

BITÁCORA ECONÓMICA



- Entre las marchas y el Black Friday
- El top 15 navideño en pagos electrónicos
- Tendencias en financiación en punto de venta
- Los verdaderos socios comerciales de Colombia en Estados Unidos

DICIEMBRE 2019

CONTENIDO

1. Entre las marchas y el Black Friday
2. El top 15 navideño en pagos electrónicos
3. A la espera de un año complejo
4. Los verdaderos socios comerciales de Colombia en Estados Unidos
5. Infografía
Percepción de los comerciantes
6. Llega el Uber de los parqueaderos
7. Tendencias en financiación en punto de venta
8. Reflexiones
La tributación regional. Algunos atisbos

Jaime Alberto Cabal Sanclemente

Presidente

Rafael España González

Director económico

Miguel Mateo Giraldo

Dorys Trujillo Beltrán

Asesores Económicos

Alejandro Amezquita Villarraga

Practicante

ENTRE LAS MARCHAS Y EL BLACK FRIDAY

Comportamiento de las ventas del comercio minorista

MES	VENTAS		
	+	=	-
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
Nov	39	39	22

Expectativas de las ventas del comercio minorista

MES	EXPECTATIVAS		
	+	=	-
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	18
Jul	48	38	14
Ago	51	39	10
Sep	49	45	6
Oct	50	40	10
Nov	44	42	14

Fuente: Fenalco

Noviembre fue un mes bastante agitado para el mundo de los negocios y más para los consumidores. La razón, las manifestaciones por las calles efectuadas desde el jueves 21 que perturbaron la cotidianidad y afectaron sobremanera la marcha de la economía. Y como era de esperarse, las ventas del comercio sufrieron una considerable disminución, aunque lograron cerrar en terreno positivo. Para el 39% de los comerciantes que diligencian nuestra encuesta de opinión mensual en noviembre las ventas, expresadas en cantidades físicas, aumentaron frente a las obtenidas en igual mes de 2018; para un 39% fueron muy similares y el 22% reportó descenso. Los sectores de peor desempeño fueron los de vehículos, aunque no por el paro nacional sino porque el año pasado se celebró en el mes de noviembre la Feria del Automóvil en Bogotá, que alcanzó ventas sencillamente espectaculares. También sufrieron serios tropiezos los distribuidores mayoristas, los mismos que surten a tiendas de barrio, minimercados, restaurantes, cafeterías, que tuvieron que sortear dificultades para cumplir a tiempo las entregas y muchos de sus pedidos fueron cancelados por los pequeños detallistas ante la perturbación de la demanda. En lo positivo, hubo un fuerte aumento en las ventas de bicicletas y de teléfonos celulares. Los grandes establecimientos reportaron buen movimiento con motivo del Black Friday, una celebración reciente que ha adquirido gran relevancia en el comercio organizado. En sectores como calzado el balance también fue alentador y las ventas logradas en el Black Friday compensaron el bajonazo de los días 21 y 22. Por regiones, Cúcuta es, de lejos, la de mejor desempeño en el último trimestre del año por razones comprensibles. Por otra parte, el sentir de los comerciantes frente al desempeño inmediato de los negocios es de cautela: se observó un ligero aumento en el pesimismo en noviembre.

EL TOP 15 NAVIDEÑO EN PAGOS ELECTRÓNICOS

¿Qué es lo que más compran los colombianos para Navidad? Desde Fenalco en alianza con Credibanco consultamos cuáles son las mayores compras (tanto en volumen como en recurrencia) que hacen los colombianos para esta época navideña. Para ello solo tomamos los meses de noviembre y diciembre del 2017 y 2018 y presentamos los resultados en la tabla adjunta. Sin mayores sorpresas la categoría que más compran los colombianos con pagos electrónicos en esta época es Vestuario y calzado y es que es en esta época en la que acostumbramos adquirir nuevas prendas ya sea para nosotros o para obsequiarlas. Otra categoría que aparece en lo más alto es la de aerolíneas y aunque usualmente las compras en este ítem se hacen con anterioridad por las vacaciones el ticket promedio suele ser el más elevado en estos meses durante el segundo semestre del año.

COMPRAS EN TEMPORADA DE NAVIDAD DURANTE LOS ÚLTIMOS DOS AÑOS (2017-2018)			
Puesto	Categoría	% FACTURACIÓN	% TRANSACCIONES
1	VESTUARIO	12,09%	12,64%
2	ALMACENES POR DEPTO. CON SUPERMERCADO	9,76%	9,43%
3	AEROLÍNEAS	7,78%	1,88%
4	SUPERMERCADOS	6,68%	11,07%
5	ESTACIONES DE SERVICIO	4,21%	7,32%
6	EDUCACIÓN	3,59%	0,54%
7	ALMACENES POR DEPTO. SIN SUPERMERCADO	3,54%	2,29%
8	HOTELES	3,31%	1,28%
9	RESTAURANTES	2,84%	5,43%
10	AGENCIA DE VIAJES	2,79%	0,84%
11	DROGUERÍAS	2,70%	5,69%
12	CLÍNICOS	2,52%	1,37%
13	TELECOMUNICACIONES	2,42%	2,62%
14	SEGUROS	2,32%	0,76%
15	ELECTRO	2,20%	0,84%
-	OTROS	31,25%	36,00%
TOTAL		100,00%	100,00%



Lo interesante en este Top 15 es la aparición de categorías como lo son los supermercados, almacenes por departamento con supermercado y almacenes por departamento sin supermercado. La razón de los dos primeros es que la importancia que tiene las cenas del 24 y del 31 para las familias colombianas además que se aprovecha para consumir otro tipo de proteínas que las tradicionales (carnes frías, pavo, pernil de cerdo, pato) y otros alimentos (encurtidos y quesos), y también para aprovisionarse de bebidas espirituosas que alegran la temporada. Respecto a los almacenes por departamento sin supermercado la explicación es que el fin de año es buena excusa para realizar remodelaciones y cambios en la casa. Finalmente, observamos que, en la categoría de aerolíneas, en los diciembre no se dispara la facturación respecto a los dos meses precedentes, lo que sugiere que, en promedio, el viajero colombiano es precavido y programa vacaciones con anticipación.

*Para más ampliación de la información contactar:
analitico@credibanco.com*

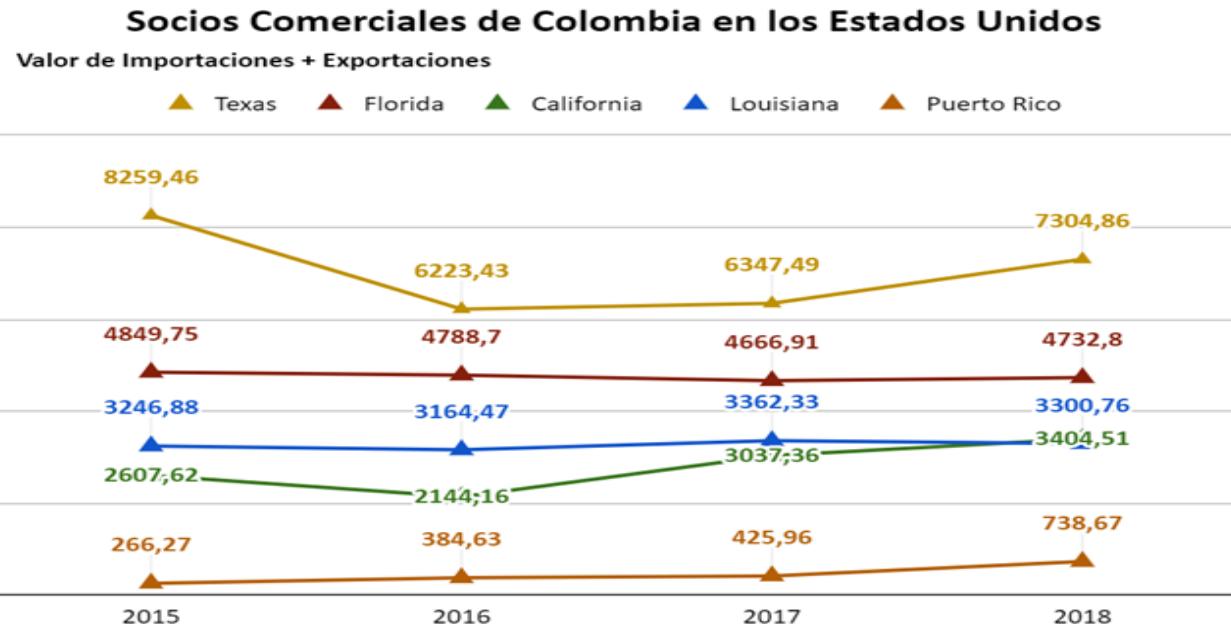
A LA ESPERA DE UN AÑO COMPLEJO

Los tres elementos que explican en mayor medida el relativo buen comportamiento del comercio en el presente año son el dinamismo de la cartera de consumo, el aumento de las remesas y la estabilidad en los precios. El crédito bancario a consumidores está creciendo actualmente a una tasa real del 10%, como reflejo de menores tasas de interés, mayor disposición de la banca a prestar en este segmento y el avance de la bancarización y el mayor uso de plataformas electrónicas, que han permitido buen crecimiento en el número de nuevos clientes. En cuanto a las remesas, éstas alcanzarán en 2019 alrededor de US\$7.000 millones, convirtiéndose en el segundo renglón más alto de exportación enseguida del petróleo. Los dineros enviados desde el exterior en este año se han magnificado por efectos de la devaluación y han sido la redención de miles de familias que han logrado mantener sus niveles de consumo a pesar de que al interior de ellas muchos de sus miembros se han retirado del mercado laboral. No de otra manera se explica la significativa reducción de la llamada Tasa Global de Participación, que mide la relación entre la fuerza laboral y la población mayor de 12 años. De otro lado, la inflación se ha mantenido por debajo del límite establecido por la Junta del Banco de la República, que es del 4% anual, a pesar de la concurrencia de dos elementos que atizan la hoguera inflacionaria: la devaluación y el prolongado cierre de la Vía al Llano. En cuanto a las expectativas de crecimiento para el próximo año, pueden identificarse fuerzas que actuarán en favor y en contra. Un resumen de esta conjunción de factores se muestra en el cuadro adjunto, destacándose una esperada reanimación de la actividad edificadora.



Factores de crecimiento en 2020

Positivos	Negativos
Tasas de interés moderadas	Muy leve crecimiento de la demanda externa y riesgos más bien a la baja que al alza
Niveles de inflación Controlados	Aumento de la devaluación y alta base de comparación frenan crecimiento del consumo privado y de la inversión en maquinaria y equipo.
Fuerte crecimiento de la inversión jalónado por construcción de obras civiles	Menor precio del petróleo frente al observado en 2019.
Crecimiento de la inversión pública	Incertidumbre fiscal seguirá siendo alta.
Moderado crecimiento en la construcción de edificaciones	Reciente caída en las ventas de vivienda ¿asociada a la disminución en la confianza del consumidor?



Fuente: Datos: US Census Bureau, Elaboración Fenalco

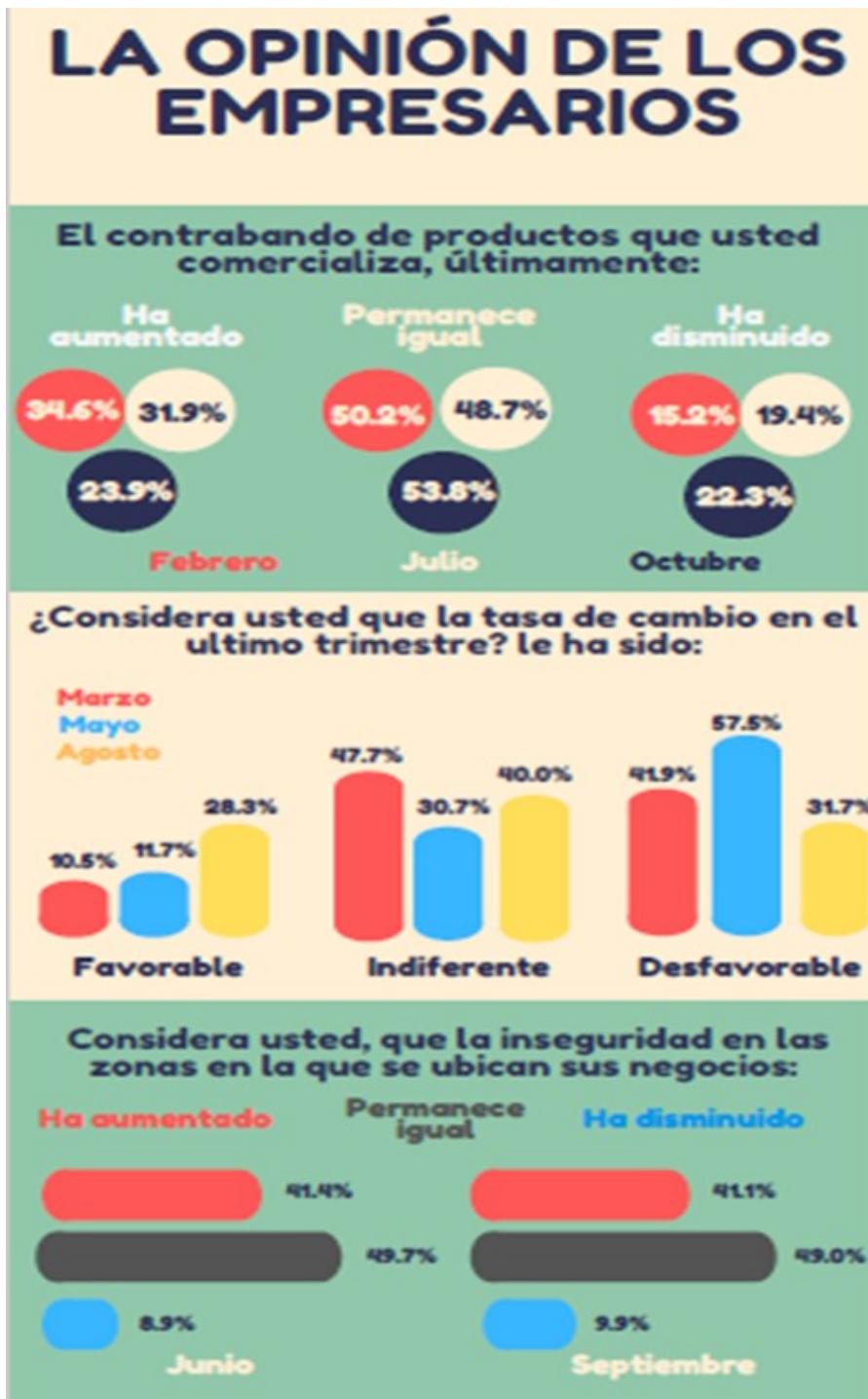
LOS VERDADEROS SOCIOS COMERCIALES DE COLOMBIA EN ESTADOS UNIDOS

Estados Unidos es el principal socio comercial de Colombia. En los últimos tres años casi la tercera parte de nuestras importaciones y exportaciones fueron con el país del norte delante de potencias como China y de nuestros tradicionales socios comerciales como lo son México, Brasil y Ecuador. 21 de los 50 estados que conforman los Estados Unidos sostienen relaciones comerciales con Colombia, es decir, el 42%. Adicionalmente, el nivel de comercio y la participación de estos 21 estados a lo largo del tiempo ha sido relativamente constante, lo cual ha creado fuertes lazos comerciales con algunos de ellos. Sin embargo, en promedio del último lustro, el 88.2% del Comercio de Colombia con la Unión Americana se da sólo con cinco estados: Texas, Florida, California, Louisiana y Puerto Rico. De los cinco socios principales; Texas, Florida y Louisiana son tanto exportadores como importadores. Mientras que, California y Puerto Rico son netamente importadores.

Y sorprendentemente el 50% de nuestro comercio internacional con Estados Unidos se concen-

tra en dos estados: Texas y Florida. En otras palabras, de los más de 23 mil millones de dólares promedio anual que intercambiamos con este país la mitad fue con estos dos estados. No obstante, los bienes que comerciamos con ellos sí suelen ser los tradicionales como es el caso de Texas al que exportamos: carbón, petróleo, metales preciosos, café y especias. Mientras, que les importamos productos químicos, productos derivados del petróleo y maquinaria industrial para la explotación del petróleo. La situación no dista mucho de la Florida donde el comercio también se centra en petróleo, con la diferencia de importar bienes de computación y electrónicos y equipo de transporte. Deberíamos abrir ventanas para mirar con mucho detalle más hacia el norte y crear lazos comerciales con más estados con los cuales no tenemos relaciones económicas o son muy marginales.

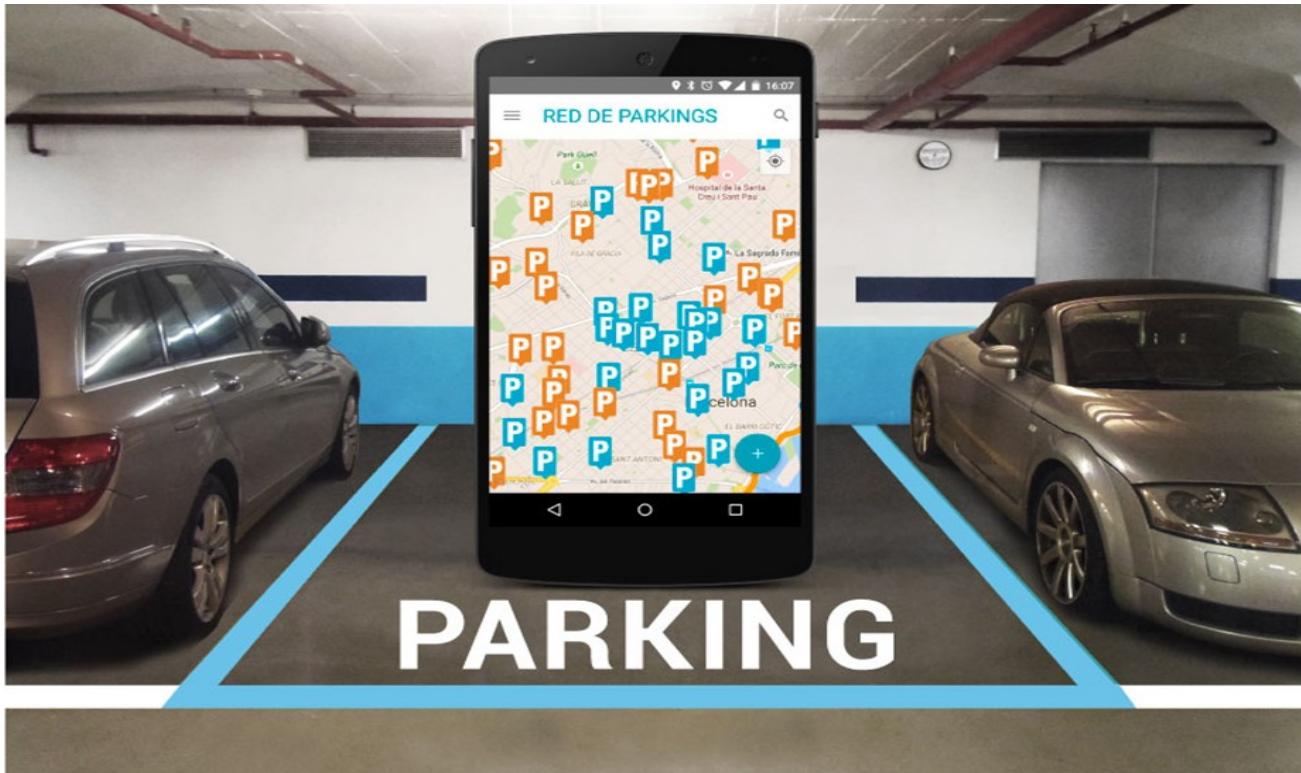
INFOGRAFÍA

PERCEPCIONES DE LOS
COMERCIANTES

En nuestra encuesta mensual preguntamos con cierta periodicidad por temas como el contrabando, el efecto de la tasa de cambio y la inseguridad. Aquí presentamos estas impresiones. En este sentido, el sentir de nuestros afiliados es que tanto el contrabando como la inseguridad en este año han disminuido ligeramente.

Fuente: Encuesta al comercio Fenalco 2019

LLEGA EL UBER DE LOS PARQUEADEROS



Nadie duda de la necesidad de disponer de más y mejor información para expandir los negocios, responder a las exigencias de la demanda y generar mayores utilidades. Por ello, queremos resaltar la llegada de una nueva app denominada el "UBER" o el "Airbnb" de los parqueaderos. La aplicación europea WeSmartPark escogió a Argentina Y Chile como la puerta de entrada a Latinoamérica. Es una solución a la dificultad de encontrar estacionamiento en las grandes ciudades del mundo, que a través de una red de parqueaderos privados que utilizan sensores para transmitir su estado, ocupado o disponible, le informan a la aplicación de teléfono inteligente la disponibilidad para que los clientes puedan reservar los espacios cuando estos están libres. Esta solución inteligente empezó a operar en Barcelona en 2013, se expandió exitosamente a Madrid en 2014, llegó a Santiago de Chile en 2018, ahora también está activa en la Ciudad de Buenos Aires y en su página oficial han anunciado su pronta llegada a Bogotá.

El creciente éxito de esta reciente aplicación se concentra en su intermediación entre los dueños de aparcamientos disponibles (oferentes) y los dueños de los vehículos que desean estacionar sin contratiempos (demandantes). Es la unión de usuarios que necesitan estacionar con propietarios que tienen cupos ociosos y que no tienen rentabilidad por su negocio. La app termina generando un consumo colaborativo, beneficiando, por un lado, al dueño de la plaza vacía que puede alquilarla por un tiempo determinado; y por otro, al conductor, que no gasta combustible buscando lugar para estacionar y se asegura de que conseguirá parqueo a precio razonable. Las expectativas son altas en materia de motivación para la generación de oferta que supla una ya creada e insatisfecha demanda.

TENDENCIAS EN FINANCIACIÓN EN PUNTO DE VENTA

Los métodos tradicionales de financiación como la tarjeta de crédito, ya no son suficientes para seguirle el paso a la dinámica comercial en un mundo digitalizado. Una encuesta de FENALCO señala que 44% de los consumidores han dejado de hacer una compra por falta de cupo en su tarjeta de crédito en los últimos 12 meses. De igual manera 72% aseguró que prefieren usar su tarjeta para compras menores a \$2 millones de pesos, y que para valores superiores necesitan otras alternativas de crédito. 89% de los consumidores encuestados indican que prefieren hacer una compra en un almacén que ofrezca financiación en punto de venta (distinto a tarjeta de crédito), y además la gran mayoría de los compradores (75%) espera que sea el comercio quien ofrezca la alternativa de financiación con su propia marca.

Estos resultados son contundentes: el consumidor está buscando conveniencia, y es el comercio el canal que está llamado a ofrecer soluciones financieras novedosas. Esta dinámica se alinea con las tendencias mundiales de Fintech, en donde especialistas que brindan soluciones financieras a través del comercio, ganan terreno frente a provee-

dores de crédito tradicionales.

En Colombia la adopción de esta tendencia viene liderada por REFERENCIA, entidad que en alianza con FENALCO está ofreciendo soluciones de financiación en punto de venta, de la mano con los principales comercios del país. Marcas como Americana de Colchones, Colchones Spring, Alfa, Cemex/Construrama, Michelin y Sonría entre otras, hoy ofrecen a sus clientes soluciones de pago a plazos, basadas en tecnología de punta y con aprobación inmediata.

En FENALCO estamos construyendo soluciones para ayudar a los comerciantes, y Li\$to Pago-a-Plazos es nuestra alianza de financiación en punto de venta con REFERENCIA que ofrecemos al comercio para puedan implementar lo que está exigiendo el consumidor. Nuestros análisis sugieren claramente que ofrecer la posibilidad de pagar a plazos en un punto de venta le otorga ventajas competitivas al comerciante.



LA TRIBUTACIÓN REGIONAL. ALGUNOS ATISBOS

El gobierno nacional comisionó a una misión de expertos para que haga una propuesta integral de modernización de los impuestos regionales, vale decir, los impuestos municipales y los departamentales. Después de los impuestos nacionales, los Impuestos Municipales son los que realizan un mayor aporte al recaudo tributario agregado del país, pues representan el 2.14% del PIB y el 11.8% del total del recaudo tributario. La estructura impositiva actual para las regiones data de los años 80 del siglo pasado, razón por la cual parece deseable actualizar su contenido acorde a las nuevas exigencias de las economías regionales y de la dinámica económica del siglo XXI. Al mismo tiempo, es preciso diferenciar los municipios en función de su capacidad económica y su tamaño, pues las posibilidades tanto de generación de riqueza como administrativas son muy distintas. No se puede, ni suponer ni exigir a los municipios pequeños, una estructura tributaria y administrativa similar a la de los municipios más grandes.

Los ingresos propios derivados de la estructura tributaria departamental y municipal representan el 17.1% de lo recaudado por concepto de impuestos en el país. Históricamente, el recaudo municipal ha representado alrededor del 11% de la tributación agregada nacional, un porcentaje que parece muy modesto para un país que, como el nuestro, pregoná y valora la descentralización política y administrativa.

COLOMBIA: INGRESOS TRIBUTARIOS

(Participación prom 2014-18)

Ingresos tributarios	Participación %	En PIB %
Administrados DIAN	82.86	15.45
Departamentales*	5.24	0.98
Municipales*	11.89	2.22
Total	100.00	18.64

Fuente: Minhacienda

El inventario de ingresos tributarios para los municipios está compuesto por 24 gravámenes autorizados (incluyendo 8 estampillas), pero en la práctica, el esfuerzo tributario se concentra en unos pocos impuestos, mientras que una gran cantidad de “impuesticos” aportan porcentajes muy pequeños, casi despreciables a las finanzas regionales. En el abanico de recaudos tributarios son tres los que en abrumadora proporción aportan al fisco municipal: el ICA con un peso del 40%, el predial, con 34% y la sobretasa a la gasolina con el 7%, para un acumulado superior al 80%. Le siguen una variedad de tributos como las estampillas, un impuesto que no sólo luce anti técnico sino propio de tiempos remotos. También está en este grupo la contribución de obra pública, el que se cobra por expedir licencias de construcción, el de delineación urbana y otros que tienen un peso inocuo que generarían más costos en su administración y control que en su recaudo.

COLOMBIA: IMPUESTOS MUNICIPALES 2015

Millones de pesos corrientes y %

Impuesto de Industrial y Comercio ICA	\$ 7,006,895	39.46
Impuesto Predial Unificado	\$ 6,044,449	34.04
Sobretasa a la gasolina	\$ 1,254,605	7.07
	\$ -	-
Subtotal	\$ 14,305,948	80.57
	\$ -	-
(..) Otros Tributarios Agrupados:	\$ -	-
Estampillas	\$ 1,005,383	5.66
Contribución Contratos Obra Pública	\$ 626,867	3.53
Delineación	\$ 496,046	2.79
Sobre Servicio Alumbrado Público	\$ 469,077	2.64
Avisos y Tableros	\$ 311,277	1.75
Transporte por Oleoductos y Gasoductos	\$ 182,503	1.03
Sobretasa Bombero	\$ 152,413	0.86
Sobre Teléfonos Urbanos	\$ 59,452	0.33
Otros Ingresos Tributarios	\$ 59,435	0.33
Circulación y Transito Servicio Público	\$ 27,779	0.16
Publicidad Exterior Visual	\$ 16,310	0.09
Compensación Predial Resguardos Indígenas Actual	\$ 10,923	0.06
Espectáculos Públicos Deporte	\$ 10,443	0.06
Compensación Predial Resguardos Indígenas Anterior	\$ 9,137	0.05
Deguello Ganado Menor	\$ 8,112	0.05
Espectáculos Públicos Municipal	\$ 4,829	0.03
Sobre Apuestas Mutuas	\$ 517	0.00
De Casinos	\$ 95	0.00
A Ventas por Sistemas Clubes	\$ 87	0.00
	\$ -	-
TOTAL	\$ 17,756,631	100.00
	\$ -	-
(..) Otros Tributarios Agrupados:	\$ 18,450,683	19.43

Fuente: Minhacienda, DIAN, Contranal

El ICA debe fusionarse con el de avisos y tableros. Esto ya acontece en Bogotá y Cartagena para beneficio de las empresas contribuyentes por cuanto les presenta menos costos de transacción. Su sumatoria alcanza el 41.2% y se concentra en la ciudad de Bogotá, que recauda el 44% de todo lo recaudado en el país. El ICA es un impuesto sobre el que recaen fuertes críticas por los conflictos de territorialidad. Nuestros afiliados sugieren cobrarlo, no sobre ingresos brutos sino ingresos netos, sobretodo en actividades intensivas en mano de obra y con reducidos márgenes de rentabilidad, como el comercio. Igualmente, es urgente definir reglas claras sobre territorialidad, entre el lugar de domicilio del vendedor o el de la demanda de los compradores. Sería deseable crear una declaración única nacional con reglas que beneficien a los municipios involucrados para contribuyentes con actividades en muchos sitios.

Los problemas del predial se encuentran en la base gravable, el avalúo catastral, y el grado de desactualización en buena parte del territorio nacional. Según lo reconoce el IGAC, el escenario es de total desactualización en el 20% de los predios urbanos y 58% rurales. En Bogotá se han realizado grandes esfuerzos de actualización catastral y las discusiones giran hacia moderar el impacto en el impuesto.

Las reformas deben dirigirse a fortalecer los ingresos territoriales, pero no para seguirlos concentrando en departamentos y ciudades con mayor generación de valor agregado, sino para generar recursos para la otra Colombia, la de menor crecimiento y mayor pobreza. Estas soluciones pasan por mejorar la base gravable del predial y simplificar procesos en ICA, incluyendo las microempresas. Claro está que, si no se les da una administración impecable a tales recursos, nada se habrá logrado.