



GRANDES ALMACENES E HIPERMERCADOS MINORISTAS Y COMERCIO DE VEHICULOS AUTOMOTORES NUEVOS II Trimestre de 2010



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 segundo trimestre de 2010, las ventas reales de los Grandes Almacenes e Hipermercados minoristas aumentaron 9,1%, en comparación con el mismo trimestre del año anterior.
- Durante este período, los grupos de mercancías que presentaron las principales variaciones positivas en las ventas reales fueron: electrodomésticos y muebles para el hogar (29,3%); artículos de ferretería, vidrios y pintura (20,9%); calzado, artículos de cuero (19,2%); y equipo de informática, hogar (17,5%).
- En el primer semestre, las ventas reales aumentaron 8,0% con respecto al período precedente; se destaca la variación positiva de electrodomésticos y muebles para el hogar (22,5%); artículos de ferretería, vidrios y pintura (18,9%); las agrupadas en otras mercancías (17,1%); calzado y artículos de cuero (17,0%); y equipo de informática, hogar (16,4%).
- En los últimos cuatro trimestres, las ventas reales aumentaron 4,8% con respecto al mismo período anterior; se destaca la variación positiva de los agrupados en "otras mercancías" (17,5%); artículos de ferretería, vidrios y pinturas (17,1%); calzado y artículos de cuero (16,1%); y electrodomésticos y muebles para el hogar (13,6%).
- El personal ocupado registró, durante el segundo trimestre del año 2010, un aumento de 2,3% con respecto al mismo período del año anterior.
- Durante este período, los inventarios reales presentaron una variación positiva de 3,9%, comparados con igual período del año anterior.
- En el segundo trimestre de 2010, las ventas reales de vehículos de origen extranjero presentaron un crecimiento de 58,1%, en tanto que los de producción nacional registraron un incremento de 37,0%, en comparación con el mismo trimestre del año anterior.

Director

Héctor Maldonado Gómez

Subdirector

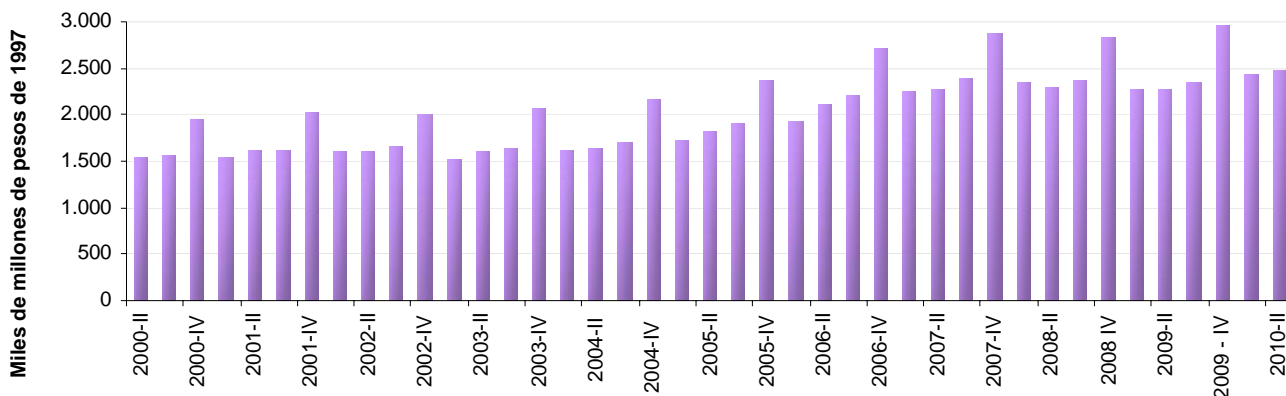
Carlos Eduardo Sepúlveda Rico

Director de Metodología y Producción Estadística

Eduardo Efraín Freire Delgado

RESULTADOS GENERALES

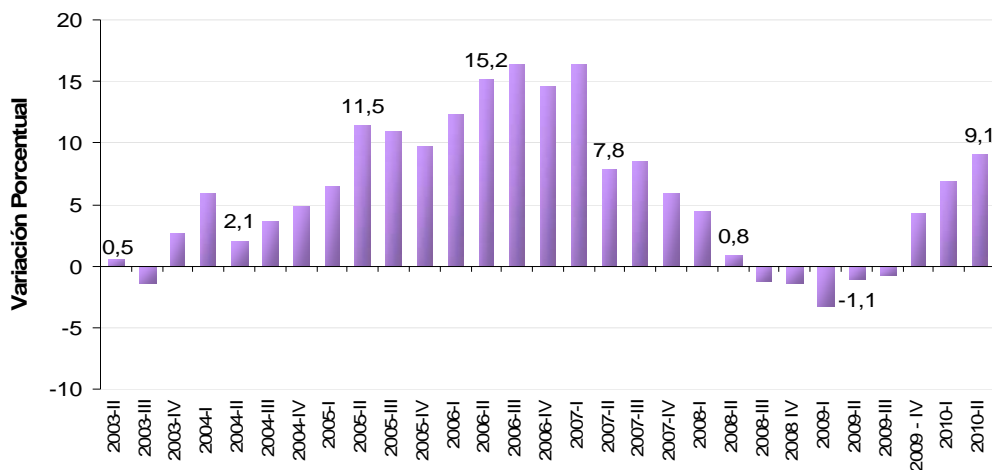
Gráfico 1
Ventas reales en grandes almacenes
Total nacional
II Trimestre (2000 – 2010)



Fuente: DANE – GAHM

En el segundo trimestre de 2010, las ventas minoristas reales de los grandes almacenes aumentaron 9,1%, frente al mismo trimestre de 2009.

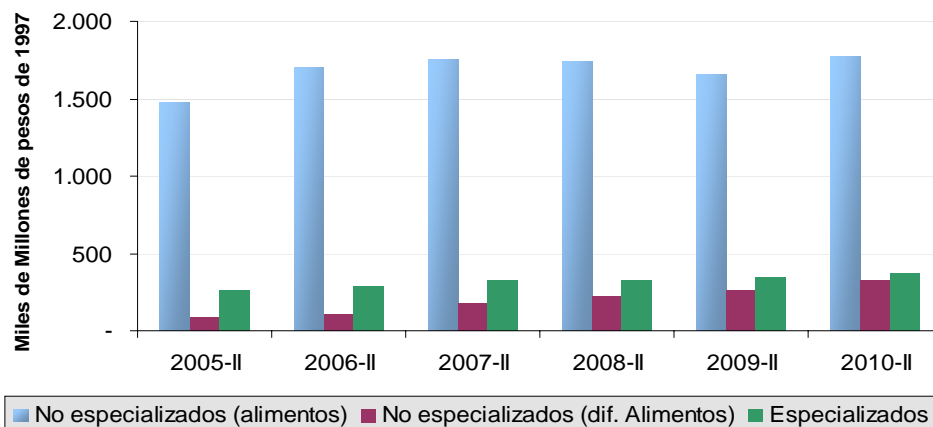
Gráfico 2
Variación anual de las ventas reales en grandes almacenes minoristas e hipermercados
Total nacional
II Trimestre (2003 –2010)



Fuente: DANE - GAHM

Durante el segundo trimestre de 2010, 84,9% de las ventas reales (\$ 1 771 miles de millones de pesos de 1997) se realizaron en almacenes no especializados.

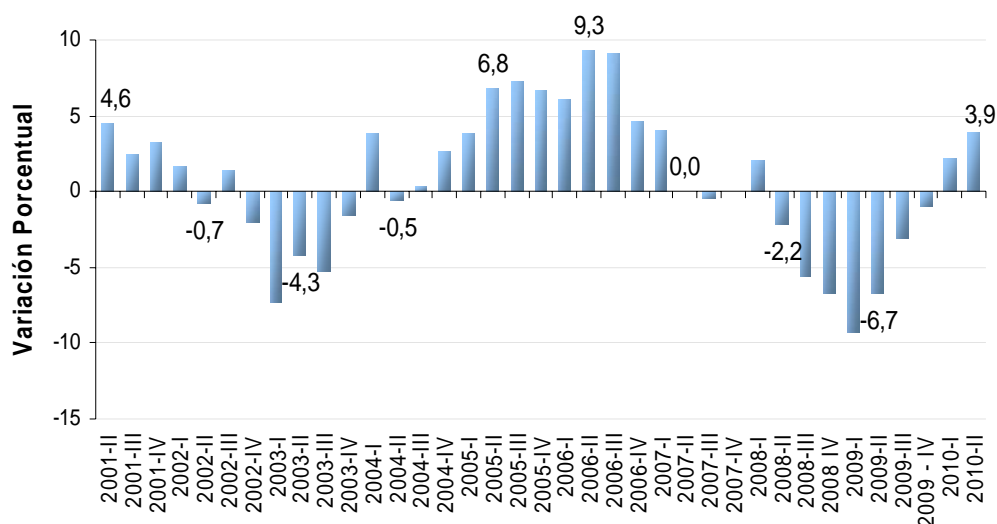
Gráfico 3
Ventas reales en grandes almacenes e hipermercados por tipo de almacén
Total nacional
II Trimestre (2005 – 2010)



Fuente: DANE - GAHM

En el segundo trimestre de 2010, las ventas reales de alimentos y bebidas no alcohólicas presentaron un crecimiento de 3,9% respecto al mismo período del año anterior.

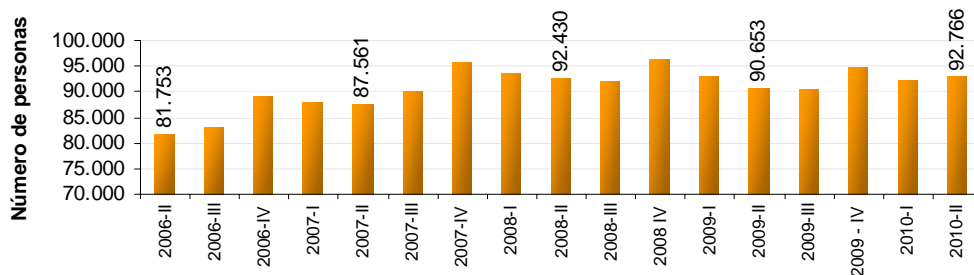
Gráfico 4
Variación anual de las ventas reales de alimentos y bebidas no alcohólicas en grandes almacenes minoristas e hipermercados
Total nacional
II Trimestre (2001 – 2010)



Fuente: DANE - GAHM

El personal ocupado asociado al comercio minorista de los grandes almacenes e hipermercados aumentó 2,3% frente al segundo trimestre de 2009, lo que significó un total de 92 766 personas ocupadas.

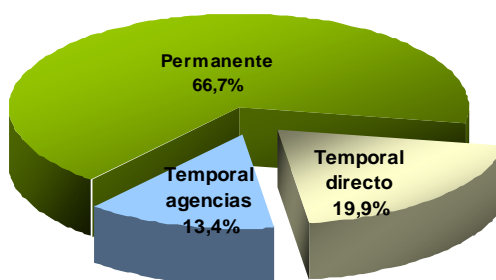
Gráfico 5
Personal ocupado por los grandes almacenes minoristas e hipermercados
Total nacional
II Trimestre (2006 –2010)



Fuente: DANE - GAHM

En el segundo trimestre de 2010, 66,7% del personal que ocuparon los grandes almacenes minoristas e hipermercados era permanente, 19,9% temporal directo y 13,4% temporal por agencias.

Gráfico 6
Distribución del personal ocupado, por tipo de contratación
Total nacional
II Trimestre 2010



Fuente: DANE GAHM

1. VENTAS REALES

1.1 Grupos de mercancías

1.1.1 Variación anual: II trimestre (2010/2009)

Durante el segundo trimestre de 2010, las ventas reales aumentaron 9,1%. Los grupos de mercancías que presentaron las principales variaciones positivas fueron: electrodomésticos y muebles para el hogar (29,3%); artículos de ferretería, vidrios y pintura (20,9%); calzado, artículos de cuero (19,2%); y equipo de informática, hogar (17,5%). Por su parte, los grupos de mercancías que registraron variaciones negativas fueron: licores y cigarrillos (-4,5%); y productos farmacéuticos (-1,6%).

Gráfico 7

Variación anual de las ventas reales

Total nacional

II Trimestre (2010/2009)

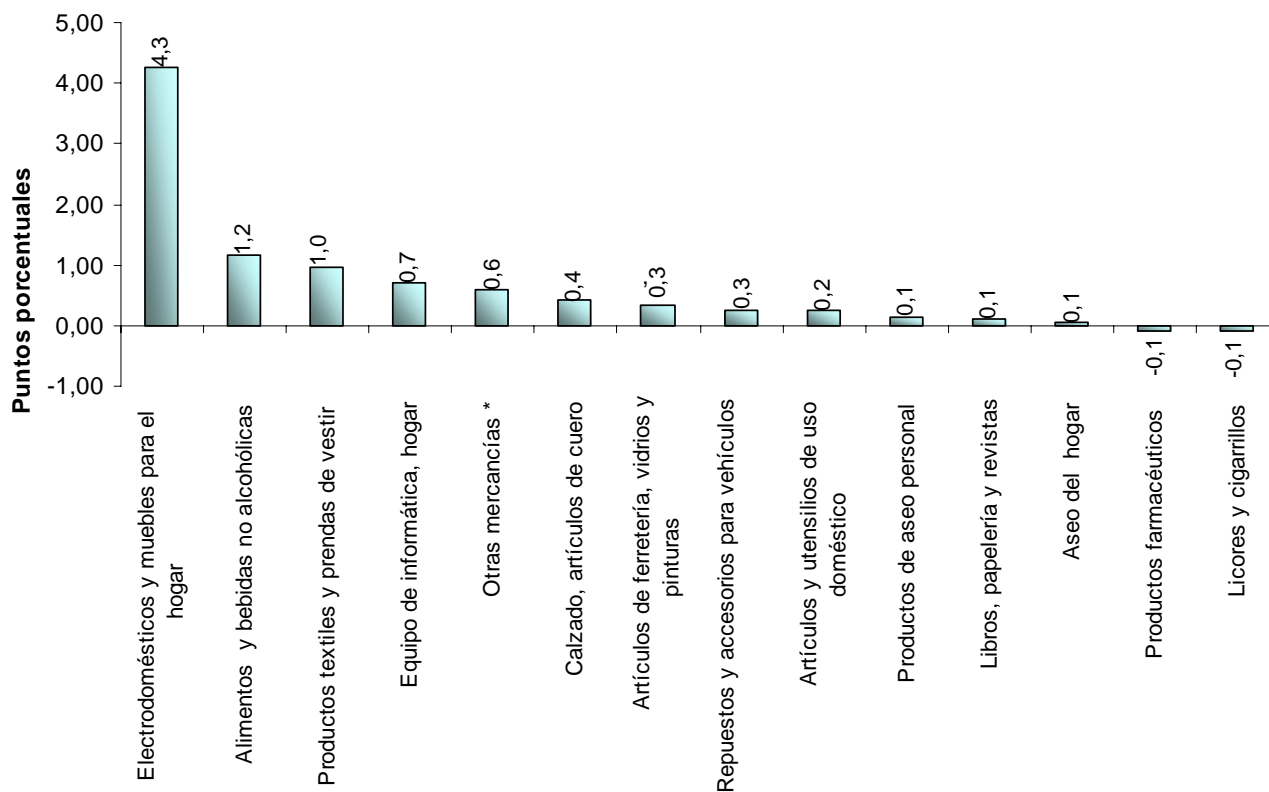


Fuente DANE – GAHM

* 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 (4,3 puntos porcentuales) a la variación total del período.

Gráfico 8
Contribución anual a la variación de las ventas reales
Total nacional
II Trimestre (2010/2009)



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 año corrido: I - II trimestre (2010/2009)

En el primer semestre del año las ventas reales crecieron 8,0%, respecto al mismo período del año anterior. Se destacan las siguientes variaciones positivas: electrodomésticos y muebles para el hogar (22,5%); artículos de ferretería, vidrios y pintura (18,9%); las agrupadas en otras mercancías (17,1%); calzado y artículos de cuero (17,0%); y equipo de informática, hogar (16,4%). Por su parte, los grupos que presentaron contracción en sus ventas fueron: productos farmacéuticos (-2,3%); licores y cigarrillos (-2,3%); y libros, papelería y revistas (-0,3%).

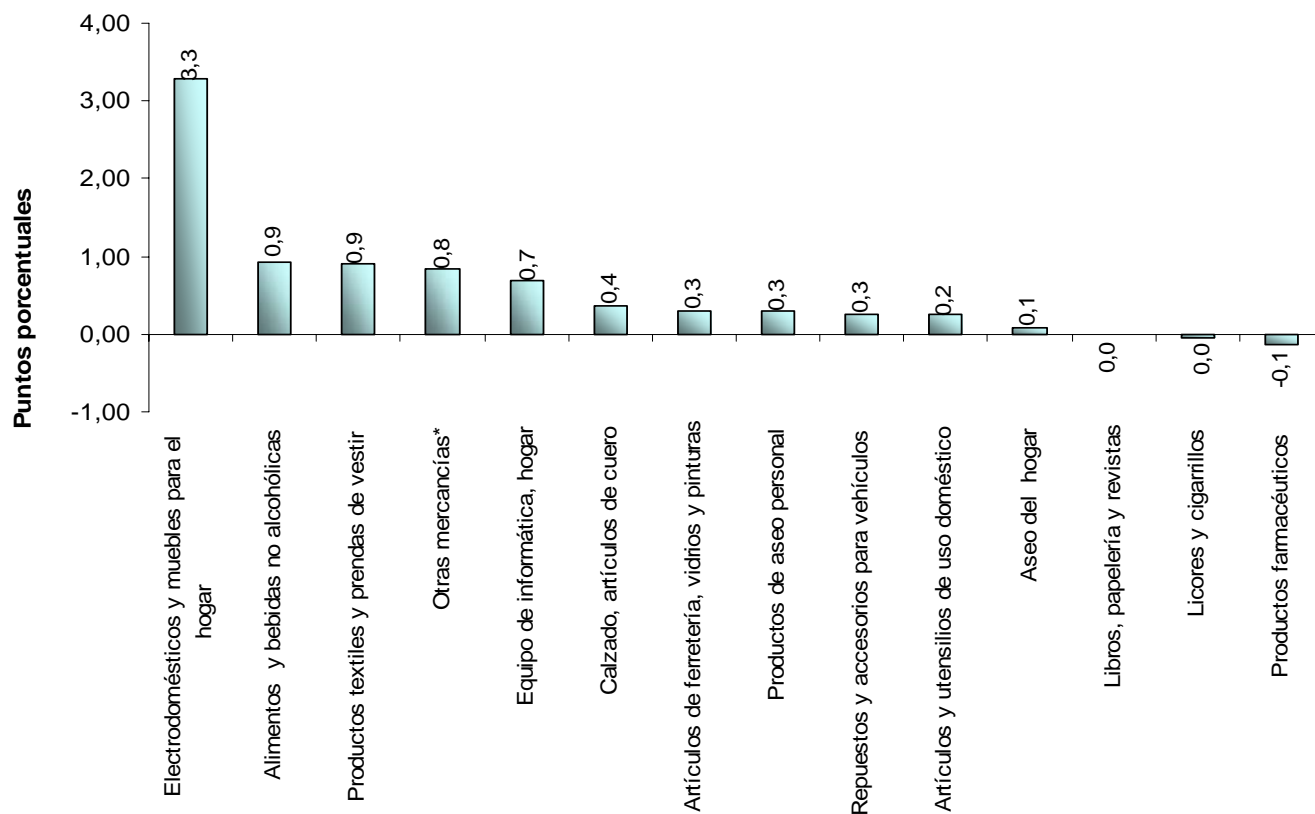
Gráfico 9
Variación año corrido de las ventas reales
Total nacional
I - II trimestre (2010-2009)



* 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.

La mayor contribución al comportamiento positivo de las ventas en el primer semestre del año estuvo a cargo de electrodomésticos y muebles para el hogar que aportó 3,3 puntos porcentuales.

Gráfico 10
Contribución año corrido a la variación de las ventas reales
Total nacional
I-II trimestre (2010-2009)



* 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.

1.1.3 Variación doce meses: III 2009- II 2010 / III 2008- II 2009

En los últimos doce meses hasta junio de 2010, las ventas reales del comercio minorista en los grandes almacenes e hipermercados aumentaron 4,8% con respecto al año anterior. Entre los grupos de mercancías que presentaron variaciones positivas se destacaron: los agrupados en "otras mercancías" (17,5%); artículos de ferretería, vidrios y pinturas (17,1%); calzado y artículos de cuero (16,1%); y electrodomésticos y muebles para el hogar (13,6%). Por su parte, las reducciones se registraron en las ventas de: licores y cigarrillos (-2,8%); productos farmacéuticos (-2,7%); y libros, papelería y revistas (-1,5%).

Gráfico 11
Variación doce meses de las ventas reales
Total nacional
III 2009 – II 2010/ III 2008 - II 2009

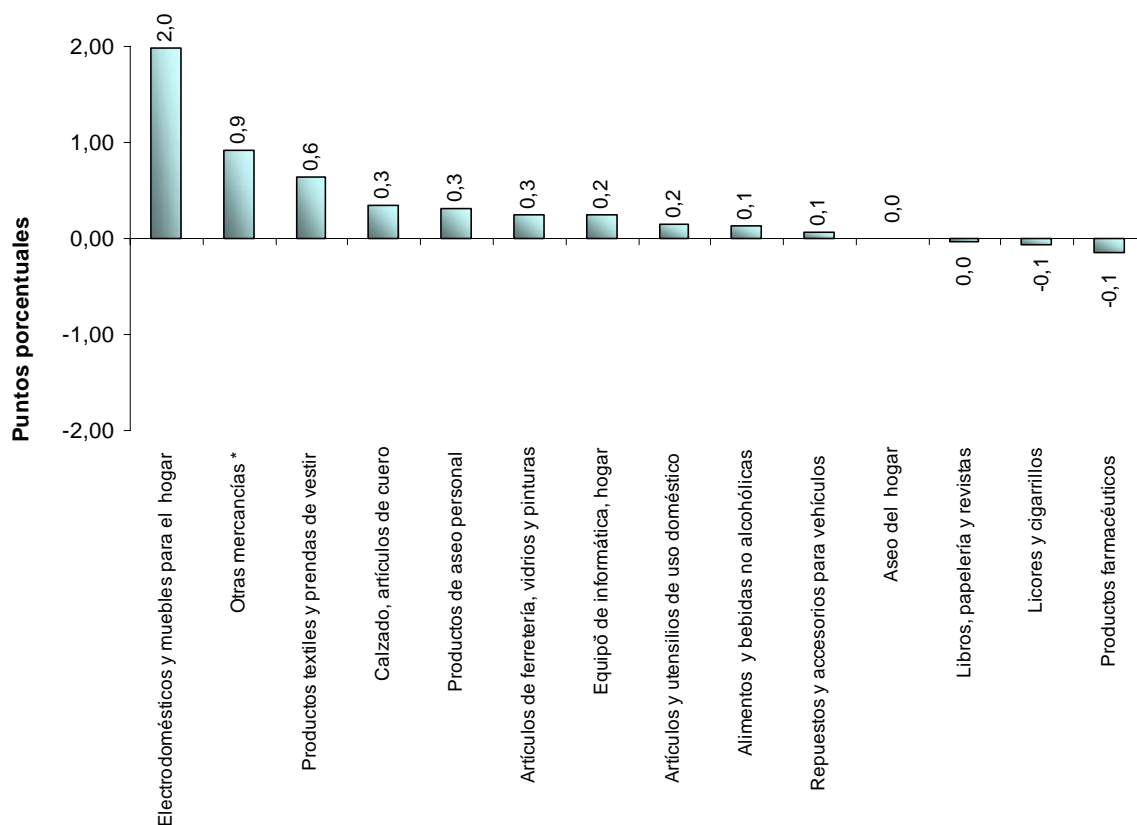


Fuente DANE – GAHM

* 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.

La principal explicación del crecimiento de las ventas en este período se encuentra en el aumento de las ventas de electrodomésticos y muebles para el hogar que aportó 2,0 puntos porcentuales positivos a la variación total.

Gráfico 12
Contribución doce meses a la variación de las ventas reales
Total nacional
III 2009 – II 2010/ III 2008 - II 2009



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: II trimestre (2010/2009)

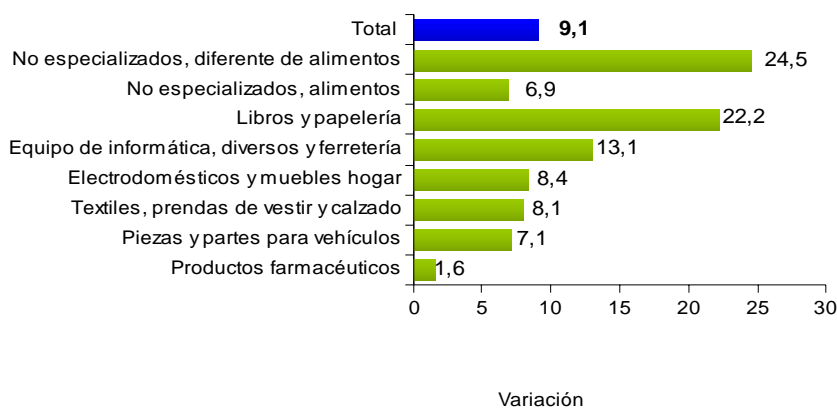
De acuerdo con el tipo de actividad comercial (CIU Rev.3) desarrollada por las empresas investigadas, en el segundo trimestre de 2010 se registró un aumento en las ventas reales del comercio no especializado, con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (24,5%); en el comercio no especializado, con surtido compuesto principalmente de alimentos, la variación fue 6,9%. Por su parte, en el comercio especializado el mayor crecimiento se presentó en libros y papelería (22,2%).

Gráfico 13

Variación anual de las ventas reales, según actividad comercial

Total nacional

II Trimestre (2010/2009)



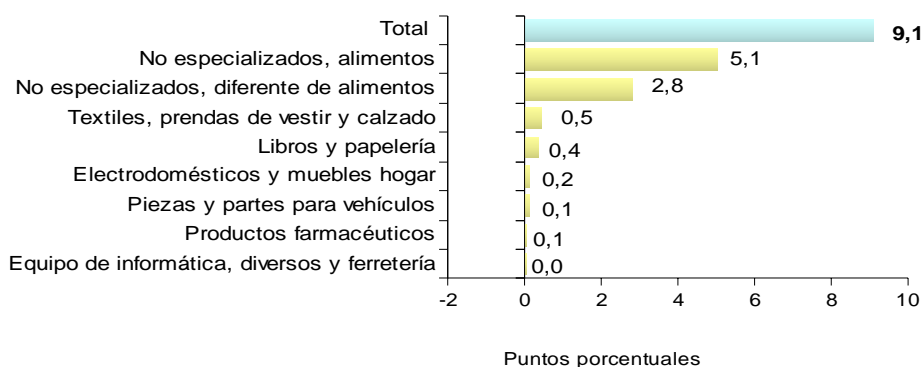
Fuente DANE – GAHM

Gráfico 14

Contribución a la variación anual de las ventas reales, según actividad comercial

Total nacional

II Trimestre (2010/2009)

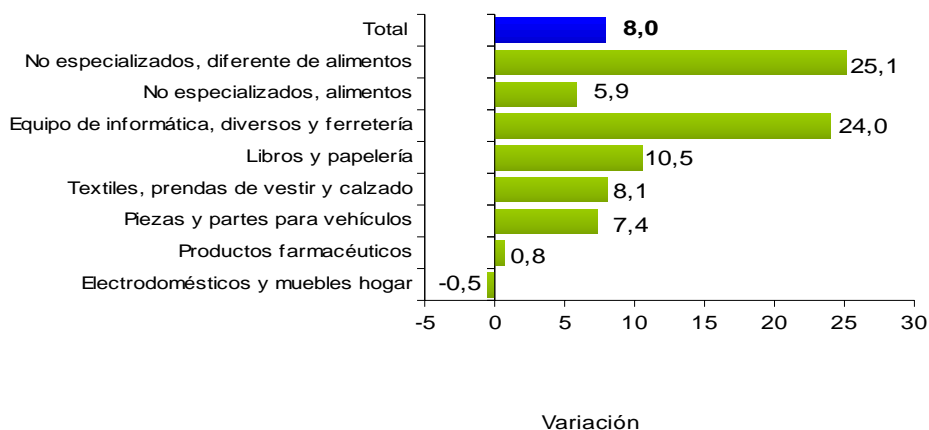


Fuente DANE – GAHM

1.2.2 Variación año corrido: I-II trimestre (2010/2009)

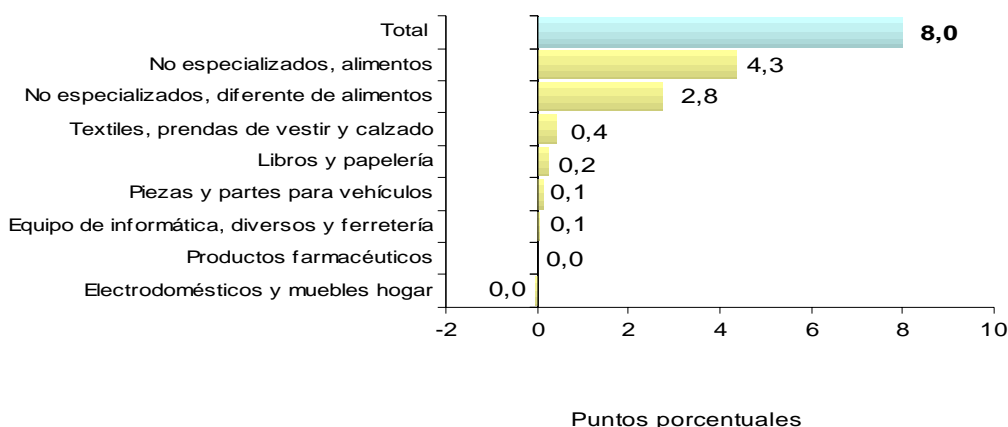
En el primer semestre de 2010, se registró un crecimiento de 25,1% en las ventas reales del comercio en establecimientos no especializados con surtido diferente de alimentos. En cuanto a las ventas del comercio no especializado, con surtido compuesto principalmente por alimentos, la variación fue 5,9%. En el comercio especializado, se destaca el aumento de las ventas reales de equipo de informática, diversos y ferretería (24,0%).

Gráfico 15
Variación año corrido de las ventas reales, según actividad comercial
Total nacional
I-II trimestre (2010/2009)



Fuente DANE – GAHM

Gráfico 16
Contribución año corrido a la variación de las ventas reales, según actividad comercial
Total nacional
I-II trimestre (2010/2009)



Fuente DANE – GAHM

1.2.3 Variación doce meses: III 2009- II 2010 / III 2008- II 2009

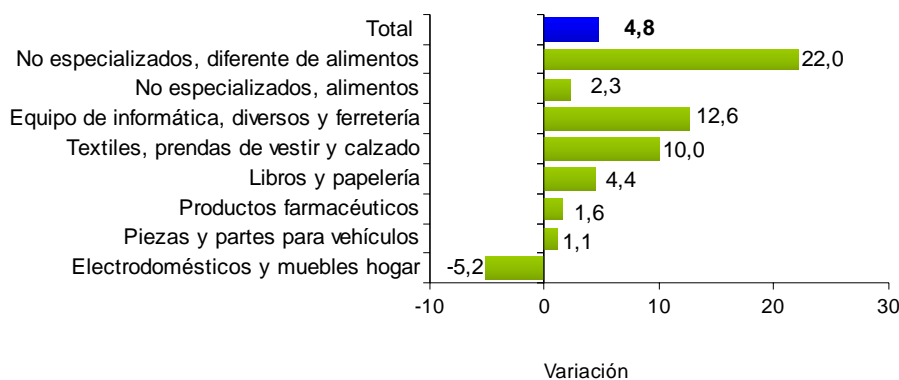
En los últimos doce meses hasta junio de 2010, los principales aumentos de las ventas reales en establecimientos especializados se registraron en equipo de informática, diversos y ferretería (12,6%). Las empresas no especializadas con surtido diferente de alimentos, presentaron un incremento en sus ventas reales de 22,0%, mientras que las no especializadas con surtido principalmente de alimentos aumentaron 2,3%.

Gráfico 17

Variación doce meses de las ventas reales, según actividad comercial

Total nacional

III 2009 – II 2010/ III 2008 - II 2009



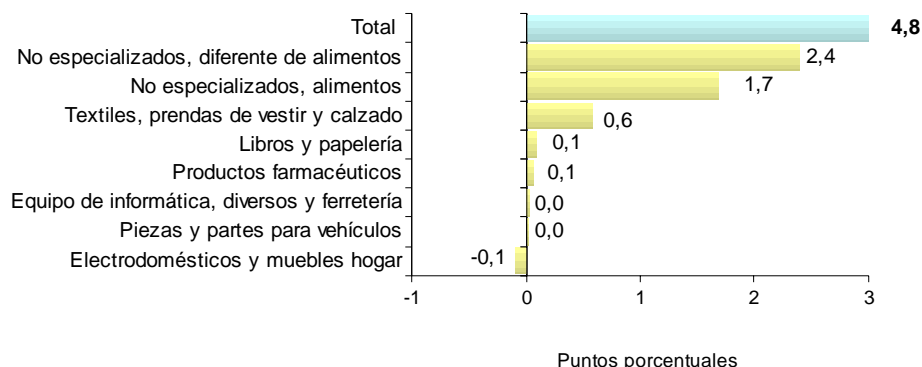
Fuente DANE – GAHM

Gráfico 18

Contribución doce meses a la variación de las ventas reales, según actividad comercial

Total nacional

III 2009 – II 2010/ III 2008 - II 2009



Fuente DANE – GAHM

2. PERSONAL OCUPADO

2.1 Categoría de Contratación

2.1.1 Variación anual: II Trimestre (2010/2009)

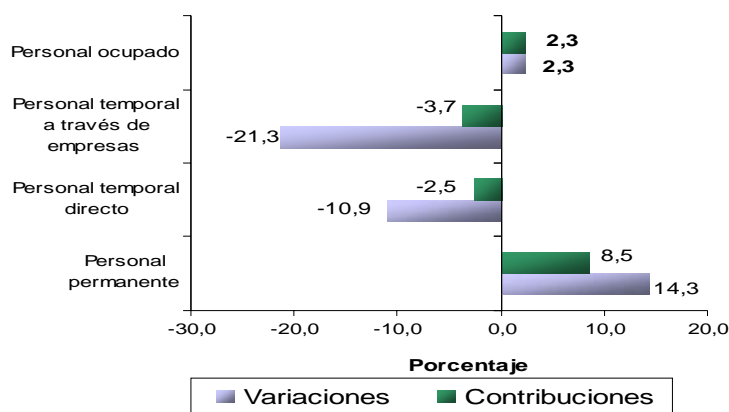
En el segundo trimestre de 2010, el personal ocupado asociado a las grandes superficies aumento 2,3% con respecto al mismo período de 2009. La categoría de personal que explica este comportamiento es el personal permanente que aportó 8,5 puntos porcentuales a la variación total.

Gráfico 19

Contribución anual a la variación del personal ocupado, según categoría de contratación

Total nacional

II Trimestre (2010/2009)



Fuente DANE – GAHM

2.1.2 Variación año corrido: I - II trimestre (2010/2009)

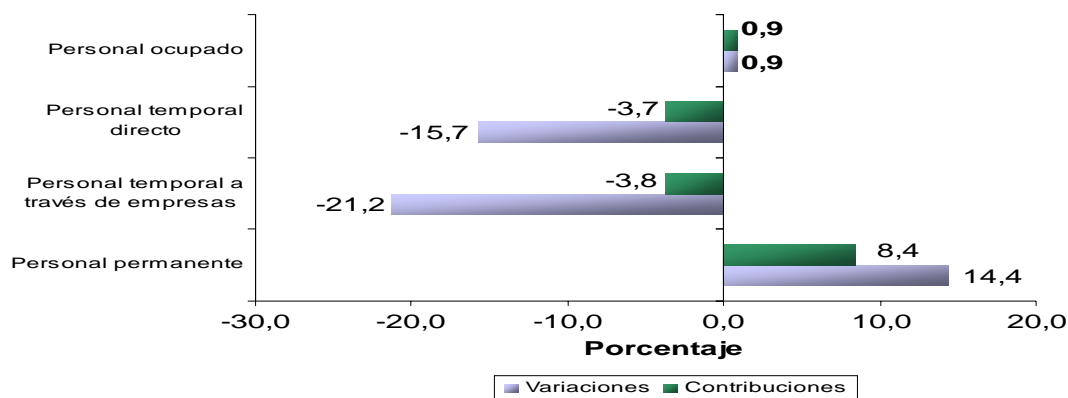
En el primer semestre, el personal ocupado en el comercio de los grandes almacenes presentó un aumento de 0,9%, respecto al mismo período del año anterior. El crecimiento del personal permanente con su aporte de 8,4 puntos porcentuales a la variación total del indicador logró contrarrestar la disminución del personal temporal que aportó -7,5 puntos porcentuales a la mencionada variación.

Gráfico 20

Contribución año corrido a la variación del personal ocupado, según categoría de contratación

Total nacional

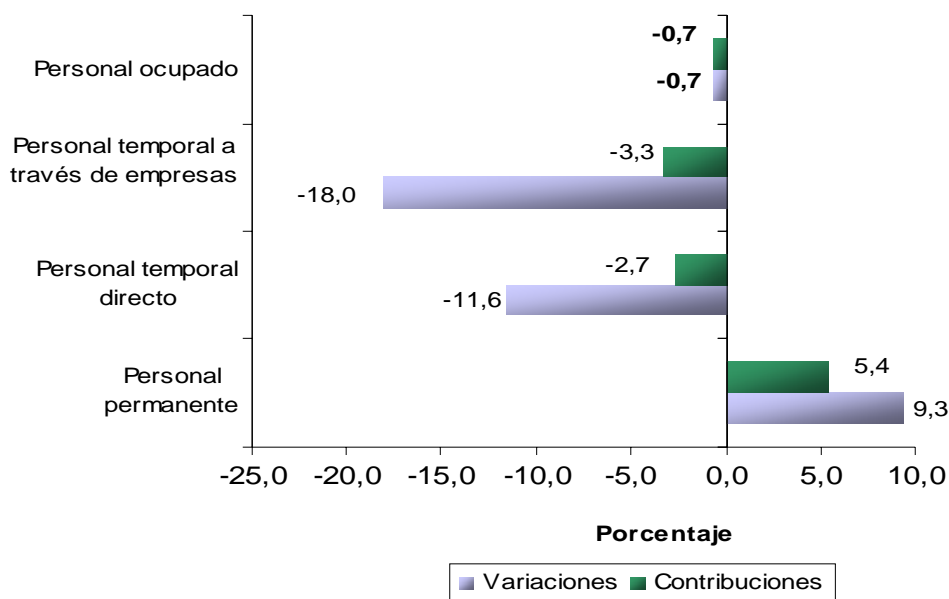
I-II trimestre (2010-2009)



2.1.3 Variación doce meses: III 2009- II 2010 / III 2008- II 2009

En los últimos cuatro trimestres hasta junio de 2010, el personal ocupado en el comercio minorista de los grandes almacenes presentó un descenso de 0,7% con respecto al mismo período del año anterior. Este resultado se explica principalmente por los aportes negativos de las categorías de personal temporal contratado a través de empresas y personal temporal directo con -3,3 y -2,7 puntos porcentuales respectivamente a la variación total. El personal permanente reportó una contribución positiva de 5,4 puntos porcentuales.

Gráfico 21
Contribución doce meses a la variación del personal ocupado, según categoría de contratación
Total nacional
III 2009 – II 2010/ III 2008 - II 2009

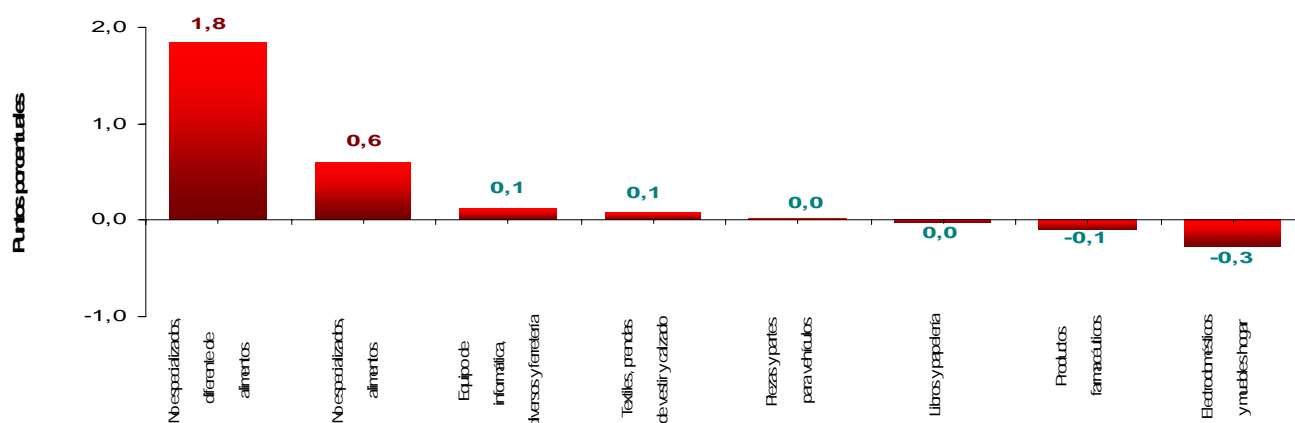


2.2 Actividad comercial CIU Rev. 3

2.2.1 Variación anual: II Trimestre (2010/2009)

En el segundo trimestre de 2010 el personal ocupado del comercio minorista, según actividad CIU Rev. 3, asociado a los grandes almacenes e hipermercados aumentó 2,3%. Durante este periodo, la mayor contribución positiva se registró en las empresas no especializadas con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (1,8 puntos porcentuales).

Gráfico 22
Contribución anual a la variación del personal ocupado, según actividad comercial
Total nacional
II Trimestre (2010/2009)

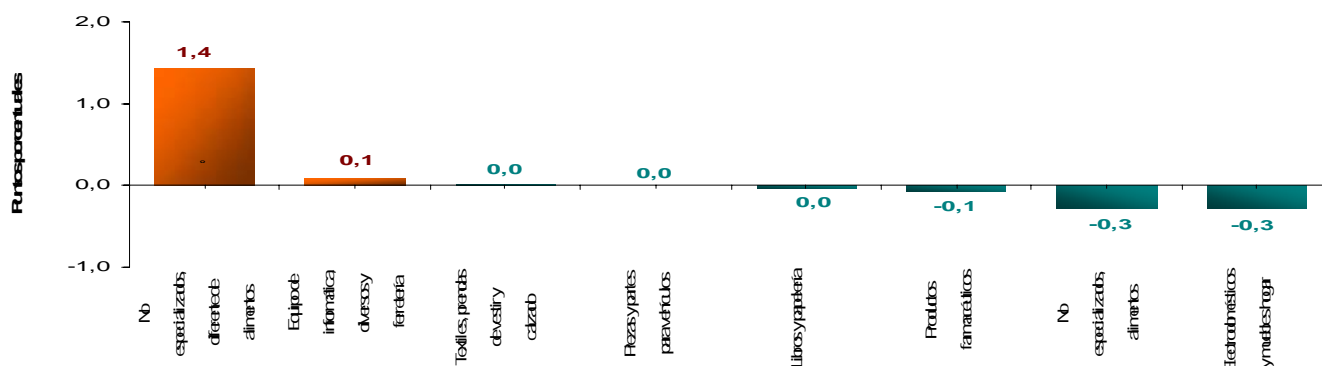


Fuente DANE – GAHM

2.2.2 Variación año corrido: I-II trimestre (2010/2009)

En el primer semestre del año 2010, el personal ocupado del comercio minorista asociado a las grandes superficies creció 0,9%. El principal aporte en el crecimiento del indicador estuvo a cargo de las empresas no especializadas con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (1,4 puntos porcentuales). Las mayores contribuciones positivas las registraron las empresas no especializadas, con surtido principalmente de alimentos; y las especializadas en electrodomésticos y muebles hogar.

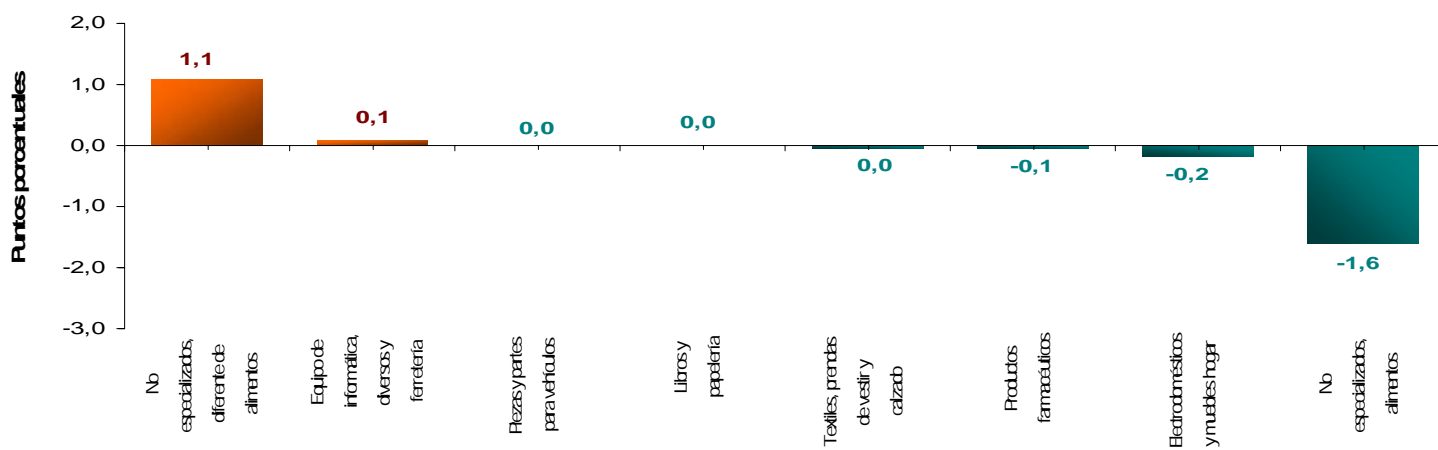
Gráfico 23
Contribución año corrido a la variación del personal ocupado, según actividad comercial
Total nacional
I - II trimestre (2010/2009)



2.2.3 Variación doce meses: III 2009- II 2010 / III 2008- II 2009

En los últimos doce meses hasta junio de 2010, el personal ocupado en los grandes almacenes e hipermercados minoristas se redujo 0,7%. La principal contribución negativa se presentó en las empresas no especializadas, con surtido compuesto principalmente por alimentos (-1,6 puntos porcentuales). La principal contribución positiva se registró en las empresas no especializadas, con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (1,1 puntos porcentuales).

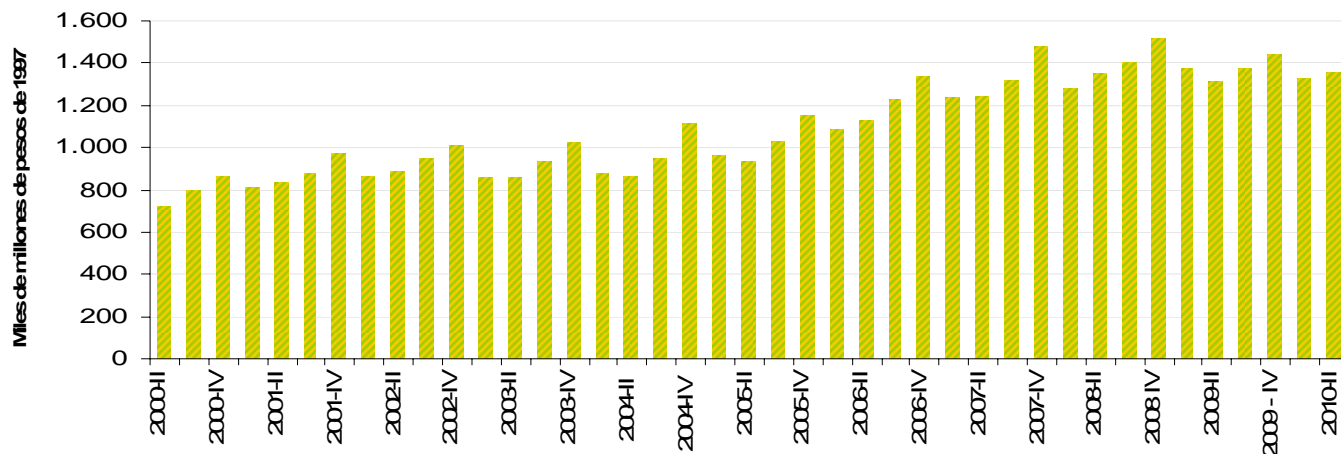
Gráfico 24
Contribución doce meses a la variación del personal ocupado, según actividad comercial
Total nacional
III-II Trimestre (2010/2009)



Fuente DANE – GAHM

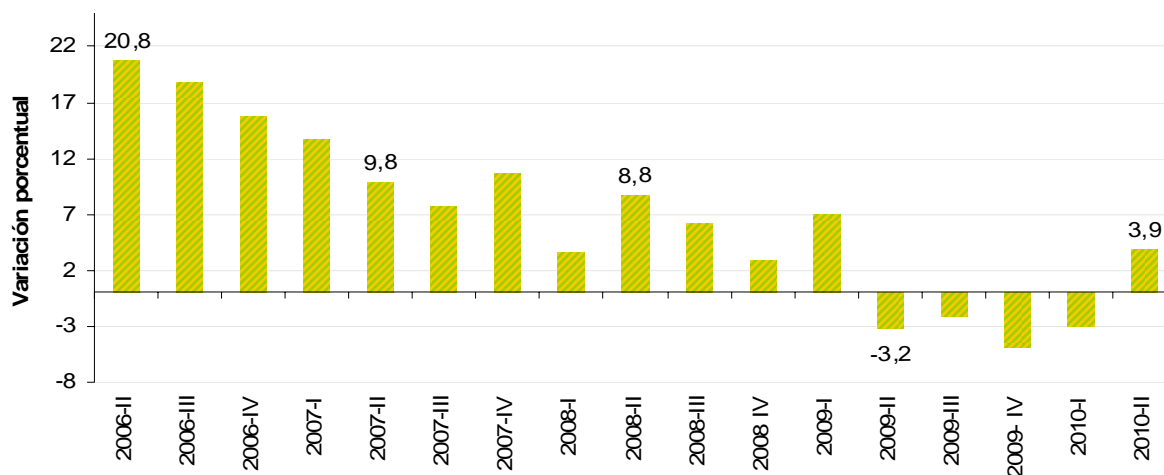
3. INVENTARIOS FINALES

Gráfico 25
Inventarios reales en los grandes almacenes
II Trimestre (2000 –2010)



En el segundo trimestre de 2010, los inventarios reales finales de los grandes almacenes e hipermercados minoristas registraron un crecimiento de 3,9% en las existencias.

Gráfico 26
Variación anual de los Inventarios finales reales de los grandes almacenes minoristas
Total nacional
II Trimestre (2006 –2010)



Fuente: DANE - GAHM

Las principales variaciones anuales positivas en acumulación de inventarios reales, de acuerdo con la CIU Rev.3, se presentaron en establecimientos especializados en el comercio de libros, periódicos, materiales y artículos de papelería y escritorio, en establecimientos especializados (40%) y en establecimientos especializados en la venta de electrodomésticos y muebles para el hogar (38,3%), mientras que las empresas especializadas en partes, piezas (autopartes) y accesorios (lujos) para vehículos automotores (-29,2%), presentaron las principales variaciones negativas.

4. AREA DE VENTAS

En el segundo trimestre de 2010, los grandes almacenes e hipermercados minoristas reportaron un área de ventas disponible al público de 2.498 208 de metros cuadrados, lo que significó un aumento de 4,7% comparado con el mismo período de 2009.

Cuadro 1
Área de ventas de los grandes almacenes e hipermercados minoristas
Total nacional
I Trimestre 2002 – II Trimestre 2010

Trimestre	No especializados	Especializados	Total (m2)	Variación Anual
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	187.692	1.463.119	2,5
III/03	1.278.157	188.316	1.466.473	1,5
IV/03	1.312.583	189.290	1.501.873	2,1
I/04	1.348.689	189.818	1.538.507	5,4
II/04	1.357.966	192.027	1.549.993	5,9
III/04	1.370.341	193.519	1.563.860	6,6
IV/04	1.419.080	198.350	1.617.430	7,7
I/05	1.475.379	204.041	1.679.420	9,2
II/05	1.469.679	205.850	1.675.529	8,1
III/05	1.499.556	209.063	1.708.619	9,3
IV/05	1.538.673	216.664	1.755.337	8,5
I/06	1.579.559	221.961	1.801.520	7,3
II/06	1.602.400	228.839	1.831.239	9,3
III/06	1.621.110	233.281	1.854.391	8,5
IV/06	1.704.158	237.851	1.942.009	10,6
I/07	1.771.030	242.104	2.013.134	11,7
II/07	1.800.692	246.862	2.047.554	11,8
III/07	1.845.702	250.503	2.096.205	13,0
IV/07	1.894.982	262.098	2.157.080	11,1
I/08	1.920.720	266.778	2.187.498	8,7
II/08	1.944.237	269.443	2.213.680	8,1
III/08	1.983.978	273.028	2.257.006	7,7
IV/08	2.039.769	280.837	2.320.606	7,6
I/09	2.094.916	284.710	2.379.626	8,8
II/09	2.096.776	288.893	2.385.669	7,8
III/09	2.095.046	294.168	2.389.214	5,9
IV/09	2.134.875	298.801	2.433.676	4,9
I/10	2.163.235	302.237	2.465.472	3,6
II/10	2.191.413	306.795	2.498.208	4,7

Fuente: DANE- GAHM

En el segundo trimestre de 2010, el comercio no especializado participó con el 87,7% del total de esta área, mientras que el comercio especializado lo hizo con el 12,3%.

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