

## Contenido

	Pág.
<b>1</b>	
<a href="#">DETERIORO DE VENTAS Y EXPECTATIVAS</a>	1
<b>2</b>	
<a href="#">REVISIÓN A LA BAJA</a>	2
<b>3</b>	
<a href="#">POCAS PROMOCIONES BANCARIAS</a>	3
<b>4</b>	
<a href="#">UN PAÍS COSTOSO</a>	3
<b>5</b>	
<a href="#">TOP 5 DE LAS INDUSTRIAS DEL FUTURO</a>	4
<b>6</b>	
<a href="#">LAS NEVERAS Y EL MEDIO AMBIENTE</a>	5
<b>7</b>	
<a href="#">REFLEXIONES: SE ACABÓ LA FIESTA DE LOS EMERGENTES</a>	6

**Guillermo Botero Nieto**  
Presidente  
**Rafael España González**  
Director Económico  
**Liseth Karina Galvis**  
**Sandra Milena Yáñez**  
Asesoras Económicas

## DETERIORO DE VENTAS Y DE EXPECTATIVAS

En agosto las ventas del comercio colombiano sufrieron un bajonazo, al tiempo que las expectativas de situación económica de los negocios también se deterioraron. De acuerdo con nuestra encuesta de opinión con cobertura nacional, el 30% de los comerciantes reportó una disminución en su volumen de ventas frente al mismo mes del año anterior. Ese porcentaje había sido del 24% en julio. Entre tanto, la proporción de opiniones positivas bajó del 39% en julio al 37% en agosto. El balance del mes de agosto, resultado de la diferencia entre los reportes positivos y negativos, fue de apenas 7, uno de los más bajos de este año. Numerosos empresarios consideraron que el paro agrario iniciado el 19 de agosto y sobre to-

do los desórdenes originados en las manifestaciones realizadas en muchas ciudades, afectaron sobremedida las ventas. En el caso de los vehículos, hasta el 16 de agosto las ventas iban bien pero desde el 19 se resintieron notoriamente, hasta el punto que para el mes completo se registró una disminución. Curiosamente, las ventas en los centros comerciales localizados en zonas en donde no se registraron marchas ni actos de violencia, tuvieron un desempeño aceptable. En cuanto a expectativas, se registró una disminución en el porcentaje de optimistas y un aumento en el de pesimistas, lo que sugiere un deterioro en la confianza de los empresarios.

### Comportamiento de las ventas del comercio

MES	VENTAS		
	+	=	-
Ago	35	39	26
Sep	35	40	25
Oct	34	40	26
Nov	36	39	25
Dic	39	38	23
ene-13	38	32	30
Feb	32	39	29
Mar	33	38	29
Abr	39	34	27
May	37	34	29
Jun	39	35	26
Jul	39	37	24
Ago	37	33	30

### Expectativas de las ventas del comercio

MES	EXPECTATIVAS		
	+	=	-
Ago	64	26	10
Sep	59	29	12
Oct	62	25	13
Nov	57	30	13
Dic	58	34	8
ene-13	55	33	12
Feb	53	34	13
Mar	61	30	9
Abr	59	31	10
May	58	30	12
Jun	59	31	10
Jul	61	29	10
Ago	57	33	10

Fuente: FENALCO

## REVISIÓN A LA BAJA

En el año comprendido entre julio de 2010 y junio de 2011, 7 de las 16 categorías de mercancías que investiga el DANE en su Muestra Mensual de Comercio al por Menor tuvieron un crecimiento real de dos dígitos en sus ventas. En el siguiente año este número se redujo a 5 y en los últimos doce meses únicamente una agrupación, la de computadores, registró unas ventas con crecimiento superior al 10%. El moderado aumento en las ventas detallistas que se registra en el último año, se obtiene en gran parte gracias al aumento en el área de ventas. En el segundo trimestre, las ventas por metro cuadrado de las grandes superficies según el DANE, apenas crecieron 2.3%.

No hay duda de que estamos viviendo una desaceleración de la actividad mercantil, lo que ha forzado a los empresarios a revisar sus presupuestos para el presente año. Un sondeo realizado por **FENALCO** a 63 de los comerciantes que asistieron al Congreso Nacional del Gremio realizado entre el 4 y el 6 de este mes en Santa Marta, arrojó datos inquietantes: el 76% consideró que su empresa no alcanzará a cumplir el presupuesto de ventas fijado a comienzos de año, un 20% dijo que lo cumplirá al ras y un 4% apuesta por superar las metas establecidas.

### Variación ventas del comercio detallista - 12 meses julio-junio -

GRUPOS DE MERCANCIAS			
	2011	2012	2013
<b>Total comercio minorista</b>	<b>15,3</b>	<b>5,6</b>	<b>2,6</b>
<b>Total comercio minorista sin vehículos</b>	<b>9,0</b>	<b>6,4</b>	<b>3,7</b>
Alimentos y bebidas no alcohólicas	2,9	0,3	2,6
Licores, cigarros y cigarrillos	1,7	8,8	3,5
Productos textiles y prendas de vestir	11,8	9,5	2,5
Calzado, artículos de cuero	22,8	14,4	5,3
Productos farmacéuticos	0,0	2,3	1,0
Productos de aseo personal, cosméticos	6,9	8,4	4,7
Electrodomésticos y muebles hogar	19,2	9,1	4,7
Artículos uso doméstico	9,2	10,7	2,0
Productos para el aseo del hogar	3,7	4,9	2,0
Muebles equipo para oficina, comp.	45,5	21,3	18,9
Libros, papelería, periódicos y revistas	4,0	3,9	-2,3
Artículos de ferretería, vidrios y pinturas	27,3	10,4	6,3
Repuestos y accesorios para vehículos	14,2	11,6	-0,5
Vehículos automotores y motocicletas	51,6	2,3	-1,9
Lubricantes para vehículos automotores	1,9	0,6	-3,3
Otras mercancías	9,5	5,9	1,4

Fuente: DANE

## POCAS PROMOCIONES BANCARIAS

En este año se registra una moderación del consumo de los hogares que va en línea con un menor crecimiento de la cartera de consumo. En efecto, las ventas detallistas en el año comprendido entre julio de 2012 y junio de 2013 crecieron en apenas 2.61% mientras que un año antes lo hacían al 5.6%. El crédito de consumo en la actualidad crece cerca del 10% real vs. 17% un año antes. Entre tanto, la calidad de la cartera se mantiene en los mismos niveles de hace un año, lo que disipó los temores por un posible deterioro, como resultado del gran crecimiento del crédito en 2011 y 2012. En esta coyuntura asombran dos hechos: primero, que las tasas para tarjetas de crédito se mantienen prácticamente invariables mientras que las tasas de captación bajan y bajan. Y el otro hecho es que mientras que las empresas productoras de bienes de consumo final y los comerciantes todos utilizan profusamente las promociones para estimular una alicaída demanda, los bancos permanecen impasibles. Aquí muy poco bajan los costos del crédito

**TODOS LOS VIERNES, SÁBADOS,  
DOMINGOS Y LUNES**  
**6 y 12 CUOTAS SIN INTERÉS**

En BAZAR, TEXTIL Y  
ELECTRODOMÉSTICOS pagando con  
Tarjeta Naranja

Me gusta Compartir

[Ver términos y condiciones](#)



**TODOS LOS MARTES**  
**15% DE DESCUENTO CON**  
**DÉBITO Ó 10% DE**  
**DESCUENTO CON CRÉDITO**

En toda tu compra pagando con  
TARJETA CITI

Me gusta Compartir

[Ver términos y condiciones](#)

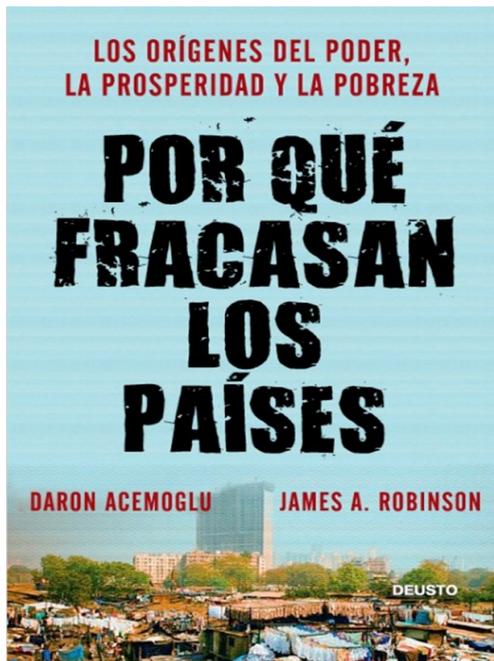


de consumo ni tampoco nuestros banqueros acostumbran a hacer promociones, como sí acontece en muchos países, en particular en el Sur del Continente (ver ilustración). En materia de marketing, los banqueros parecen ser alumnos lentos.

## UN PAÍS COSTOSO

Son cada vez más frecuentes los comentarios de empresarios extranjeros acerca de lo costoso que resulta vivir en las ciudades colombianas, en particular Bogotá. Inversionistas que desean abrir oficinas de representación en nuestro país se quejan del alto costo de vida al comparar precios de bienes de consumo y de algunos servicios en Bogotá frente a los que se registran en Europa o en los Estados Unidos. Se sabe de al menos dos industrias productoras de bienes de consumo masivo que están estudiando seriamente la posibilidad de montar sus plantas de producción en Colombia en lugar de importar de México o de los Estados Unidos los mismos productos, de-

bido a que en su opinión, el producto le llega al consumidor a unos precios muy elevados. Sin embargo, no es seguro que el producir los bienes localmente signifique un menor precio final. Este diferencial de precios se atribuye principalmente a dos factores: de un lado, a la revaluación acumulada del peso y a los altos costos logísticos que se derivan de la mala infraestructura vial. Respecto a este último factor, al parecer hay un serio problema institucional que le ha impedido a Colombia tener una red de infraestructura vial y multimodal propia de un país de ingreso medio alto. J. Robinson, coautor del libro *Por qué fracasan los países*, declaró recientemente



que en Colombia hay todavía unas instituciones débiles. Textualmente expresó: "¿Por qué Chile es más rico y menos violento que Colombia? En gran parte se debe a que tuvieron procesos de formación del Estado muy distintos. En Chile, el Estado puede proveer bienes básicos, tales como leyes y orden público, y asignar las rentas de sus recursos naturales en una dirección socialmente deseable. El Estado colombiano, en cambio, ni siquiera es capaz de construir una buena carretera entre Bogotá y Medellín. Si uno va a la costa Caribe existen tierras increíblemente fértiles, pero son trabajadas por campesinos para su propia subsistencia. Esto porque nadie ha definido bien ni ha asegurado los derechos de propiedad".

## TOP 5 DE LAS INDUSTRIAS DEL FUTURO

Gracias a los avances tecnológicos y a la preocupación por el medio ambiente, ciertas industrias van a crecer de manera excepcional en las próximas décadas. Según el portal Wobi estas serán las cinco de mejor desempeño:

1. Voz sobre Protocolo de Internet (VoIP): La difusión de las redes 4G que permiten el acceso a Internet móvil de banda ancha está creando nuevas oportunidades para la alta definición en la televisión móvil, videoconferencias, televisión 3D y Cloud Computing.



2. E-Commerce y sitios de subastas online: superando a la mayoría de los sectores de ventas al por menor, los clientes se acostumbran a comprar cada vez más de forma online en vez

de hacerlo personalmente. Compañías como e-Bay y Amazon.com se destacan y los sistemas de pagos por Internet como PayPal han mejorado la seguridad y facilidad de las transacciones, y eso ayudará al crecimiento de esta industria.



3. **Biotecnología:** En 2011, la industria biotech recaudó más capital que nunca desde el genoma del 2000. Ya hay listas de las compañías más innovadoras en la materia. Se destaca Bug Agentes Biológicos, compañía de Sao Pablo, que encontró una manera de combatir naturalmente los gusanos e insectos que amenazan los cultivos de caña de azúcar y soja: avispas programadas para atacar únicamente a su enemigo natural.



4. **Energías alternativas:** La energía eólica, mareomotriz y solar son sólo algunas de las opciones que los países han comenzado a investigar con el objetivo de ahorrar dinero y depender en menor medida de los países petroleros inestables. Muchas de las compañías que están haciendo los mayores avances en energía renovable son muy reconocidas: Chevron es líder en cuestiones de conservación

de energía y tecnologías de energía geotermal y solar, y son uno de los mayores desarrolladores de proyectos de energía solar fotovoltaica con 128 mil paneles instalados.



5. **Desarrollo de juegos en redes sociales:** gracias a la alta velocidad de Internet, la industria de videojuegos se ha unido a las redes sociales, conformando una poderosa fuerza de altos ingresos. El sector espera crecimientos superiores al 25% en los próximos años.



## LAS NEVERAS Y EL MEDIO AMBIENTE

En 2009 una oficina de asuntos ambientales del gobierno mexicano hizo una convocatoria para centros de acopio de refrigeradores. La idea era que los mexicanos regresaran sus neveras viejas a los supermercados a cambio de un subsidio, que se aplicaba como descuento al precio de su nuevo refrigerador. Los comercios a su vez, los entregaban a los centros de acopio para destruirlos ecológicamente. La destrucción ecológica de neveras sirve para evitar

que el gas refrigerante que contienen, salga a la atmósfera y contribuya al efecto invernadero. Cuando participaba en el programa, la empresa Principio ecológico recibía y destruía 3,000 refrigeradores por mes. Durante dos años analizaron la cantidad que llegaba y al darse cuenta que había un mercado interesante, compraron maquinaria especializada y cambiaron su nombre a Ecofrigo.

Cuándo se acabó el programa, la empresa empezó a buscar clientes comerciales como embotelladoras de gaseosas, cerveceras y empresas de helados. Ahora Ecofrigo destruye en promedio unos 5,000 refrigeradores por mes. Su objetivo a futuro es perfeccionar la manera de destruir refrige-

radores para que el impacto sobre el medio ambiente sea aún menor. La empresa piensa abrir sucursales en Colombia y Costa Rica. Camarón que se duerme...

## REFLEXIONES

### SE ACABÓ LA FIESTA DE LOS EMERGENTES

Se acabó la fiesta de los mercados emergentes. Las economías de los países en desarrollo se han estancado tras la recuperación de la crisis mundial de 2008/2009 y ya crecen por debajo de lo previsto a principios de año. Muchas de ellas han sufrido fuertes devaluaciones de sus divisas en los últimos tres meses y sus mercados de valores están cayendo con fuerza.

Aunque el fin de fiesta no significa necesariamente el inicio de un entierro, el hecho es que el panorama se ha deteriorado. El cercano fin de los estímulos monetarios de los Estados Unidos, la desaceleración de China, India y Brasil y un eventual agravamiento de la guerra Siria lo han enturbiado todo.

En Brasil el dólar ha subido más del 15% en este año y depreciación similar padece el peso argentino en el mercado oficial, que está restringido a exportadores e importadores. Pero

en la plaza ilegal, adonde concurren los ahorradores que quieren hacerse con divisas, la moneda norteamericana cuesta hasta un 70% más cara que en la legal. En Asia, el dólar solo ha caído frente al yuan chino un 1,8%. Pero varios países están sufriendo devaluaciones. La moneda estadounidense se ha apreciado el 22% frente a la rupia india y el 15% ante la rupia indonesia. Las depreciaciones también se extienden a Rusia (el dólar subió el 8,9% frente al rublo), Turquía (14,1% contra la lira) y Sudáfrica (22,5% ante el rand).

Los capitales especulativos están saliendo de los mercados emergentes y regresando a EE UU, en concreto a los bonos del Tesoro a 10 años, que han mejorado notablemente su rendimiento. Ello, porque la autoridad monetaria está dando señales de que acabará con su política de relajación monetaria porque considera que la economía de



EE UU está recuperándose y que se acerca la hora de retirar los estímulos. Incluso podría llegar a subir los tipos de interés a finales de año, con lo que se acabaría la devaluación del dólar de los últimos cinco años.

Las devaluaciones de las divisas han llevado a varios bancos centrales a subir recientemente sus tasas de interés de referencia, entre ellos, los de Brasil e Indonesia. La era del dinero barato ha impulsado el crecimiento de los países en desarrollo y ha atraído hacia ellos capitales especulativos que huían de los bajos rendimientos en EE.UU y buscaban mayores beneficios. Además, gobiernos y empresas de países emergentes se han financiado durante años a tipos de interés muy bajos y en dólares estadounidenses.

Los ciclos de dólar barato suelen coincidir con los de materias primas caras. Los productos básicos, principales exportaciones de Sudamérica, cotizan en moneda estadounidense y suelen encarecerse cuando esta se abarata. Además, en este siglo la demanda china por materias primas se ha disparado, beneficiándose Sudamérica, Rusia o Sudáfrica. El cambio de política monetaria de EE UU, que también lleva a que los capitales especulativos abandonen los mercados de productos básicos, pero sobre todo la desaceleración de la economía china, están provocando bajadas de precios. La excepción es el petróleo, cuya cotización ha subido ante la posibilidad de que EE UU ataque Siria y agrave la situación en Oriente Próximo.

En lo que va de 2013 han caído la mayoría de los índices bursátiles del mundo emergente, como los de China (-7,6% en lo que va de 2013), India (-5,3%), Indonesia (-4,9%), Corea del Sur (-4,5%), Rusia (-14,8%), Brasil (-18,1%), Chile (-18,7%) y México (-10,4%). Estos retrocesos reflejan también la salida de capitales de los mercados emergentes por el posible cambio de política monetaria de EE UU. Además, influyen unos crecimientos económicos menores a lo esperado, así como las protestas sociales en Brasil o Turquía.

*(Adaptado del diario español El País)*

En Latinoamérica, la economía brasileña ya venía desacelerándose, con una expansión de solo el 0,9% en 2012. En marzo pasado, bancos y consultoras preveían un crecimiento del 3,1% para 2013, pero ahora calculan un 2,2%. Después de expandirse el 3,8% en 2012, el Banco Central de México estima un crecimiento económico de apenas 1.8% en 2013 en ese país. En Argentina y Venezuela el problema más agudo es la inflación. Colombia, que el año pasado creció el 4%, este año se expandiría un 3,8%. Chile, que en 2012 se expandió el 5,6%, pasaría al 4,2%, mientras que Perú rebajaría del 6,3% al 5,6% de un año al otro. El presidente peruano, Ollanta Humala, que también ha enfrentado manifestaciones callejeras, ha reconocido que la crisis internacional ha llegado a su país y el Banco Central ha reaccionado a la mayor depreciación del sol en dos años con fuertes ventas de reservas en el mercado.

El economista norteamericano Jan Kregel advierte que la China parece estar enfilando sus baterías al mercado interno. Si China crece menos y reduce su orientación exportadora, demandará menos minerales. Quizá el consumo de alimentos no se desacelere, pero el profesor estadounidense señala que el régimen de Pekín está liberalizando su sector agrícola para que cooperativas pequeñas sean reemplazadas por grandes empresas, con el fin de elevar la productividad. "No es un proceso que demorará un año, pero China irá reduciendo su necesidad de importar materias primas". Este mensaje debe ser tomado muy en serio por Colombia. Kregel concluye que los países sudamericanos deberán adoptar medidas para estimular la inversión y el consumo domésticos. "Las devaluaciones harán más competitivas las manufacturas, ¿pero a quién las venderán? ¿A China? ¿A Europa, que no crece? ¿A EE UU, que no crece más del 2%? El motor del crecimiento deberá cambiar", insiste Kregel.

