



GRANDES ALMACENES E HIPERMERCADOS MINORISTAS Y COMERCIO DE VEHICULOS AUTOMOTORES NUEVOS IV Trimestre de 2011



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 cuarto trimestre de 2011, las ventas reales de los Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas aumentaron 6,7% y el personal ocupado registró un aumento de 7,4%, 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 10,6%, comparados con igual período de 2010.
- Las ventas reales de vehículos automotores (nacionales e importados) registraron un crecimiento de 0,3% respecto al mismo período de 2010.
- En 2011, las ventas reales de los Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas aumentaron 9,2% respecto al año 2010. Durante este periodo el personal ocupado registró un aumento de 6,0%.
- En el año 2011, el total de las ventas reales de vehículos automotores (nacionales e importados) aumentaron 17,5% con respecto al año precedente.

Director

Jorge Bustamante R.

Subdirector

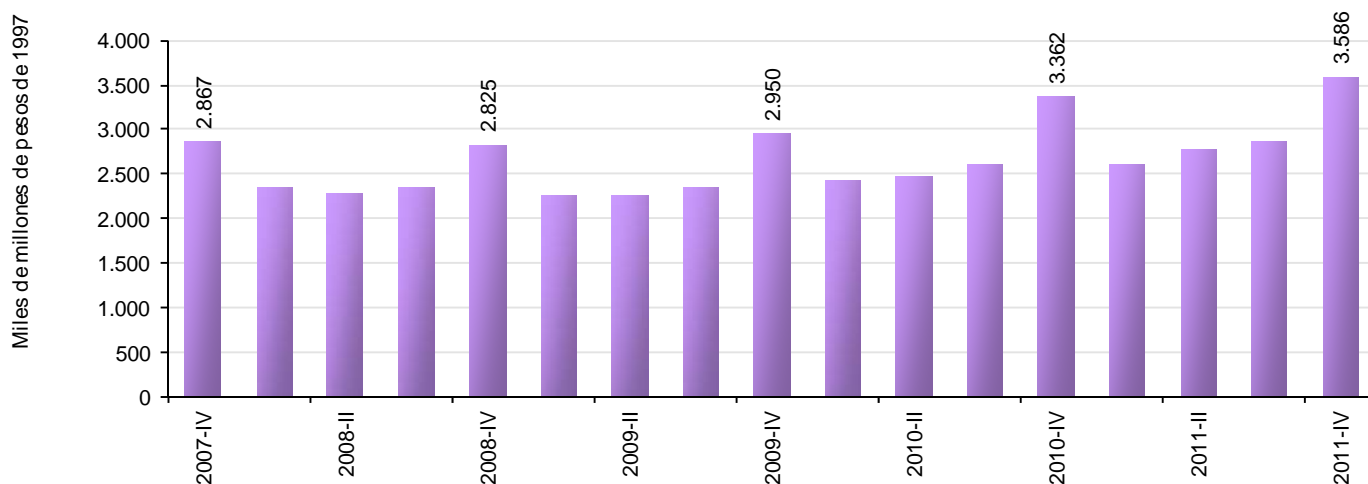
Christian Jaramillo Herrera

Director de Metodología y Producción Estadística

Eduardo Efraín Freire Delgado

RESULTADOS GENERALES

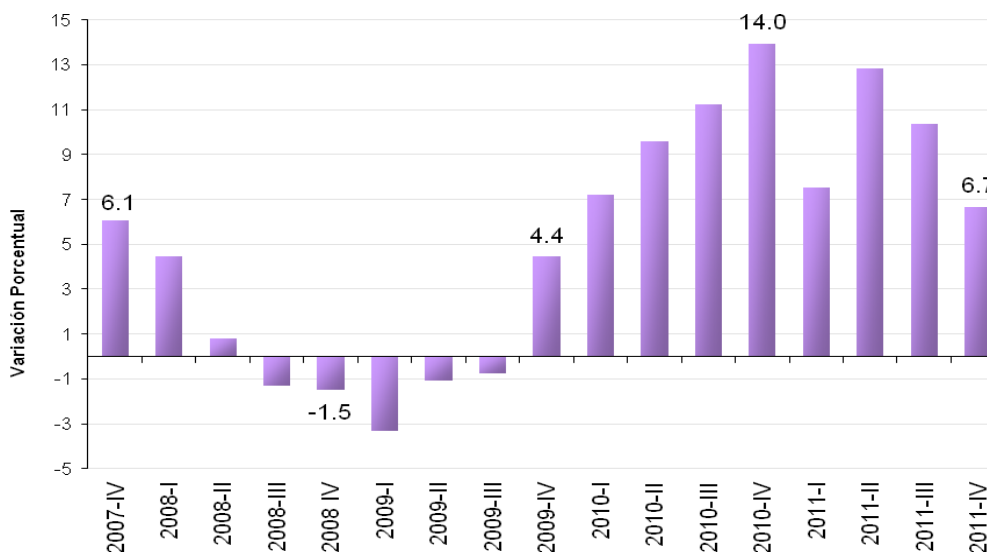
Gráfico 1
Ventas reales en grandes almacenes e hipermercados minoristas
Total nacional
2007 (IV trimestre) – 2011



Fuente: DANE – GAHM

En el cuarto trimestre de 2011, las ventas del comercio minorista en los grandes almacenes aumentaron 6,7%, respecto al mismo trimestre de 2010.

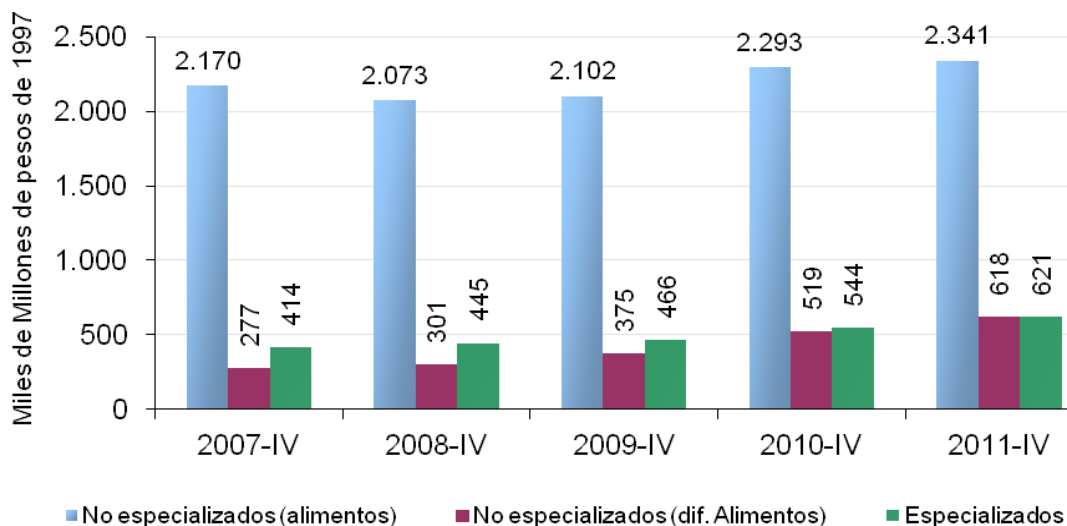
Gráfico 2
Variación anual de las ventas reales en grandes almacenes e hipermercados minoristas
Total nacional
2007 (IV trimestre) – 2011



Fuente: DANE - GAHM

Durante el cuarto trimestre de 2011, 82,7% de las ventas reales (\$ 2.341 miles de millones de pesos de 1997) se realizaron en almacenes no especializados, y el 17,3% en especializados.

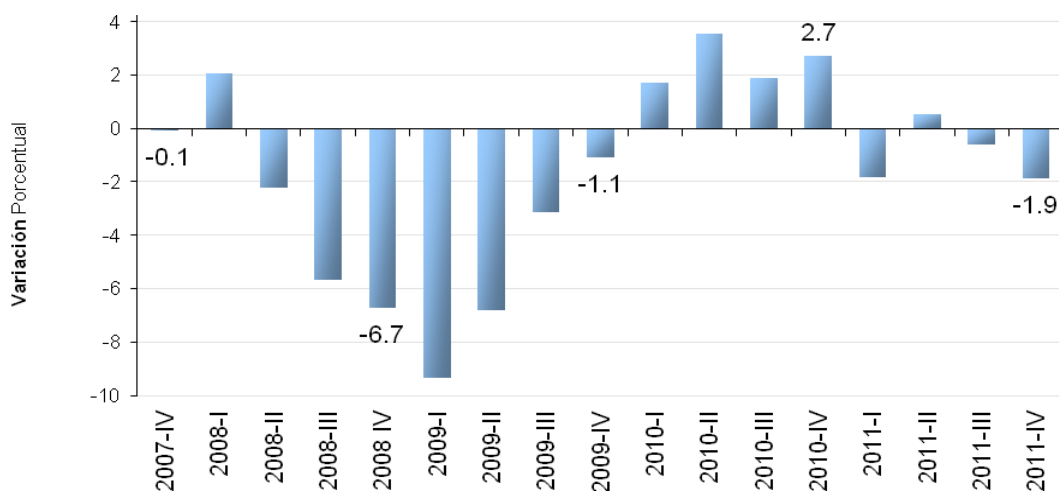
Gráfico 3
Ventas reales en grandes almacenes e hipermercados minoristas por tipo de almacén
Total nacional
2007 – 2011 (IV trimestre)



Fuente: DANE - GAHM

En el cuarto trimestre de 2011, las ventas reales de alimentos y bebidas no alcohólicas presentaron una disminución de 1,9% respecto al mismo período del año anterior.

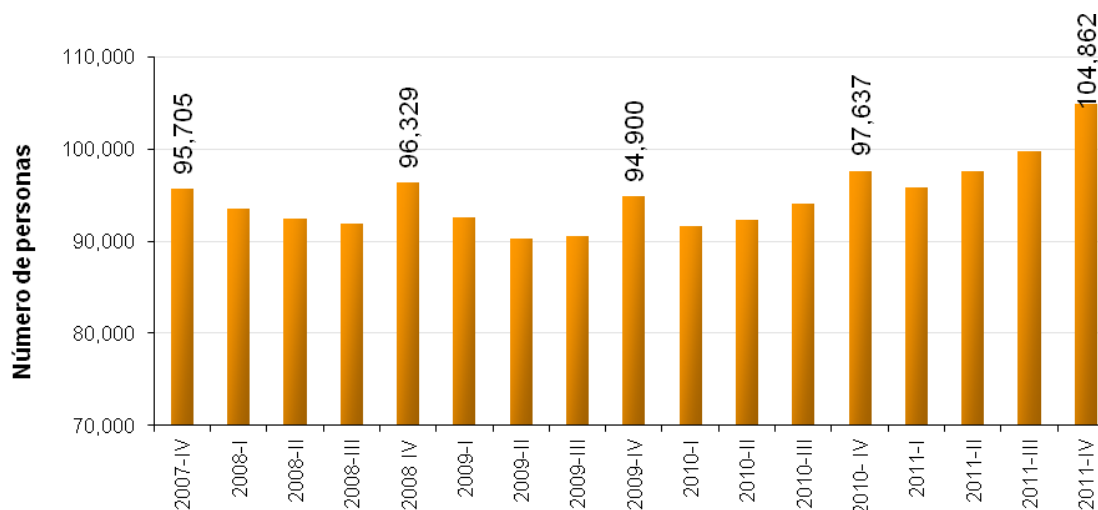
Gráfico 4
Variación anual de las ventas reales de alimentos y bebidas no alcohólicas en grandes almacenes e hipermercados minoristas
Total nacional
2007 (IV trimestre) – 2011



Fuente: DANE - GAHM

El personal ocupado asociado al comercio minorista de los grandes almacenes e hipermercados alcanzó un total de 104.862 personas ocupadas, lo que significó un aumento 7,4% frente al cuarto trimestre de 2010.

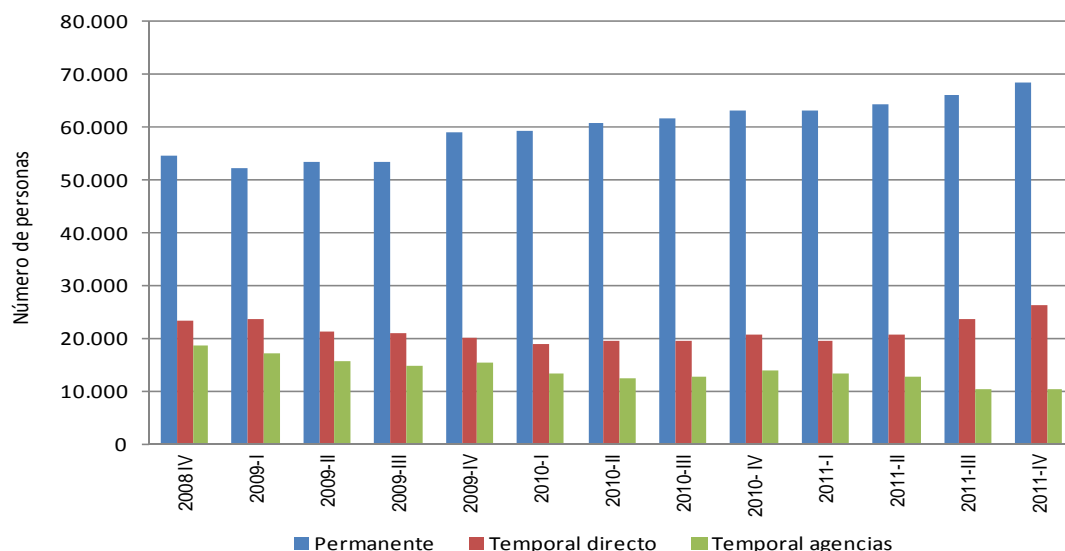
Gráfico 5
Personal ocupado por los grandes almacenes e hipermercados minoristas
Total nacional
2007 (IV trimestre) – 2011



Fuente: DANE - GAHM

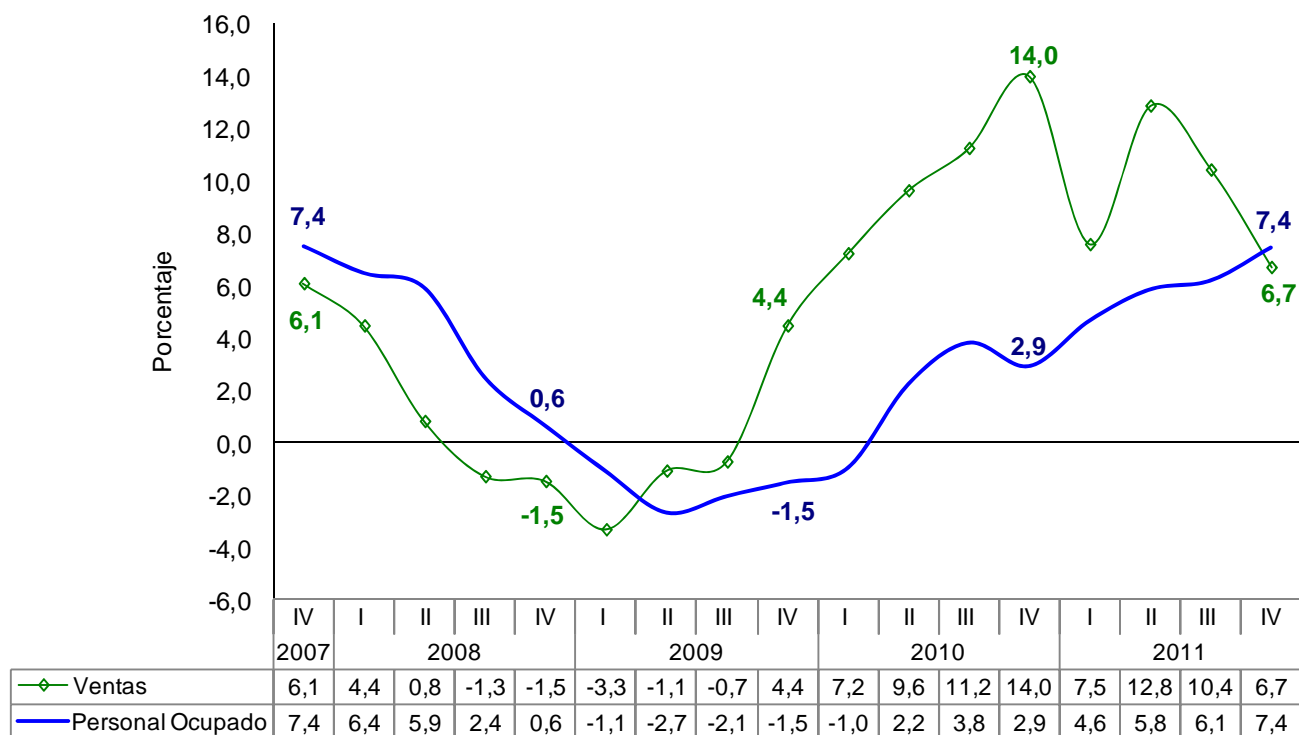
En el cuarto trimestre de 2011, 68,0% del personal que ocuparon los grandes almacenes e hipermercados minoristas era permanente, 22,0% era temporal directo y 10,0% temporal contratado a través de agencias.

Gráfico 6
Personal ocupado, por tipo de contratación
Total nacional
2008 (IV trimestre) – 2011



Fuente: DANE GAHM

Gráfico 7
Variación anual de las ventas reales y el personal ocupado
Total nacional
2007(IV trimestre) – 2011



Fuente: DANE - GAHM

Tabla 1.
Resumen del comportamiento de las principales variables

Indicador	Variación (%)			
	Anual		Doce meses	
	IV TRIMESTRE		I – IV TRIMESTRE	
	2010	2011	2010	2011
Ventas	14,0	6,7	10,7	9,2
Personal ocupado	2,9	7,4	2,0	6,0

Fuente: DANE - GAHM

1. VENTAS REALES

1.1 Grupos de mercancías

1.1.1 Variación anual: IV trimestre de 2011

Durante el cuarto trimestre de 2011, las ventas reales aumentaron 6,7% respecto al mismo periodo del año anterior. Los grupos de mercancías que presentaron las principales variaciones positivas fueron: calzado, artículos de cuero (25,2%), licores y cigarrillos (12,0%), productos textiles y prendas de vestir (11,0%), electrodomésticos y muebles para el hogar (9,9%), y equipo de informática para el hogar (8,4%). Por su parte, dos grupos de mercancías registraron variaciones negativas: alimentos y bebidas no alcohólicas (-1,9%), y artículos de ferretería, vidrios y pinturas (-1,5%).

Gráfico 8

Variación anual de las ventas reales

Total nacional

IV trimestre (2011/2010)



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 período fue productos textiles y prendas de vestir con 2,4 puntos porcentuales, seguido por electrodomésticos y muebles para el hogar con 1,6 puntos porcentuales.

Gráfico 9
Contribución anual a la variación de las ventas reales
Total nacional
IV trimestre (2011/2010)



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 2011, las ventas reales del comercio minorista en los grandes almacenes e hipermercados aumentaron 9,2% respecto al año 2010. Los grupos de mercancías que presentaron las principales variaciones positivas fueron: calzado y artículos de cuero (29,2%), productos textiles y prendas de vestir (17,8%), electrodomésticos y muebles para el hogar (14,1%), equipo de informática, hogar (13,2%), y artículos de ferretería, vidrios y pinturas (13,0%).

Gráfico 10
Variación doce meses de las ventas reales
Total nacional
I-IV trimestre (2011/2010)

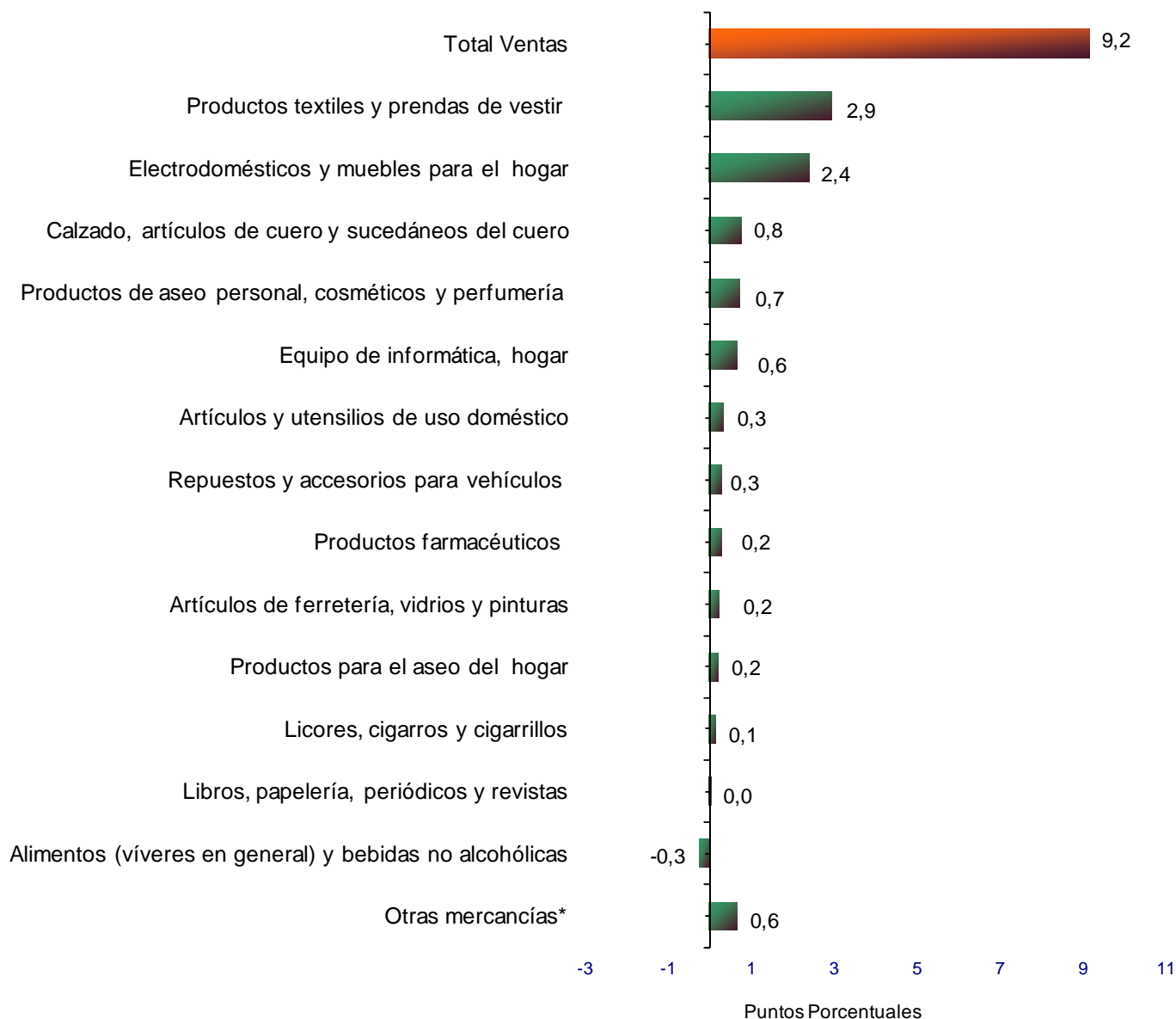


Fuente DANE – GAHM

* 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 productos textiles y prendas de vestir; y electrodomésticos y muebles para el hogar, grupos que aportaron en conjunto 5,3 puntos porcentuales a la variación total.

Gráfico 11
Contribución doce meses a la variación de las ventas reales
Total nacional
I-IV trimestre (2011/2010)



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: IV trimestre de 2011

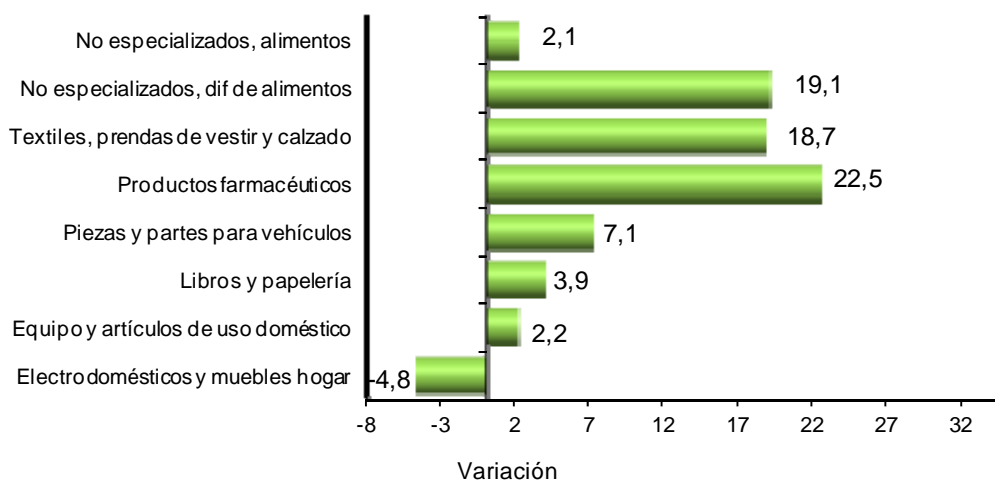
De acuerdo con el tipo de actividad comercial (CIU Rev.3) desarrollada por las empresas investigadas, en el cuarto trimestre de 2011 se registró un aumento en las ventas reales del comercio no especializado de 19,1% en aquellas con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos, y de 2,1% 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 (18,7%), productos farmacéuticos (22,5%), y piezas y partes para vehículos (7,1%).

Gráfico 12

Variación anual de las ventas reales, según actividad comercial

Total nacional

IV trimestre (2011/2010)



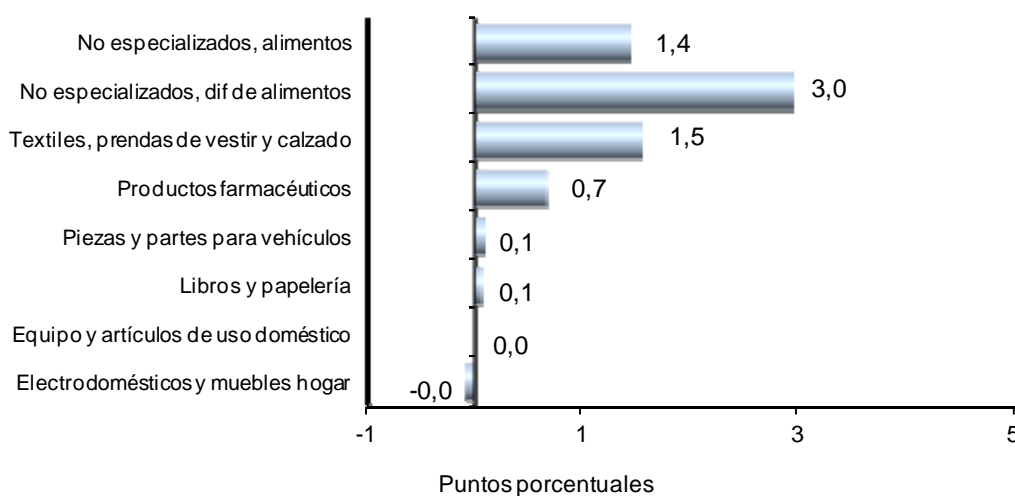
Fuente DANE – GAHM

Gráfico 13

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

Total nacional

IV trimestre (2011/2010)

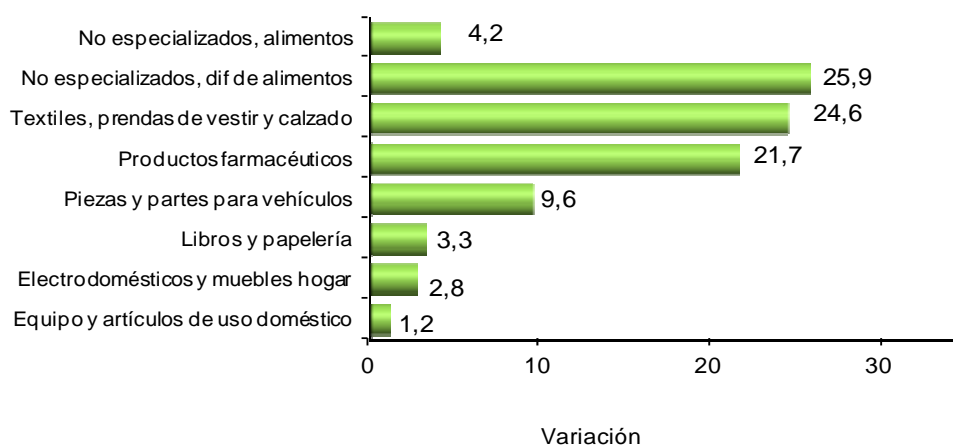


Fuente DANE – GAHM

1.2.2 Variación doce meses

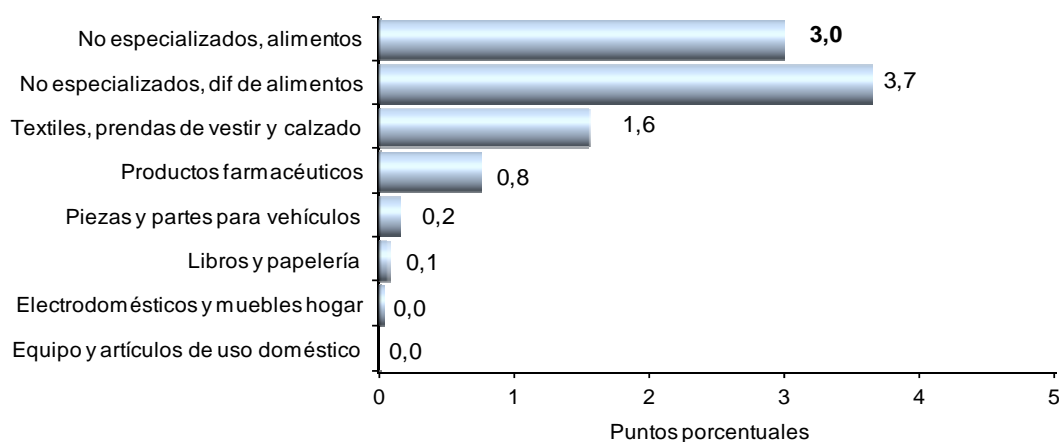
En 2011, los principales aumentos de las ventas reales se registraron en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (25,9%). Las empresas especializadas que presentaron los mayores incrementos en sus ventas reales fueron: textiles, prendas de vestir y calzado (24,6%), y productos farmacéuticos (21,7%).

Gráfico 14
Variación doce meses de las ventas reales, según actividad comercial
Total nacional
I-IV trimestre (2011/2010)



Fuente DANE – GAHM

Gráfico 15
Contribución doce meses a la variación de las ventas reales, según actividad comercial
Total nacional
I-IV trimestre (2011/2010)



Fuente DANE – GAHM

2. PERSONAL OCUPADO

2.1 Categoría de Contratación

2.1.1 Variación anual: IV trimestre de 2011

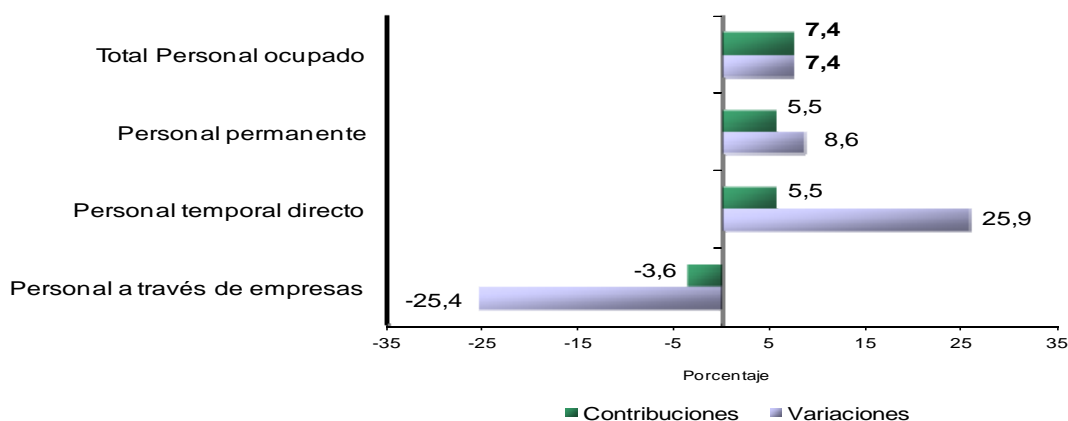
En el cuarto trimestre de 2011, el personal ocupado asociado a los grandes almacenes e hipermercados minoristas aumentó 7,4% con respecto al mismo período de 2010 explicado principalmente al crecimiento en la contratación de personal permanente y personal temporal directo, que aportaron en conjunto 11,0 puntos porcentuales a la variación total.

Gráfico 16

Variación y contribución anual del personal ocupado, según categoría de contratación

Total nacional

IV trimestre (2011/2010)



Fuente DANE – GAHM

2.1.2 Variación doce meses

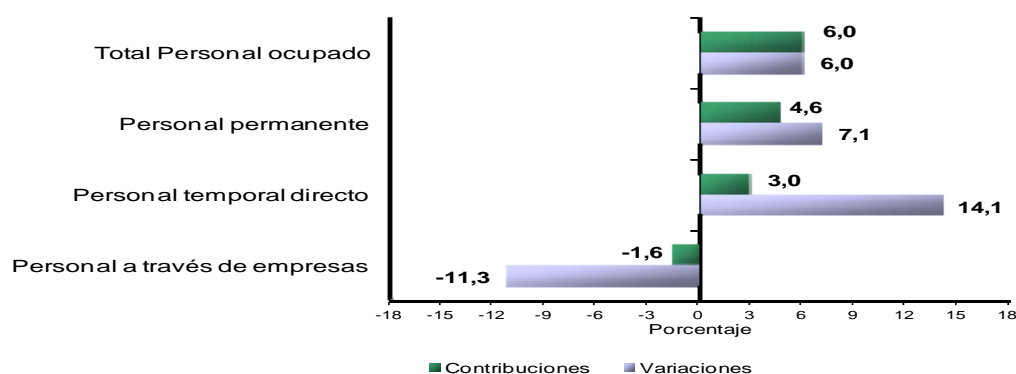
En el año 2011, el personal ocupado por los grandes almacenes e hipermercados minoristas, presentó un aumento de 6,0% respecto a 2010, debido al crecimiento del personal permanente y el personal temporal directo, que en conjunto contribuyeron con 7,6 puntos porcentuales. En contraste, el personal ocupado a través de empresas disminuyó 11,3%, lo que significó una contribución de -1,6 puntos porcentuales.

Gráfico 17

Variación y contribución doce meses del personal ocupado, según categoría de contratación

Total nacional

I-IV trimestre (2011/2010)



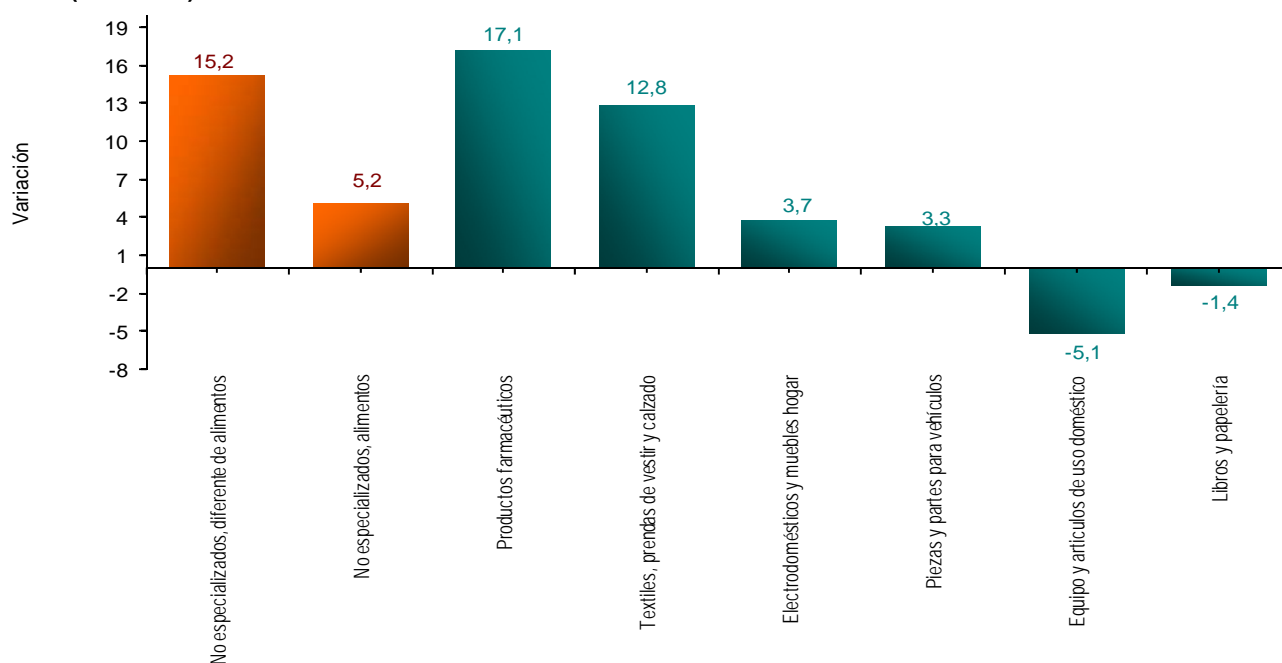
Fuente DANE – GAHM

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

2.2.1 Variación anual: IV trimestre de 2011

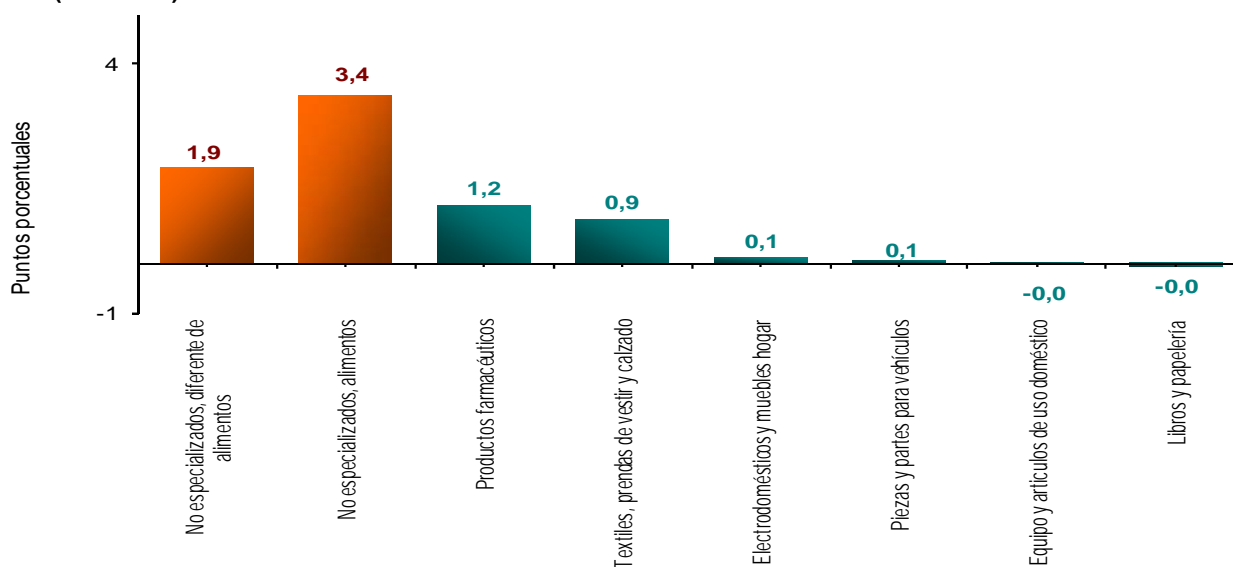
En el cuarto trimestre de 2011, la mayor variación en el personal ocupado se registró en establecimientos que comercializan productos farmacéuticos (17,1%), mientras que la mayor contribución positiva se presentó en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos, que contribuyó con 3,4 puntos porcentuales.

Gráfico 18
Variación anual del personal ocupado, según actividad comercial
Total nacional
IV trimestre (2011/2010)



Fuente DANE – GAHM

Gráfico 19
Contribución anual a la variación del personal ocupado, según actividad comercial
Total nacional
IV trimestre (2011/2010)

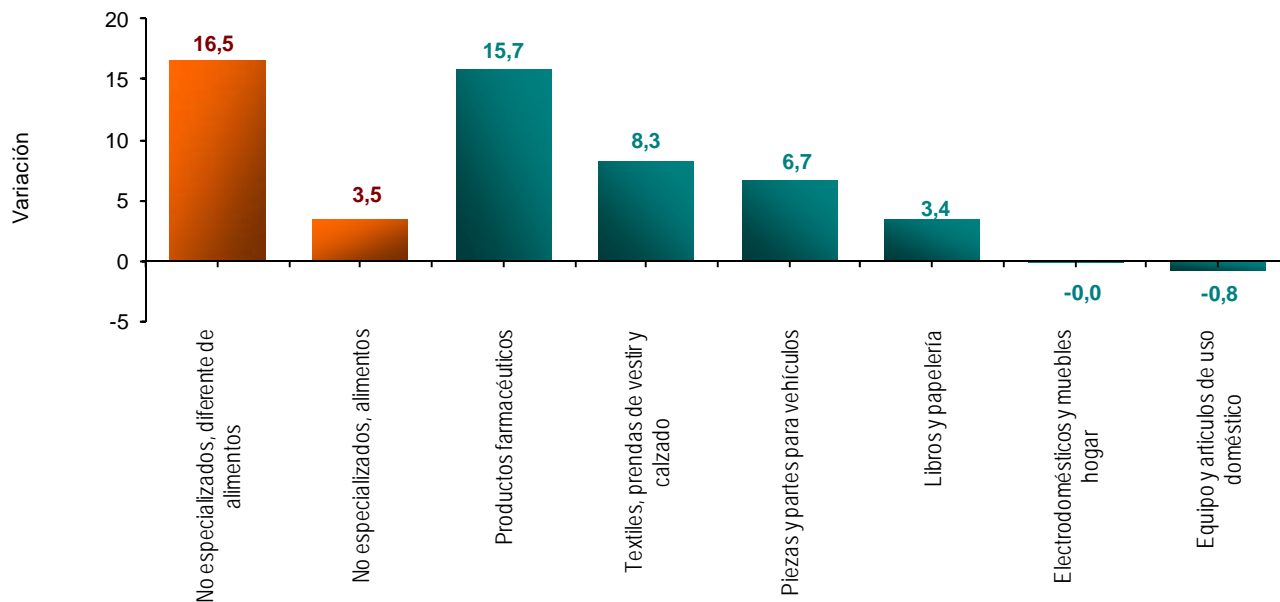


Fuente DANE – GAHM

2.2.2 Variación doce meses

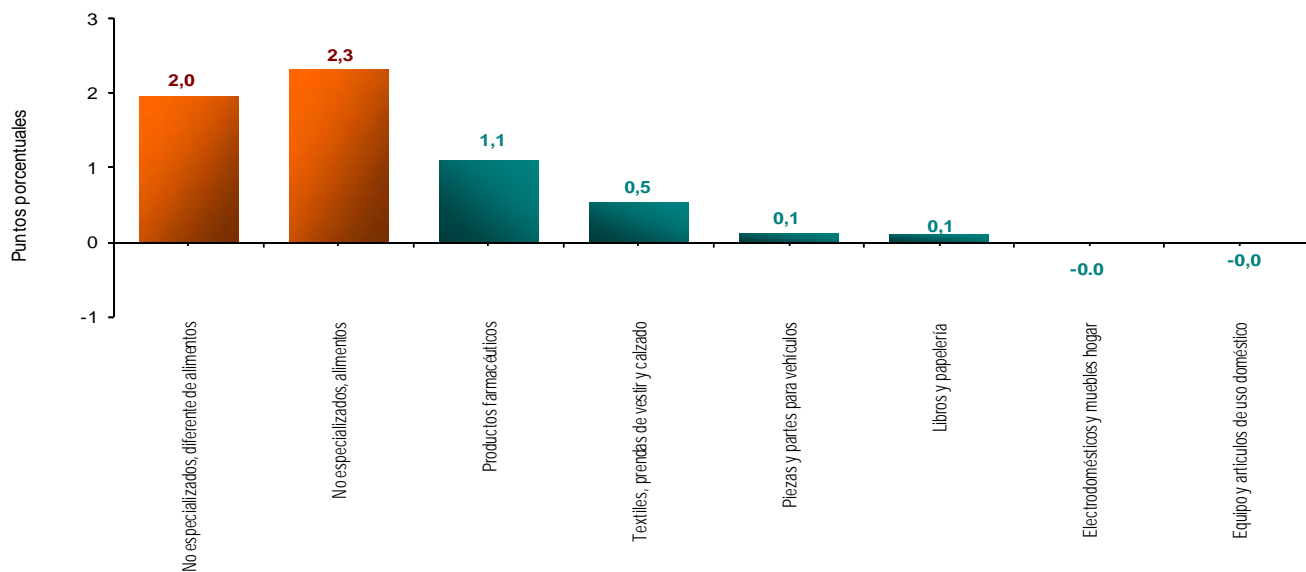
En 2011, la principal contribución positiva en el personal ocupado se registró en las empresas no especializadas, con surtido compuesto principalmente por alimentos (2,3 puntos porcentuales).

Gráfico 20
Variación doce meses del personal ocupado, según actividad comercial
Total nacional
I-IV trimestre (2011/2010)



Fuente DANE - GAHM

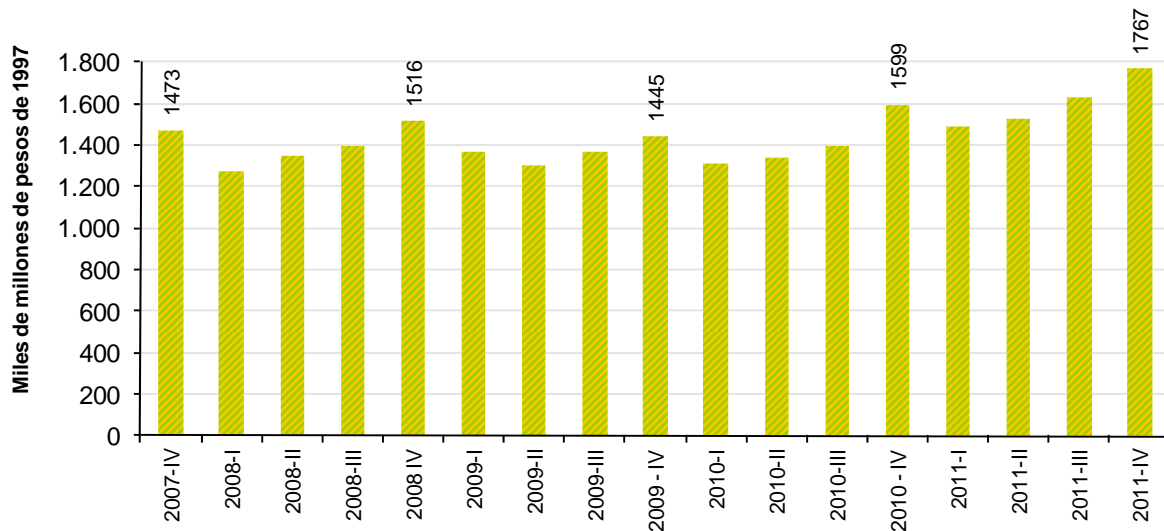
Gráfico 21
Contribución doce meses a la variación del personal ocupado, según actividad comercial
Total nacional
I-IV trimestre (2011/2010)



Fuente DANE - GAHM

3. INVENTARIOS FINALES

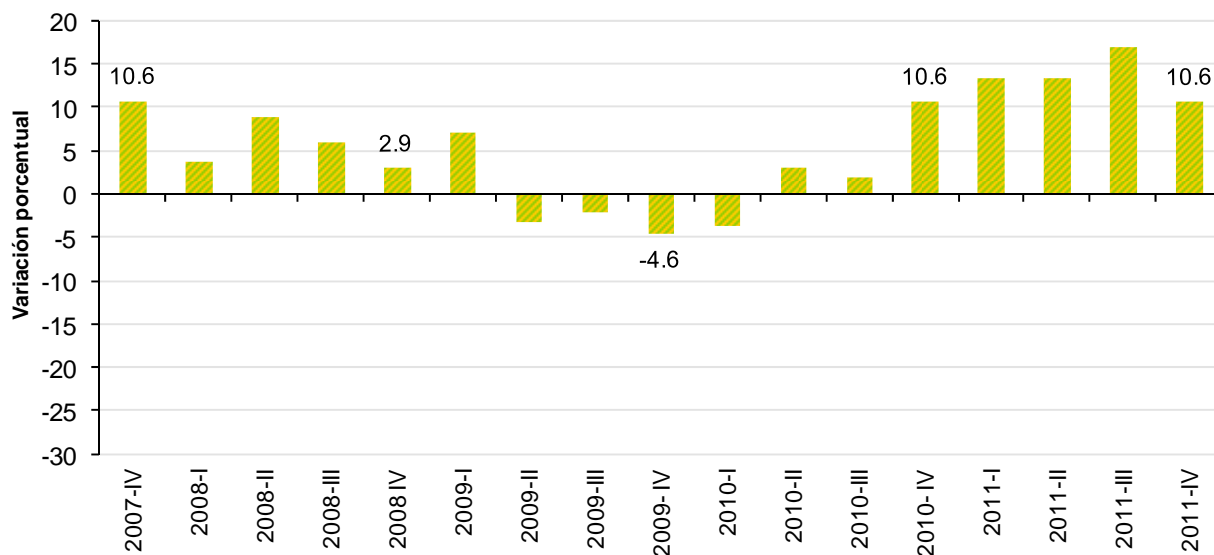
Gráfico 22
Inventarios finales reales en los grandes almacenes e hipermercados minoristas
2007 (IV trimestre) -2011



Fuente: DANE – GAHM

En el cuarto trimestre de 2011 respecto al cuarto trimestre de 2010, los inventarios reales finales de los grandes almacenes e hipermercados minoristas registraron un crecimiento igual de 10,6% en las existencias.

Gráfico 23
Variación anual de los inventarios finales reales de los grandes almacenes e hipermercados minoristas
Total nacional
2007(IV Trimestre) -2011



Fuente: DANE - GAHM

Durante el cuarto trimestre de 2011, 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 de productos diferentes de alimentos (26,1%), seguido por los establecimientos especializados en la comercialización de electrodomésticos y muebles para el hogar (23,2%), y los especializados en el comercio de productos farmacéuticos (18,2%).

4. ÁREA DE VENTAS

En el cuarto trimestre de 2011, los grandes almacenes e hipermercados minoristas reportaron un área de ventas disponible al público de 2.742.918 m², lo que significó un aumento de 5,7% comparado con el mismo período de 2010.

Tabla 2
Área de ventas de los Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas
Total nacional
2004(IV Trimestre) -2011

Trimestre	No especializados	Especializados	Total	Variación anual
IV/04	1.435.719	199.650	1.635.369	8,9
I/05	1.492.219	206.638	1.698.857	8,8
II/05	1.479.324	208.297	1.687.621	7,3
III/05	1.516.796	212.010	1.728.806	9,5
IV/05	1.555.680	219.611	1.775.291	8,6
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	2.186.838	313.325	2.500.163	4,0
II/10	2.218.059	318.653	2.536.712	5,0
III/10	2.230.565	324.837	2.555.402	5,6
IV/10	2.260.105	335.528	2.595.633	5,2
I/11	2.270.108	347.760	2.617.868	4,7
II/11	2.299.138	353.327	2.652.465	4,6
III/11	2.334.968	360.265	2.695.233	5,5
IV/11	2.366.425	376.493	2.742.918	5,7

Fuente: DANE- GAHM

En este período, el comercio no especializado participó con el 86,3% del total del área de ventas, mientras que el comercio especializado lo hizo con el 13,7% 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 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)