



GRANDES ALMACENES E HIPERMERCADOS MINORISTAS Y COMERCIO DE VEHICULOS AUTOMOTORES NUEVOS I Trimestre de 2009



Detección de Requerimientos, Diseño, producción, análisis y difusión de las siguientes investigaciones estadísticas periódicas: Encuesta Continua de Hogares; Índice de Precios al Consumidor; Muestra Anual 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 Clasificaciones; Cuentas Trimestrales; Estadísticas Económicas Vitales; Proyecciones de Población y Estudios Demográficos e Índice de Convivencia Económica Regional; Índice precios de edificaciones nuevas; Índice de precios de vivienda nueva, contra hipotecaria de vivienda; Índice de salubridad preal; Encuesta de desempeño institucional; Encuesta de sacrificio de ganado; Encuesta de arena 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 Anexos

Resumen

- Durante el primer trimestre de 2009 se presentó una disminución en ventas reales de 3,5% en comparación con el mismo trimestre del año anterior.
- En el primer trimestre de 2009, los grupos de mercancías que presentaron las principales variaciones negativas en las ventas reales, fueron: alimentos y bebidas no alcohólicas; y licores y cigarrillos.
- En los últimos cuatro trimestres, las ventas reales disminuyeron 1,4% respecto al periodo precedente; se destaca la variación negativa del grupo licores y cigarrillos (-7,0%); y alimentos y bebidas no alcohólicas (-6,4%).
- En los tres primeros meses de 2009, el empleo registró una reducción de 2,1% con respecto al mismo periodo del año anterior.
- Durante el primer trimestre de 2009, los inventarios reales presentaron una variación de 6,0%, comparados con igual periodo del año anterior.
- Para el primer trimestre de 2009 las ventas reales de vehículos nacionales e importados presentaron una disminución de 34,3% y 23,6%, respectivamente, en comparación con el mismo trimestre del año anterior.

Director

Héctor Maldonado Gómez

Subdirector

Carlos Eduardo Sepúlveda Rico

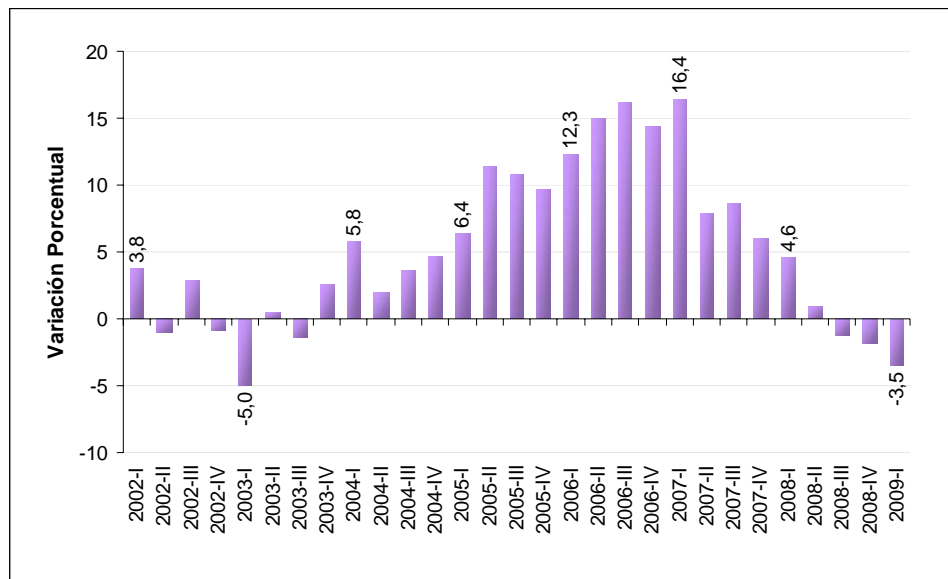
Director de Metodología y Producción Estadística

Eduardo Efraín Freire Delgado

RESULTADOS GENERALES

En el primer trimestre de 2009, las ventas minoristas reales de los grandes almacenes disminuyeron 3,5%; frente al mismo trimestre de 2008.

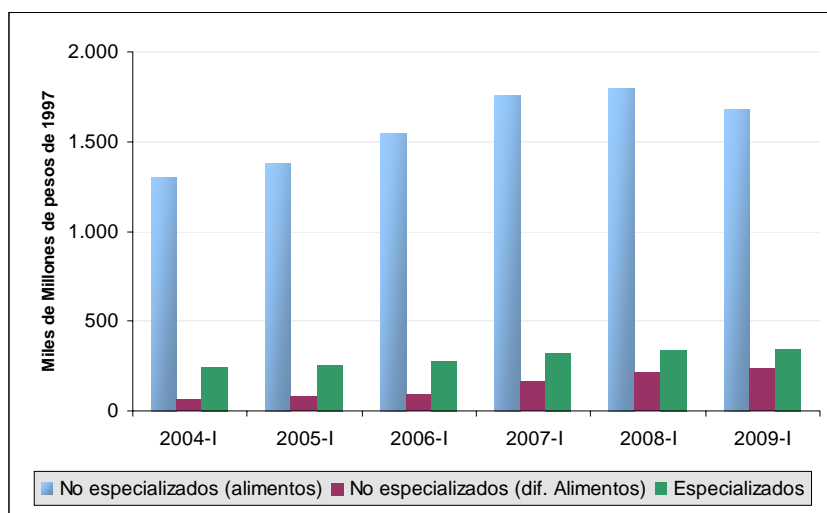
Gráfico 1
Variación de las ventas reales en grandes almacenes minoristas e hipermercados
Total nacional
(2002- 2009)



Fuente: DANE - GAHM

En el primer trimestre de 2009, el 84,8% (\$ 1 915 miles de millones de pesos de 1997) de las ventas reales se realizaron en los almacenes no especializados.

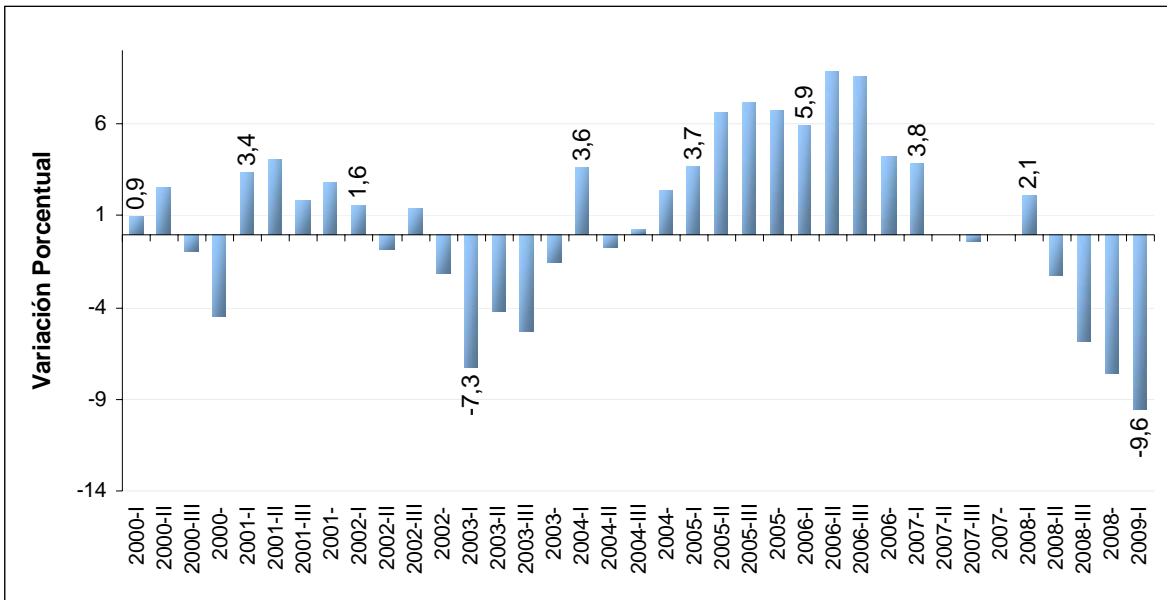
Gráfico 2
Ventas reales en grandes almacenes e hipermercados por tipo de almacén
Total nacional
I Trimestre (2004 – 2009)



Fuente: DANE - GAHM

En el primer trimestre de 2009, las ventas reales de alimentos y bebidas no alcohólicas, presentaron una disminución de 9,6% respecto al mismo período del año anterior.

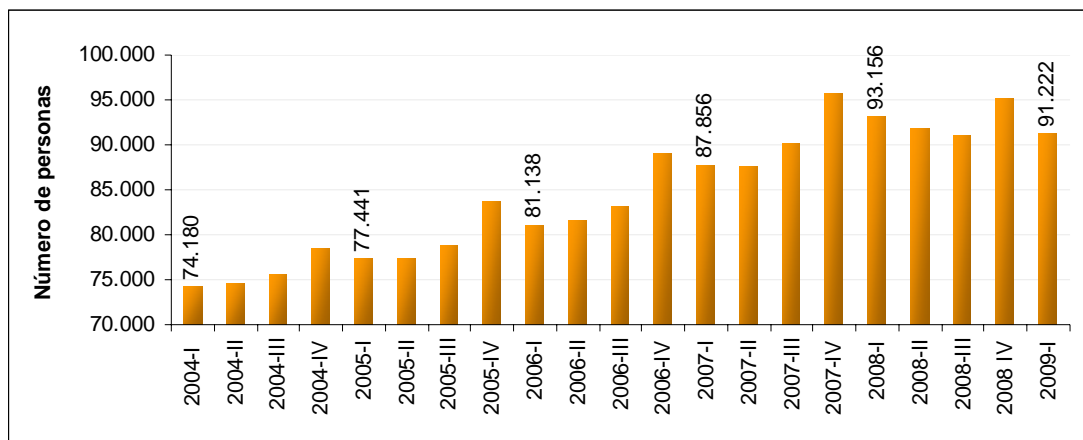
Gráfico 3
Variación anual de las ventas reales de alimentos y bebidas no alcohólicas en grandes almacenes minoristas e hipermercados
Total nacional
(2000- 2009)



Fuente: DANE - GAHM

El empleo asociado al comercio de los grandes almacenes e hipermercados minoristas disminuyó 2,1% en el período de análisis.

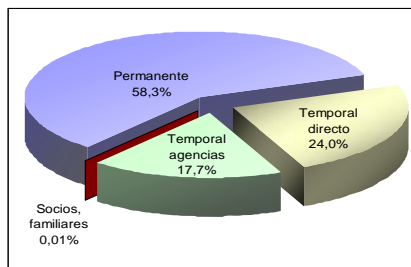
Gráfico 4
Personal ocupado por los grandes almacenes minoristas e hipermercados
Total nacional
(2004 – 2009)



Fuente: DANE - GAHM

En el primer trimestre de 2009, el 58,3% del personal que ocuparon los grandes almacenes minoristas e hipermercados era permanente, el 24,0% temporal directo y el 17,7% temporal por agencias.

Gráfico 5
Distribución del personal ocupado, por tipo de contratación
Total nacional
I trimestre (2009)

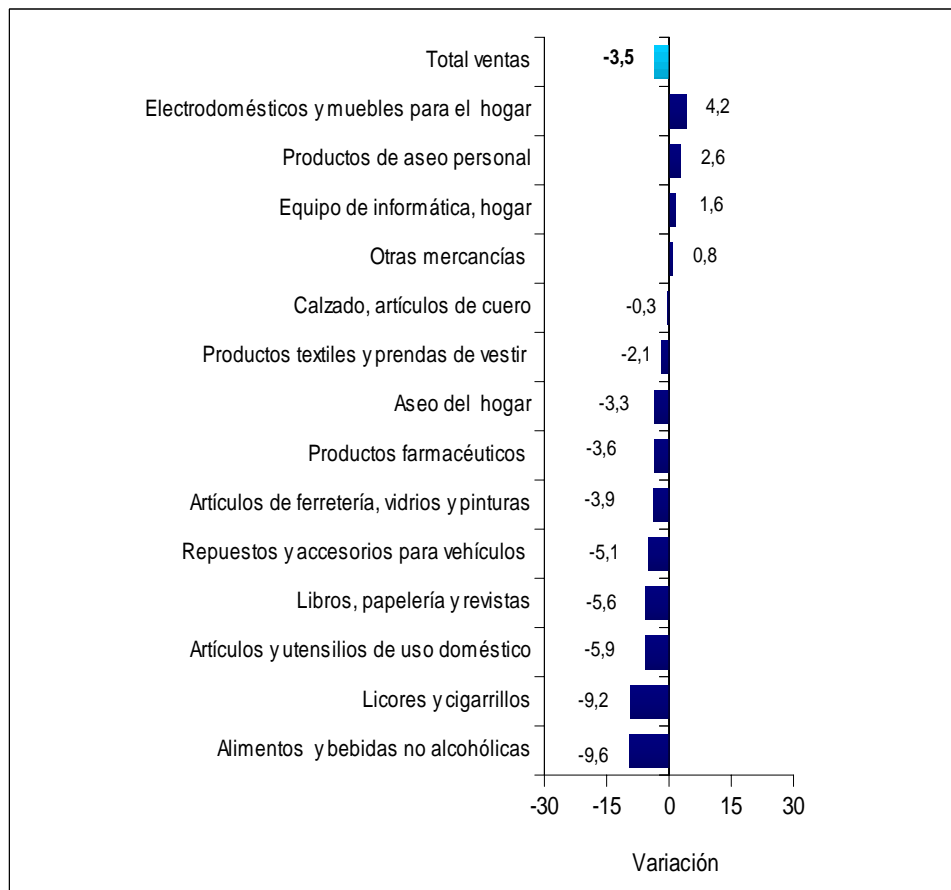


Fuente: DANE GAHM

1. Ventas reales
1.1 Grupos de mercancías
1.1.1 Variación anual: primer trimestre (2009/2008)

Durante el primer trimestre de 2009, la variación de las ventas fue de -3,5%. Los grupos de mercancías que registraron las principales variaciones negativas fueron: alimentos y bebidas no alcohólicas; licores y cigarrillos; y artículos y utensilios de uso doméstico. Por su parte, los grupos de mercancías que registraron las mayores variaciones positivas fueron: electrodomésticos y muebles para el hogar; productos de aseo personal; equipo de informática, hogar; y otras mercancías.

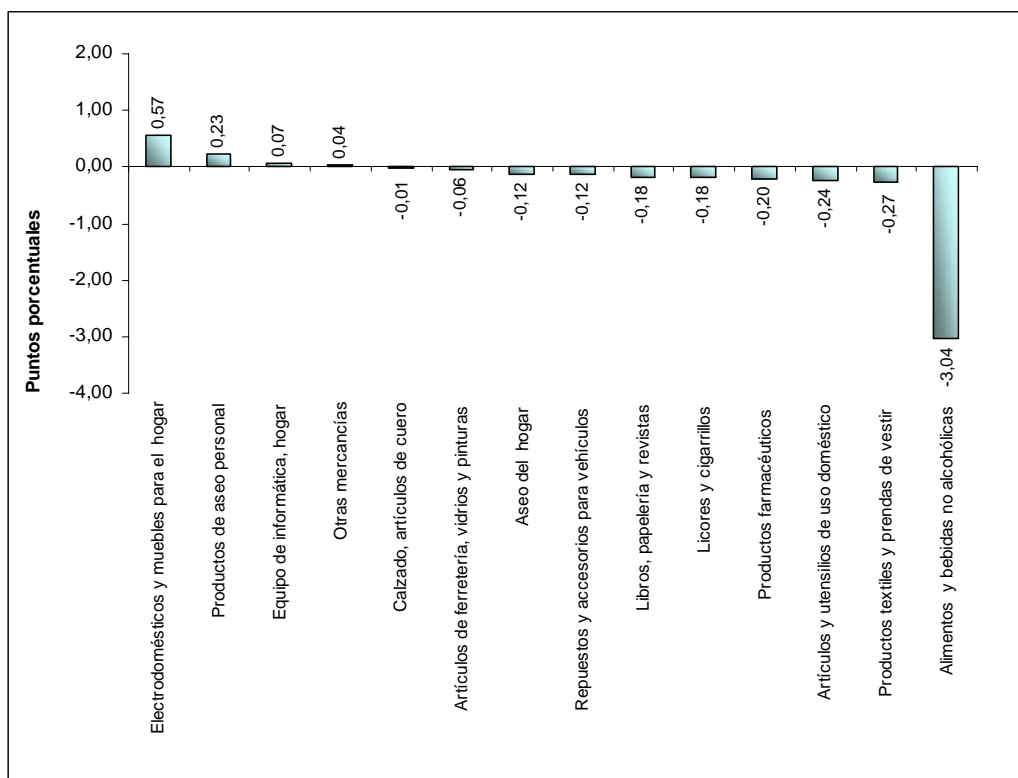
Gráfico 6
Variación anual de las ventas reales
Total nacional
I trimestre (2009/2008)



Fuente DANE – GAHM

Los grupos de mercancías que presentaron las principales contribuciones negativas a la variación anual fueron: alimentos y bebidas no alcohólicas (-3,04 puntos porcentuales); productos textiles y prendas de vestir (-0,27 puntos porcentuales); y artículos y utensilios de uso doméstico (-0,24 puntos porcentuales). Por su parte, los grupos que registraron las mayores contribuciones positivas a la variación anual de las ventas fueron: Electrodomésticos y muebles para el hogar (0,57 puntos porcentuales); y productos de aseo personal (0,23 puntos porcentuales).

Gráfico 7
Contribución anual a las ventas reales
Total nacional
I trimestre (2009/2008)

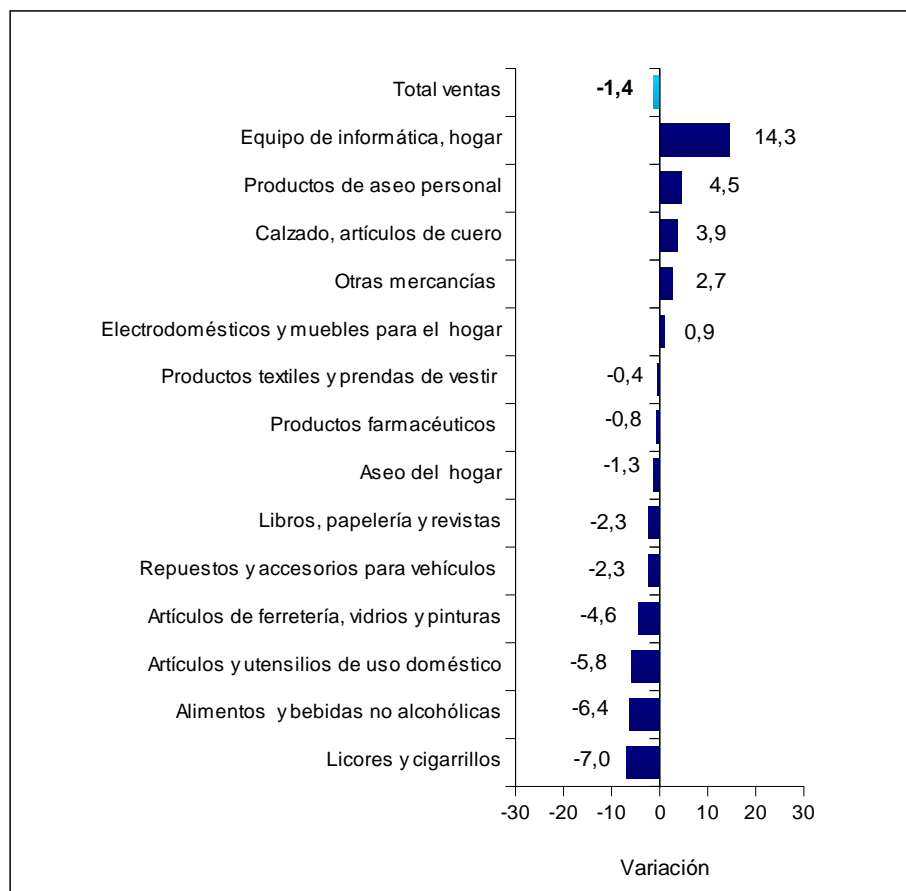


Fuente DANE – GAHM

1.1.2 Variación doce meses: II - I trimestre (2009/2008)

En los últimos cuatro trimestres, las ventas reales decrecieron en 1,4% respecto al mismo período anterior; entre los grupos de mercancías que presentaron variaciones negativas se destacan: licores y cigarrillos, alimentos y bebidas no alcohólicas; y artículos y utensilios de uso doméstico. Aquellos grupos que presentaron las mayores variaciones positivas fueron: equipo de informática, hogar; productos de aseo personal; y calzado, artículos de cuero.

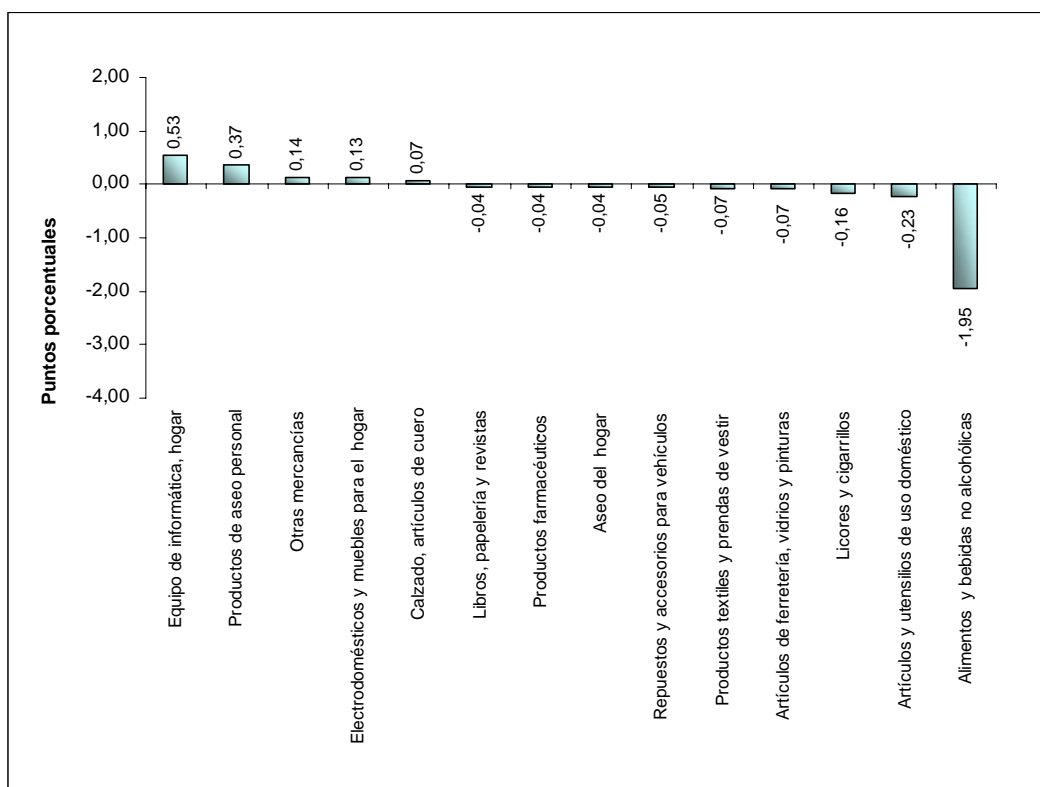
Gráfico 8
Variación doce meses de las ventas reales
Total nacional
II-I trimestres (2009-2008)



Fuente DANE – GAHM

Los grupos de mercancías que registraron las mayores contribuciones a la variación de las ventas en los últimos cuatro trimestres fueron: alimentos y bebidas no alcohólicas (-1,95 puntos porcentuales); artículos y utensilios de uso doméstico (-0,23 puntos porcentuales); y licores y cigarrillos (-0,16 puntos porcentuales). Por su parte, los grupos de mercancías que registraron las mayores contribuciones positivas fueron: equipo de informática, hogar (0,53 puntos porcentuales); productos de aseo personal (0,37 puntos porcentuales); y otras mercancías (0,14 puntos porcentuales).

Gráfico 9
Contribución doce meses a las ventas reales
Total nacional
II-I trimestre (2009-2008)



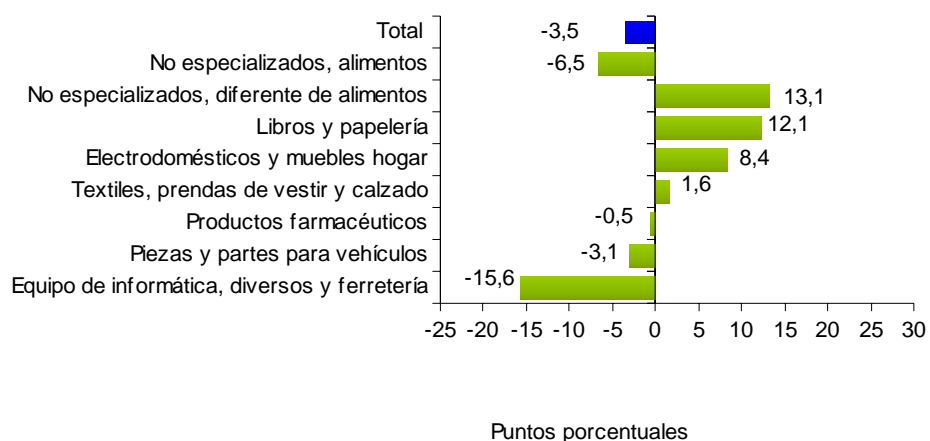
Fuente DANE – GAHM

1.2 Actividad comercial CIU rev. 3

1.2.1 Variación anual: primer trimestre (2009/2008)

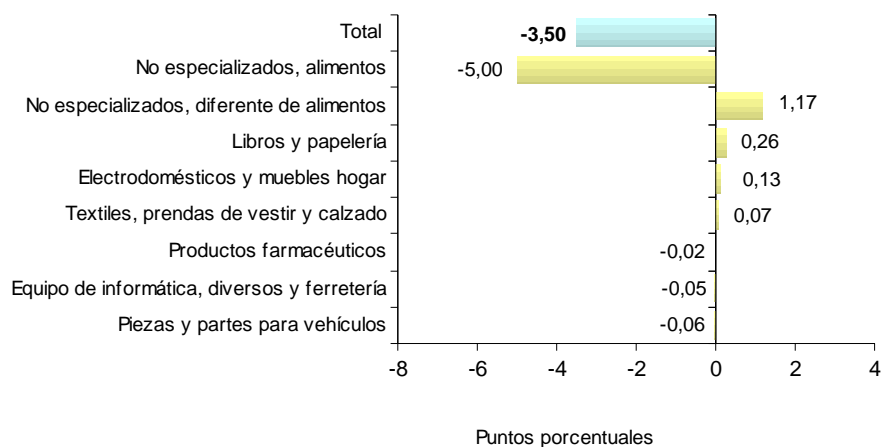
De acuerdo con el tipo de actividad comercial (CIU rev.3) desarrollada por las empresas investigadas en Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas, en el primer trimestre de 2009 se observó una disminución en las ventas reales del comercio no especializado, con surtido compuesto principalmente por alimentos (-6,5%); mientras que en el comercio no especializado, con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos, la variación fue de 13,1%. En el comercio especializado, los principales comportamientos negativos se evidencian en: Equipo de informática, diversos y ferretería; piezas y partes para vehículos; y productos farmacéuticos. Por su parte, se destaca el crecimiento en ventas reales de libros y papelería (12,1%).

Variación anual de las ventas reales, según actividad comercial
Total nacional
I trimestre (2009/2008)



Fuente DANE – GAHM

Gráfico 11
Contribución a la variación anual de las ventas reales, según actividad comercial
Total nacional
I trimestre (2009/2008)

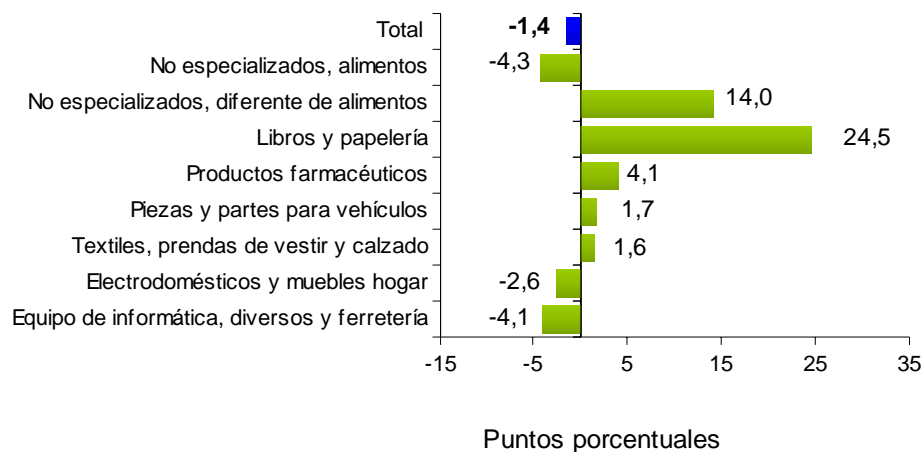


Fuente DANE – GAHM

1.2.2 Variación doce meses: II-I trimestres (2009/2008)

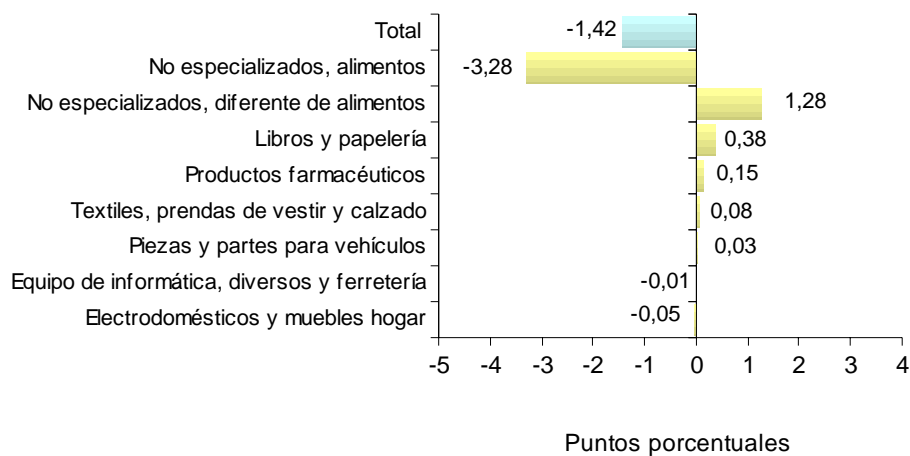
De acuerdo con el tipo de actividad comercial (CIUU rev.3) desarrollada por los grandes almacenes e hipermercados minoristas, durante los últimos cuatro trimestres, se registró una disminución en las ventas reales del comercio no especializado, con surtido compuesto principalmente por alimentos (-4,3%); mientras que en el no especializado, con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos, la variación fue de 14,0%. En el comercio especializado, se destaca el crecimiento en ventas reales de libros y papelería (24,5%) y productos farmacéuticos (4,1%). Por su parte, la principal variación negativa la registró equipo de informática, diversos y ferretería (-4,1%).

Gráfico 12
Variación de las ventas reales
Total nacional
II-I trimestres (2009/2008)



Fuente DANE – GAHM

Gráfico 13
Contribución a la variación de las ventas reales
Total nacional
II-I trimestres (2009/2008)



Fuente DANE – GAHM

2. Empleo

2.1 Grupo de mercancía

2.1.1 Variación anual: I trimestre (2009/2008)

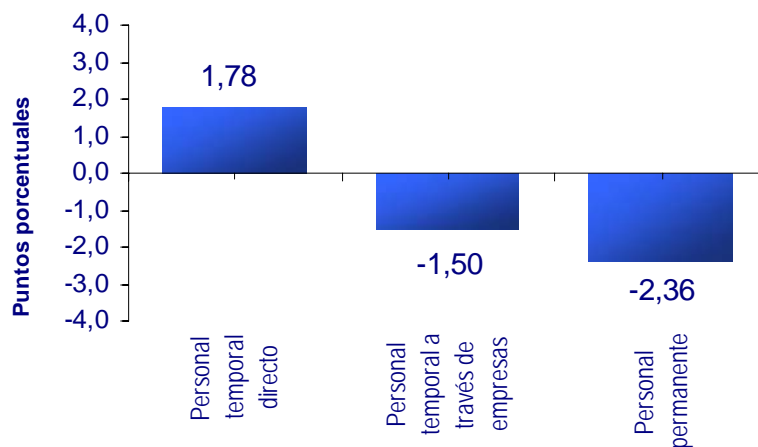
En el primer trimestre de 2009, el empleo asociado a las grandes superficies disminuyó 2,1% respecto al mismo período de 2008. La categoría de personal que más contribuyó negativamente fue personal permanente, con -2,36 puntos porcentuales, seguida por personal temporal a través de empresas con -1,50 puntos porcentuales.

Gráfico 14

Contribución anual del empleo

Total nacional

I trimestre (2009/2008)



Fuente DANE – GAHM

2.1.2 Variación doce meses: II-I trimestres (2009/2008)

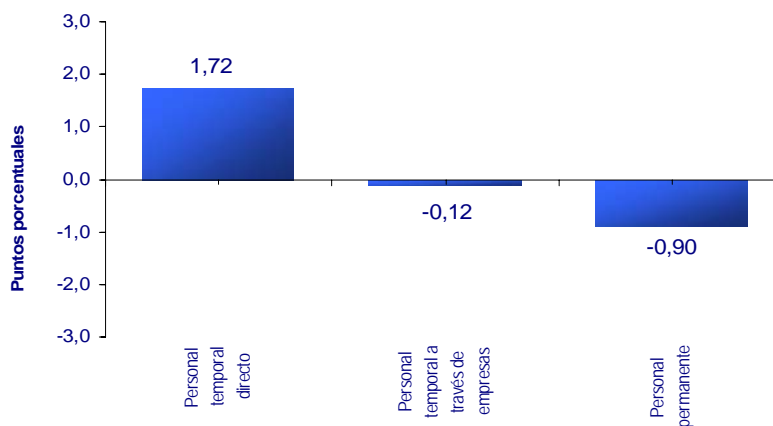
En los últimos cuatro trimestres, el empleo asociado al comercio de los grandes almacenes presentó un incremento de 0,7%, respecto al mismo período del año anterior. La categoría que contribuyó positivamente a la variación total fue personal temporal directo con un aporte de 1,72 puntos porcentuales a la variación total.

Gráfico 15

Contribución doce meses del empleo

Total nacional

II - I trimestres (2009/2008)



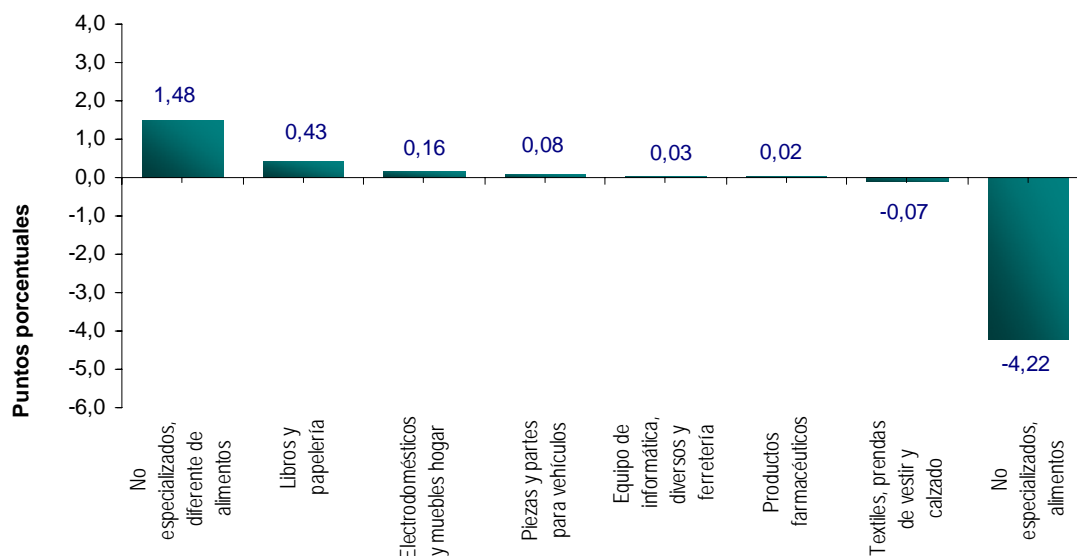
Fuente DANE – GAHM

2.2 Actividad comercial CIIU rev. 3

2.2.1 Variación anual: I trimestre (2009/2008)

En el primer trimestre de 2009, el empleo del comercio minorista, según actividad CIIU, asociado a grandes almacenes e hipermercados decreció 2,1%. Durante este período, la mayor contribución negativa se registró en las empresas no especializadas con surtido compuesto principalmente por alimentos (-4,22 puntos porcentuales). A su vez, la principal contribución positiva la registraron las empresas no especializadas con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (1,48 puntos porcentuales).

Gráfico 16
Contribución anual del empleo
Total nacional
I trimestre (2009/2008)

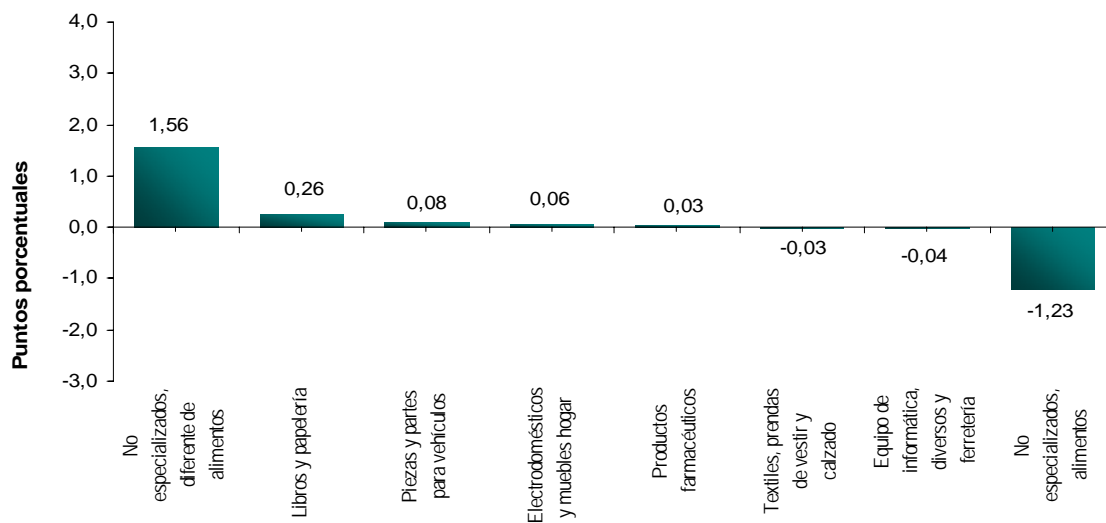


Fuente DANE – GAHM

2.2.2 Variación doce meses: II-I trimestres (2009/2008)

En los últimos cuatro trimestres, el empleo del comercio asociado a las grandes superficies aumentó 0,7%. Las principales contribuciones positivas se presentaron en las empresas no especializadas, con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (1,56 puntos porcentuales). De otro lado, las principales contribuciones negativas las registraron las empresas no especializadas, con surtido compuesto principalmente por alimentos (-1,23 puntos porcentuales).

Gráfico 17
Contribución doce meses del empleo
Total nacional
II-I trimestres (2009/2008)



Fuente DANE – GAHM

3. INVENTARIOS FINALES

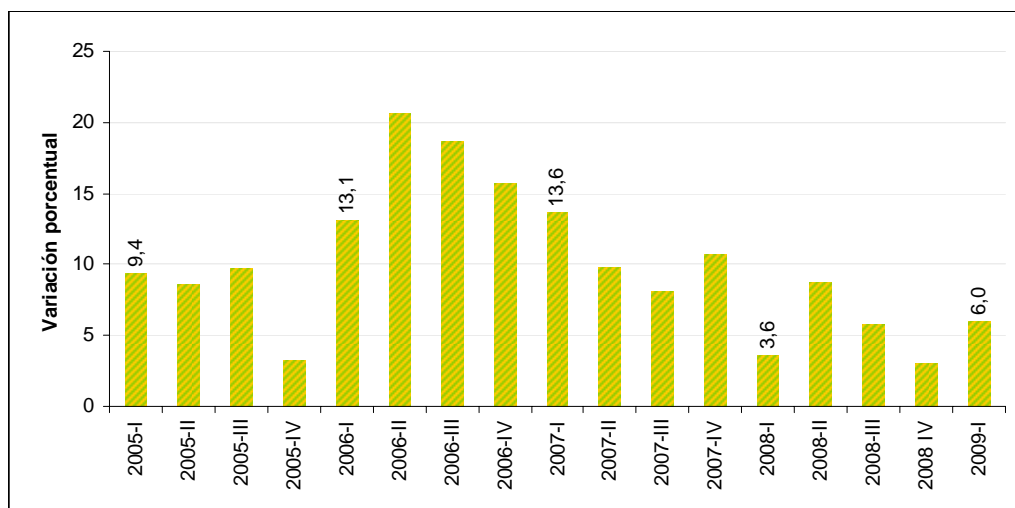
3.1 Variación anual: I trimestre (2009/2008)

En el primer trimestre de 2009, los inventarios finales de los grandes almacenes e hipermercados minoristas ascendieron a \$1,4 miles de millones, lo que en términos reales representó un crecimiento de las existencias de 6,0%.

Gráfico 18

Variación anual de los Inventarios finales reales de los grandes almacenes minoristas

Total nacional
(2005-2009)



Fuente: DANE - GAHM

Las mayores variaciones en acumulación de inventarios reales de acuerdo con la CIU Rev.3 se presentaron en los establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos; y libros y papelería; mientras que las empresas que comercializan productos diversos, muebles y equipos para oficina; y los establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente de alimentos presentaron variaciones negativas.

4. AREA DE VENTAS

En el primer trimestre de 2009, los grandes almacenes e hipermercados minoristas reportaron un área de ventas disponible al público de 2 306 miles de metros cuadrados, cifra que comparada con el mismo período de 2008 registró un aumento de 8,2%.

Cuadro No 1
Área de ventas de los grandes almacenes e hipermercados minoristas
Total nacional
I trimestre (2009/2008)

Trimestre	No especializados	Especializados	Total	Variación trimestral
I/02	1.253.215	182.869	1.436.084	
II/02	1.242.339	185.701	1.428.040	
III/02	1.259.112	185.216	1.444.328	
IV/02	1.286.672	184.947	1.471.619	
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	221.640	1.789.513	6,6
II/06	1.590.714	226.711	1.817.425	8,5
III/06	1.609.424	229.160	1.838.584	7,6
IV/06	1.675.247	233.730	1.908.977	8,8
I/07	1.707.957	236.783	1.944.740	8,7
II/07	1.738.640	238.734	1.977.374	8,8
III/07	1.792.635	239.774	2.032.409	10,5
IV/07	1.839.797	250.877	2.090.674	9,5
I/08	1.877.055	255.558	2.132.613	9,7
II/08	1.900.448	258.319	2.158.767	9,2
III/08	1.938.724	268.517	2.207.241	8,6
IV/08	1.986.672	278.179	2.264.851	8,3
I/09	2.026.342	280.234	2.306.576	8,2

Fuente: DANE

En el primer trimestre de 2009, el comercio no especializado participó con el 87,9% del total de esta área, mientras que el comercio especializado lo hizo con el 12,1%. Al comparar esta estructura con la que se evidenció en el primer trimestre de 2008, se observa que los almacenes no especializados disminuyeron su participación en 0,17 puntos porcentuales en el total del área de ventas al pasar de 88,0% en 2008 a 87,9% en 2009.

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 1995 (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