



GRANDES ALMACENES E HIPERMERCADOS MINORISTAS Y COMERCIO DE VEHICULOS AUTOMOTORES NUEVOS II trimestre de 2007



Código N° 1003-1

Dirección de Equipamientos, Diseño, producción, análisis y difusión de los siguientes investigaciones estadísticas periódicas: Encuesta Continua de Hogares; Índice de Precios al Consumidor; Muestra Mensual Manufacturera; Comercio Exterior; Índice de Costos de Construcción de Vivienda; Índice de Costos de Construcción Pesada; Censo de Edificaciones; Muestra Mensual de Comercio al por Menor; Encuesta Anual de Servicios; Encuesta Anual Manufacturera; Encuesta Anual de Comercio; Diseño del Censo General; Encuesta Nacional Agropecuaria -Muestra de Areas; Nomenclatura y Clasificación; Cuentas Económicas; Estadísticas Licencias de Construcción; Índice de Costos de la Educación Superior Privada; Encuesta de Microestablecimientos de Comercio, Servicios e Industria; Estadísticas Vitales; Proyecciones de Población y Estudios Demográficos e Informes de Cuentas Económicas Regionales; Índice precios de edificaciones nuevas; Índice de precios de vivienda nueva; cartera hipotecaria de vivienda; Índice de subsección prefiel; Encuesta de desempleo institucional; Encuesta de sacrificio de ganado; Encuesta de arve y Cuentas Regionales; Servicio de Asesoría en Planificación Estadística.

ISO - 9001:2000



Contenido

Resumen

Resultados Generales

Primera parte: Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas

1. Ventas
2. Empleo
3. Inventarios finales
4. Área de ventas

Segunda parte: Comercio de Vehículos Automotores Nuevos

1. Unidades vendidas
2. Valor de las ventas de vehículos

Anexos

Resumen

- Durante el segundo trimestre del año 2007 se presentó un incremento en ventas reales de 6,90% en comparación con el mismo trimestre del año anterior.
- En el segundo trimestre del año 2007, trece de los catorce grupos de mercancías presentaron variaciones positivas en ventas reales con respecto al mismo período del 2006.
- El primer semestre del año, presentó una variación en ventas reales de 11,14% en comparación al mismo semestre del año anterior.
- En los últimos doce meses, se presentó un incremento en ventas reales de 13,29% en comparación con el mismo periodo anterior.
- El empleo registró durante el segundo trimestre del año 2007, un incremento de 6,04% con respecto al mismo período del año anterior.
- En el segundo trimestre del año 2007, los inventarios reales presentaron un incremento de 0,29%, comparados con el mismo trimestre de 2006.
- El segundo trimestre del año 2007 presentó un incremento en ventas reales de vehículos de 40,54% en comparación con el mismo trimestre del año anterior.

Director Departamento
Dr. Juan Pablo Zárate Perdomo

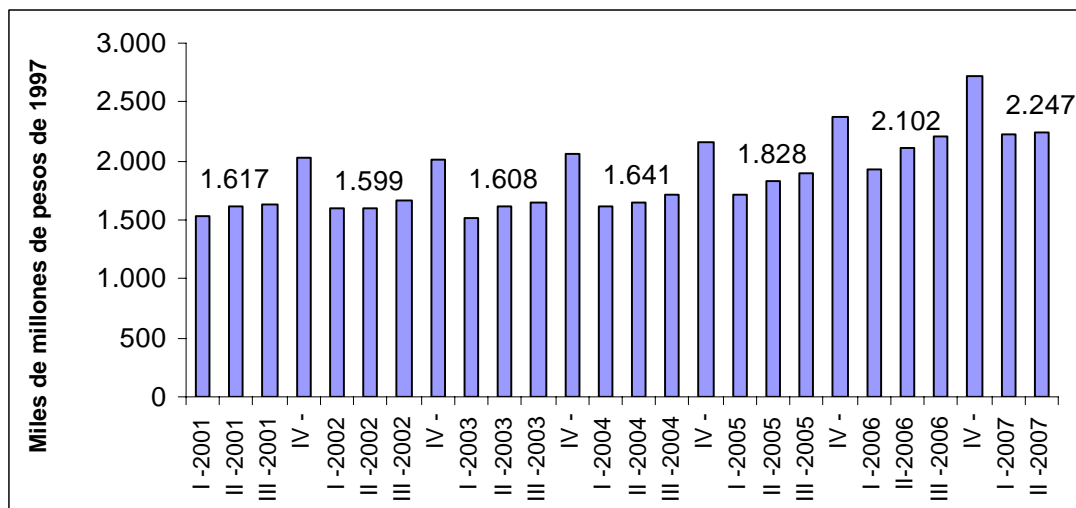
Subdirector
Dr. Pedro José Fernández Ayala

**Director de Metodología y
Producción Estadística**
Dr. Eduardo Efraín Freire Delgado

RESULTADOS GENERALES

En el segundo trimestre de 2007, las ventas reales minoristas de los grandes almacenes aumentaron 6,90% frente al mismo trimestre de 2006.

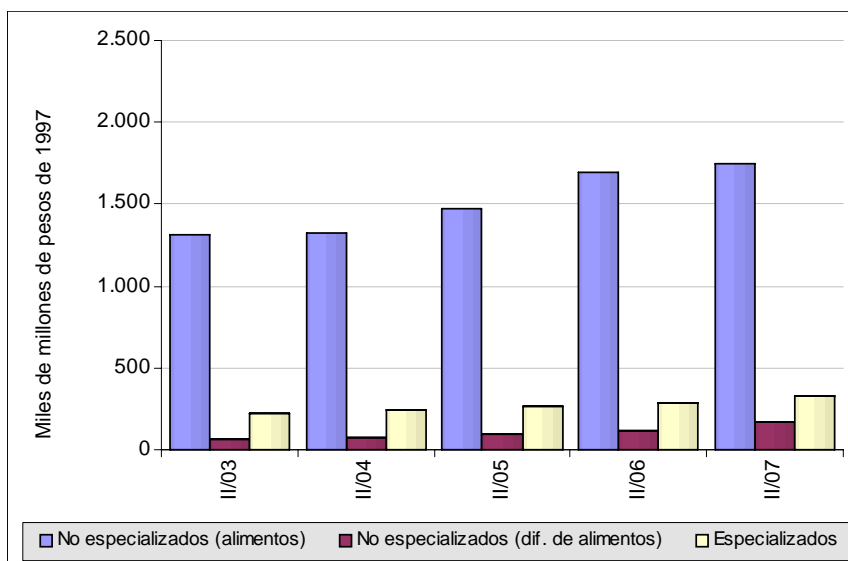
Gráfico 1
Ventas reales en grandes almacenes minoristas e hipermercados
Total nacional
(2001 – 2007)



Fuente: DANE

En el segundo trimestre de 2007, el 86,55% (\$ 4 002 214 millones) de las ventas nominales se realizaron en los almacenes no especializados.

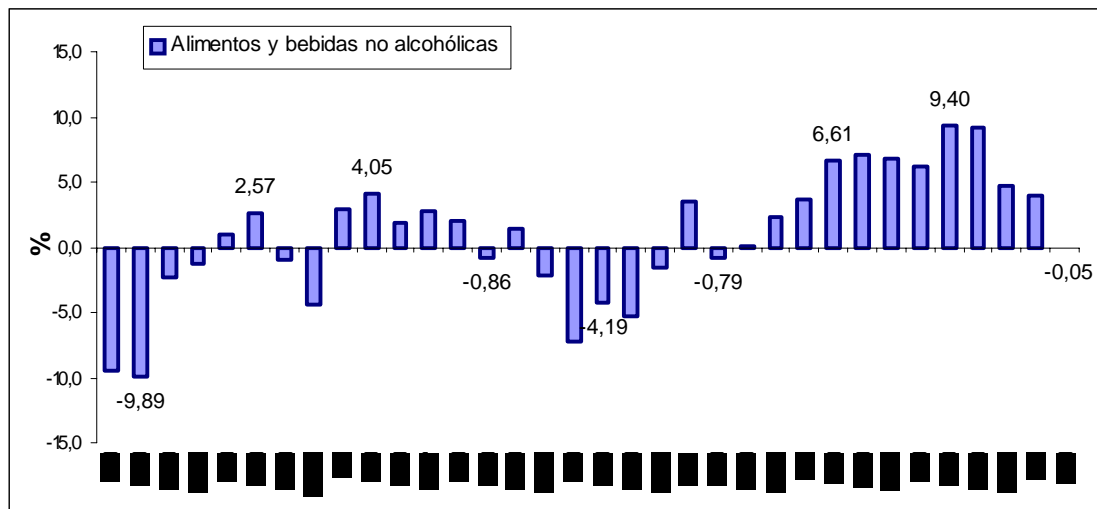
Gráfico 2
Ventas reales en grandes almacenes e hipermercados por tipo de almacén
Total nacional
(2003 – 2007)



Fuente: DANE

En el segundo trimestre de 2007, las ventas reales de alimentos y bebidas no alcohólicas, presentaron una variación de -0,05% respecto al mismo período del año anterior.

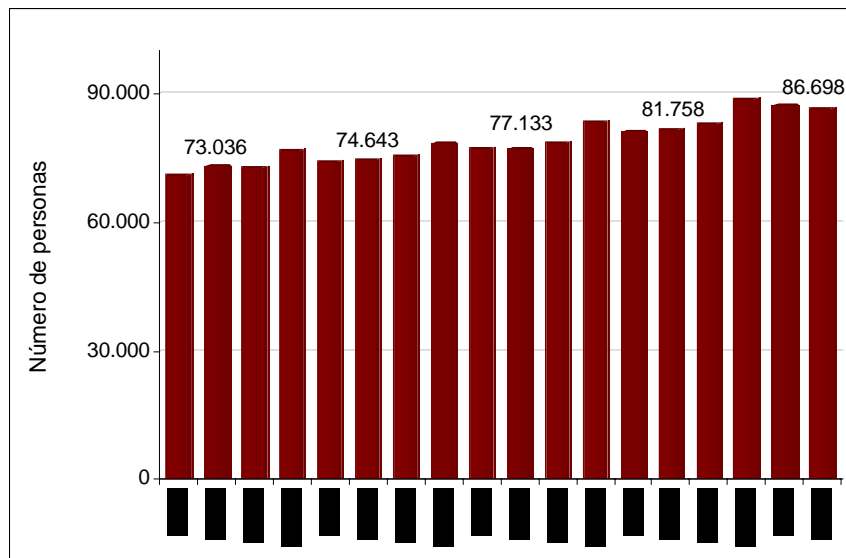
Gráfico 3
Variación anual de las ventas reales de alimentos y bebidas no alcohólicas en grandes almacenes minoristas e hipermercados
Total nacional
(1999 – 2007)



Fuente: DANE

El empleo asociado al comercio de los grandes almacenes e hipermercados minoristas aumentó 6,04% en el período de análisis.

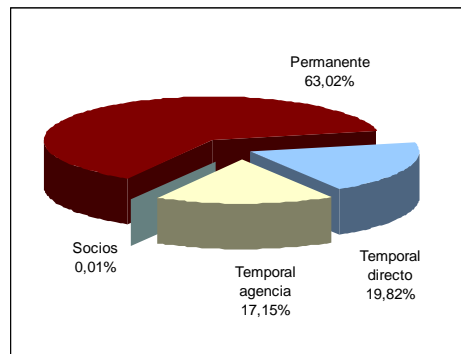
Gráfico 4
Personal ocupado por los grandes almacenes minoristas e hipermercados
Total nacional
(2003 - 2007)



Fuente: DANE

En el segundo trimestre de 2007, el 63,02% del personal que ocuparon los grandes almacenes minoristas e hipermercados era permanente y el 36,97% temporal, (directo 19,82% y de agencia 17,15%).

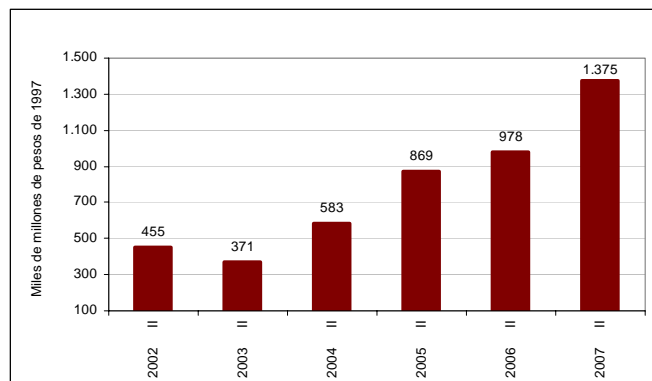
Gráfico 5
Distribución del personal ocupado, por tipo de contratación
Total nacional
2007 (II trimestre)



Fuente: DANE

Por su parte, en este trimestre, las ventas reales de vehículos aumentaron en 40,54% respecto al mismo trimestre de 2006.

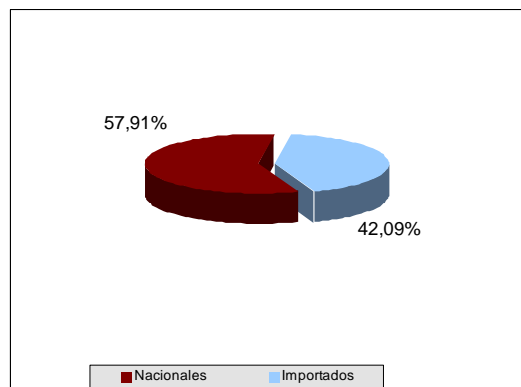
Gráfico 6
Ventas reales trimestrales de vehículos automotores
Total nacional
(2000 - 2007)



Fuente: DANE

En el segundo trimestre de 2007, el 57,91% (43 742 unidades) de las ventas de vehículos fueron de origen nacional y el 42,09% (31 786 unidades) fueron importados.

Gráfico 7
Distribución porcentual del número de vehículos por origen
Total nacional
2007 (II trimestre)



Fuente: DANE

Primera parte: Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas

1. Ventas

1.1 2007/2006 (II trimestre)

En el segundo trimestre de 2007, los grandes almacenes e hipermercados minoristas vendieron en el país \$ 4 624 miles de millones, cifra que en términos reales significó un aumento en las ventas del sector de 6,90% respecto al mismo trimestre de 2006.

Cuadro No 1
Ventas en los grandes almacenes e hipermercados minoristas^P
2000-2007 (II trimestre)

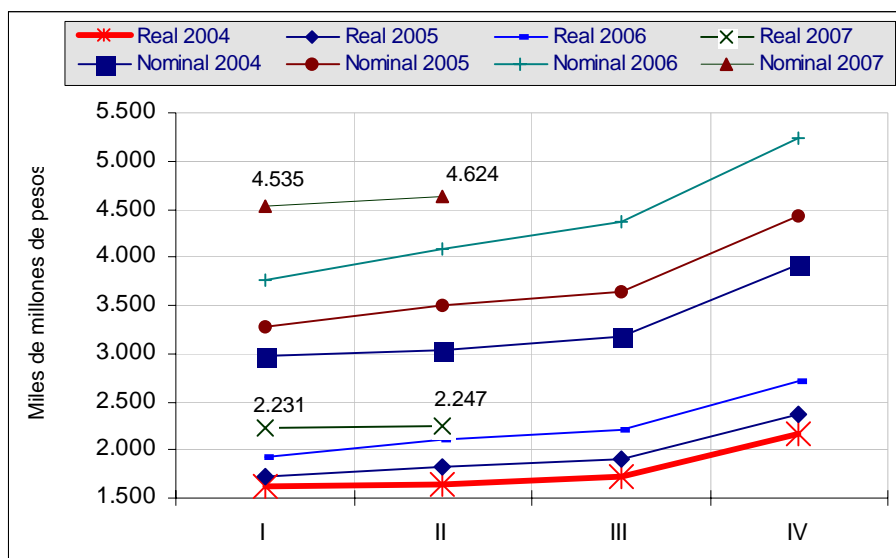
Total nacional

Miles de millones

II trimestre	A precios corrientes			A precios constantes de 1997		
	Ventas \$	Variación anual	Variación año corrido	Ventas \$	Variación anual	Variación año corrido
2000	2 203	18,61	15,15	1 540	7,64	4,59
2001	2 482	12,69	12,70	1 617	4,97	4,65
2002	2 616	5,39	8,42	1 599	-1,11	1,78
2003	2 838	8,48	5,70	1 608	0,57	-2,24
2004	3 045	7,32	9,69	1 641	2,03	3,99
2005	3 505	15,08	12,76	1 828	11,45	8,95
2006	4 084	16,53	15,53	2 102	14,98	13,62
2007	4 624	13,23	16,86	2 247	6,90	11,14

Fuente: DANE
P: datos preliminares

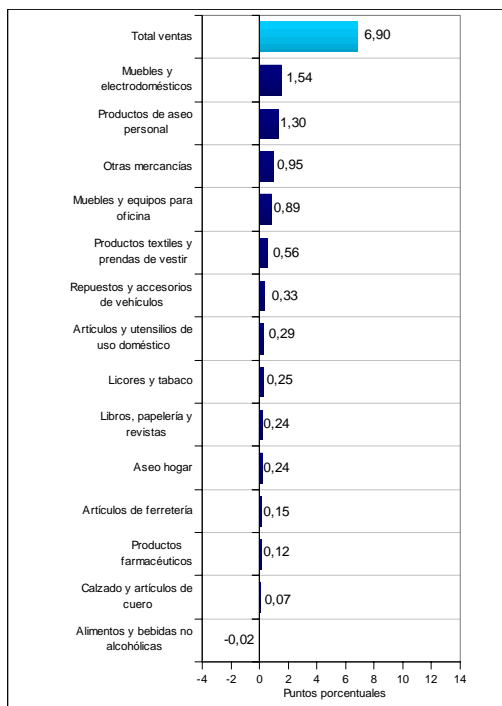
Gráfico 8
Ventas trimestrales en grandes almacenes e hipermercados minoristas^P
Total nacional
(2004 - 2007)



Fuente: DANE
P: datos preliminares

Durante el segundo trimestre de 2007, trece de los catorce grupos realizaron aportes positivos al crecimiento del comercio, los principales fueron: muebles y electrodomésticos; aseo personal; y otras mercancías.

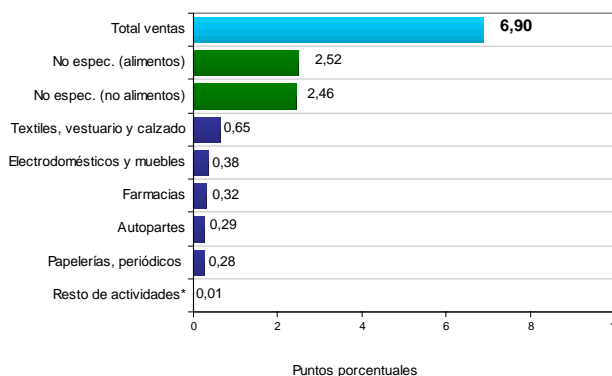
Gráfico 9
Contribución a la variación anual de las ventas reales totales por grupos de mercancías
Total nacional
2007-2006 (II trimestre)



Fuente: DANE

Al analizar el tipo de actividad comercial (CIIU Rev.3 A.C.), el conjunto de empresas no especializadas realizaron un aporte positivo a la variación real de las ventas del período de 4,98 puntos, mientras el conjunto de empresas especializadas realizaron un aporte positivo de 1,92 puntos. Dentro de este último grupo de empresas, se destacan por presentar los mayores aportes positivos, aquellas dedicadas al comercio de textiles, vestuario y calzado; electrodomésticos y muebles; y farmacéuticos.

Gráfico 10
Contribución a la variación anual de las ventas reales totales por actividad comercial
Total nacional
2007-2006 (II trimestre)



Fuente: DANE

1.2 Análisis por grupos de mercancías

1.2.1 2007/2006 (II trimestre)

En el segundo trimestre de 2007, el 73,72% de las ventas nominales de los grandes almacenes e hipermercados minoristas se concentraron en cinco grupos de mercancías: alimentos y bebidas no alcohólicas (38,28%); muebles y electrodomésticos (9,76%); textiles y prendas de vestir (9,34%); productos farmacéuticos (8,40%) y aseo personal (7,93%).

Los grupos de mercancías con menor participación en el total de las ventas durante este período fueron: calzado y artículos de cuero (0,90%); artículos de ferretería (1,74%); y repuestos y accesorios de vehículos (2,35%).

Cuadro No 2 Ventas nominales por grupos de mercancías

Total nacional

2006/2007 II trimestre

Millones de pesos

Grupo de mercancías	II trimestre 2006		II trimestre 2007	
	Ventas	Distribución	Ventas	Distribución
Alimentos y bebidas no alcohólicas	1 597 765	39,12	1 770 317	38,28
Licores y tabaco	114 665	2,81	133 810	2,89
Productos textiles y prendas de vestir	410 712	10,06	431 763	9,34
Calzado y artículo de cuero	39 850	0,98	41 784	0,90
Productos farmacéuticos	360 097	8,82	388 564	8,40
Aseo personal	308 603	7,56	366 843	7,93
Muebles y electrodomésticos	383 609	9,39	451 169	9,76
Artículos uso doméstico	147 958	3,62	164 762	3,56
Aseo hogar	143 230	3,51	159 968	3,46
Muebles y equipos de oficina	148 008	3,62	186 802	4,04
Libros papelería y revistas	112 201	2,75	128 184	2,77
Artículos de ferretería	68 908	1,69	80 335	1,74
Repuestos y accesorios de vehículos	92 412	2,26	108 848	2,35
Otras mercancías	155 873	3,82	210 945	4,56
Total ventas	4 083 892	100,00	4 624 093	100,00

Fuente: DANE

Cuadro No 3 Ventas reales por grupos de mercancías

Total nacional

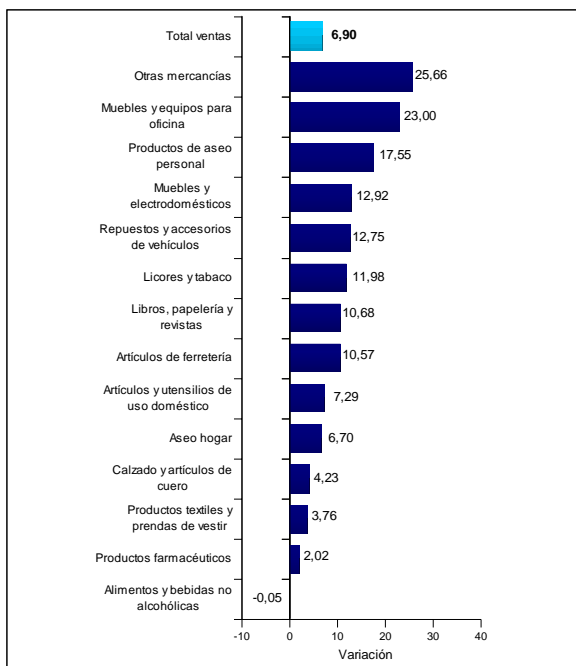
2006/2007 II trimestre

Millones de pesos de 1997

Grupo de mercancías	II trimestre 2006		II trimestre 2007		II trim 2007 / II trim 2006	
	Ventas	Distribución	Ventas	Distribución	Var. %	Contribución total (puntos porcentuales)
Alimentos y bebidas no alcohólicas	735 890	35,00	735 548	32,73	-0,05	-0,02
Licores y tabaco	43 740	2,08	48 981	2,18	11,98	0,25
Productos textiles y prendas de vestir	311 193	14,80	322 886	14,37	3,76	0,56
Calzado y artículo de cuero	34 734	1,65	36 202	1,61	4,23	0,07
Productos farmacéuticos	122 925	5,85	125 404	5,58	2,02	0,12
Aseo personal	155 295	7,39	182 545	8,12	17,55	1,30
Muebles y electrodomésticos	250 267	11,90	282 599	12,57	12,92	1,54
Artículos uso doméstico	82 548	3,93	88 567	3,94	7,29	0,29
Aseo hogar	74 556	3,55	79 550	3,54	6,70	0,24
Muebles y equipos de oficina	81 777	3,89	100 582	4,48	23,00	0,89
Libros papelería y revistas	48 001	2,28	53 129	2,36	10,68	0,24
Artículos de ferretería	30 055	1,43	33 234	1,48	10,57	0,15
Repuestos y accesorios de vehículos	53 860	2,56	60 727	2,70	12,75	0,33
Otras mercancías	77 499	3,69	97 385	4,33	25,66	0,95
Total ventas	2 102 339	100,00	2 247 339	100,00	6,90	6,90

Fuente: DANE

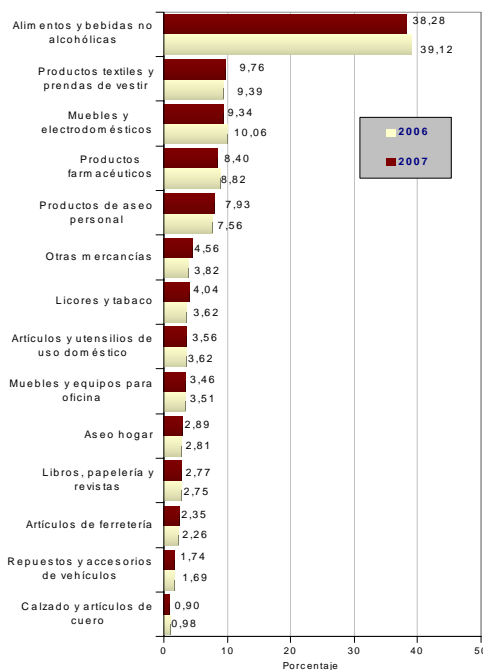
Gráfico 11
Variación anual de las ventas reales por grupos de mercancías
Total nacional
2007/2006 (II trimestre)



Fuente: DANE

Durante el segundo trimestre de 2007, los grupos de mercancías que evidenciaron los principales crecimientos en ventas reales fueron: otras mercancías; muebles y equipo para oficina y productos de aseo personal.

Gráfico 12
Distribución de las ventas nominales de los grandes almacenes por grupos de mercancías
Total nacional
2007/2006 (II trimestre)



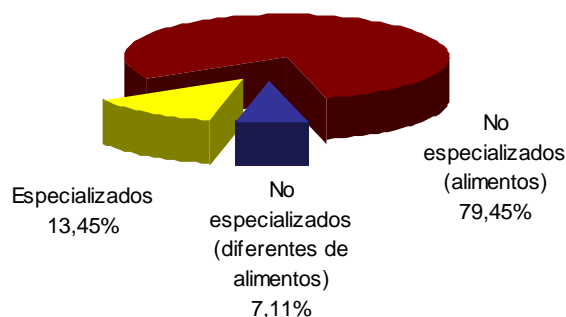
Fuente: DANE

1.3 Análisis por actividad comercial

1.3.1 2007/2006 (II trimestre)

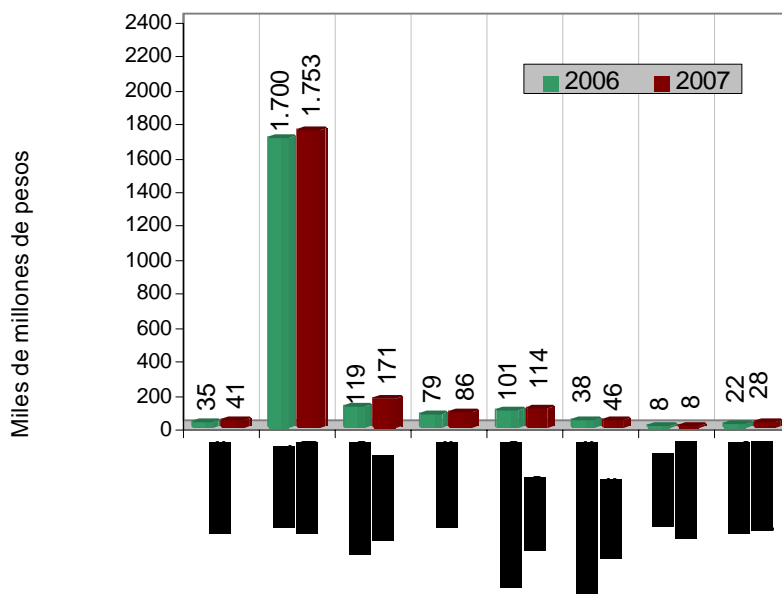
Según la actividad comercial (CIU Rev,3) desarrollada por los grandes almacenes e hipermercados minoristas investigados, el 86,56% de las ventas nominales totales del sector se concentraron en almacenes no especializados, de los cuales, aquellos con surtido compuesto principalmente por alimentos (víveres en general), bebidas y tabaco respondieron por el 91,79% de las ventas de este tipo de comercio.

Gráfico 13
Distribución de las ventas nominales por actividad comercial
Total nacional
II trimestre 2007



Fuente: DANE

Gráfico 14
Ventas reales por actividad comercial
Total nacional
2007/2006 (II trimestre)



Fuente: DANE

Cuadro No 4
Ventas reales por actividad comercial
Total nacional
2007/2006 (II trimestre)

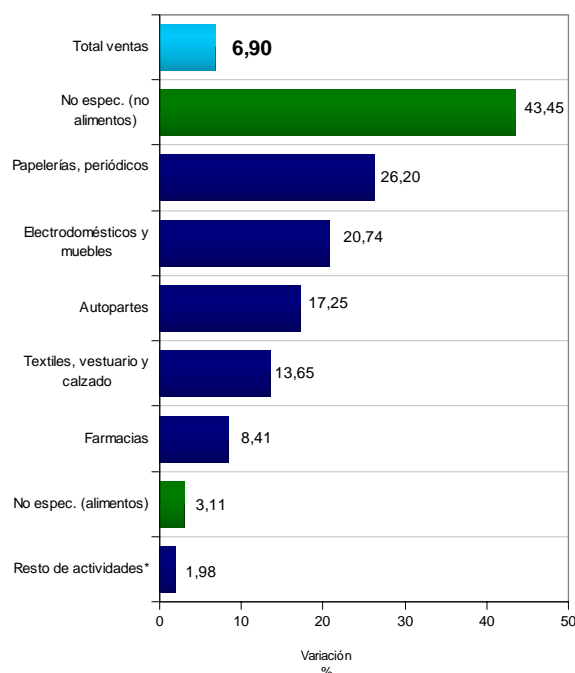
Millones de pesos de 1997

Actividad comercial	Ventas		Variación %	Contribución anual (puntos porcentuales)
	II - 2006	II - 2007		
Autopartes	34 795	40 799	17,25	0,29
No espec. (alimentos)	1 699 909	1 752 816	3,11	2,52
No espec. (no alimentos)	118 968	170 656	43,45	2,46
Farmacias	79 030	85 679	8,41	0,32
Textiles, vestuario y calzado	100 633	114 373	13,65	0,65
Electrodom. y muebles hogar	38 424	46 395	20,74	0,38
Resto de actividades*	8 129	8 290	1,98	0,01
Papelerías	22 450	28 331	26,20	0,28
Total	2 102 339	2 247 339	6,90	6,90

Fuente: DANE

*Resto de actividades incluye comercio al por menor de equipo y artículos de uso doméstico diferentes de electrodomésticos y muebles para el hogar, muebles y equipo de oficina, productos diversos y equipo fotográfico en establecimientos especializados y equipo óptico y de precisión.

Gráfico 15
Variación anual de las ventas reales por actividad comercial
Total nacional
2007/2006 (II trimestre)



Fuente: DANE

*Resto de actividades incluye comercio al por menor de equipo y artículos de uso doméstico diferentes de electrodomésticos y muebles para el hogar, muebles y equipo de oficina, productos diversos y equipo fotográfico en establecimientos especializados y equipo óptico y de precisión.

Dentro del comercio especializado, se destacan los crecimientos en las ventas reales de las papelerías; y muebles y electrodomésticos. Por su parte, dentro del comercio no especializado, aquellas empresas que comercializan principalmente productos diferentes de alimentos, evidenciaron el mayor incremento.

2. Empleo

En el segundo trimestre de 2007, los grandes almacenes e hipermercados minoristas vincularon laboralmente en promedio, 86 698 personas, cifra que significó un incremento en el empleo de 6,04%, si se compara con el personal ocupado en el segundo trimestre de 2006.

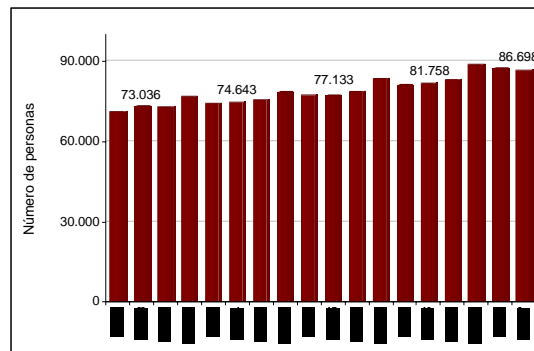
En este trimestre las categorías que presentaron mayor crecimiento fueron: personal temporal directo (13,29%); y personal contratado a través de agencias (3,94%).

Cuadro No 5
Personal ocupado por los grandes almacenes e hipermercados
Total nacional
2006 - 2007

II Trimestre	Número de empleados	Variación anual	Variación año corrido	Variación doce meses
Total empleo				
2006	81 758	6,00	5,49	5,38
2007	86 698	6,04	6,80	6,40
Personal permanente				
2006	52 279	9,69	8,42	5,73
2007	54 641	4,52	5,31	7,46
Personal temporal directo				
2006	15 167	-5,49	-4,77	1,93
2007	17 182	13,29	11,43	4,38
Personal de agencias, empleo temporal				
2006	14 302	6,63	7,45	8,26
2007	14 865	3,94	7,19	4,97
Socios, propietarios y familiares				
2006	10	0,00	0,00	0,00
2007	10	0,00	0,00	0,00

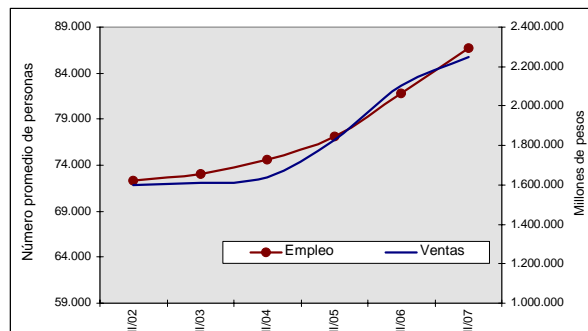
Fuente: DANE

Gráfico 16
Personal ocupado por los grandes almacenes e hipermercados
Total nacional
(2003 – 2007)



Fuente: DANE

Gráfico 17
Ventas reales y empleo en los grandes almacenes e hipermercados minoristas
Total nacional
II trimestre (2001-2007)



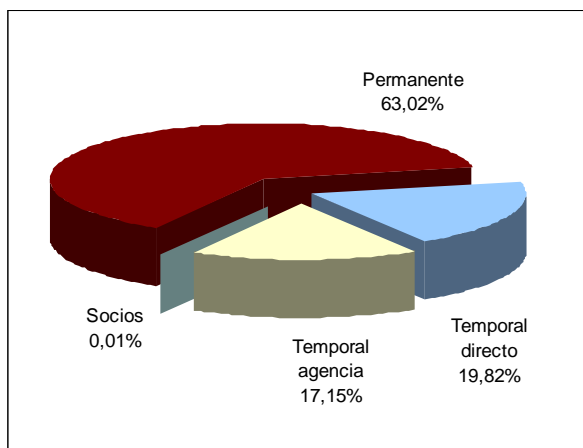
Fuente: DANE

2.1 Por tipo de contratación

2.1.1 2007/2006 (II trimestre)

De acuerdo con el tipo de contratación laboral, de los grandes almacenes e hipermercados minoristas, en este trimestre el 63,02% correspondió a personal permanente, el 36,97% a temporal (directo y contratado a través de agencias), y el 0,01% a socios, propietarios y familiares no remunerados.

Gráfico 18
Distribución del personal ocupado por los grandes almacenes minoristas
Total nacional
II trimestre 2007



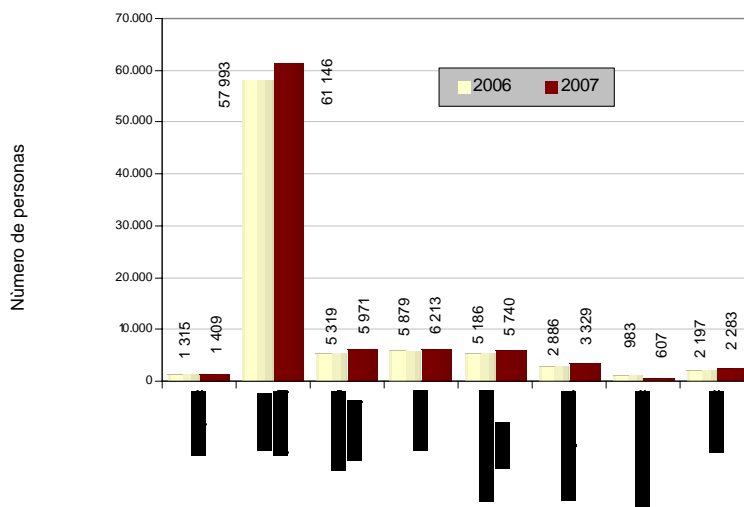
Fuente: DANE

2.2 Análisis por actividad comercial

2.2.1 2007/2006 (II trimestre)

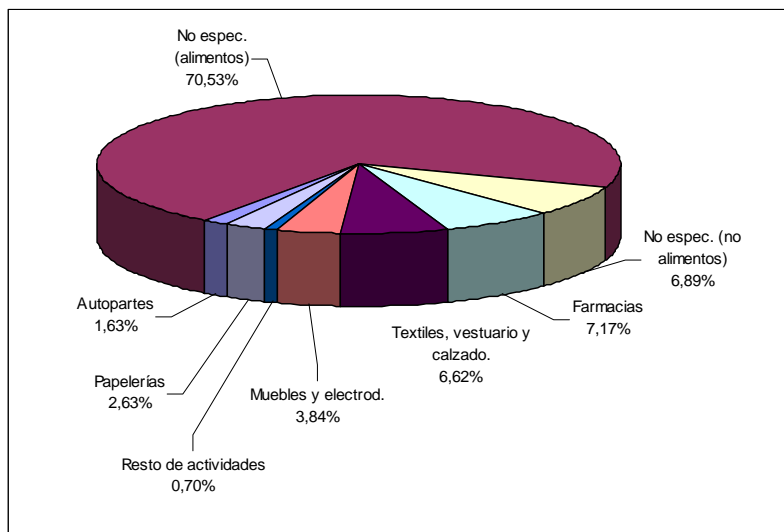
De acuerdo con la CIU Rev. 3 A.C, el incremento en el empleo de los grandes almacenes e hipermercados minoristas en el segundo trimestre de 2007, respecto al mismo período de 2006, fue explicado principalmente por la mayor contratación realizada por empresas no especializadas con surtido compuesto principalmente de alimentos, cuya contribución fue 3,86 puntos porcentuales. Por su parte, las empresas especializadas contribuyeron en conjunto con 1,39 puntos porcentuales a la variación total.

Gráfico 19
Personal ocupado por actividad comercial
Total nacional
II trimestre 2007



Fuente: DANE

Gráfico 20
Distribución porcentual del personal ocupado por actividad comercial
Total nacional
II trimestre 2007



Fuente: DANE

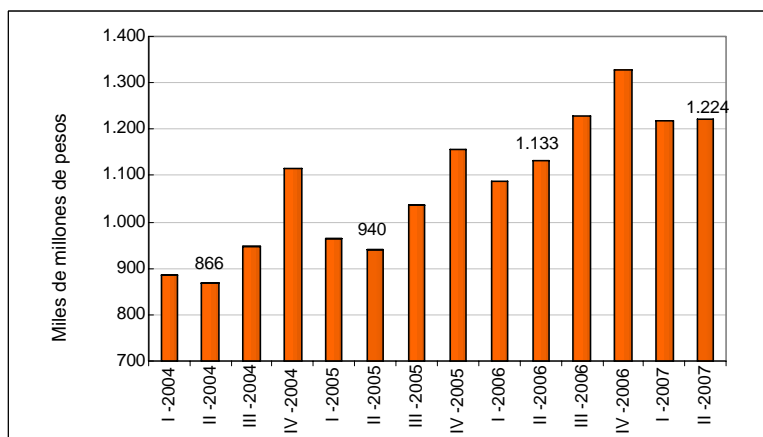
3. INVENTARIOS FINALES

3.1 Resultados generales

En el segundo trimestre de 2007, los inventarios finales de los grandes almacenes e hipermercados minoristas ascendieron a \$2.471 billones, lo que en términos reales representó un incremento en las existencias de 8,07% respecto al mismo trimestre de 2006.

La mayor contribución a la variación de las existencias estuvo a cargo del comercio no especializado, cuyo surtido se encuentra compuesto principalmente de alimentos, (3,38 puntos porcentuales). Por su parte, la mayor contribución en el especializado estuvo a cargo de autopartes (0,64 puntos porcentuales)

Gráfico 21
Inventarios reales finales de los grandes almacenes e hipermercados minoristas
Total nacional
2004-2007



Fuente: DANE

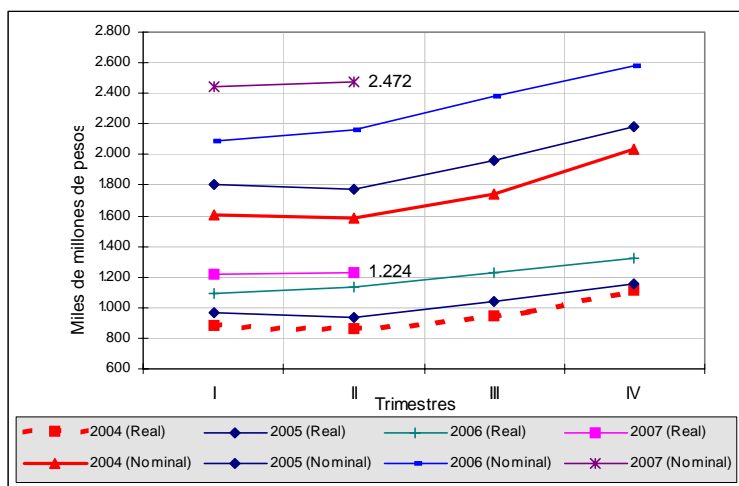
Cuadro No 6
Inventarios finales de los grandes almacenes e hipermercados minoristas
Total nacional
2000-2007 (II trimestre)

Millones de pesos

II Trimestre	A precios corrientes			A precios constantes de 1997		
	Inventarios finales	Variación trimestral	Variación anual	Inventarios finales	Variación trimestral	Variación anual
2000	1 011 140	-1,29		714 443	-3,82	
2001	1 267 101	5,02	25,31	834 003	2,74	16,73
2002	1 449 213	4,36	14,37	895 203	2,58	7,34
2003	1 488 574	0,67	2,72	854 040	-0,90	-4,60
2004	1 583 668	-1,31	6,39	865 617	-2,01	1,36
2005	1 776 836	-1,64	12,20	939 918	-2,35	8,58
2006	2 164 218	3,88	21,80	1 132 564	4,01	20,50
2007	2 471 897	1,21	14,22	1 223 910	0,29	8,07

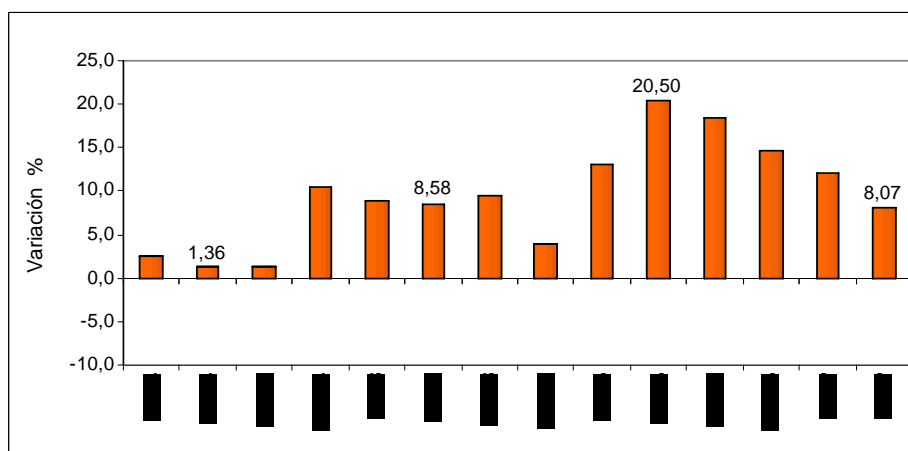
Fuente: DANE

Gráfico 22
Inventarios finales de los grandes almacenes e hipermercados minoristas
Total nacional
2004-2007



Fuente: DANE

Gráfico 23
Variación anual de los Inventarios finales de los grandes almacenes minoristas
Total nacional
2004-2007



Fuente: DANE

3.2 Análisis por actividad comercial

En el segundo trimestre de 2007, el comercio no especializado concentró el 80,84% del total de las existencias de los grandes almacenes e hipermercados minoristas, mientras que el restante 19,16% estuvo a cargo del comercio especializado.

Aquellos no especializados cuyo surtido se encuentra compuesto principalmente por alimentos (víveres en general), bebidas y tabaco, respondieron por el 70,14% de los inventarios del total del comercio.

Por otra parte, en el sector especializado, las empresas dedicadas a la comercialización de: productos farmacéuticos; y productos textiles, prendas de vestir y calzado concentraron respectivamente el 6,08% y 5,95% de los inventarios de este sector.

Cuadro No 7
Inventarios finales de los grandes almacenes minoristas
A precios corrientes
Total nacional
2007 (II trimestre)

Millones de pesos

Actividad comercial	II - 2007		Variación %	Contribución anual (puntos porcentuales)
	Inventarios	Participación		
Autopartes	67 030	2,71	30,13	0,72
No espec. (alimentos)	1 733 762	70,14	11,76	8,43
No espec. (no alimentos)	264 373	10,70	31,30	2,91
Farmacias	150 359	6,08	15,50	0,93
Textiles, vestuario y calzado	147 137	5,95	7,78	0,49
Electrodom. y muebles hogar	46 241	1,87	20,08	0,36
Resto de actividades	6 620	0,27	-0,50	0,00
Papelerías	56 377	2,28	17,00	0,38
Total	2 471 897	100,00	14,22	14,22

Fuente: DANE

La contribución más importante en acumulación de inventarios reales, en el sector especializado, estuvo a cargo de las empresas dedicadas al comercio de autopartes.

Por su parte, del conjunto de almacenes no especializados, los de surtido compuesto principalmente de alimentos presentaron la mayor contribución.

Cuadro No 8
Inventarios finales reales de los grandes almacenes minoristas
Total nacional
2007 (II trimestre)

Millones de pesos

Actividad comercial	II - 2007		Variación %	Contribución anual (puntos porcentuales)
	Inventarios	Participación		
Autopartes	37 119	3,03	24,39	0,64
No espec. (alimentos)	827 058	67,58	4,85	3,38
No espec. (no alimentos)	138 451	11,31	24,91	2,44
Farmacias	54 164	4,43	10,59	0,46
Textiles, vestuario y calzado	111 326	9,10	6,40	0,59
Electrodom. y muebles hogar	28 964	2,37	15,29	0,34
Resto de actividades	3 246	0,27	-5,81	-0,02
Papelerías	23 583	1,93	12,77	0,24
Total	1 223 910	100,00	8,07	8,07

Fuente: DANE

La actividad comercial que contribuyó negativamente a la variación de inventarios fue la llamada resto de actividades (-0,02 puntos porcentuales).

4. AREA DE VENTAS

4.1 Resultados generales

En el segundo trimestre de 2007, los grandes almacenes e hipermercados minoristas reportaron un área de ventas disponible al público de 1 936 miles de m², cifra que comparada con el mismo período de 2006, registró un aumento de 6,54%.

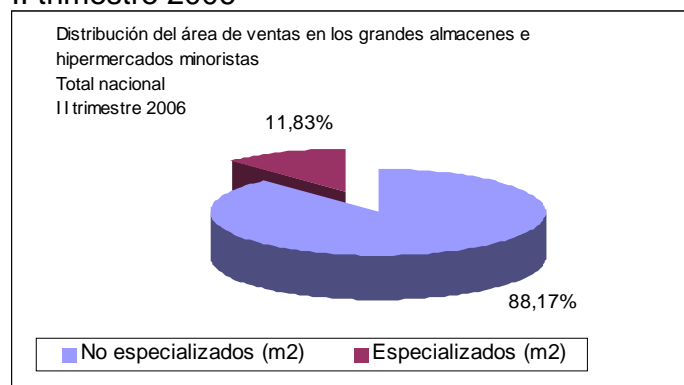
Cuadro No 9
Área de ventas de los grandes almacenes e hipermercados minoristas
Total nacional
2002-2007

Trimestre	No especializados (m ²)	Especializados (m ²)	Total m ²	Variación anual
I-02	1.253.215	215.150	1.468.365	
II-02	1.242.339	186.601	1.428.940	
III-02	1.259.112	186.116	1.445.228	
IV-02	1.286.672	185.547	1.472.219	
I-03	1.272.704	186.451	1.459.155	-0,63
II-03	1.275.427	187.471	1.462.898	2,38
III-03	1.278.157	187.962	1.466.119	1,45
IV-03	1.312.583	189.132	1.501.715	2,00
I-04	1.348.689	189.542	1.538.231	5,42
II-04	1.357.966	191.370	1.549.336	5,91
III-04	1.370.341	192.314	1.562.655	6,58
IV-04	1.419.080	196.367	1.615.447	7,57
I-05	1.475.379	200.543	1.675.922	8,95
II-05	1.469.679	202.352	1.672.031	7,92
III-05	1.499.556	203.898	1.703.454	9,01
IV-05	1.538.673	208.166	1.746.839	8,13
I-06	1.579.559	210.025	1.789.584	6,78
II-06	1.602.400	215.096	1.817.496	8,70
III-06	1.621.110	217.546	1.838.656	7,94
IV-06	1.675.302	222.110	1.897.412	8,62
I-07	1.704.104	221.869	1.925.973	7,62
II-07	1.716.273	220.162	1.936.435	6,54

Fuente: DANE

Por su parte, en el segundo trimestre de 2007, el comercio no especializado participó con el 88,63% del total de esta área, mientras que el comercio especializado lo hizo con el 11,37%. Al comparar esta estructura con la que se evidenció en el segundo trimestre de 2006, se observa que los almacenes no especializados incrementaron 0,46 puntos porcentuales su participación en el total del área de ventas (pasando de 88,17% en 2006 a 88,63% en 2007)

II trimestre 2006



Fuente: DANE

II trimestre 2007

