

EL TURISMO TRAS LA SENDA DE LA REACTIVACIÓN



www.fenalco.com.co

- SIGUE AL ALZA OPTIMISMO DE EMPRESARIOS FRENTE A VENTAS FUTURAS
- BAJAR EL DESEMPLEO, UNA DURA CUESTA POR ALCANZAR
- LAS FINTECH: VÍNCULO ENTRE BANCA Y COMERCIO
- LOS TENDEROS NECESITAN ESTÍMULOS, NO CORTAPISAS

SEPTIEMBRE

2 0 2 1

www.fenalco.com.co



SEPTIEMBRE 2021

CONTENIDO

1. SIGUE AL ALZA OPTIMISMO DE EMPRESARIOS FRENTE A VENTAS FUTURAS
2. EL TURISMO TRAS LA SENDA DE LA REACTIVACIÓN
3. BAJAR EL DESEMPLEO, UNA DURA CUESTA POR ALCANZAR
4. LOS TENDEROS NECESITAN ESTÍMULOS, NO CORTAPISAS
5. LAS FINTECH: VÍNCULO ENTRE BANCA Y COMERCIO
6. SE ACERCA EL CENTENARIO DEL BANRE-PÚBLICA...
7. CAPACITACIÓN FOCALIZADA
8. LLEGARON LOS GERMOFOBICOS

Jaime Alberto Cabal Sanclemente

Presidente

Rafael España González

Director Económico

Dorys Trujillo Beltrán

Alejandro Amézquita

Asesores Económicos



Comportamiento de las ventas del comercio

MES	VENTAS		
	+	=	-
Ago	14	21	65
Sep	21	25	54
Oct	24	30	46
Nov	24	37	39
Dic	24	38	38
Ene	17	19	64
Feb	28	28	44
Mar	49	23	28
Abr	51	31	18
May	47	34	19
Jun	59	24	17
Jul	65	23	12
ago	64	24	12

Expectativas de las ventas del comercio

MES	EXPECTATIVAS		
	+	=	-
Ago-20	32	55	13
Sep	33	55	12
Oct	34	57	9
Nov	26	63	11
Dic	22	50	28
Ene-21	38	40	22
Feb	39	53	8
Mar	29	53	18
Abr	27	51	22
May	38	48	14
Jun	38	55	7
Jul	57	39	4
ago	66	30	4

SIGUE AL ALZA OPTIMISMO DE EMPRESARIOS FRENTE A VENTAS FUTURAS

La percepción de los empresarios consultados por FENALCO sobre el clima de los negocios presentó de nuevo una buena dinámica en agosto. En este mes, tan sólo el 4% de los encuestados prevé un empeoramiento de la situación en el inmediato futuro y el 66% piensa que la situación continuará mejorando, resultado significativamente superior al 38% observado en junio y al 57% en julio. Por su parte, el porcentaje de empresas que reportó un aumento en el volumen de ventas frente a agosto 2020 fue 64%, 24% consideró que fueron similares y para el 12% bajaron. Se destaca el buen desempeño del sector vinculado al transporte, como los vehículos, motos, talleres, CDAs, estaciones de servicio, servicio de taxi, transporte intermunicipal y repuestos. De nuevo el cluster de la moda, que incluye el vestuario, productos textiles, calzado formal y casual, productos de cuero, joyas y bisutería, al igual que productos cosméticos, tuvieron un buen desempeño. Sin embargo, este sector aún no alcanza los niveles de ventas del 2019. Los reportes nos indican igualmente que el mercado institucional ha tenido en los últimos dos meses una notable recuperación, como quiera que muchos restaurantes, cafeterías y bares han retomado lentamente sus actividades, y porque las compras de los detallistas de alimentos, incluyendo el sector tradicional, también muestran signos vitales. Sin duda, la posibilidad de los hogares de salir a la calle sin tanta restricción ha contribuido decisivamente a la recuperación del comercio, restaurantes y hoteles. Estudios de este año para Colombia indican que un aumento del 10% en el tiempo que las personas pasan por fuera del hogar se traduce en un incremento del 7.9% en las compras realizadas.

Fuente: Fenalco

EL TURISMO TRAS LA SENDA DE LA REACTIVACIÓN

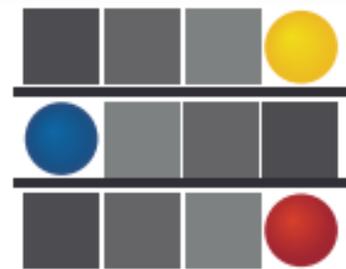
NEXOS

CONGRESO NACIONAL DE COMERCIANTES 2021



FENALCO
LA FUERZA QUE UNE

Las encuestas mundiales muestran que las personas quieren volver a moverse: ver a amigos y familiares o simplemente divertirse un poco fuera de sus cuatro paredes y vecindarios inmediatos. El ritmo de la recuperación futura no está claro, pero sin duda se está produciendo una recuperación en los viajes nacionales. En contraste, y de acuerdo con análisis de McKinsey, los viajes internacionales son una historia diferente. Ir al extranjero sigue siendo complicado por un mosaico de reglas y regulaciones sobre pruebas, estado de vacunación y cuarentena. Lo que importa para los viajes internacionales es que debería ser posible y relativamente sencillo. En general, eso no está sucediendo. En cuanto a los viajes de negocios se observa una recuperación más lenta que los viajes nacionales, pero más rápida que los internacionales. Aunque las empresas han encontrado nuevas formas de conectarse mediante videoconferencias y seminarios web, en la medida en que aumentan los niveles de vacunación y la confianza, los viajes de negocios nacionales tendrán fuerza pre pandémica. Para los muchos hoteles y aerolíneas que dependen de los viajeros de negocios para obtener buena parte de sus ingresos, la reimaginación estará a la orden del día. Para el sector del turismo y afines del país, el futuro incluye el fortalecimiento del producto de naturaleza, utilizar herramientas tecnológicas adecuadas, innovación empresarial y generar confianza en los clientes al viajar y disfrutar de servicios turísticos cumpliendo con los protocolos de Bioseguridad. En FENALCO estamos trabajando duro y parejo para impulsar la reactivación plena del cluster de la hotelería. Prueba de ello es que nuestros eventos "estrella" y de gran tradición y reconocimiento en el medio empresarial como son nuestro Congreso Nacional de Comerciantes NEXOS 2021 y la convención Internacional de supermercados, GÓNDOLA 2021, tendrán carácter presencial.



góndola



BAJAR EL DESEMPLEO, UNA DURA CUESTA POR ALCANZAR

Si bien el desempleo en los últimos meses ha venido disminuyendo en relación con las tasas registradas en los peores momentos de la pandemia el año pasado, aún se está lejos de alcanzar los niveles de antes de la pandemia. Como se observa en el cuadro, ninguna de las 23 principales ciudades tiene hoy un desempleo trimestral inferior al obtenido en 2019.

Tasa de desempleo			
Trimestre móvil			
Ciudad	May - Jul 19	May - Jul 20	May - Jul 21
Cúcuta	16,2	31,7	20,4
Florencia	15,7	30,5	20,3
Cali	11,3	28,2	20,2
Popayan	11,9	33,5	19,7
Quibdó	18,6	17,9	19,4
Riohacha	15,2	27,5	19,4
Armenia	15,5	29,5	19,3
Neiva	13,2	37,4	19,2
Valledupar	15,9	24,3	19,2
Tunja	11,6	25,3	18,6
Ibagué	14,9	35,5	18,2
Bogotá	10,3	25,1	17,0
Santa Marta	12,3	21,7	16,5
Total 23 ciudades	11,1	25,0	16,4
Villavicencio	12,4	26,4	16,4
Total 13 ciudades	10,8	24,7	16,2
Manizales	10,0	27,0	16,0
Pereira	8,2	24,1	16,0
Montería	13,5	24,5	16,0
Medellin	12,5	24,7	15,6
Sincelejo	11,8	27,1	15,4
Pasto	9,9	21,1	14,6
Bucaramanga	9,9	23,1	12,8
Barranquilla	7,6	14,1	10,8
Cartagena	7,3	20,5	10,5

Fuente: DANE. Diseño: FENALCO Nacional



LOS TENDEROS NECESITAN ESTÍMULOS, NO CORTAPISAS

Valoramos la decisión del Congreso de la República de no aprobar la propuesta de gravar las bebidas no alcohólicas, porque afectaría sobremedida el desarrollo de los micro y pequeños empresarios del canal tradicional que, hoy por hoy, necesitan con urgencia medidas que propendan por su reactivación y no por su desaparición. Este tributo se convertiría en un impuesto al consumidor y por supuesto a los tenderos en Colombia. La categoría de refrescos y bebidas azucaradas es vital para las ventas de una tienda y además es gancho para el consumo de otros productos como pasabocas, productos de panadería y alimentos preparados como las tradicionales empanadas. Cualquier medida que perjudique a las familias de menores ingresos y a las micro y pequeñas empresas cercena la posibilidad de reactivación de este segmento, tan necesitado de medidas de apoyo para salir de la crisis.

Y es que el fijar un impuesto, uno más, al consumo, tiene unas consecuencias muy fuertes sobre toda la cadena de valor. Para empezar, los productores agrícolas que surten de materia prima a las industrias de bebidas y de alimentos empacados procesados que suelen consumirse acompañando la tradicional gaseosa, pueden verse muy afectados por una posible baja en la demanda de los hogares. También industrias del vidrio y del plástico, así como el personal encargado de la compleja logística de surtir las tiendas, aún en los más apartados lugares, saldrían afectados. Pero serían los tenderos y los propietarios de pequeños establecimientos tipo cafeterías, los más perjudicados al caerseles la demanda, y por consiguiente sus ventas y sus de por sí exiguas ganancias. Sugerir un impuesto para financiar así sea el más loable propósito, sin reparar en el daño que una medida de este tenor pueda tener sobre numerosas actividades empresariales, es una opción inexistente y menos en esta coyuntura de aumento elevado de la pobreza, desempleo y destrucción del tejido empresarial.

LAS FINTECH: VÍNCULO ENTRE BANCA Y COMERCIO

El ejercicio del comercio ha estado acompañado del crédito. Ha sido una necesidad histórica encontrar mecanismos para que los clientes del comercio puedan comprar a plazos. La tecnología está impulsando aún más esta realidad. La proliferación de los modelos de “compre ahora y pague después” (BNPL por sus siglas en inglés “Buy Now, Pay Later”) se vienen consolidando gracias a la tecnología que traen las Fintech. En los últimos años se ha venido conformando un ecosistema robusto donde las Fintech, los comerciantes y la banca se unen para dinamizar la economía desde su núcleo, el comercio. Un ejemplo en el país de esta dinámica es la alianza que tiene la Fintech Referencia con FENALCO, a través de la cual, se permite a los comerciantes ofrecer créditos a los compradores en el momento de la venta. Aunque es la Fintech Referencia, quien construye los productos de financiación ajustados a cada comercio y consumidor, detrás de toda esta estructura están los bancos recibiendo la cartera originada en los puntos de venta y proveyendo el fondeo requerido. Referencia integra al comercio y a la banca, actuando como nodo clave de dicho ecosistema. Los bancos no solo exigen que los créditos originados en el comercio vengán documentados digitalmente, sino que también cumplan con las exigencias de la Superfinanciera. Por ello, las Fintech que se dedican a ofrecer estas alternativas deben tener suficiente estructura e institucionalidad para mantenerse integradas con la banca.

Referencia ha consolidado relaciones con la banca nacional para financiar a 50,000 compradores que compran en los comercios nacionales con una solución llamada Li\$to Pago-a-Plazos®. El Presidente de la firma, Kenneth Mendiwelson, afirma: *“Estamos listos para crecer de manera importante los volúmenes de financiación en punto de venta del comercio, puesto que seguimos logrando importantes acuerdos con instituciones financieras nacionales que nos acompañan con su fondeo”*.

Más información sobre los servicios de la Fintech Referencia en www.referencia.co



SE ACERCA EL CENTENARIO DEL BANREPÚBLICA...

...Y sería deseable que para 2023, año en que el Banco de la República cumplirá cien años de vida, junto con la Superfinanciera y la Contraloría General de la República, el país haya dado pasos ciertos en la dirección de eliminar tres ceros a nuestro devaluado peso. El principal impulsor de esta idea es el propio Banco de la República, que en numerosas oportunidades la ha defendido. Por ejemplo, en el último informe del Banco al Congreso de la República se consignó lo siguiente: “El gerente saliente (Juan José Echavarría) propuso varias veces la posibilidad de eliminar los tres ceros del peso colombiano, no solo por su conveniencia, sino también para celebrar los 100 años del Banco de la República en 2023. Sería la oportunidad para reconocer el papel central del Banco en la historia del país, máxime cuando finalmente se ha logrado controlar la inflación mediante un esquema moderno y eficiente de política monetaria”. El Banco resalta que la eliminación de los tres ceros del peso es una decisión del Congreso de la República que “implicaría un esfuerzo comunicativo y de divulgación, así como la implementación de una estrategia de educación que permita que este ajuste se realice sin traumas”. Cabe agregar que durante la pandemia el Banco ha demostrado estar en capacidad de garantizar la provisión de efectivo por largos períodos cuando se ha incrementado significativamente su demanda. Contrario a lo que podría esperarse, en estos tiempos de crisis los pagos en efectivo han mantenido una notoria dinámica. El cambio de moneda es un mensaje positivo para el mundo, porque las denominaciones

nuestras son muy diferentes a las de otros países, fundamentalmente las de la OCDE. El Banco apoya decididamente esta iniciativa “por considerar que facilita las transacciones, el registro contable y equipara la unidad monetaria con estándares internacionales. Y agrega: “La palabra MIL se reemplazaría por la palabra NUEVOS en la nueva unidad monetaria para referirse a los nuevos pesos”.



CAPACITACIÓN FOCALIZADA



Son recurrentes los informes sobre las profesiones más demandadas. Son guías que no hay que tomar literalmente pero que proporcionan de todas maneras ideas sobre lo que se demanda en el mundo laboral. Para el portal Factorial.mx, los trabajos más demandados de los próximos años nacen fruto de las nuevas exigencias que ha traído consigo la pandemia, se han adquirido nuevos hábitos, se reestructuran los espacios de trabajo y se adopta el teletrabajo. Aquí el “top”:

- 1. Desarrolladores de Software.** Los ordenadores y dispositivos móviles son nuestros mayores aliados en lo laboral, académico, social y para el ocio en general. El cargo de desarrollador se paga bien.
- 2. Personal médico y de enfermería.** Los grandes héroes y heroínas del 2020, han sido sin lugar a dudas, todas las personas que integran el sector salud. Uno de los trabajos más demandados de 2021 ha sido el de enfermera/o y médico/a, tanto en el sector público como privado.
- 3. Asesores financieros.** La demanda de administradores financieros talentosos es alta y se espera que crezca aún más en los próximos años. Los gerentes financieros mantienen un negocio en marcha mientras planifican un futuro más rentable.
- 4. Gerentes de operaciones y logística.** Los grandes almacenes de distribución como Amazon, Ali Babá o Mercado Libre, han demostrado ser los líderes de la producción y la logística en todo el mundo.

Un profesional que pueda coordinar operaciones de logística y transporte a gran escala, se convierte en uno de los trabajadores más solicitados del futuro.



LLEGARON LOS GERMOFOBICOS

VARIACIÓN ANUAL Y BIENAL DE LAS VENTAS REALES POR GRUPOS DE MERCANCÍAS EN JUNIO

Grupo de Mercancías	VAR % (Jun 21/ Jun 20)	VAR % (Jun 21/ Jun 19)
Total Comercio al por menor	24,7	7,1
Alimentos (víveres en general)	-5,3	-3,5
Farmacias	24,6	12,0
Aseo personal, cosméticos y perfumería	12,7	-3,6
Calzado y cuero	129,0	-7,9
Aseo del hogar	10,9	29,8
Informática y telecomunicaciones	-4,0	48,7
Ropa y textiles	103,8	-5,2

Fuente: Cálculos de FENALCO con base enDANE

La limpieza y la higiene tuvieron la máxima prioridad durante la pandemia, cuando la desinfección de superficies y manos fue primordial para la persona promedio. El mayor temor a los gérmenes hizo que los suministros de limpieza, como limpiadores multiusos, desinfectantes y desinfectantes para manos, fueran récord. Y con el surgimiento de un número creciente de germofóbicos que se describen a sí mismos, es muy probable que la mentalidad de conciencia más limpia que se ha afianzado permanezca en su lugar mucho después de la pandemia. Si bien las ventas de desinfectantes para manos se dispararon, las categorías principales que han mostrado un crecimiento constante en los comercios durante la pandemia incluyen limpiadores multipropósito y productos y concentrados desinfectantes para cocinas y baños.

La consultora Nielsen da cuenta del notorio aumento en las ventas de estas categorías, asunto que el DANE corrobora en su encuesta mensual de comercio. Como se observa en el cuadro, en junio de este año las ventas de la categoría aseo personal crecieron un 10.9% en términos reales frente a las obtenidas en junio del año pasado. Más interesante aún, el hecho de que frente a junio del 19, es decir en tiempos de pre pandemia, las ventas se hayan disparado un 30%. La demanda de productos de limpieza también se vio impulsada por la alimentación continua en el hogar, que requiere más limpiezas posteriores a las comidas. Además, los estilos de vida confinados en el hogar también impulsaron la demanda de limpiadores de baño, cuidado de pisos y productos de papel. De todas maneras, muchas familias experimentan disminución en los ingresos que les obliga a vigilar conscientemente sus gastos. Ello conduce a que aumenten las preferencias por limpiadores de marca propia o de usos múltiples que se pueden usar para limpiar diferentes superficies de la casa.