



**Superintendencia  
de Sociedades**

**DESEMPEÑO DEL SECTOR COMERCIO AL POR MENOR  
AÑOS 2006 - 2009**

**HERNANDO RUIZ LÓPEZ  
Superintendente de Sociedades**

**AÍDA PATRICIA QUIROGA MONTAÑA  
Analista**

**Bogotá, D.C., de Mayo de 2010**



## 1. ASPECTOS GENERALES

Sustentados en la información financiera y contable realizamos el análisis del comportamiento del Sector, así como el aporte al total de la economía del país.

Conforman el Sector Comercio al por Menor las sociedades que dentro de la clasificación CIIU Versión 3 adaptada para Colombia se distribuyen en 29 actividades y que reportaron información a esta Superintendencia.

Para realizar el estudio seleccionamos dos muestras, la primera, una homogénea con 1.628 sociedades que nos permitirá evidenciar el comportamiento del sector en cuanto a las tendencias de crecimiento de las principales cuentas del balance y estado de resultados, así como la evaluación de sus principales indicadores de rentabilidad y endeudamiento a través de los últimos cuatro años (2006-2009); la segunda, una muestra no homogénea, que incluye las anteriores, más las sociedades que por primera vez remiten estados financieros a esta Entidad en el 2009, totalizando 2359 sociedades, determinando con éstas, el estado y situación ante esta Superintendencia y de acuerdo con sus principales cuentas cual es el aporte con respecto a los valores entregados por el Sector Real total; así mismo la distribución del sector en los diferentes departamentos del país.

Se clasificaron las sociedades teniendo en cuenta los productos que comercializa el sector, realizando un ordenamiento con las actividades que se clasifican de acuerdo al tamaño, agrupándolas finalmente en tres grandes actividades, que son las que aportan los valores más representativos en activos, pasivos, patrimonio, ventas y utilidad neta.

Las ventas totales del Sector (muestra homogénea), ascendieron a \$33.4 billones, superiores en un 4% a las registradas en el 2008, que se ubicaron en el orden de los \$32 billones. La utilidad neta ascendió a 743 mil millones, inferior en un -4% a la obtenida en el 2008.

La muestra no homogénea con 2.359 sociedades alcanzó los \$824 mil millones de utilidad neta a 31 de Diciembre de 2009, el 2% de sus ventas, que se ubicaron en \$37.9 billones.

El Sector Comercio al por menor generó 131.245 empleos durante el 2009.



## 2. MUESTRA HOMOGENEA (1.628 SOCIEDADES)

### ANÁLISIS CONSOLIDADO DEL SECTOR AÑOS 2006 - 2009

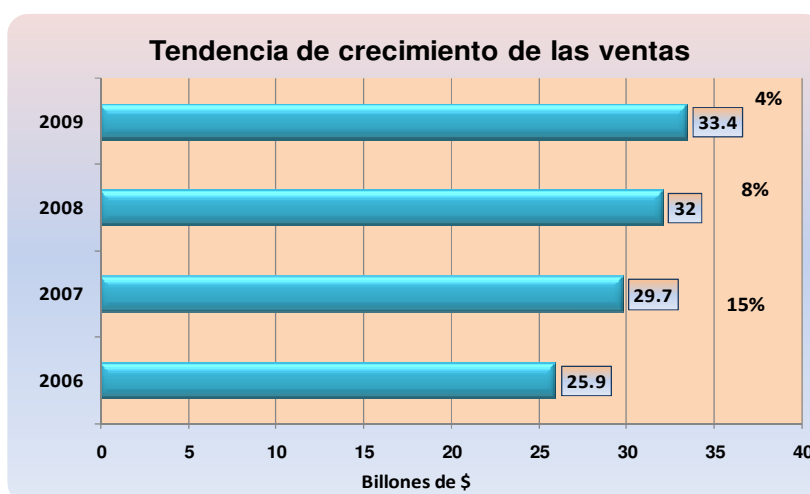
El siguiente análisis a las principales cuentas del balance general y estado de resultados se realizó sobre la muestra homogénea (1.628 sociedades), determinando las tendencias de crecimiento o decrecimiento y aplicando los correspondientes indicadores financieros que evidencian su desempeño durante este período.

#### 2.1 ESTADO DE RESULTADOS 2006 – 2009

SECTOR COMERCIO AL POR MENOR											
ESTADO DE RESULTADOS											
Muestra Homogénea: 1.628 sociedades											
Descripción Cuenta	2006	Part.%	2007	Part.%	Var.%	2008	Part.%	Var.%	2009	Part.%	Var.%
Ingresos Operacionales	25.954	100%	29.750	100%	15%	32.095	100%	8%	33.444	100%	4.2%
Menos: Costo de Vtas y prestación de servicios	20.020	77%	22.744	76%	14%	24.391	76%	7%	25.245	75%	3.5%
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>5.934</b>	<b>23%</b>	<b>7.005</b>	<b>24%</b>	<b>18%</b>	<b>7.704</b>	<b>24%</b>	<b>10%</b>	<b>8.199</b>	<b>25%</b>	<b>6.4%</b>
Menos: Gastos operacionales de Admón	1.526	6%	1.753	6%	15%	2.012	6%	15%	2.092	6%	4.0%
Menos: Gastos operacionales de Vtas	3.697	14%	4.256	14%	15%	4.710	15%	11%	5.130	15%	8.9%
<b>Utilidad Operacional</b>	<b>0.711</b>	<b>3%</b>	<b>0.997</b>	<b>3%</b>	<b>40%</b>	<b>0.981</b>	<b>3%</b>	<b>-2%</b>	<b>0.977</b>	<b>3%</b>	<b>-0.5%</b>
Mas: Ingresos Operacionales	0.902	3%	1.484	5%	64%	2.006	6%	35%	1.882	6%	-6.2%
Menos: Gastos no operacionales	0.867	3%	1.404	5%	62%	1.909	6%	36%	1.773	5%	-7.1%
<b>Utilidad neta antes de impuestos</b>	<b>0.747</b>	<b>3%</b>	<b>1.076</b>	<b>4%</b>	<b>44%</b>	<b>1.078</b>	<b>3%</b>	<b>0%</b>	<b>1.086</b>	<b>3%</b>	<b>0.7%</b>
Menos: Impuesto de renta y complementarios	0.307	1%	0.328	1%	7%	0.302	1%	-8%	0.342	1%	13.2%
Ajustes por Inflación	0.157	1%	0.000	0%	-100%	0.000	0%	0%	0.000	0%	0.0%
<b>Ganancias y Pérdidas</b>	<b>0.596</b>	<b>2%</b>	<b>0.748</b>	<b>3%</b>	<b>25%</b>	<b>0.776</b>	<b>2%</b>	<b>4%</b>	<b>0.743</b>	<b>2%</b>	<b>-4.2%</b>

#### 2.1.1 TENDENCIA DE CRECIMIENTO EN LAS VENTAS

En los dos primeros años (2007 – 2008) de análisis, los ingresos operacionales del sector se incrementaron en un 15% y 8% respectivamente, generando para el segundo año una variación porcentual a la baja de -7 puntos; en el 2009, aún cuando sus ingresos fueron superiores a los del 2008, la variación del 4% estuvo por debajo de la

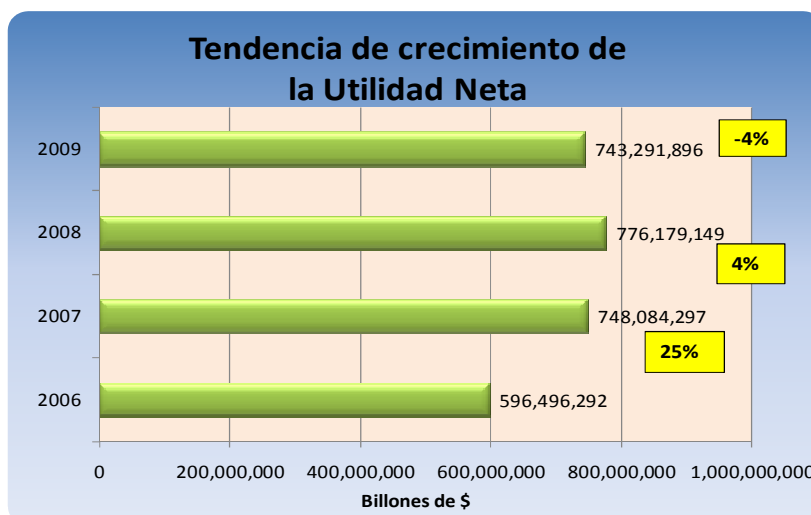




obtenida en el año inmediatamente anterior, -4 puntos porcentuales.

## 2.1.2 TENDENCIA DE CRECIMIENTO EN LA UTILIDAD NETA

Los costos de ventas y prestación de servicios durante el período, representan en promedio el 75% de los ingresos, generando una utilidad bruta del 24% y 25% entre el 2008 y 2009. El efecto de los de los gastos de administración y ventas, dan como resultado una utilidad operacional constante en lo corrido de los cuatro años del 3%.



Finalmente, los ingresos operacionales y los gastos no operacionales, fueron decisivos al momento de determinar el resultado neto del sector, incluidos los impuestos que se mantuvieron en similares cifras durante el período, que pese a la recesión económica, el sector generó utilidades netas que representan el 2% de los ingresos durante el período, excepto en el año 2007, que significó el 3%.

La desaceleración en el dinamismo en las utilidades se hizo sentir en el último año, al contar con una variación de -4%, después de obtener un incremento significativo durante el 2007 del 25%, y muy discreto en el 2008 con el 4%.



### 2.1.3 DISTRIBUCIÓN DE LOS SUBSECTORES

La muestra homogénea con 1.628 sociedades, se distribuye en las siguientes 29 actividades que componen el Sector Comercio al por Menor.

CIU	No. de sociedades	Part. %	DESCRIPCIÓN ACTIVIDADES COMERCIO AL POR MENOR
G5249	244	14.99%	De otros nuevos productos de consumo ncp en establ. Espec.
G5241	214	13.14%	De artículos de ferretería cerrajería y productos de vidrio, excepto pinturas en establ. Espec.
G5239	191	11.73%	De productos nuevos de consumo domestico ncp en estblec espec. (relojes, joyas, antiguedades, bicicletas, alfombras, preparados para limpiar flores, abonos y plaguicidas, animales domésticos, alimentos concentrados carbón mineral y gas propano.
G5243	113	6.94%	De muebles para oficina maquinaria y equipo de oficina, computadores y programs de computador en establ espec.
G5233	106	6.51%	De prendas de vestir y sus accesorios (incluye artículos de piel), en establ. Espec.
G5244	104	6.39%	De libros periodicos materiales y artículos de papelería y escritorio, en establ espec.
G5231	88	5.41%	De productos farmacéuticos medicinales y odontológicos ; artículos de perfumería, cosméticos y de tocador en estbl espec
G5211	87	5.34%	En establecimientos no especializados con surtido compuesto pricipalmente por alimentos (víveres en general), bebidas y tabaco
G5219	66	4.05%	De productos diferentes de alimentos (víveres en general) bebidas y tabaco
G5235	58	3.56%	De electrodomesticos en establecimientos especi
G5234	56	3.44%	De todo tipo de calzado artículos de cuero y sucedáneos del cuero en estbl espec
G5269	54	3.32%	A través de casas de venta por correo
G5229	50	3.07%	De otros productos alimenticios ncp en establecimientos especializados
G5232	43	2.64%	De productos textiles en establecimientos especializados
G5236	29	1.78%	De muebles para el hogar en establecimientos espec
G5245	19	1.17%	De equipo fotografico en establecimientos espec
G5246	18	1.11%	De equipo óptico y de precisión en establecimientos especializados
G5223	15	0.92%	De carnes (incluye aves de corral) productos cárnicos, pescados, productos de mar, en establ espec
G5237	15	0.92%	De equipo y artículos de uso doméstico diferentes de electrodomésticos y muebles para el hogar en estblc espec
G5242	15	0.92%	De pinturas en establecimientos especializados
G5222	12	0.74%	De leche productos lacteos y huevos en establecimientos especializados
G5252	10	0.61%	Actividades comerciales de las casas de empeño o compraventas
G5221	8	0.49%	De frutas y verduras en establecimientos especializados
G5224	6	0.37%	De productos de confitería en establecimientos especializados
G5225	3	0.18%	De bebidas y productos del tabaco en establecimientos especializados
G5272	2	0.12%	Reparación de fectos personales (prendas de vestir, artículos textiles de uso personal, calzado, artículos de cuero, relojes,
G5251	1	0.06%	De artículos usados en establecimientos especializados (prendas de vestir, calzado, electrodomésticos, muebles, libros, etc.)
G5271	1	0.06%	En puestos móviles
<b>TOTAL</b>	<b>1628</b>	<b>100.00%</b>	



## 2.1.4 TAMAÑO – MUESTRA HOMOGÉNEA (1.628 sociedades)

Cifras en Billones de \$

Tamaño	No. de Sociedades	Activos	Part. %	Ventas	Part%	Utilidad Neta	Part. %
Grande	150	21.317	85%	25.924	78%	0.646	87%
Mediana	489	2.882	11%	5.253	16%	0.080	11%
Pequeña	939	0.961	4%	1.971	6%	0.018	2%
Micro	50	0.008	0%	0.296	1%	-0.001	0%
<b>Total general</b>	<b>1628</b>	<b>\$ 25.168</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 33.444</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 0.743</b>	<b>100%</b>

Se clasificaron por tamaño las empresas, acompañadas de las tres variables determinantes en el estudio, con el fin de establecer la participación de las sociedades que de acuerdo a su actividad, cuentan con la mayor participación dentro del total de la muestra.

Dicha clasificación evidencia que son las grandes y medianas empresas que si bien no cuentan con el mayor número de sociedades, si son las que aportan los valores más representativos en activos, ingresos y utilidades.

## 2.1.5 PARTICIPACIÓN DE LAS ACTIVIDADES EN EL TOTAL DE LAS VENTAS

De las 29 actividades que conforman el Sector, nueve (9) aportan el 88% de los ingresos en el 2009, encontrándose en primer lugar la comercialización de alimentos que representa el 30% del total de las ventas generadas, seguida con el 14% la venta de productos

CIU	Descripción	VENTAS (Billones de \$)	Part. %
G5211	Alimentos (víveres en general)	10.179	30%
G5219	Diferentes de alimentos (bebidas y tabaco)	4.640	14%
G5239	Consumo doméstico	4.399	13%
G5249	Otros productos de consumo ncp	2.488	7%
G5241	Ferretería, cerrajería y vidrio	1.717	5%
G5231	Farmacéuticos, odontológicos, perfumería y cosméticos	1.695	5%
G5233	Prendas de vestir	1.650	5%
G5242	Pinturas	1.442	4%
G5243	Muebles y equipo de oficina	1.289	4%
<b>Total ventas principales actividades</b>		<b>29.50</b>	<b>88%</b>
<b>Total ventas otras actividades</b>		<b>3.900</b>	<b>12%</b>
<b>TOTAL VENTAS</b>		<b>33.400</b>	<b>100%</b>

diferentes a los alimentos realizadas por los almacenes generales, misceláneas, los almacenes o tiendas por departamento con surtido diverso compuesto entre otras, por prendas de vestir, calzado, muebles, electrodomésticos; incluye además ferretería, cosméticos, joyería, productos de farmacia y droguería y artículos deportivos; comprende además las bebidas y tabaco. Similar porcentaje se le atribuye a la comercialización de productos de uso doméstico como relojes, joyas, antigüedades, bicicletas, alfombras, flores, preparados para el aseo, con el 13%.



## 2.1.6 PARTICIPACIÓN DE LAS ACTIVIDADES EN EL TOTAL DE LA UTILIDAD NETA

Contribuyó con el 37% de la utilidad neta, la venta de productos alimenticios (víveres en general), seguido con el 15% la actividad dedicada a la comercialización de productos diferentes de alimentos.

CIU	Descripción	UTILIDAD NETA (Billones de \$)	Part. %
G5211/ G5229	Alimentos (víveres en general)	0.273	37%
G5219	Diferentes de alimentos (bebidas y tabaco)	0.108	15%
G5239	Consumo doméstico	0.085	11%
G5249	Otros productos de consumo ncp	0.053	7%
G5269	A través de casas de venta por correo	0.048	6%
G5242	Pinturas	0.044	6%
G5241	Ferretería, cerrajería y vidrio	0.030	4%
G5243	Muebles y equipo de oficina	0.017	2%
<b>Total Utilidad Neta principales actividades</b>		<b>0.66</b>	<b>89%</b>
<b>Total Utilidad Neta otras actividades</b>		<b>0.085</b>	<b>11%</b>
<b>TOTAL UTILIDAD NETA</b>		<b>0.743</b>	<b>100%</b>

En menor proporción participan del gran total, la

comercialización de productos de consumo doméstico relojes, joyas, antigüedades, bicicletas, alfombras, flores, preparados para el aseo, entre otros, con el 11% y la actividad destinada a la comercialización de otros productos de consumo (los que no se ajustan a los anteriores), con el 7%. Debemos resaltar la proporción representativa dentro de las utilidades del Sector, la comercialización de productos a través de casas de venta por correo, con el 6%.

## 2.1.7 LAS ACTIVIDADES QUE PERDIERON

CIU	Descripción Actividad	2006	2007	2008	Pérdidas (en miles de \$)	Var. %
G5222	Leche productos lácteos y huevos en establecimientos especializados	973,750	3,422,898	1,544,417	-1,884,677	-222%
G5225	Bebidas y productos del tabaco en establecimientos especializados	57,829	-21,591	11,736	-400,229	-3510%
G5272	Reparación de efectos personales (prendas de vestir, artículos textiles de uso personal, c	10,412	19,506	37,147	-280,358	-855%
G5271	En puestos móviles	-67,519	76,045	55,224	-93,853	-270%
<b>TOTAL</b>		<b>976,478</b>	<b>3,498,865</b>	<b>1,650,532</b>	<b>-2,659,117</b>	<b>-261%</b>

La desaceleración económica se ve reflejada en las pérdidas arrojadas en la venta de leche, productos lácteos y huevos, con un decrecimiento del 222% registrando -\$1.884 millones de pérdida en el 2009, actividad que en los años anteriores venía registrado utilidad, aún cuando en el 2008 marcó una variación negativa del -55%.

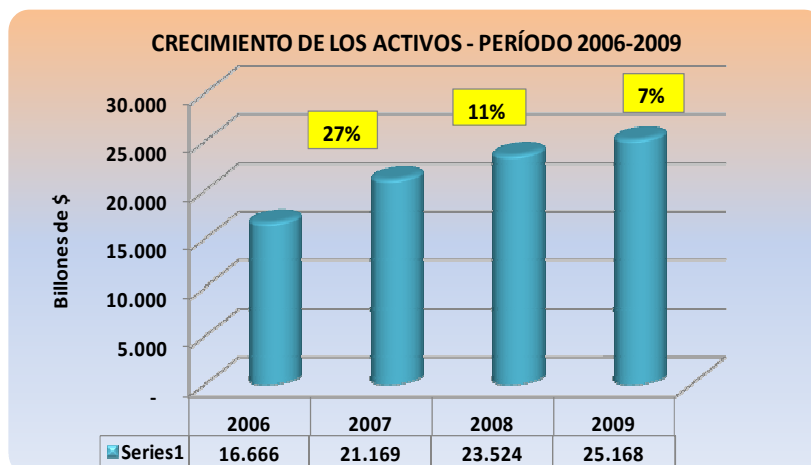
Contaron además con un resultado neto negativo la venta de bebidas y tabaco en establecimientos especializados, la reparación de prendas de vestir y artículos textiles de uso personal, y la venta en puesto móviles.



## 2.2 BALANCE GENERAL 2006- 2009

### 2.2.1 ACTIVO

Los activos marcan un crecimiento permanente a través del período, demostrando un mejor dinamismo en el 2007, en donde la variación con respecto al 2006, fue del 27%, dando como resultado unos activos por \$21 billones, el ritmo de crecimiento en los dos siguientes años, si bien fue positivo, estuvo muy por debajo de las cifras anteriormente alcanzadas, al incrementarse con el 11% y 7%, \$23.5 y \$25.1 billones respectivamente.



debajo de las cifras anteriormente alcanzadas, al incrementarse con el 11% y 7%, \$23.5 y \$25.1 billones respectivamente.

Cabe anotar que el crecimiento significativo en el 2007, fue por cuenta de las inversiones en el corto y largo plazo, sin embargo todas sus cuentas tuvieron un despegue representativo, excepto el rubro de “otros activos”.

Las inversiones del corto plazo que en el 2007 se habían incrementado en un 93%, disminuyen en el 2008 un -11.42%, mientras que las de largo plazo aún cuando se incrementaron, lo hizo en un menor porcentaje (12%), frente a un 55% del año inmediatamente anterior. Para el 2009, vuelven a robustecerse, incrementándose las de corto plazo en un 63% y las de largo plazo con el 21%.

Uno de los factores importantes a tener en cuenta dentro del activo, es la cuenta inventarios, en razón a que debería ser éste uno de los rubros que sustenta la liquidez de las empresas dedicadas a la comercialización de productos al por menor. No obstante, observamos que la propiedad planta y equipo ha cobrado mayor importancia frente a los inventarios, de hecho representa el 24.82% del activo en el 2009 (\$6.2 billones), mientras que sus inventarios participan únicamente con el 18.91% (4.7 billones).





## SECTOR COMERCIO AL POR MENOR

Cifras en Billones de \$

### ACTIVO

Muestra Homogénea: 1.628 sociedades

Descripción Cuenta	2,006	Part. %	2,007	Part. %	Var. %	2,008	Part. %	Var. %	2,009	Part. %	Var. %
Disponible	0.810	4.86%	0.947	4.47%	16.89%	1.091	4.64%	15.26%	1.309	5.20%	20%
Inversiones	0.344	2.07%	0.665	3.14%	92.99%	0.589	2.50%	-11.42%	0.959	3.81%	63%
Deudores Corto Plazo	3.042	18.25%	4.104	19.39%	34.90%	4.505	19.15%	9.78%	4.459	17.72%	-1%
Inventarios	3.916	23.50%	4.476	21.14%	14.30%	4.927	20.94%	10.07%	4.760	18.91%	-3%
Diferidos	0.098	0.59%	0.145	0.68%	48.41%	0.196	0.83%	34.95%	0.172	0.68%	-12%
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>8.210</b>	<b>49.26%</b>	<b>10.336</b>	<b>48.83%</b>	<b>25.89%</b>	<b>11.308</b>	<b>48.07%</b>	<b>9.40%</b>	<b>11.659</b>	<b>46.32%</b>	<b>3%</b>
Inversiones	0.849	5.10%	1.313	6.20%	54.64%	1.473	6.26%	12.15%	1.786	7.10%	21%
Deudores Largo Plazo	0.132	0.79%	0.180	0.85%	36.01%	0.229	0.97%	27.54%	0.326	1.29%	42%
Propiedad Planta y Equipo	4.841	29.04%	5.461	25.80%	12.82%	6.165	26.21%	12.88%	6.247	24.82%	1%
Diferidos	0.499	3.00%	0.540	2.55%	8.08%	0.627	2.67%	16.22%	0.726	2.88%	16%
Otros Activos	0.051	0.30%	0.009	0.04%	-82.20%	0.030	0.13%	235.04%	0.037	0.15%	21%
Valorizaciones	1.883	11.30%	2.272	10.73%	20.62%	2.527	10.74%	11.25%	2.915	11.58%	15%
<b>Total Activo no Corriente</b>	<b>8.456</b>	<b>50.74%</b>	<b>10.832</b>	<b>51.17%</b>	<b>28.11%</b>	<b>12.216</b>	<b>51.93%</b>	<b>12.77%</b>	<b>13.509</b>	<b>53.68%</b>	<b>11%</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>16.666</b>	<b>100.00%</b>	<b>21.169</b>	<b>100.00%</b>	<b>27.02%</b>	<b>23.524</b>	<b>100.00%</b>	<b>11.12%</b>	<b>25.168</b>	<b>100.00%</b>	<b>7%</b>

## 2.2.2 Participación de las actividades dentro del Activo

Corresponde el comportamiento de los activos, al de las ventas y utilidad neta, pues continúa liderando la mayor proporción dentro del sector, la actividad comercializadora de alimentos con \$9 billones que representan el 36% del total de los activos, seguida de los productos diferentes de alimentos con \$4.1 billones que significan el 17%. Clasifica dentro de esta distribución, la participación de la actividad dedicada a la venta de prendas de vestir con \$1.1 billones, el 5% del total, que en las dos variables anteriores (ventas y utilidad neta), no se evidenció su participación.

CIU	Descripción	ACTIVOS (Billones de \$)	Part. %
G5211/ G5229	Alimentos (víveres en general)	9.054	36%
G5219	Diferentes de alimentos (bebidas y tabaco)	4.192	17%
G5239	Consumo doméstico	2.350	9%
G5249	Otros productos de consumo ncp	1.740	7%
G5233	Prendas de vestir	1.174	5%
G5231	Farmacéuticos, odontológicos, perfumería y cosméticos	1.100	4%
G5241	Ferretería, cerrajería y vidrio	1.055	4%
G5242	Pinturas	0.868	3%
<b>Total Activos principales actividades</b>		<b>21.53</b>	<b>86%</b>
<b>Total Activos otras actividades</b>		<b>3.568</b>	<b>14%</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b>25.100</b>	<b>100%</b>

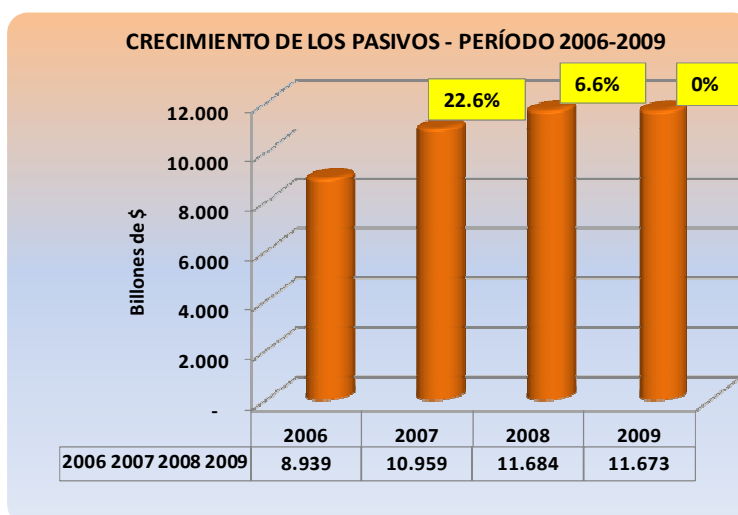


## 2.2.3 PASIVO

El consolidado del sector determina un comportamiento atípico de los pasivos en el último año de análisis, es así como el valor de los mismos se sostuvo en \$11.6 billones, durante el 2008 y el 2009.

El anterior resultado no indica que sus pasivos se mantuvieron estáticos, por el contrario, los minoristas redujeron sus obligaciones financieras de corto y largo plazo, en -8% y -6% respectivamente, aunado a la reducción de las cuentas por pagar en el corto plazo y de los diferidos de corto y largo plazo.

Las variaciones evidencian las políticas de financiamiento adoptadas, en donde los minoristas optaron por otros sistemas de financiamiento al reducir sus obligaciones financieras, al mismo tiempo que incrementaron las cuentas por pagar y otros pasivos en el largo plazo, 61% y 62% respectivamente.



### SECTOR COMERCIO AL POR MENOR

Cifras en Billones de \$

#### PASIVO

Muestra Homogénea: 1.628 sociedades

Descripción Cuenta	2,006	Part. %	2,007	Part. %	Var. %	2,008	Part. %	Var. %	2,009	Part. %	Var. %
Obligaciones Financieras CP	1.759	19.68%	1.585	14.46%	-9.91%	2.272	19.44%	43.33%	2.098	17.98%	-8%
Proveedores	3.594	40.21%	4.165	38.00%	15.88%	4.517	38.66%	8.45%	4.601	39.41%	2%
Cuentas por Pagar CP	1.116	12.48%	1.429	13.04%	28.11%	1.528	13.08%	6.93%	1.489	12.76%	-3%
Impuestos Gra'vamenes y Tasas	0.283	3.17%	0.339	3.10%	19.88%	0.330	2.82%	-2.79%	0.396	3.40%	20%
Obligaciones Laborales CP	0.160	1.79%	0.170	1.55%	6.30%	0.179	1.53%	5.10%	0.183	1.57%	2%
Pasivos Estimados y Provisiones	0.194	2.17%	0.242	2.21%	24.71%	0.257	2.20%	6.19%	0.256	2.19%	0%
Difreidos CP	0.046	0.52%	0.071	0.65%	53.30%	0.079	0.68%	11.59%	0.063	0.54%	-20%
Otros Pasivos CP	0.241	2.69%	0.285	2.60%	18.21%	0.267	2.29%	-6.00%	0.311	2.66%	16%
Bonos y Papeles Comerciales	0.000	0.00%	0.071	0.64%	100.00%	0.014	0.12%	-80.83%	0.000	0.00%	-100%
<b>Total Pasivo Corriente</b>	<b>7.393</b>	<b>82.71%</b>	<b>8.356</b>	<b>76.25%</b>	<b>13.03%</b>	<b>9.443</b>	<b>80.82%</b>	<b>13.00%</b>	<b>9.398</b>	<b>80.51%</b>	<b>0%</b>
Obligaciones Financieras LP	0.910	10.19%	1.933	17.64%	112.30%	1.606	13.75%	-16.90%	1.506	12.90%	-6%
Cuentas por pagar LP	0.123	1.38%	0.127	1.16%	3.18%	0.136	1.16%	6.85%	0.221	1.89%	62%
Obligaciones Laborales LP	0.012	0.14%	0.013	0.12%	2.81%	0.013	0.11%	-0.21%	0.014	0.12%	7%
Pasivos Estimados y Provisiones LP	0.032	0.36%	0.032	0.29%	-0.07%	0.037	0.32%	15.30%	0.041	0.35%	11%
Diferidos LP	0.076	0.85%	0.095	0.86%	24.96%	0.071	0.60%	-25.33%	0.065	0.56%	-7%
Otros Pasivos LP	0.024	0.27%	0.025	0.23%	5.00%	0.052	0.45%	104.29%	0.084	0.72%	61%
<b>Total Pasivo no Corriente</b>	<b>1.545</b>	<b>17.29%</b>	<b>2.604</b>	<b>23.76%</b>	<b>68.51%</b>	<b>2.241</b>	<b>19.18%</b>	<b>-13.94%</b>	<b>2.275</b>	<b>19.49%</b>	<b>2%</b>
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>8.939</b>	<b>100.00%</b>	<b>10.959</b>	<b>100.00%</b>	<b>22.61%</b>	<b>11.684</b>	<b>100.00%</b>	<b>6.61%</b>	<b>11.673</b>	<b>100.00%</b>	<b>0%</b>



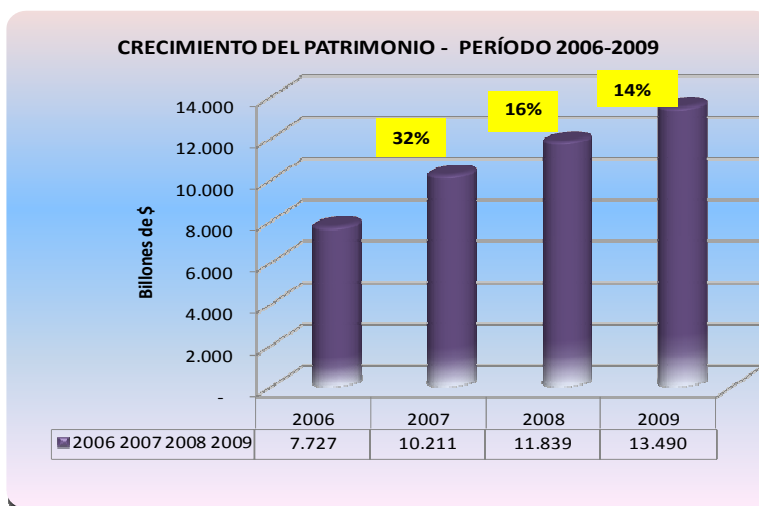
## 2.2.4 Participación de las actividades dentro del Pasivo

Lidera de igual manera la composición de los pasivos la comercialización de alimentos por valor de \$3.4 billones que representan el 30% del total de pasivos del sector. En segundo lugar la venta de productos diferentes de alimentos, con el 15%, \$1.7 billones, seguido de los productos de consumo doméstico \$1.3 billones, con el 11%. Juega un papel importante la venta de prendas de vestir, con un pasivo por valor de \$723 mil millones, farmacéuticos con \$642 mil millones y hace su aparición dentro de esta clasificación la venta de electrodomésticos con una participación dentro del total con el 3% \$389 mil millones.

CIU	Descripción	PASIVOS (Billones de \$)	Part. %
G5211/ G5229	Alimentos (víveres en general)	3.482	30%
G5219	Diferentes de alimentos (bebidas y tabaco)	1.729	15%
G5239	Consumo doméstico	1.311	11%
G5249	Otros productos de consumo ncp	0.829	7%
G5233	Prendas de vestir	0.723	6%
G5231	Farmacéuticos, odontológicos, perfumería y cosméticos	0.642	6%
G5241	Ferretería, cerrajería y vidrio	0.596	5%
G5242	Pinturas	0.532	5%
G5235	Electrodomésticos	0.389	3%
<b>Total Pasivos principales actividades</b>		<b>10.23</b>	<b>88%</b>
<b>Total Pasivos otras actividades</b>		<b>1.367</b>	<b>12%</b>
<b>TOTAL PASIVOS</b>		<b>11.600</b>	<b>100%</b>

## 2.2.5 PATRIMONIO

El capital del sector determina un fortalecimiento sostenido durante el período, marcando variaciones del 15.7%, 15.1% y del 13.7%, alcanzado \$1.8 billones en el 2009, no obstante una leve reducción del mismo en 2.6% en el mismo año. El superávit de capital \$3.7 billones, incrementado en un 30% en el último año, representa el 28% del total del patrimonio, así como el superávit por valorizaciones que significa el 21.69%, con \$2.9 billones. Sumadas las cifras positivas que aportan las utilidades del ejercicio, el patrimonio del sector asciende a \$13.4 billones, superior en un 14% al evidenciado en el año inmediatamente anterior.





## SECTOR COMERCIO AL POR MENOR

Cifras en Billones de \$

### PATRIMONIO

Muestra Homogénea: 1.628 sociedades

Descripción Cuenta	2,006	Part. %	2,007	Part. %	Var%	2,008	Part. %	Var. %	2,009	Part. %	Var. %
Capital Social	0.857	11.09%	0.992	9.71%	15.71%	1.796	15.17%	81.08%	1.854	13.74%	3%
Superávit de Capital	1.159	15.00%	2.681	26.26%	131.31%	2.899	24.48%	8.11%	3.774	27.97%	30%
Reservas	0.764	9.89%	1.064	10.42%	39.24%	1.432	12.10%	34.58%	1.826	13.54%	28%
Revalorización del Patrimonio	2.328	30.12%	2.300	22.53%	-1.17%	2.171	18.34%	-5.62%	2.106	15.61%	-3%
Resultados del Ejercicio	0.596	7.72%	0.748	7.33%	25.41%	0.776	6.56%	3.75%	0.743	5.51%	-4%
Resultados de Ejercicios Anteriores	0.138	1.79%	0.151	1.48%	9.51%	0.227	1.92%	50.51%	0.261	1.94%	15%
Superávit por Valorizaciones	1.884	24.39%	2.274	22.27%	20.66%	2.538	21.43%	11.60%	2.926	21.69%	15%
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>7.727</b>	<b>100.00%</b>	<b>10.211</b>	<b>100.00%</b>	<b>32.14%</b>	<b>11.839</b>	<b>100.00%</b>	<b>15.95%</b>	<b>13.490</b>	<b>100.00%</b>	<b>14%</b>

## 2.2.5 Participación de las actividades en el Patrimonio

El 41% del capital del sector está en cabeza de las sociedades comercializadoras de alimentos y víveres en general, el que significa \$5.5 billones del total que se encuentra en el orden de los \$13.4 billones en el año 2009. Aporta el 18% del capital, la actividad dedicada a la venta de productos diferentes a

CIU	Descripción	PATRIMONIO (Billones de \$)	Part. %
G5211/ G5229	Alimentos (víveres en general)	5.572	41%
G5219	Diferentes de alimentos (bebidas y tabaco)	2.463	18%
G5239	Consumo doméstico	1.038	8%
G5249	Otros productos de consumo ncp	0.911	7%
G5269	A través de casas de venta por correo	0.585	4%
G5241	Ferretería, cerrajería y vidrio	0.459	3%
G5231	Farmacéuticos, odontológicos, perfumería y cosméticos	0.458	3%
G5233	Prendas de vestir	0.451	3%
G5242	Pinturas	0.336	2%
<b>Total Patrimonio principales actividades</b>		<b>12.27</b>	<b>91%</b>
<b>Total Patrimonio otras actividades</b>		<b>1.222</b>	<b>9%</b>
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>		<b>13.495</b>	<b>100%</b>

los alimentos, productos nuevos para el consumo de los hogares, con \$2.4 billones, la venta de productos para consumo doméstico, entre los que se encuentran bicicletas, juguetes, alfombras, recubrimientos para pisos, preparados para limpieza etc., aporta el 8% del total.

## 2.3 INDICADORES FINANCIEROS DEL SECTOR 2006 – 2009



### 2.3.1 RENTABILIDAD

INDICADORES DE RENTABILIDAD				
CONSOLIDADO				
Muestra Homogénea: 1.628 sociedades				
	2006	2007	2008	2009
ROE	7.7%	7.3%	6.6%	5.5%
ROA	3.6%	3.5%	3.3%	3.0%
Margen Bruto	22.9%	23.5%	24.0%	24.5%
Margen Operativo	2.7%	3.3%	3.1%	2.9%
Margen Neto	2.3%	2.5%	2.4%	2.2%

El rendimiento que obtuvieron sobre la inversión (ROE) los accionistas del sector en general, está en el orden del 6% para el 2009, deteriorado en un (1) punto porcentual respecto del año anterior. El ROA, que nos indica la capacidad del activo para generar utilidades, nos muestra un resultado del 3% en el último año, del mismo orden al conseguido en el 2008, lo que significa que por cada peso invertido en el activo total, generó 3 ctvs de utilidad neta.

El resultado obtenido como margen bruto en el último año fue de 24.5%, indicándonos que por cada peso vendido generó una utilidad bruta de 21.5 ctvs, y que el costo de la mercancía se llevó cerca del 85% de sus ingresos, efecto que se ajusta a las condiciones y características del Sector.

El margen operacional influido no solo por el costo de ventas sino por los gastos de administración y ventas, se situó en el 2.9%, viéndose disminuida su utilidad, que después de afectarse por los ingresos y gastos no operacionales, así como del descuento de sus obligaciones con el fisco, generó finalmente un 2.2% de margen neto en el último año.

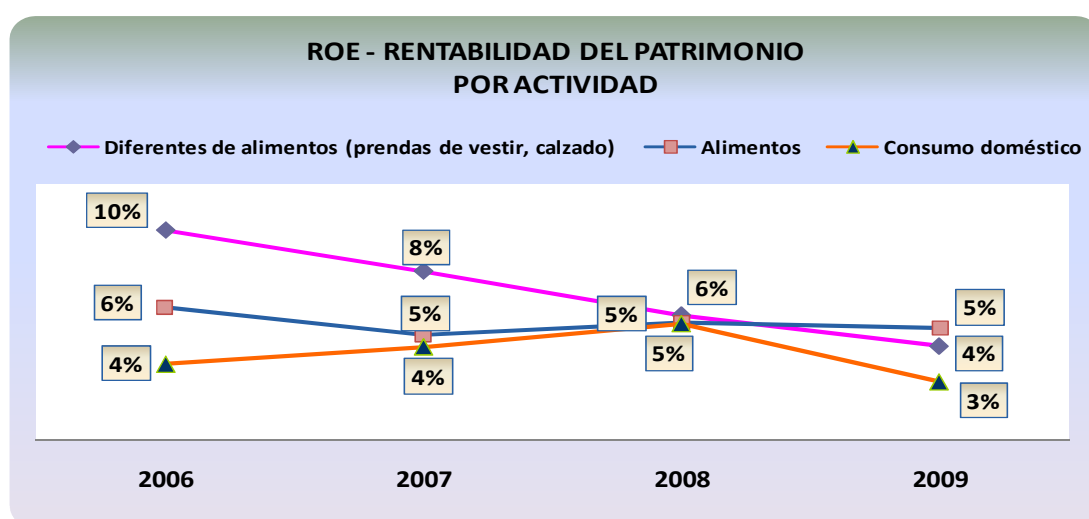


## 2.3.2 RENTABILIDAD POR ACTIVIDAD

Cálculos realizados sobre las actividades que mostraron una mayor participación sobre activo, pasivo, patrimonio, ingresos y utilidad neta.

- Productos diferentes de alimentos, (incluye prendas de vestir y calzado)<sup>1</sup>
- Alimentos<sup>2</sup>
- Consumo doméstico<sup>3</sup>

## 2.3.3 ROE



La rentabilidad sobre la inversión obtenida por los accionistas dedicados a la comercialización de productos diferentes de alimentos, se ha visto afectada en el transcurso del período, a tal punto que para el último año, la reducción del indicador se situó en 6 puntos porcentuales, con respecto a la alcanzada en el 2006, pasando de 10% al 4%.

La actividad que comercializa alimentos, ha logrado mantener una constante partiendo en el 2006, con el 6% de rentabilidad, para ubicarse en el 2009, con el 5%. Similar comportamiento evidencia la actividad “consumo doméstico”, que inicia el período con una rentabilidad sobre la inversión del 4% y finaliza el 2009 con el 3%.

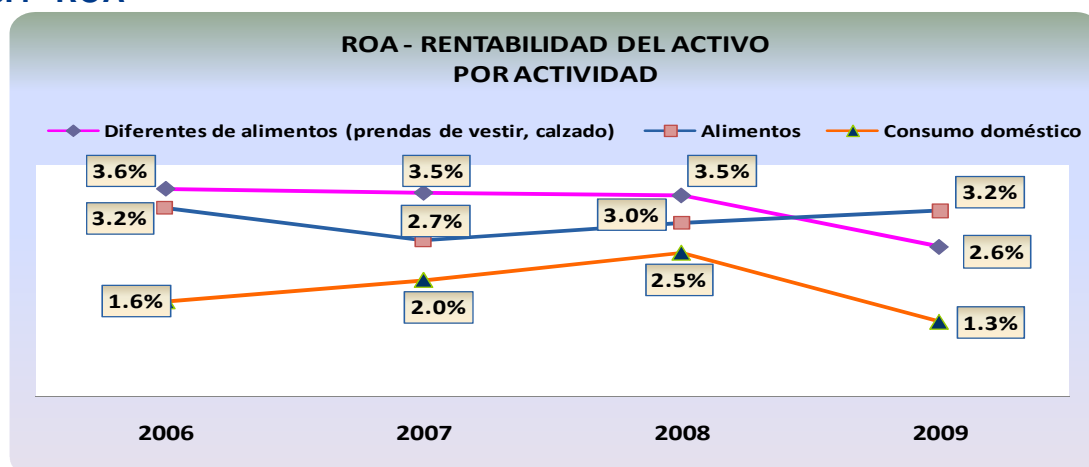
<sup>1</sup> **Diferentes de alimentos - G5219:** Incluye una variedad de productos nuevos, para consumo de los hogares, realizadas por almacenes generales, misceláneas, almacenes o tiendas por departamento con surtido diverso, que incluye prendas de vestir, calzado, muebles, electrodomésticos, ferretería, cosméticos, farmacia, deportivos, entre otros.

<sup>2</sup> **Alimentos - G5211/5229:** Los establecimientos no especializados de comercio al por menor de productos cuyo surtido está compuesto principalmente de alimentos, víveres en general, bebidas y tabaco, puede incluir otras mercancías para consumo de los hogares tales como vestuario, electrodomésticos, ferretería, cosméticos etc.

<sup>3</sup> **Consumo doméstico - G5239/G5249:** Incluye, relojes, joyas en materiales preciosos, plata en general, antigüedades, artículos para deporte, alfombras, recubrimientos para pisos y paredes, productos de limpieza, flores, abonos, concentrados para animales, mascotas entre otros.



### 2.3.4 ROA



Los resultados más favorables en cuanto a la capacidad del activo para producir utilidades, está en manos de la venta de alimentos, ubicándose en el 3.2% en el 2009, el mismo indicador que obtuvo al iniciar el período. Por su parte, los productos diferentes de alimentos que sostuvo su rentabilidad sobre el activo durante los tres primeros años con el 3.5%, se debilita en el 2009 hasta llegar al 2.6%. Le corresponde ofrecer los menores resultados en el último año de análisis a la actividad de consumo doméstico con el 1.3%, con una caída de de 1.2 puntos porcentuales frente al resultado obtenido en el 2008.

### 2.3.5 EBITDA CONSOLIDADO – 2006-2009

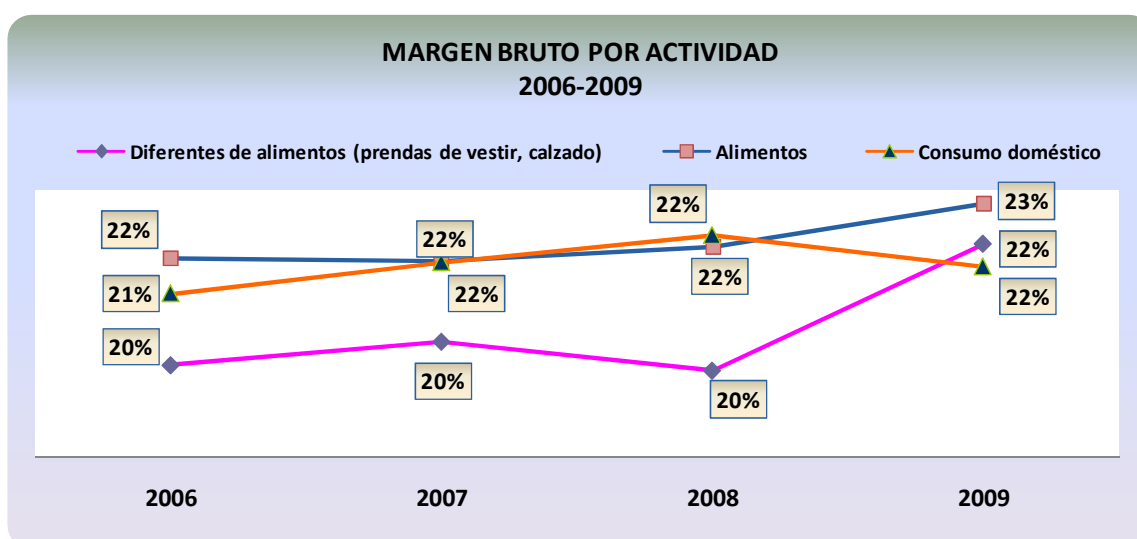
SECTOR COMERCIO AL POR MENOR				
EBITDA CONSOLIDADO				
Muestra Homogénea (1.628 sociedades)				
Índice	2006	2007	2008	2009
EBITDA (Billones de \$)	1.0	1.4	1.5	1.5
Margen Ebitda (%)	4%	5%	5%	4%
Intereses Pagados /EBITDA	16%	17%	20%	21%
Obligaciones Financieras /EBITDA	2.6	2.6	2.7	2.4

Con estos resultados se aprecia la generación de caja progresiva, lo cual es positivo para el sector, por la liquidez que genera para atender los compromisos no operacionales. Sin embargo el margen es ligeramente reducido para mantener un negocio que requiere tanta liquidez, toda la caja que produce es pequeña frente a los ingresos operacionales, y se reduce con respecto al año anterior en el 4%.



En cuanto a los intereses, se refleja que el sector ha comprometido su EBITDA en forma ascendente, es decir que para el 2006 requirió del 16% y en el 2009 del 21%. Finalmente con la generación de caja del 2009, el sector necesitaría 2.5 años para cancelar la totalidad de las obligaciones financieras, que es un poco menos que lo que necesitaba en hace cuatro años.

### 5.2.5 MARGEN BRUTO

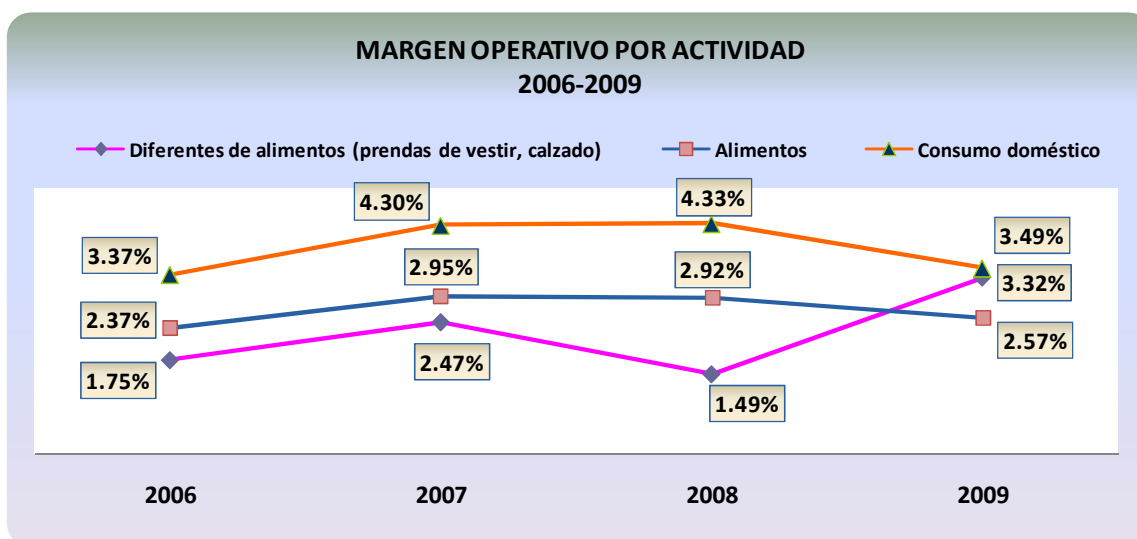


Lidera el margen bruto la comercialización de alimentos con el 23%, mientras que las dos actividades restantes dan como resultado el 22% en el último año. Márgenes que se han sostenido sobre la misma línea para las actividades en estudio durante todo el período, lo que significa que en la misma proporción que han generado sus ingresos, en esta misma proporción han participado sus costos de ventas y prestación de servicio.





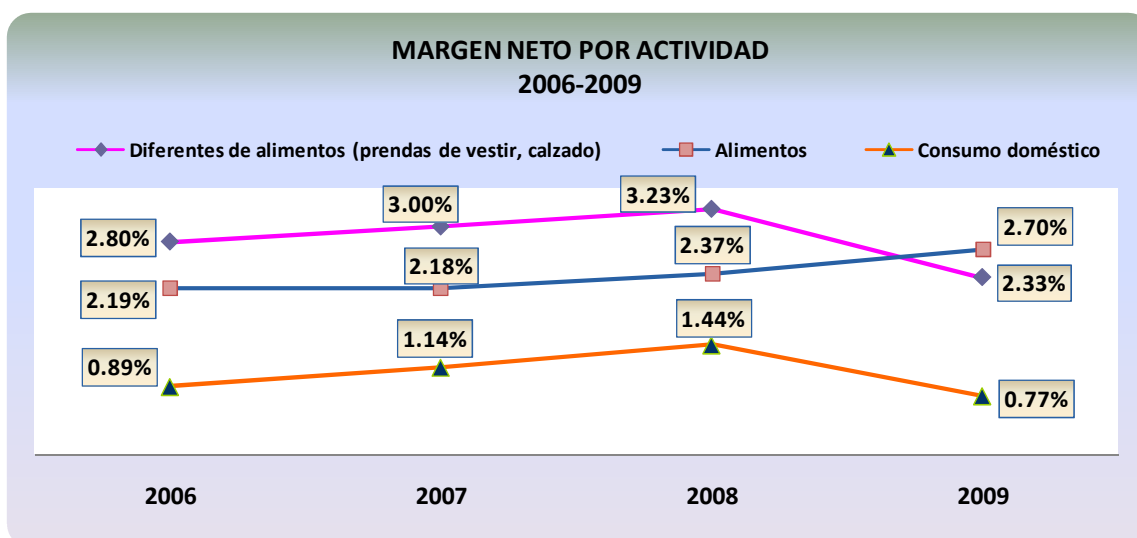
## 2.3.6 MARGEN OPERACIONAL



Consumo doméstico y alimentos dieron como resultado un margen operacional del 3.49% y 3.32% respectivamente, el primero viene en descenso, al contar con unos márgenes superiores en los dos años anteriores, del 4.30% y 4.33%; el segundo que trae un margen reducido, como consecuencia del incremento de sus costos y gastos de administración y ventas en el 2008, del 1.49%, logra posicionarse con mejores resultados en el último año, reduciendo estas dos variables de manera representativa, permitiéndole un margen del 3.32% en el 2009. El margen operativo menos favorable le corresponde a alimentos con el 2.57%, porcentaje de rentabilidad que se mantuvo en promedio durante el período en estudio.



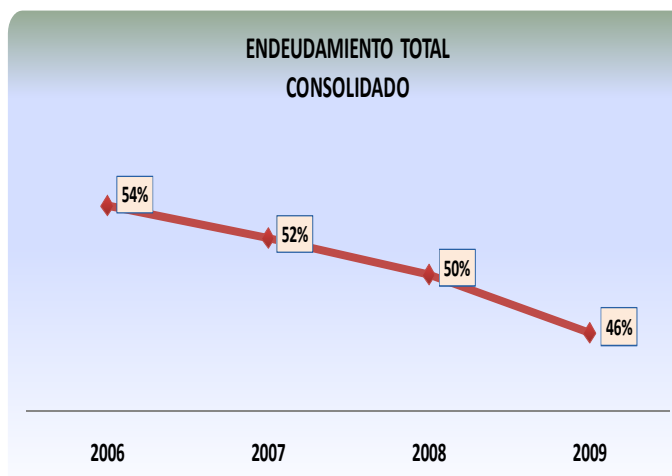
### 2.3.7 MARGEN NETO



Después de contar con unos márgenes del 3% y 3.23% en el 2007 y 2008, la actividad diferente de alimentos desciende su rentabilidad a 2.33%, así como los productos de consumo doméstico que durante los mismos años había presentado márgenes más favorables, en el 2009 cae al 0.77%. Continúa en primer lugar con los mejores márgenes los alimentos, aunque con un leve ascenso se posiciona finalmente en 2.7%, guardando un equilibrio con los resultados obtenidos en los años anteriores.

### 2.3.8 ENDEUDAMIENTO - MUESTRA HOMOGÉNEA

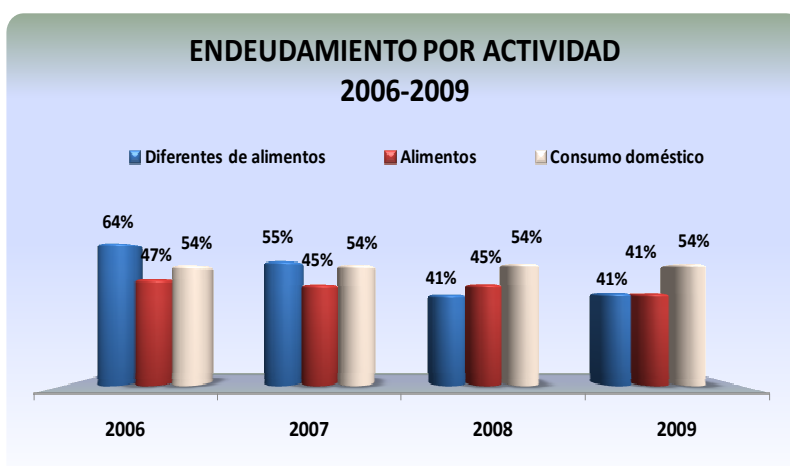
Inicia el Sector con un endeudamiento del 54%, con una tendencia durante el transcurso de estos cuatro años a la baja, hasta posicionarse en el 2009 con el 46%. Esta reducción es resultado de la disminución de sus obligaciones financieras, tanto de corto como de largo plazo, en donde las primeras se redujeron un -8% y las de largo plazo en un -6%.





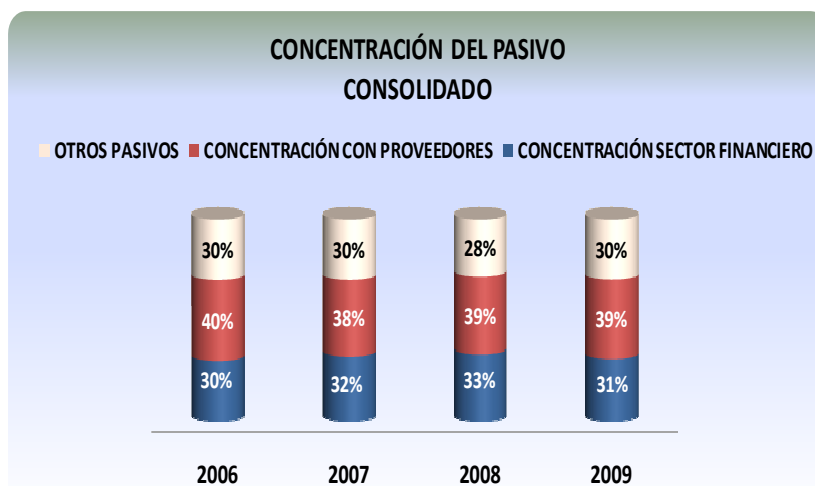
### 2.3.9 NIVEL DE ENDEUDAMIENTO POR SUBSECTOR

Fue determinante el comportamiento de la actividad dedicada a la comercialización de productos diferentes de alimentos en el total del sector, al reducir su endeudamiento durante el período en 23 puntos porcentuales, situándose en el último año con el 41%. Entre tanto las dos actividades restantes, conservaron similares proporciones con el 47% y 54% en el 2009, con una leve reducción por parte de alimentos, en 6 puntos porcentuales.



### 2.3.10 CONCENTRACIÓN DEL ENDEUDAMIENTO – CONSOLIDADO

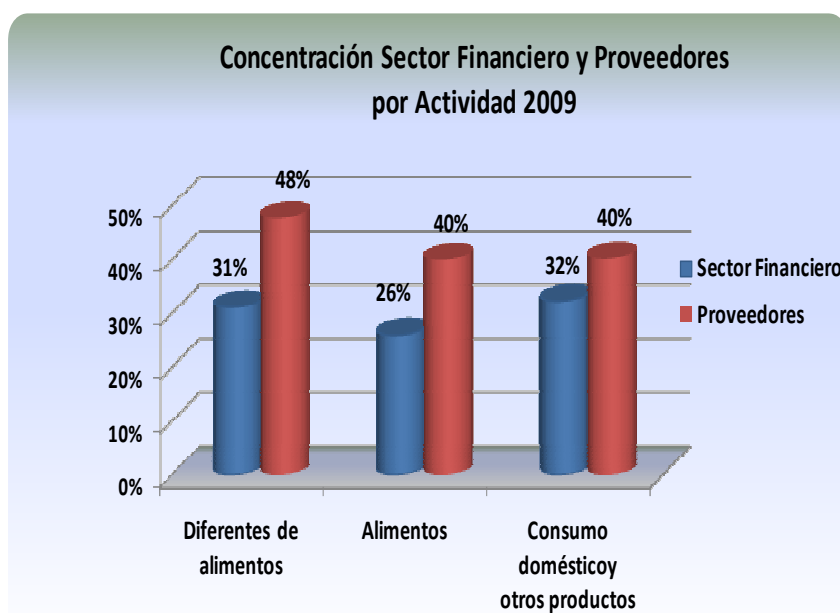
Son los proveedores los que cuentan con una mayor concentración, mientras que las obligaciones financieras, guardan una concentración discreta con respecto al total, y con tendencia al descenso.





### 2.3.11 CONCENTRACIÓN DEL ENDEUDAMIENTO POR ACTIVIDAD - 2009

Existe preferencia por parte de las actividades en estudio en concentrar sus pasivos con los proveedores, antes que con el sector financiero, tendencia más acentuada por parte de las sociedades dedicadas a la comercialización de productos diferentes de alimentos, 48%, frente a 31%; sin quedarse atrás la venta de alimentos, 40%, frente a 26%.



### 2.3.12 LIQUIDEZ – CONSOLIDADO

INDICADORES DE LIQUIDEZ				
Muestra Homogénea 1.628 sociedades				
	2006	2007	2008	2009
Razón Corriente	1.11	1.24	1.20	1.24
Prueba Ácida	0.6	0.7	0.7	0.7
Capital de Trabajo Neto	\$ 0.817	\$ 1.980	\$ 1.865	\$ 2.261

La razón corriente denota que el sector cuenta con una liquidez apropiada, la cual se ha venido incrementando desde el 2007. De la misma manera al excluir de su activo corriente los inventarios, el resultado es favorable; no obstante, éste se encuentra influenciado por el bajo porcentaje de participación de los inventarios.



Finalmente se le suma al buen resultado el incremento significativo en el capital de trabajo, \$1.4 billones, el que se deriva del ingreso a la economía de las grandes superficies.

### 3. MUESTRA NO HOMOGÉNEA (2.359 sociedades)

La muestra no Homogénea del sector Comercio al por Menor se compone de 1.628 sociedades que reportaron información a través de los cuatro años en análisis (2006-2009), más las sociedades que por primera vez en el 2009 enviaron estados financieros, 731 sociedades, para un total de 2.359 sociedades.

Al clasificar las nuevas por tamaño, predominan en número las pequeñas con 447, el 61% del total, seguidas por las medianas con 230, micro con 39 y las grandes con 15 sociedades; no obstante, son las medianas las que cuentan con el mayor valor en activos, ingresos y utilidad neta.

MUESTRA NO HOMOGÉNEA												
2,359 Sociedades												
Cifras en billones de \$												
TAMAÑO	ACTIVO				TOTAL	INGRESOS			TOTAL	UTILIDAD NETA		TOTAL
	No. Soc	Homogénea	No. Soc	Las Nuevas		Homogénea	Las Nuevas	Homogénea		Las Nuevas		
GRANDES	150	21,317	15	0,977	22,294	25,924	1,029	26,952	0,646	0,014	0,660	
MEDIANAS	489	2,882	230	1,085	3,967	5,253	1,950	7,203	0,080	0,049	0,129	
PEQUEÑAS	939	0,961	447	0,514	1,476	1,971	1,213	3,184	0,018	(0,001)	0,017	
MICRO	50	0,008	39	0,005	0,013	0,296	0,284	0,580	-0,001	0,019	0,018	
<b>TOTALES</b>	<b>1628</b>	<b>\$ 25,168</b>	<b>731</b>	<b>\$ 2,581</b>	<b>\$ 27,749</b>	<b>\$ 33,444</b>	<b>\$ 4,476</b>	<b>\$ 37,920</b>	<b>\$ 0,743</b>	<b>\$ 0,081</b>	<b>\$ 0,824</b>	

Totalizan entonces los activos del sector para el 2009, \$27.7 billones, aportando las nuevas el 10% \$2.5 billones y el 90% restante por cuenta de la muestra homogénea, \$25.1 billones.

Los ingresos \$37.9 billones, con una utilidad neta que representa el 2.17% de los ingresos \$824 mil millones, en donde las nuevas aportaron \$4.4 billones de ingresos y una utilidad neta de \$81 mil millones.



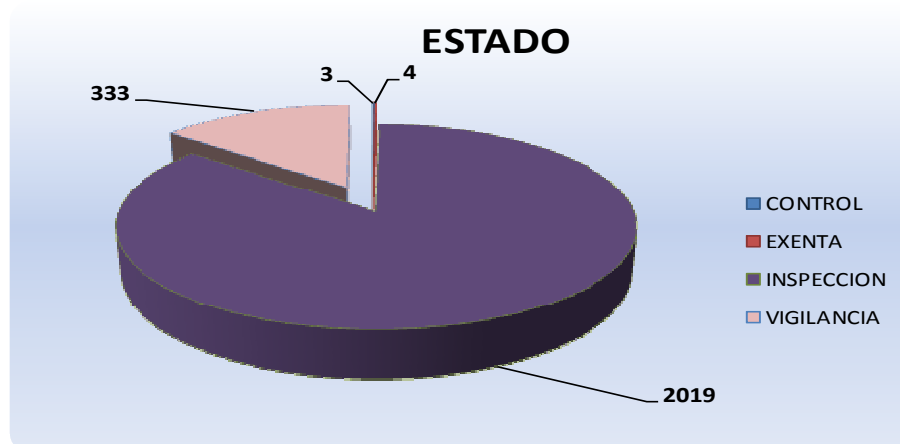
### 3.1 LAS QUE PERDIERON

Generaron pérdida 411 sociedades, el 17% del total (2.359), que clasificadas por tamaño obtenemos los siguientes resultados.

Cifras en Miles de \$

TAMAÑO	No. Sociedades	VALOR DE LA PERDIDA
GRANDE	22	-120,191,476
MEDIANA	91	-58,178,256
PEQUEÑA	263	-41,979,856
MICRO	35	-2,269,856
<b>TOTAL</b>	<b>411</b>	<b>\$ (222,619,444)</b>

### 3.2 ESTADO ANTE LA SUPERINTENDENCIA



El 85% de las sociedades de la muestra, es decir 2019, se encuentran en estado de inspección ante esta Superintendencia, el 14%, 333 sociedades están vigiladas, 3 sociedades en control y 4 exentas, éstas últimas corresponden a las sociedades que se encuentran vigiladas por la Superintendencia Financiera.

### 3.3 SITUACIÓN

SITUACIÓN	No. de Sociedades	Part.%
ACTIVA	2324	98,52%
ACUERDO DE REESTRUCTURACION	18	0,76%
CONCORDATO	1	0,04%
INACTIVA	4	0,17%
LIQUIDACIÓN VOLUNTARIA	2	0,08%
REORGANIZACION	8	0,34%
LIQUIDACIÓN JUDICIAL	2	0,08%
<b>TOTAL</b>	<b>2359</b>	<b>100%</b>



### 3.4 DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA NO HOMOGÉNEA POR DEPARTAMENTO

Cifras en Miles de \$

Departamento	No. de Sociedades	Part. %	UTILIDAD NETA	Part. %
BOGOTA D.C.	1263	53.54%	389,869,650	47.32%
ANTIOQUIA	295	12.51%	210,205,405	25.51%
VALLE	206	8.73%	117,523,715	14.26%
ATLANTICO	128	5.43%	69,003,066	8.38%
SANTANDER	71	3.01%	8,889,701	1.08%
CUNDINAMARCA	66	2.80%	-7,186,966	-0.87%
RISARALDA	54	2.29%	4,588,079	0.56%
BOLIVAR	30	1.27%	7,331,751	0.89%
CALDAS	29	1.23%	-2,453,822	-0.30%
NORTE DE SANTAN	27	1.14%	1,832,287	0.22%
HUILA	23	0.97%	1,435,705	0.17%
TOLIMA	23	0.97%	3,839,683	0.47%
SAN ANDRES Y PR	20	0.85%	4,105,986	0.50%
NARINO	18	0.76%	175,590	0.02%
META	18	0.76%	921,433	0.11%
CORDOBA	17	0.72%	2,588,778	0.31%
MAGDALENA	13	0.55%	1,771,432	0.22%
BOYACA	12	0.51%	1,349,162	0.16%
CAUCA	10	0.42%	585,383	0.07%
CESAR	9	0.38%	1,628,336	0.20%
QUINDIO	7	0.30%	2,593,464	0.31%
SUCRE	6	0.25%	1,521,370	0.18%
CASANARE	4	0.17%	987,489	0.12%
ARAUCA	3	0.13%	246,300	0.03%
LA GUAJIRA	3	0.13%	225,393	0.03%
CAQUETA	2	0.08%	15,120	0.00%
AMAZONAS	1	0.04%	300,700	0.04%
GUAVIARE	1	0.04%	5,397	0.00%
<b>TOTAL</b>	<b>2359</b>	<b>100.00%</b>	<b>\$ 823,899,587</b>	<b>100.00%</b>

El 53.54% de las sociedades desarrollan su actividad en la ciudad de Bogotá, con 1263 sociedades, de la misma manera generaron el 47.32% de la utilidad neta, 295 en Antioquia con el 12.51% y 25.51% de la utilidad, en menor porcentaje se encuentra el departamento del Valle, con 206 sociedades, Atlántico con 128, y el 20% restante en los demás departamentos del país. Por departamento generaron pérdida las sociedades ubicadas en Cundinamarca y Caldas.



### 3.5 EL SECTOR COMERCIO AL POR MENOR Vs. SECTOR REAL TOTAL

	SECTOR REAL	SECTOR COMERCIO AL POR MENOR	Part.%
No. Sociedades	24.674	2.359	10%
<b>Principales Cuentas</b>			
	Cifras en Billones de \$		
Activos	546,9	27,7	5%
Pasivos	197,3	13,2	7%
Patrimonio	349,7	14,4	4%
Ingresos Operacionales	393,9	37,9	10%
Utilidad Operacional	31,7	1,1	3%
Utilidad Neta	25	0,823	3%

El Sector Comercio al por Menor significa el 10% del total de la sociedades que reportaron estados financieros en el 2009, de esta manera el total de los activos con 27.7 billones, significan el 5% de los obtenidos por el Sector Real. Así mismo, aporta el 4% del patrimonio con \$14.4 billones; De los ingresos operacionales alcanzados por el sector real, el 10% fue por cuenta de los minoristas; finalmente aporta el 3% tanto de la utilidad operacional como de la neta.

### 3.6 LAS 10 PRIMERAS EN ACTIVOS, PASIVOS, VENTAS Y UTILIDAD NETA

Cifras en billones de \$

Puesto	ACTIVOS	
1	ALMACENES EXITO S A	6,391
2	GRANDES SUPERFICIES DE COLOMBIA S A	3,481
3	SUPERTIENDAS Y DROGUERIAS OLIMPICA S.A	1,536
4	CARULLA VIVERO S.A	0,937
5	ALMACENES LA 14 S.A.	0,873
6	SODIMAC COLOMBIA S A	0,834
7	SERVICABLES INTEGRADOS LTDA	0,348
8	FALABELLA DE COLOMBIA S.A.	0,328
9	SUCESORES DE JOSE JESUS REST REPO Y CIA S	0,310
10	LARIMERA S. A	0,246





Puesto	PASIVOS	
1	ALMACENES EXITO S A	2,228
2	GRANDES SUPERFICIES DE COLOMBIAS A	1,348
3	SUPERTIENDAS Y DROGUERIAS OLIMPICA S.A	0,852
4	SODIMAC COLOMBIAS A	0,509
5	ALMACENES LA 14 S.A.	0,484
6	SERVICABLES INTEGRADOS LTDA	0,229
7	CARULLA VIVERO S.A	0,224
8	FALABELLA DE COLOMBIA S.A.	0,215
9	ETICOS SERRANO GOMEZ LTDA	0,140
10	FARMASANITAS LTDA	0,138

Puesto	VENTAS	
1	ALMACENES EXITO S A	6,971
2	GRANDES SUPERFICIES DE COLOMBIAS A	3,722
3	SUPERTIENDAS Y DROGUERIAS OLIMPICA S.A	2,745
4	SODIMAC COLOMBIAS A	1,387
5	ALMACENES LA 14 S.A.	1,000
6	SUCESORES DE JOSE JESUS RESTREPO Y CIA S	0,477
7	FALABELLA DE COLOMBIA S.A.	0,400
8	FARMASANITAS LTDA	0,389
9	SERVICABLES INTEGRADOS LTDA	0,372
10	ETICOS SERRANO GOMEZ LTDA	0,360

Puesto	UTILIDAD NETA	
1	ALMACENES EXITO S A	0,147
2	GRANDES SUPERFICIES DE COLOMBIAS A	0,091
3	CARULLA VIVERO S.A	0,078
4	SUPERTIENDAS Y DROGUERIAS OLIMPICA S.A	0,063
5	SERVICABLES INTEGRADOS LTDA	0,049
6	SODIMAC COLOMBIAS A	0,044
7	ALMACENES LA 14 S.A.	0,031
8	ALMACENES FLAMINGO S A	0,020
9	NEC DE COLOMBIA S.A.	0,016
10	OMNILIFE DE COLOMBIA LTDA	0,015



#### 4. PROBABILIDAD DE RIESGO DE INSOLVENCIA

Enseguida se presentan los resultados del modelo de alerta temprana para predecir el riesgo de insolvencia, el cual muestra la probabilidad de que una empresa pueda entrar a un proceso de reorganización o de liquidación judicial.

Para el cálculo del modelo, se tuvieron en cuenta los indicadores financieros que se calcularon a partir de la información que ha sido remitida por cada una de las empresas del sector.

El resultado del modelo de riesgo de insolvencia, que se obtuvo por medio de la aplicación de una regresión logística binaria es el siguiente:

La función Z para este sector, es como sigue:

$$Z = -1.013 - 0.218X_1 + 0.056X_2 + 0.024X_3 - 0.006X_4 - 2.364X_5 - 0.01X_6 - 0.003X_7$$

Donde:

Razón Corriente en T-2  
Endeudamiento con el sector financiero en T-3  
Participación gasto de nómina sobre ventas en T-2  
Variación de los Ingresos Operacionales en T-2  
Índice de liquidez inmediata en T-2  
Margen antes de Impuestos en T-2  
Rotación de Deudores Clientes en T-2

Una vez calculada la función Z, se procedió a estimar la función de probabilidad, para cada una de las sociedades de la muestra, mediante la función:

$$Prob(Y_i = 1) = \frac{1}{1 + e^{-(Z)}}$$

Las variables que explican la insolvencia son Razón Corriente, Participación gasto de nómina sobre ventas, Variación de los Ingresos Operacionales, Índice de liquidez inmediata, Margen antes de Impuestos y Rotación de Deudores Clientes en T-2, es decir dos años antes y Endeudamiento con el sector financiero en T-3, o sea tres años antes de entrar a un proceso de insolvencia.

Los resultados muestran que gran parte de las variables explicativas corresponden a liquidez y otras a la solidez de las compañías.



Es importante aclarar que el modelo predice la insolvencia para dos años adelante; es decir, con los datos del 2008, se pronostica el 2010 y con los de 2009, se pronostica el riesgo de 2011.

Los niveles de riesgo agrupan la probabilidad de insolvencia que oscila entre el 0% y el 100%, donde a mayor valor, mayor riesgo de insolvencia y viceversa.

Los niveles tenidos en cuenta son los siguientes:

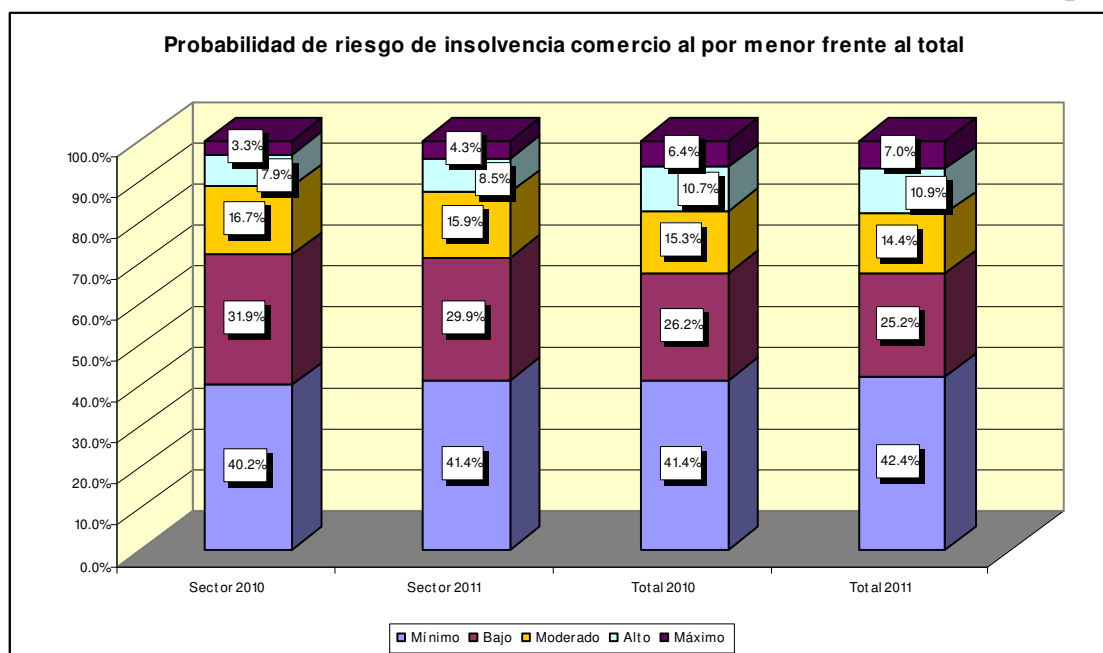
#### Niveles de riesgo de insolvencia

<b>Nivel de Riesgo</b>	<b>Rango de Probabilidad</b>
Máximo	81% - 100%
Elevado	61% - 80%
Moderado	41% - 60%
Bajo	21% - 40%
Mínimo	0% - 20%

Fuente: Cálculos Supersociedades

Tomando como referencia una muestra de 1.618 empresas para las cuales se puede calcular la probabilidad de insolvencia en el año 2009, con el que se pronostica lo que podría suceder en 2011, encontramos que la proporción de empresas que estaba en riesgo máximo (81% a 100%), en el sector de comercio al por menor es de 4.3%, menor al del total de empresas que remitieron estados financieros que también es de 7.0%.

Se puede observar en el siguiente gráfico que el nivel de riesgo de insolvencia de las empresas de este sector en el segundo nivel (61% a 80%) se encuentran el 8.5% mientras que en el total está el 10.9% de las sociedades. En el nivel mínimo la proporción es similar con alrededor del 41% en ambos casos.



La proporción de Compañías en el nivel moderado y bajo es mayor en el sector que en el total en el año 2011. El riesgo máximo de las empresas del sector pasó de 3.3% a 4.3% entre los años 2010 y 2011, mientras que para el total de empresas pasó de 6.4% a 7.0%.



## CONCLUSIONES

- ✚ El Sector Comercio al por Menor compuesto para este estudio por 1.628 sociedades muestra homogénea, generó durante el 2009 \$743 millones de ingresos por ventas, si bien registró un incremento del 4.2% con respecto al 2008, el dinamismo marca una reducción de las mismas en 4 puntos porcentuales. Los resultados demuestran que los administradores lograron atenuar el impacto de los costos y gastos, obteniendo una utilidad operacional reducida únicamente en -0.5% con respecto a la obtenida en el año anterior. Finalmente, la utilidad neta representa el 2% de sus ingresos, marcando una tendencia a la baja al disminuirla en el 2009 en -4.2%.
- ✚ Son las empresas comercializadoras de alimentos las que aportan un mayor porcentaje a las ventas del sector, con el 30%, así como a la utilidad neta, con el 37%.
- ✚ El incremento del valor de los activos (7%), se origina básicamente en el aumento de las inversiones de corto y largo plazo, así como de los deudores de largo plazo. En el último año no hubo incremento de los inventarios, como tampoco de la propiedad planta y equipo, mientras que se observa una variación del 15% en las valorizaciones. El 36% de los activos del sector pertenecen a las sociedades que comercializan alimentos.
- ✚ El comportamiento del pasivo del Sector a 31 de Diciembre de 2009, denota la política de austeridad, que sostuvo al pasivo prácticamente en las mismas cifras del año anterior, en el orden de \$11.6 billones, reducido en -0.1%. El sector disminuyó levemente sus obligaciones financieras de corto y largo plazo, pero las mismas se trasladaron a otros sistemas de financiación, así lo demuestra el incremento de otros pasivos y cuentas por pagar en el largo plazo, conservando de todas formas un equilibrio.
- ✚ Existe una mayor concentración del endeudamiento con proveedores que por obligaciones financieras, con tendencia a incrementar las primeras y a disminuir las segundas.
- ✚ El capital de las empresas aumentó 14%, (cerca de \$1.6 billones) lo cual denota confianza de los dueños en su negocio. El incremento del patrimonio está influenciado además por el aumento representativo del superávit de capital y de las valorizaciones en menor proporción.



- ✚ Rentabilidad del 5.5% sobre el patrimonio, y del 3% sobre los activos y un reducido margen neto del 2.2%. El margen neto más favorable se lo lleva la comercialización de alimentos con el 2.70%, y el más bajo 0.77%, productos de consumo doméstico.
- ✚ Endeudamiento total del sector es del 46%, con una concentración del 80.51% en el corto plazo y del 19.49 en el largo plazo.
- ✚ Por tamaño, son las grandes empresas las que aportan los valores más significativos en activos, ventas y utilidad neta, 85%, 78% y 87% respectivamente.
- ✚ Con base en la muestra no homogénea, el 17%, 411 de las sociedades del sector durante el 2009 registraron pérdidas por valor de \$222 mil millones de pesos.
- ✚ El 53.54% de las empresas se encuentran ubicadas en la capital del país con 1.263 sociedades, aportando los valores más significativos en activos, pasivos y patrimonio, así como el mayor volumen en ventas y del resultado neto.