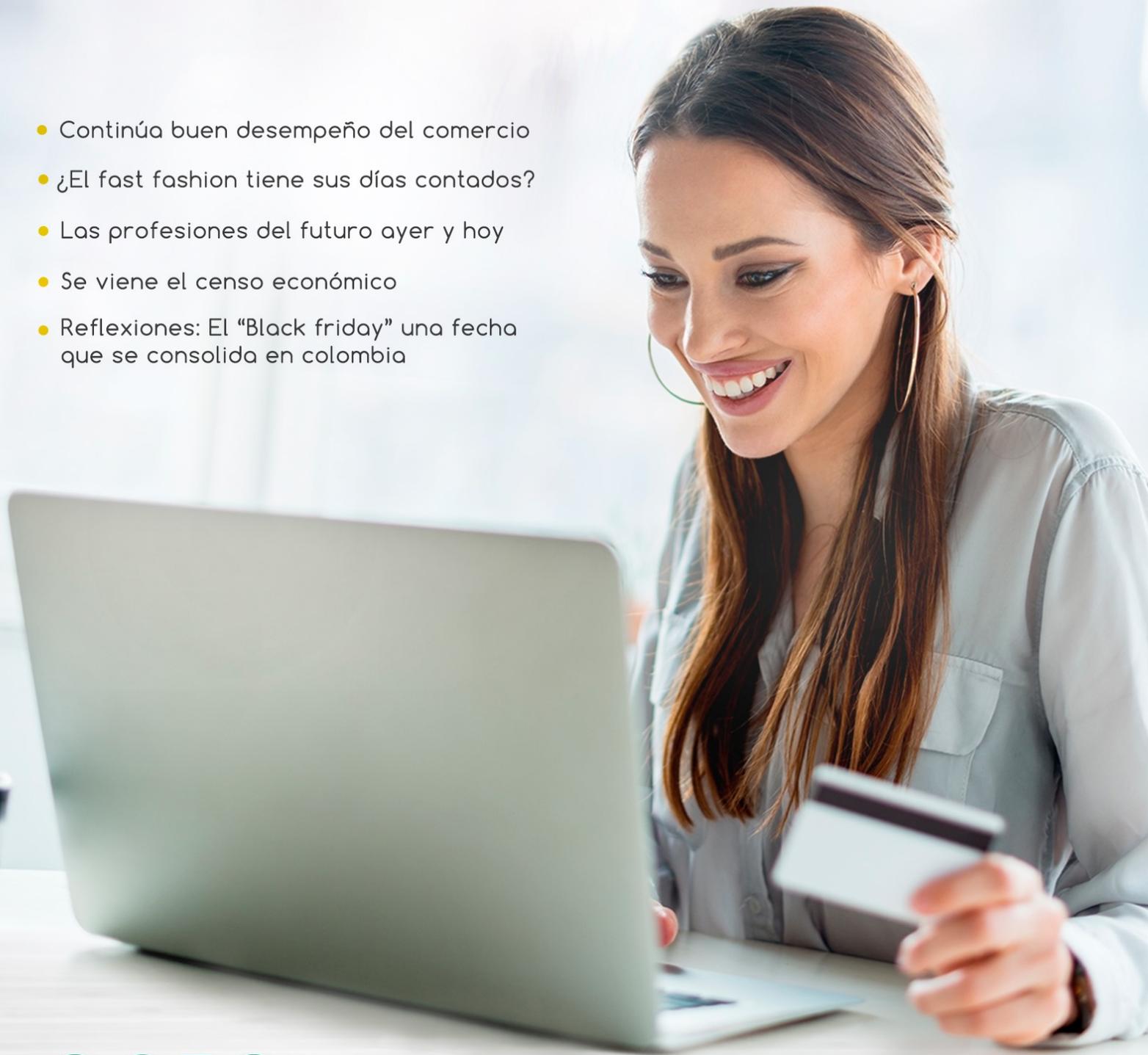


# LO QUE MÁS MUEVE EL E-COMMERCE

- Continúa buen desempeño del comercio
- ¿El fast fashion tiene sus días contados?
- Las profesiones del futuro ayer y hoy
- Se viene el censo económico
- Reflexiones: El “Black friday” una fecha que se consolida en Colombia



**2019**  
**NOVIEMBRE**

NOVIEMBRE 2019

## CONTENIDO

- 1.** Continúa buen desempeño del comercio
- 2.** Perspectiva inmediata alentadora
- 3.** Lo que más mueve el E-Commerce
- 4.** ¿El Fast Fashion tiene sus días contados?
- 5.** Las profesiones del futuro ayer y hoy
- 6.** Se viene el Censo Económico
- 7.** Reflexiones  
El Black Friday una fecha que se consolida en Colombia

**Jaime Alberto Cabal Sanclemente**

Presidente

**Rafael España González**

Director económico

**Miguel Mateo Giraldo**

**Dorys Trujillo Beltrán**

Asesores Económicos

**Alejandro Amezquita Villarraga**

Practicante

## CONTINÚA BUEN DESEMPEÑO DEL COMERCIO

### Comportamiento de las ventas del comercio minorista

MES	VENTAS		
	+	=	-
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
Ago	40	40	20
Sep	39	40	21
Oct	43	37	20

### Expectativas de las ventas del comercio minorista

MES	EXPECTATIVAS		
	+	=	-
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
Jul	48	38	14
Ago	51	39	10
Sep	49	45	6
Oct	50	40	10

Fuente: FENALCO

El comercio colombiano continuó en octubre disfrutando de un comportamiento positivo en sus ventas. Nuestra encuesta mensual, que es respondida por más de 500 afiliados al Gremio, revela que para el 43% las cantidades físicas vendidas aumentaron frente a las registradas en el mismo mes del año pasado y el 20% reportó disminución. Este habría sido el mejor mes en lo corrido del año. Se destacaron en especial las categorías de vehículos, motocicletas, aparatos de telefonía celular y calzado. Igualmente, el reporte de locales que venden o alquilan disfraces fue satisfactorio, lo que sugiere que el Halloween fue muy celebrado por distintos segmentos poblacionales. La semana de receso escolar impulsó la venta de refrescos e implementos para paseos como lociones, bloqueadores y vestidos de baño, aunque algunos distribuidores percibieron una reducción en las ventas de pan, hecho que se explica al parecer por el receso menciona-

do. Una razón poderosa del relativo buen comportamiento del comercio en el presente año, según opinión de muchos de nuestros afiliados se relaciona con las remesas del exterior. Se calcula que más del 90% de los auxilios monetarios que envían familiares a sus seres queridos en el país para aproximadamente 350.000 familias, se utiliza para gastos comunes en los hogares, lo que es música para los oídos de tiendas, minimercados y autoservicios en general. Como hechos negativos destacamos que varios comerciantes, en especial de Bogotá, reportaron sensibles reducciones en sus ventas y daños a sus instalaciones, como consecuencia de los disturbios originados por marchas estudiantiles, asunto que desafortunadamente parece volverse recurrente. Las expectativas de situación general de los negocios en el corto plazo sufrieron un leve deterioro.

# PERSPECTIVA INMEDIATA ALENTADORA

En línea con las proyecciones del mercado, pensamos que el PIB en el tercer trimestre crecería en alrededor del 3.4% llevando el crecimiento en el año corrido cercano al 3.2%. Nuevamente, el comercio será uno de los sectores con la mayor contribución a este relativo buen desempeño de la economía si nos comparamos con lo que acontece en el vecindario. De acuerdo con las cifras del DANE y con las encuestas que hacemos mensualmente a nuestros afiliados, en el tercer trimestre hubo un buen registro de ventas en el comercio moderno, destacándose las categorías de consumo duradero como electrónica, automóviles, motos y productos de ferretería. También en calzado y confecciones hubo buen registro tal vez por la previsión de algunos consumidores ante eventuales aumentos de precios por la entrada en vigencia de un desmesurado e ilegal aumento en los aranceles para ropa importada de Asia. No hay evidencia de que en el tercer trimestre el alto precio del dólar haya afectado sensiblemente la demanda por bienes importados.

Aunque como dice el dicho, mal de muchos con-

suelo de tontos, no podemos desconocer que el mundo y en particular América Latina, vive un periodo de fuerte turbulencia económica y política. Esperamos el despegue de la actividad edificadora y un nuevo impulso de las obras civiles para que la economía tenga fuentes alternativas de crecimiento ante el deterioro del comercio internacional. Seguimos muy preocupados porque los indicadores laborales no mejoran y ello sin duda puede afectar el dinamismo del consumo para el año entrante y ser una fuente de descontento social. El gobierno debe persistir en la necesidad de impulsar una reforma laboral concertada para el desarrollo. Anexamos proyecciones del BBVA. Según esta fuente, la devaluación promedio en 2019 será del 10.9%, lo que debería halagar a los exportadores. El aumento del dólar lo explica el también fuerte aumento en el déficit de la balanza de pagos, que como porcentaje del PIB pasa de un 3.8% en 2018 a 4.8% en el 19. Se nos antojan muy conservadores los pronósticos de crecimiento económico para éste y el próximo año. Unas veces se peca por exceso y otras por defecto como en este caso puntual.

## PREVISIONES MACROECONÓMICAS

	2015	2016	2017	2018	2019 (p)	2020 (p)
PIB (% a/a)	3.0	2.1	1.4	2.6	3.0	3.0
Consumo Privado (% a/a)	3.1	1.6	2.1	3.6	4.3	3.8
Consumo Público (% a/a)	4.9	1.8	3.8	5.6	3.8	3.0
Inversión fija (% a/a)	2.8	-2.9	1.9	1.5	2.7	4.0
Inflación (% a/a, fdp)	6.8	5.7	4.1	3.2	3.8	3.3
Inflación (% a/a, promedio)	5.0	7.5	4.3	3.2	3.5	3.5
Tasa de cambio (fdp)	3.149	3.001	2.984	3.250	3.388	3.370
Devaluación (% fdp)	31.6	-4.7	-0.6	8.9	4.2	-0.5
Tasa de cambio (promedio)	2.742	3.055	2.951	2.956	3.278	3.380
Devaluación (% fdp)	37.0	11.4	-3.4	0.2	10.9	3.1
Tasa BanRep (% fdp)	5.75	7.50	4.75	4.25	4.25	4.25
Tasa DTF (% fdp)	5.2	6.9	5.3	4.5	4.5	4.5
Balance Fiscal GNC (% PIB)	-3.0	-4.0	-3.6	-3.1	-2.4	2.2
Cuenta Corriente (% PIB)	-6.3	-4.3	-3.3	-3.8	-4.6	-3.9
Tasa de desempleo urbano (% fdp)	9.8	9.8	9.8	10.7	11.1	10.4

Fuente: BBVA Research con datos de DANE, Banco de la República y Ministerio de Hacienda

# LO QUE MÁS MUEVE EL E-COMMERCE



A propósito de la celebración en este mes del Black Friday, quisimos averiguar qué es lo que más compran los colombianos vía comercio electrónico. Para ello, utilizamos la valiosa información que procesa la firma Credibanco y su herramienta AnalítiCo. Hay hallazgos bien interesantes. Por ejemplo, en los nueve primeros meses del año, julio fue el mes de más alto registro en ventas superando al mes de las madres. La compra promedio en la venta no presente, es decir, la compra virtual, en lo corrido del año es de \$215 mil. Dicha facturación es territorio del dinero electrónico. De la facturación, tanto de tarjetas de crédito (96.7%) como débito (3.3%).



Del total de las ventas virtuales en el país, que entre otras cosas ascienden a la cifra de \$1.1 billones mensuales en lo corrido de 2019, las aerolíneas figuran en el primer lugar con el 28.4%. Como se ilustra en el cuadro, le siguen las agencias de viajes, los servicios y asesorías profesionales, los seguros, la educación y los hoteles. Sorprende gratamente que en el top de categorías que más mueve el comercio electrónico estén las organizaciones de servicio social y de caridad, lo que sugiere cierto sentido de filantropía entre los colombianos. También está la boletería para espectáculos teatrales: economía naranja en acción. Un dato adicional: en Medellín la segunda categoría que más se mueve

## ¿Cuál es el Top de categorías de consumo virtual en 2019 \*?

con los medios de pago electrónico es, el del pago de impuestos, que representa el 11.6% de la facturación total. .

Categorías	% Part. Factura	% Part. Transacciones	Ticket Promedio
Aerolíneas	28.39%	9.34%	\$652.335
Agencia de viajes	18.40%	6.94%	\$569.107
Servicios y asesorías Profesionales	10.43%	36.75%	\$60.937
Seguros	7.28%	3.05%	\$512.485
Educación	3.92%	0.55%	\$1.525.228
Hoteles	3.75%	0.76%	\$1.059.609
Aplicaciones (Excluye los juegos)	3.31%	4.92%	\$144.627
TV suscripción	2.66%	16.32%	\$35.036
Organizaciones de servicio social y de caridad	2.30%	0.62%	\$793.026
Electro	2.17%	2.18%	\$213.616
Agencias de boletería (Producciones de teatro)	2.04%	1.01%	\$432.073

Para más ampliación de la información contactar: [analitico@credibanco.com](mailto:analitico@credibanco.com)

\*Acumulado a septiembre

## ¿EL FAST FASHION TIENE SUS DIAS CONTADOS?

Hace unos días Forever 21 solicitó “quiebra voluntaria” para llevar a cabo una reestructuración que comprende el cierre de 350 de sus 800 tiendas en todo el mundo. Su modelo era el de cultivar un gran número de seguidores vendiendo ropa de moda a precios bajos. Entre las causas poco exploradas de la debacle de la firma está el cambio de actitud de los consumidores por el impacto medioambiental de la moda rápida o pronta. Al mismo tiempo, desde Europa llegan noticias que anuncian la muerte del fast fashion. Se creó que la gente nacida en este siglo impondrá normas de fabricación a las empresas -fibras textiles ecológicas o materias primas recicladas, así como sobre los procesos de producción en el sentido de cumplimiento de los códigos éticos, producción en fábricas que no contaminen.

Un análisis del diario ABC asegura que las empresas de moda rápida ya están investigando para desarrollar productos más sostenibles y durables (que repelan las manchas líquidas, por ejemplo, o los malos olores, y que por lo tanto no se tengan que lavar con tanta frecuencia, o que puedan fabricarse con materiales reciclados, como plásticos). En EEUU hay un auge de tiendas de segunda mano, muy frecuentadas por los jóvenes. En Suecia los jóvenes pierden el interés por la propiedad y no les importa usar las prendas por unos días y luego devolverlas. Respondiendo a las nuevas exigencias de los consumidores, la sueca H&M comenzó a alquilar vestidos de fiesta y faldas de sus colecciones sostenibles. Importante saberlo porque también el sector de la moda en Colombia tendría que someterse a un revolcón de grandes proporciones. Y el que pega primero...





## LAS PROFESIONES DEL FUTURO AYER Y HOY

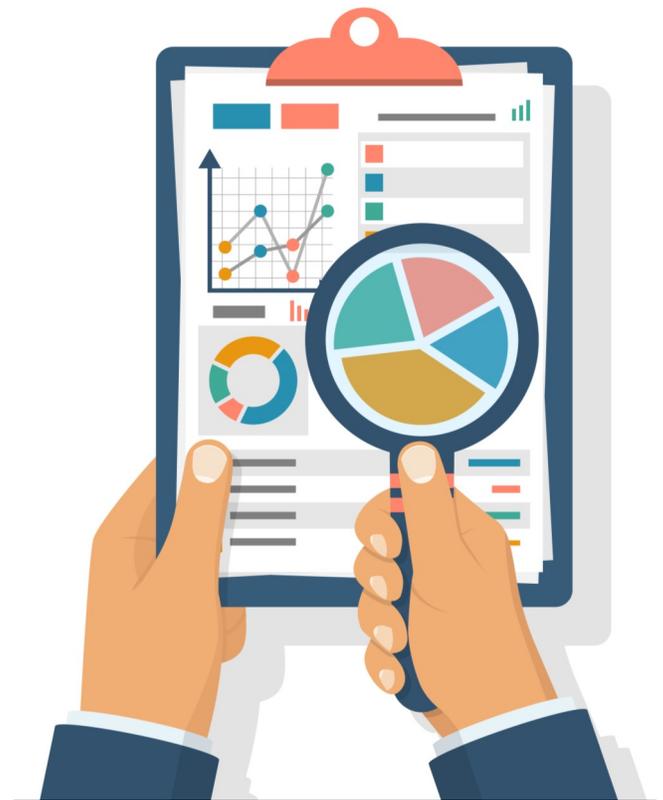
En FENALCO auscultamos las predicciones que se realizaron hace veinte y diez años acerca de las disciplinas que en esos momentos se consideraban las “profesiones del futuro”. En 2000 la tecnología empezaba a convertirse en la principal herramienta para el desarrollo de las empresas. Los expertos ya hablaban sobre la importancia de estos avances tecnológicos y la nueva forma de producción que requeriría personas capacitadas como administradores y economistas de la información. Tal como vemos ahora, la información es el “petróleo” del futuro, dilema que empresas como Facebook, Uber y Rappi han entendido rápidamente y entre sus filas buscan arqueólogos de la Web e individuos capacitados para distinguir la basura de la información importante, es decir, bibliotecólogos virtuales, gestores de la red, consultores del control de información y creadores

de programas antivirus. En Colombia, 20 años después, esta descripción todavía suena exótica.

En 2010 las necesidades de la sociedad y el mercado laboral se relacionaban con lo relacionado con el cambio climático y el desarrollo científico y tecnológico. Entre las profesiones del futuro descritas por los gurús hace 10 años se encontraban los ingenieros de vehículos alternativos, ingenieros diseñadores de robots, nanomédicos, especialistas en administrar medicamentos y tratamientos médicos a escala molecular, fabricantes de órganos corporales y lo relacionado con la medicina regenerativa. También en 2010 se enfatizó en que profesiones afines al medio ambiente, las energías renovables y las nuevas formas de reciclaje tendrían un gran futuro. Profesiones como creadores de microclimas, que tal como su nombre lo indica se encargan de diseñar y propagar microclimas artificiales con el fin de proteger la salud de las personas y el cuidado del suelo. Entre estos, también se destacan los especialistas en revertir el cambio climático y los expertos en clonación forestal, todas profesiones estimadas hace 10 años que hoy son un hecho en el mundo desarrollado, pero que en Colombia parece lenguaje de Star Wars.

## SE VIENE EL CENSO ECONÓMICO

Colombia carece de información actualizada y completa del tejido empresarial. El inventario de unidades económicas realizado en el Censo Económico de 2005 está completamente desactualizado. Esto contrasta con otros países de la región donde se realizan censos empresariales periódicos. En México se realiza cada cinco años y abarca principalmente a los sectores industrial, comercio y servicios no financieros. En Brasil se elaboran estudios de demografía empresarial cada año. En el caso del comercio, desde el último año de realización del censo económico, se han sucedido cambios estructurales que las estadísticas de hoy no recogen correctamente. Nuestros cálculos basados en recolección de información primaria sugieren que la tienda de barrio, emblema del comercio tradicional, sigue jugando rol protagónico pero ha perdido brillo. Para finales del siglo anterior, antes de la aparición de un huracán llamado Carrefour, la tienda, y en general el pequeño comercio en el que se incluyen las ventas callejeras y las plazas de mercado, representaban alrededor del 60% del mercado de bienes de consumo diario, pero hoy esa participación ha disminuido a un 42%, y si se incluyen los minimercados en trance de formalizarse completamente y dar el salto hacia adelante, dicha cuota sube el 48%. Con el Censo que realizará el DANE en 2021, tendremos más luz sobre este y otros temas impactantes para examinar la nueva estructura del comercio colombiano. También podremos conocer a cien-



cia cierta el grado de bancarización de las micro y pequeñas empresas, así como indagar en soluciones prácticas y viables a sus necesidades de financiamiento, que al parecer no están en el mercado de capitales.

Según el DANE, el 87% de los micronegocios son por cuenta propia, pero esta cifra probablemente disminuye cuando se compruebe que numerosos establecimientos que no tienen más de cuatro trabajadores no necesariamente son informales, sino que están altamente automatizados o que tercerizan muchas actividades como los servicios de aseo, la contabilidad y hasta el diseño de las páginas web. El DANE deberá estar atento a cuantificar y detectar las llamadas startups, un fenómeno empresarial de reciente aparición y que al parecer avanza a ritmos exponenciales todos los años.



## EL



## UNA FECHA QUE SE CONSOLIDA EN COLOMBIA

El Black Friday o “viernes negro” es el día con los mayores descuentos que se lleva a cabo el último viernes del mes de noviembre, después del día de acción de gracias en EE.UU. Esta fecha es representativa para el comercio, ya que, se ha convertido en el periodo de mayor actividad comercial del año, abriéndole las puertas a las festividades de diciembre. Por tal razón, es de gran importancia para el consumo de los países que han decidido adoptarla, específicamente para los almacenes de gran formato que deciden poner miles de sus productos en descuentos.

El término “black friday” empezó a popularizarse en 1966 cuando el departamento de policía de Filadelfia lo utilizó para describir el atascado tráfico y la fuerte aglomeración de personas en las tiendas de descuentos. La historia de los mayores descuentos en esta fecha se remonta a principios del siglo XX cuando un retailer canadiense decidió realizar un desfile en acción de gracias mostrando la imagen de Papá Noel en un vagón a través de las calles de Toronto. Con el tiempo la popularidad del desfile aumentó, motivando en 1924 al departamento de ventas de Macy’s a lanzar su propio desfile en la ciudad de Nueva York. Pero, esta vez con el fin de motivar a los consumidores a iniciar sus compras navideñas al día siguiente, ofreciendo una serie de descuentos que comenzaron a hacer cada vez más atractiva la compra de bienes para las festividades. Así nació una de las tradiciones comerciales más grandes de la historia de los Estados Unidos, tradición que con el tiempo adoptarían otras economías del mundo.

En Colombia desde el 2014 el comercio decidió adaptar esta fecha con el fin de aumentar sus ventas en la época decembrina. Y desde que se celebra, noviembre es un mes clave para los comerciantes. Una parte importante de la facturación de las empresas en el cuarto trimestre del año se concentra en este periodo, que de negro no tiene nada. De acuerdo con sondeos de FENALCO, al menos la mitad de los comercios del tipo moderno en Colombia realizará promociones especiales durante el Black Friday.

La jornada se realiza esencialmente en centros comerciales, y en tiendas virtuales y físicas. La actividad ha tenido un gran impulso en las plataformas online, donde una variedad amplia de tiendas ha decidido ofrecer en internet sus mercancías o servicios en descuento o incluso mucha oferta ofrecida de forma exclusiva para adquirir en la web. Ciertamente, es de gran interés conocer las tendencias del comercio alrededor de esta importante tradición que se ha posicionado en el país. Datos de Black-Friday Global para 2018 en Colombia muestran un aumento del 630% en las ventas durante el Black Friday en comparación con un día ordinario. Cifras como ésta no deberían sorprendernos. Por ejemplo, en Gran Bretaña se registró un aumento del 1708%, en Alemania más del 2418% y en Austria más del 3000%.



Por otra parte, a diferencia de Estados Unidos, Black Friday no suele ser un día libre en otros países. Pese a esto, los picos de actividad de los compradores online alrededor del mundo no difieren mucho, estos se registran generalmente durante la mañana y durante la noche. En Colombia, la intensidad de las compras se distribuyó de manera bastante uniforme entre las 9 am y las 10 pm, con pico a las nueve de la noche. Adicionalmente, datos estadísticos de años pasados apuntan a que el descuento promedio por Black Friday en Colombia alcanza niveles hasta de 50%. Las categorías más populares en Colombia son: paquetes turísticos, ropa, zapatos, electrónica, electrodomésticos, cosméticos y perfumes. Encuestas a consumidores locales revelan que un 42% ya sabe lo que va a comprar. En cuanto a la cantidad, están considerando comprar un promedio de 3,6 productos.

Cabe señalar que en la mente de nuestros compradores se ha creado cierta confusión en cuanto a que el “black friday” aquí no se celebra un solo día, sino que en la práctica se extiende por una semana para que coincida con el pago de la segunda quincena de noviembre a los asalariados. Muchos sitios web rematan esta nueva temporada con un “cyber lunes”, que en este año podría ser el dos de diciembre, pero también el 25 de noviembre, o ambos lunes. Originalmente, el “cyber monday” es un evento centrado en ventas relacionadas con la tecnología. ¡Que viva la confusión!