

□□□



## GRANDES ALMACENES E HIPERMERCADOS MINORISTAS Y COMERCIO DE VEHICULOS AUTOMOTORES NUEVOS IV Trimestre de 2005

### Contenido

Resumen

Resultados Generales

Primera parte: Grandes  
Almacenes e Hipermercados  
Minoristas

1. Ventas
2. Empleo
3. Inventarios finales
4. Área de ventas

Segunda parte: Comercio de  
Vehículos Automotores Nuevos

5. Unidades vendidas
6. Valor de las ventas de  
vehículos

**Bogotá (Oficina de Prensa DANE).** Las ventas reales de los grandes almacenes e hipermercados en Colombia registraron en el tercer trimestre de 2005 un crecimiento del 9,55 por ciento en comparación con el mismo período de 2004.

Entre octubre y diciembre de 2005, trece de los catorce grupos de mercancías presentaron variaciones positivas en ventas reales con respecto al mismo período del 2004.

En este mismo lapso, el empleo registró un aumento del 6,56 por ciento con respecto al cuarto trimestre del año anterior.

Los inventarios reales presentaron un incremento de 13,90 por ciento, si se comparan con el mismo trimestre de 2004.

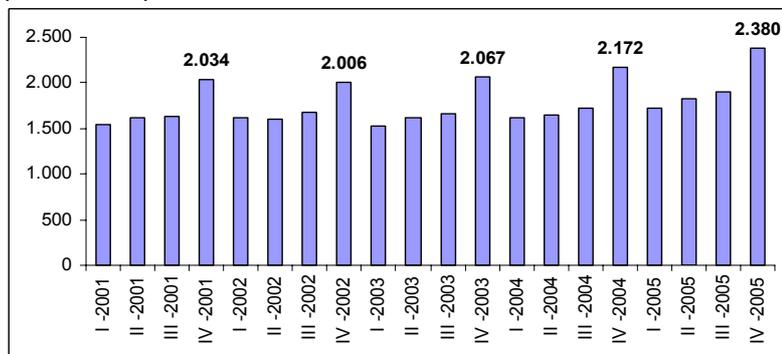
En 2005 se presentó un incremento en ventas reales de 9,49 por ciento en comparación con el año anterior.

Entre enero y diciembre de 2005 el empleo registró un incremento de 4,90 por ciento con respecto al año anterior.

## RESULTADOS GENERALES

En el cuarto trimestre de 2005, las ventas reales minoristas de los grandes almacenes aumentaron 9,55 por ciento frente al mismo trimestre de 2004.

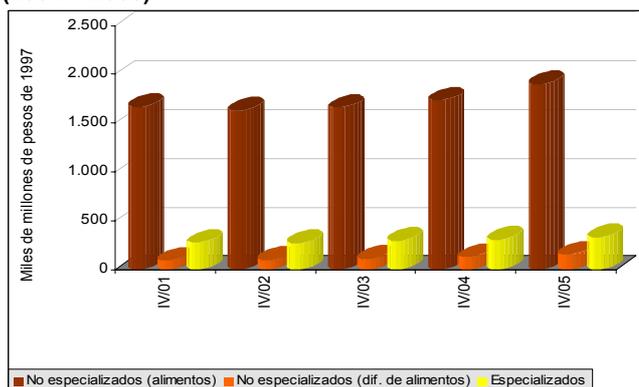
**Gráfico 1**  
**Ventas reales en grandes almacenes minoristas e hipermercados**  
**Total nacional**  
**(2003 – 2005)**



Fuente: DANE

En el cuarto trimestre de 2005, el 86,86 por ciento (3.873.991 millones) de las ventas nominales se realizaron en los almacenes no especializados.

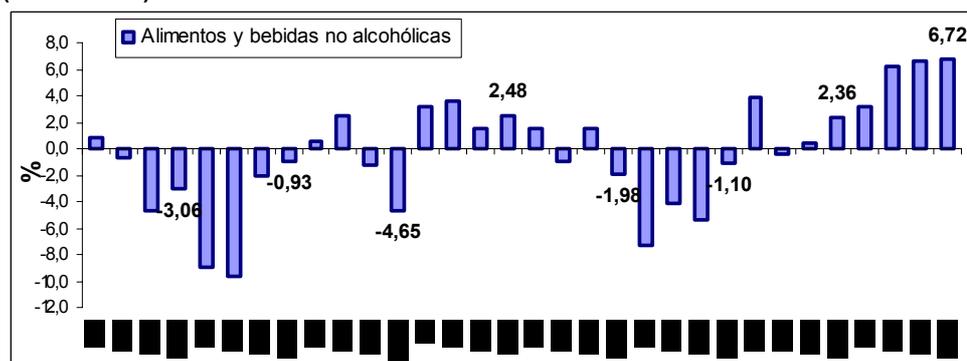
**Gráfico 2**  
**Ventas reales en grandes almacenes minoristas e hipermercados por tipo de almacén**  
**Total nacional**  
**(2001 – 2005)**



Fuente: DANE

En el cuarto trimestre de 2005, las ventas reales de alimentos y bebidas no alcohólicas, presentaron un crecimiento de 6,72 por ciento respecto al mismo período del año anterior.

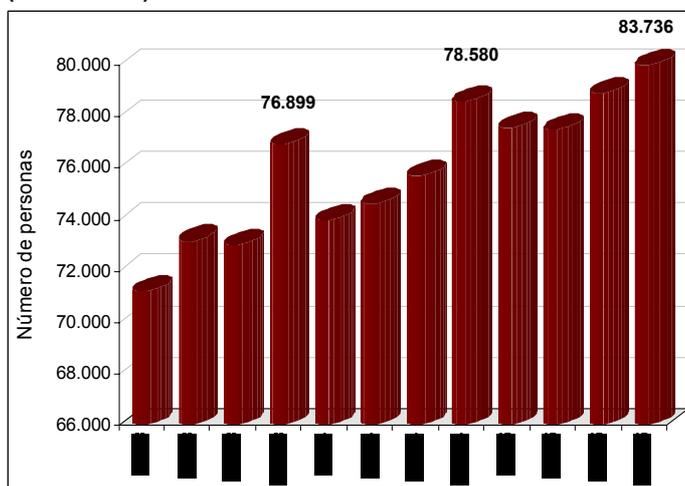
**Gráfico 3**  
**Variación anual de las ventas reales de alimentos y bebidas no alcohólicas en grandes almacenes minoristas e hipermercados**  
**Total nacional**  
**(1998 – 2005)**



Fuente: DANE

El empleo asociado al comercio de los grandes almacenes e hipermercados minoristas aumentó 6,56 por ciento en el periodo de análisis.

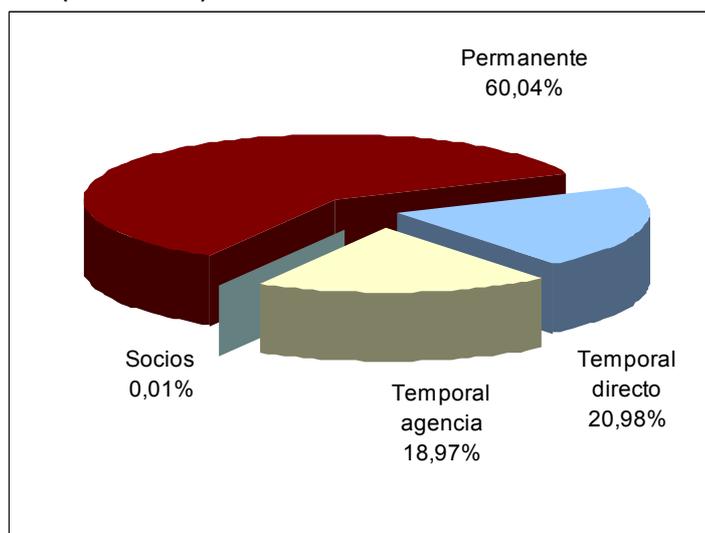
**Gráfico 4**  
**Personal ocupado por los grandes almacenes minoristas e hipermercados**  
**Total nacional**  
**(2003 - 2005)**



Fuente: DANE

En el cuarto trimestre de 2005, el 60,04 por ciento del personal que ocuparon los grandes almacenes minoristas e hipermercados era permanente y el 39,95 por ciento temporal, (directo 20,98 por ciento y de agencia 18,97 por ciento).

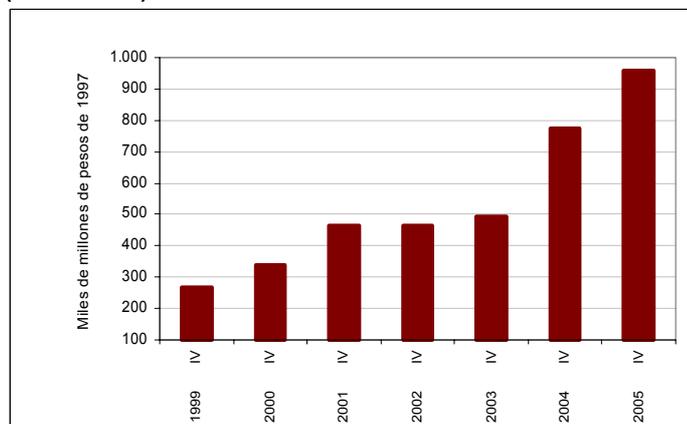
**Gráfico 5**  
**Distribución del personal ocupado, por tipo de contratación**  
**Total nacional**  
**2005 (IV trimestre)**



Fuente: DANE

Por su parte, en este trimestre, las ventas reales de vehículos aumentaron en 23,60 por ciento respecto al mismo trimestre de 2004.

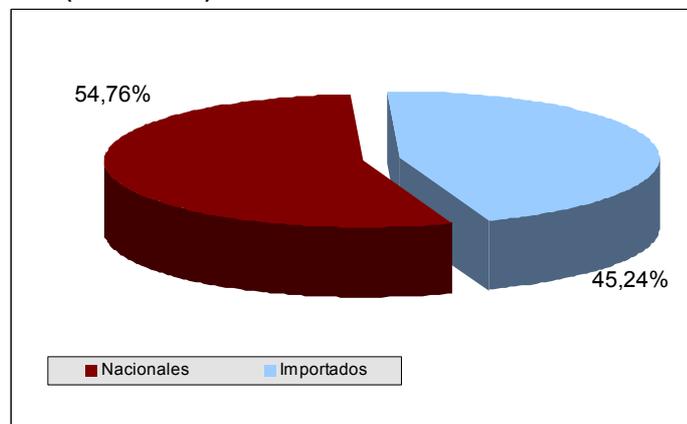
**Gráfico 6**  
**Ventas reales trimestrales de vehículos automotores**  
**Total nacional**  
**(1999 - 2005)**



Fuente: DANE

En el cuarto trimestre de 2005, el 54,76 por ciento (27.362 unidades) de las ventas de vehículos fueron de origen nacional y el 45,24 por ciento (22.602 unidades) fueron importados.

**Gráfico 7**  
**Distribución porcentual del número de vehículos por origen**  
**Total nacional**  
**2005 (IV trimestre)**



Fuente: DANE

# Primera parte: Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas

## 1. Ventas

### 1.1 2005/2004 (IV trimestre)

En el cuarto trimestre de 2005, los grandes almacenes e hipermercados minoristas vendieron en el país 4,46 billones de pesos, cifra que en términos reales significó un aumento en las ventas del sector de 9,55 por ciento respecto al mismo trimestre de 2004.

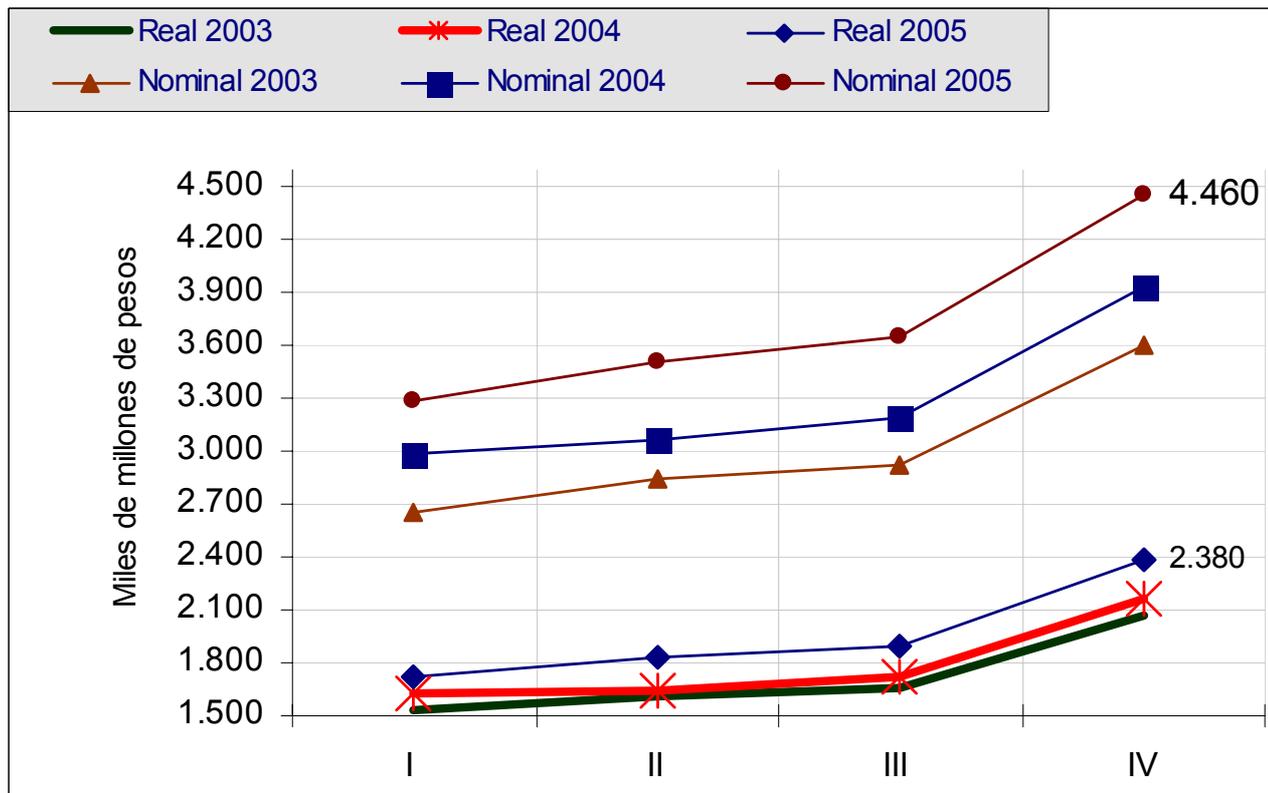
**Cuadro No 1**  
Ventas en los grandes almacenes e hipermercados minoristas<sup>P</sup>  
2000-2005 (IV trimestre)

Miles de millones

IV trimestre	A precios corrientes			A precios constantes de 1997		
	Ventas \$	Variación anual	Variación año corrido	Ventas \$	Variación anual	Variación año corrido
2000	2.800	12,53	14,47	1.943	3,69	4,43
2001	3.130	11,78	12,44	2.034	4,68	4,73
2002	3.294	5,23	7,52	2.006	-1,37	0,93
2003	3.597	9,21	6,71	2.067	3,04	-0,52
2004	3.938	9,48	9,61	2.172	5,09	4,40
2005	4.460	13,25	13,23	2.380	9,55	9,49

Fuente: DANE  
P: datos preliminares

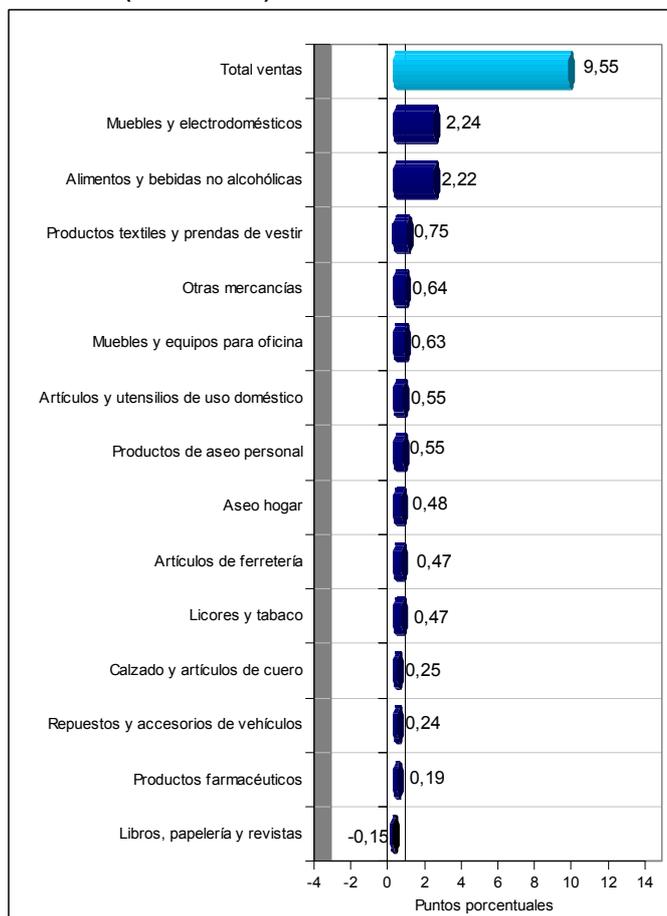
**Gráfico 8**  
Ventas trimestrales en grandes almacenes e hipermercados minoristas<sup>P</sup>  
Total nacional  
(2003 - 2005)



Fuente: DANE

Por grupos de mercancías, durante el cuarto trimestre de 2005, trece de los catorce grupos realizaron aportes positivos al crecimiento del comercio, los principales fueron: muebles y electrodomésticos (2,24 puntos); alimentos y bebidas no alcohólicas (2,22 puntos); y textiles (0,75 puntos).

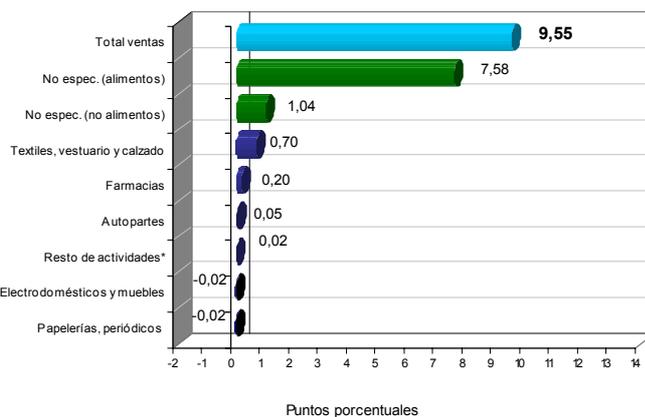
**Gráfico 9**  
**Contribución a la variación anual de las ventas reales**  
**totales por grupos de mercancías**  
**Total nacional**  
**2005-2004 (IV trimestre)**



Fuente: DANE

Al analizar el tipo de actividad comercial (CIU Rev.3 A.C.), el conjunto de empresas no especializadas realizaron un aporte positivo a la variación real de las ventas del período de (8,62 puntos), mientras el conjunto de empresas especializadas realizaron un aporte positivo de (0,93 puntos). Dentro de este último grupo de empresas, se destacan por presentar los mayores aportes positivos, aquellas dedicadas al comercio de textiles, vestuario y calzado (0,70 puntos); farmacéuticos (0,20 puntos); y autopartes (0,05 puntos).

**Gráfico 10**  
**Contribución a la variación anual de las ventas reales**  
**totales por actividad comercial**  
**Total nacional**  
**2005-2004 (IV trimestre)**

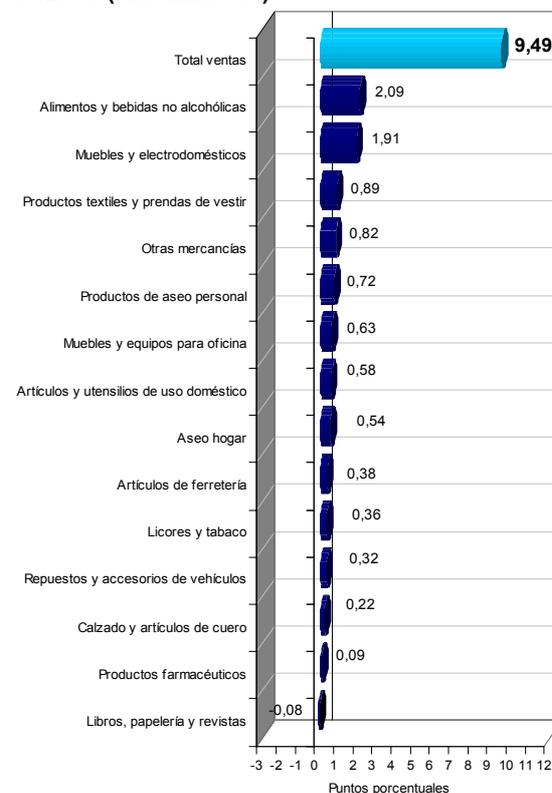


Fuente: DANE

## 1.2 2005/2004 (I-IV trimestre)

En 2005 se presentó un incremento en ventas reales de 9,49 por ciento. Trece de los catorce grupos de mercancías presentaron variaciones positivas en sus ventas reales, los principales fueron: alimentos y bebidas no alcohólicas (2,09 puntos), muebles y electrodomésticos (1,91 puntos), y productos textiles y prendas de vestir (0,89 puntos).

**Gráfico 11**  
**Contribución a la variación año corrido de las ventas**  
**reales totales por grupos de mercancías**  
**Total nacional**  
**2005/2004 (I-IV trimestre)**



Fuente: DANE

## 1.3 Análisis por grupos de mercancías

### 1.3.1 2005/2004 (IV trimestre)

En el cuarto trimestre de 2005, el 72,67 por ciento de las ventas nominales de los grandes almacenes e hipermercados minoristas se concentraron en cinco grupos de mercancías: alimentos y bebidas no alcohólicas (35,92 por ciento); textiles y prendas de vestir (13,83 por ciento); productos farmacéuticos (8,05 por ciento); muebles y electrodomésticos (7,94 por ciento); y productos de aseo personal (6,93 por ciento).

Durante este período, seis grupos de mercancías redujeron su participación en el total de las ventas, los principales fueron: alimentos y bebidas no alcohólicas (-0,14 puntos); productos textiles y prendas de vestir (-1,22 puntos); y farmacéuticos (-0,35 puntos).

Los grupos de mercancías con menor participación en el total de las ventas durante este período fueron: calzado y artículos de cuero (1,19 por ciento); repuestos y accesorios de vehículos (1,98 por ciento); y artículos de ferretería (2,01 por ciento).

#### Cuadro No 2

##### Ventas nominales por grupos de mercancías

##### Total nacional

##### 2004/2005 IV trimestre

Millones de pesos

Grupo de mercancías	IV trimestre 2004		IV trimestre 2005	
	Ventas	Distribución	Ventas	Distribución
Alimentos y bebidas no alcohólicas	1.420.013	36,06	1.601.773	35,92
Licores y tabaco	160.715	4,08	188.159	4,22
Productos textiles y prendas de vestir	592.539	15,05	616.695	13,83
Calzado y artículo de cuero	46.889	1,19	53.041	1,19
Productos farmacéuticos	330.849	8,40	359.201	8,05
Aseo personal	281.211	7,14	308.970	6,93
Muebles y electrodomésticos	276.393	7,02	354.153	7,94
Artículos uso doméstico	140.859	3,58	165.108	3,70
Aseo hogar	126.543	3,21	149.793	3,36
Muebles y equipos de oficina	89.637	2,28	116.987	2,62
Libros papelería y revistas	111.278	2,83	114.697	2,57
Artículos de ferretería	65.923	1,67	89.484	2,01
Repuestos y accesorios de vehículos	78.538	1,99	88.460	1,98
Otras mercancías	216.639	5,50	253.259	5,68
Total ventas	3.938.025	100,00	4.459.779	100,00

Fuente: DANE

#### Cuadro No 3

##### Ventas reales por grupos de mercancías

##### Total nacional

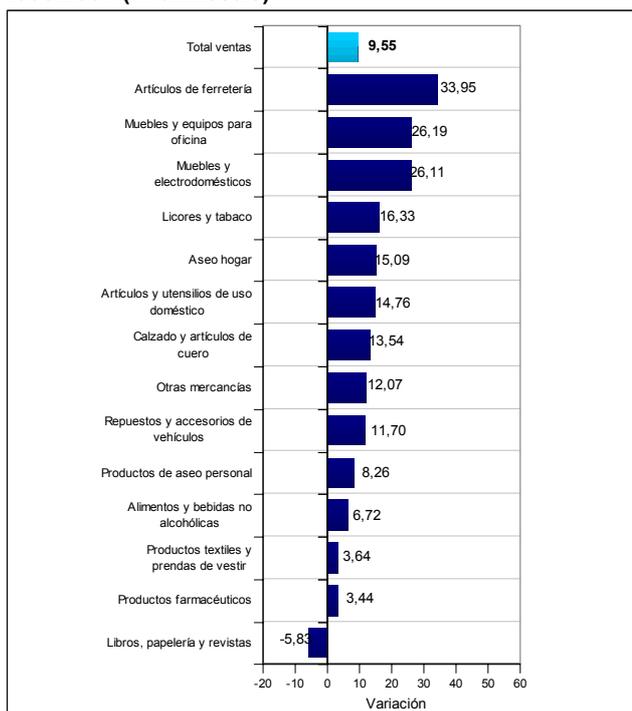
##### 2004/2005 IV trimestre

Millones de pesos de 1997

Grupo de mercancías	IV trimestre 2004		IV trimestre 2005		IV trim 2005 / IV trim 2004	
	Ventas	Distribución	Ventas	Distribución	Var. %	Contribución total (puntos porcentuales)
Alimentos y bebidas no alcohólicas	718.121	33,06	766.362	32,20	6,72	2,22
Licores y tabaco	62.681	2,89	72.916	3,06	16,33	0,47
Productos textiles y prendas de vestir	450.018	20,72	466.381	19,60	3,64	0,75
Calzado y artículo de cuero	40.418	1,86	45.891	1,93	13,54	0,25
Productos farmacéuticos	121.421	5,59	125.599	5,28	3,44	0,19
Aseo personal	145.735	6,71	157.775	6,63	8,26	0,55
Muebles y electrodomésticos	186.286	8,58	234.927	9,87	26,11	2,24
Artículos uso doméstico	81.619	3,76	93.668	3,94	14,76	0,55
Aseo hogar	68.680	3,16	79.042	3,32	15,09	0,48
Muebles y equipos de oficina	51.895	2,39	65.484	2,75	26,19	0,63
Libros papelería y revistas	54.189	2,49	51.029	2,14	-5,83	-0,15
Artículos de ferretería	30.198	1,39	40.450	1,70	33,95	0,47
Repuestos y accesorios de vehículos	45.353	2,09	50.662	2,13	11,70	0,24
Otras mercancías	115.535	5,32	129.485	5,44	12,07	0,64
Total ventas	2.172.151	100,00	2.379.669	100,00	9,55	9,55

Fuente: DANE

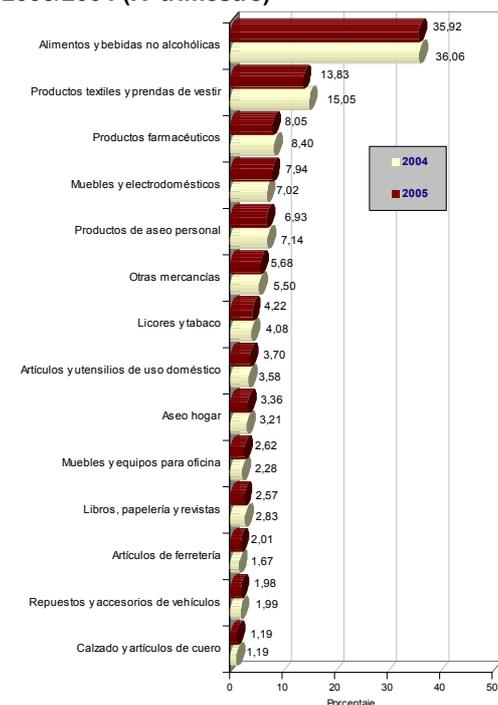
**Gráfico 12**  
**Variación anual de las ventas reales por grupos de mercancías**  
**Total nacional**  
**2005/2004 (IV trimestre)**



Fuente: DANE

En el cuarto trimestre de 2005, los grupos de mercancías que evidenciaron los principales crecimientos en ventas reales fueron: artículos de ferretería (33,95 por ciento); muebles y equipos para oficina (26,19 por ciento); y muebles y electrodomésticos (26,11 por ciento).

**Gráfico 13**  
**Distribución de las ventas nominales de los grandes almacenes por grupos de mercancías**  
**Total nacional**  
**2005/2004 (IV trimestre)**



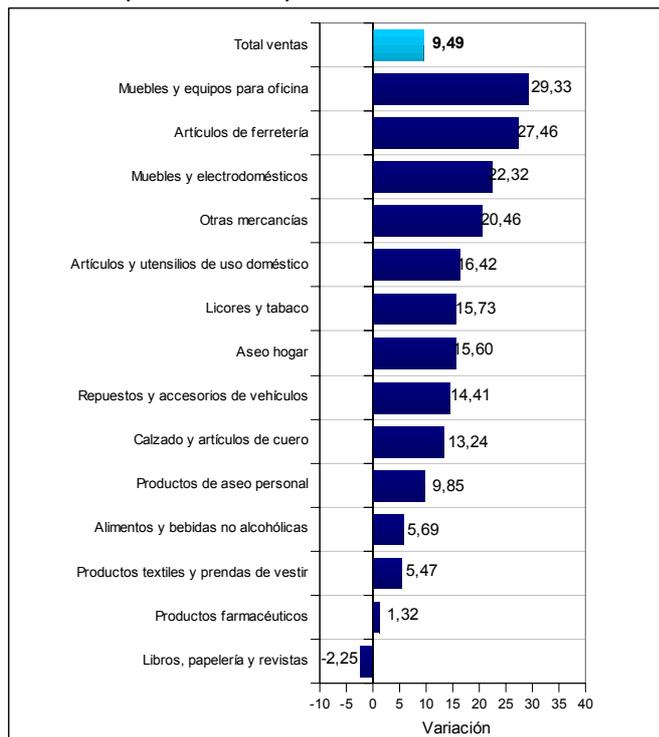
Fuente: DANE

### 1.3.2 2005/2004 (I-IV trimestre)

En 2005, trece de los catorce grupos de mercancías incrementaron sus niveles de ventas reales, de los cuales diez crecieron por encima de 9,49 por ciento, entre estos se destacan muebles y equipos para oficina (29,33 por ciento); artículos de ferretería (27,46 por ciento); y muebles y electrodomésticos (22,32 por ciento).

Por su parte, el grupo de mercancías cuyo nivel de ventas fue negativo corresponde a libros, papelería y revistas (-2,25 por ciento).

**Gráfico 14**  
**Variación año corrido de las ventas reales por grupos de mercancías**  
**Total nacional**  
**2005/2004 (I- IV trimestre)**



Fuente: DANE

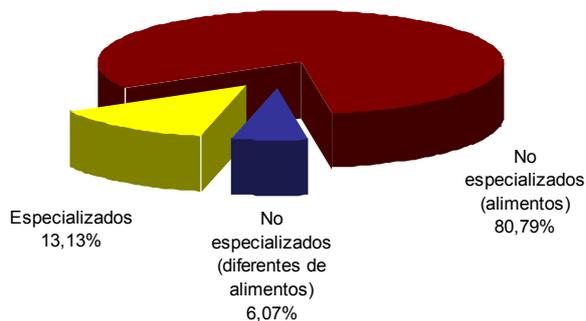
## 1.4 Análisis por actividad comercial

### 1.4.1 2005/2004 (IV trimestre)

Según la actividad comercial (CIU Rev.3) desarrollada por los grandes almacenes e hipermercados minoristas investigados, el 86,86 por ciento de las ventas nominales totales del sector se concentraron en almacenes no especializados, de los cuales, aquellos con surtido compuesto principalmente por alimentos (víveres en general), bebidas y tabaco respondieron por el 93,01 por ciento de las ventas de este tipo de comercio.

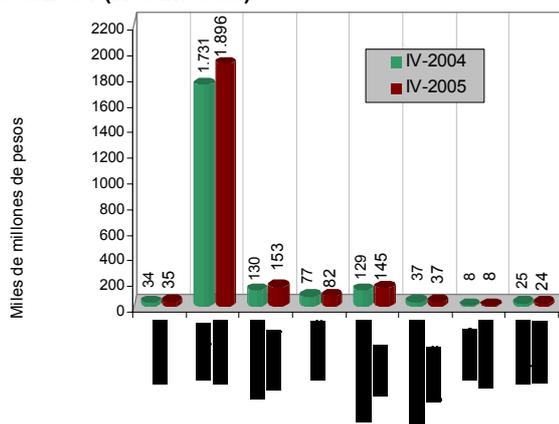
A su vez, el comercio especializado concentró el 13,13 por ciento de las ventas totales de los grandes almacenes e hipermercados minoristas, destacándose aquellos que comercializan productos farmacéuticos 4,72 por ciento; y productos textiles, prendas de vestir y calzado 4,23 por ciento.

**Gráfico 15**  
**Distribución de las ventas nominales por actividad comercial**  
**Total nacional**  
**IV trimestre 2005**



Fuente: DANE

**Gráfico 16**  
**Ventas reales por actividad comercial**  
**Total nacional**  
**2005/2004 (IV trimestre)**



Fuente: DANE

**Cuadro No 4**  
**Ventas reales por actividad comercial**  
**Total nacional**  
**2005/2004 (IV trimestre)**

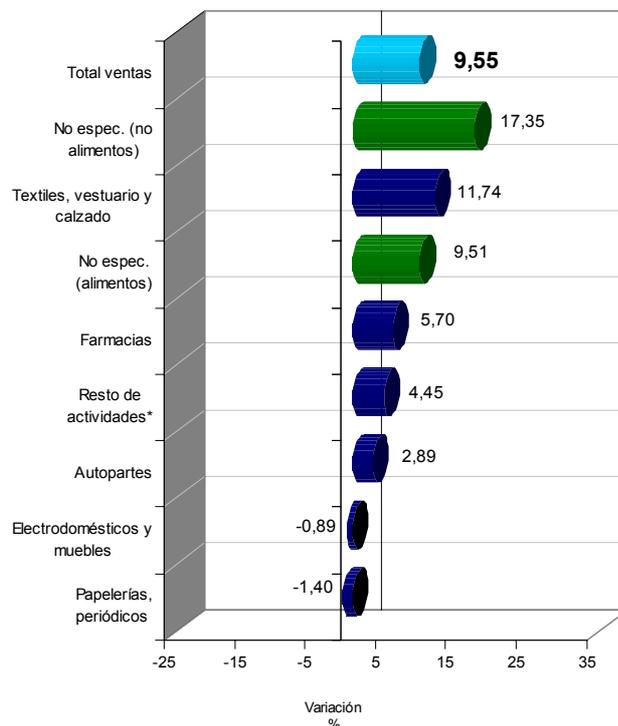
Millones de pesos de 1997

Actividad comercial	IV - 2004	IV - 2005	IV/2005 - IV/2004	
	Ventas		Variación %	Contribución anual (puntos porcentuales)
Autopartes	34.166	35.152	2,89	0,05
No espec. (alimentos)	1.731.447	1.896.061	9,51	7,58
No espec. (no alimentos)	130.416	153.049	17,35	1,04
Farmacias	77.324	81.731	5,70	0,20
Textiles, vestuario y calzado	129.486	144.691	11,74	0,70
Electrodom. y muebles hogar	37.049	36.720	-0,89	-0,02
Resto de actividades*	7.695	8.037	4,45	0,02
Papelerías	24.569	24.226	-1,40	-0,02
<b>Total</b>	<b>2.172.151</b>	<b>2.379.669</b>	<b>9,55</b>	<b>9,55</b>

Fuente: DANE

\*Resto de actividades incluye comercio al por menor de equipo y artículos de uso doméstico diferentes de electrodomésticos y muebles para el hogar, muebles y equipo de oficina, productos diversos y equipo fotográfico en establecimientos especializados y equipo óptico y de precisión.

**Gráfico 17**  
**Variación anual de las ventas reales por actividad comercial**  
**Total nacional**  
**2005/2004 (IV trimestre)**



Fuente: DANE

\*Resto de actividades incluye comercio al por menor de equipo y artículos de uso doméstico diferentes de electrodomésticos y muebles para el hogar, muebles y equipo de oficina, productos diversos y equipo fotográfico en establecimientos especializados y equipo óptico y de precisión.

Dentro del comercio especializado se destacan los importantes crecimientos en las ventas reales de textiles, vestuario y calzado (11,74 por ciento); y farmacias (5,70 por ciento). Así mismo, dentro del comercio no especializado, aquellas empresas que comercializan con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos, bebidas y tabaco (17,35 por ciento), evidenciaron el principal crecimiento.

## 2. Empleo

En el cuarto trimestre de 2005, el conjunto de los grandes almacenes e hipermercados minoristas vincularon laboralmente, en promedio, a 83.736 personas, cifra que significó un incremento en el empleo de 6,56 por ciento si se compara con el empleo observado en el cuarto trimestre de 2004.

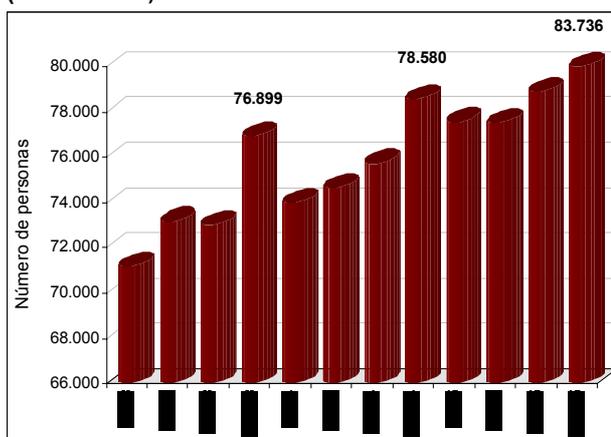
En este trimestre las categorías que presentaron mayor crecimiento fueron: personal contratado a través de agencia (12,65 por ciento) y personal temporal directo (6,67 por ciento).

**Cuadro No 5**  
**Personal ocupado por los grandes almacenes minoristas e hipermercados**  
**Total nacional**  
**2004 - 2005**

IV Trimestre	Número de empleados	Variación anual	Variación año corrido	Variación doce meses
<b>Total empleo</b>				
2004	78.580	2,19	2,91	2,91
2005	83.736	6,56	4,90	4,90
<b>Personal permanente</b>				
2004	47.998	-3,67	-1,88	-1,88
2005	50.272	4,74	1,87	1,87
<b>Personal temporal directo</b>				
2004	16.473	8,25	14,02	14,02
2005	17.571	6,67	9,86	9,86
<b>Personal de agencias, empleo temporal</b>				
2004	14.099	19,05	10,24	10,24
2005	15.883	12,65	10,28	10,28
<b>Socios, propietarios y familiares</b>				
2004	10	0,00	-2,44	-2,44
2005	10	0,00	0,00	0,00

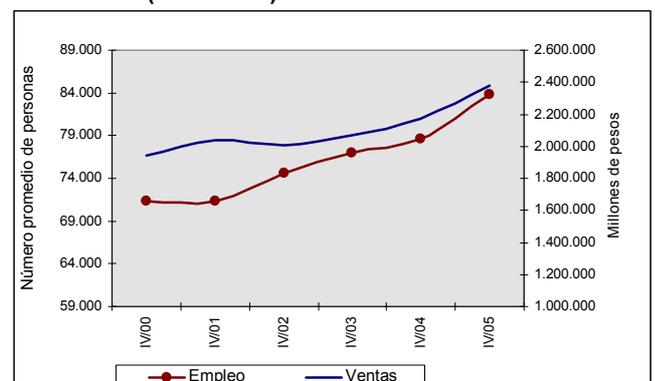
Fuente: DANE

**Gráfico 18**  
**Personal ocupado por los grandes almacenes minoristas e hipermercados**  
**Total nacional**  
**(2003 - 2005)**



Fuente: DANE

**Gráfico 19**  
**Ventas reales y empleo en el comercio minorista**  
**Total nacional**  
**IV trimestre (2000-2005)**



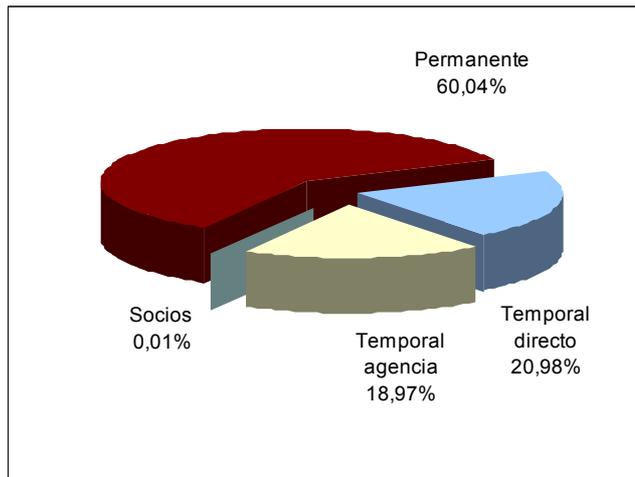
Fuente: DANE

## 2.1 Por tipo de contratación

### 2.1.1 2005/2004 (IV trimestre)

De acuerdo con el tipo de contratación laboral de los grandes almacenes e hipermercados minoristas, en este trimestre el 60,04 por ciento correspondió a personal permanente, el 39,95 por ciento a temporal (directo y por agencias), y el 0,01 por ciento a socios, propietarios y familiares no remunerados.

**Gráfico 20**  
Distribución del personal ocupado por los grandes almacenes minoristas  
Total nacional  
IV trimestre 2005

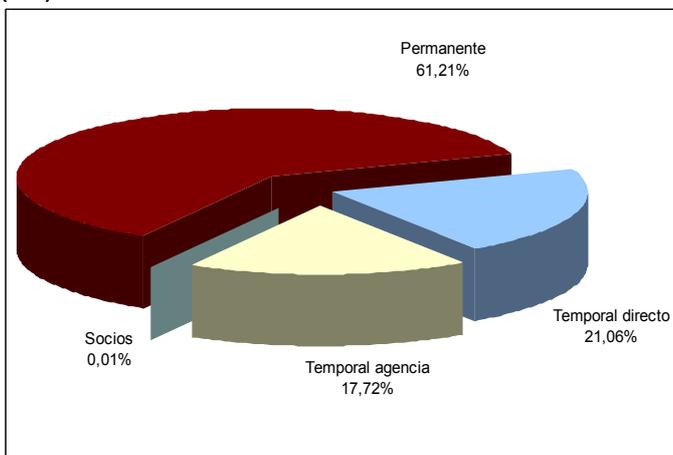


Fuente: DANE

### 2.1.2 2005/2004 (I-IV trimestre)

En 2005 el empleo total de los grandes almacenes e hipermercados minoristas se incrementó en 4,90 por ciento. Las cuatro categorías de contratación presentaron variaciones positivas, destacándose el personal temporal contratado a través de agencias 10,28 por ciento.

**Gráfico 21**  
Distribución del personal ocupado por los grandes almacenes minoristas  
Total nacional  
(I-IV) trimestre 2005/2004



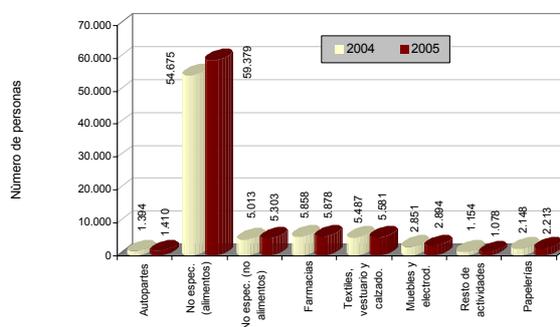
Fuente: DANE

## 2.2 Análisis por actividad comercial

### 2.2.1 2005/2004 (IV trimestre)

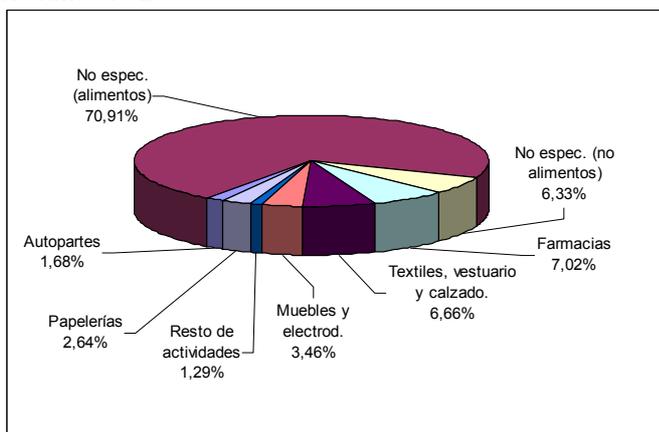
De acuerdo con la CIU Rev. 3 A.C, el incremento en el empleo de los grandes almacenes e hipermercados minoristas en el cuarto trimestre de 2005, respecto al mismo periodo de 2004, fue explicado principalmente por la mayor contratación realizada por empresas no especializadas con surtido compuesto principalmente por alimentos, la cual contribuyó con 5,99 puntos porcentuales. Sin embargo, también se presentaron importantes crecimientos en el empleo del comercio especializado de productos textiles, prendas de vestir y calzado (1,71 por ciento); y electrodomésticos (1,51 por ciento); los cuales aportaron en conjunto 0,17 puntos porcentuales.

**Gráfico 22**  
Personal ocupado por actividad comercial  
Total nacional  
IV trimestre 2005



Fuente: DANE

**Gráfico 23**  
Distribución porcentual del personal ocupado por actividad comercial  
Total nacional  
IV trimestre 2005



Fuente: DANE

### 3. INVENTARIOS FINALES

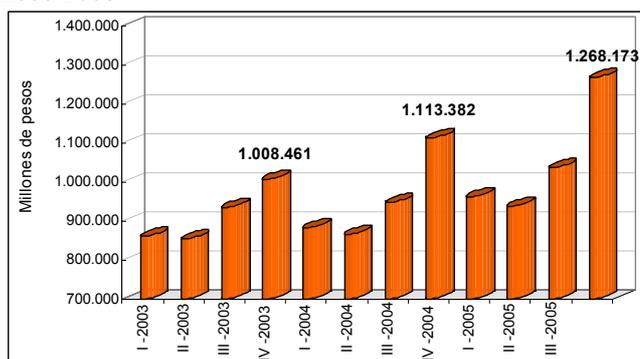
#### 3.1 Resultados generales

En el cuarto trimestre de 2005, los inventarios finales de los grandes almacenes e hipermercados minoristas ascendieron a \$2.39 billones, lo que en términos reales representó un incremento en las existencias de 13,90 por ciento respecto al mismo trimestre de 2004.

Los mayores incrementos en acumulaciones de inventarios reales en el comercio especializado se presentaron en aquellas empresas que comercializan autopartes (25,72 por ciento); y muebles y electrodomésticos (13,85 por ciento); siendo textiles el grupo que más aportó (0,69 puntos porcentuales) al total de la variación de los inventarios.

Sin embargo, cabe destacar que la mayor contribución a la variación de las existencias estuvo a cargo del comercio no especializado, cuyo surtido se encuentra compuesto principalmente de alimentos, (10,26 puntos porcentuales).

**Gráfico 24**  
Inventarios reales finales de los grandes almacenes minoristas  
Total nacional  
2003-2005



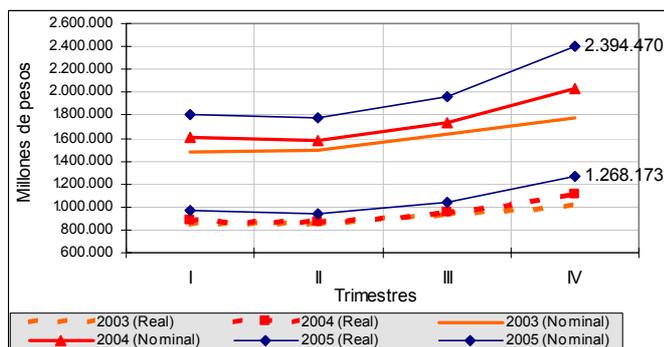
Fuente: DANE

**Cuadro No 6**  
Inventarios finales de los grandes almacenes minoristas  
Total nacional  
2000-2005 (IV trimestre)

IV Trimestre	A precios corrientes			A precios constantes de 1997		
	Inventarios finales	Variación trimestral	Variación anual	Inventarios finales	Variación trimestral	Variación anual
2000	1.256.500	10,27		868.479	9,07	
2001	1.517.437	11,05	20,77	981.245	10,38	12,98
2002	1.685.020	6,78	11,04	1.014.679	5,20	3,41
2003	1.775.644	8,83	5,38	1.008.461	7,83	-0,61
2004	2.036.223	17,04	14,68	1.113.382	17,47	10,40
2005	2.394.470	21,88	17,59	1.268.173	22,26	13,90

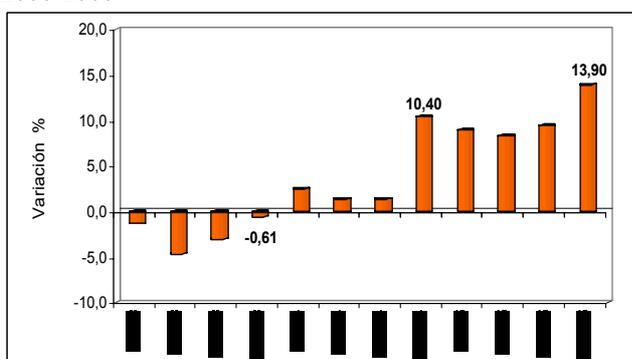
Fuente: DANE

**Gráfico 25**  
Inventarios finales de los grandes almacenes minoristas  
Total nacional  
2003-2005



Fuente: DANE

**Gráfico 26**  
Variación anual de los Inventarios finales de los grandes almacenes minoristas  
Total nacional  
2003-2005



Fuente: DANE

### 3.2 Análisis por actividad comercial

En el cuarto trimestre de 2005, el comercio no especializado concentró el 81,67 por ciento del total de las existencias de los grandes almacenes e hipermercados minoristas, mientras que el restante 18,33 por ciento estuvo a cargo del comercio especializado.

Aquellos no especializados, cuyo surtido se encuentra compuesto principalmente por alimentos (víveres en general), bebidas y tabaco, respondieron por el 74,05 por ciento de los inventarios del total del comercio.

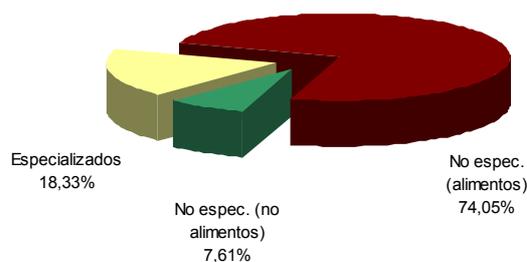
Por otra parte, en el sector especializado, las empresas dedicadas a la comercialización de: productos farmacéuticos; y productos textiles, prendas de vestir y calzado concentraron respectivamente el 6,97 por ciento y 4,50 por ciento de los inventarios de este sector.

**Cuadro No 7**  
**Inventarios finales de los grandes almacenes minoristas**  
**A precios corrientes**  
**Total nacional**  
**2005 (IV trimestre)** Millones de pesos

Actividad comercial	IV - 2005		Variación %	Contribución anual (puntos porcentuales)
	Inventarios	Participación		
Autopartes	58.556	2,45	26,53	0,60
No espec. (alimentos)	1.773.193	74,05	17,68	13,08
No espec. (no alimentos)	182.259	7,61	26,22	1,86
Farmacias	166.920	6,97	11,66	0,86
Textiles, vestuario y calzado	107.775	4,50	10,84	0,52
Electrodom. y muebles hogar	35.721	1,49	15,67	0,24
Resto de actividades*	6.514	0,27	-9,05	-0,03
Papelerías	63.531	2,65	17,82	0,47
<b>Total</b>	<b>2.394.470</b>	<b>100,00</b>	<b>17,59</b>	<b>17,59</b>

Fuente: DANE

**Gráfico 27**  
**Inventarios finales nominales de los grandes almacenes minoristas**  
**Total nacional**  
**2005 (IV trimestre)**



Fuente: DANE

La más importante variación en acumulación en inventarios reales en el sector especializado estuvo a cargo de empresas dedicadas al comercio de autopartes (25,72 por ciento).

Por su parte, del conjunto de almacenes no especializados con surtido compuesto principalmente de productos diferentes a alimentos incrementó sus inventarios reales (20,49 por ciento); mientras que el conjunto de almacenes no especializados con

surtido compuesto principalmente por alimentos, aumentó sus inventarios reales en (13,97 por ciento) con respecto al mismo trimestre del año 2004.

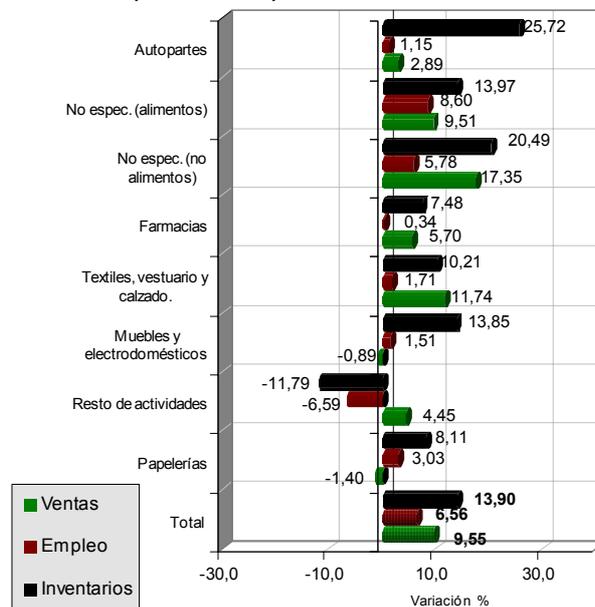
**Cuadro No 8**  
**Inventarios finales reales de los grandes almacenes minoristas**  
**Total nacional**  
**2005 (IV trimestre)** Millones de pesos

Actividad comercial	IV - 2005		Variación %	Contribución anual (puntos porcentuales)
	Inventarios	Participación		
Autopartes	33.374	2,63	25,72	0,61
No espec. (alimentos)	931.884	73,48	13,97	10,26
No espec. (no alimentos)	100.191	7,90	20,49	1,53
Farmacias	64.781	5,11	7,48	0,41
Textiles, vestuario y calzado	82.295	6,49	10,21	0,69
Electrodom. y muebles hogar	23.695	1,87	13,85	0,26
Resto de actividades*	3.473	0,27	-11,79	-0,04
Papelerías	28.480	2,25	8,11	0,19
<b>Total</b>	<b>1.268.173</b>	<b>100,00</b>	<b>13,90</b>	<b>13,90</b>

Fuente: DANE

Entre las actividades comerciales que realizaron aportes negativos a la variación de inventarios se destacó la llamada resto de actividades (-0,04 puntos).

**Gráfico 28**  
**Variación anual real de las ventas e inventarios reales de los grandes almacenes e hipermercados**  
**Total nacional**  
**2004- 2005 (IV trimestre)**



Fuente: DANE

## 4 AREA DE VENTAS<sup>1</sup>

### 4.1 Resultados generales

En el cuarto trimestre de 2005, los grandes almacenes e hipermercados minoristas tenían un área de ventas disponible al público de 1.770 miles de m<sup>2</sup>, cifra que si se compara con la registrada en el mismo período de 2004, significó un aumento en el área disponible al público de 7,45 por ciento, período en el que este indicador se ubicó en 1.647 miles de m<sup>2</sup>.

#### Cuadro No 9

#### Área de ventas de los grandes almacenes e hipermercados minoristas

#### Total nacional

#### 2002-2005

Trimestre	No especializados (m <sup>2</sup> )	Especializados (m <sup>2</sup> )	Total M <sup>2</sup>	Variación anual
I-02	1.271.946	196.419	1.468.365	
II-02	1.261.070	186.069	1.447.139	
III-02	1.277.843	185.816	1.463.659	
IV-02	1.301.069	185.514	1.486.583	
I-03	1.291.362	186.951	1.478.313	0,68
II-03	1.293.735	188.380	1.482.115	2,42
III-03	1.305.736	188.871	1.494.607	2,11
IV-03	1.349.363	189.951	1.539.314	3,55
I-04	1.387.728	190.316	1.578.044	6,75
II-04	1.390.866	192.007	1.582.873	6,80
III-04	1.403.074	191.879	1.594.953	6,71
IV-04	1.451.646	195.886	1.647.532	7,03
I-05	1.841.613	199.962	2.041.575	29,37
II-05	1.502.647	201.804	1.704.451	7,68
III-05	1.532.688	203.317	1.736.005	8,84
IV-05	1.562.653	207.585	1.770.238	7,45

Fuente: DANE

Por otra parte, en el cuarto trimestre de 2005, el comercio no especializado participó con el 88,27 por ciento del total de esta área, mientras que el comercio especializado lo hacía con el 11,73 por ciento. Al comparar esta estructura con la que se evidenció en el cuarto trimestre de 2004, se observa que los almacenes no especializados incrementaron en un 0,16 puntos porcentuales su participación en el total del área de ventas (de 88,11 por ciento en 2004 a 88,27 por ciento en 2005)

#### IV trimestre 2004



Fuente: DANE

#### IV trimestre 2005



<sup>1</sup> Para algunas empresas con comercio minorista especializado este indicador no aplica.