

## SEPTIEMBRE CON SIGNO POSITIVO

Los comerciantes colombianos reportaron unas ventas aceptables en el mes de septiembre. Para el 35% de los encuestados el volumen físico de ventas aumentó frente a las obtenidas un año antes, en tanto que para el 24% disminuyeron. Frente a los mismos porcentajes registrados en septiembre del año anterior ello representa una notoria recuperación de la actividad comercial. En septiembre hubo una doble circunstancia positiva: la celebración del Día del Amor y la Amistad y que se registraron cinco fines de semana, lo que estimuló las ventas en los centros comerciales y en los almacenes de gran formato. Hubo en la práctica tres quincenas. No obstante, líderes del retail consideraron que las ventas no fueron del todo satisfactorias en razón a un fenómeno que no puede pasar desapercibido y es el aumento en la carga tributaria para personas naturales. Como gran parte de los contribuyentes tuvo que declarar renta en septiembre y pagar el impuesto que le corresponda, en la práctica se redujo el ingreso disponible de una gruesa capa de clase media y ello limitó su gasto. Los consumidores se vieron estimulados por la celebración de “días Especiales” y “aniversarios” de grandes retailers, así como de las promociones que ahora ofrecen los llamados hard discounters. Dos sectores que nos contestan la encuesta reportaron un buen desempeño: los concesionarios de vehículos y los restaurantes. Por el lado de las expectativas para los próximos seis meses el optimismo de los comerciantes se mantuvo estable.

Comportamiento de las ventas del comercio

MES	VENTAS		
	+	=	-
Sep	30	44	26
Oct	33	41	26
Nov	35	39	26
Dic	32	45	23
ene-18	33	43	24
Feb	33	44	22
Mar	37	39	24
Abr	35	42	23
May	36	39	25
Jun	32	45	23
Jul	36	40	24
Ago	37	43	20
Sep	35	41	24

Expectativas de las ventas del comercio

MES	EXPECTATIVAS		
	+	=	-
Sep	50	38	12
Oct	43	42	15
Nov	42	41	17
Dic	53	35	12
ene-18	52	35	13
Feb	52	35	13
Mar	52	35	13
Abr	52	36	12
May	58	34	8
Jun	60	34	6
Jul	64	32	4
Ago	63	32	5
Sep	61	31	8

Fuente: FENALCO

## DAÑO COLATERAL PARA WALMART

No valieron las respetuosas peticiones de Wal-Mart a Donald Trump para que retrocediera en su plan de aplicar aranceles sobre luces navideñas, champú, comida para perros, maletas, colchones, bolsos, morrales, aspiradoras, bicicletas, parrillas para cocinar, cables y acondicionadores. “El impacto inmediato será aumentar los precios a los consumidores y gravar a las empresas y fabricantes estadounidenses”, dijo Walmart. Los aranceles, que entraron en vigor el 1 de octubre aumentarán al 25% para finales de año. Por su parte, el Presidente del gigante almacén Target dijo que las familias trabajadoras pagarán más por artículos esenciales para la escuela y la universidad, como cuadernos, calculadoras, carpetas y escritorios. Se dice que dado que Walmart ha sido una enorme fuente de productos baratos para los clientes de bajos ingresos a lo largo de los años, esto realmente lastima a la gente que Trump proclama ayudar.

Los proveedores estadounidenses de Walmart dependen de piezas de China para ensamblar y terminar la producción en EE UU. Por ejemplo, según CNN, cada bicicleta para el mercado masivo requiere de 40 piezas individuales para ser fabricada, todas importadas. Los aranceles en estas piezas harán que la manufactura estadounidense no sea competitiva y elevarán el precio de las bicicletas para las familias. El gobierno de Trump está utilizando los aranceles para impulsar a las empresas a fabricar más productos en EE UU. Pero la National Retail Federation dice que la lógica del gobierno es defectuosa y que los planes de la cadena de suministro cuidadosamente diseñados no se pueden replantear de la noche a la mañana.

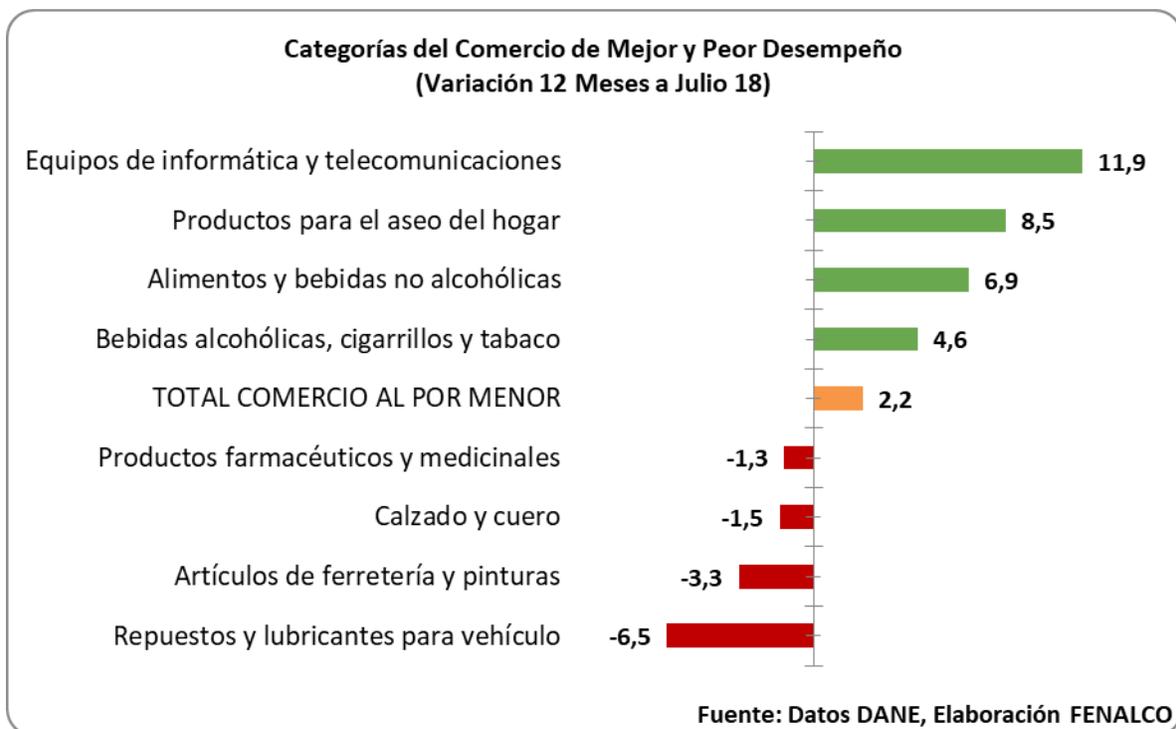


## LENTA GENERACION DE EMPLEO EN EL COMERCIO

La mejora del contexto macroeconómico ha impulsado el aumento del consumo de los hogares. Las ventas del comercio moderno en este año muestran signo positivo, en contraste con los pésimos resultados del año pasado. Para los 12 meses terminados en julio, las ventas de los detallistas crecen un 2.2% real. Lo que esperábamos en materia laboral es que en este año repuntaran muchos empleos relacionados con el sector de la distribución y las ventas, que además requieren de una menor cualificación y experiencia. Creíamos que iría a haber una mayor demanda por trabajos como cajeros, reponedores de mercancías, analistas de datos, personal de mantenimiento, y trabajos fruto del incremento del comercio online, como preparador de pedidos o teleoperador. Sin embargo, en lo corrido de este año, hasta julio, el personal ocupado en las grandes superficies, según informa el DANE, ha crecido en un escaso 0.8% mientras que para el comercio detallista en su conjunto el empleo cae un 0.1%. Y si miramos los resultados de la Encuesta de Hogares nos encontramos con que el empleo generado en el sector del comercio, restaurantes y hoteles en el trimestre junio-agosto para las 13 principales ciudades apenas aumentó un 1.3%. Este dato incluye a los informales, que para el caso del comercio representan más de la mitad del empleo total. Estas cifras sugieren que la reanimación del comercio es todavía débil y que las empresas no están requiriendo personal adicional. Esperemos que para el último tramo del año las cosas mejoren desde la óptica laboral.

Rama de actividad	Distribución (%)	Variación (%)	Contribución (p.p)
<b>Total 13 ciudades y áreas metropolitanas</b>	<b>100,0</b>	<b>0,3</b>	<b>0,3</b>
Servicios comunales, sociales y personales	23,0	2,0	0,5
Comercio, hoteles y restaurantes	30,1	1,3	0,4
Otras ramas*	4,0	10,2	0,4
Industria manufacturera	15,6	1,8	0,3
Construcción	6,5	0,1	0,0
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	8,9	-3,0	-0,3
Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler	11,9	-6,8	-0,9

Fuente: DANE, GEIH.

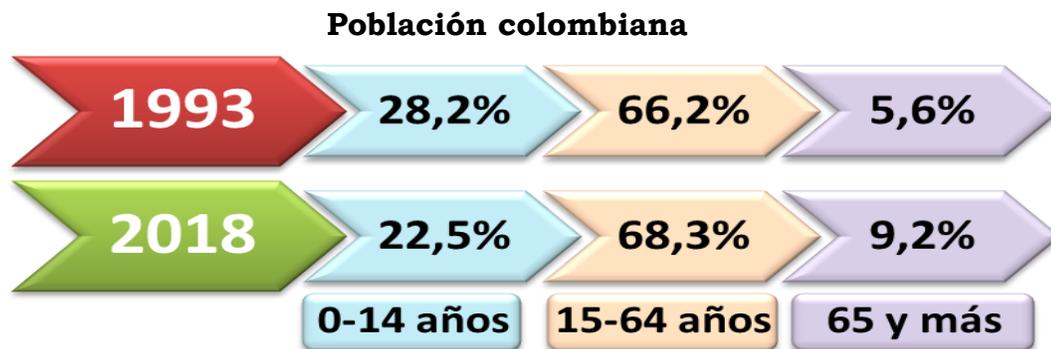


## **CRECE SEGMENTO DE TERCERA Y CUARTA EDAD**

No todo es millennials en mercadotecnia. Existen grupos de consumidores igual de relevantes que también marcan pauta en el mercado, como los de más de 50 años de edad. De acuerdo con el estudio de Futures Company's Global Monitor, el 60 por ciento de los consumidores mayores de 50 años a nivel mundial aseguran haber hecho compras de algún producto o servicio online. También conocidos como los nuevos senior, los Silver Surfers son consumidores con horas interminables de tiempo libre en casa. Son relevantes para las marcas porque tienen alto poder adquisitivo y tendencias de consumo específicas para cada segmento.

Un porcentaje considerable de estos usuarios busca productos de calidad, además de mostrarse como un segmento fiel a las marcas. Además, suelen estar dispuestos a pagar mayores precios o comprar más. De acuerdo con el portal Merca 2.0 todo lo relacionado con el arte y la creatividad brilla para los Silver Surfer, debido a que el empaque es tan importante para estos consumidores que prestan más atención a las etiquetas que a otros aspectos del producto. El tema cobra ahora relevancia al conocerse que la población colombiana está envejeciendo más rápido de lo que se suponía. Actualmente, el 9.2% de la población tiene más de 60 años. Incluso,

comienza a hablarse de la llamada cuarta edad, que son las personas de más de 80 años.



### **CRECE CONSUMO DE ALIMENTOS FUERA DE CASA**

En Góndola 2018, evento cumbre del supermercadismo colombiano que organiza FENALCO entre el 24 al 26 de octubre, examinaremos la estructura de la nueva canasta familiar de los colombianos. Quizás el hallazgo más relevante de la nueva encuesta del DANE sobre ingresos y gastos (a menos que su nuevo Director salga a refutar los resultados), es el aumento tan notorio en las compras de alimentos para consumir fuera de la casa, al tiempo que se redujo la participación de las compras de alimentos para llevar al hogar. Los gastos en restaurantes subieron de manera apreciable, lo que es un reflejo de los cambios culturales, demográficos y laborales de los hogares, pero también muestra un progreso en el poder adquisitivo de las familias. Las industrias de alimentos deben entender muy bien que el consumo fuera del hogar es importante para impulsar el crecimiento y que a muchas personas sencillamente no les gusta cocinar. Las empresas deben esforzarse más por atacar nuevos momentos de consumo. El cambio en los hábitos alimenticios explica en parte por qué en los últimos dos años el formato comercial conocido como Cash & Carry (ejemplos en Colombia son Alkosto, Surtimayorista, Makro y Price Mart) muestran buenos crecimientos en sus ventas. Estos locales surten de preferencia a restaurantes.

## **Gasto en comida en restaurantes cafés y establecimientos similares**

ENPH 2016-2017

**87,1%** de los hogares

ENIG 2006-2007

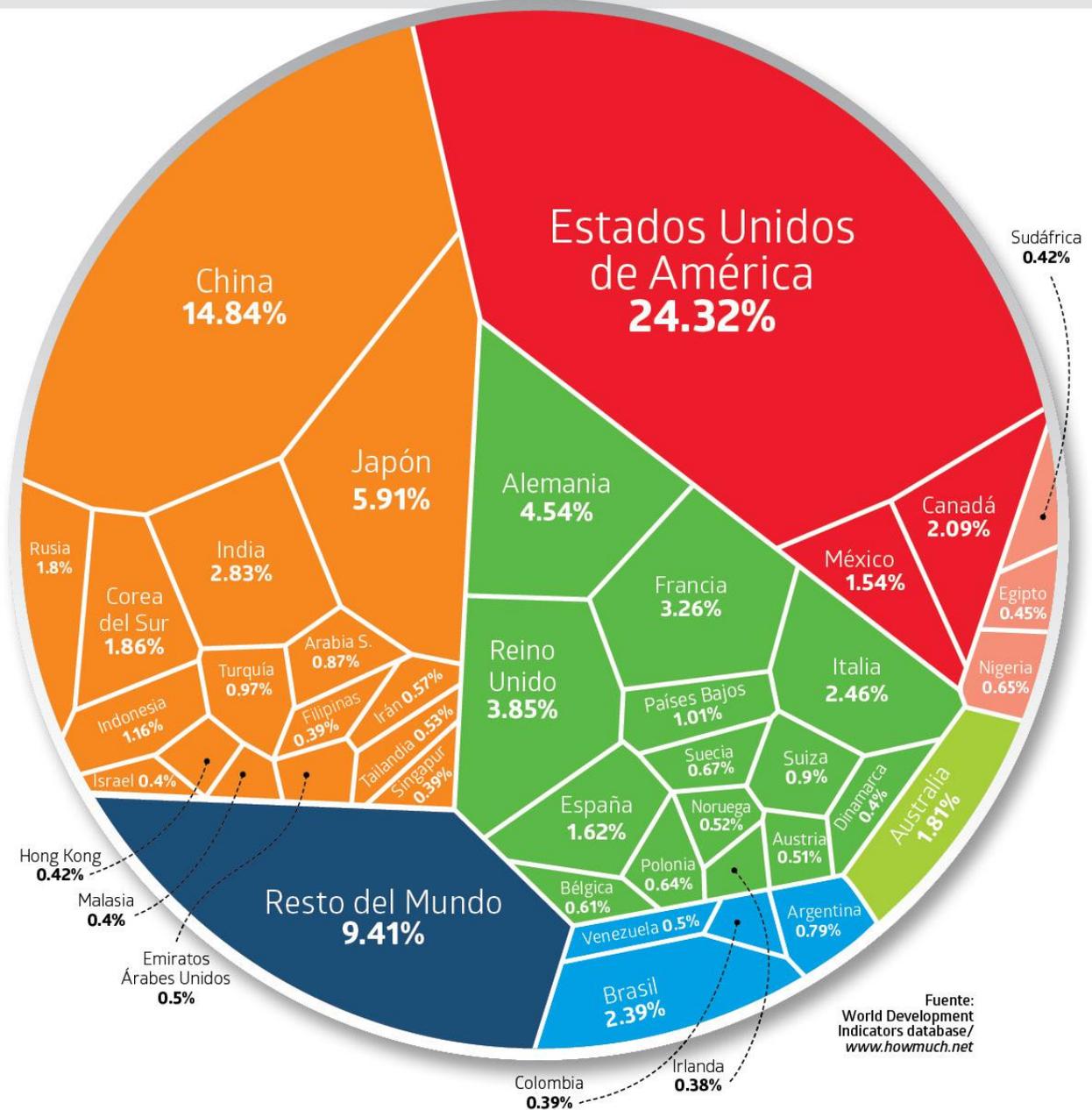
**67,0%** de los hogares

### **INFOGRAFIA**

#### **COLOMBIA ES EL 039**

El producto interno bruto (PIB) es el total de bienes y servicios producidos en un país. Para el 2017 Estados Unidos genera casi un cuarto de la riqueza mundial y entre Europa, Norteamérica y Asia se genera más del 80% del PIB global. Colombia por su parte crea el 0,39% del producto mundial consolidándose como la tercera economía de la región tras Brasil, Argentina y México

## REGIONES

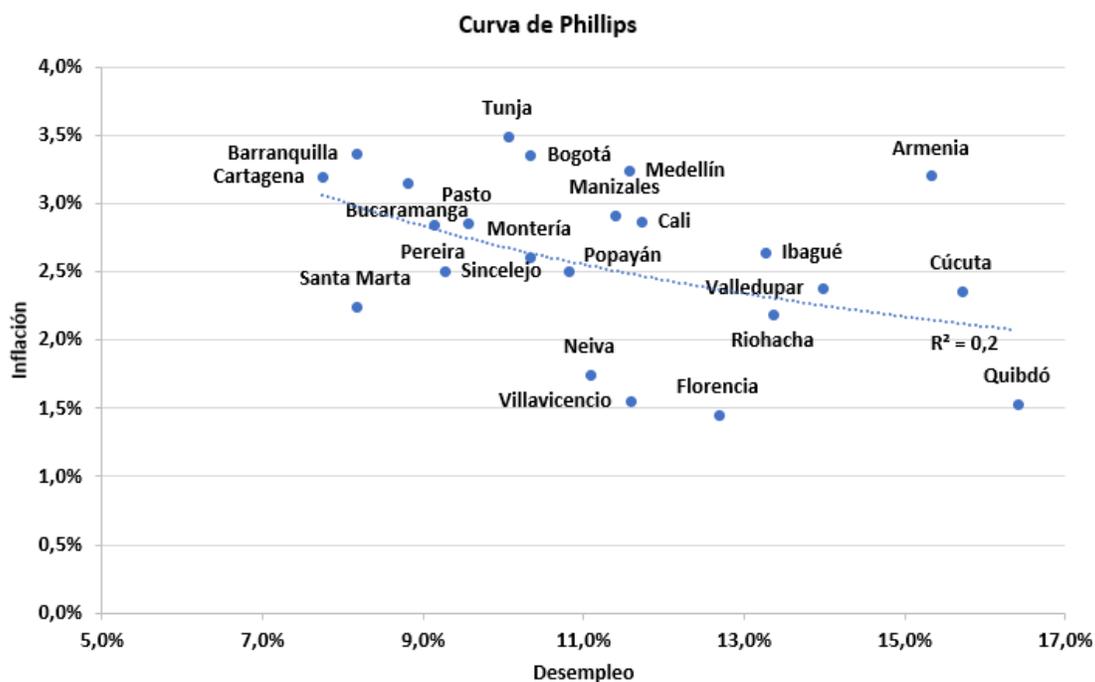


Fuente: World Development Indicators database/  
www.howmuch.net

### LA CURVA DE PHILLIPS EN COLOMBIA

La Curva de Phillips es el término usado por los economistas para describir una relación negativa entre la inflación y el desempleo. Aquí miramos para el período desde Julio del 2017 a Julio del 2018 que tanta

certeza hay en la teoría de una relación inversa entre inflación y desempleo. El siguiente ejercicio propuesto partió al observar como para el mes de Julio la ciudad con mayor desempleo presentaba a su vez la menor inflación registrada en las 23 ciudades más grandes del país (Quibdó) e inversamente, una de las ciudades con la tasa de inflación más alta presenta la tasa de desempleo más baja del país (Cartagena). Este hallazgo nos causó curiosidad y quisimos ahondar aún más sobre la posible relación de la curva de Phillips en Colombia. Para ello tomamos los datos de desempleo e inflación calculados por el DANE. La inflación la tomamos para los últimos 12 meses en cada una de las 23 ciudades más importantes del país, es decir desde agosto del 2017 a julio del 2018 y el desempleo lo tomamos como el promedio de los últimos 12 meses en el mismo periodo.



Fuente: Cálculos de FENALCO con base en DANE

Los resultados que encontramos no fueron tan fuertes como esperábamos pues la correlación entre ambas variables es de un 20%. Eso sí, existe una tendencia negativa que era lo que intuíamos. En conclusión aunque la relación entre ambas variables no es fuerte si existe una tendencia inversa especialmente en zonas donde tanto un desempleo alto ha sido tradicionalmente fuerte en el último lustro.

## **REFLEXIONES**

### **CÓMO EL BAJO NIVEL DE CAPITAL HUMANO PUEDE LIMITAR EL AUMENTO DE LA PRODUCTIVIDAD**

Un informe muy reciente del Banco Mundial sostiene que el tipo de educación que se imparte en países en vías de desarrollo está bastante desfasado frente a la realidad del mercado. Los estudiantes no salen de sus estudios con competencias laborales, por lo cual es preciso modificar el tipo de enseñanza impartida a los jóvenes. En esta misma línea de pensamiento está el Presidente Duque al anunciar que los estudiantes deben salir con dos diplomas: el de bachiller académico y el que le certifique que sabe algún oficio concreto. Toda una revolución educativa que confiamos pueda materializarse.

El documento del Banco Mundial sostiene que Turquía y Perú aspiran a convertirse en economías de ingreso alto en la próxima década, y dependen del comercio. Ambos países enfrentan riesgos de deterioro si no hacen cambios estructurales —en los sistemas de educación y de capacitación, y en la economía en general— para asegurar que las contribuciones al crecimiento económico se deriven de mejoras de la productividad. Los dos países tienen poblaciones que no están debidamente dotadas para satisfacer las necesidades del mercado laboral. Debido a estos desafíos (similares), el objetivo de desarrollo de los dos países, y un aspecto central de sus agendas de desarrollo, es mejorar la productividad para seguir creciendo de manera sostenible. Con el mejoramiento de la educación, las habilidades y las competencias de los trabajadores, estos países podrían aumentar la productividad de su fuerza laboral y de su economía.

En Turquía con una población de más de 81 millones de habitantes y en Perú con una población de 32 millones se registra un incremento del número de personas en edad de trabajar. Lamentablemente, ambos países tienen tasas de informalidad relativamente altas (34 % en el caso de Turquía y 60 % en el caso de Perú), lo que indica que el sector formal no puede absorber a una gran parte de la fuerza de trabajo (debido a diversas razones, incluido el bajo nivel de capital humano).

En ambos países, grandes segmentos de la población juvenil (de 15 años) consiguen puntajes relativamente bajos en pruebas internacionales y niveles tan bajos de capital humano antes de ingresar a

la fuerza laboral pueden tener efectos negativos en el desempeño de las personas una vez que se incorporan al mercado de trabajo.

Pero los trabajadores productivos no solo deben tener buenas habilidades básicas (adquiridas en la educación formal), sino también deberían tener habilidades funcionales de alto nivel (relacionadas con el empleo) para ser más productivos. La educación básica por sí sola no es suficiente para desarrollar habilidades (prácticas) relacionadas con el empleo. En Perú, la mitad de los empleadores señalan que la falta de personal competente y calificado con habilidades cognitivas y técnicas pertinentes es un factor que limita su capacidad para contratar trabajadores y ser más productivos. Las habilidades socioemocionales, como la ética laboral, el trabajo en equipo, la perseverancia, la flexibilidad y la iniciativa, son también habilidades críticas que no se encuentran fácilmente en numerosas personas que aspiran a un empleo. Y dado que las habilidades se adquieren a lo largo de toda la vida de una persona, los trabajadores productivos necesitan participar en un proceso de aprendizaje continuo para desarrollar una nueva habilidad y perfeccionar habilidades prácticas. Por lo tanto, los programas de capacitación técnica, ya sea en una sala de clase, en internet o en el lugar de trabajo, tienen un rol fundamental a la hora de brindar cursos de perfeccionamiento a los trabajadores para que puedan responder a las nuevas demandas y ser productivos.

Cuando se formule cualquier estrategia para mejorar el capital humano, se debe recordar que, si bien la demanda de graduados universitarios sigue siendo alta (y va en aumento) en países como Perú o Colombia, numerosos profesionales universitarios se encuentran desempleados o subempleados. El contenido que se enseña (a menudo contenido fijo, que sobrevalora la teoría y subestima la formación práctica) pocas veces refleja las demandas del mercado, lo cual pone de manifiesto la necesidad de adecuar mejor el contenido formal con las habilidades prácticas. En países como Colombia la mayoría de los nuevos empleos en el sector formal son ocupaciones manuales o que no necesitan habilidades cognitivas y dependen más de habilidades físicas. Esto limita la capacidad de absorber a trabajadores altamente calificados en los nuevos empleos. Para abordar este problema se necesitan realizar varias actividades y reformas, comenzando con cambios estructurales en la economía que pueden ayudar a reducir la dependencia de empleos poco calificados en sectores menos productivos.

