

ENERO 2020

TOP

10

**LOS HECHOS MAS
IMPORTANTES DE LA DECADA**

ENERO 2020

CONTENIDO

- 1.** En diciembre, fuerzas encontradas
- 2.** Las remesas, ¿El personaje del año?
- 3.** El comercio, motor de la economía
- 4.** Punto de venta: oportunidad para salirle al paso al futuro
- 5.** Lo que más compran los colombianos con tarjeta débito en los centros comerciales
- 6.** Reflexiones
Los 10 hitos económicos de la década

Jaime Alberto Cabal Sanclemente

Presidente

Rafael España González

Director Económico

Miguel Mateo Giraldo

Dorys Trujillo Beltrán

Asesores Económicos

Alejandro Amezquita Villarraga

Practicante

EN DICIEMBRE, FUERZAS ENCONTRADAS

Los comerciantes colombianos tuvieron un aceptable cierre de año a pesar de los sobresaltos originados por las marchas de protesta. Sin duda, de no haberse registrado desde el 21 de noviembre hasta bien entrado el aguinaldo navideño la perturbación en las calles, especialmente en Bogotá, los resultados habrían sido más satisfactorios. Para el 41% de los consultados en nuestra encuesta, las ventas, expresadas en cantidades físicas, aumentaron frente al mismo mes de 2018 y el 20% dijo que disminuyeron. Presenciamos un nuevo escenario y es que los consumidores ya no concentran sus compras entre el 16 y el 24 de diciembre, sino que muchos las anticipan, motivados por los descuentos que se hacen en noviembre, especialmente vía comercio electrónico. El avance de la bancarización y con ella de los pagos electrónicos, ha facilitado enormemente las nuevas realidades de un consumidor “multicanal”. Las Encuestas que realizamos con motivo del “Black Friday” y de la temporada navideña a los consumidores y que difundimos en su momento, también proporcionan evidencia de los cambiantes hábitos de compra. Llama la atención que los distribuidores mayoristas consultados, así como voceros del formato denominado “Cash & Carry” reportaron una intensa actividad en diciembre, lo que sugiere que el canal tradicional también habría tenido un aceptable cierre de año. Las expectativas inmediatas mejoraron ligeramente. En categorías como aguas, gaseosas, cerveza y snacks, así como en electrónica hay optimismo por los efectos que sobre el consumo tendrán la realización de la Copa América de Fútbol y los Juegos Olímpicos en 2020. En cuanto a expectativas, nos preocupa que las marchas y cacerolazos se conviertan en un factor de riesgo para el ambiente de los negocios y que el ambiente caldeado por las movilizaciones postergue la aprobación de leyes decisivas para el país como la laboral y que den paso a la aprobación de propuestas populistas que se conviertan en palo en la rueda del desarrollo económico nacional.

Comportamiento de las ventas del comercio minorista

MES	VENTAS		
	+	=	-
Dic	39	43	18
Ene-19	36	45	19
Feb	35	42	23
Mar	37	42	21
Abr	36	43	21
May	39	39	22
Jun	40	39	21
Jul	43	36	21
Ago	40	40	20
Sep	39	40	21
Oct	43	37	20
Nov	39	39	22
Dic	41	39	20

Expectativas de las ventas del comercio minorista

MES	EXPECTATIVAS		
	+	=	-
Dic	54	36	10
Ene-19	54	38	8
Feb	55	36	9
Mar	42	50	8
Abr	55	36	9
May	50	40	10
Jun	52	35	13
Jul	48	38	14
Ago	51	39	10
Sep	49	45	6
Oct	50	40	10
Nov	44	42	14
Dic	52	40	8

Fuente: Fenalco

LAS REMESAS, ¿EL PERSONAJE DEL AÑO?

Población económicamente inactiva
- Agosto/octubre -

	2016	2017	2018	2019
No. De personas (miles)	5.741	5.919	6.103	6.315
Var. %		3.1	3.1	3.5
Var.% “otros inactivos” *		7.2	5.4	7.1

* Personas que no les llama la atención o creen que no vale la pena trabajar, rentista, pensionados, incapacitados.

Fuente: Cálculos de Fenalco con base en Dane

En 2019 se batieron todos los record de ingreso de divisas por concepto de transferencias de colombianos residentes en el exterior a sus familias. Las remesas que los nacionales enviaron desde el exterior llegaron al dato anual de US\$8.247 millones, con crecimiento del 17.22% en relación con 2018. Fue mayor el ingreso correspondiente a remesas que la inversión extranjera para el sector de minas, energía e hidrocarburos, que ascendió a 6.857 millones de dólares según los registros del Banco de la República. Las remesas, al ser convertidas a pesos significa la respetable cifra de 27 billones de pesos y se convirtieron en el detonante del consumo de las familias. El año pasado representaron más del 40% de los pagos a los pensionados. Gracias a ellas, el país ha podido evitar una profundización de su déficit externo. El año pasado la inversión extranjera de portafolio, conocida coloquialmente como capitales golondrina, disminuyó en US\$500 millones. Esta fuga de divisas pudo ser compensada con el ingreso neto de remesas. Un cálculo de los analistas de Bancolombia sugiere que de no ser por las remesas, el crecimiento de la economía colombiana en 2019 sería 0.7 puntos porcentuales por debajo del que se registrará. El relativo buen desempeño de la economía de los Estados Unidos, principal país de origen de las remesas, ha llevado a que el desempleo allá sea el más bajo en 50 años y que el empleo de los latinos se encuentre bastante demandado, especialmente en oficios de bajo perfil. Pero además, gracias al cuantioso ingreso de remesas, el desempleo no es más alto del que se registra. En el cuadro se ilustra cómo la llamada población económicamente inactiva, particularmente la que dice que no le llama la atención trabajar, pudiendo hacerlo, ha crecido fuertemente. Ello se debe en alto grado a que sus hogares están recibiendo el empujoncito de las remesas y por lo tanto esas personas no sienten la urgencia de laborar para procurar-se un ingreso.

EL COMERCIO, MOTOR DE LA ECONOMÍA

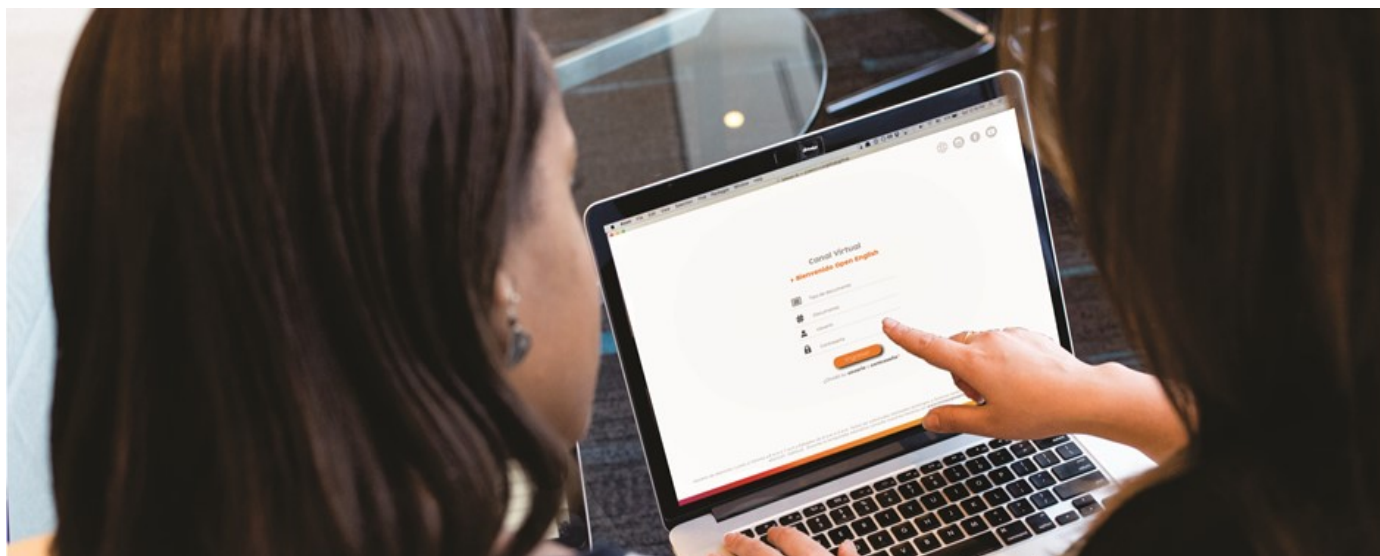
En octubre, FEDESARROLLO publicó un estudio titulado “El sector comercio en Colombia y el crédito de proveedores” (disponible en la web de la institución). Una de sus conclusiones fue la siguiente: “El comercio es un sector líder de la actividad económica ya que juega un rol fundamental de intermediario entre el productor de bienes y el consumidor, y es un importante generador de empleo. El desarrollo de este sector jalona otros sectores de la economía por sus importantes encadenamientos hacia atrás, los cuales se derivan de su interrelación con otros sectores de la economía”. No es usual que la academia se refiera en esos términos al comercio, porque en general lo califican como un sector reflejo. Es más, a nivel gubernamental no ha merecido la atención que se le ha dado a otros sectores. De allí que FENALCO proponga la constitución del Consejo Nacional de Comercio Interno, que presida el Ministro del ramo. La idea está siendo analizada en el alto gobierno y esperamos que se cristalice pronto. El cuadro adjunto muestra que la actividad comercial en los dos últimos años ha crecido muy por encima del PIB. En el tercer trimestre del 2019, por ejemplo, el comercio creció en 5.9% y el PIB en 3.3%. El crecimiento del valor agregado del sector, así como el buen desempeño de las ventas del comercio moderno, con crecimientos anuales recientes superiores al 6% en medio de un escaso crecimiento del empleo sectorial, sugieren un aumento importante en la productividad, especialmente la del trabajo y por ello no nos cuadra la información del DANE según la cual la productividad en esta actividad está cayendo. Al margen, ilustramos en el cuadro otro hecho interesante: la economía de Bogotá crece por encima del PIB, lo que implica que cada vez es más alto el peso de la capital en la generación de riqueza del país. Esta realidad plantea múltiples inquietudes, como por ejemplo si se abre cada vez más la brecha entre el centro con la periferia.

Crecimiento trimestral del PIB y del comercio *
(Var. %)

	2017				2018				2019		
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III
PIB Nacional	1.4	1.3	1.5	1.2	2.0	2.9	2.6	2.7	3.2	3.0	3.3
PIB Bogotá	2.3	1.8	2.0	1.6	2.4	3.2	2.8	3.4	3.5	3.7	3.6
Comercio Nacional	1.4	2.2	3.3	0.7	3.8	3.7	2.5	3.4	4.2	4.7	5.9
Comercio Bogotá	0.7	2.1	3.1	0.8	3.4	4.3	3.6	4.2	5.4	4.9	5.3

* Comprende comercio al por mayor y al por menor, talleres de autos, transporte, restaurantes y hoteles

Fuente: Cálculos de Fenalco con base en Dane



PUNTO DE VENTA: OPORTUNIDAD PARA SALIRLE AL PASO AL FUTURO

El punto de venta es para cualquier comercio ese lugar en donde todos los esfuerzos comerciales se ven reflejados al momento de lograr la tan anhelada venta. Hoy en día ese punto de venta toma enorme relevancia, gracias al concepto de conveniencia, pues el “punto de venta” adquiere todo tipo de caras y formas, tanto en el mundo digital como en el físico para que las personas puedan comprar dónde y cómo lo necesitan. Basta mirar hacia uno de los países de mayor dinámica de consumo en el mundo para obtener una ventana al futuro y entender la evolución del “punto de venta”: China. Allí casi todo se paga con código QR y de manera inmediata: el taxi, las ventas en la calle... hasta la limosna. Es como si nunca hubieran adoptado los hábitos que son tan normales para nosotros en Occidente; las tarjetas de crédito casi que no se reciben en ningún lugar, y mucho menos el efectivo.

Muchos de estos procesos se deben a las Fin-tech, las cuales se autodenominan expertas en utilizar inteligencia artificial para administrar riesgos, predecir comportamientos, perfilar clientes con marketing inteligente y realizar mejoramientos continuos a sus procesos, asegurando conveniencia y soluciones a la medida de cada cliente. China requirió condiciones especiales para que esto sucediera. Por un lado, el

Gobierno del Partido Comunista Chino (que lleva en el poder desde 1949) enrutó al país para ser líder en el uso de inteligencia artificial, permitió que la regulación relacionada con los datos de las personas fuera relativamente “light” por un tiempo mientras se desarrollaban los modelos de negocios escalables, y ofreció recursos e incentivos para que empresas y emprendedores innovaran en ese sector. Además, motivó a la población para que se convirtiera en usuaria de servicios financieros digitales a través de sus celulares, siempre y cuando fuera a través de apps chinas.

La situación del coloso asiático no es comparable con nuestra realidad. En los países latinoamericanos tenemos menos disciplina, menos escala, menos programadores entrenados y disponibles para las empresas y nuestros gobiernos no son explícitos en apoyar estas iniciativas. Pero es evidente una tendencia global hacia la conveniencia y digitalización. Todo comercio tiene en sus manos la oportunidad de salirle al paso al futuro e integrar en sus puntos de venta tanto físicos como virtuales, opciones novedosas, convenientes y digitales. Un ejemplo es la posibilidad de pago a plazos con consulta inmediata, la cual Fenalco impulsa en alianza con Referencia como parte de su apoyo en la digitalización de los comercios.

LO QUE MÁS COMPRAN LOS COLOMBIANOS CON TARJETA DÉBITO EN LOS CENTROS COMERCIALES



A continuación se muestra en la tabla el top 15 de las categorías con más ventas con tarjeta débito en los centros comerciales.

COMPRAS CON TARJETA DÉBITO EN LOS CENTROS COMERCIALES			
Posición	CATEGORÍA	% FACTURACIÓN	% TRANSACCIONES
1	VESTUARIO	26,84%	19,33%
2	ALMACENES POR DEPTO. CON SUPERMERCADO	20,08%	20,41%
3	TELECOMUNICACIONES	6,09%	4,09%
4	COMIDAS RAPIDAS	5,44%	16,08%
5	ALMACENES POR DEPTO. SIN SUPERMERCADO	5,24%	3,39%
6	SUPERMERCADOS	4,16%	4,64%
7	SALAS DE CINE	3,55%	10,42%
8	RESTAURANTES	3,05%	4,55%
9	CALZADO	3,03%	2,36%
10	DROGUERÍAS	2,81%	3,97%
11	HOGAR Y DECORACIÓN	2,16%	0,78%
12	ELECTRO	2,04%	0,46%
13	CLÍNICOS	1,91%	0,59%
14	RELOJES Y JOYERÍA	1,59%	0,39%
15	AEROLÍNEAS	1,56%	0,30%
-	OTROS	10,45%	8,24%
TOTAL		100%	100%

En lo corrido del 2019, hasta noviembre, los pagos electrónicos por parte de los colombianos en los centros comerciales superaron la cifra de los cuatro billones de pesos con una participación del 49% con tarjeta de crédito y 51% con tarjeta débito. Pero, ¿qué tan diferentes pueden ser las ventas cuando el comprador promedio decide usar la tarjeta débito en vez de la tarjeta de crédito? Fenalco en alianza con CredibanCo y su herramienta AnalítiCo, consultó cómo son los hábitos de compra del consumidor colombiano en este sentido.

En primer lugar el ticket promedio de una persona que usa la tarjeta débito en un centro comercial es de \$105 mil pesos, un 40% más bajo que cuando se usa la tarjeta de crédito. En nuestro país usualmente la tarjeta débito se utiliza para montos de compra bajos y cotidianos como lo son ir a comer, ir a cine, entre otros. En otras latitudes como los Estados Unidos y Chile, por ejemplo, el uso de la tarjeta de crédito por parte de los compradores es generalizado e incluye montos de baja cuantía.

El renglón con más ventas con tarjetas débito es, de lejos, Vestuario, y si le agregamos el rubro de calzado, nos encontramos con que del total de las compras con débito en los centros comerciales del país, el 29.9% corresponde a la categoría agregada de vestuario y calzado. Esta significativa participación sube más cuando se tiene en cuenta que los almacenes por departamento destinan una parte bien importante de su superficie de ventas al vestuario y un poco menos al calzado, así fuese bajo la figura de la concesión. Por otro lado las categorías tradicionales y que se espera estén presentes en este ranking como las Grandes Superficies con Supermercado, Comidas Rápidas, Salas de Cine, los Supermercados, Restaurantes y Calzado se ubican en la parte superior de esta clasificación y confirman que la primera opción para sus ventas es la tarjeta débito. Interesante destacar que las compras en las plazoletas de comidas y en los cines son muy numerosas en cuanto a transacciones, pero no son muy significativas en cuanto a su participación en la facturación total.

Las mayores diferencias respecto a las compras con tarjeta de crédito es la ausencia de categorías que por lo general están en la parte superior como lo son las Aerolíneas, los almacenes de Joyas y Relojes y Hogar y Decoración. Categorías reservadas para las compras con tarjeta de crédito dado su alto valor.

Para mayor información, escribanos al correo

analitico@credibanco.com.

LOS 10 HITOS ECONÓMICOS DE LA DÉCADA

Se terminó el 2019 y con él la segunda década de este siglo (2010-2019) con lo cual es casi imposible no pensar sobre los hechos más importantes en estos 10 años que pasan y como han marcado la economía colombiana. Aquí seleccionamos los que nosotros consideramos los más importantes y aceptamos que pudimos dejar en el tintero hechos tan relevantes como haber mantenido la inflación en un solo dígito, la Alianza del Pacífico, la(s) reforma(s) a las regalías, el descubrimiento del oro verde llamado aguacate, el advenimiento de la economía naranja y los notorios cambios demográficos entre otros. La selección no necesariamente está ordenada por importancia.

◆ ENTRADA EN VIGENCIA DEL TLC CON ESTADOS UNIDOS:



El 15 de Mayo del 2012 tras muchos años de conversaciones, rondas, reuniones y programas de preparación, entró en vigencia el TLC con EE.UU. cuyo propósito es incentivar el comercio internacional entre ambos países otorgando beneficios arancelarios tanto a importadores como exportadores, como corresponde a una economía globalizada y abierta al mundo. Queda la sensación de que los colombianos no hemos aprovechado al máximo este mecanismo de integración comercial, como quiera que nuestras exportaciones al país del norte, distintas a hidrocarburos, se mantienen prácticamente estancadas.

◆ CRISIS DEL PETRÓLEO:

En el 2014 Colombia puso fin a 10 años de crecimiento sostenido impulsado por la bonanza minero-energética. En el 2015 el petróleo perdió más del 50% de su valor durante el primer semestre del año lo cual evidenció el carácter monoexportador de la nación y generó un hueco fiscal en las finanzas gubernamentales que traería como consecuencia un menor crecimiento económico y una nueva reforma tributaria.



◆ RECUPERACIÓN DEL GRADO DE INVERSIÓN:



Durante 2011 Colombia obtuvo el grado de inversión BBB en las tres calificadoras de riesgo más importantes (Moody's, S&P y Fitch). Esto representó un espaldarazo de la comunidad internacional a los esfuerzos institucionales por enderezar la economía y por la recuperación de Colombia, en lo que pudo haberse considerado como un Estado Fallido, abriendo las puertas a un estimulante incremento en la inversión extranjera.

◆ **FIRMA DEL ACUERDO DE PAZ:**



El 24 de noviembre del 2016 en el teatro Colón, tras 5 años de diálogos, Colombia puso fin a un conflicto interno de más de 50 años. Si bien se negociaba con unas FARC visiblemente debilitadas tras la muerte en acción de varios líderes del secretario (Mono Jojoy, Tirofijo, Raúl Reyes y Alfonso Cano) la firma de este acuerdo abre un mundo de oportunidades comerciales en zonas desconectadas del país por más de 30 años, así como la esperanza de tiempos menos violentos para las nuevas generaciones.

◆ **CRISIS VENEZOLANA:**

Durante el 2017 nuestras relaciones comerciales con Venezuela llegaron a un punto crítico. En ese año el intercambio comercial con el país vecino disminuyó en 806 millones de dólares lo que significó una caída del 35% respecto al 2016 y de un 90% respecto al 2007. La recuperación de Venezuela es vital para aumentar nuestro comercio internacional tras la restauración de las relaciones diplomáticas y comerciales con el país vecino, una vez regrese la democracia plena.



◆ **LLEGADA DE NUEVAS TECNOLOGÍAS AL PAÍS:**



En la segunda mitad de la década vimos la aparición de tecnologías disruptivas que están cambiando el paradigma en negocios tradicionales como el turismo (Airbnb), transporte (Uber) y comercio (Rappi). Su creación y entrada son una muestra de cómo la evolución tecnológica puede lograr cambiar los hábitos de compra de los consumidores. Encuestas nuestras revelan que en este año el 84% de la fuerza laboral colombiana hizo al menos una compra online en el último mes.

◆ **ELIMINACIÓN VISA EUROPEA:**

Junto con la firma del TLC con la Unión Europea se destaca como un logro la eliminación del requisito de visa a los colombianos para ingresar al territorio Schengen. Esta decisión, más allá de fomentar el turismo al viejo continente, es un respaldo de la comunidad internacional a las instituciones y a los colombianos. Ya no somos los parias de Latinoamérica.



◆ **LLEGADA DE HARD DISCOUNTERS A COLOMBIA:**



Desde comienzos de la década irrumpió en el mercado colombiano el modelo de hard-discounters pues con la aparición de D1, Justo y Bueno y la portuguesa Ara, se modificó en cierto grado la forma en la que los colombianos hacen mercado. En menos de 10 años lograron entrar en la lista de las 100 empresas más grandes del país y lograr una facturación de alrededor de 7 billones de pesos en el 2019. Uno de los paradigmas que mostró

una inesperada fragilidad fue la de la fidelización a toda prueba de los consumidores colombianos por las marcas líderes del mercado. Hoy, las llamadas marcas propias, que por lo general son maquiladas por pequeñas y medianas empresas manufactureras, alcanzan cerca de un 20% del mercado de bienes de consumo masivo en el país.

◆ **INFRAESTRUCTURA 4G EN COLOMBIA:**

La conexión del país ha sido una constante al momento de mejorar la infraestructura nacional. El programa de vías de cuarta generación (4G) es el pilar fundamental para la movilidad y logística de la nación. Esta década que pasa nos deja 29 proyectos adjudicados con un porcentaje de avance del (70%) donde se destacan la vía Girardot-Honda-Puerto Salgar y Cartagena-Barranquilla con un renovado Puente Pumarejo que desde ya se convertirá en un símbolo de la ingeniería y desarrollo colombiano. También destacamos un avance sin precedentes en la infraestructura aeroportuaria.



◆ **INGRESO DE COLOMBIA A LA OCDE:**



El ingreso de Colombia a la OCDE es un logro para el diseño de políticas públicas y buenas prácticas económicas que le permitirán al país en primer lugar medirse y compararse con pares más desarrollados y, segundo, adoptar programas de desarrollo que fomenten el desarrollo y crecimiento económico en el mediano plazo. La exigencia es grande.