

# Evolución reciente y perspectivas

## A. Evolución de las ventas

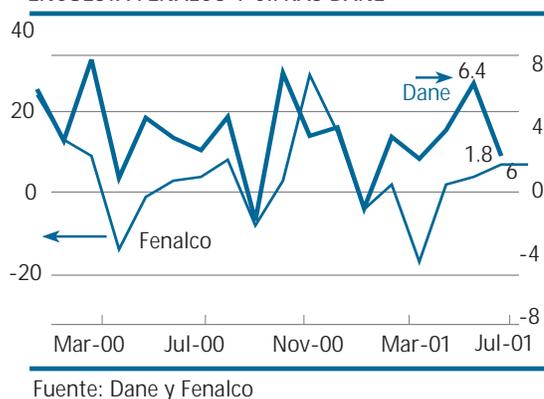
De acuerdo con las cifras del Dane, el crecimiento de las ventas del comercio al por menor fue de 2.7% anual en el primer semestre, una tasa más moderada que la observada durante el año pasado. No obstante esta falta de dinamismo, las cifras disponibles de dos de las encuestas permanentes del sector (Dane y Fenalco), coinciden en mostrar una recuperación de la actividad en los meses de mayo y junio. Además, la encuesta de Fenalco anticipa un resultado mejor en los meses de julio y agosto. Por el contrario, en la encuesta de Fedesarrollo el cambio de tendencia no es claro todavía.

El reciente repunte de las ventas del comercio se debe a un crecimiento moderado de los precios, las bajas tasas de interés reales y a una recuperación de la inversión de las empresas (esto, a su vez, debe estar asociado con una mejora de los ingresos del sector productivo gracias a las exportaciones). Estos factores han favorecido especialmente las ventas de bienes durables, que son los que lideran el crecimiento desde abril. En este grupo, continúa destacándose la agrupación de muebles y equipo de oficina que creció a un ritmo de 36.7% anual en el primer semestre.

El cambio de tendencia más positivo en el sector se observó en las ventas de automóviles y en menor medida, en los productos de aseo personal, pero los crecimientos recientes de estas agrupaciones aún no son suficientes para compensar las caídas de meses anteriores. Por su parte, los farmacéuticos no logran recuperarse y en mayo y junio fueron la agrupación de peor desempeño.

Otro elemento que explica el crecimiento reciente de las ventas es la pérdida de terreno del comercio

CRECIMIENTO ANUAL DEL COMERCIO AL POR MENOR: ENCUESTA FENALCO Y CIFRAS DANE



informal o de los pequeños tenderos (cuyas ventas no son captadas por las cifras oficiales) frente a los grandes almacenes, que continúan con una agresiva campaña para ganar participación en el mercado.

En los próximos seis meses se espera que la actividad comercial continúe mejorando aunque no se prevé un repunte importante en las ventas. El mayor obstáculo para que el sector muestre un crecimiento más dinámico es la golpeada capacidad adquisitiva de la economía. Esta se ha visto afectada por el elevado nivel de desempleo y porque los hogares han visto disminuidos sus ingresos por el aumento en las cargas tributarias. Al mismo tiempo, persiste algún riesgo de un efecto negativo en las ventas por aumentos en precios de algunos sectores, que aún no han trasladado al consumidor sus mayores costos por la devaluación de los meses anteriores.

Por su parte las tasas de interés moderadas continuarán siendo un elemento positivo para las ventas: Anif estima que la tasa de interés pasiva se mantendrá en niveles cercanos a 12%. Sin embar-

go, debe advertirse que su efecto favorable ha sido hasta ahora limitado y esto se debe a las restricciones a la capacidad de endeudamiento –especialmente para crédito de consumo– las cuales están estrechamente asociadas con el problema de desempleo. Además, los intereses para crédito de consumo son los que menos caen, debido al riesgo y a los costos de administración involucrados en este tipo de préstamos. Como resultado de estos factores, Anif espera un crecimiento de las ventas minoristas de 2.1% en 2001.

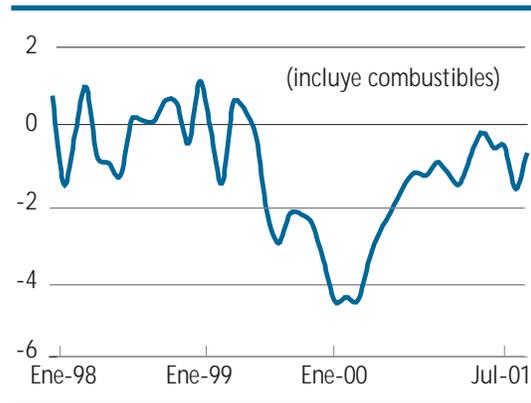
El año entrante, con un crecimiento de la demanda ligeramente superior e intereses estables, la tasa puede estar alrededor de 2.3%. El mayor obstáculo para una mayor recuperación de las ventas continuará siendo el desempleo. Por otra parte, pueden presentarse dificultades por el comportamiento de los precios ante una posible devaluación. Por el momento, las condiciones macroeconómicas previstas para 2002 favorecen una devaluación moderada, del orden de 8%, pero debe advertirse que esta es una variable cuyo pronóstico tiene un alto grado de incertidumbre.

## B. Margen unitario real

El comportamiento del margen real en el comercio está, por lo general, estrechamente vinculado al comportamiento de dos variables: el nivel de ventas y la devaluación. Cuando hay una fuerte caída en ventas o un aumento acelerado en la devaluación, el margen tiende a resentirse. Entre enero y julio de 2001 la caída en el margen real de los bienes agrícolas e industriales<sup>1</sup> fue de 1.9% anual. La reducción se explica por el mal comportamiento de las ventas hasta abril y la depreciación real.

En el agregado de las agrupaciones consideradas en este estudio, el margen se mantuvo estable en el promedio de los siete primeros meses de 2001: presentó ascensos en los meses de marzo a mayo y en julio, pero estos fueron compensados por las caídas de enero, febrero y junio. Aunque la evolución reciente de este indicador podría considerarse como relativamente aceptable, debe tenerse en cuenta que los modestos incrementos en algunos meses de este

VARIACIÓN DEL MARGEN EN EL COMERCIO  
TOTAL AGRUPACIONES (%)



año no son suficientes para recuperar la pronunciada caída de los márgenes durante más de un año y medio.

En cuanto al desempeño por agrupaciones, los peores resultados en términos de márgenes los presentan las de calzado y electrodomésticos. En este período, la de mejor evolución es la de productos de aseo personal, la única junto con combustibles con variaciones positivas en los márgenes en el promedio del semestre.

La desaceleración en la caída de los márgenes se vio interrumpida en los meses de abril a junio y, luego en julio nuevamente retomaron una tendencia positiva que es consistente con el buen resultado de las ventas en los últimos meses. En la medida en que las ventas continúen por una senda de moderada recuperación (por las razones que se mencionan en la sección anterior), los márgenes podrán alcanzar tasas positivas.

Al igual que en las ventas, el elemento de mayor incertidumbre en el pronóstico de los márgenes es el efecto de la devaluación. Por un lado, algunos productores no han trasladado a sus precios los mayores costos asociados con la mayor devaluación de comienzos de este año y en la medida en que la demanda muestre señales de recuperación, podrían aprovechar para hacer mayores ajustes. Los comerciantes pueden tener algún rezago en responder a estos incrementos ajustando los precios finales, porque en muchos casos sus niveles de existencias ya se encuentran altos; todo esto afectará sus márgenes.

<sup>1</sup> Corresponde a la canasta total de bienes agrícolas e industriales de los índices de precios al productor y al consumidor.

Además, aunque la devaluación prevista para lo que resta del año y para 2002 está en niveles muy moderados y, por lo tanto, no deberían darse presiones adicionales importantes sobre los precios, nuevamente conviene reiterar que existe una creciente incertidumbre en las condiciones cambiarias para el año entrante. Hay tres razones para ello: el siguiente es un año de elecciones, se mantiene un escenario difícil en el tema de orden público y todavía no está asegurado el financiamiento de la cuenta corriente de la balanza de pagos.

## C. Empleo en el comercio

Continúa moderándose el ritmo de caída del empleo. A diciembre se registró una caída de -6.4% anual en el acumulado de doce meses, mientras que en junio pasado fue de -4.1%. Esto unido al modesto crecimiento de las ventas durante el año ha contribuido a mantener ganancias en productividad, aunque ésta aumenta ahora a tasas más bajas. Al mismo tiempo, los salarios aumentaron durante todo el primer semestre, a tasas que no superaron el 1.1%.



El ascenso confirma que los comerciantes continúan con expectativas de reactivación, ya que es la primera vez desde 1995 que se observa una mejora tan prolongada de este indicador. Esto no quiere decir que haya presiones de costos laborales importantes; por el contrario, no obstante la reciente recuperación, las remuneraciones del sector se mantienen en niveles bajos después de varios años de fuertes recortes en este rubro. Este es uno de los

elementos que más contribuyó a que, a pesar de un descenso en el indicador de margen unitario, los resultados operacionales de las empresas del sector hayan mejorado durante el año pasado. Otro indicador que también evidencia una mejora en eficiencia, es el aumento de la razón de ventas sobre activos, que gracias a la recuperación de las ventas retornó a niveles similares a los de 1998.

## D. Existencias

Los niveles de existencias, *per se*, no son un indicador que muestra el estado de salud del sector de comercio. Niveles altos pueden ser el producto de buenas expectativas de ventas o también pueden responder a un deterioro no anticipado de la demanda. En forma análoga, niveles bajos pueden ser un síntoma de incrementos inesperados en las ventas o un reflejo de ajustes de los pedidos de los comerciantes ante bajos niveles esperados de actividad económica.

Cálculos de Anif, con base en la encuesta Fedesarrollo-Fenalco de junio pasado, muestran que un índice que mide el grado de los inventarios alcanzó un nivel de 3.8. Según este indicador, los inventarios continuaron en aumento durante los primeros seis meses del año, un resultado superior al de hace seis meses. Si bien el inicio de la fase de ascenso de las existencias era un indicador positivo, como se anotó en el informe pasado, el nivel actual es una posible causa de problemas para los comerciantes porque la demanda no ha crecido al ritmo esperado. Esta situación comenzará a corregirse en

COMERCIO MINORISTA: NIVEL DE EXISTENCIAS  
(0 el más bajo de la década y 5 el más alto)



Fuente: Fedesarrollo

los próximos meses en la medida en que los empresarios del sector reduzcan sus pedidos a los proveedores y mejore el desempeño de las ventas.

## E. Principales problemas del sector

Algunos problemas continúan disminuyendo, pero otros volvieron a extenderse, después de unos meses de respiro para los comerciantes. Veamos:

El problema de falta de demanda muestra una tendencia ascendente, si bien se encuentra en un nivel bajo desde una perspectiva de mediano plazo: después de un mínimo de 47.8% en febrero, el porcentaje de empresarios que lo mencionaron como una de sus principales dificultades en junio fue de 50.8%. Las agrupaciones que reportan los más elevados niveles de falta de demanda son: electrodomésticos (100%), bebidas (100%), textiles (74%), ferreterías (71%), alimentos (69%) y muebles (65%).

### EMPRESARIOS QUE REPORTAN FALTA DE DEMANDA

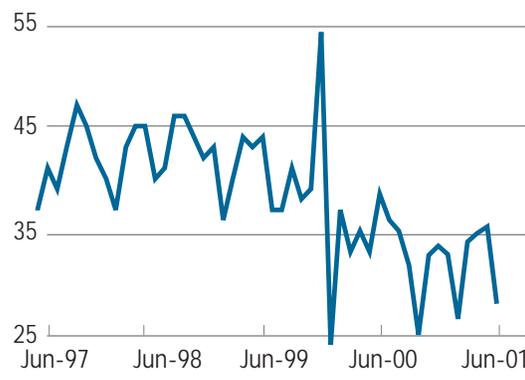
Agrupación	%
Electrodomésticos	100
Alimentos <sup>1/</sup>	69
Insumos agropec., plásticos y pinturas	60
Confecciones	50
Joyas y relojería	100
Vehículos	45
Textiles y sus manufacturas	74
Ferreterías y materiales de construcción	71
Maquinaria eléctrica	80
Muebles	100
Repuestos para vehículos	43
Drogas y cosméticos	37
Libros y papelería	44
Calzado y artículos de cuero	61

<sup>1/</sup> No incluye bebidas

Fuente: Fedesarrollo - Fenalco

La rotación de cartera continúa siendo el segundo problema más importante, ya venía moderando su tendencia a la baja y en los últimos meses no ha podido mejorar más: en junio fue señalado por 32.1% de los encuestados, un resultado similar al de finales de 2000. Las agrupaciones que manifiestan tener mayor incidencia de este problema son: aseo personal y farmacéuticos (71%), electrodomésticos (64%), ferretería y materiales para construcción (43%), y repuestos y accesorios para vehículos (39%).

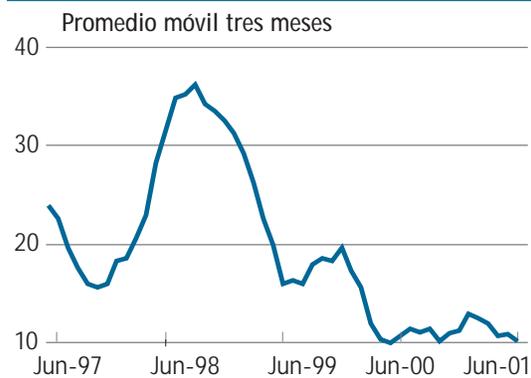
### PROBLEMAS DE ROTACIÓN DE CARTERA (%)



Fuente: Fedesarrollo

Finalmente, los costos financieros siguen siendo el tercer problema en importancia y con niveles muy semejantes a los observados en los últimos meses: en junio pasado 10% de los comerciantes indicó que era un problema importante frente a una proporción de 11%, seis meses atrás.

### PROBLEMAS POR COSTOS FINANCIEROS EN EL COMERCIO



Fuente: Fedesarrollo

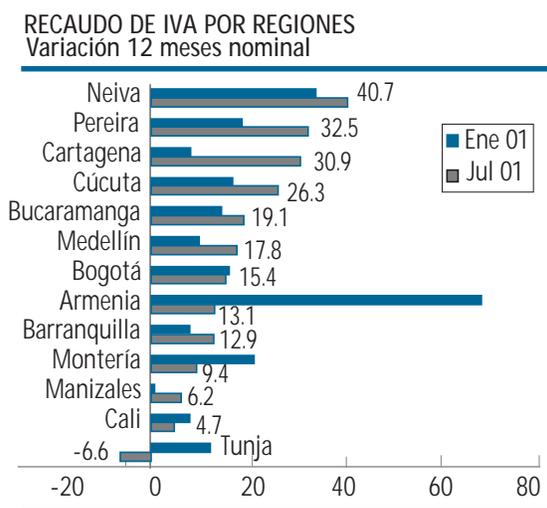
Contrabando y ventas del comercio informal. El contrabando es uno de los principales problemas del comercio y la industria colombiana. En los últimos seis meses los problemas de contrabando se han mantenido en niveles moderados: en junio, 17.5% de los comerciantes lo señaló como uno de sus problemas más importantes, cifra muy similar a la registrada seis meses atrás (17.2%). Este porcentaje, bajo desde una perspectiva histórica, se explica por la devaluación que mantuvo un ritmo acelerado hasta el primer trimestre de este año; el actual tipo de cambio elevado contribuye a encarecer el contrabando. Tampoco puede desconocerse el impacto

de las medidas represivas adelantadas por la Dian. La gran excepción a esta situación relativamente tranquila desde el punto de vista de competencia ilegal es el mercado de combustibles.

En lo que a ventas ambulantes se refiere, la encuesta Fedesarrollo-Fenalco reporta que el porcentaje de comerciantes que señala la existencia de ventas ambulantes como uno de sus problemas más importantes, aumentó entre enero y febrero, para después caer hasta llegar a 3.8% en junio.

## F. Ventas según regiones

Como es apenas lógico, se encuentran diferencias muy marcadas en la evolución de la demanda entre las regiones y por lo tanto en la evolución del sector de comercio. Para aproximar las variaciones de las ventas en las diferentes regiones, en el gráfico se observa el crecimiento anual del recaudo del impuesto al valor agregado interno en las principales ciudades del país.



En este período hay que interpretar con cuidado el crecimiento en los recaudos. Las tasas elevadas observadas en muchas de las ciudades no pueden explicarse solamente por alguna recuperación de las ventas. Lo cierto es que la mayor parte del crecimiento a partir de enero de este año se debe a la pasada reforma tributaria: el aumento de la tasa, junto con la ampliación de la base ha permitido un aumento en los recaudos. Las cifras de la Dian a julio muestran que las ciudades con mayor impacto de estas medidas son Neiva, con un incre-

mento anual de 40.7% en el acumulado de doce meses, Pereira (32.5%) y Cartagena (30.9%), ésta última con una recuperación importante respecto a su desempeño en los dos años anteriores. La única ciudad que tuvo una caída –y que ya mostraba signos de desmejora hace seis meses– fue Tunja, con una tasa de –6.6%.

## G. Proyección de crecimiento y resultados de la calificación de riesgo

Anif prevé que continúe la lenta recuperación del consumo de los hogares en el segundo semestre de 2001. Esto, unido a un buen desempeño de las actividades comerciales asociadas con el comercio exterior (aunque menos dinámico que en los meses anteriores) permitirá que el valor agregado del sector comercio aumente 2.8% este año. Para el año entrante las ventas del sector podrán mantener una tendencia ascendente, y en cambio el elemento hasta ahora dinámico de la comercialización de bienes importados y exportados se debilitará. Teniendo esto en cuenta, el crecimiento del valor agregado del comercio en 2002 estaría entre 2.8% y 3.2%.

De acuerdo con el escenario macroeconómico comentado, Anif mantiene su calificación de riesgo para el sector en 7.2. Esto indica que se mantienen condiciones relativamente más favorables para la actividad que las de hace un año, pero todavía no hay indicios contundentes de una mejora en los resultados financieros de las empresas, que todavía se encuentran debilitadas después de enfrentar un período prolongado de dificultades. La devaluación es un elemento de riesgo potencial para los márgenes, pero éste se ve compensado por las perspectivas de un crecimiento moderado de las ventas.

Tal como se observa en el cuadro, todas las agrupaciones con excepción de calzado, electrodomésticos y combustibles, mantuvieron estable la calificación. En esas tres agrupaciones se observa un pequeño crecimiento: la de combustibles tiene el peor desempeño en ventas en el sector y las otras dos, a pesar de no tener este problema, sí enfrentan un creciente deterioro en rentabilidad.

Las agrupaciones con mayor riesgo crediticio continúan siendo las de ventas de electrodomésticos, calzado y muebles. Por el contrario, la de menor riesgo es la de la venta de combustibles, seguida de las farmacias.

Estas calificaciones deben interpretarse con cautela. En ningún caso pensamos que deben utilizarse sin una lectura cuidadosa de los capítulos que siguen. Recomendamos repasar la metodología que se presenta en el anexo.

#### CALIFICACIÓN DE RIESGO EN EL COMERCIO

	Ene-01	Jun-01
Alimentos	6.7	6.7
Vestuario	7.6	7.6
Calzado	9.3	9.7
Farmacias	6.3	6.3
Muebles	8.5	8.5
Electrodomésticos	9.4	9.8
Ferreterías	7.5	7.5
Automóviles	7.5	7.5
Repuestos	6.3	6.3
Combustibles	5.4	5.5
<b>Promedio total</b>	<b>7.2</b>	<b>7.2</b>

# ALIMENTOS Y BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS

## CIFRAS BÁSICAS

ESTRUCTURA	FUENTE			
<b>Participación en el gasto de los hogares</b>				
Nacional	25,7%	Encuesta de ingresos y gastos, 1995		
Participación regional en el gasto de la agrupación				
Bogotá	40,3%			
Cali	13,2%			
Medellín	12,5%			
Barranquilla	5,8%			
Resto (19 ciudades)	28,2%			
Elasticidad ingreso	0,58	Estimaciones Anif		
Número de establecimientos				
Al por mayor	11.096	Censo económico multisectorial 1990		
Al por menor	264.505	Censo económico multisectorial 1990		
Número de empleados				
Al por mayor	59.618	Censo económico multisectorial 1990		
Al por menor	423.919	Censo económico multisectorial 1990		
<b>COYUNTURA</b>				
	<b>Fecha último dato</b>	<b>Variaciones del acumulado anual</b>		
		<b>Último</b>	<b>Seis meses atrás</b>	<b>Un año atrás</b>
Ventas reales (alimentos y bebidas)	Jun-01	1,0	2,9	4,5
Precios Venta	Jul-01	13,0	10,4	9,9
Márgenes reales	Jul-01	-0,6	-1,9	-1,2
<b>Alimentos</b>				
		<b>Rangos</b>		
Situación de las empresas	Jun-01	1,9	2,6	2,6
Existencias	Jun-01	2,8	2,9	2,9
Porcentaje de empresarios con:				
Problema de demanda	Jun-01	69	46	47
Problema de rotación de cartera	Jun-01	31	29	27
Contrabando	Jun-01	22	8	16
<b>Bebidas</b>				
		<b>Nivel (de 0 a 5)</b>		
Situación de las empresas	Jun-01	0,6	3,3	4,6
Existencias	Jun-01	0	1,3	2,2
Porcentaje de empresarios con:				
Problema de demanda	Jun-01	100	89	33
Problema de rotación de cartera	Jun-01	67	44	11
Problema de contrabando	Jun-01	0	11	21
<b>FINANCIERAS (se refieren al establecimiento tipo)</b>				
		<b>2000</b>	<b>1999</b>	<b>1998</b>
Obligaciones financieras/pasivo		31.5	31.2	32.1
Razón de endeudamiento		67.2	68.7	71.1
Ventas/activo		224.6	229.6	234.4
Costos y gtos oper./activo		222.1	229.7	234.4
Margen operacional		1.61	0.81	1.79
costo vtas/ventas		84.6	85.7	85.4
gtos. operac./ventas		18.8	19.0	19.3
Utilidad neta/patrimonio		6.8	8.0	10.1
<b>OTROS INDICADORES</b>				
Porcentaje de empresas con pérdida operacional		32.6	37.6	28.2
		<b>2001 II</b>	<b>2001 I</b>	<b>2000 II</b>
CALIFICACIÓN DE RIESGO		6,7	6,7	7,4

# Alimentos, bebidas

## Resumen y conclusiones

La agrupación continúa mostrando tasas positivas en ventas, aunque con incrementos modestos. Los precios seguirán en ascenso, pero esto no debe afectar de manera importante el consumo agregado de alimentos y bebidas, debido a la poca sensibilidad de la demanda de este tipo de bienes frente a variaciones en los precios. Los cambios en la estructura de canales de distribución incrementarán la competencia y mantendrán los márgenes en niveles moderados.

Teniendo en cuenta lo anterior, nuestra calificación de riesgo para la agrupación se mantiene en 7.1, ligeramente por debajo del promedio de la calificación del comercio en su conjunto que se situó en 7.2.

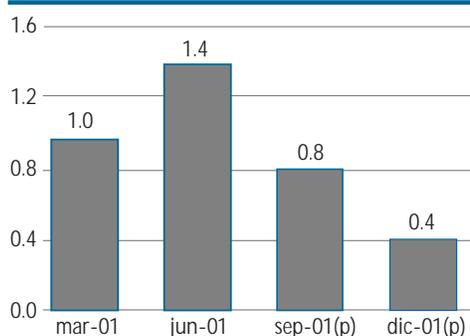
## Ventas

De acuerdo con las cifras del Dane, las ventas reales de alimentos y bebidas crecieron durante el primer semestre 1.2% real. Abril fue el peor mes para las ventas de la agrupación y a partir de entonces las tasas han venido mejorando. Aunque las tendencias son similares, la mayor parte del crecimiento se debe al repunte de las ventas de bebidas alcohólicas y cigarrillos, que crecieron en promedio 5.4% anual en el semestre.

El consumo de cerveza ha mejorado, lo cual se debe en parte a la ausencia de lluvias. En la primera parte del año, también se mantuvo como elemento favorable para las ventas el buen comportamiento de la oferta agrícola. Al mismo tiempo, debe haber lugar a cambios en la composición del consumo de alimentos, debido al incremento en los precios relativos de la carne. De igual forma, Fenalco reporta que se ha dado un aumento en la compra de marcas institucionales y una tendencia a demandar más alimentos sin procesar.

Hay que destacar la creciente importancia que están cobrando los almacenes de cadena como canales de comercialización de

CRECIMIENTO PROYECTADO DE LAS VENTAS ALIMENTOS (%)



Fuente: Dane

VENTAS DE ALIMENTOS Variación mensual suavizada (3m)



Fuente: Dane

VENTAS DE LICORES Y OTROS Variación mensual suavizada (3m)



Fuente: Dane

alimentos y bebidas: esto se deduce del gran dinamismo de las ventas de este renglón, con tasas que llegaron a superar el 11% anual en el segundo trimestre de este año, frente al comportamiento de las ventas minoristas de la agrupación.

Para los próximos meses, Anif estima que las ventas de la agrupación seguirán creciendo aunque a una tasa más moderada. El ingreso no va a deteriorarse, pero la evolución de los precios en el segundo semestre será un elemento desfavorable para el consumo de estos bienes. Además, se fortalecerá la tendencia de mayor participación de los grandes almacenes.

Las tasas estimadas de crecimiento de las ventas de alimentos para el tercer y cuarto trimestre son 0.8% y 0.4% respectivamente. En promedio, esperamos que las ventas de alimentos incrementen 0.9% en el año.

## Márgenes y precios

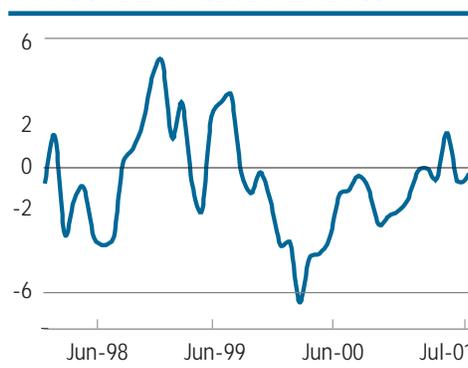
El clima seco que ha predominado este año no ha afectado todavía el comportamiento de los precios. Pero la tendencia es ascendente y continuará así en los próximos meses. El grupo con mayor crecimiento en los precios es la carne, cuyos precios han crecido a tasas superiores al 16% desde abril, debido al ciclo de retención ganadera. En los últimos meses algunas frutas, más sensibles a la sequía, también se han alejado de la inflación promedio. Por su parte, las bebidas y el cigarrillo han ajustado sus precios por encima de la inflación durante todo el período.

Como consecuencia de que durante los primeros siete meses de 2001 los precios del productor se ajustaron por encima de los de venta al consumidor -15% anual frente a 12.3% en bebidas y 9.5%, frente a 9.1% en alimentos-, el margen de la agrupación mostró una caída de -0.9% en promedio durante el período y sin una tendencia a mejorar. Esto complica la situación para una actividad como esta, que usualmente maneja márgenes bastante estrechos.

## Situación y problemas del sector

El año pasado, los resultados financieros de la agrupación muestran una ligera reducción del nivel de endeudamiento, que terminó algo más de un punto por debajo de 1999, en 67.2%. Al mismo tiempo, el margen operacional mejoró, pasando de 0.8% a 1.6%. La mejora en rentabilidad, que también se evidencia en una reducción en el porcentaje de empresas con pérdidas operacionales, está asocia-

VARIACIÓN DEL MARGEN EN ALIMENTOS



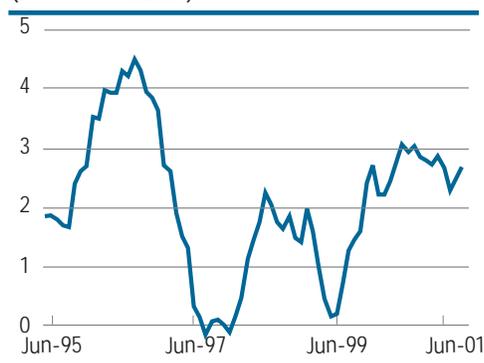
Fuente: Anif

PROBLEMAS DE DEMANDA ALIMENTOS (Promedio móvil tres meses)



Fuente: Fedesarrollo

EXISTENCIAS ALIMENTOS (Desestacionalizado)



Fuente: Fedesarrollo

da al crecimiento de las ventas reales y a un esfuerzo de reducción de costos y gastos.

Para este año, la tendencia descendente de los márgenes y los resultados de la encuesta de Fedesarrollo, apuntan a un deterioro de la situación económica, aunque con alguna mejora entre mayo y julio. Estos son meses en los que ha coincidido un mayor crecimiento de precios con un repunte de las ventas: el indicador de situación económica<sup>1</sup> de Fedesarrollo para la rama de alimentos se encuentra en un nivel de 1.9 en junio, después de llegar a un mínimo de 1.5 en abril.

Aunque los inventarios de alimentos se suelen mantener en niveles relativamente bajos en comparación con los niveles de los demás sectores analizados, el indicador de existencias<sup>2</sup> se mantiene en niveles similares a los de hace un año, cuando se observó un moderado aumento. La explicación: los comerciantes mantuvieron expectativas de un crecimiento superior al observado en las ventas. Esto último explica la aparente contradicción de un creciente número de empresarios, quejándose por falta de demanda (69% en junio) precisamente en los meses en que las ventas han mostrado un repunte.

La mala rotación de cartera sigue siendo el segundo problema más importante y muestra una tendencia ascendente. A junio, 31% de los comerciantes lo mencionó, retornando a los niveles observados un año atrás.

<sup>1</sup> La calificación de la situación económica va de 0 a 5, y refleja la percepción de los empresarios encuestados sobre la situación económica por la que pasa su actividad comercial. Entre mayor sea la calificación, se entiende que es más favorable la opinión de los comerciantes.

<sup>2</sup> El nivel de existencias se califica de 0 a 5, siendo 0 el más bajo nivel de existencias en la década de los noventa y 5 el más alto.

PROBLEMAS DE COSTOS FINANCIEROS  
(Promedio móvil tres meses)



Fuente: Fedesarrollo

SITUACIÓN ECONÓMICA ACTUAL ALIMENTOS  
(Promedio móvil tres meses)



Fuente: Fedesarrollo

**RESULTADOS FINANCIEROS - PRINCIPALES EMPRESAS  
DEL SECTOR DE ALIMENTOS Y BEBIDAS**  
Cifras en millones de pesos

Empresa	Activo 1999	Pasivo 1999	Ingresos operacionales	Utilidad operacional	Utilidad neta	Activo 2000	Pasivo 2000	Ingresos operacionales	Utilidad operacional	Ganancias y pérdidas
COMERC. INTERNACIONAL DE AZÚCARES Y MIELES S.A.	69,443	30,365	28,913	3,023	1,403	103,117	72,115	296,362	2,074	280
BRITISH AMERICAN TOBACCO (SOUTH AMERICA) LIMITED	89,588	20,708	171,448	-5,862	-11,685	127,771	36,778	226,436	15,189	2,055
INVERCÁRDENAS S.A.	19,818	15,395	97,006	832	409	30,819	25,606	113,797	1,026	569
SOCIEDAD AGRÍCOLA Y PECUARIA DE OCCIDENTE S.A.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	6,175	5,092	106,254	1,112	398
JOHN RESTREPO A. Y CIA. LTDA.	57,457	52,349	82,279	1,588	-762	55,291	48,096	98,776	3,002	921
C.I. ACEPALMA S. A.	13,898	3,875	72,049	-2,944	2,919	13,071	2,266	65,286	-1,212	93
DISTRIBUIDORA COLOMBINA LTDA.	15,893	13,777	57,919	161	8	9,122	6,578	61,293	-241	0
JOHN RESTREPO Y CIA. DE BOGOTÁ LTDA.	30,128	27,919	44,082	-361	-676	31,657	28,166	59,405	1,854	1,044
DISTRIB. PASTOR JULIO DELGADO Y CIA. LTDA.	14,417	7,802	42,408	1,270	654	16,741	4,703	53,766	950	598
ALTIPAL BOGOTÁ LTDA.	9,839	7,970	33,955	-848	418	12,057	9,565	48,510	-506	497
DISTRIBUCIONES LUNES S.A.	1,652	1,519	36,386	-476	1	1,284	1,139	39,485	172	60
JOHN RESTREPO Y CIA. DE LTDA.	21,655	22,775	42,147	-1,254	-3,165	19,671	17,762	39,466	841	87
DISTRIBUIDORA TROPIABASTOS LTDA.	14,806	8,381	33,709	-1,268	-282	16,466	9,473	35,406	-498	284
DISTRIBUIDORA DE CONFITES LTDA.	8,996	5,632	28,176	903	497	10,647	6,741	33,689	1,222	334
UDV RUEDA S. A.	45,756	48,784	18,111	-1,973	-3,928	26,759	20,927	32,947	1,566	67
DISTRIBUIDORA SURTINORTE LTDA.	4,493	3,027	19,137	1,198	925	5,756	3,137	32,674	2,564	961
FRUTICOLA COMERCIAL PANAMERICANA S.A. EMA.	3,577	3,338	27,640	1,133	-1	5,415	5,239	31,845	418	-41
TRILLADORA DE CAFÉ POPAYÁN LTDA.	11,097	245	20,910	-1,254	-1,575	13,280	1,321	31,772	754	33
MEGABASTOS LTDA.	6,236	5,570	32,191	445	100	6,644	5,793	30,100	380	111
DISSANTAMARÍA S. A.	10,338	4,697	25,851	1,102	-146	9,198	3,264	28,791	466	125
FRIGORÍFICO DEL SINÚ S. A.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	10,138	3,512	26,045	851	229
GONCHECOL LTDA. EN CONCORDATO	47,738	27,390	68,673	-4,955	-6,686	28,093	21,085	25,358	-5,569	0
DECO S.A.	9,406	9,300	17,929	-319	-575	13,857	11,134	23,930	267	51
MERCAR LTDA.	6,413	3,460	20,767	-28	320	6,978	3,664	22,678	21	308
FRIGORÍFICO TEQUENDAMA DE LIMITADA	4,533	3,849	16,361	498	60	8,885	9,164	22,512	592	0
CI GRASAS Y ACEITES ANDINOS GRANDINOS S.A. - EMA	1,825	1,775	3,938	36	-37	14,488	13,841	22,166	910	269
ARROZ MARFIL FERNÁNDEZ RESTREPO Y CIA. S.C.A.	6,184	2,788	21,593	251	148	4,937	1,744	21,440	211	60
MAVESA DE COLOMBIA S.A.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	8,937	12,874	21,060	-4,181	0
PROMESA DE COLOMBIA S.A.	5,617	3,357	19,696	23	-14	7,534	5,123	20,513	-364	30
MERCADO ZAPATOCA LTDA.	3,171	1,981	20,135	-39	300	5,986	4,726	20,354	59	259
CAFÉ COLSUAVES LTDA.	2,020	1,350	22,372	-16	-34	1,214	447	19,582	52	49
DISTRIBUIDORA TROPITODO LIMITADA	3,882	2,280	14,082	76	-11	5,593	3,563	18,311	398	198
PUYO Y CIA. LTDA.	7,724	4,445	18,819	470	323	8,073	4,279	18,157	458	219
FERRERO DEL ECUADOR S.A. IND. DE DULCES Y ALIMENTOS	3,974	3,517	11,104	906	261	6,554	5,746	17,906	1,883	72
AGROPECUARIA MOLINA VIVAS LTDA.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	9,970	7,609	17,837	403	33
CERVECERÍA POLAR COLOMBIA S.A.	46,961	16,653	24,969	-12,428	-10,935	43,877	21,392	17,448	-6,879	534
TALOCA Y CIA. LTDA.	7,172	699	20,837	-512	-223	7,467	762	17,247	1	45
OMNILIFE DE COLOMBIA LTDA.	7,715	3,238	16,288	418	-454	6,898	3,365	17,130	-756	55
PRONACA COLOMBIA C. A.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	4,713	4,298	16,524	1,445	138
DISTRIBUIDORA TROPI LTDA.	5,778	3,457	15,591	-35	-33	6,425	3,889	16,486	372	201
PROVISIONES Y SERV. DEL CARIBE PROVYSER S.A.	7,638	6,414	12,837	-148	-957	7,181	5,552	16,273	-185	22
DISTRIBUCIONES ALDANA & CIA. S. EN C.	4,876	3,269	16,118	137	170	4,881	3,006	16,214	97	96
ZULUAGA Y SOTO CIA. LTDA.	3,350	1,822	13,054	384	178	4,262	2,420	15,977	525	152
TOVAR SÁNCHEZ, VALENCIA Y VALLEJO Y CIA. S. C. A.	4,286	1,611	12,273	-162	15	5,015	2,228	15,217	-197	43
DISTRIBUIDORA SURTIVALLE LTDA.	4,381	3,336	13,590	100	-20	4,581	3,347	15,173	342	18
SACEITES DISTRIBUCIONES S. A.	2,682	1,877	9,959	-738	51	3,671	2,424	15,077	451	199
DISTRIBUIDORA TROPIHUILA LTDA.	4,400	2,648	13,733	44	-257	5,161	2,931	14,983	467	243
CIGARRERÍA PLAYA LTDA.	5,129	4,944	10,501	113	-238	8,287	7,032	14,501	42	174
ALTIPAL PEREIRA LTDA.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	3,967	3,094	14,373	-332	111
DISTRIBUIDORA PLAYA LIMITADA	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	6,634	6,038	14,062	519	195
<b>TOTAL AGRUPACIÓN</b>	<b>940,326</b>	<b>602,140</b>	<b>1,848,037</b>	<b>-24,264</b>	<b>-47,161</b>	<b>1,157,983</b>	<b>739,401</b>	<b>2,610,047</b>	<b>26,478</b>	<b>17,259</b>

# TEXTILES Y PRENDAS DE VESTIR

## CIFRAS BÁSICAS

ESTRUCTURA	FUENTE			
<b>Participación en el gasto de los hogares</b>	Encuesta de ingresos y gastos, 1995			
Bogotá	40,8%			
Cali	12,0%			
Medellín	11,7%			
Barranquilla	5,1%			
Nacional	30,3%			
Elasticidad ingreso	0,85	Estimaciones Anif		
Número de establecimientos		Censo económico multisectorial, 1990		
Al por mayor	1.913	Censo económico multisectorial, 1990		
Al por menor	48.111	Censo económico multisectorial, 1990		
Número de empleados		Censo económico Multisectorial, 1990		
Al por mayor	11.916	Censo económico Multisectorial, 1990		
Al por menor	97.894	Censo económico Multisectorial, 1990		
<b>COYUNTURA</b>		<b>Variaciones del acumulado anual</b>		
	<b>Fecha último dato</b>	<b>Último</b>	<b>Seis meses atrás</b>	<b>Un año atrás</b>
Ventas reales*	Jun-01	6,7	10,5	2,4
Precios venta	Jul-01	3,5	3,4	2,5
Márgenes reales	Jul-01	-2,2	-4,7	-7,2
		<b>Nivel (de 0 a 5)</b>		
Situación de las empresas (0 = mala)	Jun-01	4,5	5,0	3,4
Existencias (5 = gran acumulación de existencias)	Jun-01	3,8	1,5	0,1
Porcentaje de empresarios con...				
Problema de demanda	Jun-01	50	52	55
Problema de rotación de cartera	Jun-01	50	17	20
Contrabando	Jun-01	10	18	25
Crédito bancos	Jun-01	7	13	14
<b>FINANCIERAS</b> (se refieren al establecimiento tipo)		<b>2000</b>	<b>1999</b>	<b>1998</b>
Obligaciones financieras/pasivo		30.8	34.3	37.3
Razón de endeudamiento		67.2	66.0	67.1
Ventas/activo		149.4	131.9	143.4
Costos y gtos oper./activo		142.2	131.0	144.7
Margen operacional		2.35	1.58	0.39
costo vtas/ventas		78.1	77.5	79.3
gtos. operac./ventas		24.1	25.7	25.2
Utilidad neta/patrimonio		5.9	8.2	9.3
<b>OTROS INDICADORES</b>				
Porcentaje de empresas con pérdida operacional		26.6	32.5	37.9
<b>CALIFICACIÓN DE RIESGO</b>		<b>2001 II</b>	<b>2001 I</b>	<b>2000 II</b>
		7,6	7,6	8,4

\* La cifra de un año atrás (julio de 2000), corresponde al consolidado de vestuario.

# Textiles y prendas de vestir

## Resumen y conclusiones

Entre los factores que explican el crecimiento del sector de textiles y vestuario se encuentran la agresiva actividad promocional del sector, el bajo crecimiento de los precios y el mayor control al contrabando. Sin embargo, el sector se ve todavía afectado por la competencia del comercio informal. Aunque los comerciantes manifiestan estar pasando por una mejor situación económica, los márgenes operacionales siguen bajos.

Por lo tanto, Anif no prevé un cambio significativo en la demanda y mantiene su calificación de riesgo en 7.6, nivel ligeramente superior al promedio para el comercio en su conjunto que se sitúa en 7.2.

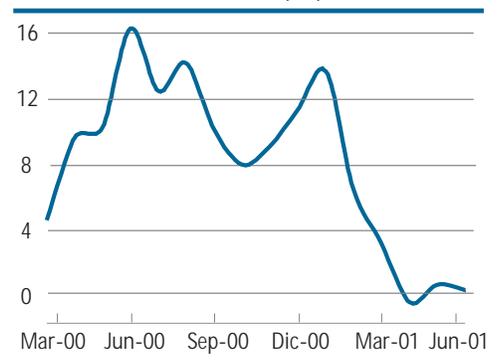
## Ventas

Las ventas de textiles y prendas de vestir crecieron 1.3% real a junio de este año, lo que indica un descenso en el ritmo de crecimiento registrado hace seis meses.

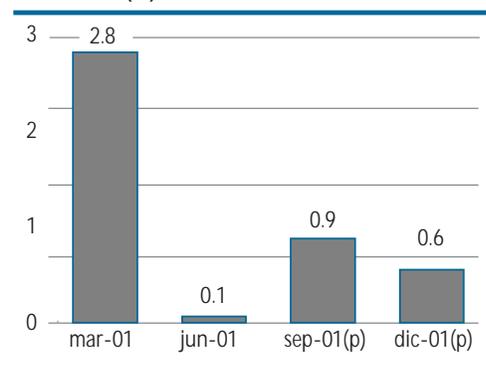
Aunque las tasas de crecimiento positivas permiten hablar de una ligera recuperación del sector al comparar los resultados con la mala situación de los años anteriores, en el segundo trimestre de este año las ventas volvieron a caer. Después de registrar un crecimiento anual de 11.0% en enero, como resultado del lanzamiento de las nuevas colecciones y el inicio de la temporada escolar, entre otros, a finales del segundo trimestre del año la tasa de crecimiento fue de tan solo 1.3%.

Para el sector textilero la demanda proviene de los confeccionistas y de consumidores finales que compran directamente (venta de telas al detal), en ambos casos los comerciantes de telas manifiestan que ha habido un ligero repunte frente al año anterior, aunque como ya se vio, la demanda se ha moderado en los últimos meses. A pesar de que existen diferencias en las propiedades de la demanda de cada segmento del sector textilero, la

TEXTILES Y PRENDAS DE VESTIR  
Variación Mensual Suavizada (3m)



CRECIMIENTO PROYECTADO DE LAS VENTAS  
VESTUARIO (%)



Fuente: Dane

mejor situación de las ventas se observa en los cuatro principales tipos de negocio: telas de algodón, fibras, tejidos de punto y lana.

Para este año Anif espera que las ventas de textiles y confecciones sigan creciendo aunque a las menores tasas observadas en los últimos meses.

Con respecto a las proyecciones trimestrales, las ventas de textiles y confecciones tuvieron un comportamiento por debajo de lo esperado en el segundo trimestre (un crecimiento de 0.1% frente a un crecimiento estimado de 1.5%). Sin embargo, para el segundo semestre del año mantenemos nuestras proyecciones trimestrales de 0.9 y 0.6%, para un promedio anual de 1.1%.

VARIACIÓN DEL MARGEN EN VESTUARIO



Fuente: Anif

## Precios y márgenes

Los precios al consumidor iniciaron un tímido ascenso a partir de agosto del año pasado y a junio de este año tuvieron un crecimiento de 3.2%. Sin embargo, este no ha sido mayor, dado el ritmo de descuentos que se ha venido observando en el sector (especialmente en el caso de las ventas de prendas de vestir en los grandes almacenes de cadena). Por lo tanto, el crecimiento en los precios no ha sido suficiente para compensar los incrementos en los precios del productor que muestran un crecimiento mayor (a junio, el IPP del sector creció 6.4%).

En consecuencia, se observa en los márgenes una de las mayores caídas entre las agrupaciones comerciales analizadas (la tasa anual de variación a junio fue de -3.0%). Este resultado es preocupante si se tiene en cuenta que los márgenes se han mantenido deprimidos durante un período prolongado.

PROBLEMAS DE DEMANDA EN VESTUARIO



Fuente: Fedesarrollo

## Problemas y situación de las empresas

Tanto para la agrupación de textiles como para la de confecciones, la falta de demanda sigue siendo el principal problema: la proporción de comerciantes que lo menciona es de 64% y de 67% respectivamente. A la falta de demanda se suma el problema de contrabando, que aunque ha moderado su impacto sigue siendo bastante importante; 21% de los comerciantes de textiles y 17% de los de confecciones, lo mencionaron. Aunque la proporción de comerciantes que lo reporta está muy por debajo de los anteriores problemas, las ventas ambulantes

EXISTENCIAS VESTUARIO (Desestacionalizada)



Fuente: Fedesarrollo

han aumentado su impacto negativo sobre la demanda de textiles y vestuario, lo que de alguna manera afecta el comercio formal.

Según la encuesta de Fedesarrollo, aunque los comerciantes de textiles y confecciones manifiestan estar pasando por un buen momento como resultado de una moderada recuperación en las ventas, la calificación de la encuesta cayó ligeramente en el último año (de 5.0 en agosto de 2000 a 3.7 en junio pasado) como consecuencia de la caída en las ventas. Esto se confirma con el aumento en el nivel de inventarios.

De acuerdo con los resultados financieros de las empresas, durante 2000, la situación económica de la empresa tipo del sector, mejoró. El margen operacional aumentó de 1.6% a 2.4% y el indicador de rotación de ventas se incrementó de 132 veces en 1999 a 149 veces en 2000. Aunque la razón de endeudamiento permanece a niveles similares a los de un año atrás y ligeramente por encima del promedio del sector, el incremento en la utilidad operacional le permite a los empresarios estar en mejores condiciones para cubrir sus obligaciones financieras. Además, el nivel de apalancamiento financiero de las empresas del sector cayó de 34% a 31%, lo que indica que se han buscado fuentes alternas de financiación (por ejemplo cuentas a proveedores) para aliviar los costos financieros.

SITUACIÓN ECONÓMICA VESTUARIO



Fuente: Fedesarrollo

- <sup>1</sup> El nivel de existencias se califica de 0 a 5, siendo 0 el más bajo nivel de existencias en la década de los noventa y 5 el más alto.
- <sup>2</sup> La calificación de la situación económica va de 0 a 5, y refleja la percepción de los empresarios encuestados sobre la situación económica por la que pasa su actividad comercial. Entre mayor sea la calificación, se entiende que es más favorable la opinión de los comerciantes.

## RESULTADOS FINANCIEROS - PRINCIPALES EMPRESAS DE TEXTILES

Cifras en millones de pesos

Empresa	Activo 1999	Pasivo 1999	Ingresos operacionales	Utilidad operacional	Utilidad neta	Activo 2000	Pasivo 2000	Ingresos operacionales	Utilidad operacional	Ganancias y pérdidas
RODRÍGUEZ FRANCO Y CIA. SCS ORG. NAL. DE CIO. ONLY	46,611	23,567	68,901	986	1,405	46,816	25,364	98,012	1,201	924
COMERTEX S.A.	28,297	16,413	51,758	3,343	705	33,981	19,670	76,003	4,484	143
SI S.A.	37,317	12,704	46,512	338	60	39,489	15,516	55,947	1,805	821
PRIMATELA S. A.	15,644	13,617	23,145	4,720	442	33,150	26,560	40,883	6,360	341
COMERCIALIZADORA INTERNACIÓN DUGOTEX S.A.	10,691	9,501	18,310	181	169	21,837	20,029	36,516	690	438
FACOL S.A.	12,658	8,438	28,191	352	164	20,653	15,576	30,602	-93	425
SUTEX S.A.	13,345	6,664	19,797	1,858	656	17,952	12,022	24,275	3,070	479
PIZANTEX S. A.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	17,924	10,940	23,845	721	75
LOS TRES ELEFANTES S. A.	31,997	9,038	17,959	787	514	33,952	9,168	21,170	1,133	201
DISTRIBUIDORA DE LOS ANDES S.A. DISANDES S.A.	7,244	4,912	12,666	-18	138	10,161	7,685	20,708	544	161
JOHN URIBE E HIJOS S.A.	8,579	7,216	11,252	511	64	11,913	10,090	20,483	1,529	256
TANIA S.A.	14,286	3,664	16,114	-267	246	16,145	4,922	20,265	91	400
SEMEK S.A.	23,293	15,338	11,736	2,042	25	24,805	16,494	17,677	3,467	148
COMERCIALIZADORA BALDINI S.A..	6,400	3,626	14,542	434	221	6,619	3,723	16,760	766	317
FLORAL S. A.	4,167	2,400	6,050	219	-17	10,054	7,301	16,395	1,217	499
COLTEFUTURO S.A	8,002	7,177	14,115	-1,103	-1,210	7,813	6,570	15,735	19	14
IBOMA S.A.	4,930	2,570	8,236	362	133	6,004	3,424	14,245	851	218
COLECCIONES EXCLUSIVAS DE TEXTILES S.A.	4,684	2,736	7,633	848	316	5,184	2,393	13,335	1,448	473
DISTRIBUIDORA LEONISA DE COLOMBIA LTDA.	5,693	3,754	18,302	-188	60	6,857	4,678	12,890	-4,479	60
NACIONAL DE COMERCIO NADELCO S. A.	6,783	4,183	9,309	977	45	8,747	5,320	12,707	1,610	49
MARROCAR S.A.	8,127	5,760	11,074	-869	38	9,290	5,868	12,573	-490	43
INVERSIONES PATOJITO LTDA.	12,157	7,444	10,698	128	485	12,662	7,177	12,218	126	110
CENTRO TEXTIL S.A. CENTEX	5,826	2,730	4,913	140	85	8,877	5,619	12,192	422	105
PROCESADORA DE HILOS ESPECIALES S. A.	6,894	5,258	8,586	225	274	6,838	5,079	11,932	664	27
STILOTEX S.A.	4,079	2,814	7,338	629	45	6,514	4,317	11,854	1,264	107
COMERCIAL SPAZIO LTDA. Y CIA . S.C.A.	5,688	3,945	7,392	369	91	7,783	5,610	11,830	701	165
TEXTILES GRANADA LTDA.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	5,017	3,169	11,388	191	0
TEXELI S.A.	3,253	1,649	5,819	350	155	5,600	3,688	10,984	432	111
PERLATEX LTDA.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	4,808	2,354	10,805	1,487	256
TEXDORAL S.A.	7,713	3,343	6,744	1,278	267	6,888	2,032	10,695	1,335	259
DISTRIBUIDORA NACIONAL DE TELAS LIMITADA	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	7,615	5,351	10,651	809	343
JOSÉ PEREZ T. Y CIA. S. A.	10,341	5,973	8,520	1,453	24	11,422	6,621	10,598	1,383	104
TEJIDOS DE OCCIDENTE LTDA. Y CIA. S.C.A.	6,932	4,408	7,000	472	140	8,760	5,782	10,393	597	147
RAYOTEX LTDA.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	3,234	2,196	9,994	1,047	429
AARON DAYAN E HIJOS LIMITADA	5,644	813	7,925	352	344	6,391	830	9,962	592	245
ASUF TORRES Y CIA S. EN C.	2,838	1,920	7,477	5	133	5,435	2,202	9,905	168	107
COGNIS DE COLOMBIA S.A..	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	5,721	2,336	9,687	1,603	358
COMERCIALIZADORA JUANGUI S.A. EN CONCORDATO	7,164	5,138	6,503	307	-252	7,108	4,956	9,665	95	0
MODANOVA S. A.	3,340	1,043	8,042	733	220	6,001	3,264	9,602	675	138
COMERCIALIZADORA KAISSEER C.K. S. A.	16,472	12,151	7,958	-312	142	14,080	9,478	9,460	22	91
WILLIAM CHAMS Y COMPAÑÍA LTDA.	5,531	4,371	7,928	297	56	5,472	4,164	8,815	222	55
HILATELA S.A.	4,635	3,865	9,228	86	-313	4,043	3,279	8,593	54	14
COLTEANTIOQUIA S.A.	3,272	1,032	6,097	-38	103	4,725	1,234	8,551	98	114
FABRILAR LTDA.	4,588	2,251	6,519	616	294	6,203	4,067	8,548	403	250
COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL IBLU S. A.	4,982	2,865	5,257	229	62	6,595	4,005	8,544	218	175
INSUMOS & TEXTILES S.A.	4,413	2,700	6,225	31	62	5,072	3,141	8,492	97	63
COSMOTEXTIL S.A.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	4,789	2,591	7,783	765	148
MERCANTIL BOGOTÁ LTDA.	4,580	2,841	5,167	151	-48	5,316	3,299	7,744	342	31
RESTREPO VILLEGAS Y CIA. LTDA.	3,359	1,879	6,457	494	251	3,108	1,227	7,739	295	129
SUDAMTEX DE COLOMBIA S. A.	5,823	3,680	5,566	-67	2,925	7,043	5,820	7,280	-315	40
<b>TOTAL AGRUPACIÓN</b>	<b>685,095</b>	<b>391,772</b>	<b>830,622</b>	<b>30,200</b>	<b>4,340</b>	<b>1,011,578</b>	<b>588,804</b>	<b>1,229,157</b>	<b>45,506</b>	<b>15,460</b>

# CALZADO Y ARTÍCULOS DE CUERO

## CIFRAS BÁSICAS

ESTRUCTURA	FUENTE			
Participación en el gasto de los hogares				
Nacional	1,3%	Encuesta de ingresos y gastos, 1995		
Participación regional en el gasto de la agrupación				
Bogotá	33,8%			
Cali	14,3%			
Medellín	13,5%			
Barranquilla	6,3%			
Resto (19 ciudades)	32,1%			
Elasticidad ingreso	0,85	Estimaciones Anif		
Número de establecimientos				
Al por mayor	283	Censo económico multisectorial, 1990		
Al por menor	15.796	Censo económico multisectorial, 1990		
Número de empleados				
Al por mayor	2.449	Censo económico multisectorial, 1990		
Al por menor	108.467	Censo económico multisectorial, 1990		
<b>COYUNTURA</b>		<b>Variaciones del acumulado anual</b>		
	<b>Fecha último</b>	<b>Último dato</b>	<b>Seis meses atrás</b>	<b>Un año atrás</b>
Ventas reales*	Jun-01	12,1	13,1	2,4
Precios Venta	Jul-01	6,3	4,5	2,9
Márgenes reales	Jul-01	-4,7	-4,2	-5,7
		<b>Nivel (de 0 a 5)</b>		
Situación de las empresas	Jun-01	3,1	3,8	2,6
Existencias	Jun-01	2,5	1,8	1,7
Porcentaje de empresarios con...				
Problema de demanda	Jun-01	61	19	43
Problema de rotación de cartera	Jun-01	16	16	12
Contrabando	Jun-01	28	32	34
<b>FINANCIERAS</b> (se refieren al establecimiento tipo)		<b>2000</b>	<b>1999</b>	<b>1998</b>
Obligaciones financieras/pasivo		30.3	30.0	30.4
Razón de endeudamiento		71.4	65.3	57.2
Ventas/activo		163.0	134.7	161.3
Costos y gtos oper./activo		168.6	131.3	166.3
Margen operacional		0.79	-4.47	-1.00
costo vtas/ventas		70.5	75.0	78.1
gtos. operac./ventas		32.3	31.9	30.7
Utilidad neta/patrimonio		6.4	8.0	12.0
<b>OTROS INDICADORES</b>				
Porcentaje de empresas con pérdida operacional		32.0	44.0	36.0
<b>CALIFICACIÓN DE RIESGO</b>		<b>2001 II</b>	<b>2001 I</b>	<b>2000 II</b>
		9,7	9,3	9,3

\* La cifra de un año atrás (julio de 2000), corresponde al consolidado de vestuario y calzado.

# Calzado y artículos de cuero

## Resumen y conclusiones

Las ventas de calzado y artículos de cuero muestran una importante recuperación desde el año pasado, con un crecimiento de 9.8%, como resultado de mantener los precios relativamente bajos para incrementar volumen.

Sin embargo, esta estrategia no es sostenible ya que tiene un impacto negativo sobre los márgenes. Aunque la situación financiera del sector ha mejorado, los bajos niveles de ganancia no permitirán mantener los bajos precios observados, lo que se reflejará en un menor ritmo de crecimiento en el segundo semestre. Aunque se espera que el sector siga creciendo este año, será a niveles muy moderados. Para el año, Anif estima un crecimiento de las ventas de 6.1%.

Por lo expuesto en el párrafo anterior, el nivel de calificación de riesgo de la agrupación pasa de 9.3 a 9.7, el más alto del comercio después de la agrupación de electrodomésticos y por encima del promedio para el comercio en su conjunto (7.2).

## Ventas

De acuerdo con las cifras del Dane, a junio de este año, las ventas reales de calzado y productos de cuero crecieron 9.8% anual, nivel similar al de hace un año. En el primer semestre de 2001 la demanda mostró un crecimiento muy favorable como consecuencia del bajo nivel de precios. Esto les permitió a los empresarios aumentar su volumen de ventas.

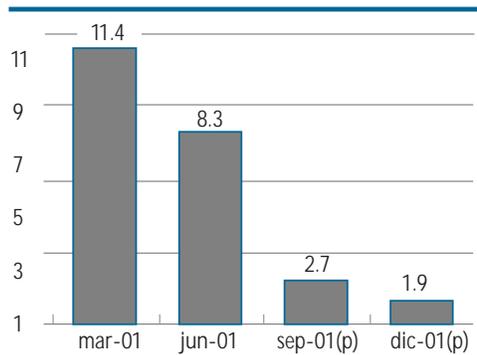
Dados los buenos resultados del primer semestre y las perspectivas de crecimiento de las ventas para los próximos meses, Anif estima que durante 2001 el crecimiento real de las ventas de calzado será de 6.1%. Sin embargo, se espera un menor crecimiento en el segundo semestre respecto al primero, ya que la fuerte presión sobre los costos de la materia prima no permitirá que los comerciantes mantengan los ni-

VENTAS DE CALZADO  
Variación mensual suavizada (3m)



Fuente: Dane

CRECIMIENTO PROYECTADO DE LAS VENTAS  
CALZADO



Fuente: Dane

veles de precios tan bajos. El crecimiento esperado por trimestres es el siguiente: 2.7% para el tercero y 1.9% para el cuarto.

## Márgenes y precios

Entre julio de 1999 y mayo del año pasado, los precios al consumidor, mantuvieron crecimientos inferiores a 2.5% en promedio. A partir de junio del año pasado iniciaron una lenta recuperación, aunque permanecen en niveles inferiores al promedio: a junio pasado el crecimiento de los precios fue de 6.1%, superior al crecimiento de finales del año pasado que fue de 4.3%.

Por otro lado, el elevado costo de la materia prima como resultado de la escasez mundial de cuero, le genera al productor una presión al alza en los precios: estos crecen a tasas de 12.2%. Así, el desempeño del indicador de márgenes en la agrupación de calzado se mantiene por debajo del total del comercio. Los márgenes de la agrupación continuaron negativos durante el primer semestre de este año, con una caída anual promedio de 6%.

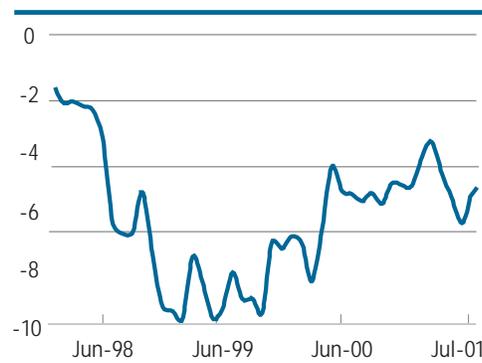
## Problemas y situación de las empresas

Tradicionalmente los principales problemas del sector son la falta de demanda, la baja rotación de cartera y el contrabando. A junio, 61% de los comerciantes mencionó la falta de demanda como un problema, frente a 43%, un año atrás. La importancia del contrabando y la baja rotación de cartera también se mantienen a niveles relativamente altos y semejantes a lo observado seis meses atrás. Aunque menos importantes que las anteriores tres, las ventas ambulantes también son una amenaza fuerte para la recuperación de las ventas del comercio formal.

Según la encuesta de Fedesarrollo, los comerciantes de calzado perciben que su situación económica se ha mantenido igual en los últimos seis meses (la calificación permanece en niveles de 3.1, ligeramente por encima de la de hace un año). Según los encuestados esto es el resultado de un moderado incremento de la demanda. El sector de calzado es, a su vez, la agrupación que registra la mayor caída en su nivel de existencias, aunque se observa un leve aumento en los últimos meses.

Aunque no se puede hablar todavía de un saneamiento financiero del sector, de acuerdo con los resultados de las empresas, la situación financiera de la empresa tipo mejoró en 2000 con respecto al año anterior. El margen operacional pasó de -4.5% en 1999 a 0.8% en 2000 y la rotación de ventas aumentó de 135 veces a 163 veces. Esta modesta re-

VARIACIÓN DEL MARGEN EN CALZADO



Fuente: Anif

PROBLEMAS DE DEMANDA EN CALZADO Y ARTÍCULOS DE CUERO(%)



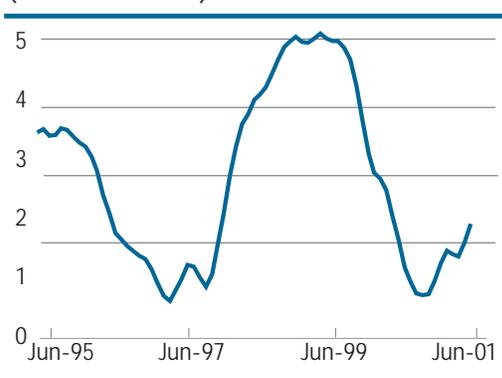
Fuente: Fedesarrollo

PROBLEMAS DE CONTRABANDO EN CALZADO Y ARTÍCULOS DE CUERO (%)



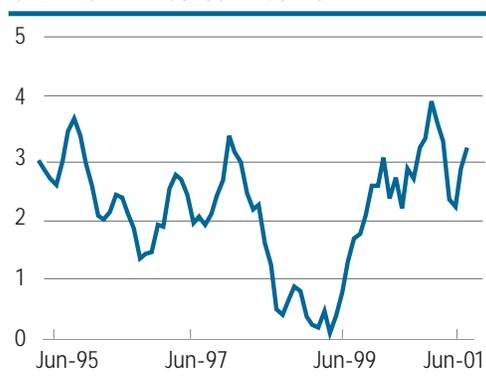
Fuente: Fedesarrollo

EXISTENCIAS DE CALZADO Y ARTÍCULOS DE CUERO (Desestacionalizada)



Fuente: Fedesarrollo

SITUACIÓN ECONÓMICA ACTUAL CALZADO Y ARTÍCULOS DE CUERO



Fuente: Fedesarrollo

cuperación se traduce en una reducción en el porcentaje de empresas que presentan pérdidas operacionales: cayó de 44% a 32%.

A pesar de que el endeudamiento del sector aumentó y se encuentra en niveles ligeramente por encima del promedio, el apalancamiento financiero se mantiene en niveles relativamente bajos, lo que evita una mayor presión sobre los gastos no operacionales.

- 1 El nivel de existencias se califica de 0 a 5, siendo 0 el más bajo nivel de existencias en la década de los noventa y 5 el más alto.
- 2 La calificación de la situación económica va de 0 a 5, y refleja la percepción de los empresarios encuestados sobre la situación económica por la que pasa su actividad comercial. Entre mayor sea la calificación, se entiende que es más favorable la opinión de los comerciantes.

## RESULTADOS FINANCIEROS - PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE CALZADO

Cifras en millones de pesos

Empresa	Activo 1999	Pasivo 1999	Ingresos operacionales	Utilidad operacional	Utilidad neta	Activo 2000	Pasivo 2000	Ingresos operacionales	Utilidad operacional	Ganancias y pérdidas
ADIDAS COLOMBIA LIMITADA	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	25,352	22,408	36,139	6,380	1,367
CALZATODO S. A.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	16,714	12,059	30,988	3,531	525
LA PIELROJA S.A.	9,621	7,218	12,704	303	-243	9,288	6,601	12,046	685	51
AGENCIA CAUCHOSOL DEL CENTRO LIMITADA	5,118	5,533	6,555	-505	-707	6,652	6,603	10,845	231	5
AGENCIA CAUCHOSOL DE ANTIOQUIA LTDA.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	3,077	3,135	5,077	35	0
COMERCIALIZADORA DE CUEROS DEL CARIBE LTDA.	1,522	1,215	4,125	-112	-156	1,549	1,411	4,580	-221	5
COMERCIALIZADORA DOMÉNICO LTDA.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	2,408	1,072	4,253	307	73
ALMACENES ENSUEÑO C.I. S.A.	9,011	5,277	4,777	-542	368	8,644	4,725	4,098	-338	70
KOTIZAS LIMITADA	1,874	981	2,912	-220	-126	2,262	1,141	3,682	81	68
ALFONSOEME S. A.	2,173	1,110	2,607	281	-79	2,591	1,352	3,437	385	22
ALMACÉN SURTIHULES CALZANDO LTDA.	1,625	693	2,837	68	47	1,496	480	3,246	60	14
DISTRIBUIDORA BORIS ORLANDO GUEIRSMAN B.O.G.LTDA.	1,723	277	2,788	213	196	1,786	383	2,988	208	105
BRASCOL TRADING S.A.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	2,080	1,115	2,163	244	0
DISANTAFÉ LIMITADA	1,168	305	1,593	-108	-23	1,393	233	2,129	83	21
CALZAMODA Y COMPAÑÍA LIMITADA	1,478	864	2,343	117	22	1,324	638	1,624	105	18
PANAM DE NARIÑO S.A.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	1,928	789	1,513	4	17
ALMACENES CROYDON DE LA FRONTERA LTDA.	1,505	561	1,640	-120	-192	1,549	792	1,246	-154	0
PANAM DEL VALLE S.A.	1,554	1,456	1,720	-168	-164	499	875	1,163	-443	2
PANAM DEL CARIBE S.A.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	446	405	1,059	-32	5
MACALZADO MERCANTIL LTDA.	691	251	435	-78	-125	668	240	333	-20	8
PIELES Y DERIVADOS S. A. PIDESA	2,823	929	53	-667	-567	161	48	20	-488	20
DISTRIBUIDORA LANERA E INVERSIONES FILANA LTDA.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	121	87	0	-2	0
<b>TOTAL AGRUPACIÓN</b>	<b>41,887</b>	<b>26,671</b>	<b>47,090</b>	<b>-1,540</b>	<b>-1,749</b>	<b>91,989</b>	<b>66,593</b>	<b>132,628</b>	<b>10,640</b>	<b>2,394</b>

# MUEBLES

## CIFRAS BÁSICAS

ESTRUCTURA		FUENTE		
Participación regional en el gasto de la agrupación	%			
Bogotá	30,8			
Cali	14,6			
Medellín	14,9			
Barranquilla	4,5			
Resto (19 ciudades)	35,3			
Participación en el gasto de los hogares	0,33%			
Elasticidad ingreso	0,91			
Número de establecimientos				
Al por mayor	nd			
Al por menor	4.442			
Número de empleados				
Al por mayor	nd			
Al por menor	12.274			
<b>COYUNTURA</b>				
	<b>Fecha último dato</b>	<b>Variaciones del acumulado anual</b>		<b>Un año atrás</b>
		<b>Último</b>	<b>Seis meses atrás</b>	
Ventas reales*	Jun-01	11,8	23,5	14,4
Precios venta	Jul-01	5,2	3,7	2,8
Márgenes reales	Jul-01	-1,6	-2,1	-9,9
			<b>Nivel (de 0 a 5)</b>	
Situación de las empresas	Jun-01	4,0	2,4	1,7
Existencias	Jun-01	1,4	1,1	1,3
Porcentaje de empresas con...				
Problema de demanda	Jun-01	65	28	50
Ventas directas de fábrica	Jun-01	4	0	0
Personal calificado	Jun-01	0	6	0
<b>FINANCIERAS</b> (se refieren al establecimiento tipo)		<b>2000</b>	<b>1999</b>	<b>1998</b>
Razón de endeudamiento		59.6	67.5	57.8
Ventas/activo		126.2	108.3	118.7
Costos y gtos oper./activo		130.8	118.3	113.8
Margen operacional		0.45	-5.40	1.27
costo vtas/ventas		73.5	73.2	66.8
gtos. operac./ventas		35.8	36.4	37.1
Utilidad neta/patrimonio		5.0	2.0	8.1
<b>OTROS INDICADORES</b>				
Porcentaje de empresas con pérdida operacional		44.4	61.1	38.9
<b>CALIFICACIÓN DE RIESGO</b>		<b>2001 II</b>	<b>2000 II</b>	<b>2000 I</b>
		8,5	8,5	9,4

\* Corresponde al consolidado de muebles.

# Muebles

## Resumen y conclusiones

El crecimiento observado en las ventas del sector de muebles es bastante favorable teniendo en cuenta la mala situación de los años anteriores. Sin embargo, parte de esta recuperación ha sido a costa de una reducción en los márgenes de comercialización que, a mediados de este año, seguían cayendo.

Para este año, Anif considera que el sector de muebles continuará mostrando síntomas de recuperación en sus ventas como resultado de mantener los precios bajos y de la mayor demanda por muebles de oficina. Por otro lado, el nivel de endeudamiento de las empresas del sector ha caído, lo cual se refleja en unos menores costos financieros. Sin embargo, la fuerte actividad promocional seguirá afectando los márgenes. De esta manera, la calificación de riesgo se mantiene en 8.5, nivel todavía por encima del promedio de la calificación del sector de comercio en su conjunto (7.2).

## Ventas

Después de la tendencia decreciente que se venía registrando desde mediados de 1998 y que se acentuó en 1999, el sector de muebles comenzó a mostrar señales de recuperación durante el año 2000 cuando se dio un quiebre en la tendencia decreciente del sector. Desde el año pasado se comenzaron a registrar tasas de crecimiento positivas tanto en muebles para el hogar como en muebles de oficina, tendencia que ha continuado durante el primer semestre de este año.

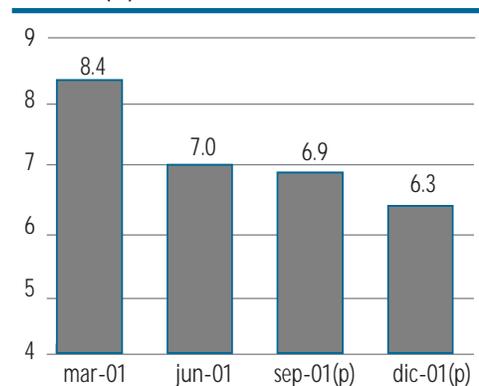
En junio, los muebles para oficina registran un crecimiento anual de 35.5%. Aunque también con tasas positivas, el crecimiento de la agrupación de muebles para el hogar y electrodomésticos se moderó en el primer semestre de este año con un crecimiento de 5.4% anual (con respecto al crecimiento de 23.5% registrado a finales del año pasado).

El mejor comportamiento del sector se explica principalmente por:

VENTAS DE MUEBLES PARA OFICINA  
Variación Mensual Suavizada (3m)



CRECIMIENTO PROYECTADO DE LAS VENTAS  
MUEBLES (%)



Fuente: Dane

- i) La mayor inversión empresarial (computadores, equipos de oficina, etc.) que ha permitido aumentar significativamente la demanda por muebles de oficina.
- ii) La creciente comercialización de muebles "listos para armar" especialmente en los grandes almacenes de cadena. La demanda por este tipo de muebles también se ha visto beneficiada por la fuerte actividad promocional de los grandes almacenes de cadena. Los hipermercados se encuentran en mejores condiciones que los almacenes especializados en muebles para efectuar estrategias promocionales. Esto les permite mantener una buena rotación del producto y en consecuencia unos bajos niveles de inventarios.

En el primer semestre del año, el crecimiento estuvo ligeramente por debajo de lo estimado. Especialmente por el menor crecimiento en ventas de los muebles para el hogar. Teniendo en cuenta el desempeño reciente del sector y las perspectivas para el segundo semestre del año, las tasas estimadas de crecimiento de las ventas de muebles para cada uno de los trimestres son: 6.9 y 6.3%, para un promedio anual de 7.2% en 2001.

## Precios y márgenes

Para recuperar la demanda, los comerciantes de muebles se han visto en la necesidad de aumentar sus descuentos. Sin embargo, su impacto negativo sobre los márgenes de comercialización no les permite mantener la actividad promocional por períodos muy prolongados. En el caso de los comerciantes de muebles más pequeños, sus condiciones financieras no les permite competir con los almacenes más grandes de muebles, lo que termina por dejarlos fuera del mercado.

A pesar de que los incrementos de precios al consumidor de esta agrupación son mayores a los de hace seis meses (de 2.8% en diciembre a 5.2% en junio), estos no alcanzan a compensar el crecimiento en los precios al productor que fue de 7.2% en junio pasado.

Como resultado, aunque en menor magnitud que el año pasado, el margen de la agrupación de muebles sigue cayendo, siendo ésta una tendencia contraria a la del total del comercio.

## Problemas y situación de las empresas

La falta de demanda sigue siendo el problema principal del sector: la proporción de comerciantes que lo mencionó fue de 63%. Le sigue en importancia el problema de los altos costos finan-

VARIACIÓN DEL MARGEN EN MUEBLES (%)



Fuente: Anif

PROBLEMAS DE ROTACIÓN DE CARTERA EN MUEBLES (%)



Fuente: Fedesarrollo

EXISTENCIAS MUEBLES (%)



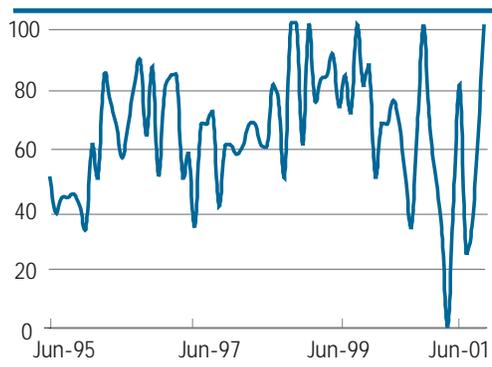
Fuente: Fedesarrollo

cieros. A pesar de la recuperación en ventas, los costos no operacionales hacen difícil hablar de una recuperación financiera del sector en el corto plazo. Sin embargo, según la encuesta, las expectativas de los comerciantes para los próximos meses indican en promedio una situación económica más favorable.

Según la encuesta de Fedesarrollo, la situación de esta agrupación ha mejorado en los últimos meses. La calificación de la encuesta pasó de 2.4 a finales del año pasado a 3.4 en junio de este año. Por lo tanto, las existencias permanecen en sus niveles más bajos como resultado de la recuperación en las ventas.

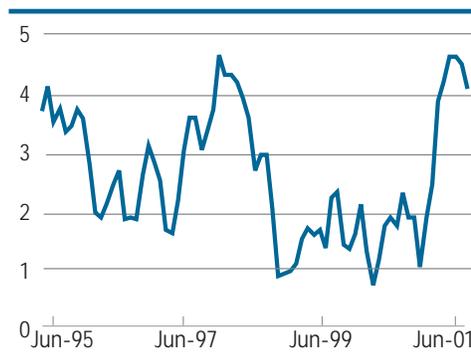
A pesar de mantener precios bajos como estrategia para incrementar el volumen de ventas, el margen operacional de la empresa tipo del sector se encuentra en su punto de equilibrio frente a las pérdidas operacionales observadas en 1999. De igual manera la utilidad neta muestra una mejor situación financiera con un aumento de 3 puntos (pasó de 2.0% en 1999 a 5.0% en 2000). Esto se debe, en parte, a la reducción en el nivel de endeudamiento que a su vez se refleja en menores gastos no operacionales. Después de encontrarse entre las más altas del comercio, el endeudamiento se redujo a 60%, nivel ligeramente por debajo del promedio.

PROBLEMAS DE DEMANDA EN MUEBLES (%)



Fuente: Fedesarrollo

SITUACIÓN ECONÓMICA MUEBLES (%)



Fuente: Fedesarrollo

- <sup>1</sup> El nivel de existencias se califica de 0 a 5, siendo 0 el más bajo nivel de existencias en la década de los noventa y 5 el más alto.
- <sup>2</sup> La calificación de la situación económica va de 0 a 5, y refleja la percepción de los empresarios encuestados sobre la situación económica por la que pasa su actividad comercial. Entre mayor sea la calificación, se entiende que es más favorable la opinión de los comerciantes.

## RESULTADOS FINANCIEROS - PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE MUEBLES

Cifras en millones de pesos

Empresa	Activo 1999	Pasivo 1999	Ingresos operacionales	Utilidad operacional	Utilidad neta	Activo 2000	Pasivo 2000	Ingresos operacionales	Utilidad operacional	Ganancias y pérdidas
MUEBLES Y ALMACENAMIENTO TÉCNICO CARVAJAL S. A.	24,212	13,977	35,465	-744	-1,033	25,595	13,628	34,909	-1522.424	79.428
IVÁN BOTERO GÓMEZ Y CIA. E. U. -UNIPERSONAL-	10,563	6,899	10,803	356	40	10,749	3,786	16,544	261.004	84.002
WONDERFUL MUEBLES LTDA.	4,780	4,353	6,759	635	166	5,556	4,769	8,301	838.475	155.639
MUEBLES MALVIC LTDA.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	2,513	2,062	7,557	76.269	41.498
MUEBLES FÁBRICAS UNIDAS S.A.	3,158	1,534	6,218	149	38	2,858	1,480	6,665	-35.561	47.779
C I CARVAJAL S. A.	4,934	2,723	6,051	-78	-44	4,754	2,288	6,468	-267.667	0
LA MANSIÓN DEKO LTDA.	20,394	10,280	3,148	-673	-1,271	22,661	11,903	4,749	1056.476	0
KNOLL MUEBLES Y SISTEMAS S. A.	3,602	526	2,385	-383	-347	3,602	852	3,571	-328.331	78.346
M.R.D. DISEÑO DE INTERIORES S.A.	3,930	3,065	1,775	17	6	4,225	3,290	2,702	53.217	46.969
MUEBLES BIMA S. A.	8,584	13,427	8,747	-6,462	-8,482	7,386	6,490	2,677	-3051.793	0
PEREIRA & CIA. LTDA.	2,157	1,022	1,671	-8	-43	2,243	1,026	1,700	-12.067	23.839
H&G MUEBLES Y DECORACIÓN LTDA.	2,064	1,221	668	-55	-148	2,185	1,042	726	-4.751	0
DUPUIS COLOMBIA S.A.	551	287	457	-120	-204	582	322	474	19.378	5.549
DISTRIBUIDORA DE MUEBLES LIMITADA	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	1,161	526	194	-273.533	0
<b>TOTAL AGRUPACIÓN</b>	<b>85,001</b>	<b>56,248</b>	<b>82,372</b>	<b>-7,382</b>	<b>-11,327</b>	<b>96,068</b>	<b>53,462</b>	<b>97,236</b>	<b>-3,191</b>	<b>563</b>

# ELECTRODOMÉSTICOS

## CIFRAS BÁSICAS

ESTRUCTURA	FUENTE	
Participación regional en el gasto de la agrupación	%	
Bogotá	37.3	Encuesta de ingresos y gastos, 1995
Cali	11.5	
Medellín	12.5	
Barranquilla	5.0	
Resto (19 ciudades)	33.7	
Participación en el gasto de los hogares	0.87%	Encuesta de ingresos y gastos, 1995
Número de establecimientos		
Al por mayor	221	Censo económico multisectorial, 1990
Al por menor	4,818	
Número de empleados		
Al por mayor	2,542	
Al por menor	24,456	

### COYUNTURA

Un año	Fecha último dato	Variaciones del acumulado anual		
		Último atrás	Seis meses atrás	
Ventas reales almacenes especializados (var. corrida)	Jun-01	11,8	23,5	14,4
Precios Venta	Jul-01	4,3	3,2	5,2
Márgenes reales	Jul-01	-0,7	-7,3	-5,0
		Nivel (De 0 a 5)		
Calificación Situación de las empresas	Jun-01	3,5	4,9	4,4
Existencias	Jun-01	4,9	4,6	3,6
Porcentaje de empresas con:				
Problema de demanda	Jun-01	100	75	43
Problema de rotación de cartera	Jun-01	64	77	48
Contrabando	Jun-01	30	39	37
Costos financieros	Jun-01	30	24	15

FINANCIERAS (se refieren al establecimiento tipo)	2000	1999	1998
Obligaciones financieras/pasivo	26.3	24.5	28.1
Razón de endeudamiento	79.0	73.8	73.2
Ventas/activo	158.2	142.3	171.7
Costos y gtos oper./activo	164.2	147.4	173.0
Margen operacional	-0.21	-2.72	-1.16
costo vtas/ventas	79.6	77.1	80.3
gtos. operac./ventas	27.1	30.6	26.2
Utilidad neta/patrimonio	6.4	8.2	8.5

### OTROS INDICADORES

Porcentaje de empresas con pérdida operacional	42.0	45.7	45.7
--	------	------	------

	2001 II	2001 I	2000 II
Calificación de riesgo	9.8	9.4	9.4

\* Corresponde al consolidado de electrodomésticos

# Electrodomésticos

## Resumen y conclusiones

La agrupación muestra un deterioro en su posición financiera, que ya era débil. Esto se refleja en un elevado endeudamiento y pobres resultados operacionales. A pesar de un crecimiento favorable de las ventas, las perspectivas negativas sobre los márgenes y el elevado nivel de existencias no permiten esperar una mejora en esta situación durante los próximos meses.

Por lo tanto, la calificación aumenta de 9.4 a 9.8, permaneciendo como la más alta del sector, el cual mantuvo su calificación en 7.2.

## Ventas

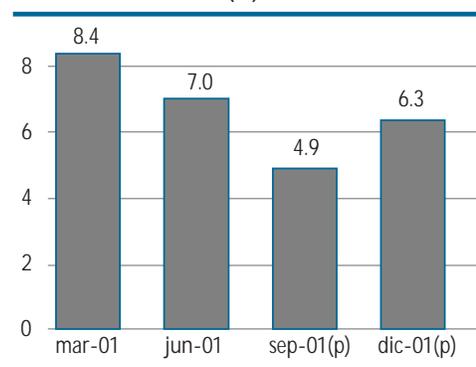
Al igual que otras agrupaciones de bienes durables, las ventas de muebles y electrodomésticos<sup>1</sup> se encuentran entre las de mayor crecimiento en el comercio al por menor. Las de mejor desempeño son las de muebles y equipo de oficina, con una tasa promedio para el primer semestre de 36.7% anual en términos reales. Por su parte, las de muebles para el hogar y electrodomésticos crecieron 5.6% en este mismo período, también por encima de 2.7% del total del comercio.

A pesar de este desempeño relativamente mejor, hay una desaceleración importante respecto a las elevadas tasas observadas el año pasado. Este comportamiento estaba dentro de lo esperado, y es el resultado de una demanda que se encuentra aún muy debilitada por la reducción del ingreso disponible de los hogares (golpeado tanto por el desempleo como por la creciente carga tributaria). Sólo en el caso de equipo de oficina se mantiene el dinamismo, explicado por el crecimiento de la inversión por parte de los empresarios que repercute favorablemente en las ventas de software, computadores y otros productos de este segmento. Anif proyecta un crecimiento de las ventas en los siguientes dos trimestres de 4.9% y 6.3% anual

VENTAS DE MUEBLES Y ELECTRODOMÉSTICOS  
Variación mensual suavizada (3m)



CRECIMIENTO PROYECTADO DE LAS VENTAS  
ELECTRODOMÉSTICOS (%)



Fuente: Dane

<sup>1</sup> Las cifras del Dane se presentan agregadas para estas dos agrupaciones.

respectivamente, para llegar a un promedio en todo el año de 6.6%. A ello contribuirá un crecimiento de la economía superior al de los trimestres anteriores.

Un efecto positivo adicional es el hecho de que las tasas de interés se mantendrán estables en niveles reales bajos. Sin embargo, su impacto será muy modesto debido a la falta de acceso al crédito por parte de los consumidores<sup>2</sup>. Por otro lado, los precios no podrán seguir ayudando a estimular la demanda porque no continuarán cayendo en términos reales.

## Precios y márgenes

En el primer semestre, los precios al consumidor se ajustaron a tasas muy inferiores a la inflación promedio, a un promedio de 3.7% anual. A su vez, los industriales moderaron sus ajustes en precios, pero se mantuvieron con tasas mucho más altas que las de los bienes al consumidor. En enero, los precios del productor llegaron a un pico de 11.4% anual y en mayo y junio bajaron a 9.8% y 6.2% respectivamente. Como resultado, los márgenes de los comerciantes se deterioraron durante este período.

En los próximos meses esta situación puede agravarse aún más, ya que los productores anunciaron ajustes de sus precios en julio, que seguramente los comerciantes no podrán trasladar completamente al precio final, debido a la debilidad de la demanda.

## Problemas y situación de las empresas

El problema de una demanda débil se ha agudizado y desde febrero todos los comerciantes encuestados coinciden en identificarla como una de sus principales dificultades. Esto ha tenido un impacto en las existencias<sup>3</sup>, cuyo indicador en la encuesta de Fedesarrollo se encuentra en uno de los niveles más altos de los últimos diez años. Los resultados de esta encuesta reflejan el comportamiento del segmento más afectado en la agrupación, el de aparatos para el hogar.

El otro problema mencionado con mayor frecuencia, después de la falta de demanda, es el de la rotación de cartera. Después de

<sup>2</sup> Ya que muchos de los potenciales compradores de este tipo de bienes se financian con instrumentos crediticios más costosos, como las tarjetas de crédito.

<sup>3</sup> El nivel de existencias se califica de 0 a 5, siendo 0 el más bajo nivel de existencias en la década de los noventa y 5 el más alto.

PROBLEMAS DE ROTACIÓN DE CARTERA (%)



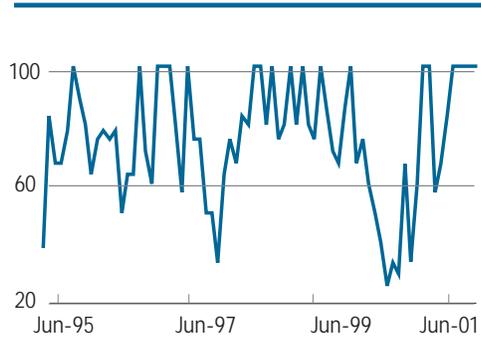
Fuente: Fedesarrollo

VARIACIÓN DEL MARGEN EN ELECTRODOMÉSTICOS (%)



Fuente: Anif

PROBLEMAS DE DEMANDA EN ELECTRODOMÉSTICOS (%)



Fuente: Fedesarrollo

### NIVEL DE EXISTENCIAS EN ELECTRODOMÉSTICOS



Fuente: Fedesarrollo

### SITUACIÓN ECONÓMICA ELECTRODOMÉSTICOS



Fuente: Fedesarrollo

una mejora transitoria en el primer trimestre, el porcentaje de encuestados que lo mencionó nuevamente comenzó a crecer hasta llegar a 64% en junio pasado.

En cuanto a la situación financiera, el indicador más preocupante es el nivel de endeudamiento, el más alto del comercio, que el año pasado llegó a 79%, que además representa un aumento respecto al nivel de los dos años anteriores. Desde el punto de vista de rentabilidad las cosas no son mucho mejores: el margen operacional fue menos negativo, pero se encuentra entre los más bajos de la actividad comercial y la utilidad neta sobre patrimonio se redujo de 8.2% a 6.4%. A pesar del esfuerzo por reducir gastos operacionales y de los

aumentos en el volumen de ventas, el bajo crecimiento de los precios deterioró la rentabilidad de los comerciantes del sector.

En lo corrido de este año, la situación económica<sup>4</sup> de los comerciantes de esta agrupación ha mejorado. El indicador de la encuesta de Fedesarrollo cayó de 4.9 en diciembre a 3.5 en junio pasado.

<sup>4</sup> La calificación de la situación económica va de 0 a 5, y refleja la percepción de los empresarios encuestados sobre la situación económica por la que pasa su actividad comercial. Entre mayor sea la calificación, se entiende que es más favorable la opinión de los comerciantes.

## RESULTADOS FINANCIEROS - PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE ELECTRODOMÉSTICOS

Cifras en millones de pesos

Empresa	Activo 1999	Pasivo 1999	Ingresos operacionales	Utilidad operacional	Utilidad neta	Activo 2000	Pasivo 2000	Ingresos operacionales	Utilidad operacional	Ganancias y pérdidas
IBM DE COLOMBIA S. A.	347,394	268,390	346,341	68,332	2,642	396,927	301,574	323,858	47,468	10,970
COMPAQ COMPUTER DE COLOMBIA LTDA.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	162,128	139,709	199,820	21,556	440
HEWLETT PACKARD COLOMBIA S.A.	104,482	95,416	71,470	-3,085	-10,387	123,629	113,269	156,728	-10,658	0
MPS MAYORISTA DE COLOMBIA S.A.	36,862	33,407	87,296	3,140	877	34,196	30,307	104,610	2,013	75
MAKRO COMPUTO S. A.	36,181	27,119	70,998	-2,270	1,381	37,407	26,975	86,635	-1,722	228
WHIRLPOOL COLOMBIA S.A.	25,985	12,773	58,786	6,593	2,991	33,650	13,941	81,240	7,799	269
SAMSUNG ELECTRONICS LATINOAMERICA COLOMBIA S.A.	19,800	16,217	31,866	2,390	1,309	42,564	38,908	69,001	431	455
SONY CORPORATION OF PANAMA S.A.	15,908	3,201	27,451	-7,184	-7,036	31,426	15,090	67,987	-2,904	287
IMPRESORA Y EQUIPOS SISTEMAS LTDA. -IMPRESISTEM LTDA.	8,439	7,467	22,580	1,032	477	13,974	12,285	56,016	2,014	598
SED INTERNATIONAL DE COLOMBIA LTDA.	11,267	5,344	20,310	-704	-992	21,589	15,135	50,254	972	126
ALCATEL DE COLOMBIA S. A.	31,805	20,460	55,818	824	9	33,790	24,652	48,402	-102	1,139
NEXSYS DE COLOMBIA S.A.	9,796	7,280	17,400	861	786	19,397	15,974	45,615	1,676	596
ACER COMPUTERS COLOMBIA S.A.	16,564	13,100	20,585	-1,696	-1,552	23,577	21,933	42,534	583	131
N C R COLOMBIA S.A.	48,245	59,125	58,488	-6,725	-15,986	36,786	52,364	41,791	-6,331	507
SUN MICROSYSTEMS DE COLOMBIA S.A.	17,404	15,865	27,802	-3,888	222	21,719	17,540	36,013	1,946	610
DAEWOO ELECTRONICS DE COLOMBIA LTDA.	24,669	22,472	26,042	-1,488	1,414	36,111	33,632	31,995	918	55
INFORMATICA DATAPPOINT DE COLOMBIA LTDA.	51,969	41,144	45,213	3,214	-2,625	67,072	53,114	28,461	4,367	169
PANASONIC LATIN AMERICA S. A. SUCURSAL COLOMBIA	4,220	3,647	9,783	298	-47	5,382	4,801	20,111	1,002	36
SISTEMAS INTEGRALES DE INFORMÁTICA S.A.	6,189	2,544	16,883	1,645	1,907	6,714	3,205	20,046	2,256	236
DATECSA S.A.	13,220	10,329	16,622	1,327	-919	13,721	9,278	19,223	2,658	106
COLOMBIANA DE SOFTWARE Y HARDWARE LIMITADA	11,811	8,310	20,653	955	265	9,335	5,931	18,302	793	149
GLOBAL DATATEL DE COLOMBIA S.A.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	9,009	7,971	17,917	-495	42
OLIVETTI COLOMBIANA S. A.	19,258	7,063	13,101	-1,410	-1,777	20,426	9,845	17,280	-1,290	141
INTEGRALES COLOMBIA S. A.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	8,022	3,842	16,960	-504	31
LAGOBO DISTRIBUCIONES LTDA.	15,975	13,426	19,809	-1,199	-2,097	11,757	11,099	16,732	-1,037	43
CREDITÍTULOS S. A.	21,200	5,686	11,896	1,604	491	23,642	6,225	15,911	2,124	291
ELECTROJAPONESA S. A.	15,594	10,056	13,411	634	-43	18,068	12,249	15,554	476	116
LANIER COLOMBIA S. A.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	12,578	5,849	15,488	689	109
DISTRIBUIDORA RAYCO LTDA.	14,371	11,259	13,060	922	280	11,326	7,764	15,385	852	179
RED COLOMBIA S. A.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	8,915	6,332	14,737	-1,003	4
CREDIGANE ELECTRODOMÉSTICOS S.A.	8,508	7,593	9,786	81	117	11,275	10,013	13,283	-18	71
AIWA LATINOAMERICA PANAMA S.A. SUCURSAL COLOMBIA	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	9,223	5,276	12,538	871	52
DALHOM S.A. EN CONCORDATO	14,866	4,490	9,002	-14,548	11	11,921	6,562	11,839	-7,640	0
ELECTROLUX S.A.	9,638	5,600	6,794	-1,858	-2,095	13,479	5,373	11,296	-426	112
SOFTWARE Y ALGORITMOS LTDA.	2,966	2,371	10,794	628	321	4,528	3,491	10,589	378	97
TEXINS DE COLOMBIA S. A.	15,299	13,029	14,330	-417	1,219	11,589	11,669	10,516	-3,012	34
COMERCIALIZADORA GÁMEZ Y VALENCIA S.A.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	3,475	2,771	9,803	-68	37
INFORMÁTICA Y GESTIÓN S.A.	7,572	2,725	6,925	-1,081	-1,070	9,324	3,320	7,768	-26	87
GESTETNER COLOMBIA S. A.	4,196	2,988	6,640	-279	-1,067	3,898	2,907	7,589	183	35
PARTNET S.A.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	11,178	10,537	6,901	-169	16
COMPUNET S.A.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	4,528	3,728	6,684	371	138
ALMACENES ARCO LIMITADA	5,451	4,506	5,126	519	97	4,153	3,113	6,367	469	62
ALMACÉN NAVARRO OSPINA S. A.	3,609	3,124	3,537	-1,736	-1,021	4,500	4,020	5,810	14	31
SERRANO OREJARENA Y CIA. LTDA.	8,480	8,316	3,427	-32	58	8,393	8,227	5,789	40	39
ELECTROBELLO LTDA.	4,499	2,313	4,756	-558	-177	4,770	2,267	5,673	-396	45
COMPUTADORES, SISTEMAS Y CAPACITACIÓN S.A.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	2,971	1,796	5,631	145	57
LEXCO S. A.	3,216	2,943	5,069	145	-272	2,703	2,358	4,629	351	7
VM COMPUTADORES Y ELECTRÓNICA LTDA.	2,840	1,983	4,385	385	28	3,032	2,041	4,081	348	73
INVERSIONES ELECTROCONFORT LIMITADA	2,130	1,572	3,292	140	44	1,663	1,000	3,853	135	30
LUX DE COLOMBIA S. A.	5,994	7,958	5,982	-5,828	-5,895	3,750	6,454	3,636	-4,371	26
<b>TOTAL AGRUPACIÓN</b>	<b>1,005,410</b>	<b>760,725</b>	<b>1,203,553</b>	<b>29,460</b>	<b>-44,135</b>	<b>1,482,975</b>	<b>1,192,384</b>	<b>1,880,852</b>	<b>43,064</b>	<b>19,653</b>

## ASEO PERSONAL Y FARMACEÚTICOS CIFRAS BÁSICAS

### ESTRUCTURA

### FUENTE

Participación regional en el gasto de la agrupación		
Bogotá	35.6	
Cali	14.3	
Medellín	13.6	
Barranquilla	6.0	
Resto (19 ciudades)	30.5	
Participación del gasto en los hogares	2.0%	Encuesta de ingresos y gastos, 1995
Elasticidad ingreso	0.8	Estimaciones Anif
Número de establecimientos		
Farmacias al por mayor	454	Censo económico multisectorial, 1990
Farmacias al por menor	11,952	
Perfumería y cosméticos al por mayor	231	
Perfumería y cosméticos al por menor	4,519	
Número de empleados		
Farmacias al por mayor	6,044	
Farmacias al por menor	29,236	
Perfumería y cosméticos al por mayor	2,557	
Perfumería y cosméticos al por menor	7,389	

### COYUNTURA

	Fecha último dato	Variaciones del acumulado anual		
		Último	Seis meses atrás	Un año atrás
<b>Ventas reales</b>	Jun-01	-0.6	1.6	5.2
Precios Venta	Jul-01	12.0	13.8	14.5
Márgenes reales	Jul-01	4.6	2.9	0.8
			<b>Nivel (de 0 a 5)</b>	
Situación de las empresas	Jun-01	1.3	3.0	2.3
Existencias	Jun-01	4.3	3.2	3.9
Porcentaje de empresarios con:				
Problema de demanda	Jun-01	37	19	32
Problema de rotación de cartera	Jun-01	71	70	83
Costos financieros	Jun-01	19	19	30
<b>FINANCIERAS (se refieren al establecimiento tipo)</b>		<b>2000</b>	<b>1999</b>	<b>1998</b>
Obligaciones financieras/pasivo		22.8	24.3	24.3
Razón de endeudamiento		62.8	59.6	63.3
Ventas/activo		197.5	188.5	207.8
Costos y gtos oper./activo		193.8	182.1	197.2
Margen operacional		3.15	2.87	2.89
costo vtas/ventas		81.3	81.3	82.0
gtos. operac./ventas		22.7	24.0	22.8
Utilidad neta/patrimonio		7.4	9.0	10.9
<b>OTROS INDICADORES</b>				
Porcentaje de empresas con pérdida operacional		28.3	19.1	18.4
<b>Calificación de riesgo</b>		<b>2001 II</b>	<b>2001 I</b>	<b>2000 II</b>
		6.3	6.3	6.1

# Aseo personal y farmacéuticos

## Resumen y conclusiones

La agrupación muestra un mal desempeño en ventas, pero sus márgenes se han recuperado en lo corrido del año. Esto último, unido a que el nivel de los márgenes es el más alto del sector comercio, contribuye a neutralizar la posibilidad de mayores dificultades por parte de los comerciantes para atender sus obligaciones en los próximos meses, a pesar del aumento en el nivel de endeudamiento. Los márgenes no podrán mejorar más, pero afortunadamente esto coincidirá con un menor deterioro de las ventas en los próximos meses.

En consecuencia, la calificación de la agrupación se mantiene en 6.3, por debajo del promedio del comercio que es 7.2.

## Ventas

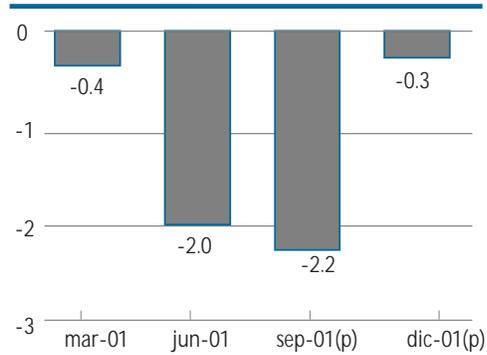
Las ventas de la agrupación se encuentran deprimidas y son las de peor desempeño entre las agrupaciones comerciales, después de las de combustibles. Las ventas de medicamentos no crecieron en términos reales durante el primer semestre de 2001, respecto al mismo período del año pasado. Buena parte del crecimiento se concentró en enero y los datos del segundo trimestre mostraron una de las peores caídas en el sector. En productos de aseo personal, el desempeño en lo corrido del año ha sido aún más pobre, con un crecimiento promedio de  $-1.8\%$  anual en las ventas reales entre enero y junio. No obstante, a diferencia de lo que ocurre con medicamentos, hay una recuperación en mayo y junio, que arrojó tasas positivas.

Las caídas en ventas han sido, hasta ahora, inferiores a lo previsto por Anif a comienzos de año. Esto se debe a que los ajustes de precios del sector en el primer trimestre fueron algo más moderados de lo que se anticipaba en el segmento de productos personales (ver sección de precios y márgenes). En los siguientes trimestres se prevén caídas de  $-2.2\%$  y  $-0.3\%$ . El mejor desempeño relativo en el último trimestre se

VENTAS DE FARMACÉUTICOS  
Variación mensual suavizada (3m)



CRECIMIENTO PROYECTADO DE LAS VENTAS FARMACÉUTICOS (%)



Fuente: Dane

verá favorecido por las menores tasas de aumento de los precios de los productos de sector, cada vez más cercanas a la inflación promedio, y por el efecto positivo de un crecimiento del PIB superior al de los dos primeros trimestres del año. Como resultado, las ventas del sector podrían caer 1.2% en promedio durante 2001.

## Precios y márgenes

Hay una recuperación de los márgenes tanto en farmacéuticos como en productos de aseo personal. Esto se ha dado gracias a una moderación en los ajustes de precios de los productores, que incluso en algunos meses han estado por debajo de la inflación promedio de la industria, apartándose de la tendencia de años anteriores. Al mismo tiempo, los ajustes en los precios al consumidor de los productos de aseo han sido ligeramente menores durante el año que los de medicamentos. En promedio, el crecimiento anual de los precios al consumidor durante el primer semestre fue de 12.9% y 14.7% respectivamente.

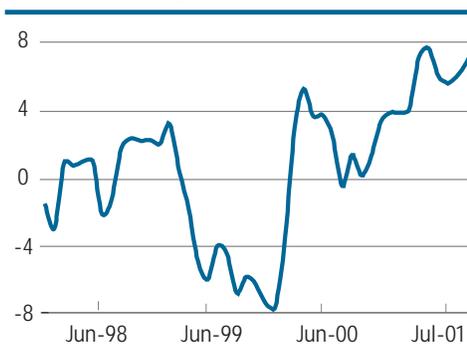
Es improbable que se den nuevas ganancias en los márgenes de los comerciantes, debido a que los productores intentarán ahora trasladar a sus precios los mayores costos de la devaluación de los primeros meses de 2001.

## Problemas y situación de las empresas

Los resultados financieros del año pasado muestran un aumento del endeudamiento de las empresas, que pasó de 59.6% en 1999 a 62.8%. Esto no debe ser una señal de alarma, si se toma en cuenta que hubo una mejora en el margen operacional, que fue de 3.2%, y se mantiene como el más alto entre las agrupaciones del comercio. De todas formas, los mayores gastos no operacionales (entre ellos los costos financieros que acarrea el mayor endeudamiento) han tenido como resultado una reducción del indicador de utilidad neta sobre patrimonio. A pesar de esto, el nivel de 7.4% todavía es el más elevado en el comercio.

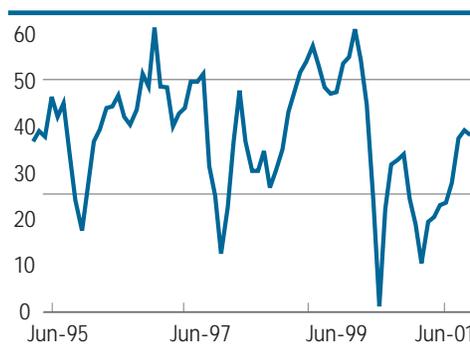
El año pasado, la mejora en la rentabilidad operacional estuvo asociada tanto con la recuperación de márgenes como con un mayor volumen de ventas (el mayor dinamismo se dio durante el primer semestre y luego el crecimiento comenzó a moderarse). Este año el panorama está cambiando: los márgenes ganaron más terreno, pero la falta de demanda ha afectado las ventas de un número creciente de comerciantes de

VARIACIÓN DEL MARGEN EN FARMACÉUTICOS (%)



Fuente: Anif

PROBLEMAS DE DEMANDA EN FARMACIAS, DROGAS, COSMÉTICOS



Fuente: Fedesarrollo

EXISTENCIAS FARMACIAS, DROGAS Y COSMÉTICOS

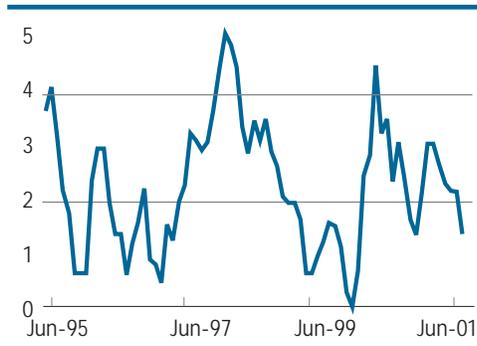


Fuente: Fedesarrollo

la agrupación. Mientras en octubre de 2000 apenas 9% de los encuestados por Fedesarrollo la mencionó, en junio pasado lo hizo 37%. Esto se reflejó en un aumento en el nivel de existencias<sup>1</sup>, que llegó a 4.3 en junio y en un deterioro del indicador de la situación de las empresas<sup>2</sup> en lo corrido del año, con un indicador de 1.3, muy por debajo del 3.0 que mostró la encuesta en enero.

A pesar de la importancia que ha cobrado el problema de demanda, el principal obstáculo -de acuerdo con los comerciantes- continúa siendo la baja rotación de cartera, que en junio fue mencionado por 71% de los encuestados. Probablemente los empresarios hayan manejado el problema de liquidez que esto implica, ampliando el período de pago a sus proveedores y no con recursos del sistema financiero (las obligaciones financieras como proporción del pasivo se redujeron durante el año pasado).

SITUACIÓN ECONÓMICA  
FARMACIAS, DROGAS Y COSMÉTICOS



Fuente: Fedesarrollo

- <sup>1</sup> El nivel de existencias se califica de 0 a 5, siendo 0 el más bajo nivel de existencias en la década de los noventa y 5 el más alto.
- <sup>2</sup> La calificación de la situación económica va de 0 a 5, y refleja la percepción de los empresarios encuestados sobre la situación económica por la que pasa su actividad comercial. Entre mayor sea la calificación, se entiende que es más favorable la opinión de los comerciantes.

## RESULTADOS FINANCIEROS - PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE FARMACEUTICOS

Cifras en millones de pesos

Empresa	Activo 1999	Pasivo 1999	Ingresos operacionales	Utilidad operacional	Utilidad neta	Activo 2000	Pasivo 2000	Ingresos operacionales	Utilidad operacional	Ganancias y pérdidas
PRODUCTOS ROCHE S. A.	101,215	69,334	123,582	12,033	1,916	94,830	59,005	144,071	11,718.106	344.738
DISTRIBUCIONES AXA S.A.	29,948	24,526	78,455	2,146	668	33,219	26,990	90,777	2,260.191	608.519
SERRANO GÓMEZ LTDA.	33,571	19,101	73,023	2,892	1,458	45,929	27,734	89,368	3,308.769	1,149.669
PFIZER S. A.	81,505	29,279	78,113	-11,026	-15,734	77,087	41,547	80,505	-11,090.225	975.83
FROSST LABORATORIES INC.	42,572	37,695	61,404	-5,070	-15,026	47,575	44,516	74,753	-1,0513.26	147.124
GLAXO WELLCOME DE COLOMBIA S.A.	41,583	16,890	49,145	3,571	-3,238	52,339	28,525	59,053	3,862.137	452.885
PHARMACIA & UPJOHN INTER-AMERICAN CORPORATION	23,869	24,414	41,706	3,081	-6,351	27,890	26,808	51,842	4,944.802	353.485
EDUARDO MARTÍNEZ E HIJOS SUCESORES S.A.	n.d.	n.d.	43,727	n.d.	n.d.	23,085	13,131	51,219	467.038	881
FARMASANITAS LTDA.	18,767	16,401	26,417	-332	694	22,906	20,768	44,198	-1,840.525	329.817
DROMAYOR BOGOTÁ S. A.	26,344	21,073	39,621	1,410	-593	21,376	16,601	43,595	-106.719	91.948
DROCOL S. A.	16,408	6,630	34,065	3,374	1,459	18,896	7,347	40,674	3842.72	907.699
GRUPO FARMA DE COLOMBIA S.A.	n.d.	n.d.	17,876	n.d.	n.d.	27,741	19,264	37,154	-1,156.358	189.364
WELLA COLOMBIANA S. A.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	27,231	7,197	34,991	3,716.930	195.003
GLOBOVENTAS S. A.	10,400	5,554	33,426	-562	86	10,596	5,667	33,000	-1,503.308	83.895
DISTRIBUIDORA PASTEUR S.A.	9,156	5,186	23,499	-362	260	11,376	6,726	31,094	-1,184.153	213.76
DROGUERÍA POPULAR S. A.	16,646	9,854	29,331	330	260	15,608	8,314	30,947	188.798	148.972
EVE DISTRIBUCIONES S.A.	8,515	5,619	20,008	814	581	11,813	7,787	27,826	286.638	305.083
DETAL S.A.	8,776	5,121	23,239	53	62	8,897	5,044	26,727	-344.02	75.212
S C JOHNSON Y SON COLOMBIANA S. A.	17,070	12,636	22,203	-4,153	-7,033	18,001	17,065	26,566	-1,555.982	301.706
FEDCO S. A.	39,172	33,721	17,350	393	540	52,518	39,325	26,451	1,215.935	413.404
WAKED INTERNACIONAL DE COLOMBIA LTDA.	16,122	5,030	11,854	-1,938	-2,836	19,693	5,972	25,647	1,604.611	197.668
JANSSEN CILAG S. A.	14,034	2,562	20,340	2,259	158	19,266	7,619	25,633	2,648.325	406.537
L'OREAL COLOMBIA S.A.	8,694	3,569	18,706	-3,122	-7,435	9,959	3,559	24,405	1,470.154	123.5
INMEDICAL & CIA. LTDA.	15,443	12,272	24,950	2,401	1,511	10,622	8,008	23,669	2,266.622	754.143
DROSAN LIMITADA	12,550	8,757	18,215	2,343	1,320	12,977	7,471	23,529	3,010.425	836.67
DROMAYOR PEREIRA S.A.	7,280	5,969	18,712	482	-1,517	8,404	6,644	22,355	1,392.733	87.255
GRUNENTHAL COLOMBIANA S. A.	22,654	8,486	20,543	-1,374	-1,415	27,906	8,189	22,234	-3,768.883	410.257
COMPañIA DE COSMÉTICOS VOTRE PASSION LTDA.	9,008	7,904	96,106	938	355	11,590	10,971	21,104	-751.269	-30.213
DROGUISTAS S.A.	7,224	5,076	14,898	1,567	591	10,001	6,921	21,059	2,538.687	547.7
EPSIFARMA S.A.	6,901	5,510	13,449	825	150	9,694	6,833	20,633	2,375.775	707.278
H. ADOLFO ALLERS & CIA. LTDA.	6,890	1,791	16,176	1,512	752	9,044	2,983	20,600	1,796.198	511.559
FARMACIA CÉSPEDES S. A.	8,915	5,093	19,112	-573	-884	9,509	7,043	20,126	-1,132.278	0
PASTEUR MERIEUX CONNAUGHT COLOMBIA S. A.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	5,481	4,361	19,903	1,339.178	106.947
DROGUERÍAS ELECTRA LTDA.	11,688	6,972	20,695	1,306	127	11,492	6,649	19,020	615.953	82.524
DISTRIBUIDORA FARMACÉUTICA ROMA S. A.	4,293	2,458	14,442	356	121	5,836	3,658	18,814	560.542	104.194
FARMACIA PASTEUR S.A.	6,734	1,514	12,461	213	80	7,911	2,130	18,149	536.233	93.025
ORGANON TEKNIKA COLOMBIANA S. A.	10,635	6,764	12,971	-1,581	-888	13,144	8,872	17,559	180.759	100
ASTRAZENECA COLOMBIA S. A.	n.d.	n.d.	9,418	n.d.	n.d.	18,201	13,589	17,471	1,444.257	241.862
MEMPHIS PRODUCTS S. A.	6,702	3,630	12,973	3,167	470	9,571	5,886	16,248	3,605.357	275
DROGAS SUCRE S.A.	7,485	3,722	13,878	1,064	278	8,918	4,077	15,824	1,661.612	285.391
BIOTOSCANA FARMA S.A.	6,609	5,676	6,466	-45	6	7,743	6,058	15,795	781.117	62.323
DISDROGAS LTDA.	6,138	1,902	15,563	191	-228	6,686	2,648	15,595	49.644	64.174
DRYPERS ANDINA Y CIA. S.C.A.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	21,681	26,838	15,586	-11,895.029	223.3
DEPÓSITO DE DROGAS PROFESIONAL S.A.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	7,486	4,590	15,326	-168.334	161.459
IND. FARMACÉUTICA UNIÓN DE VÉRTICES DE TECNOFARMA S.A.	5,929	3,904	11,303	1,481	405	9,159	6,832	15,093	2,167.973	542.404
LABORATORIOS ALCON DE COLOMBIA S. A.	6,815	2,300	11,930	289	2,014	11,242	5,784	14,955	-341.461	191.66
DROMAYOR S.A.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	6,060	4,101	14,417	764.873	272.079
UNIXA S.A.	5,292	3,662	11,800	455	298	5,312	3,719	13,939	236.342	143.508
DEPÓSITO DE DROGAS DEL NORTE S.A.	4,955	2,788	12,436	1,301	285	5,543	3,025	13,812	1,434.802	243
INVERSIONES DROPOPULAR S.A.	9,315	3,443	13,654	733	63	8,861	2,432	13,658	607.764	96.34
<b>TOTAL AGRUPACIÓN</b>	<b>935,661</b>	<b>556,557</b>	<b>1,598,680</b>	<b>40,362</b>	<b>-43,768</b>	<b>1,385,500</b>	<b>815,794</b>	<b>2,119,584</b>	<b>-273,699</b>	<b>24,975</b>

## ARTÍCULOS DE FERRETERÍAS CIFRAS BÁSICAS

ESTRUCTURA	FUENTE			
Número de establecimientos				
Al por mayor	7,036	Censo económico multisectorial, 1990		
Al por menor	9,418			
Número de empleados				
Al por mayor	35,302			
Al por menor	26,558			
<b>COYUNTURA</b>				
			<b>Variaciones del acumulado anual</b>	
	<b>Fecha último dato</b>	<b>Último</b>	<b>Seis meses atrás</b>	<b>Un año atrás</b>
Ventas reales	Jun-01	0.2	2.3	-13.4
Precios venta	Jul-01	13.8	13.0	13.3
Márgenes reales	Jul-01	0.4	-1.6	-3.9
			<b>Nivel (de 0 a 5)</b>	
Situación de las empresas	Jun-01	2,6	4,5	2,8
Existencias	Jun-01	3.1	1.1	0.1
Porcentaje de empresas con				
Problema de demanda	Jun-01	71	33	64
Problema de rotación de cartera	Jun-01	43	47	46
Costos financieros	Jun-01	5	9	5
<b>FINANCIERAS:</b> (se refieren al establecimiento tipo)				
		<b>2000</b>	<b>1999</b>	<b>1998</b>
Razón de endeudamiento		52.4	55.2	55.1
Ventas/activo		185.7	158.7	189.2
Costos y gtos oper./activo		175.4	158.5	186.6
Margen operacional		3.07	0.01	1.78
costo vtas/ventas		80.7	81.1	82.2
gtos. operac./ventas		22.4	24.3	21.1
Utilidad neta/patrimonio		6.8	7.8	9.4
<b>OTROS INDICADORES</b>				
Porcentaje de empresas con pérdida operacional		22.5	34.5	24.1
		<b>2001 II</b>	<b>2001 I</b>	<b>2000 II</b>
Calificación de riesgo		7.5	7.5	8.3

# Artículos de ferretería

## Resumen y conclusiones

A junio de 2001, las ventas de ferretería muestran una ligera reducción en la demanda durante el primer semestre del año. Mientras que las ventas de ferretería pesada para obras civiles mostraron un comportamiento positivo, la demanda de ferretería liviana se contrajo.

Aunque todavía a niveles muy bajos, los márgenes comerciales de esta agrupación se mantendrán estables este año. Esto junto con un moderado crecimiento en las ventas de ferretería pesada nos permite mantener su calificación de riesgo a un nivel de 7.5, ligeramente por debajo del promedio para el total del comercio (7.2).

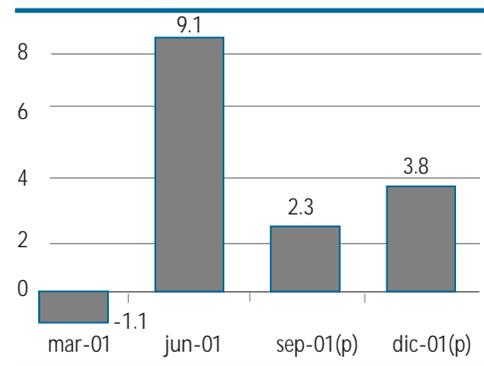
## Ventas

De acuerdo a las cifras del Dane, las ventas reales de ferreterías crecieron, a junio de este año, 4.0% frente a la caída de 9.0%, un año atrás. Buena parte del crecimiento se concentró en el segundo semestre del año pasado. Sin embargo, después de terminar el año con un crecimiento anual de 3.5%, en los primeros meses de este año se comenzaron a registrar tasas de crecimiento negativas entre los meses de febrero y mayo (en junio hubo una leve recuperación en el nivel de ventas).

El segmento de mejor desempeño en lo corrido del año es el de ferretería pesada (materiales tales como tubería estructural y lámina pesada). La ejecución de obras civiles, principalmente en Bogotá, contribuyó a la demanda por estos materiales. Por otra parte, la venta de ferretería liviana<sup>1</sup>, que depende de la industria, se vió afectada por una ligera reducción en la demanda. Para este año se espera que una modesta recuperación de la actividad edificadora (Anif estima un crecimiento de 8% para este año) también contribuya a mejorar la demanda.

Las tasas estimadas de crecimiento de las ventas para el segundo semestre son: 2.3 y 3.8%, para un promedio anual de 3.5%, ligeramente inferior a nuestra proyección de hace seis meses (4.2%).

CRECIMIENTO PROYECTADO DE LAS VENTAS FERRETERÍAS (%)



Fuente: Dane

VARIACIÓN DEL MARGEN EN FERRETERÍAS



Fuente: Anif

PROBLEMAS DE DEMANDA EN FERRETERÍAS Y MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN (%)



Fuente: Fedesarrollo

## Precios y márgenes

El componente de materiales del índice de costos de la construcción de vivienda creció 13.8% en julio pasado. Al mismo tiempo se observa una importante reducción en el crecimiento de los precios del productor en el mismo mes, con una tasa de 13.3% anual, frente a ajustes superiores a 18%, a finales del año pasado.

Por lo tanto, el margen de la agrupación moderó su caída en el primer semestre del año. Para julio, la variación anual es positiva (0.4%). Sin embargo, el nivel de los márgenes aún es bajo, después de casi dos años de descenso y tasas que llegaron al -8.8% anual.

## Problemas y situación de las empresas

Según la encuesta de Fedesarrollo, la situación de los comerciantes de ferreterías se empeoró en los últimos seis meses como lo indica una caída en la calificación de la encuesta de 4.5, en diciembre pasado, a 2.6 en junio. Esto se debe a la desaceleración que hubo en la demanda a comienzos de este año, a pesar del mejor comportamiento de los precios. La reducción en las ventas se reflejó a su vez en un incremento en el nivel de inventarios.

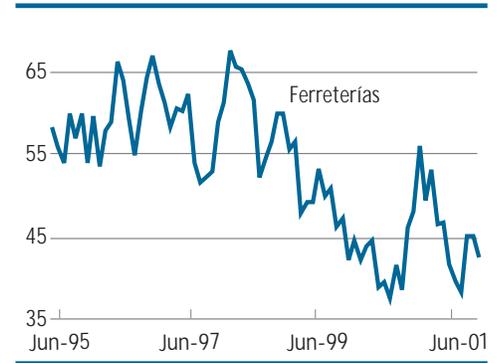
El problema de demanda sigue siendo importante y aumentó su impacto en los últimos meses, en junio 71% de los encuestados lo mencionaron frente a 33% en diciembre. Por su parte, el problema de rotación de cartera se mantiene en niveles de 43%, índice todavía alto.

En cuanto a la situación financiera de las empresas, en 2000 esta mejoró con respecto al año anterior. El margen operacional aumentó tres puntos (pasó de .01% en 1999 a 3.1% en 2000) y el nivel de endeudamiento se redujo de 55% a 52%. Esto se reflejará más adelante en menores gastos no operacionales y en consecuencia en una mayor ganancia neta para las empresas.

<sup>1</sup> El nivel de existencias se califica de 0 a 5, siendo 0 el más bajo nivel de existencias en la década de los noventa y 5 el más alto.

<sup>2</sup> La calificación de la situación económica va de 0 a 5, y refleja la percepción de los empresarios encuestados sobre la situación económica por la que pasa su actividad comercial. Entre mayor sea la calificación, se entiende que es más favorable la opinión de los comerciantes.

PROBLEMAS DE ROTACIÓN DE CARTERA (%)



Fuente: Fedesarrollo

EXISTENCIAS FERRETERÍAS (Desestacionalizada)



Fuente: Fedesarrollo

SITUACIÓN ECONÓMICA FERRETERÍAS



Fuente: Fedesarrollo

## RESULTADOS FINANCIEROS - PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE FERRETERIAS

Cifras en millones de pesos

Empresa	Activo 1999	Pasivo 1999	Ingresos operacionales	Utilidad operacional	Utilidad neta	Activo 2000	Pasivo 2000	Ingresos operacionales	Utilidad operacional	Ganancias y pérdidas
CACHARRERÍA MUNDIAL S. A.	126,033	58,900	243,725	14,681	-680	131,392	59,900	280,728	16,817	1,748
SODIMAC COLOMBIA S. A.	68,349	54,634	103,190	-6,566	-5,237	73,533	59,908	126,994	844	-995
ARCESA S. A.	27,922	21,563	75,938	-3,249	1,292	18,771	16,088	83,262	-3,863	55
CYRGO S.A.	14,677	2,871	31,528	207	300	18,624	3,457	41,288	1,442	800
FERRASA S. A.	16,358	961	27,989	689	348	23,691	2,445	41,183	1,311	328
MECANELECTRO S.A.	8,256	4,164	35,066	1,813	460	11,654	8,073	38,965	1,255	388
AGOFE LTDA.	15,461	3,165	21,946	-109	-460	18,900	5,369	37,280	1,242	513
TERMINADOS INDUSTRIALES S. A.	9,032	5,605	24,627	2,767	7	10,198	6,164	31,019	3,667	205
ALDIA S. A.	11,172	6,276	19,630	284	-204	14,036	8,400	27,927	642	156
DYNA Y CIA. S. A.	18,107	6,871	22,628	846	695	16,613	5,442	26,925	1,173	476
FAJOBE S.A.	9,082	5,162	17,744	1,189	-196	15,217	10,806	26,921	1,911	57
DISTRIBUIDORA ACERIAS PAZ DEL RÍO LTDA.	4,445	4,040	7,975	322	512	9,074	7,795	23,478	-518	8
FERRETERÍA LA CAMPANA S.A.	10,200	1,688	13,984	1,238	528	16,511	7,419	22,825	2,489	184
INVERSIONES Y MERCADEO S. A.	17,042	10,293	19,355	-1,964	945	18,830	11,644	22,730	-1,721	523
HIDELPAÍS DEL HIERRO S. A.	9,022	6,084	16,119	309	173	7,430	4,491	21,276	1,008	318
ENCHAPADOS DE COLOMBIA S. A.	13,242	9,305	10,326	1,696	-64	14,601	9,753	19,890	2,898	309
G Y J FERRETERÍAS S. A.	9,457	4,144	12,906	496	395	10,367	4,901	19,307	1,065	404
MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN VARLOP S.A.	14,408	6,244	14,979	1,089	-790	17,509	9,978	18,000	1,074	140
COVAL COMERCIAL S.A.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	5,748	4,617	17,012	549	99
FERRETERÍA MULTI - ALAMBRES LTDA.	2,483	792	8,345	216	13	4,765	2,659	16,884	591	205
CENTRAL DE HIERROS LTDA.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	6,348	3,680	15,725	671	226
ARTUNDUAGA VALDERRAMA Y CIA. S.C.	3,653	1,295	12,301	653	262	3,338	732	15,472	643	197
DISICO LTDA.	14,560	7,327	16,777	1,603	510	15,041	6,884	15,433	1,289	327
METAZA S. A.	9,735	5,363	11,047	871	-600	9,411	5,577	15,297	1,637	51
JEN S.A.	15,946	8,736	13,323	2,895	1,358	17,720	9,865	14,902	3,458	797
ARMETALES S.A.	3,081	744	10,554	334	246	4,572	1,920	14,572	445	172
MARPICO S. A.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	8,385	5,751	14,345	1,790	256
FERRETERÍA YACAMÁN S. A.	9,955	1,674	8,969	872	207	11,003	2,292	13,952	1,183	227
ALMACÉN SANITARIO LTDA.	4,666	1,713	12,434	596	224	4,769	1,846	13,855	631	160
BLACK Y DECKER DE COLOMBIA S.A.	7,933	1,294	10,197	-71	-1,007	9,307	1,614	13,636	1,231	180
CASA DE LA VÁLVULA LTDA.	9,525	6,550	11,520	1,820	670	10,183	6,724	13,563	2,383	472
G Y J FERREXPRESS LTDA.	6,315	4,098	10,365	160	114	5,709	4,125	13,259	572	112
G & J BOYACÁ S.A.	4,030	2,651	8,119	-79	100	3,877	2,533	13,255	469	196
DISTRICONDOR LIMITADA	3,426	1,259	10,338	500	282	4,080	1,369	12,619	801	199
COMERCIAL G Y J S.A.	5,476	3,367	9,699	184	38	5,590	2,988	12,580	874	276
ALFREDO STECKERL E HIJOS S. A.	23,242	14,469	13,229	-2,435	-3,801	21,890	15,680	12,259	-2,689	34
HIERROS COLOMBIA S.A.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	4,124	537	12,135	244	75
FERRETERÍA ESPAÑOLA Y CIA. LTDA.	12,594	6,152	8,652	1,274	421	14,566	5,511	12,020	1,335	272
FERROSVEL LTDA.	2,723	1,083	6,800	224	5	3,708	1,927	11,769	284	101
DYS LTDA.	2,462	924	8,009	-154	23	2,596	894	11,418	224	72
ARDISA S.A.	4,239	817	8,400	113	178	5,101	1,145	10,549	119	150
FERRETERÍA REINA S.A.	33,882	11,347	9,559	-691	-5,004	14,850	5,677	10,382	-44	402
ALTACOL-NORVENTAS S. A. ANSA S.A.	6,041	6,109	9,452	-681	-1,680	4,266	1,619	10,361	-734	1
IMPORTADORES EXPORTADORES SOLMAQ S.A.	6,659	824	8,355	1,352	196	6,667	704	10,306	1,365	372
IMPOFER IMPORTADORA DE FERRETERÍA LTDA.	6,815	1,632	7,277	957	290	9,637	2,064	10,220	385	143
DISTRIBUCIONES TORHEFE S. A.	4,991	1,308	6,007	889	416	7,879	2,873	10,130	1,840	550
FERRETERÍA TAMA S. A.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	3,130	1,248	10,119	294	119
ASISTENCIA TEC. DE MA. PARA LA CONSTRUCCIÓN LTDA.	4,311	1,970	9,499	455	149	5,657	1,756	9,939	438	95
VIDRIO ANDINO S. A.	32,335	4,392	6,299	-1,724	-542	35,862	5,502	9,927	-963	243
CASA DEL BOMBILLO NRO.3 LTDA.	2,494	1,311	6,101	405	162	3,888	2,409	9,657	353	144
<b>TOTAL AGRUPACIÓN</b>	<b>938,324</b>	<b>431,032</b>	<b>1,362,692</b>	<b>33,694</b>	<b>-9,141</b>	<b>1,109,495</b>	<b>524,553</b>	<b>1,868,705</b>	<b>68,399</b>	<b>20,860</b>

# VEHÍCULOS Y REPUESTOS

## CIFRAS BÁSICAS

ESTRUCTURA	FUENTE	
Participación en el gasto de la agrupación	%	
Bogotá	46.2	Encuesta de ingresos y gastos, 1995
Cali	14.2	
Medellín	11.6	
Barranquilla	2.4	
Resto (19 ciudades)	25.5	
Participación en el gasto de los hogares	2.1%	Encuesta de ingresos y gastos, 1995
Número de establecimientos		
Vehículos nuevos al por mayor y por menor	400	Censo económico multisectorial, 1990
Vehículos usados al por mayor y por menor	527	
Número de empleados		
Vehículos nuevos al por mayor y por menor	7,576	
Vehículos usados al por mayor y por menor	3,731	
Autopartes		
Establecimientos de autopartes	10,662	
Número de empleados autopartes	39,057	

### COYUNTURA

	Fecha último dato	Variaciones del acumulado anual		
		Último	Seis meses atrás	Un año atrás
Ventas reales (vehículos y repuestos)	Jun-01	-4.8	-7.9	-23.8
Precios venta	Jul-01	9.0	15.6	18.8
Márgenes reales	Jul-01	-1.6	4.2	-0.5
		Nivel (de 0 a 5)		
Situación de las empresas	Jun-01	2.1	1.7	2.1
Existencias	Jun-01	4.3	4.2	3.4
<b>Porcentaje de empresarios con:</b>				
Problema de demanda	Jun-01	45	57	49
Problema de rotación de cartera	Jun-01	7	9	14
Crédito bancario	Jun-01	21	21	22

### FINANCIERAS (se refieren al establecimiento tipo)

	2000	1999	1998
Obligaciones financieras/pasivo	39.8	41.3	45.6
Razón de endeudamiento	56.6	61.7	60.7
Ventas/activo	178.7	160.7	192.2
Costos y gtos oper./activo	176.3	162.8	188.0
Margen operacional	0.53	-1.48	1.20
costo vtas/ventas	81.0	80.6	82.3
gtos. operac./ventas	23.7	25.6	22.0
Utilidad neta/patrimonio	5.3	6.3	7.8

### OTROS INDICADORES

Porcentaje de empresas con pérdida operacional	38.0	42.0	29.6
--	------	------	------

	2001 II	2001 I	2000 II
Calificación de riesgo de vehículos	7.5	7.5	8.3
Calificación de riesgo de repuestos	6.3	6.3	7.0

# Vehículos y repuestos

## Resumen y conclusiones

La calificación de riesgo para el comercio de automotores se mantiene igual a la del último informe, en 7.5, debido a un mercado que no presenta signos de mejoría contundentes, y que se estabilizó alrededor de las 60,000 unidades anuales, a la caída en los volúmenes vendidos de automotores importados y a la debilidad que aún muestran los principales indicadores de la empresa tipo. Adicionalmente, la implementación de una política de carro popular similar a la de Venezuela, en la que se exigen del Iva algunos autos de baja cilindrada tanto nacionales como importados, aún se discute en el gobierno. El ambiente no parece propicio para tal medida debido a los compromisos adquiridos con el FMI en materia de déficit fiscal.

Las venta de repuestos presenta una calificación de riesgo de 6.3, menor en 0.9 puntos a la del comercio total, e igual a la del informe anterior. Se debe prestar atención a la desaceleración de la actividad en junio, y a la falta de demanda, que los comerciantes del ramo reportan con mayor insistencia.

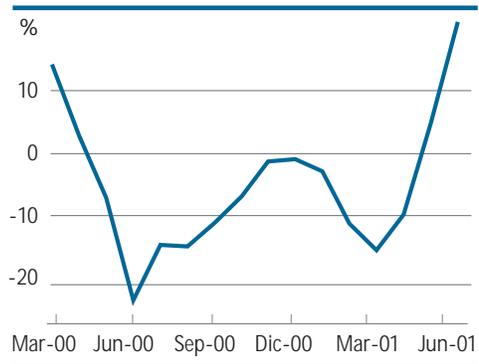
## Ventas

Las cifras del Dane muestran que el valor real de las ventas de vehículos, en lo acumulado del año hasta junio pasado, decreció en 3.1% anual, esto se debió a la caída que sufrieron durante los primeros tres meses del año. A partir del segundo trimestre las ventas mejoraron, hasta llegar a un aumento de 16.9% anual en junio, lo cual, sin embargo, no bastó para recuperar el terreno perdido en meses anteriores.

El valor real de las ventas de los repuestos y accesorios para vehículos varió durante el período enero – junio de 2001, 1.5%, frente al mismo período del año pasado, una cifra muy baja si se tiene en cuenta que durante el primer semestre de 2000 las ventas cayeron en 5.4% anual.

Desde 1999 las ventas al detal del sector automotor han sido del orden de las 60,000 unidades anuales, con un promedio de 5,000

VENTAS DE VEHÍCULOS  
Variación mensual suavizada (3m)



VENTAS DE REPUESTOS PARA VEHÍCULOS  
Variación mensual suavizada (3m)



vehículos vendidos al mes. Transcurridos ocho meses del año, la situación no ha variado demasiado, pues el número de unidades vendidas fue superior en apenas 1.2% con respecto al mismo período del año pasado, gracias al repunte en las ventas que se presentó a partir de junio.

Por tipo de vehículos, las ventas que más se contrajeron en el período enero-agosto fueron las de utilitarios, que lo hicieron en 22.4% anual, seguidas por las de pick ups, que cayeron 20.1%. Los vehículos cuyas ventas se comportaron bien hasta agosto, fueron los relacionados con transporte público: los comerciales de pasajeros con 24.2% de incremento anual y los taxis con 14.8%. Las ventas de automóviles particulares crecieron 4.3%, en lo corrido hasta agosto.

La pérdida de participación en el mercado de los vehículos importados continúa: hasta agosto de 2000 se vendieron 17,347 vehículos que representaron 43% de las ventas, un año más tarde las ventas ascendieron a 16,379 unidades perdiendo 3 puntos dentro de la participación. A la ganancia que en participación han tenido los automotores ensamblados en el país (que vendieron entre enero y agosto 24,130 unidades), en un mercado estancado, contribuyó una actitud más agresiva en el lanzamiento de nuevos modelos y el mejoramiento de algunos ya existentes.

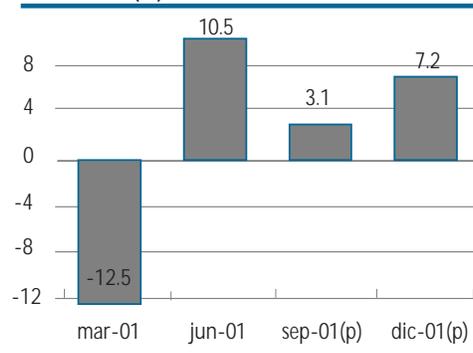
Las ventas de automóviles durante los dos últimos trimestres tendrán en contra una baja demanda interna reflejada en un bajo crecimiento del PIB (el cual creció apenas 1.6% anual durante el segundo trimestre, y que Anif estima crecerá en 2% al finalizar el año). Ayudan a las ventas los niveles moderados de tasas de interés y la tendencia a la baja que presentan, de igual manera colabora el menor ritmo de devaluación que se ha venido presentando a lo largo del año, y que en julio llegó a 6.7% nominal anual, lo cual evita mayores incrementos en los precios de los importados y en el material CKD utilizado en el ensamblaje nacional.

Anif proyecta un crecimiento en las ventas de vehículos repuestos y accesorios de 3.1% en el tercer trimestre y un repunte del 7.2% en el último trimestre. Anif estima que en promedio las ventas del sector crecerán en el año, 2.1%. El número de vehículos estará al finalizar el año, entre las 61,000 y las 62,000 unidades.

## Precios y márgenes

Los márgenes de las ventas de vehículos se redujeron 0.6% en julio, debido a que los precios de venta de los automotores se incrementaron por debajo de sus costos, (el IPC de vehículos creció 9.0% en julio, mientras el IPP lo hizo en 10.7%). Lo anterior indica que la ligera expansión de la actividad se ha dado

CRECIMIENTO PROYECTADO DE LAS VENTAS VEHÍCULOS (%)



Fuente: Dane

VARIACIÓN DEL MARGEN EN VEHÍCULOS (%)



Fuente: Anif

gracias a que los productores no han trasladado del todo los costos en los que incurren los consumidores.

## Situación económica y problemas

De acuerdo con la encuesta de comercio realizada por Fedesarrollo y Fenalco, y cálculos realizados por Anif, la calificación de la situación económica de las distribuidoras de automotores, en junio, fue muy baja (2.1), aunque mayor a la que se presentó seis meses atrás (1.7), en particular se resalta la trayectoria descendente de este indicador que se inició en abril.

Los mayores problemas que afectan al grupo son la falta de demanda (en junio 45% de los encuestados señaló este inconveniente) y el crédito bancario (21% lo indicó como la principal traba a la actividad). Estos son los mismos problemas que los comerciantes de este ramo mencionaban en el último informe, sin embargo, el porcentaje de quienes pensaban que la demanda y el crédito eran los principales limitantes era mayor (60% y 27% respectivamente).

Después de que en enero, los comerciantes de repuestos y accesorios para vehículos reportarán una buena situación económica (con una calificación de 4.1), en los meses siguientes la situación se fue deteriorando. En junio este indicador llegó a 1.9, debido a que la baja demanda es cada vez un mayor problema (en junio 44% lo mencionó como el principal obstáculo frente a 31% que lo hizo en enero). La rotación de cartera continúa siendo otro de los factores que más afectan a este ramo, sin embargo, su importancia se ha moderado pues en junio 39% de los encuestados la señaló como el principal problema, porcentaje inferior en siete puntos al de comienzos del año.

Aunque los indicadores financieros del año pasado fueron mejores a los de 1999, éstos siguieron reflejando varias debilidades en el sector dedicado a las ventas de vehículos. Si bien el porcentaje de empresas con pérdidas operacionales se redujo de 42% en 1999 a 38% en 2000, el nivel siguió siendo elevado, constituyendo el tercer ramo dentro de la actividad comercial con mayor número de empresas con pérdida operacional. El margen operacional mostró una mejoría al pasar de -1.48 a 0.53, no obstante, esta es una cifra baja si se compara con la de 1998 que fue de 1.20. Además, se debe tener en cuenta que en 2000 no hubo un repunte de ventas que hicieran posible una reducción en el margen por la vía de un mayor volumen tranzado, lo cual se reflejó en una relación Ventas/Activo de 178.7, cuando dos años atrás esta era de 192.2. La utilidad neta sobre el patrimonio continuó deteriorándose al pasar de 6.3 a 5.3, siendo la relación más baja dentro del total de sectores analizados, lo cual es reflejo de los bajos márgenes operacionales.

PROBLEMAS DE BAJA DEMANDA EN VEHÍCULOS



Fuente: Fedesarrollo

PROBLEMAS DE CRÉDITO VEHÍCULOS (%)



Fuente: Fedesarrollo

NIVEL DE EXISTENCIAS VEHÍCULOS



Fuente: Fedesarrollo

<sup>1</sup> El nivel de existencias se califica de 0 a 5, siendo 0 el más bajo nivel de existencias en la década de los noventa y 5 el más alto.

<sup>2</sup> La calificación de la situación económica va de 0 a 5, y refleja la percepción de los empresarios encuestados sobre la situación económica por la que pasa su actividad comercial. Entre mayor sea la calificación, se entiende que es más favorable la opinión de los comerciantes.

## SITUACIÓN ECONÓMICA VEHÍCULOS



Fuente: Fedesarrollo

## RESULTADOS FINANCIEROS - PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE VEHÍCULOS

Cifras en millones de pesos

Empresa	Activo 1999	Pasivo 1999	Ingresos operacionales	Utilidad operacional	Utilidad neta	Activo 2000	Pasivo 2000	Ingresos operacionales	Utilidad operacional	Ganancias y pérdidas
DAEWOO MOTOR COLOMBIA S.A.	62,367	77,698	116,822	-7,322	-18,198	67,431	79,194	126,377	10,267	0
DISTRIBUIDORA LOS COCHES LA SABANA S. A.	56,189	30,632	79,262	-1,781	136	49,860	31,899	106,004	400	582
COÉXITO S. A.	31,734	28,832	73,624	1,252	-2,510	40,690	36,765	97,027	4,092	254
DISTRIBUIDORA NISSAN S. A.	71,297	42,895	86,889	1,507	-3,449	81,195	47,774	87,347	6,585	324
BRIDGESTONE FIRESTONE COLOMBIANA S.A.	n.d.	n.d.	33,912	n.d.	n.d.	66,590	67,936	83,380	4,628	57
FORD MOTOR DE COLOMBIA SUCURSAL	39,388	33,727	58,943	-9,768	-16,635	40,276	34,194	81,436	2,305	8
DIDA COLOMBIANA S. A.	45,312	21,355	41,427	1,375	-608	52,932	25,627	67,875	4,657	387
MOTORES Y MÁQUINAS S. A.	52,716	19,000	67,039	2,509	347	59,951	24,767	45,335	4,489	479
PELAEZ HERMANOS S. A.	19,770	11,595	37,359	648	1,078	21,408	12,735	42,443	1,232	430
COMERCIAL INTERNACIONAL DE EQUIPOS Y MAQUINARIA S. A.	31,223	6,183	42,207	2,844	1,840	26,155	9,575	40,363	3,545	1,010
PIRELLI DE COLOMBIA S.A.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	23,065	16,271	39,223	2,569	30
DISTRIBUIDORA TOYOTA LTDA.	16,384	1,717	34,091	813	-225	19,895	2,992	39,037	1,107	300
MAZ-AUTOS LTDA.	9,660	4,066	28,810	-453	-11	11,348	5,301	36,019	-58	140
CONTINENTAL AUTOMOTORA S. A.	7,022	3,645	31,079	-950	307	8,639	4,885	35,937	-15	87
INTERNACIONAL DE VEHÍCULOS LTDA.	14,400	9,571	29,240	-2,923	135	19,043	13,083	35,387	-1,313	173
CASA TORO S. A.	48,840	14,218	20,480	-891	-718	50,591	15,827	34,005	2,822	305
AUTOLARTE S. A.	12,416	4,873	25,046	9	-466	12,875	6,152	33,347	-172	87
MOTORES DEL VALLE MOTOVALLE LTDA.	18,584	3,663	19,542	-838	-661	15,402	2,153	31,228	536	240
SANAUTOS S. A.	3,184	816	15,988	-1,062	-932	5,093	1,947	30,642	501	41
AUTOMOTORES LA FLORESTA S.A.	17,883	8,322	26,748	-1,100	-889	17,628	7,685	30,277	-170	49
ANTIOQUEÑA DE AUTOMOTORES Y REPUESTOS S. A.	17,066	9,166	22,415	1,055	-1,218	15,790	8,302	28,978	1,141	90
CHANEME COMERCIAL S.A.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	28,575	26,741	28,926	-2,556	62
CRUMP AMERICA S.A.	17,229	15,545	21,480	-1,386	-1,280	17,198	15,497	27,287	-301	44
MERCEDES BENZ COLOMBIA S. A.	47,237	30,017	17,081	-1,676	-4,322	38,132	33,443	27,169	-13,672	302
AUTONIZA LTDA.	13,531	7,429	26,850	60	-47	13,460	7,264	27,110	158	173
IMPORTADORA LTDA.	14,310	1,601	21,621	2,430	1,046	14,670	1,427	25,246	3,063	758
PROCAR INVERSIONES S. EN C. S.	1,779	937	17,055	-154	218	5,001	877	22,392	-582	191
COMPAÑÍA AUTOMOTRIZ DIESEL S. A.	5,942	4,458	16,167	-196	-245	7,336	5,618	22,117	200	23
KIA PLAZA S.A.	9,013	7,122	15,011	20	-637	8,877	6,663	20,532	1,465	40
AUTOPACÍFICO LTDA.	8,132	4,290	14,121	-118	-267	10,966	6,942	20,402	53	52
AUTOMOTORES LA CALLEJA S. A.	12,604	11,667	17,973	-2,235	-4,791	14,226	13,444	19,953	-254	20
CASA BRITÁNICA S.A.	8,886	2,022	14,847	384	30	9,035	1,665	19,833	67	138
AGENCIA DE AUTOMÓVILES S. A.	8,579	4,908	18,334	-1,150	-1,598	9,986	5,567	18,682	-186	60
COMERCIALIZADORA DE AUTOS MAR S. A.	6,808	2,147	15,837	-638	-247	6,858	2,312	18,679	-318	70
CENTRO AUTOMOTOR DIESEL S. A.	15,604	1,338	14,588	-740	178	14,847	586	18,566	-530	0
COLWAGEN S.A.	4,440	2,162	8,554	-346	-374	5,998	2,531	18,500	670	126
AUTOMOTORA NACIONAL S. A.	23,815	15,635	16,613	-1,238	5,468	21,882	16,935	17,924	-887	143
INTERNACIONAL DE LLANTAS S.A.	n.d.	n.d.	11,196	n.d.	n.d.	8,475	4,937	17,890	608	407
DIESEL ANDINO S.A.	6,723	4,931	9,748	-231	39	7,085	5,082	17,614	367	51
AUTOSUPERIOR LTDA.	6,304	5,682	13,869	-353	-527	7,037	5,568	16,801	-67	10
AUTOMOTORES SAN JORGE LTDA.	4,947	3,440	13,419	-104	-209	5,203	3,193	16,782	-98	24
COUNTRY MOTORS S.A.	8,341	4,749	14,128	966	13	8,584	5,072	16,415	773	74
YOKOMOTOR S.A.	16,522	3,651	18,709	423	56	17,691	3,575	16,342	-147	152
CAMPEROS DE SANTANDER S. A.	4,544	3,618	14,763	99	-561	4,572	3,454	16,201	501	24
MOTORYSA CAMPEROS S.A.	4,479	2,927	18,768	-1,637	-1,065	4,019	2,686	15,944	-101	26
CALIMA DIESEL LTDA.	4,535	2,059	10,374	52	-784	5,934	3,424	15,494	502	67
MAZKO S. A.	5,652	929	10,617	-54	152	6,671	1,067	15,372	138	163
LYRA MOTOR'S LTDA.	8,708	5,237	12,117	-473	-293	9,064	5,330	15,191	-26	163
MAYORAUTOS S.A.	4,606	2,127	8,533	117	-135	5,740	2,777	15,178	402	74
AUTOMOTORA NORTE Y SUR LTDA.	3,393	1,743	12,985	62	-65	3,495	1,781	14,655	221	90
<b>TOTAL AGRUPACIÓN</b>	<b>1,500,329</b>	<b>826,675</b>	<b>2,188,921</b>	<b>-26,390</b>	<b>-94,693</b>	<b>1,800,354</b>	<b>1,080,309</b>	<b>2,887,292</b>	<b>62,344</b>	<b>19,588</b>

## COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES CIFRAS BÁSICAS

ESTRUCTURA	FUENTE			
Distribución regional del consumo de gasolina de los hogares:				
Bogotá	45.7			
Cali	15.7			
Medellín	9.3			
Barranquilla	4.7			
Bucaramanga	3.9			
Resto (19 ciudades)	20.6			
Distribución regional del consumo de lubricantes de los hogares:				
Bogotá	58.8			
Cali	11.7			
Medellín	8.1			
Bucaramanga	3.1			
Barranquilla	2.9			
Resto (19 ciudades)	15.3			
Participación en el gasto de los hogares	1.0%	Encuesta de ingresos y gastos, 1995		
Número de establecimientos				
Al por mayor	204	Censo económico multisectorial, 1990		
Al por menor	432			
Número de empleados				
Al por mayor	2,158			
Al por menor	3,190			
<b>COYUNTURA</b>				
		Variaciones del acumulado anual		
	Fecha último dato	Último atrás	Seis meses atrás	Un año
Ventas reales de combustibles líquidos	May-01	-6.6	-7.7	-10.1
Precios venta de la gasolina regular y ACPM	Ago-01	12,3	30,1	35,5
Márgenes reales (gasolina y ACPM)	Ago-01	2.9	-0.7	-3.2
<b>FINANCIERAS</b> (se refieren al establecimiento tipo)				
		<b>2000</b>	<b>1999</b>	<b>1998</b>
Razón de endeudamiento		58.7	56.6	56.7
Ventas/activo		192.8	171.4	182.9
Costos y gtos oper./activo		188.6	165.4	182.6
Margen operacional		2.05	-0.09	0.27
costo vtas/ventas		85.3	82.6	84.2
gtos. operac./ventas		18.4	21.6	20.2
Utilidad neta/patrimonio		5.6	8.5	7.7
% de empresas con pérdida operacional		28.6	31.9	26.9
<b>OTROS INDICADORES</b>				
Porcentaje de empresas con pérdida operacional		28.6	31.9	26.9
		<b>2001 II</b>	<b>2001 I</b>	<b>2000 II</b>
Calificación de riesgo		5.4	5.9	5.2

# Combustibles y lubricantes

## Resumen y conclusiones

Los comerciantes de la agrupación tienen a su favor el hecho de haber mantenido niveles de endeudamiento relativamente bajos durante varios años y una mejora en el margen operacional en 2000. Sin embargo, el fracaso de la política de liberación de precios, la creciente presión de las ventas ilegales y la debilidad de la demanda interna, han complicado su situación este año.

Tomando en cuenta lo anterior, la calificación de la agrupación aumenta a 5.5, una décima por encima de la de hace seis meses. Aunque se mantiene como la más baja entre las calificaciones, este resultado implica una desmejora relativa respecto al comercio en conjunto, que mantuvo su calificación en 7.2.

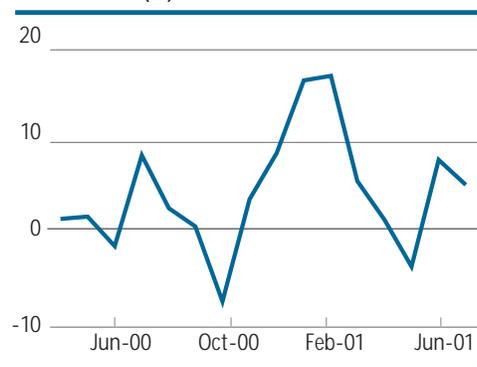
## Ventas

Las ventas de combustibles se encuentran entre las más duramente golpeadas en los últimos meses. De hecho, la agrupación exhibe el período más intenso y prolongado de depresión de las ventas desde que se registran las cifras de consumo de combustibles. Con una variación de  $-6.6\%$  anual en el acumulado de doce meses a mayo; ya son 31 meses consecutivos de caída en el indicador.

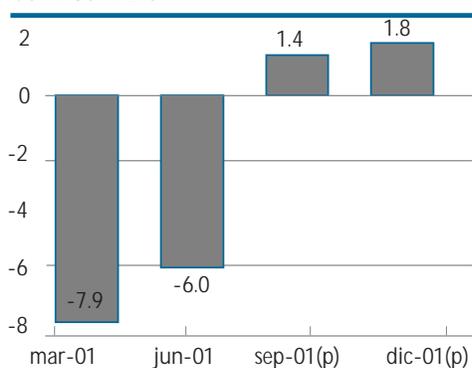
La demanda no ha podido repuntar y hay tres elementos que explican este pobre desempeño: 1) los elevados ajustes en precios de combustibles (en particular de la gasolina); 2) el bajo crecimiento económico y el alto desempleo, que han repercutido negativamente en el ingreso de los hogares; 3) esta es la única agrupación en la que el problema de contrabando se ha agudizado, ganando terreno frente a las ventas legales.

El único combustible cuyo consumo muestra dinamismo es el ACPM. Como se mencionó hace seis meses, una parte de este crecimiento no es real, porque se debe a la contabilización en las cifras de Ecopetrol del consumo de empresas que antes importaban directamente y que por lo tanto no figuraban en las estadísticas. Pero, el desempeño de este combustible también se

VARIACIÓN MENSUAL SUAVIZADA (3M)  
LUBRICANTES (%)



CRECIMIENTO PROYECTADO DE LAS VENTAS  
COMBUSTIBLES



Fuente: Dane

debe a los efectos favorables de la demanda generada por la actividad transportadora e industrial vinculada con las exportaciones y a un menor crecimiento de su precio.

Por su parte, de acuerdo con las cifras reportadas por el Dane, las ventas de lubricantes han crecido a un ritmo de 2.7% anual en el primer semestre, una tasa más baja que la del promedio del segundo semestre del año pasado.

Las perspectivas de un modesto crecimiento de la economía, un entorno desfavorable para reducir los precios de la gasolina y para continuar con los bajos ajustes del ACPM y la permanencia de los elevados niveles de contrabando, impedirán un repunte rápido de las ventas legales de los productos de la agrupación en los próximos meses. Teniendo esto en cuenta, se prevé un crecimiento real de 1.4% y 1.8% anual para el tercer y cuarto trimestre respectivamente y, como resultado, el crecimiento promedio para todo el año será de -2.7% anual.

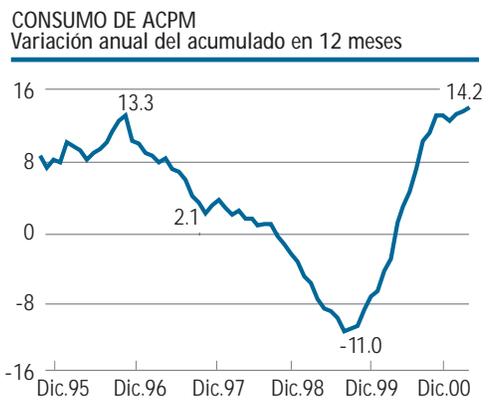
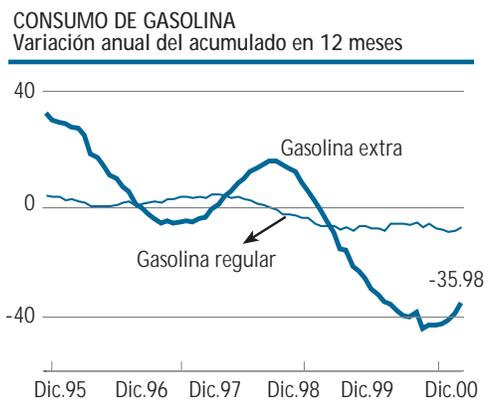
## Precios y márgenes

Los márgenes de los combustibles han mejorado a partir de abril de este año. Entre ése mes y agosto, el Ministerio de Minas ha autorizado dos aumentos en los márgenes de mayoristas y minoristas del mercado regulado, que han representado un aumento promedio anual en lo corrido entre enero y agosto, de 1%. A pesar de esta mejora reciente, los incrementos no compensan las caídas observadas durante el año pasado.

Los precios de venta al público de la gasolina corriente han moderado su crecimiento: de tasas superiores al 30% anual en el primer trimestre de año, pasaron a crecer en agosto 12.6%. Por su parte, los del ACPM, que venían ajustándose con tasas moderadas, continuaron con una tendencia descendente y en agosto apenas crecieron 7.1%. Las tasas no podrán bajar más, debido a las restricciones de presupuesto de Ecopetrol. En particular, en el caso de ACPM hay un rezago importante entre los precios internacionales y el doméstico.

La política de liberación de precios iniciada en 1999 se ha desdibujado completamente. El principal obstáculo para la liberación ha sido la distorsión creada por la entrada de combustibles de contrabando, especialmente del mercado venezolano. Pero también la debilidad de la demanda interna y un prolongado período de elevados precios internacionales del petróleo y sus derivados, han dificultado este proceso. Todo esto ha impedido lograr las mejoras esperadas en los márgenes del sector.

Por otro lado, el peso de los impuestos sobre los precios, disminuyó a partir de agosto, cuando se redujo la base de cálculo del



impuesto global a la gasolina y el ACPM. Esto tuvo como resultado una reducción de 9% en la carga impositiva total y puede tener un impacto favorable bien sea en los márgenes de los comerciantes de los mercados no regulados o en la demanda, en los casos en que la reducción del impuesto se traslade al precio de venta final.

## Problemas y situación de las empresas

El mayor problema de la agrupación es el contrabando, que según estimaciones de empresas mayoristas representa ahora alrededor de 13% de las ventas totales de combustibles. Esta dificultad no podrá disminuir en el corto plazo, puesto que el incentivo económico para realizar importaciones ilegales es inmenso: el precio de la gasolina más barata en Colombia triplica el de la más costosa en Venezuela. En menor grado, aunque también es un problema que ha venido en ascenso, las ventas legales se ven afectadas por el tráfico de combustibles robados, cuyo valor representa 2% del consumo total.

En cuanto a la situación financiera de las empresas de la agrupación, el año pasado hubo un moderado aumento en la razón de endeudamiento que pasó de 56.6% a 58.7%, que de todas formas se mantiene entre las más bajas en el comercio. Afortunadamente esto se dio acompañado de una mejora en el margen operacional. Como se vio en la sección sobre precios y márgenes, la mayor rentabilidad operacional en 2000 no pudo estar asociada a las ventas de combustibles, que por el contrario vieron deteriorados sus márgenes en este período. Son otras líneas de las estaciones de servicio las que reportaron mayores ganancias: talleres, cambio de llantas, tiendas de conveniencia, entre otros.

CONSUMO DE COMBUSTIBLES LÍQUIDOS  
Variación anual del acumulado en 12 meses



## RESULTADOS FINANCIEROS - PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE COMBUSTIBLES

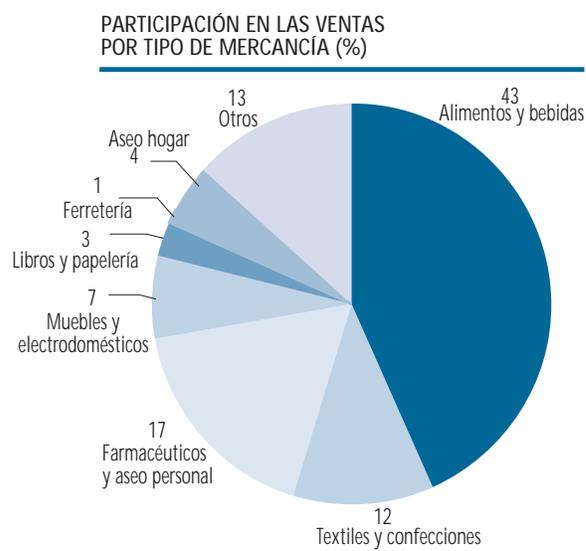
Cifras en millones de pesos

Empresa	Activo 1999	Pasivo 1999	Ingresos operacionales	Utilidad operacional	Utilidad neta	Activo 2000	Pasivo 2000	Ingresos operacionales	Utilidad operacional	Ganancias y pérdidas
EXXONMOBIL DE COLOMBIA S. A.	356,064	189,245	1,306,412	13,799	-14,165	409,021	221,772	1,546,689	3,432	5,356
ESSO COLOMBIANA LIMITED	401,060	280,002	1,131,739	-24,874	18,535	448,734	311,793	1,529,091	-9,447	1,240
TEXAS PETROLEUM COMPANY	391,238	391,022	917,115	-12,327	6,971	622,104	527,318	1,348,891	129,282	70,930
TERPEL DE LA SABANA S. A.	62,461	30,880	289,886	7,185	2,428	74,628	37,265	398,154	7,875	2,454
ESTACIÓN TERM.DE DIST. DE PROD. DE BUCARAMANGA	131,996	37,679	225,129	12,038	5,919	149,631	62,380	283,537	13,123	3,708
PLANTA TERMINAL DE DIST.DE P.DER.DEL CENTRO	96,126	27,809	206,656	8,633	5,527	113,757	33,369	273,986	10,734	3,185
TERPEL SUR S.A.	62,476	28,136	210,990	7,818	4,663	73,788	32,299	263,492	8,083	3,385
PLANTA TERM. DE DIST. DE PETR. ANTI.	80,157	26,565	178,699	1,529	3,096	84,828	26,593	256,896	7,348	2,673
TERMINAL DE DISTRIB. DE PRO. DE PETRÓLEO DEL NORTE S.A.	61,955	25,346	161,940	3,198	1,351	72,362	31,846	213,328	3,715	834
TERPEL DEL OCCIDENTE S. A.	44,213	24,272	111,605	3,635	2,093	54,463	28,592	159,352	3,926	1,225
AUTOMARKET LIMITED	3,786	4,534	75,009	87	-138	8,223	8,931	139,203	411	19
GAS NATURAL COMPRIMIDO S. A.	0	0	0	0	0	33,656	6,744	33,558	11,092	3,896
JUANBE CENTRO MUNDIAL DE LLANTAS LTDA.	10,502	4,785	17,224	49	286	11,654	5,374	19,689	-103	156
LUBRIFLUIDOS DE COLOMBIA S.A.	8,150	4,566	17,895	652	-297	9,148	5,219	19,048	668	63
ASOCIADOS DISTRIB. DE DERIVADOS DEL PETRÓLEO LTDA.	3,721	1,593	12,096	339	217	5,494	1,656	18,916	323	107
PETROCOMERCIALIZADORA S.A.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	1,105	829	17,815	125	4
HERRAMIENTAS, SUSENSIONES Y COMBU. S.A. -HERSUCO S.A.	936	776	13,332	115	12	1,425	922	17,346	128	24
AEROCOMBUSTIBLES DE COLOMBIA AECA LTDA.	4,752	2,528	10,575	660	99	5,931	3,362	15,688	570	80
ORLANDO RIASCOS Y CIA. S. EN C.	8,554	2,244	10,522	133	500	9,123	2,120	14,486	-38	228
UNIÓN PANAMERICANA DE INVERSIONES LTDA.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	572	319	14,049	65	9
A.B.A.CENTRAL DE COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES CIA. S. EN C.	2,780	1,386	6,376	115	69	3,341	1,864	12,508	105	67
MASTER LTDA.	6,478	2,758	10,253	534	346	7,343	3,152	12,090	500	309
CONSULTORES MINEROS LTDA.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	3,349	2,323	11,892	638	259
LUBRICANTES DE LA SABANA S.A..	2,885	523	9,561	507	215	3,385	551	11,866	838	263
CORPORACIÓN DE TRANSPORTADORES NARIÑENSES S.A.	4,263	990	8,621	564	243	4,354	1,143	10,436	334	145
COMERCIALIZADORA LLANTAS UNIDAS LTDA.	2,720	1,555	6,234	548	268	4,391	2,812	10,159	684	210
EXPRESO BOGOTANO S. A.	4,225	2,451	6,539	-340	37	5,264	3,745	9,933	-282	24
ZAPATA Y VELASQUEZ LTDA.	1,714	1,140	414	98	21	1,630	965	9,811	140	34
ANIBAL ARANGO S. Y CIA. S. EN C.	16,889	5,525	6,845	260	661	10,749	4,982	9,752	-10	64
NUEVA TRANSPORTADORA DE BOGOTÁ S.A.	3,217	1,728	6,832	-133	32	4,950	3,690	9,713	-360	13
LA RUEDA S.A.	5,045	2,429	6,940	-58	49	5,752	3,030	9,123	41	45
INVERSIONES BETCO S.A.	37,873	30,938	11,221	-2,290	-4,685	35,019	33,685	9,117	-1,484	0
REPUBLICANA DE TRANSPORTES S.A.	1,849	772	7,533	-92	40	3,206	1,298	9,094	-102	11
A.M.H. SERVICIOS LTDA.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	724	551	8,976	10	13
PRODUCTOS PETROLEROS INDUSTRIALES LIMITADA	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	2,692	1,213	8,714	243	62
HERNANDO ARTUNDUAGA P. E HIJOS S.C.A.	8,622	2,078	6,417	873	24	8,627	2,022	8,574	1,734	66
FLOTA LA MACARENA S. A.	14,845	7,623	7,469	-1,471	149	16,085	9,076	8,227	-1,610	99
SERVICENTRO EL TESORO S.A.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	499	291	7,983	86	12
GUYAMA LTDA.	293	133	6,547	34	17	323	141	7,433	31	9
ESTRELLA DEL SUR	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	1,126	1,031	7,305	61	5
COMBUSTIBLES Y SERVICIOS LAS MURALLAS LTDA.	407	238	5,369	17	22	433	229	7,119	25	24
FIF Y CIA. LTDA.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	470	471	7,099	0	7
CENTRAL TÉCNICA DE LLANTAS S. A.	4,078	3,236	6,801	-300	-582	3,336	2,497	6,715	-24	15
INVERSIONES EL DIAMANTE S.A.	4,580	1,579	5,918	373	194	5,135	2,018	6,548	181	54
LA GLORIETA LTDA.	727	421	6,153	82	102	752	372	6,471	15	12
COMPañÍA METROPOLITANA DE TRANSPORTES S.A.	2,359	1,928	5,202	94	15	2,630	2,200	6,273	78	10
INVERSIONES CORO LTDA.	1,038	665	4,904	-393	23	1,282	866	6,172	-136	35
DIEGO LÓPEZ T & CIA. LTDA. SERVICIO UNIROYAL	6,173	6,775	7,094	-555	-104	4,845	5,744	6,106	-339	0
DISTRIBUIDORA DE LUBRICANTES S.T.M. LTDA.	1,349	355	6,894	219	70	1,521	410	6,038	212	33
DISTRILLANTAS S.A.	3,021	451	5,038	290	83	3,081	338	5,787	346	63
<b>TOTAL AGRUPACIÓN</b>	<b>1,959,699</b>	<b>1,203,994</b>	<b>5,168,158</b>	<b>20,601</b>	<b>30,726</b>	<b>2,444,670</b>	<b>1,498,883</b>	<b>6,958,729</b>	<b>191,944</b>	<b>102,808</b>

# Grandes almacenes

## Cobertura y características

Los grandes almacenes incluidos en este estudio corresponden a almacenes de cadena y almacenes distribuidos por departamento con ventas anuales mayores o iguales a \$20 mil millones. Se incluyen supermercados e hipermercados que combinan el formato de supermercados y tiendas de bodega (ventas al por mayor). De acuerdo con la información de la Superintendencia de Sociedades, la Superintendencia de Valores y la Superintendencia del Subsidio Familiar, el número de almacenes privados que cumple con estas características es de quince y el número de Cajas de Compensación Familiar es de diez.



## Evolución reciente

En 1999, después de sufrir una contracción en la demanda como consecuencia de la mala situación económica del país, los grandes almacenes dan algunas señales de recuperación. Luego de caer -4.2% en términos reales en 1999, las ventas crecieron 7.8% real en 2000. A su vez el segmento de grandes almacenes se ha caracterizado por un ambiente agresivo de competencia con la entrada de nuevos agentes extranjeros y las recientes estrategias de los almacenes nacionales caracterizadas por adquisiciones y fusiones.

Esta tendencia la confirman también las cifras del Dane, según las cuales las ventas de los grandes almacenes e hipermercados<sup>1</sup> crecieron en el primer semestre de 2001 5.2% en términos reales frente al mismo período del año anterior.

## Situación financiera

**Ventas.** Mientras que en 1998 las cadenas privadas analizadas registraron en promedio un crecimiento

en las ventas de 2.1% real, en 1999 cayeron 4.2% real. Para 2000 hubo una importante recuperación con un crecimiento en las ventas de 7.8% real. Todas las empresas analizadas registraron incrementos en sus ventas frente a los resultados de 1999. El año pasado, las empresas que más crecieron fueron en su orden: Carrefour, Almacenes Máximo, Ramal S.A, Almacenes Flamingo y Makro. En el caso de Almacenes Máximo y Almacenes Flamingo, estos habían registrado pérdidas en sus ventas un año atrás. Sólo una empresa (Comercializadora de Colecciones) registró una caída en su nivel de ventas en 2000, aunque en menor magnitud que la caída registrada en 1999.

**Rentabilidad.** Diez de las quince empresas analizadas registraron un incremento en la razón ventas/activo y el promedio aumentó de 169 veces a 180 veces. Aunque en promedio hubo una ligera recuperación del margen operacional (pasó de 1.7% en 1999 a 2.0% en 2000), mientras que en 1999 cinco empresas registraron pérdidas operacionales, en 2000 siete empresas tuvieron resultados negativos. Para algunas empresas el esfuerzo de reduc-

ción de costos de ventas y gastos operacionales, dio como resultado una ligera recuperación en el margen. Sin embargo, para otras, las pérdidas operacionales -a pesar del incremento en las ventas- se explican por la agresiva actividad promocional como estrategia para aumentar el volumen de ventas. El incremento en la venta de productos con marca propia a precios más económicos, también influye sobre los bajos márgenes. Un estudio reciente de Fenalco muestra que aunque el volumen de ventas ha aumentado, la facturación ha disminuido<sup>2</sup>. Es decir, los almacenes sacrifican su margen de ganancia por aumentar volumen. Por tal razón, en algunos casos, la mayor rentabilidad del activo (en promedio pasa de 1.0% a 2.8%) se debe a una mayor rotación en las ventas a costa de bajos márgenes de ganancia.

Por su parte, las Cajas de Subsidio crecieron en promedio 1.3% real frente a una caída de 6.3% real en 1999.

El nivel de ventas de las Cajas de Subsidio se ve en parte afectado por una caída de los precios ya que, a raíz de la mayor competencia en este segmento y la contracción en la demanda, los almacenes se han visto obligados a realizar descuentos y actividades promocionales. De esta manera, aunque se logra un aumento en el volumen de ventas con respecto al año anterior, cae el nivel de ingresos operacionales (el margen operacional promedio es de -0.5%). Seis de las ocho Cajas de Subsidio analizadas tuvieron pérdidas operacionales en 2000. Las recientes estrategias de los almacenes nacionales y la entrada de nuevos competidores extranjeros dentro del segmento de almacenes de cadena e hipermercados, siguen afectando el negocio de las Cajas de Subsidio.

**Endeudamiento.** Debido a que en este tipo de negocio se manejan márgenes de ganancia relativamente bajos, los niveles de endeudamiento no pueden ser muy altos por el impacto que estos tendrían sobre la utilidad neta de la empresa. Para el promedio de empresas analizadas, la razón de endeudamiento (pasivo total/activo total) disminuyó tres puntos porcentuales (51%) con respecto al año anterior, a pesar de las recientes adquisiciones y los planes agresivos de expansión y renovación por parte de los almacenes más grandes.

Los niveles de endeudamiento financiero (deuda financiera total/patrimonio) también se han podido mantener en niveles bajos (25%) y registran una ligera reducción frente al año anterior. Esto se debe, en el caso de algunas empresas, a la entrada de capital fresco. A pesar de sus planes agresivos de expansión, las grandes cadenas como Almacenes Éxito y Carulla Vivero mantienen bajos niveles de apalancamiento financiero (Almacenes Éxito pasó de un apalancamiento financiero de 7.6% en 1998 a 0.4% en 2000). Almacenes Éxito recibió una inyección de capital por parte de la empresa francesa Casino en 1998. Por su parte, Carulla se capitalizó con la entrada del Fondo de Inversión norteamericano Newbridge.

Otra explicación para los bajos niveles de deuda financiera es el mayor uso de fuentes alternas de financiación. Es el caso del aumento en el período de pago a proveedores. En promedio, el ciclo de pago en los grandes almacenes aumentó en 2000 con respecto al año anterior (de 67 días en promedio en 1999, pasó a 77 días el año pasado).

**Participación en el mercado.** Dentro de la muestra de grandes almacenes con ventas por encima de \$20 mil millones en 1999, las cinco cadenas con mayor nivel de ventas concentran el 70% de las ventas. La mayor participación la registra Almacenes Éxito con ventas de \$1.5 billones, seguida por Cadenalco con ventas de \$1.3 billones. Teniendo en cuenta la participación mayoritaria que tiene el Éxito en Cadenalco, puede decirse que 38% de las ventas de los grandes almacenes son de un mismo grupo económico. Con el plan de apertura de nuevos almacenes en el mediano plazo, es muy probable que su participación siga aumentando.

El alto nivel de ventas de Éxito y Cadenalco también se traduce en un mayor margen de ganancia, ya que las empresas adquiere mayor poder de negociación con proveedores. Ambos almacenes aumentaron su margen de ganancia operacional el año pasado con respecto a 1999.

Vale la pena destacar también la participación que ganó Carulla al fusionarse con Almacenes Vivero. Con un nivel de ventas de \$933 mil millones, la nueva empresa cuenta con una participación de 12.5%,

el cuarto almacén más grande en términos de ventas. Como en el caso del Éxito, el agresivo plan de Carulla de abrir más almacenes, también resultará en una mayor participación. A pesar de haber entrado tan solo hace dos años al mercado de Bogotá, Carrefour ya cuenta con una participación de 3.4% entre los almacenes analizados y se ubica en octava posición por nivel de ventas.

El riesgo que se presenta para algunas compañías catalogadas dentro de este segmento, es que si la demanda no crece al mismo ritmo que la expansión de almacenes, la mayor participación que adquieren algunas compañías necesariamente será a costa de otras. Así se dará una redistribución del mercado y el segmento de grandes almacenes e hipermercados se verá cada vez más concentrado entre aquellas compañías con mayor fuerza y solidez (aquellas por ejemplo con buen respaldo financiero, buena integración y presencia de capital extranjero, entre

otros). Otras empresas desaparecerán o se verán en la obligación de fusionarse o de buscar socios para defender su participación.

Entre las empresas que han perdido participación se encuentra la Caja de Subsidio Cafam (pasó de 7.5% en 1999 a 7.0% en 2000). Esto se debe a la fuerte competencia que debe enfrentar en el mercado de Bogotá con la apertura de los almacenes Carrefour y los agresivos planes de expansión de Almacenes Éxito. Sin embargo, es importante anotar que Cafam emprende actualmente un plan de expansión para defender su posición en el mercado.

<sup>1</sup> La muestra de grandes almacenes e hipermercados del Dane incluye aquellas empresas con ventas superiores a \$7 mil millones.

<sup>2</sup> Tendencias del retail en Colombia y en el Mundo. Góndola 2000 (Simposio Internacional de Supermercados, Almacenes de Cadena, Autoservicios y Proveedores).

## PARTICIPACIÓN DE MERCADO

	Ventas 1998	Participación (%)	Ventas 1999	Participación (%)	Ventas 2000	Participación (%)
ALMACENES ÉXITO S.A.	1,211,874	20.1	1,297,713	20.4	1,497,242	20.1
GRAN CADENA DE ALMACENES COLOMBIANO	1,122,441	18.6	1,163,182	18.3	1,337,739	18.0
SUPERTIENDAS Y DROGUERÍAS OLÍMPICA	868,469	14.4	872,734	13.7	1,007,876	13.5
CARULLA	477,751	7.9	474,452	7.5	933,349	12.5
VIVERO	208,379	3.4	240,312	3.8	N.D	N.D
CAFAM	480,536	8.0	481,685	7.6	521,657	7.0
CACHARRERÍA LA 14 S. A.	427,264	7.1	423,434	6.7	491,736	6.6
COLSUBSIDIO	230,965	3.8	238,928	3.8	274,369	3.7
GRANDES SUPERFICIES DE COLOMBIA S. A.	N.D	N.D	153,108	2.4	249,716	3.4
MAKRO DE COLOMBIA	184,396	3.1	193,795	3.1	231,989	3.1
COMFAMA	172,368	2.9	182,079	2.9	198,939	2.7
COMFANDI VALLE	101,634	1.7	106,232	1.7	118,746	1.6
ALMACENES YEP LTDA.	85,488	1.4	82,270	1.3	92,238	1.2
MERCADOS DE FAMILIA S. A.	75,619	1.3	74,236	1.2	84,219	1.1
COMFARISAR	69,438	1.1	67,777	1.1	71,511	1.0
ENRIQUE DELGADO GÓMEZ SUCESORES LTDA	67,959	1.1	54,351	0.9	63,148	0.8
ALMACENES FLAMINGO	55,986	0.9	51,849	0.8	62,566	0.8
TIA LTDA	57,792	1.0	51,524	0.8	53,380	0.7
ALMACENES MÁXIMO S. A.	31,006	0.5	27,930	0.4	34,217	0.5
CAJASAN SANTANDER	27,016	0.4	27,499	0.4	29,587	0.4
RAMAL S. A.	19,278	0.3	23,001	0.4	27,858	0.4
FENALCO SANTANDER	19,701	0.3	20,625	0.3	25,212	0.3
CCF DE CALDAS	19,305	0.3	22,635	0.4	24,350	0.3
COMERCIALIZADORA DE COLECCIONES	26,023	0.4	20,394	0.3	19,168	0.3
<b>TOTAL</b>	<b>6,040,688</b>	<b>100</b>	<b>6,351,745</b>	<b>100.0</b>	<b>7,450,812</b>	<b>100</b>

## ALMACENES DE CADENA INDICADORES FINANCIEROS 1998 - 2000

	Ventas 1998	Ventas 1999	Ventas 2000	Variación ventas 99-98	Variación ventas 00-99	Razón corriente 98	Razón corriente 99	Razón corriente 00	Ventas/ activos 98	Ventas/ activos 99	Ventas/ activos 00
ALMACENES ÉXITO S.A.	1,211,874	1,297,713	1,497,242	7.1	15.4	0.80	2.60	1.61	161.9	104.1	106.7
GRAN CADENA DE ALMACENES COLOMBIANO	1,122,441	1,163,182	1,337,739	3.6	15.0	0.90	0.90	1.01	137.1	139.0	140.5
SUPERTIENDAS Y DROGUERÍAS OLÍMPICA	868,469	847,651	1,007,876	-2.4	18.9	1.90	1.22	1.27	273.7	220.0	247.6
CARULLA	477,751	474,452	933,349	-0.7	48.7	0.80	1.20	0.83	195.5	155.0	176.5
VIVERO	208,379	240,312	n.d	15.3	n.d	n.d	0.80	n.d	180.0	167.9	n.d
CACHARRERÍA LA 14 S. A.	427,264	423,434	491,736	-0.9	16.1	1.90	0.00	0.96	165.4	158.2	159.4
GRANDES SUPERFICIES DE COLOMBIA S. A.	28,449	153,108	249,716	n.d	63.1	2.90	1.00	0.54	23.4	92.5	95.6
MAKRO DE COLOMBIA	184,396	193,795	231,989	5.1	19.7	5.00	0.60	0.68	77.1	75.2	85.9
ALMACENES YEP LTDA.	85,488	82,270	92,238	-3.8	12.1	1.50	1.40	1.47	288.9	276.2	276.5
MERCADOS DE FAMILIA S. A.	75,619	74,236	84,219	-1.8	13.4	1.70	1.00	1.07	299.4	286.5	277.0
ENRIQUE DELGADO GÓMEZ SUCEORES LTDA.	67,959	54,351	63,148	-20.0	16.2	1.70	1.30	1.28	464.6	374.2	414.2
ALMACENES FLAMINGO	55,986	51,849	62,566	-7.4	20.7	1.60	2.10	2.17	126.9	115.8	122.5
TIA LTDA.	57,792	51,524	53,380	-10.8	3.6	n.d	1.30	1.31	249.9	219.0	214.9
ALMACENES MÁXIMO S. A.	31,006	27,930	34,217	-9.9	22.5	0.00	1.60	1.59	62.4	46.1	55.8
RAMAL S.A.	19,278	23,001	27,858	19.3	21.1	1.20	1.10	1.12	231.7	218.7	276.2
COMERCIALIZADORA DE COLECCIONES	26,023	20,394	19,168	-21.6	-6.0	1.70	0.90	0.98	70.5	60.9	53.5
<b>TOTAL</b>	<b>4,948,174</b>	<b>5,179,202</b>	<b>6,186,441</b>	<b>4.7</b>	<b>19.4</b>	<b>1.69</b>	<b>1.19</b>	<b>1.19</b>	<b>188.0</b>	<b>169.3</b>	<b>180.2</b>

## CAJAS DE COMPENSACIÓN FAMILIAR INDICADORES FINANCIEROS 1998-2000

	Ventas 1998	Ventas 1999	Ventas 2000	Variación ventas 99-98	Variación ventas 00-99	Margen operac. 98 (%)
CAFAM	480,536	481,685	521,657	0.2	8.3	2.2
COLSUBSIDIO	230,965	238,928	274,369	3.4	14.8	1.8
COMFAMA	172,368	182,079	198,939	5.6	9.3	-3.1
COMFANDI VALLE	101,634	106,232	118,746	4.5	11.8	0.7
COMFARISAR	69,438	67,777	71,511	-2.4	5.5	1.6
CAJASAN SANTANDER	27,016	27,499	29,587	1.8	7.6	-1.8
CCF DE CALDAS	19,305	22,635	24,350	17.2	7.6	-2.6
FENALCO SANTANDER	19,701	20,625	25,212	4.7	22.2	2.1
<b>TOTAL</b>	<b>1,120,963</b>	<b>1,147,460</b>	<b>1,264,371</b>	<b>4.4</b>	<b>10.9</b>	<b>0.1</b>

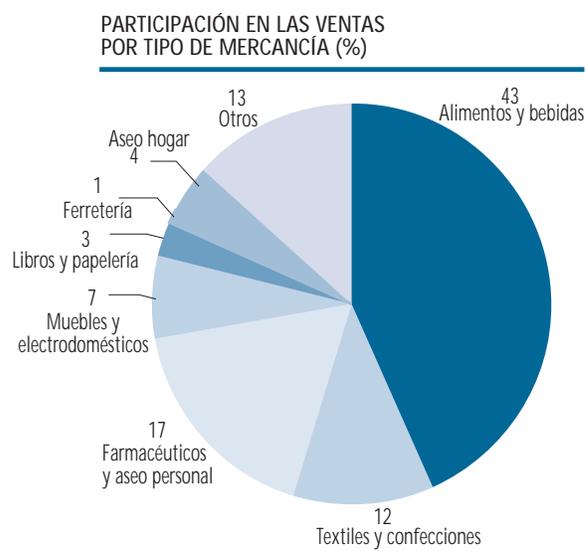
Margen operac. 98 (%)	Margen operac. 99 (%)	Margen operac. 00 (%)	Rentabilidad del activo 98 (%)	Rentabilidad del activo 99 (%)	Rentabilidad del activo 00 (%)	Rentabilidad patrim. 98 (%)	Rentabilidad patrim. 98 (%)	Rentabilidad patrim. 98 (%)	Razón endeudam. 98 (%)	Razón endeudam. 98 (%)	Razón endeudam. 98 (%)
4.2	4.6	6.7	7.4	6.0	7.6	9.0	6.4	8.1	32.7	19.1	21.0
2.4	1.6	2.6	2.1	2.3	3.9	7.0	-1.6	2.3	31.2	35.6	29.3
-3.2	2.4	2.0	3.0	5.5	5.0	n.d	5.8	4.7	51.8	54.7	56.0
2.1	0.0	1.9	n.d	n.d	4.3	n.d	n.d	5.8	n.d	n.d	44.8
1.0	4.4	n.d	n.d	n.d	n.d	n.d	n.d	n.d	n.d	n.d	n.d
-2.4	-1.3	-0.5	-4.1	-2.1	-0.8	5.8	5.6	5.3	52.5	49.5	54.4
1.3	-4.8	-2.1	0.5	-5.1	-2.5	4.9	0.4	2.0	34.2	32.7	40.9
-13.4	0.0	-5.6	-10.2	-7.8	-5.0	-13.0	-9.4	-1.1	20.2	64.6	23.8
-2.3	-1.8	-0.6	-6.8	-4.9	-1.8	11.0	2.0	9.9	65.0	69.8	61.2
-1.4	0.3	2.0	-4.8	0.9	6.0	14.0	11.1	19.3	57.8	55.3	54.6
-1.3	-0.6	-0.1	-6.6	-2.3	-0.4	15.4	13.8	11.1	59.7	57.1	59.1
6.4	7.7	9.4	9.2	8.9	12.0	18.0	13.1	19.2	62.6	57.1	50.1
3.5	3.3	3.6	9.4	7.4	8.0	n.d	25.0	33.1	81.3	55.6	84.5
5.1	9.3	11.7	3.5	4.7	6.6	1.4	-8.2	-2.2	53.9	49.3	40.8
-1.7	-0.6	-0.2	-5.6	-1.5	-0.4	41.0	24.1	28.2	80.9	86.1	80.8
2.5	2.7	-0.3	2.1	1.6	-0.2	-5.1	-23.6	-17.7	64.5	59.2	64.6
<b>0.2</b>	<b>1.7</b>	<b>2.0</b>	<b>-0.1</b>	<b>1.0</b>	<b>2.8</b>	<b>9.1</b>	<b>4.6</b>	<b>8.5</b>	<b>53.5</b>	<b>53.3</b>	<b>51.1</b>

Margen operac. 99 (%)	Margen operac. 00 (%)	Gastos oper./ventas 98	Gastos oper./ventas 99	Gastos oper./ventas 00
0.6	-1.0	22.3	20	21.4
0.7	100.0	15.2	15.5	16.1
-0.2	-0.5	21.5	18.9	19.5
-0.6	100.0	21.7	18.4	17.7
1.0	100.0	22.8	16.3	17.3
-4.9	100.0	27.7	18.6	16.4
-3.3	100.0	21.3	16.1	17.7
1.3	100.0	26.3	15.8	14.7
<b>-0.7</b>	<b>74.8</b>	<b>22.4</b>	<b>17.5</b>	<b>17.6</b>

# Grandes almacenes

## Cobertura y características

Los grandes almacenes incluidos en este estudio corresponden a almacenes de cadena y almacenes distribuidos por departamento con ventas anuales mayores o iguales a \$20 mil millones. Se incluyen supermercados e hipermercados que combinan el formato de supermercados y tiendas de bodega (ventas al por mayor). De acuerdo con la información de la Superintendencia de Sociedades, la Superintendencia de Valores y la Superintendencia del Subsidio Familiar, el número de almacenes privados que cumple con estas características es de quince y el número de Cajas de Compensación Familiar es de diez.



## Evolución reciente

En 1999, después de sufrir una contracción en la demanda como consecuencia de la mala situación económica del país, los grandes almacenes dan algunas señales de recuperación. Luego de caer -4.2% en términos reales en 1999, las ventas crecieron 7.8% real en 2000. A su vez el segmento de grandes almacenes se ha caracterizado por un ambiente agresivo de competencia con la entrada de nuevos agentes extranjeros y las recientes estrategias de los almacenes nacionales caracterizadas por adquisiciones y fusiones.

Esta tendencia la confirman también las cifras del Dane, según las cuales las ventas de los grandes almacenes e hipermercados<sup>1</sup> crecieron en el primer semestre de 2001 5.2% en términos reales frente al mismo período del año anterior.

## Situación financiera

**Ventas.** Mientras que en 1998 las cadenas privadas analizadas registraron en promedio un crecimiento

en las ventas de 2.1% real, en 1999 cayeron 4.2% real. Para 2000 hubo una importante recuperación con un crecimiento en las ventas de 7.8% real. Todas las empresas analizadas registraron incrementos en sus ventas frente a los resultados de 1999. El año pasado, las empresas que más crecieron fueron en su orden: Carrefour, Almacenes Máximo, Ramal S.A, Almacenes Flamingo y Makro. En el caso de Almacenes Máximo y Almacenes Flamingo, estos habían registrado pérdidas en sus ventas un año atrás. Sólo una empresa (Comercializadora de Colecciones) registró una caída en su nivel de ventas en 2000, aunque en menor magnitud que la caída registrada en 1999.

**Rentabilidad.** Diez de las quince empresas analizadas registraron un incremento en la razón ventas/activo y el promedio aumentó de 169 veces a 180 veces. Aunque en promedio hubo una ligera recuperación del margen operacional (pasó de 1.7% en 1999 a 2.0% en 2000), mientras que en 1999 cinco empresas registraron pérdidas operacionales, en 2000 siete empresas tuvieron resultados negativos. Para algunas empresas el esfuerzo de reduc-

ción de costos de ventas y gastos operacionales, dio como resultado una ligera recuperación en el margen. Sin embargo, para otras, las pérdidas operacionales -a pesar del incremento en las ventas- se explican por la agresiva actividad promocional como estrategia para aumentar el volumen de ventas. El incremento en la venta de productos con marca propia a precios más económicos, también influye sobre los bajos márgenes. Un estudio reciente de Fenalco muestra que aunque el volumen de ventas ha aumentado, la facturación ha disminuido<sup>2</sup>. Es decir, los almacenes sacrifican su margen de ganancia por aumentar volumen. Por tal razón, en algunos casos, la mayor rentabilidad del activo (en promedio pasa de 1.0% a 2.8%) se debe a una mayor rotación en las ventas a costa de bajos márgenes de ganancia.

Por su parte, las Cajas de Subsidio crecieron en promedio 1.3% real frente a una caída de 6.3% real en 1999.

El nivel de ventas de las Cajas de Subsidio se ve en parte afectado por una caída de los precios ya que, a raíz de la mayor competencia en este segmento y la contracción en la demanda, los almacenes se han visto obligados a realizar descuentos y actividades promocionales. De esta manera, aunque se logra un aumento en el volumen de ventas con respecto al año anterior, cae el nivel de ingresos operacionales (el margen operacional promedio es de -0.5%). Seis de las ocho Cajas de Subsidio analizadas tuvieron pérdidas operacionales en 2000. Las recientes estrategias de los almacenes nacionales y la entrada de nuevos competidores extranjeros dentro del segmento de almacenes de cadena e hipermercados, siguen afectando el negocio de las Cajas de Subsidio.

**Endeudamiento.** Debido a que en este tipo de negocio se manejan márgenes de ganancia relativamente bajos, los niveles de endeudamiento no pueden ser muy altos por el impacto que estos tendrían sobre la utilidad neta de la empresa. Para el promedio de empresas analizadas, la razón de endeudamiento (pasivo total/activo total) disminuyó tres puntos porcentuales (51%) con respecto al año anterior, a pesar de las recientes adquisiciones y los planes agresivos de expansión y renovación por parte de los almacenes más grandes.

Los niveles de endeudamiento financiero (deuda financiera total/patrimonio) también se han podido mantener en niveles bajos (25%) y registran una ligera reducción frente al año anterior. Esto se debe, en el caso de algunas empresas, a la entrada de capital fresco. A pesar de sus planes agresivos de expansión, las grandes cadenas como Almacenes Éxito y Carulla Vivero mantienen bajos niveles de apalancamiento financiero (Almacenes Éxito pasó de un apalancamiento financiero de 7.6% en 1998 a 0.4% en 2000). Almacenes Éxito recibió una inyección de capital por parte de la empresa francesa Casino en 1998. Por su parte, Carulla se capitalizó con la entrada del Fondo de Inversión norteamericano Newbridge.

Otra explicación para los bajos niveles de deuda financiera es el mayor uso de fuentes alternas de financiación. Es el caso del aumento en el período de pago a proveedores. En promedio, el ciclo de pago en los grandes almacenes aumentó en 2000 con respecto al año anterior (de 67 días en promedio en 1999, pasó a 77 días el año pasado).

**Participación en el mercado.** Dentro de la muestra de grandes almacenes con ventas por encima de \$20 mil millones en 1999, las cinco cadenas con mayor nivel de ventas concentran el 70% de las ventas. La mayor participación la registra Almacenes Éxito con ventas de \$1.5 billones, seguida por Cadenalco con ventas de \$1.3 billones. Teniendo en cuenta la participación mayoritaria que tiene el Éxito en Cadenalco, puede decirse que 38% de las ventas de los grandes almacenes son de un mismo grupo económico. Con el plan de apertura de nuevos almacenes en el mediano plazo, es muy probable que su participación siga aumentando.

El alto nivel de ventas de Éxito y Cadenalco también se traduce en un mayor margen de ganancia, ya que las empresas adquiere mayor poder de negociación con proveedores. Ambos almacenes aumentaron su margen de ganancia operacional el año pasado con respecto a 1999.

Vale la pena destacar también la participación que ganó Carulla al fusionarse con Almacenes Vivero. Con un nivel de ventas de \$933 mil millones, la nueva empresa cuenta con una participación de 12.5%,

el cuarto almacén más grande en términos de ventas. Como en el caso del Éxito, el agresivo plan de Carulla de abrir más almacenes, también resultará en una mayor participación. A pesar de haber entrado tan solo hace dos años al mercado de Bogotá, Carrefour ya cuenta con una participación de 3.4% entre los almacenes analizados y se ubica en octava posición por nivel de ventas.

El riesgo que se presenta para algunas compañías catalogadas dentro de este segmento, es que si la demanda no crece al mismo ritmo que la expansión de almacenes, la mayor participación que adquieren algunas compañías necesariamente será a costa de otras. Así se dará una redistribución del mercado y el segmento de grandes almacenes e hipermercados se verá cada vez más concentrado entre aquellas compañías con mayor fuerza y solidez (aquellas por ejemplo con buen respaldo financiero, buena integración y presencia de capital extranjero, entre

otros). Otras empresas desaparecerán o se verán en la obligación de fusionarse o de buscar socios para defender su participación.

Entre las empresas que han perdido participación se encuentra la Caja de Subsidio Cafam (pasó de 7.5% en 1999 a 7.0% en 2000). Esto se debe a la fuerte competencia que debe enfrentar en el mercado de Bogotá con la apertura de los almacenes Carrefour y los agresivos planes de expansión de Almacenes Éxito. Sin embargo, es importante anotar que Cafam emprende actualmente un plan de expansión para defender su posición en el mercado.

<sup>1</sup> La muestra de grandes almacenes e hipermercados del Dane incluye aquellas empresas con ventas superiores a \$7 mil millones.

<sup>2</sup> Tendencias del retail en Colombia y en el Mundo. Góndola 2000 (Simposio Internacional de Supermercados, Almacenes de Cadena, Autoservicios y Proveedores).

## PARTICIPACIÓN DE MERCADO

	Ventas 1998	Participación (%)	Ventas 1999	Participación (%)	Ventas 2000	Participación (%)
ALMACENES ÉXITO S.A.	1,211,874	20.1	1,297,713	20.4	1,497,242	20.1
GRAN CADENA DE ALMACENES COLOMBIANO	1,122,441	18.6	1,163,182	18.3	1,337,739	18.0
SUPERTIENDAS Y DROGUERÍAS OLÍMPICA	868,469	14.4	872,734	13.7	1,007,876	13.5
CARULLA	477,751	7.9	474,452	7.5	933,349	12.5
VIVERO	208,379	3.4	240,312	3.8	N.D	N.D
CAFAM	480,536	8.0	481,685	7.6	521,657	7.0
CACHARRERÍA LA 14 S. A.	427,264	7.1	423,434	6.7	491,736	6.6
COLSUBSIDIO	230,965	3.8	238,928	3.8	274,369	3.7
GRANDES SUPERFICIES DE COLOMBIA S. A.	N.D	N.D	153,108	2.4	249,716	3.4
MAKRO DE COLOMBIA	184,396	3.1	193,795	3.1	231,989	3.1
COMFAMA	172,368	2.9	182,079	2.9	198,939	2.7
COMFANDI VALLE	101,634	1.7	106,232	1.7	118,746	1.6
ALMACENES YEP LTDA.	85,488	1.4	82,270	1.3	92,238	1.2
MERCADOS DE FAMILIA S. A.	75,619	1.3	74,236	1.2	84,219	1.1
COMFARISAR	69,438	1.1	67,777	1.1	71,511	1.0
ENRIQUE DELGADO GÓMEZ SUCESORES LTDA	67,959	1.1	54,351	0.9	63,148	0.8
ALMACENES FLAMINGO	55,986	0.9	51,849	0.8	62,566	0.8
TIA LTDA	57,792	1.0	51,524	0.8	53,380	0.7
ALMACENES MÁXIMO S. A.	31,006	0.5	27,930	0.4	34,217	0.5
CAJASAN SANTANDER	27,016	0.4	27,499	0.4	29,587	0.4
RAMAL S. A.	19,278	0.3	23,001	0.4	27,858	0.4
FENALCO SANTANDER	19,701	0.3	20,625	0.3	25,212	0.3
CCF DE CALDAS	19,305	0.3	22,635	0.4	24,350	0.3
COMERCIALIZADORA DE COLECCIONES	26,023	0.4	20,394	0.3	19,168	0.3
<b>TOTAL</b>	<b>6,040,688</b>	<b>100</b>	<b>6,351,745</b>	<b>100.0</b>	<b>7,450,812</b>	<b>100</b>

## ALMACENES DE CADENA INDICADORES FINANCIEROS 1998 - 2000

	Ventas 1998	Ventas 1999	Ventas 2000	Variación ventas 99-98	Variación ventas 00-99	Razón corriente 98	Razón corriente 99	Razón corriente 00	Ventas/ activos 98	Ventas/ activos 99	Ventas/ activos 00
ALMACENES ÉXITO S.A.	1,211,874	1,297,713	1,497,242	7.1	15.4	0.80	2.60	1.61	161.9	104.1	106.7
GRAN CADENA DE ALMACENES COLOMBIANO	1,122,441	1,163,182	1,337,739	3.6	15.0	0.90	0.90	1.01	137.1	139.0	140.5
SUPERTIENDAS Y DROGUERÍAS OLÍMPICA	868,469	847,651	1,007,876	-2.4	18.9	1.90	1.22	1.27	273.7	220.0	247.6
CARULLA	477,751	474,452	933,349	-0.7	48.7	0.80	1.20	0.83	195.5	155.0	176.5
VIVERO	208,379	240,312	n.d	15.3	n.d	n.d	0.80	n.d	180.0	167.9	n.d
CACHARRERÍA LA 14 S. A.	427,264	423,434	491,736	-0.9	16.1	1.90	0.00	0.96	165.4	158.2	159.4
GRANDES SUPERFICIES DE COLOMBIA S. A.	28,449	153,108	249,716	n.d	63.1	2.90	1.00	0.54	23.4	92.5	95.6
MAKRO DE COLOMBIA	184,396	193,795	231,989	5.1	19.7	5.00	0.60	0.68	77.1	75.2	85.9
ALMACENES YEP LTDA.	85,488	82,270	92,238	-3.8	12.1	1.50	1.40	1.47	288.9	276.2	276.5
MERCADOS DE FAMILIA S. A.	75,619	74,236	84,219	-1.8	13.4	1.70	1.00	1.07	299.4	286.5	277.0
ENRIQUE DELGADO GÓMEZ SUCEORES LTDA.	67,959	54,351	63,148	-20.0	16.2	1.70	1.30	1.28	464.6	374.2	414.2
ALMACENES FLAMINGO	55,986	51,849	62,566	-7.4	20.7	1.60	2.10	2.17	126.9	115.8	122.5
TIA LTDA.	57,792	51,524	53,380	-10.8	3.6	n.d	1.30	1.31	249.9	219.0	214.9
ALMACENES MÁXIMO S. A.	31,006	27,930	34,217	-9.9	22.5	0.00	1.60	1.59	62.4	46.1	55.8
RAMAL S.A.	19,278	23,001	27,858	19.3	21.1	1.20	1.10	1.12	231.7	218.7	276.2
COMERCIALIZADORA DE COLECCIONES	26,023	20,394	19,168	-21.6	-6.0	1.70	0.90	0.98	70.5	60.9	53.5
<b>TOTAL</b>	<b>4,948,174</b>	<b>5,179,202</b>	<b>6,186,441</b>	<b>4.7</b>	<b>19.4</b>	<b>1.69</b>	<b>1.19</b>	<b>1.19</b>	<b>188.0</b>	<b>169.3</b>	<b>180.2</b>

## CAJAS DE COMPENSACIÓN FAMILIAR INDICADORES FINANCIEROS 1998-2000

	Ventas 1998	Ventas 1999	Ventas 2000	Variación ventas 99-98	Variación ventas 00-99	Margen operac. 98 (%)
CAFAM	480,536	481,685	521,657	0.2	8.3	2.2
COLSUBSIDIO	230,965	238,928	274,369	3.4	14.8	1.8
COMFAMA	172,368	182,079	198,939	5.6	9.3	-3.1
COMFANDI VALLE	101,634	106,232	118,746	4.5	11.8	0.7
COMFARISAR	69,438	67,777	71,511	-2.4	5.5	1.6
CAJASAN SANTANDER	27,016	27,499	29,587	1.8	7.6	-1.8
CCF DE CALDAS	19,305	22,635	24,350	17.2	7.6	-2.6
FENALCO SANTANDER	19,701	20,625	25,212	4.7	22.2	2.1
<b>TOTAL</b>	<b>1,120,963</b>	<b>1,147,460</b>	<b>1,264,371</b>	<b>4.4</b>	<b>10.9</b>	<b>0.1</b>

Margen operac. 98 (%)	Margen operac. 99 (%)	Margen operac. 00 (%)	Rentabilidad del activo 98 (%)	Rentabilidad del activo 99 (%)	Rentabilidad del activo 00 (%)	Rentabilidad patrim. 98 (%)	Rentabilidad patrim. 98 (%)	Rentabilidad patrim. 98 (%)	Razón endeudam. 98 (%)	Razón endeudam. 98 (%)	Razón endeudam. 98 (%)
4.2	4.6	6.7	7.4	6.0	7.6	9.0	6.4	8.1	32.7	19.1	21.0
2.4	1.6	2.6	2.1	2.3	3.9	7.0	-1.6	2.3	31.2	35.6	29.3
-3.2	2.4	2.0	3.0	5.5	5.0	n.d	5.8	4.7	51.8	54.7	56.0
2.1	0.0	1.9	n.d	n.d	4.3	n.d	n.d	5.8	n.d	n.d	44.8
1.0	4.4	n.d	n.d	n.d	n.d	n.d	n.d	n.d	n.d	n.d	n.d
-2.4	-1.3	-0.5	-4.1	-2.1	-0.8	5.8	5.6	5.3	52.5	49.5	54.4
1.3	-4.8	-2.1	0.5	-5.1	-2.5	4.9	0.4	2.0	34.2	32.7	40.9
-13.4	0.0	-5.6	-10.2	-7.8	-5.0	-13.0	-9.4	-1.1	20.2	64.6	23.8
-2.3	-1.8	-0.6	-6.8	-4.9	-1.8	11.0	2.0	9.9	65.0	69.8	61.2
-1.4	0.3	2.0	-4.8	0.9	6.0	14.0	11.1	19.3	57.8	55.3	54.6
-1.3	-0.6	-0.1	-6.6	-2.3	-0.4	15.4	13.8	11.1	59.7	57.1	59.1
6.4	7.7	9.4	9.2	8.9	12.0	18.0	13.1	19.2	62.6	57.1	50.1
3.5	3.3	3.6	9.4	7.4	8.0	n.d	25.0	33.1	81.3	55.6	84.5
5.1	9.3	11.7	3.5	4.7	6.6	1.4	-8.2	-2.2	53.9	49.3	40.8
-1.7	-0.6	-0.2	-5.6	-1.5	-0.4	41.0	24.1	28.2	80.9	86.1	80.8
2.5	2.7	-0.3	2.1	1.6	-0.2	-5.1	-23.6	-17.7	64.5	59.2	64.6
<b>0.2</b>	<b>1.7</b>	<b>2.0</b>	<b>-0.1</b>	<b>1.0</b>	<b>2.8</b>	<b>9.1</b>	<b>4.6</b>	<b>8.5</b>	<b>53.5</b>	<b>53.3</b>	<b>51.1</b>

Margen operac. 99 (%)	Margen operac. 00 (%)	Gastos oper./ventas 98	Gastos oper./ventas 99	Gastos oper./ventas 00
0.6	-1.0	22.3	20	21.4
0.7	100.0	15.2	15.5	16.1
-0.2	-0.5	21.5	18.9	19.5
-0.6	100.0	21.7	18.4	17.7
1.0	100.0	22.8	16.3	17.3
-4.9	100.0	27.7	18.6	16.4
-3.3	100.0	21.3	16.1	17.7
1.3	100.0	26.3	15.8	14.7
<b>-0.7</b>	<b>74.8</b>	<b>22.4</b>	<b>17.5</b>	<b>17.6</b>

## ARTÍCULOS DE FERRETERÍAS CIFRAS BÁSICAS

ESTRUCTURA	FUENTE			
Número de establecimientos				
Al por mayor	7,036	Censo económico multisectorial, 1990		
Al por menor	9,418			
Número de empleados				
Al por mayor	35,302			
Al por menor	26,558			
<b>COYUNTURA</b>				
			<b>Variaciones del acumulado anual</b>	
	<b>Fecha último dato</b>	<b>Último</b>	<b>Seis meses atrás</b>	<b>Un año atrás</b>
Ventas reales	Jun-01	0.2	2.3	-13.4
Precios venta	Jul-01	13.8	13.0	13.3
Márgenes reales	Jul-01	0.4	-1.6	-3.9
			<b>Nivel (de 0 a 5)</b>	
Situación de las empresas	Jun-01	2,6	4,5	2,8
Existencias	Jun-01	3.1	1.1	0.1
Porcentaje de empresas con				
Problema de demanda	Jun-01	71	33	64
Problema de rotación de cartera	Jun-01	43	47	46
Costos financieros	Jun-01	5	9	5
<b>FINANCIERAS: (se refieren al establecimiento tipo)</b>				
		<b>2000</b>	<b>1999</b>	<b>1998</b>
Razón de endeudamiento		52.4	55.2	55.1
Ventas/activo		185.7	158.7	189.2
Costos y gtos oper./activo		175.4	158.5	186.6
Margen operacional		3.07	0.01	1.78
costo vtas/ventas		80.7	81.1	82.2
gtos. operac./ventas		22.4	24.3	21.1
Utilidad neta/patrimonio		6.8	7.8	9.4
<b>OTROS INDICADORES</b>				
Porcentaje de empresas con pérdida operacional		22.5	34.5	24.1
		<b>2001 II</b>	<b>2001 I</b>	<b>2000 II</b>
Calificación de riesgo		7.5	7.5	8.3

# Artículos de ferretería

## Resumen y conclusiones

A junio de 2001, las ventas de ferretería muestran una ligera reducción en la demanda durante el primer semestre del año. Mientras que las ventas de ferretería pesada para obras civiles mostraron un comportamiento positivo, la demanda de ferretería liviana se contrajo.

Aunque todavía a niveles muy bajos, los márgenes comerciales de esta agrupación se mantendrán estables este año. Esto junto con un moderado crecimiento en las ventas de ferretería pesada nos permite mantener su calificación de riesgo a un nivel de 7.5, ligeramente por debajo del promedio para el total del comercio (7.2).

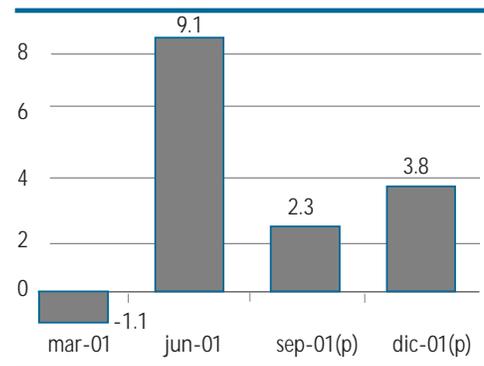
## Ventas

De acuerdo a las cifras del Dane, las ventas reales de ferreterías crecieron, a junio de este año, 4.0% frente a la caída de 9.0%, un año atrás. Buena parte del crecimiento se concentró en el segundo semestre del año pasado. Sin embargo, después de terminar el año con un crecimiento anual de 3.5%, en los primeros meses de este año se comenzaron a registrar tasas de crecimiento negativas entre los meses de febrero y mayo (en junio hubo una leve recuperación en el nivel de ventas).

El segmento de mejor desempeño en lo corrido del año es el de ferretería pesada (materiales tales como tubería estructural y lámina pesada). La ejecución de obras civiles, principalmente en Bogotá, contribuyó a la demanda por estos materiales. Por otra parte, la venta de ferretería liviana<sup>1</sup>, que depende de la industria, se vió afectada por una ligera reducción en la demanda. Para este año se espera que una modesta recuperación de la actividad edificadora (Anif estima un crecimiento de 8% para este año) también contribuya a mejorar la demanda.

Las tasas estimadas de crecimiento de las ventas para el segundo semestre son: 2.3 y 3.8%, para un promedio anual de 3.5%, ligeramente inferior a nuestra proyección de hace seis meses (4.2%).

CRECIMIENTO PROYECTADO DE LAS VENTAS FERRETERÍAS (%)



Fuente: Dane

VARIACIÓN DEL MARGEN EN FERRETERÍAS



Fuente: Anif

PROBLEMAS DE DEMANDA EN FERRETERÍAS Y MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN (%)



Fuente: Fedesarrollo

## Precios y márgenes

El componente de materiales del índice de costos de la construcción de vivienda creció 13.8% en julio pasado. Al mismo tiempo se observa una importante reducción en el crecimiento de los precios del productor en el mismo mes, con una tasa de 13.3% anual, frente a ajustes superiores a 18%, a finales del año pasado.

Por lo tanto, el margen de la agrupación moderó su caída en el primer semestre del año. Para julio, la variación anual es positiva (0.4%). Sin embargo, el nivel de los márgenes aún es bajo, después de casi dos años de descenso y tasas que llegaron al -8.8% anual.

## Problemas y situación de las empresas

Según la encuesta de Fedesarrollo, la situación de los comerciantes de ferreterías se empeoró en los últimos seis meses como lo indica una caída en la calificación de la encuesta de 4.5, en diciembre pasado, a 2.6 en junio. Esto se debe a la desaceleración que hubo en la demanda a comienzos de este año, a pesar del mejor comportamiento de los precios. La reducción en las ventas se reflejó a su vez en un incremento en el nivel de inventarios.

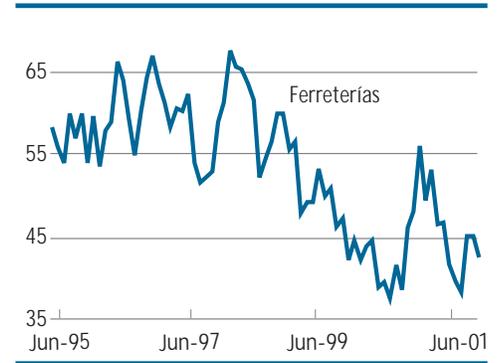
El problema de demanda sigue siendo importante y aumentó su impacto en los últimos meses, en junio 71% de los encuestados lo mencionaron frente a 33% en diciembre. Por su parte, el problema de rotación de cartera se mantiene en niveles de 43%, índice todavía alto.

En cuanto a la situación financiera de las empresas, en 2000 esta mejoró con respecto al año anterior. El margen operacional aumentó tres puntos (pasó de .01% en 1999 a 3.1% en 2000) y el nivel de endeudamiento se redujo de 55% a 52%. Esto se reflejará más adelante en menores gastos no operacionales y en consecuencia en una mayor ganancia neta para las empresas.

<sup>1</sup> El nivel de existencias se califica de 0 a 5, siendo 0 el más bajo nivel de existencias en la década de los noventa y 5 el más alto.

<sup>2</sup> La calificación de la situación económica va de 0 a 5, y refleja la percepción de los empresarios encuestados sobre la situación económica por la que pasa su actividad comercial. Entre mayor sea la calificación, se entiende que es más favorable la opinión de los comerciantes.

PROBLEMAS DE ROTACIÓN DE CARTERA (%)



Fuente: Fedesarrollo

EXISTENCIAS FERRETERÍAS (Desestacionalizada)



Fuente: Fedesarrollo

SITUACIÓN ECONÓMICA FERRETERÍAS



Fuente: Fedesarrollo

## RESULTADOS FINANCIEROS - PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE FERRETERIAS

Cifras en millones de pesos

Empresa	Activo 1999	Pasivo 1999	Ingresos operacionales	Utilidad operacional	Utilidad neta	Activo 2000	Pasivo 2000	Ingresos operacionales	Utilidad operacional	Ganancias y pérdidas
CACHARRERÍA MUNDIAL S. A.	126,033	58,900	243,725	14,681	-680	131,392	59,900	280,728	16,817	1,748
SODIMAC COLOMBIA S. A.	68,349	54,634	103,190	-6,566	-5,237	73,533	59,908	126,994	844	-995
ARCESA S. A.	27,922	21,563	75,938	-3,249	1,292	18,771	16,088	83,262	-3,863	55
CYRGO S.A.	14,677	2,871	31,528	207	300	18,624	3,457	41,288	1,442	800
FERRASA S. A.	16,358	961	27,989	689	348	23,691	2,445	41,183	1,311	328
MECANELECTRO S.A.	8,256	4,164	35,066	1,813	460	11,654	8,073	38,965	1,255	388
AGOFER LTDA.	15,461	3,165	21,946	-109	-460	18,900	5,369	37,280	1,242	513
TERMINADOS INDUSTRIALES S. A.	9,032	5,605	24,627	2,767	7	10,198	6,164	31,019	3,667	205
ALDIA S. A.	11,172	6,276	19,630	284	-204	14,036	8,400	27,927	642	156
DYNA Y CIA. S. A.	18,107	6,871	22,628	846	695	16,613	5,442	26,925	1,173	476
FAJOBE S.A.	9,082	5,162	17,744	1,189	-196	15,217	10,806	26,921	1,911	57
DISTRIBUIDORA ACERIAS PAZ DEL RÍO LTDA.	4,445	4,040	7,975	322	512	9,074	7,795	23,478	-518	8
FERRETERÍA LA CAMPANA S.A.	10,200	1,688	13,984	1,238	528	16,511	7,419	22,825	2,489	184
INVERSIONES Y MERCADEO S. A.	17,042	10,293	19,355	-1,964	945	18,830	11,644	22,730	-1,721	523
HIDELPAÍS DEL HIERRO S. A.	9,022	6,084	16,119	309	173	7,430	4,491	21,276	1,008	318
ENCHAPADOS DE COLOMBIA S. A.	13,242	9,305	10,326	1,696	-64	14,601	9,753	19,890	2,898	309
G Y J FERRETERÍAS S. A.	9,457	4,144	12,906	496	395	10,367	4,901	19,307	1,065	404
MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN VARLOP S.A.	14,408	6,244	14,979	1,089	-790	17,509	9,978	18,000	1,074	140
COVAL COMERCIAL S.A.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	5,748	4,617	17,012	549	99
FERRETERÍA MULTI - ALAMBRES LTDA.	2,483	792	8,345	216	13	4,765	2,659	16,884	591	205
CENTRAL DE HIERROS LTDA.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	6,348	3,680	15,725	671	226
ARTUNDUAGA VALDERRAMA Y CIA. S.C.	3,653	1,295	12,301	653	262	3,338	732	15,472	643	197
DISICO LTDA.	14,560	7,327	16,777	1,603	510	15,041	6,884	15,433	1,289	327
METAZA S. A.	9,735	5,363	11,047	871	-600	9,411	5,577	15,297	1,637	51
JEN S.A.	15,946	8,736	13,323	2,895	1,358	17,720	9,865	14,902	3,458	797
ARMETALES S.A.	3,081	744	10,554	334	246	4,572	1,920	14,572	445	172
MARPICO S. A.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	8,385	5,751	14,345	1,790	256
FERRETERÍA YACAMÁN S. A.	9,955	1,674	8,969	872	207	11,003	2,292	13,952	1,183	227
ALMACÉN SANITARIO LTDA.	4,666	1,713	12,434	596	224	4,769	1,846	13,855	631	160
BLACK Y DECKER DE COLOMBIA S.A.	7,933	1,294	10,197	-71	-1,007	9,307	1,614	13,636	1,231	180
CASA DE LA VÁLVULA LTDA.	9,525	6,550	11,520	1,820	670	10,183	6,724	13,563	2,383	472
G Y J FERREXPRESS LTDA.	6,315	4,098	10,365	160	114	5,709	4,125	13,259	572	112
G & J BOYACÁ S.A.	4,030	2,651	8,119	-79	100	3,877	2,533	13,255	469	196
DISTRICONDOR LIMITADA	3,426	1,259	10,338	500	282	4,080	1,369	12,619	801	199
COMERCIAL G Y J S.A.	5,476	3,367	9,699	184	38	5,590	2,988	12,580	874	276
ALFREDO STECKERL E HIJOS S. A.	23,242	14,469	13,229	-2,435	-3,801	21,890	15,680	12,259	-2,689	34
HIERROS COLOMBIA S.A.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	4,124	537	12,135	244	75
FERRETERÍA ESPAÑOLA Y CIA. LTDA.	12,594	6,152	8,652	1,274	421	14,566	5,511	12,020	1,335	272
FERROSVEL LTDA.	2,723	1,083	6,800	224	5	3,708	1,927	11,769	284	101
DYS LTDA.	2,462	924	8,009	-154	23	2,596	894	11,418	224	72
ARDISA S.A.	4,239	817	8,400	113	178	5,101	1,145	10,549	119	150
FERRETERÍA REINA S.A.	33,882	11,347	9,559	-691	-5,004	14,850	5,677	10,382	-44	402
ALTACOL-NORVENTAS S. A. ANSA S.A.	6,041	6,109	9,452	-681	-1,680	4,266	1,619	10,361	-734	1
IMPORTADORES EXPORTADORES SOLMAQ S.A.	6,659	824	8,355	1,352	196	6,667	704	10,306	1,365	372
IMPOFER IMPORTADORA DE FERRETERÍA LTDA.	6,815	1,632	7,277	957	290	9,637	2,064	10,220	385	143
DISTRIBUCIONES TORHEFE S. A.	4,991	1,308	6,007	889	416	7,879	2,873	10,130	1,840	550
FERRETERÍA TAMA S. A.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	3,130	1,248	10,119	294	119
ASISTENCIA TEC. DE MA. PARA LA CONSTRUCCIÓN LTDA.	4,311	1,970	9,499	455	149	5,657	1,756	9,939	438	95
VIDRIO ANDINO S. A.	32,335	4,392	6,299	-1,724	-542	35,862	5,502	9,927	-963	243
CASA DEL BOMBILLO NRO.3 LTDA.	2,494	1,311	6,101	405	162	3,888	2,409	9,657	353	144
<b>TOTAL AGRUPACIÓN</b>	<b>938,324</b>	<b>431,032</b>	<b>1,362,692</b>	<b>33,694</b>	<b>-9,141</b>	<b>1,109,495</b>	<b>524,553</b>	<b>1,868,705</b>	<b>68,399</b>	<b>20,860</b>

# ELECTRODOMÉSTICOS

## CIFRAS BÁSICAS

ESTRUCTURA	FUENTE	
Participación regional en el gasto de la agrupación	%	
Bogotá	37.3	Encuesta de ingresos y gastos, 1995
Cali	11.5	
Medellín	12.5	
Barranquilla	5.0	
Resto (19 ciudades)	33.7	
Participación en el gasto de los hogares	0.87%	Encuesta de ingresos y gastos, 1995
Número de establecimientos		
Al por mayor	221	Censo económico multisectorial, 1990
Al por menor	4,818	
Número de empleados		
Al por mayor	2,542	
Al por menor	24,456	

### COYUNTURA

Un año	Fecha último dato	Variaciones del acumulado anual		
		Último atrás	Seis meses atrás	
Ventas reales almacenes especializados (var. corrida)	Jun-01	11,8	23,5	14,4
Precios Venta	Jul-01	4,3	3,2	5,2
Márgenes reales	Jul-01	-0,7	-7,3	-5,0
		Nivel (De 0 a 5)		
Calificación Situación de las empresas	Jun-01	3,5	4,9	4,4
Existencias	Jun-01	4,9	4,6	3,6
Porcentaje de empresas con:				
Problema de demanda	Jun-01	100	75	43
Problema de rotación de cartera	Jun-01	64	77	48
Contrabando	Jun-01	30	39	37
Costos financieros	Jun-01	30	24	15

### FINANCIERAS (se refieren al establecimiento tipo)

	2000	1999	1998
Obligaciones financieras/pasivo	26.3	24.5	28.1
Razón de endeudamiento	79.0	73.8	73.2
Ventas/activo	158.2	142.3	171.7
Costos y gtos oper./activo	164.2	147.4	173.0
Margen operacional	-0.21	-2.72	-1.16
costo vtas/ventas	79.6	77.1	80.3
gtos. operac./ventas	27.1	30.6	26.2
Utilidad neta/patrimonio	6.4	8.2	8.5

### OTROS INDICADORES

Porcentaje de empresas con pérdida operacional	42.0	45.7	45.7
--	------	------	------

	2001 II	2001 I	2000 II
Calificación de riesgo	9.8	9.4	9.4

\* Corresponde al consolidado de electrodomésticos

# Electrodomésticos

## Resumen y conclusiones

La agrupación muestra un deterioro en su posición financiera, que ya era débil. Esto se refleja en un elevado endeudamiento y pobres resultados operacionales. A pesar de un crecimiento favorable de las ventas, las perspectivas negativas sobre los márgenes y el elevado nivel de existencias no permiten esperar una mejora en esta situación durante los próximos meses.

Por lo tanto, la calificación aumenta de 9.4 a 9.8, permaneciendo como la más alta del sector, el cual mantuvo su calificación en 7.2.

## Ventas

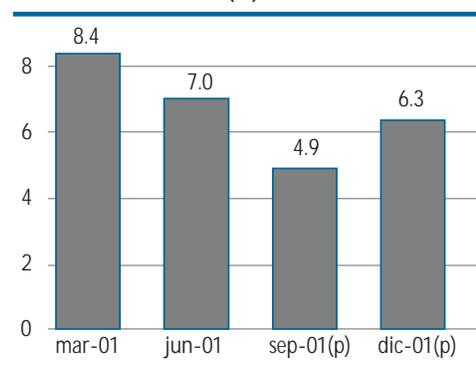
Al igual que otras agrupaciones de bienes durables, las ventas de muebles y electrodomésticos<sup>1</sup> se encuentran entre las de mayor crecimiento en el comercio al por menor. Las de mejor desempeño son las de muebles y equipo de oficina, con una tasa promedio para el primer semestre de 36.7% anual en términos reales. Por su parte, las de muebles para el hogar y electrodomésticos crecieron 5.6% en este mismo período, también por encima de 2.7% del total del comercio.

A pesar de este desempeño relativamente mejor, hay una desaceleración importante respecto a las elevadas tasas observadas el año pasado. Este comportamiento estaba dentro de lo esperado, y es el resultado de una demanda que se encuentra aún muy debilitada por la reducción del ingreso disponible de los hogares (golpeado tanto por el desempleo como por la creciente carga tributaria). Sólo en el caso de equipo de oficina se mantiene el dinamismo, explicado por el crecimiento de la inversión por parte de los empresarios que repercute favorablemente en las ventas de software, computadores y otros productos de este segmento. Anif proyecta un crecimiento de las ventas en los siguientes dos trimestres de 4.9% y 6.3% anual

VENTAS DE MUEBLES Y ELECTRODOMÉSTICOS  
Variación mensual suavizada (3m)



CRECIMIENTO PROYECTADO DE LAS VENTAS  
ELECTRODOMÉSTICOS (%)



Fuente: Dane

<sup>1</sup> Las cifras del Dane se presentan agregadas para estas dos agrupaciones.

respectivamente, para llegar a un promedio en todo el año de 6.6%. A ello contribuirá un crecimiento de la economía superior al de los trimestres anteriores.

Un efecto positivo adicional es el hecho de que las tasas de interés se mantendrán estables en niveles reales bajos. Sin embargo, su impacto será muy modesto debido a la falta de acceso al crédito por parte de los consumidores<sup>2</sup>. Por otro lado, los precios no podrán seguir ayudando a estimular la demanda porque no continuarán cayendo en términos reales.

## Precios y márgenes

En el primer semestre, los precios al consumidor se ajustaron a tasas muy inferiores a la inflación promedio, a un promedio de 3.7% anual. A su vez, los industriales moderaron sus ajustes en precios, pero se mantuvieron con tasas mucho más altas que las de los bienes al consumidor. En enero, los precios del productor llegaron a un pico de 11.4% anual y en mayo y junio bajaron a 9.8% y 6.2% respectivamente. Como resultado, los márgenes de los comerciantes se deterioraron durante este período.

En los próximos meses esta situación puede agravarse aún más, ya que los productores anunciaron ajustes de sus precios en julio, que seguramente los comerciantes no podrán trasladar completamente al precio final, debido a la debilidad de la demanda.

## Problemas y situación de las empresas

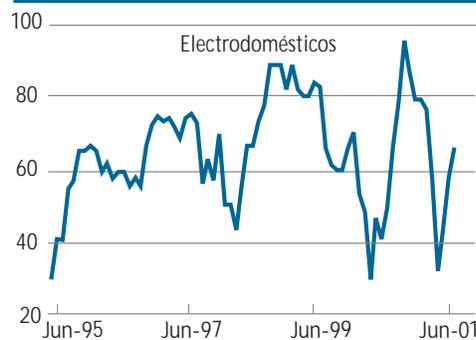
El problema de una demanda débil se ha agudizado y desde febrero todos los comerciantes encuestados coinciden en identificarla como una de sus principales dificultades. Esto ha tenido un impacto en las existencias<sup>3</sup>, cuyo indicador en la encuesta de Fedesarrollo se encuentra en uno de los niveles más altos de los últimos diez años. Los resultados de esta encuesta reflejan el comportamiento del segmento más afectado en la agrupación, el de aparatos para el hogar.

El otro problema mencionado con mayor frecuencia, después de la falta de demanda, es el de la rotación de cartera. Después de

<sup>2</sup> Ya que muchos de los potenciales compradores de este tipo de bienes se financian con instrumentos crediticios más costosos, como las tarjetas de crédito.

<sup>3</sup> El nivel de existencias se califica de 0 a 5, siendo 0 el más bajo nivel de existencias en la década de los noventa y 5 el más alto.

PROBLEMAS DE ROTACIÓN DE CARTERA (%)



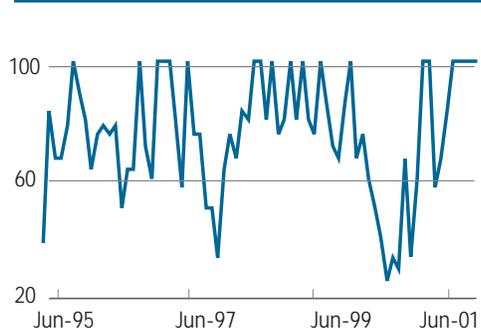
Fuente: Fedesarrollo

VARIACIÓN DEL MARGEN EN ELECTRODOMÉSTICOS (%)



Fuente: Anif

PROBLEMAS DE DEMANDA EN ELECTRODOMÉSTICOS (%)



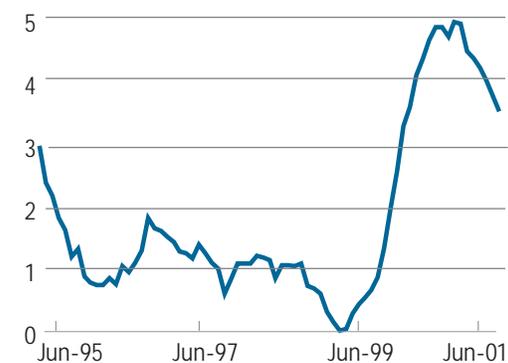
Fuente: Fedesarrollo

NIVEL DE EXISTENCIAS  
EN ELECTRODOMÉSTICOS



Fuente: Fedesarrollo

SITUACIÓN ECONÓMICA  
ELECTRODOMÉSTICOS



Fuente: Fedesarrollo

una mejora transitoria en el primer trimestre, el porcentaje de encuestados que lo mencionó nuevamente comenzó a crecer hasta llegar a 64% en junio pasado.

En cuanto a la situación financiera, el indicador más preocupante es el nivel de endeudamiento, el más alto del comercio, que el año pasado llegó a 79%, que además representa un aumento respecto al nivel de los dos años anteriores. Desde el punto de vista de rentabilidad las cosas no son mucho mejores: el margen operacional fue menos negativo, pero se encuentra entre los más bajos de la actividad comercial y la utilidad neta sobre patrimonio se redujo de 8.2% a 6.4%. A pesar del esfuerzo por reducir gastos operacionales y de los

aumentos en el volumen de ventas, el bajo crecimiento de los precios deterioró la rentabilidad de los comerciantes del sector.

En lo corrido de este año, la situación económica<sup>4</sup> de los comerciantes de esta agrupación ha mejorado. El indicador de la encuesta de Fedesarrollo cayó de 4.9 en diciembre a 3.5 en junio pasado.

<sup>4</sup> La calificación de la situación económica va de 0 a 5, y refleja la percepción de los empresarios encuestados sobre la situación económica por la que pasa su actividad comercial. Entre mayor sea la calificación, se entiende que es más favorable la opinión de los comerciantes.

## RESULTADOS FINANCIEROS - PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE ELECTRODOMÉSTICOS

Cifras en millones de pesos

Empresa	Activo 1999	Pasivo 1999	Ingresos operacionales	Utilidad operacional	Utilidad neta	Activo 2000	Pasivo 2000	Ingresos operacionales	Utilidad operacional	Ganancias y pérdidas
IBM DE COLOMBIA S. A.	347,394	268,390	346,341	68,332	2,642	396,927	301,574	323,858	47,468	10,970
COMPAQ COMPUTER DE COLOMBIA LTDA.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	162,128	139,709	199,820	21,556	440
HEWLETT PACKARD COLOMBIA S.A.	104,482	95,416	71,470	-3,085	-10,387	123,629	113,269	156,728	-10,658	0
MPS MAYORISTA DE COLOMBIA S.A.	36,862	33,407	87,296	3,140	877	34,196	30,307	104,610	2,013	75
MAKRO COMPUTO S. A.	36,181	27,119	70,998	-2,270	1,381	37,407	26,975	86,635	-1,722	228
WHIRLPOOL COLOMBIA S.A.	25,985	12,773	58,786	6,593	2,991	33,650	13,941	81,240	7,799	269
SAMSUNG ELECTRONICS LATINOAMERICA COLOMBIA S.A.	19,800	16,217	31,866	2,390	1,309	42,564	38,908	69,001	431	455
SONY CORPORATION OF PANAMA S.A.	15,908	3,201	27,451	-7,184	-7,036	31,426	15,090	67,987	-2,904	287
IMPRESORA Y EQUIPOS SISTEMAS LTDA. -IMPRESISTEM LTDA.	8,439	7,467	22,580	1,032	477	13,974	12,285	56,016	2,014	598
SED INTERNATIONAL DE COLOMBIA LTDA.	11,267	5,344	20,310	-704	-992	21,589	15,135	50,254	972	126
ALCATEL DE COLOMBIA S. A.	31,805	20,460	55,818	824	9	33,790	24,652	48,402	-102	1,139
NEXSYS DE COLOMBIA S.A.	9,796	7,280	17,400	861	786	19,397	15,974	45,615	1,676	596
ACER COMPUTERS COLOMBIA S.A.	16,564	13,100	20,585	-1,696	-1,552	23,577	21,933	42,534	583	131
N C R COLOMBIA S.A.	48,245	59,125	58,488	-6,725	-15,986	36,786	52,364	41,791	-6,331	507
SUN MICROSYSTEMS DE COLOMBIA S.A.	17,404	15,865	27,802	-3,888	222	21,719	17,540	36,013	1,946	610
DAEWOO ELECTRONICS DE COLOMBIA LTDA.	24,669	22,472	26,042	-1,488	1,414	36,111	33,632	31,995	918	55
INFORMATICA DATAPPOINT DE COLOMBIA LTDA.	51,969	41,144	45,213	3,214	-2,625	67,072	53,114	28,461	4,367	169
PANASONIC LATIN AMERICA S. A. SUCURSAL COLOMBIA	4,220	3,647	9,783	298	-47	5,382	4,801	20,111	1,002	36
SISTEMAS INTEGRALES DE INFORMÁTICA S.A.	6,189	2,544	16,883	1,645	1,907	6,714	3,205	20,046	2,256	236
DATECSA S.A.	13,220	10,329	16,622	1,327	-919	13,721	9,278	19,223	2,658	106
COLOMBIANA DE SOFTWARE Y HARDWARE LIMITADA	11,811	8,310	20,653	955	265	9,335	5,931	18,302	793	149
GLOBAL DATATEL DE COLOMBIA S.A.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	9,009	7,971	17,917	-495	42
OLIVETTI COLOMBIANA S. A.	19,258	7,063	13,101	-1,410	-1,777	20,426	9,845	17,280	-1,290	141
INTEGRALES COLOMBIA S. A.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	8,022	3,842	16,960	-504	31
LAGOBO DISTRIBUCIONES LTDA.	15,975	13,426	19,809	-1,199	-2,097	11,757	11,099	16,732	-1,037	43
CREDITÍTULOS S. A.	21,200	5,686	11,896	1,604	491	23,642	6,225	15,911	2,124	291
ELECTROJAPONESA S. A.	15,594	10,056	13,411	634	-43	18,068	12,249	15,554	476	116
LANIER COLOMBIA S. A.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	12,578	5,849	15,488	689	109
DISTRIBUIDORA RAYCO LTDA.	14,371	11,259	13,060	922	280	11,326	7,764	15,385	852	179
RED COLOMBIA S. A.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	8,915	6,332	14,737	-1,003	4
CREDIGANE ELECTRODOMÉSTICOS S.A.	8,508	7,593	9,786	81	117	11,275	10,013	13,283	-18	71
AIWA LATINOAMERICA PANAMA S.A. SUCURSAL COLOMBIA	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	9,223	5,276	12,538	871	52
DALHOM S.A. EN CONCORDATO	14,866	4,490	9,002	-14,548	11	11,921	6,562	11,839	-7,640	0
ELECTROLUX S.A.	9,638	5,600	6,794	-1,858	-2,095	13,479	5,373	11,296	-426	112
SOFTWARE Y ALGORITMOS LTDA.	2,966	2,371	10,794	628	321	4,528	3,491	10,589	378	97
TEXINS DE COLOMBIA S. A.	15,299	13,029	14,330	-417	1,219	11,589	11,669	10,516	-3,012	34
COMERCIALIZADORA GÁMEZ Y VALENCIA S.A.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	3,475	2,771	9,803	-68	37
INFORMÁTICA Y GESTIÓN S.A.	7,572	2,725	6,925	-1,081	-1,070	9,324	3,320	7,768	-26	87
GESTETNER COLOMBIA S. A.	4,196	2,988	6,640	-279	-1,067	3,898	2,907	7,589	183	35
PARTNET S.A.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	11,178	10,537	6,901	-169	16
COMPUNET S.A.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	4,528	3,728	6,684	371	138
ALMACENES ARCO LIMITADA	5,451	4,506	5,126	519	97	4,153	3,113	6,367	469	62
ALMACÉN NAVARRO OSPINA S. A.	3,609	3,124	3,537	-1,736	-1,021	4,500	4,020	5,810	14	31
SERRANO OREJARENA Y CIA. LTDA.	8,480	8,316	3,427	-32	58	8,393	8,227	5,789	40	39
ELECTROBELLO LTDA.	4,499	2,313	4,756	-558	-177	4,770	2,267	5,673	-396	45
COMPUTADORES, SISTEMAS Y CAPACITACIÓN S.A.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	2,971	1,796	5,631	145	57
LEXCO S. A.	3,216	2,943	5,069	145	-272	2,703	2,358	4,629	351	7
VM COMPUTADORES Y ELECTRÓNICA LTDA.	2,840	1,983	4,385	385	28	3,032	2,041	4,081	348	73
INVERSIONES ELECTROCONFORT LIMITADA	2,130	1,572	3,292	140	44	1,663	1,000	3,853	135	30
LUX DE COLOMBIA S. A.	5,994	7,958	5,982	-5,828	-5,895	3,750	6,454	3,636	-4,371	26
<b>TOTAL AGRUPACIÓN</b>	<b>1,005,410</b>	<b>760,725</b>	<b>1,203,553</b>	<b>29,460</b>	<b>-44,135</b>	<b>1,482,975</b>	<b>1,192,384</b>	<b>1,880,852</b>	<b>43,064</b>	<b>19,653</b>