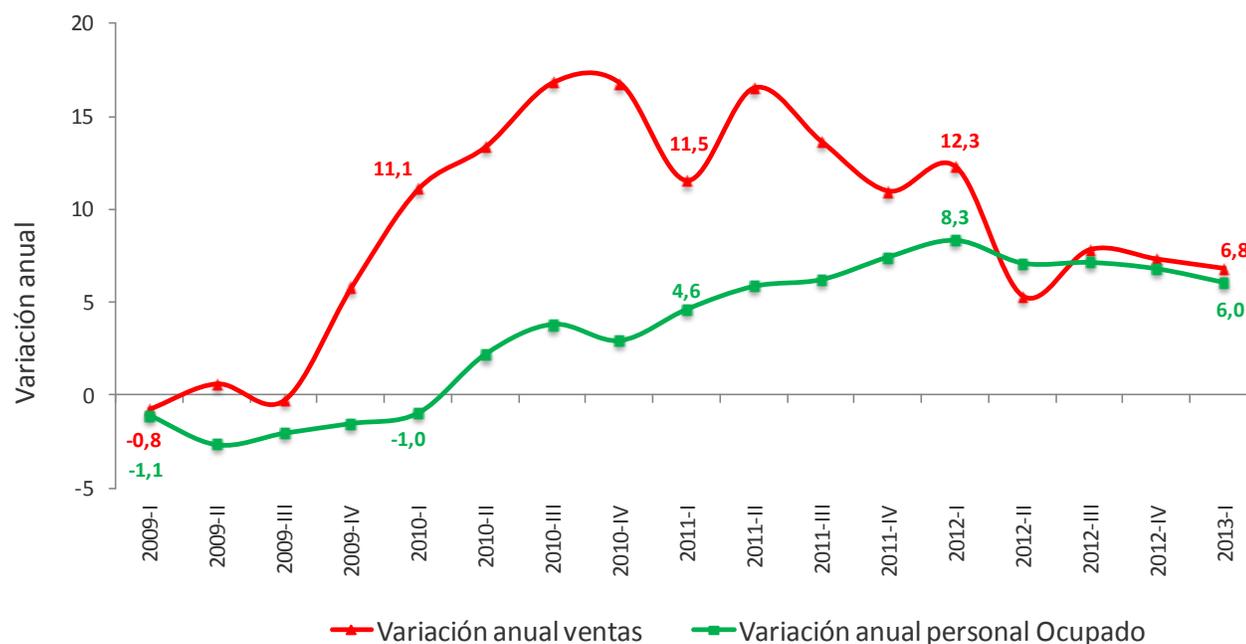
**Gráfico 6. Personal ocupado, por los grandes almacenes e hipermercados minoristas según tipo de contratación\* Total nacional 2009 – 2013 (I trimestre)**



\* Incluye socios y propietarios

Fuente: DANE GAHM

**Gráfico 7. Variación anual de las ventas reales y el personal ocupado**  
**Total nacional**  
**2009 – 2013 (I trimestre)**



Fuente: DANE – GAHM

**Tabla 1. Resumen del comportamiento de las principales variables**  
**Total nacional**  
**I trimestre de 2013**

Indicador	Variación (%)			
	Anual		Doce meses	
	2012	2013	2012	2013
Ventas	12,3	6,8	13,1	6,8
Personal Ocupado	8,3	6,0	7,0	6,7

Fuente: DANE – GAHM

## 1. VENTAS REALES

### 1.1 Grupos de mercancías

#### 1.1.1 Variación anual: I trimestre de 2013

Durante el primer trimestre de 2013, las ventas reales aumentaron 6,8% respecto al mismo periodo del año anterior. Los grupos de mercancías que presentaron las mayores variaciones positivas fueron: equipo de informática, hogar; artículos y utensilios de uso doméstico; calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero; licores, cigarros y cigarrillos; y electrodomésticos y muebles para el hogar.

#### Gráfico 8. Variación anual de las ventas reales

Total nacional  
I trimestre 2013



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 4,3 puntos porcentuales, seguido por electrodomésticos y muebles del hogar; y por alimentos y bebidas no alcohólicas con 0,5 puntos porcentuales respectivamente.

**Gráfico 9. Contribución anual a la variación de las ventas reales**  
**Total nacional**  
**I trimestre 2013**



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 primer trimestre del 2013, las ventas reales del comercio minorista en los grandes almacenes e hipermercados aumentaron 6,8% 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; artículos de ferretería, vidrios y pinturas; licores, cigarros y cigarrillos; y productos textiles y prendas de vestir.

**Gráfico 10. Variación doce meses de las ventas reales**  
**Total nacional**  
**I trimestre 2013**

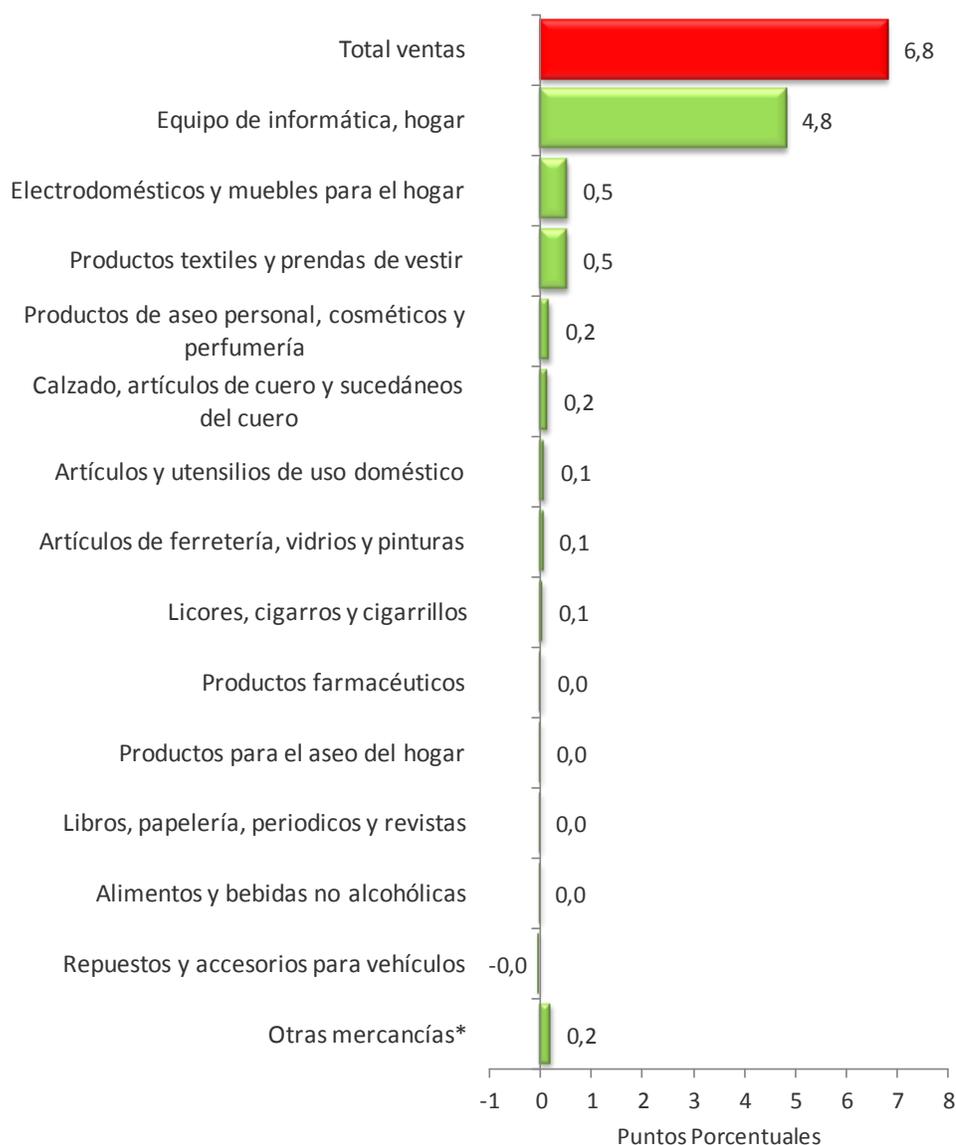


Fuente: DANE – GAHM

\* 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 en 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 5,8 puntos porcentuales a la variación total (Gráfico 11).

**Gráfico 11. Contribución doce meses a la variación de las ventas reales**  
**Total nacional**  
**I trimestre 2013**



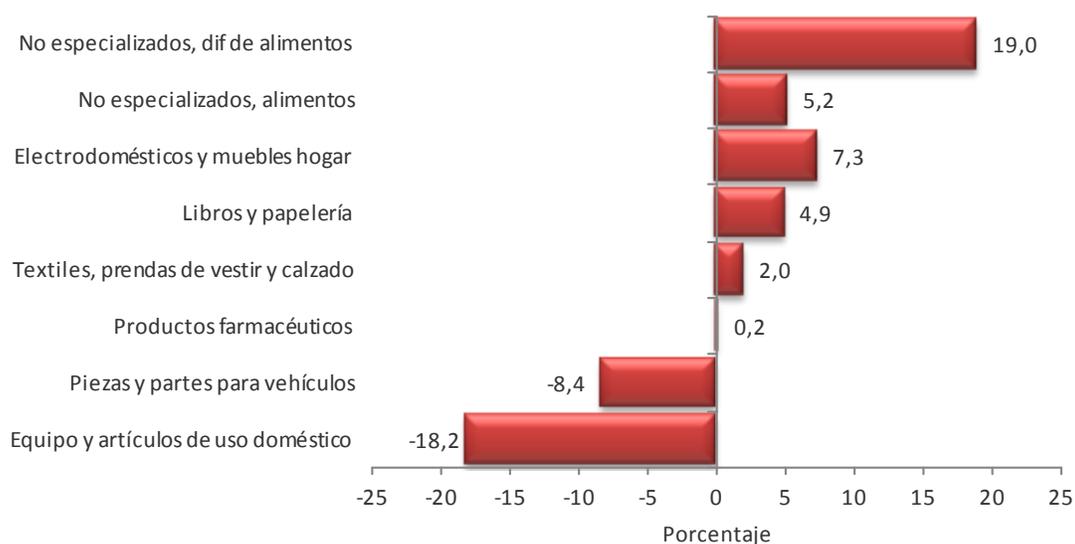
Fuente: DANE - GAHM

\* 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.

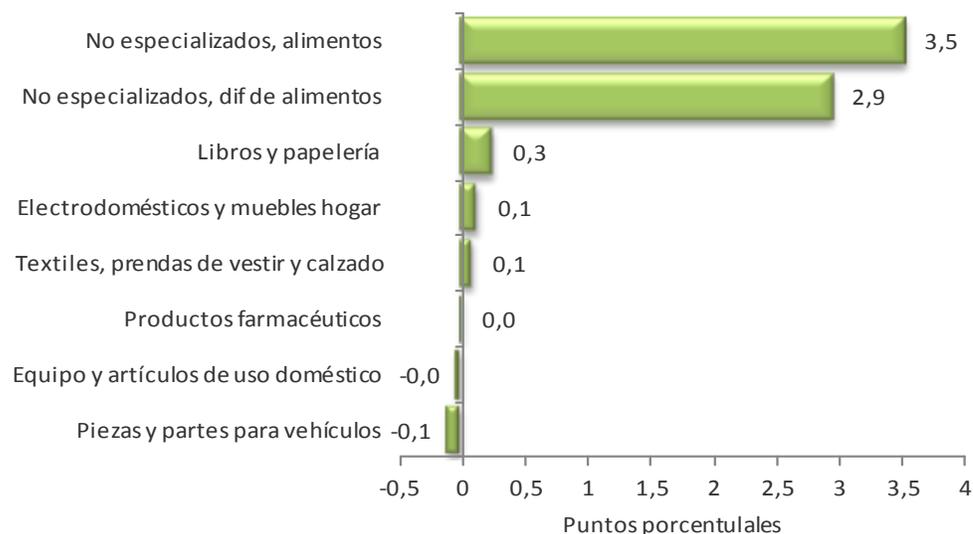
## 1.2 Actividad comercial CIU Rev. 3

### 1.2.1 Variación anual: I trimestre de 2013

De acuerdo con el tipo de actividad comercial (CIU Rev.3) desarrollada por las empresas investigadas, en el primer trimestre de 2013 se registró un aumento en las ventas reales del comercio no especializado de 19,0% en aquellas con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos, y de 5,2% 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; libros y papelería; y textiles, prendas de vestir y calzado (Gráfico 12).

**Gráfico 12. Variación anual de las ventas reales, según actividad comercial****Total nacional  
I trimestre 2013**

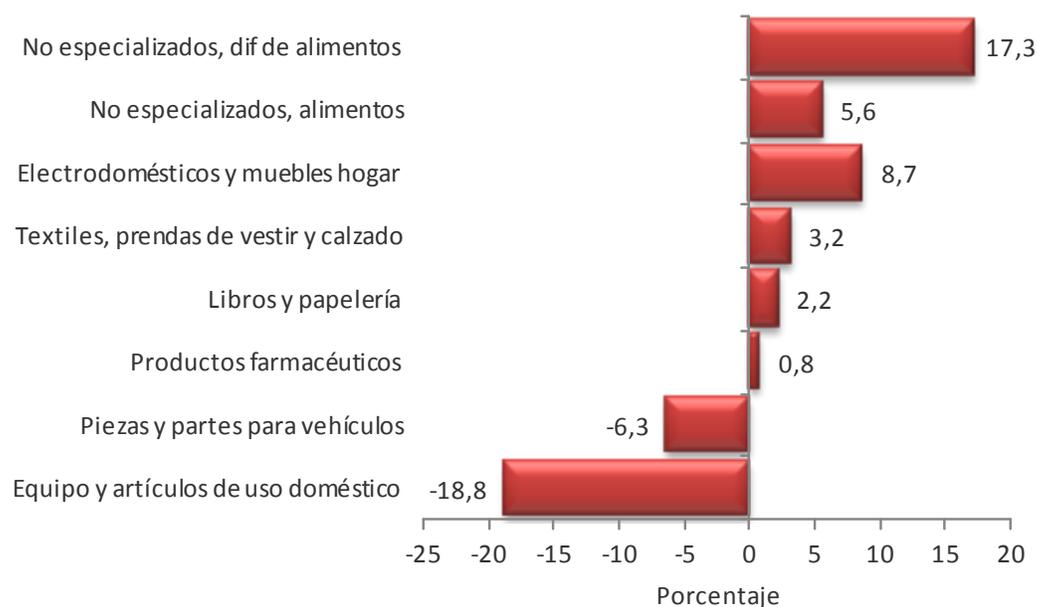
Fuente: DANE – GAHM

**Gráfico 13. Contribución a la variación anual de las ventas reales, según actividad comercial****Total nacional  
I trimestre 2013**

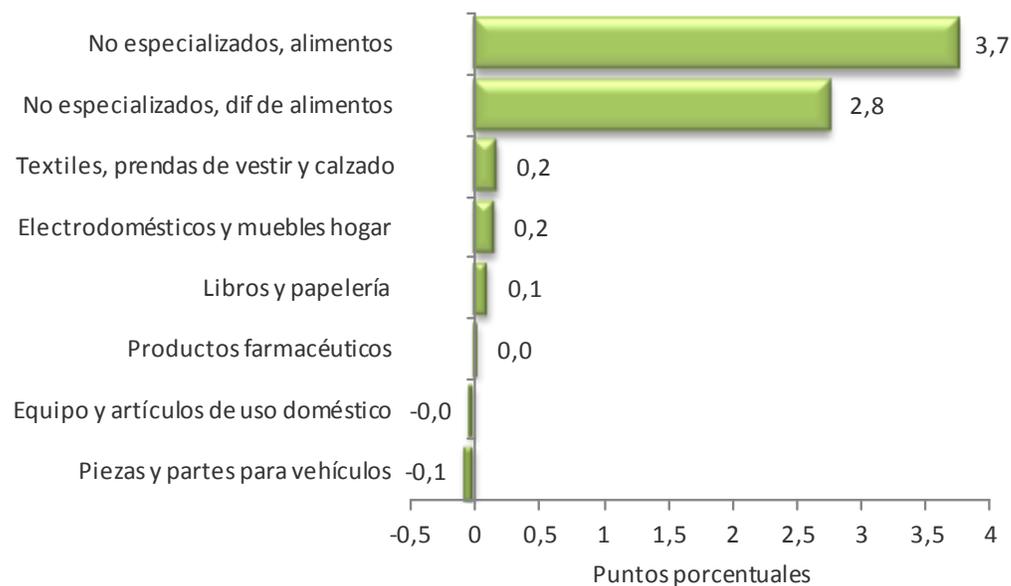
Fuente: DANE – GAHM

**1.2.2 Variación doce meses**

En los últimos cuatro trimestres hasta el primer trimestre de 2013, los principales aumentos de las ventas reales se registraron en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (17,3%). Las empresas especializadas que presentaron los mayores incrementos en sus ventas reales fueron las dedicadas al comercio de: electrodomésticos y muebles para el hogar; textiles, prendas de vestir y calzado; y libros y papelería (Gráfico 14).

**Gráfico 14. Variación doce meses de las ventas reales, según actividad comercial****Total nacional  
I trimestre 2013**

Fuente: DANE – GAHM

**Gráfico 15. Contribución doce meses a la variación de las ventas reales según actividad comercial****Total nacional  
I trimestre 2013**

Fuente: DANE – GAHM

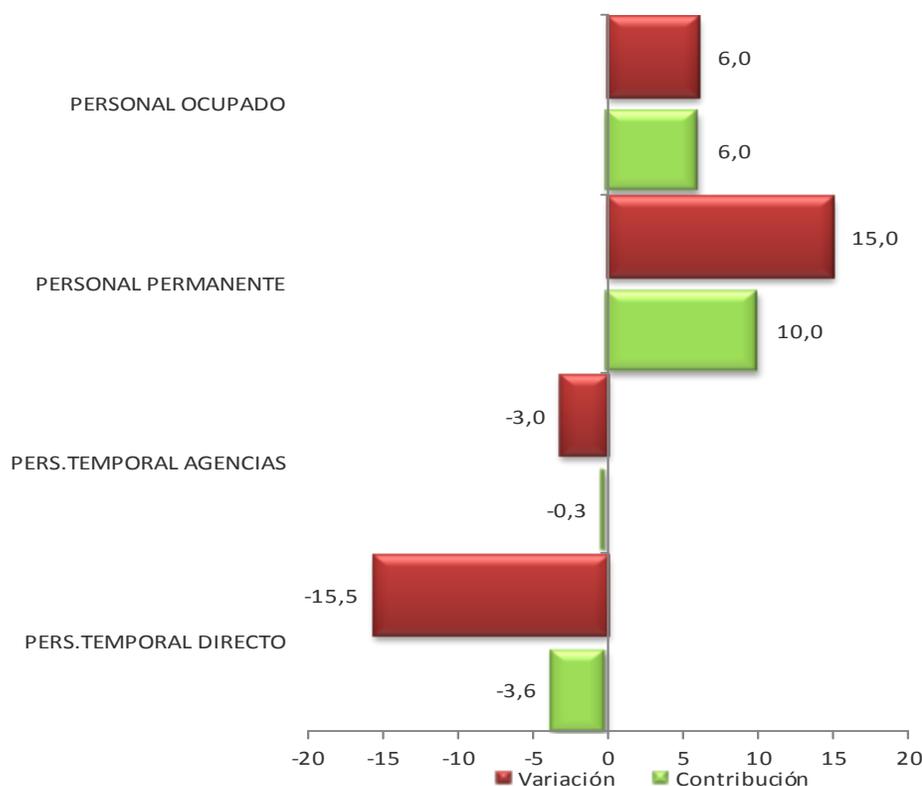
## 2. PERSONAL OCUPADO

### 2.1 Categoría de Contratación

#### 2.1.1 Variación anual: I trimestre de 2013

En el primer trimestre de 2013, el personal ocupado asociado a los grandes almacenes e hipermercados minoristas aumentó 6,0% con respecto al mismo periodo de 2012, explicado principalmente por el crecimiento en la contratación de personal permanente, que aportó 10,0 puntos porcentuales a la variación total.

**Gráfico 16. Variación y contribución anual del personal ocupado, según categoría de contratación**  
Total nacional  
I trimestre 2013

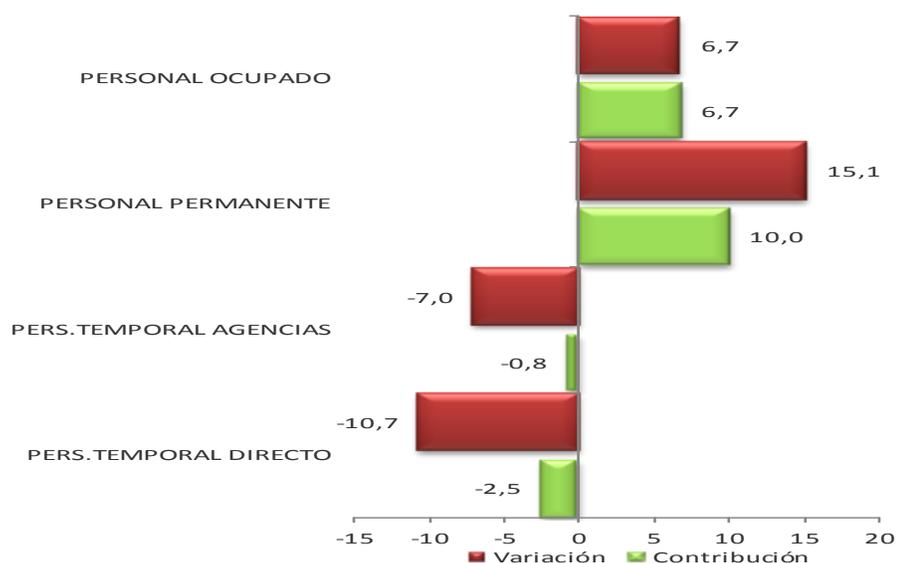


Fuente: DANE – GAHM

#### 2.1.2 Variación doce meses

En los últimos cuatro trimestres hasta el primer trimestre de 2013, el personal ocupado por los grandes almacenes e hipermercados minoristas, presentó un aumento de 6,7% respecto al año precedente, debido al crecimiento del personal permanente que contribuyó con 10,0 puntos porcentuales. Este efecto fue contrarrestado por el comportamiento del personal temporal directo y el ocupado a través de empresas que disminuyeron 10,7% y 7,0% respectivamente y que en conjunto contribuyeron negativamente con 3,3 puntos porcentuales (Gráfico 17).

**Gráfico 17. Variación y contribución doce meses del personal ocupado, según categoría de contratación**  
**Total nacional**  
**I trimestre 2013**



Fuente: DANE – GAHM

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

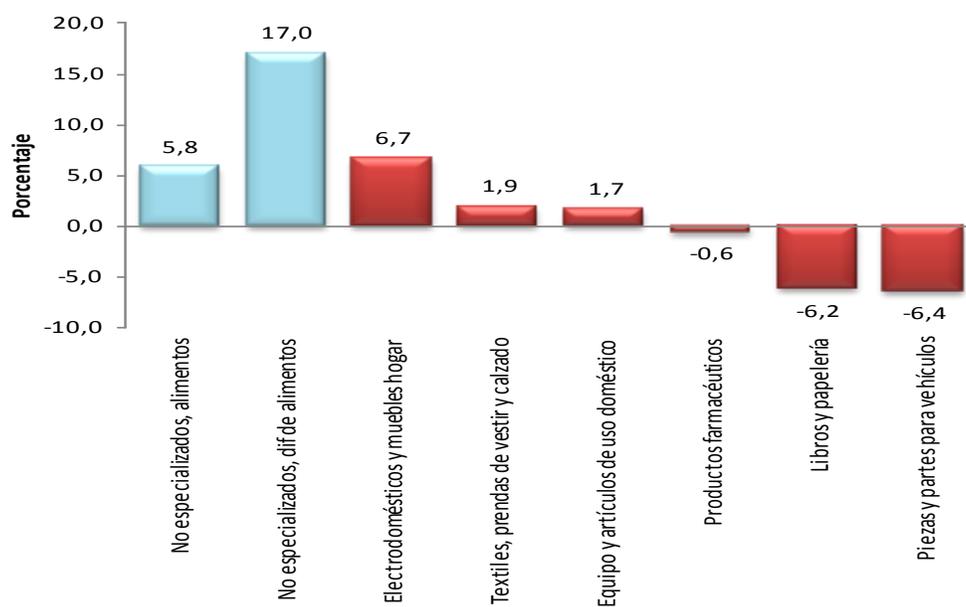
**2.2.1 Variación anual: I trimestre de 2013**

En el primer trimestre de 2013, la mayor variación en el personal ocupado se registró en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (17,0%), presentando la mayor contribución positiva junto con los establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos los cuales aportaron 2,3 puntos porcentuales.

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

**Total nacional**

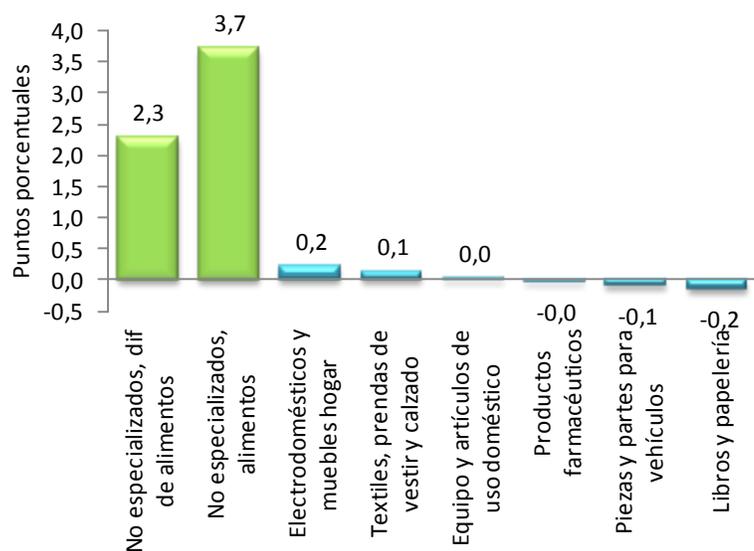
**I trimestre 2013**



Fuente: DANE – GAHM

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

Total nacional  
I trimestre 2013



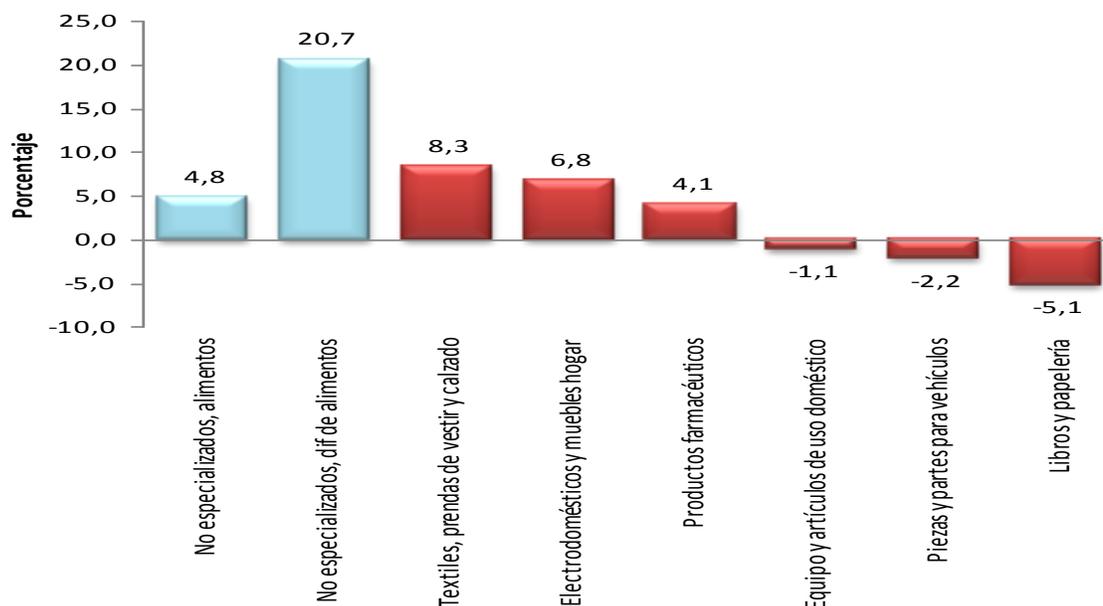
Fuente: DANE – GAHM

### 2.2.2 Variación doce meses

En los últimos cuatro trimestres hasta el primer trimestre de 2013, los establecimientos no especializados, con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos presentaron la mayor variación en el personal ocupado (20,7%); a su vez, la principal contribución positiva en el personal ocupado se registró en los establecimientos no especializados, con surtido compuesto principalmente por alimentos (3,1 puntos porcentuales).

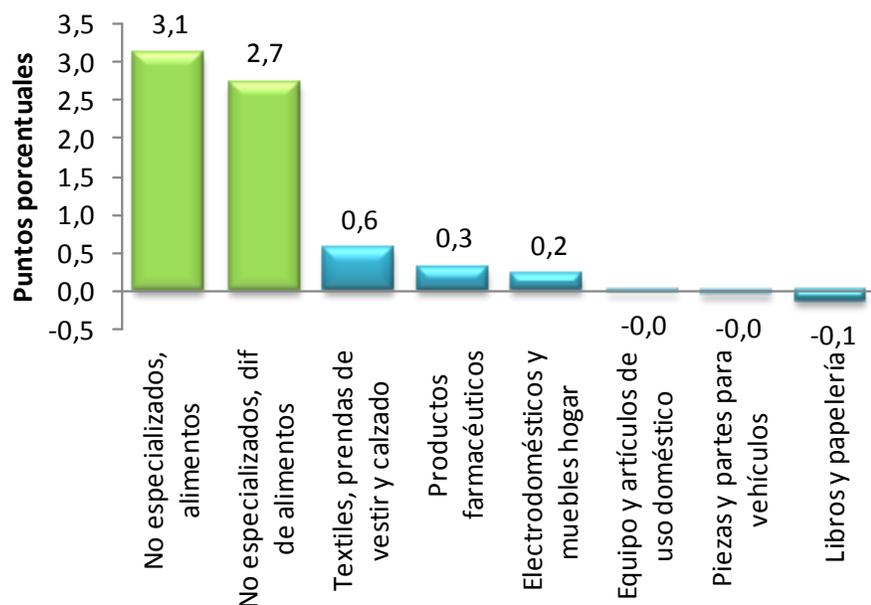
### Gráfico 20. Variación doce meses del personal ocupado, según actividad comercial

Total nacional  
I trimestre 2013



Fuente: DANE – GAHM

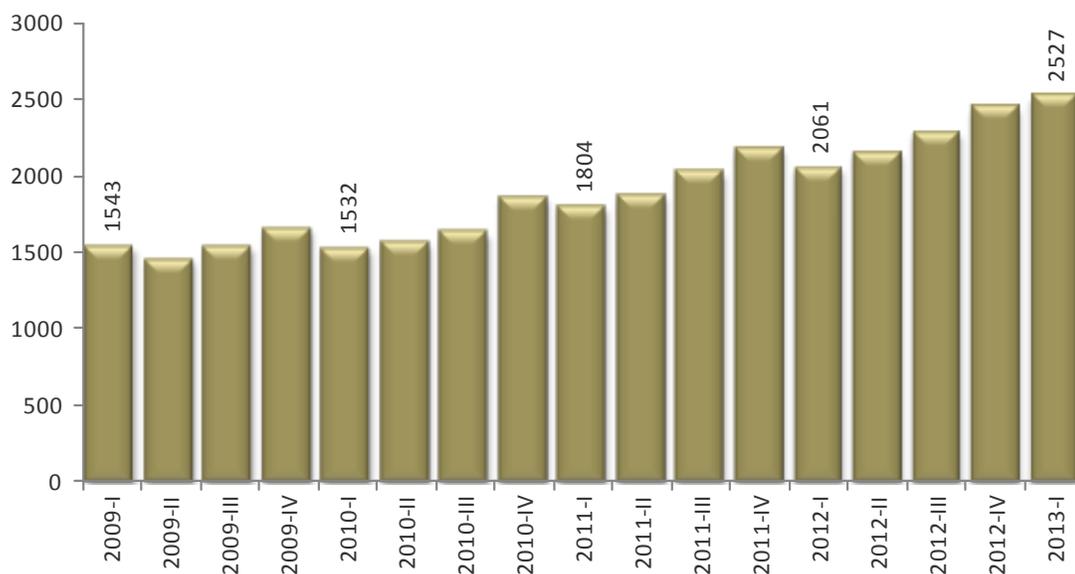
**Gráfico 21. Contribución doce meses a la variación del personal ocupado, según actividad comercial**  
**Total nacional**  
**I trimestre 2013**



Fuente: DANE – GAHM

### 3. INVENTARIOS FINALES

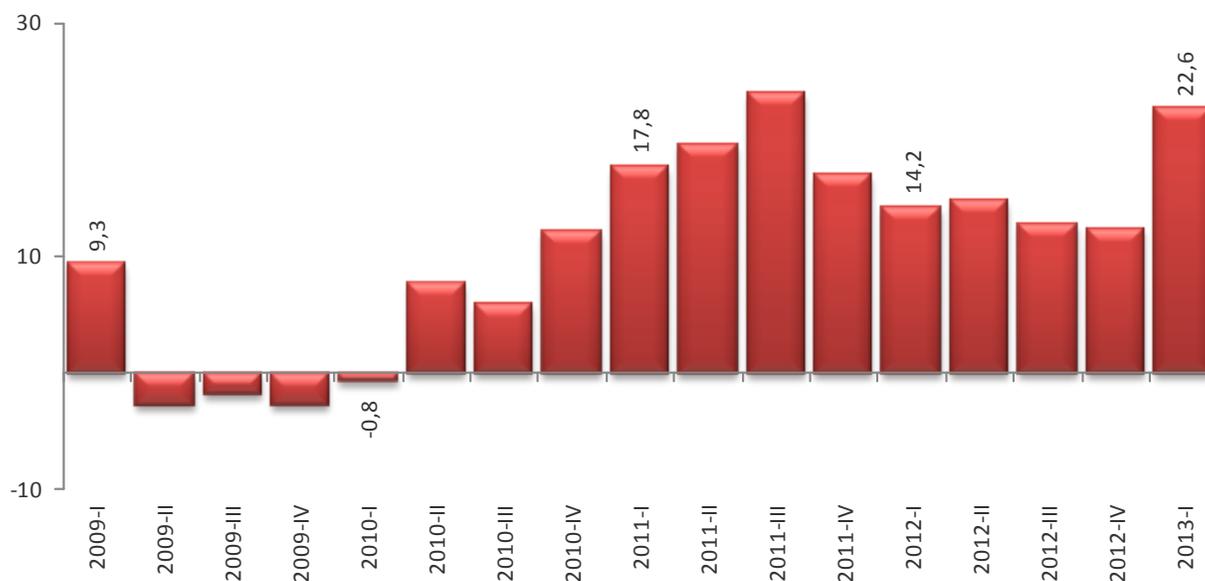
**Gráfico 22. Inventarios finales reales en los grandes almacenes e hipermercados minoristas**  
**2009 – 2013 (I trimestre)**



Fuente: DANE – GAHM

En el primer trimestre de 2013 respecto al primer trimestre de 2012, los inventarios reales finales de los grandes almacenes e hipermercados minoristas registraron un crecimiento de 22,6% (Gráfico 23).

**Gráfico 23. Variación anual de los inventarios finales reales de los grandes almacenes e hipermercados minoristas Total nacional 2009 – 2013 (I trimestre)**



Fuente: DANE - GAHM

Durante el primer trimestre de 2013, las principales variaciones positivas en acumulación de inventarios de acuerdo con la CIU Rev.3 se presentaron en: las empresas no especializadas, con surtido compuesto principalmente de alimentos (víveres en general) bebidas y tabaco (28,1%), seguido por los establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (víveres en general) bebidas y tabaco (26,3%).

#### 4. ÁREA DE VENTAS

En el primer trimestre de 2013, los grandes almacenes e hipermercados minoristas reportaron un área de ventas disponible al público de 2.978.800 m<sup>2</sup>, lo que significó un aumento de 7,3% comparado con el mismo periodo de 2012.

**Tabla 2. Área de ventas de los Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas  
Total nacional  
2009 (I trimestre) – 2013 (I trimestre)**

Trimestre	No especializados	Especializados	Total	Variación anual
I/09	2.104.450	292.608	2.397.058	8,7
II/09	2.112.940	300.037	2.412.977	8,1
III/09	2.114.754	304.639	2.419.393	6,2
IV/09	2.157.509	310.783	2.468.292	5,4
I/10	2.187.339	313.325	2.500.664	4,3
II/10	2.218.559	315.429	2.533.988	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	2.303.117	352.727	2.655.844	4,8
III/11	2.339.310	358.465	2.697.775	5,6
IV/11	2.371.641	374.313	2.745.954	5,8
I/12	2.398.851	378.285	2.777.136	6,0
II/12	2.421.628	381.647	2.803.275	5,6
III/12	2.471.912	386.511	2.858.423	6,0
IV/12	2.541.729	392.227	2.933.956	6,8
I/13	2.584.518	394.282	2.978.800	7,3

Fuente: DANE- GAHM

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