

Contenido

	Pág.
1	
BUEN DESEMPEÑO DE LAS VENTAS EN JULIO	1
2	
CENSO POBLACIONAL, SEÑALES PARA LOS EMPRESARIOS	2
3	
CENTROS COMERCIALES QUE SE REINVENTAN	3
4	
QUE APAREZCA LA INDUSTRIA 4.0 EN COLOMBIA	3
5	
EL COLOR NARANJA DEL RETAIL	4
6	
HALLAZGO INESPERADO	5
7	
LEJOS DEL APOCALIPSIS	6
8	
INSEGURIDAD, ¿PERSEPCIÓN O REALIDAD?	7
9	
INFOGRAFÍA: EL ORIGEN DE LA GUERRA COMERCIAL	8

Jaime Alberto Cabal S.
Presidente
Rafael España González
Director Económico
Miguel Mateo Giraldo
Estefanía Camacho
Asesores Económicos
Alejandro Amézquita
Practicante

BUEN DESEMPEÑO DE LAS VENTAS EN JULIO

En julio las ventas del comercio colombiano tuvieron un desempeño aceptable, como quiera que un porcentaje creciente de empresarios reportó una actividad con igual o mejor dinámica que hace un año. En efecto, para el 43% de los consultados por FENALCO, las cantidades físicas vendidas en julio fueron más altas que en igual mes del año pasado, un 36% dijo que el nivel fue muy similar y el 21% consideró que hubo disminución. En julio hubo buen reporte de ventas de bebidas de todo tipo, no sólo en el retail sino a nivel de comercio tradicional, según reportes de distribuidores mayoristas. No deja de sorprender que entre los empresarios que en mayor medida reportaron buen movimiento de sus cajas registradoras en julio figuran los vinculados al sector de bienes de consumo durable o semidurable como los vehículos, motocicletas, bicicletas (¿fiebre de Egan?), teléfonos celulares, equipo electrónico, artículos para la remodelación del hogar y productos de cuero y calzado en general. Este comportamiento contrasta con los resultados negativos que arroja el Índice de Confianza del Consumidor que calcula mensualmente Fedesarrollo. Habitualmente, estos bienes se adquieren con recursos del crédito y, en efecto, los registros de la Superfinanciera muestran que en este año el crédito de consumo se comporta relativamente bien, en contraste con el crédito a empresas. Es evidente, entonces, una disonancia entre la confianza del consumidor y el comportamiento de los consumos. De otro lado, las expectativas de ventas para los próximos seis meses se mantuvieron estables.

Comportamiento de las ventas del comercio

MES	VENTAS		
	+	=	-
jul-18	36	40	24
Ago	37	43	20
Sep	35	41	24
Oct	36	46	18
Nov	38	45	17
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

Expectativas de las ventas del comercio

MES	EXPECTATIVAS		
	+	=	-
jul-18	64	32	4
Ago	63	32	5
Sep	61	31	8
Oct	56	34	10
Nov	47	40	13
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

Fuente: FENALCO

CENSO POBLACIONAL, SEÑALES PARA LOS EMPRESARIOS

El censo del 2018 reveló que 702 municipios sufrieron una reducción en su nivel poblacional en comparación al registro del censo del 2005. Sería de esperar que el ajuste poblacional se diera mayormente en pequeños municipios, alejados de las áreas urbanas. No obstante, ciudades de tamaño medio como Neiva, Pasto, Armenia y Pereira también sufrieron descenso en su población.

En Armenia (Quindío), Pasto (Nariño), Pereira (Risaralda) y Neiva (Huila) la disminución de la población podría estar relacionada con escasez de oportunidades para la nueva población económicamente activa. Los municipios de Bolívar y El Tambo pertenecientes en el Cauca y Puerto Boyacá (Boyacá), han sido víctimas del conflicto armado, por lo tanto parte de su población en el pasado reciente se vio obligada a desplazarse.

Los cambios demográficos impactan el desempeño de los negocios. Al reducirse la población cae el tamaño del mercado y actividades como el comercio y el inmobiliario tienen que redireccionar sus rumbos ofreciendo, por ejemplo, viviendas y locales comerciales de menor tamaño. Existe evidencia de que el área de venta de los supermercados en Colombia ha tendido a la baja.

El empresariado debe encontrar y explotar el mar de oportunidades que ofrece la nueva pirámide poblacional; por ejemplo, oferta de vivienda más pequeña, tiendas de conveniencia, atención a mascotas, comida saludable, atención en salud para personas mayores, programas educativos personalizados, planes vacacionales para familias menos numerosas y un largo etc.

Algunas Ciudades Con Menor # de Habitantes				
Departamento	Municipio	Población 2018	Población 2005	Diferencia
Boyacá	Chiquinquirá	52.321	55.786	-3.465
Boyacá	Puerto Boyacá	44.784	50.301	-5.517
Cauca	Bolívar	35.837	43.978	-8.141
Cauca	El Tambo	38.688	45.804	-7.116
Cundinamarca	Girardot	92.903	97.834	-4.931
Cundinamarca	Guaduas	27.571	31.831	-4.260
Huila	Neiva	314.526	316.033	-1.507
Nariño	Pasto	352.326	382.618	-30.292
Quindío	Armenia	275.641	280.930	-5.289
Risaralda	Pereira	409.670	443.554	-33.884
Tolima	Espinal	67.983	76.226	-8.243
Valle del Cauca	Buenaventura	258.445	328.794	-70.349

Fuente: Cálculos de FENALCO con base en DANE

CENTROS COMERCIALES QUE SE REINVENTAN

La tienda física atraviesa por un momento de reinención. Conforme cambian los hábitos del consumidor, avanzan a pasos agigantados los desarrollos tecnológicos y se generan más opciones para entrar en contacto con los productos. El comercio moderno apuesta por nuevos conceptos donde la experiencia del cliente es el eje principal. La tienda física ingresa en una etapa de redescubrimiento continuo que pretende cautivar al mercado mediante apuestas que promueven la visita *in store* por factores más allá del precio y el producto. Dos ejemplos son, de un lado, las Pop Up Store, tiendas temporales que se valen de estrategias de marketing experiencial para descubrir nuevos mercados y jugar con el factor sorpresa. Al estar por tiempo limitado (desde un día, un fin de semana, una tempora-

da o un mes), suelen ostentar un gran atractivo por parte de los compradores, quienes llegan a la pop up store y se encuentran con una puesta en escena donde la sinergia entre productos, eventos y exclusividad es evidente. El otro paradigma, es el de las Incubadoras de restaurantes: para abrirles las puertas a emprendedores con interesantes ideas de negocios, gente con visión pone al servicio de estas personas cocinas donde pueden interactuar con el público y así poner a prueba su idea. A partir de allí, se genera un ambiente cambiante donde los usuarios se nutren con el factor sorpresa de encontrar un nuevo proveedor de comida cada cierto tiempo. Ambos casos deberían desarrollarse hoy mismo en los centros comerciales más grandes.

QUE APAREZCA LA INDUSTRIA 4.0 EN COLOMBIA

Se han dado pasos por la Cuarta Revolución Industrial en el país, donde se han impulsado emprendimientos bajo entornos digitales como las de Rappi o Qué buena compra. Sin embargo existe desconocimiento de lo que se ha denominado como la Cuarta Revolución Industrial, una que lleva la inteligencia artificial, los robots colaborativos, la nanotecnología y el mundo digital a la planta o a la bodega. En el panorama de la industria nacional no son abundantes los casos de las tecnologías que promulga la Industria 4.0. Por ejemplo hay sierras que detectan la presencia de tejido humano en su perímetro de corte y detienen la operación de forma automática. En Colombia existen plantas de manufactura que vieron la luz hace más de 20 años, cuyos procesos productivos usan equipos desactualizados, lo cual complica el salto. El concepto de Industria 4.0 lleva las comunicaciones a otro nivel en las empresas: interconexión de máquinas y perso-

nas a través del envío masivo de información; digitalización de servicios gracias a plataformas que se convierten en protagonistas en el desarrollo de aplicaciones personalizadas para cada cliente. Las máquinas están generando redes sociales propias para comunicarse entre sí, y con las personas, en una integración permitirá mayor eficiencia operativa. Es un camino que trae competitividad pero como lo advierte la Revista Suiza, editada con el auspicio de la embajada ídem en nuestro país, solo un pequeño grupo de empresas colombianas está recorriendo. Hay inversiones en las grandes pero los pequeños empresarios seguirán condenados a ver estos avances en revistas y documentales por algún tiempo. Ojalá nuestras empresas aprovechen las exenciones tributarias creadas recientemente para renovar planta y equipo.

EL COLOR NARANJA DEL RETAIL



El Presidente Duque ha popularizado el concepto de economía naranja. Abarca sectores como arquitectura, artes visuales y escénicas, artesanías, cine, diseño, juegos, juguetes, línea editorial, moda, música, publicidad, tv, software, radio y videojuegos. El retail tiene una conexión directa con la economía naranja y los ejemplos abundan. Hoy, un propósito de los centros comerciales colombianos para mantenerse en el ambiente es la generación de experiencias y de sorpresas agradables para los consumidores. En este plano, el ocio, la gastronomía, el entretenimiento, la moda, el diseño de espacios comerciales, el vitrinismo y un largo etcétera, figuran en la nueva ecuación ganadora. La moda y la transformación de ideas en bienes y servicios están en el radar del sector para añadir valor y diferenciación en el mercado. Una marca de distribuidor puede volverse famosa con diseñadores anónimos. Esas marcas de moda no necesariamente tienen el foco en el precio, sino en conectar con los consumidores desde el diseño, la calidad o algún diferencial. Centros comerciales top realizan alrededor de 20 eventos al año, convirtiéndose en grandes agitadores cultura-



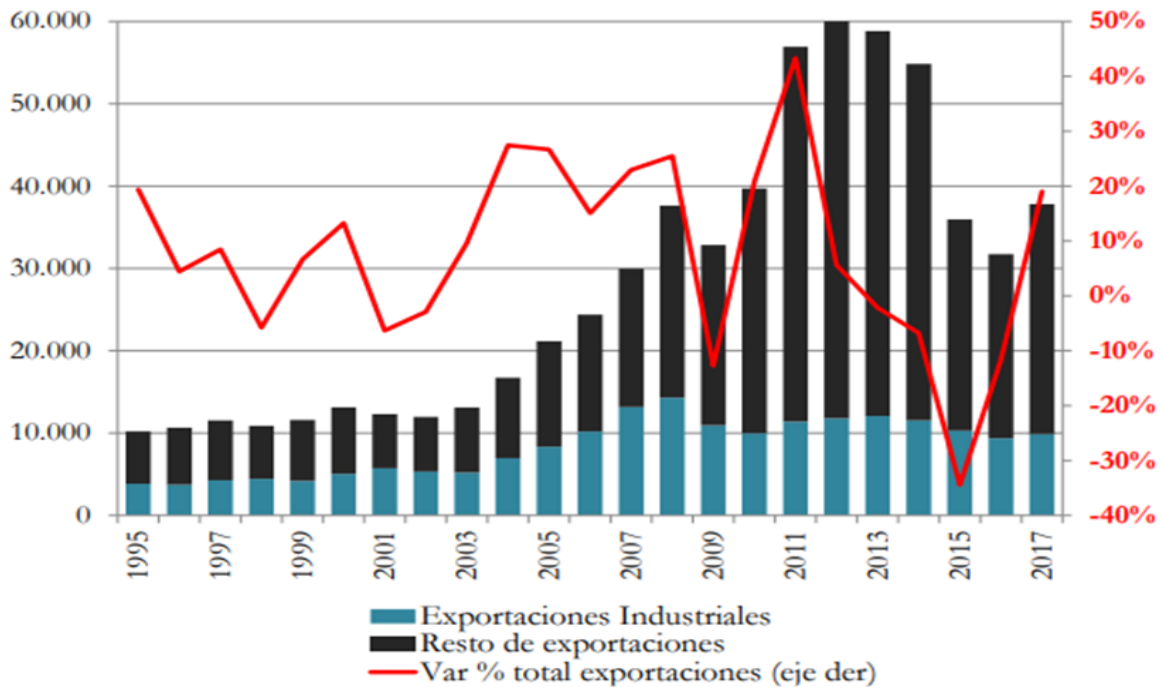
les. La Cámara de Comercio de Cali ha elaborado el ranking de las empresas más creativas del Valle del Cauca y como se observa en el gráfico, varias de dichas marcas son del retail. Por algo será. Se abre paso, entonces, la conveniencia de incluir al retail dentro del universo naranja de la creatividad.

HALLAZGO INESPERADO

En nuestra edición de Junio señalamos que contrario a lo esperado en un escenario con una alta Tasa Representativa del Mercado, TRM alta las exportaciones no reaccionan positivamente. Es más, los datos hasta el mes de junio revelados por el DANE son casi que decepcionantes pese a que en este año se ha registrado una devaluación del peso. Al constatar con los datos se evidencia que a partir del

2014 las exportaciones disminuyeron en términos anuales tanto en volúmenes exportados como en su valor neto. Esto podría ser causado por la volatilidad misma del peso frente a coyunturas internacionales y en tal sentido debe el empresariado colombiano buscar mecanismos para protegerse y/o reducir las contingencias de estos choques como seguros de riesgo cambiario.

Exportaciones colombianas Millones de dólares y Var % anual



Fuente: Banco Mundial

No obstante, un estudio publicado en Borradores de Economía del Banco de la República en Junio del 2019 que se titula “Determinantes y evolución entre precios y cantidades de las exportaciones industriales de Colombia” argumenta que la TRM como determinante de las exportaciones nacionales no es el factor más relevante para explicarlo, puesto que la elasticidad entre el precio relativo del dólar y la TRM es baja. En otras pala-

bras, una tasa de cambio baja o alta incide poco en la cantidad de exportaciones en Colombia. Contrario a la demanda externa que sí es un determinante importante al momento de pronosticar las exportaciones nacionales.

Este hallazgo es bien interesante, porque contrario a la creencia popular tener una TRM alta no necesariamente favorece a los exportado-

res de bienes no tradicionales y esto se debe a que un precio competitivo en una economía en desarrollo no incide de forma significativa en un aumento de la demanda mundial de dichos bienes. El estudio del emisor subraya que “las cantidades exportadas de manufacturas colombianas resultan ser relativamente inelásticas ante el abaratamiento (o encarecimiento) relativo de los bienes industriales colombianos”. Agréguese a lo anterior la conclusión

a que llega Eduardo Lora, destacado economista colombiano en su libro Economía esencial de Colombia, de reciente aparición: “Las empresas más sofisticadas no encuentran la diversidad de capacidades laborales que necesitan para innovar y ser más productivas”. Este concepto posiblemente incluya al ámbito de la alta gerencia.

LEJOS DEL APOCALIPSIS

La realización de sensacionales encuentros alrededor del vino como los organizados hace unos días por Grupo Éxito en Bogotá, son una muestra de lo que comienza a conocerse como el uso de algoritmos con corazón. Las colas que se forman en los cinemas de los centros comerciales ubicados en todos los estratos, así como las que habitualmente hay que hacer para comer en templos gastronómicos tipo “Crepes” son también evidencia de lo lejano que suena el diagnóstico de que ya estamos en la era del apocalipsis del espacio físico, el apocalipsis del retail. He ahí el valor de la relatividad. Se habla de Amazon Go, de Alexa, de extremos y de soluciones finales, de la tienda hiperdigital sin ayuda humana, donde entrar, agarrar y salir es el signo, haciendo de lado que apenas el 50% de la gente tiene acceso a internet, que la bancarización es débil, que seguimos viviendo en el reino de la informalidad y que el 27% de los mortales nativos viven en situación de pobreza.

Entre tanto, florecen mercados orgánicos a la par con mercados campesinos donde

productores de frutas, verduras, flores, queso y miel venden directamente a las familias sin que los informes de las consultoras se enteren. Ir a “La Cabaña” en Sopó es todo un programa. Igual degustar un chorizo en el Oriente Antioqueño es el pretexto ideal para salir de paseo y huir del smog de Medellín. Muchas plazas de mercado a lo largo y ancho del país se vuelven novedad gastronómica y turística. Hay también un resurgir, por ahora modesto, de la cultura del pan artesanal. Definitivamente, el mundo del comercio detallista y de su primo hermano, el sector de la gastronomía, no es en blanco y negro. Tiene unos matices que no salen en los titulares centrados en el apocalipsis del retail.

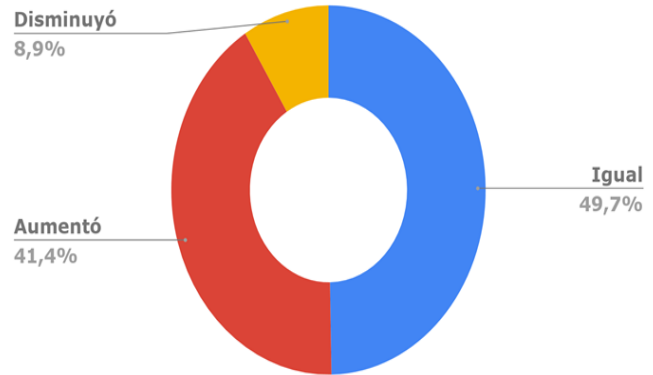


INSEGURIDAD, ¿PERCEPCIÓN O REALIDAD?

La provisión de seguridad a los ciudadanos es una de las funciones fundamentales del Estado. La historia contemporánea de Colombia se ha caracterizado por la dificultad de la nación en cumplir este objetivo, lo cual se mitiga con formas particulares de seguridad (Vigilancia Privada) y otras incluso nocivas como lo fueron los grupos antisubversivos. Si bien después de la sangrienta guerra del narcotráfico y con el aumento de la presencia del Estado en todo el territorio nacional, la inseguridad presenta una disminución en años y los índices de homicidios se encuentran en sus niveles históricamente más bajos, la percepción de la sociedad colombiana sobre la inseguridad sigue siendo alta y gran parte se debe a nuestro pasado violento.

Desde Fenalco preguntamos a nuestros afiliados de todo el país, con respecto al año pasado cómo perciben la seguridad en los alrededores a sus establecimientos. Los resultados son inquietantes: un 41,4% de los comerciantes consultados considera que la inseguridad ha aumentado, respecto a un poco menos del

En su opinión, considera usted que la inseguridad en las zonas en que se ubican sus negocios:



Fuente: FENALCO, junio de 2019

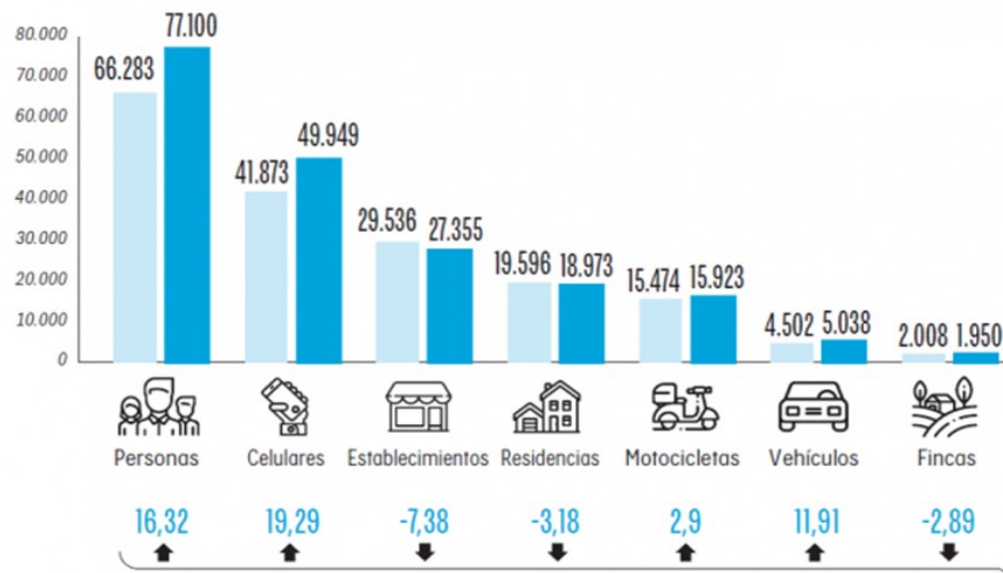
50% que considera que no ha habido ningún cambio en esta dimensión, frente a los observados hace un año.

Estos resultados son consistentes con las denuncias que se han presentado en la Fiscalía General de la Nación, que muestran que en el primer semestre del año las denuncias por hurto se han incrementado en un 9,59%. El hurto a personas ha aumentado un 16,32%.

Es curioso notar que el hurto a establecimientos comerciales sí ha presentado una disminución en sus denuncias respecto al 2018 en un 7,38%.

EN UN 9,59 % SE HA INCREMENTADO EL HURTO EN TODAS SUS MODALIDADES EN COLOMBIA

Periodo comparado: Primero de enero y tres de julio 2018 - 2019



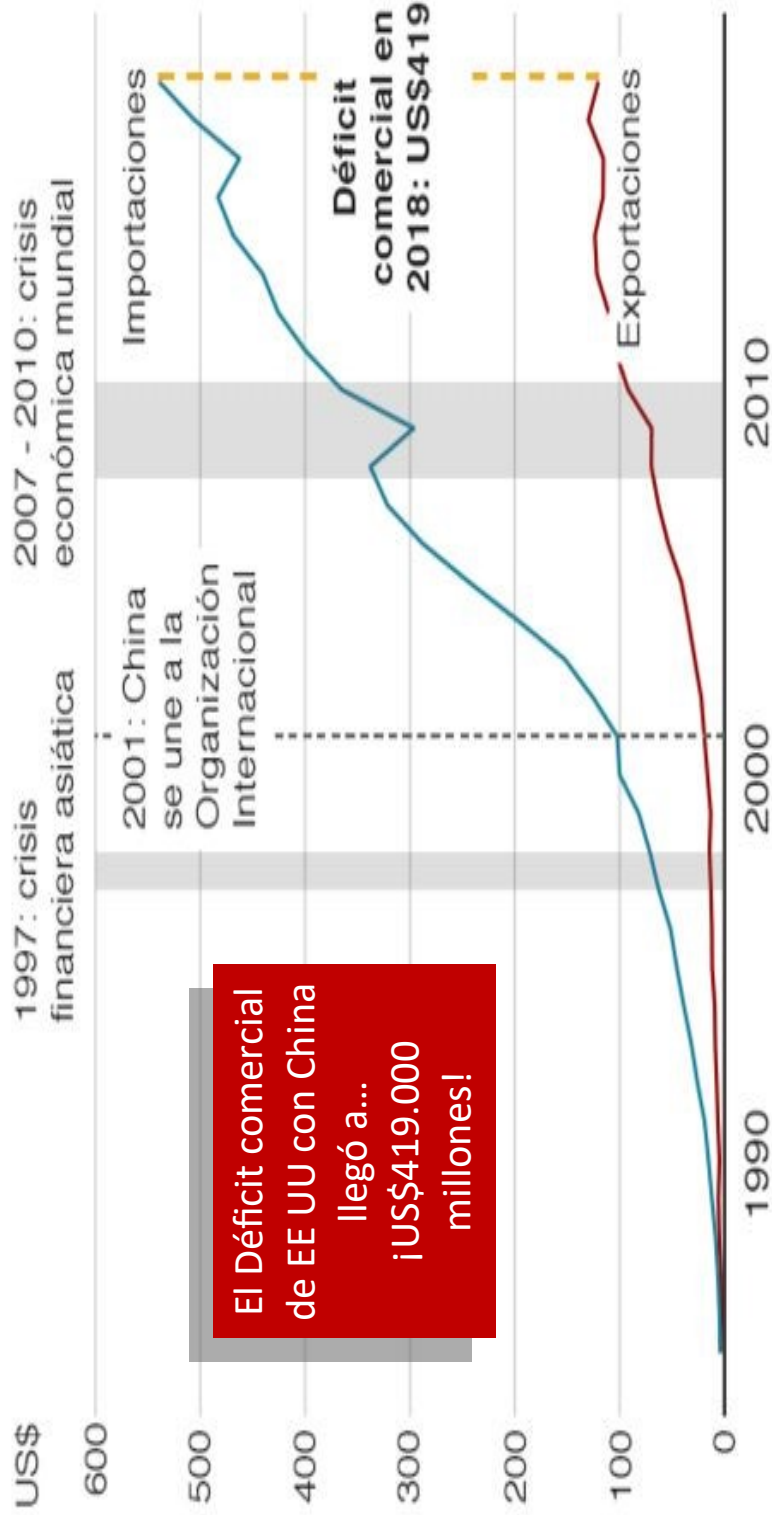
Infografía:
El Tiempo

El origen de la guerra comercial

China devaluó el yuan después de que la Casa Blanca anuncio que impondrá otro 10% en aranceles a productos procedentes de ese país. Los inversores movieron sus capitales buscando refugio en monedas duras y huyeron de mercados inestables. El peso colombiano no escapó a este tsunami. Explicado en este fenómeno la disparada de la tasa de cambio.

Comercio de EE.UU. con China

El déficit comercial entre EE.UU. y China se ha disparado desde 1985 (en miles de millones de US\$)



Fuente: Censo de EE.UU.

BBC