

JULIO DE 2022

LA CRISIS ES LA NUEVA NORMALIDAD



- **Buen Cierre de Semestre**
- **Presupuestos al alza**
- **Los desafíos empresariales ante el duro panorama**
- **Agricultura vertical, mar de oportunidades**
- **Referencia y Fenalco impulsan el sector de salud y estética**
- **Persisten problemas de desabastecimiento**

CONTENIDO



1. **Buen Cierre de Semestre.**
2. **Presupuestos al alza.**
3. **La crisis es la nueva normalidad.**
4. **Los desafíos empresariales ante el duro panorama.**
5. **Agricultura vertical, mar de oportunidades.**
6. **Referencia y Fenalco impulsan el sector de salud y estética.**
7. **Persisten problemas de desabastecimiento.**

Jaime Alberto Cabal Sanclemente
Presidente

Rafael España González
Director Económico

Andrés Meneses Vergara
Dorys Trujillo Beltrán
Asesores Económicos

Alicia Villarraga
Apoyo Editorial

Comfenalco Valle
del agente visulado SuperSubsidio

Redeban[®]

Eticos



TITAN PLAZA
CENTRO COMERCIAL
GRANDIOSO



BUEN CIERRE DE SEMESTRE

En junio las ventas del comercio tuvieron nuevamente una evolución favorable, empujadas por la realización de la jornada del Día sin IVA, la “doble” celebración del día del Padre, el pago de la prima de mitad de año para asalariados y los tres puentes que alentaron los movimientos de turismo y de gasto focalizado de los hogares. De acuerdo con nuestra encuesta de opinión, en junio el 43% de los consultados dijeron que las cantidades físicas vendidas aumentaron en relación con igual mes del año anterior, 36% consideró que fueron muy similares y para el 21% disminuyeron.

Entre las categorías de mejor desempeño están el clúster de los vehículos, motos, CDAs, talleres de reparación y estaciones de servicio y el sector de la moda, con ropa, calzado y marroquinería. También para los aparatos de telefonía celular y computadores soplaron en junio buenos vientos. Dos factores impidieron que el dinamismo fuese mayor: el invierno y la jornada electoral. Llamen la atención los últimos reportes de las firmas que distribuyen agroinsumos, según los cuales el movimiento de las ventas de semillas, abonos y pesticidas entre otros, ha sido más bien lento y sus voceros lo atribuyen a una aparente reducción en el área sembrada.

En relación con las expectativas sobre el inmediato futuro de los negocios se observa una reducción en el porcentaje de comerciantes optimistas, que pasó de 47% en mayo a 40% en junio y un aumento en el porcentaje de quienes creen que la situación tenderá a desmejorar, del 11% en mayo a 17% en junio.

El balance de expectativas en junio, es decir, la diferencia entre las “opiniones buenas” y las “opiniones malas” es el más bajo desde abril del año anterior. Es evidente que el mercado espera un segundo semestre menos animado en cuanto a actividad económica, luego de una primera mitad muy positiva.

Comportamiento de las ventas del comercio

MES	VENTAS		
	+	=	-
may-21	47	34	19
jun-21	59	24	17
jul-21	65	23	12
ago-21	64	24	12
sep-21	57	29	14
oct-21	54	40	6
nov-21	54	40	6
dic-21	58	36	6
ene-22	43	32	25
feb-22	42	35	23
mar-22	44	37	19
abr-22	46	35	19
may-22	44	36	20
jun-22	43	36	21

Expectativas de las ventas del comercio

MES	EXPECTATIVAS		
	+	=	-
may-21	38	48	14
jun-21	38	55	7
jul-21	57	39	4
ago-21	66	30	4
sep-21	57	36	7
oct-21	52	40	8
nov-21	49	43	8
dic-21	44	47	9
ene-22	46	39	15
feb-22	45	39	16
mar-22	46	42	12
abr-22	45	42	13
may-22	47	42	11
jun-22	40	43	17

Fuente: FENALCO

PRESUPUESTOS AL ALZA

BITÁCORA ECONÓMICA

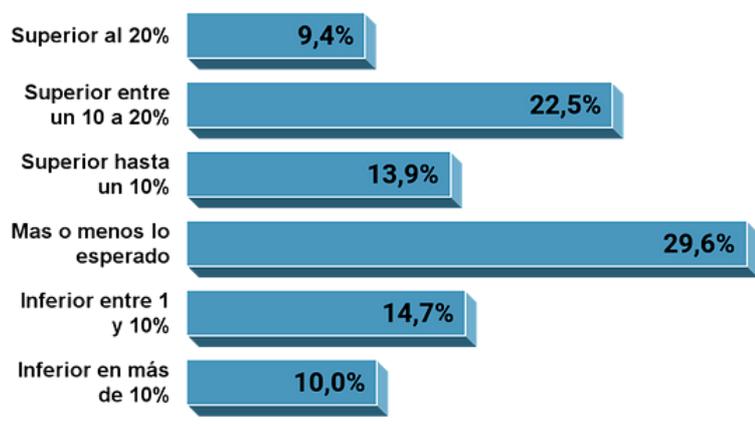
En lo corrido del año la economía se está comportando mucho mejor de lo esperado: los analistas ajustan al alza la previsión para el año completo y varios estimativos sugieren que en el segundo trimestre el PIB tendrá una variación superior al 12%. En lo corrido del año hasta abril las ventas del comercio detallista moderno que investiga el DANE en su encuesta mensual, crecen 14.7%. Es importante subrayar que se trata de cifras expresadas en términos reales, es decir, descontando los efectos de la inflación

Muchos comerciantes, ante el dinamismo de sus negocios en el presente año, han decidido incrementar sus expectativas de ventas. Les consultamos por el grado de cumplimiento de sus presupuestos de ventas, encontrando que para el 45.8% sus empresas superarán los ingresos que habían proyectado al comienzo del año. Específicamente, el 9.3% de los consultados expresó que probablemente las ventas en 2022 estarán por encima del 20% que presupuestaron a comienzos de año, un 23.4% consideró que superarán entre un 10 y un 20% y 13.1% piensa superar sus presupuestos iniciales hasta en un 10%.

Entre tanto, un 29.1% de los comerciantes considera que las ventas en este año estarán en línea con lo que se propusieron y un 25.1% creó que no podrá cumplir sus metas de ventas. Entre los sectores con un entusiasmo más marcado se destacan los concesionarios de vehículos y motos, las estaciones de servicio y las librerías, papelerías y distribuidores de aparatos electrónicos, computadores y celulares. Más cautos se muestran los comerciantes vinculados al ramo de alimentos y víveres en general.

Muchos comerciantes, ante el dinamismo de sus negocios en el presente año, han decidido incrementar sus expectativas de ventas.

EL GRADO DE CUMPLIMIENTO DE SUS VENTAS PARA ESTE AÑO SERÁ



Fuente: Encuesta Fenalco, junio 2022

LA CRISIS ES LA NUEVA NORMALIDAD

Europa vive muy de cerca la crisis originada por la invasión rusa a Ucrania y entre los sectores de mayor tensión se destacan los minoristas y los fabricantes de bienes de consumo. Los precios de las acciones de firmas del retail europeo, así como las de las productoras de bienes de gran consumo, han retrocedido en este año en forma apreciable. Un informe de la presidencia de Carrefour de junio advierte que la tensión política ha aumentado, el cambio climático ha entrado en otra etapa de crisis, el macroentorno ha cambiado drásticamente y la pandemia de COVID-19 no ha terminado.

La crisis es la nueva normalidad y a lo que hemos estado acostumbrados en las últimas décadas -baja inflación, comercio internacional- se ha acabado. La fractura de la cadena de suministro también golpea la operación de los productores de bienes de consumo desde el año pasado, con envíos que se retrasan semanas debido a factores como los confinamientos por la pandemia, las compras de pánico y las sanciones impuestas a Rusia por la invasión de Ucrania.

Según la firma líder mundial en logística, Maersk, que transporta mercancías para empresas como Walmart y Nike, el costo de los envíos de mercancías ha subido un 30% debido a una serie de presiones inflacionarias que no es probable que bajen a corto plazo.



El presidente de Unilever pide a las empresas de bienes de consumo que se acostumbren a la idea de que la crisis es más o menos la nueva normalidad, en medio de un entorno caracterizado por una inflación creciente, el cambio climático y la crisis alimentaria mundial.

eticos

TITAN PLAZA
CENTRO COMERCIAL
GRANDIOSO

Comfenalco Valle
delagente

SENA

Redeban

LOS DESAFÍOS EMPRESARIALES ANTE EL DURO PANORAMA

En línea con la cápsula anterior, publicaciones de la talla de The Economist y Financial Times dan por hecho que las economías líderes entrarán en una fase recesiva el próximo año. Una letal combinación de aumentos pronunciados en las tasas de interés, el escalamiento de la guerra en Ucrania y las intermitencias en las operaciones logísticas explican este panorama. El Banco Mundial en su informe de junio de este año afirma que el crecimiento de Latinoamérica y el Caribe se desaceleró bruscamente en 2022 y seguirá débil en los próximos dos años.

Las nuevas realidades obligarán a los empresarios a tomar decisiones creativas y difíciles para superar una vez más una crisis mundial. Las empresas deben desde ya considerar algunos factores, entre los cuales se destacan el aumento en los costos de los insumos y los precios al consumidor, créditos más costosos y condiciones financieras más estrictas. Igualmente, ante un crecimiento más débil de lo esperado en China y USA, principales socios de Latinoamérica, las exportaciones e inversiones serían más débiles.



El portal público.bo compara la situación como quien va en una autopista y se anuncia un choque a 50 kilómetros. Nuestra velocidad promedio es de 100 k/h y tenemos prisa por llegar a tiempo a nuestro destino, ya que si nos detenemos perdemos “competitividad” frente a nuestros adversarios en la carretera. ¿Qué hacer? Actuar rápido, se cuenta con pocos minutos antes de llegar al lugar del impacto y detenernos, quien sabe por cuánto tiempo (Incertidumbre). Primero verificamos caminos alternos en el GPS, es decir nos apoyamos en tecnología para mejorar nuestra eficiencia. Segundo, nos aseguramos de que cinturones de seguridad y airbags funcionen para estar listos en caso de que el impacto contra algún carro sea inminente.

Esto es similar a evaluar nuestra capacidad de capital de operaciones para sobrevivir ante una escalada de precios en materias primas. Pero si esperamos que la autoridad de tránsito empiece a ordenar el tráfico, estamos perdidos, porque sabemos que reaccionan de manera lenta y burocrática. “No esperemos que el gobierno empiece a aplicar medidas que apoyen a las empresas para paliar la situación, sabemos que su capacidad de reacción es lenta y en algunos casos ineficiente”, concluye el comentario citado. En la pandemia los empresarios desarrollaron la capacidad de generar innovación y aplicar tecnología como una disciplina diaria.

AGRICULTURA VERTICAL, MAR DE OPORTUNIDADES

Ahora que se anuncia por parte del nuevo gobierno la adopción de políticas de apoyo al campo colombiano, varios empresarios colombianos observan con detenimiento la posibilidad de embarcarse en la llamada agricultura vertical. Esta consiste en una práctica donde las plantas son producidas en capas apiladas verticalmente. Este método de horticultura busca maximizar el uso del espacio de producción al incrementar la superficie del piso, lo que permite producir más plantas en el mismo espacio.



Puede ser aplicada a prácticas actuales hortícolas, desde la producción de hidroponía a baja escala hasta operaciones agrícolas en ambiente controlado a gran escala, y tiene el potencial de producir cultivos todo el año en prácticamente cualquier lugar si se combinan las técnicas adecuadas. En foros del retail en los que FENALCO ha hecho presencia ha comenzado a examinarse con mucho interés el tema. Precisamente, WalMart, el primer gran minorista de EE. UU. anunció recientemente su decisión de "invertir significativamente" en la agricultura vertical.

La medida es parte de una asociación estratégica más amplia para utilizar la plataforma de tecnología de cultivo vertical interior de una empresa pionera con sede en California llamada Plenty, para entregar productos frescos sin pesticidas a las tiendas minoristas de Walmart. "Está en marcha una nueva categoría de productos líder en el mercado en agricultura vertical al ofrecer la frescura y la calidad que los clientes de Walmart esperan durante todo el año", dice un documento de la empresa.

El acuerdo comercial a largo plazo permitirá que el minorista Walmart obtenga las verduras de hojas verdes de Plenty para todas sus tiendas de California en este mismo año, observando ejemplares prácticos de sostenibilidad. La agricultura vertical complementa las prácticas agrícolas tradicionales para aumentar el suministro de alimentos y aliviar los desafíos actuales en el sistema alimentario de manera sostenible.

La nueva arquitectura agrícola combina ingeniería, software y prácticas ambientales para cultivar múltiples cultivos en una plataforma, a una velocidad sin precedentes y con un consumo muy moderado de agua. Las granjas están más cerca del consumidor y ello reducirá el transporte y el desperdicio de alimentos, manteniendo los artículos frescos por más tiempo en envases de productos 100% reciclables. Walmart marca el camino. El tema debería incluirse en la agenda para el campo. Urge comenzar a reconocer que el factor tierra, tal como lo conocemos, está dejando de ser el más importante y el más estratégico en la producción agroalimentaria y ello constituye toda una revolución.

REFERENCIA Y FENALCO IMPULSAN EL SECTOR DE SALUD Y ESTÉTICA

El sector de salud y estética pasa por un buen momento, ya que las sociedades y las tecnologías aumentaron el sentido de la vanidad y la imagen. Tanto así, que más de 25 millones de personas en el mundo se someten cada año a una cirugía o un tratamiento estético. Sin embargo, para la mayoría de pacientes estos procedimientos son costosos y sus planes de salud no los suelen cubrir. La financiación se ha convertido en eje fundamental para que las personas tengan acceso a servicios de calidad, y si bien, hay ocasiones en que las mismas clínicas ofrecen a los clientes financiación, en otros casos se apoyan en un tercero para ofrecer créditos en sus puntos de atención, bien sea a través de entidades bancarias o haciendo uso de tecnologías por medio de fintechs que aprueban los planes de pago de forma práctica e instantánea.

Una de estas fintechs es Referencia, que, junto a FENALCO, impulsan una solución digital para comercios y empresas conocida como: Listo Pago a Plazos. En este sector, esta herramienta le ha permitido, tanto a clínicas como centros estéticos, odontólogos o especialistas médicos, ofrecer a sus clientes una alternativa para pagar sus tratamientos a plazos, de modo que puedan diferir el costo de los mismos a varios meses. Esta herramienta digital de financiación es muy fácil de utilizar, ya que tan solo con registrarse, completar unos cuantos datos y sin tanto papeleo, en minutos, las personas ya tienen acceso al capital y con tasas de interés competitivas.



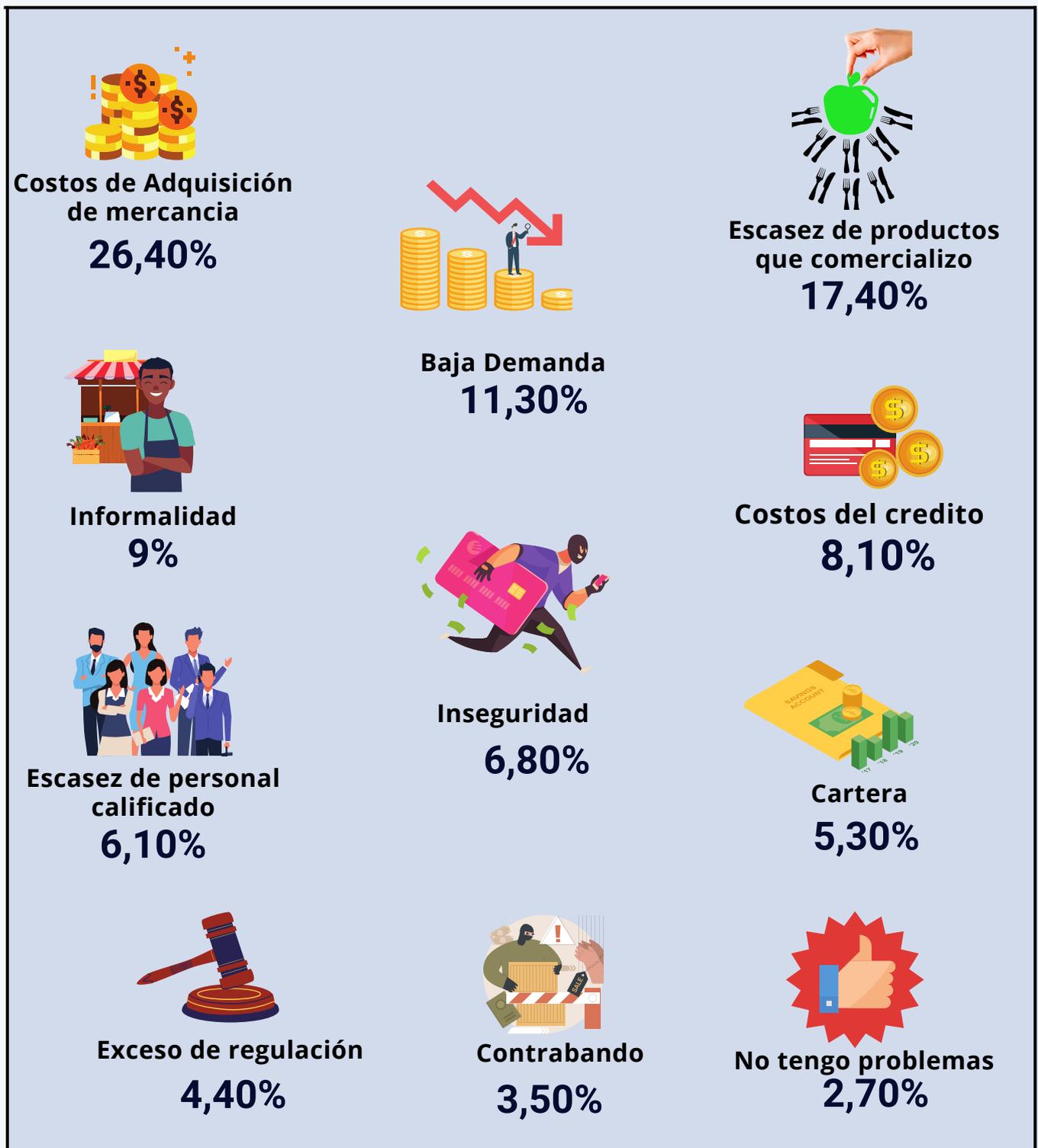
Federico Serrano, gerente comercial de Referencia, explica que hace más de ocho años están apoyando a los aliados del sector de salud y estética a crecer, “gracias a que la mayoría de estos centros logran vender más al brindar una solución de pago cómoda y que se ajusta al presupuesto de cada uno de los pacientes. A través de Listo Pago a Plazos, qué es el producto de financiación que ofrecen nuestros comercios aliados, en el 2021 se financiaron \$55.000 millones en tratamientos para pacientes en todo el país y estamos proyectando financiar \$80.000 millones en 2022”.

Los servicios de salud y estética se apoyan en sofisticados equipos e innovadoras tecnologías que garantizan la seguridad del paciente, buscando así, darle resultados confiables. Por esa razón, es que suelen tener costos elevados para los pacientes. Numerosos negocios ofrecen a clientes multitud de tratamientos para verse y sentirse mejor, y los que más destacan en Colombia son los de salud estética oral, depilación con métodos innovadores, regeneración y renovación capilar, tratamientos dermatológicos, cirugías oftalmológicas y tratamientos de rejuvenecimiento no invasivos.

PERSISTEN PROBLEMAS DE DESABASTECIMIENTO

Al preguntarle a los comerciantes por sus problemas más acuciantes en el mes de junio, encontramos que el desabastecimiento de mercancías y los altos costos de adquisición de las mismas ocupan los primeros lugares. Llama la atención que también mencionan la informalidad y altos costos del crédito: los comerciantes comienzan a sentir el rigor del aumento en las tasas de interés del mercado. Un dolor de cabeza más para el empresariado.

PROBLEMAS QUE AFECTAN SU ACTIVIDAD EMPRESARIAL



Fuente: Encuesta Fenalco, junio 2022