

## Contenido

1	Pág.
<a href="#">EL COMERCIO EN BICICLETA ESTÁTICA</a>	1
2	
<a href="#">CONSUMOS REPRIMIDOS PERO EN TERRENO POSITIVO</a>	2
3	
<a href="#">COMERCIO Y CONSTRUCCIÓN VAN DE LA MANO</a>	3
4	
<a href="#">LA REVOLUCIÓN DE LOS VEHÍCULOS ELÉCTRICOS (VE)</a>	4
5	
<a href="#">AIRBNB PARA PERROS: ¡QUE GRAN IDEA!</a>	5
6	
<a href="#">MOMENTOS DE GRAN AGITACIÓN PARA EL RETAIL MUNDIAL</a>	6
7	
<a href="#">REFLEXIONES: 10 CLAVES DEL RETAIL DE BRASIL PARA VENDER MÁS</a>	7

**Guillermo Botero Nieto**  
Presidente  
**Rafael España González**  
Director Económico  
**María Medellín**  
Asesora  
**Camilo Ávila**  
Asesor

## EL COMERCIO EN BICICLETA ESTÁTICA

La Encuesta de FENALCO Presidencia Nacional sugiere que en mayo las ventas del comercio en el país arrojaron números rojos, es decir, decrecieron. Numerosos comerciantes consultados expresaron desazón con el resultado parcial de mayo, porque sugiere que la recuperación no ha llegado y que estamos montados en una bicicleta estática. Para el 30% de los encuestados su volumen de ventas fue superior al obtenido en igual mes del año anterior, en tanto que para el 25% hubo descenso, obteniéndose un muy pobre balance. Dos sectores, cuyo peso en el total es muy pequeño, reportaron un aceptable mes: las floristerías y los libreros. La dinámica de las flores se explica por el Día de la Madre y la de los libros por la Feria del Libro en Bogotá, que alcanzó un número record de visitantes: más de medio millón. Continúan frenadas las ventas del sector de ferreterías y materiales de construcción. Muchos comerciantes, en particular las panaderías y los supermercados de barrio, dijeron que el paro de maestros ha golpeado sobremanera sus ventas. También los distribuidores de mercancías importadas, particularmente los de la ciudad de Cali, expresaron preocupación por el impacto del paro de Buenaventura en el normal abastecimiento de sus clientes, los detallistas. El anuncio del nuevo Superfinanciero de que a partir de julio la tasa de usura bajaría más de 100 puntos básicos está induciendo a los consumidores informados a ser muy prudentes en junio en el uso de sus tarjetas de crédito. Dicha declaración estaría produciendo un daño colateral para el comercio en este mes. Con todo, el optimismo de los comerciantes frente al desempeño inmediato de sus negocios, mejoró ligeramente. El 56% de los empresarios piensa que en los próximos seis meses las cosas mejorarán. En abril dicho porcentaje fue del 53%. Nuestra encuesta de mayo refleja entonces que aún no hay reversión del flojo comportamiento del primer tercio del año.

Comportamiento de las ventas del comercio

MES	VENTAS		
	+	=	-
May	39	41	20
Jun	37	40	23
Jul	34	41	25
Ago	35	45	20
Sep	33	48	19
Oct	32	45	23
Nov	34	45	21
Dic	38	43	19
ene-17	35	40	25
Feb	32	43	25
Mar	34	41	25
Abr	33	42	25
May	30	45	25

Expectativas de las ventas del comercio

MES	EXPECTATIVAS		
	+	=	-
May	56	33	11
Jun	63	28	9
Jul	67	24	9
Ago	57	33	10
Sep	62	30	8
Oct	59	31	10
Nov	57	31	12
Dic	48	35	17
ene-16	49	36	15
Feb	56	29	15
Mar	53	33	14
Abr	53	34	13
May	56	31	13

Fuente: FENALCO

## CONSUMOS REPRIMIDOS PERO EN TERRENO POSITIVO

Gran desazón causó la noticia de que en el primer trimestre la economía colombiana creció en apenas un 1.1% según las Cuentas Nacionales del DANE. La inversión decreció 0.7%, destacándose el desplome en la construcción de edificaciones en 7.5%. El consumo de los hogares presentó un crecimiento de 1%, cifra que contrasta con la reportada por algunas consultoras que aseguraban que el consumo en dicho periodo se redujo en más del 2% real. Al desglosar el comportamiento del gasto de los hogares se obtiene que los tres renglones de mejor desempeño fueron los gastos en educación con una variación positiva de 3.5%, licores y tabaco, con 3.1% y transporte, 2.7%. En los últimos lugares figuran la ropa y el calzado con una fuerte disminución del 5.6%, las comunicaciones con -3.6% y los gastos en restaurantes y hoteles con -1.1%. Hicimos una comparación entre el comportamiento del gasto de los hogares y el de las ventas del comercio detallista del tipo moderno, ambos expresados en términos reales, obteniendo resultados llamativos: así, mientras que los gastos de los hogares en alimentos y bebidas no alcohólicas crecieron 2.3%,

las ventas del comercio lo hicieron en 1.7%. La diferencia estaría explicada por un aceptable comportamiento en las ventas del comercio tradicional, principalmente por tiendas y ventas callejeras. El caso de los licores y cigarrillos es sorprendente, porque como se observa en el gráfico, su consumo creció 3.1% en el primer trimestre de 2017 pero las ventas al detal cayeron 0.1%. Esa disonancia se explica por tres fenómenos: primero, de nuevo la tienda de barrio dando la pelea; segundo, un contrabando alarmante de licores y cigarrillos y tercero, en la cifra del consumo se incluyen estupefacientes. Eso es una realidad. En cuanto a ropa y calzado, de nuevo las ventas del comercio organizado se comportan peor que el consumo de los hogares, diferencia explicada por la informalidad y el contrabando que también golpea con intensidad en este año a estos importantes sectores. El aumento del IVA entusiasmó la informalidad y la ilegalidad. Ojalá que la Ley anti contrabando aprobada el año pasado no sea simplemente un juramento a la bandera.

### Consumo de Hogares y ventas detallistas por sectores

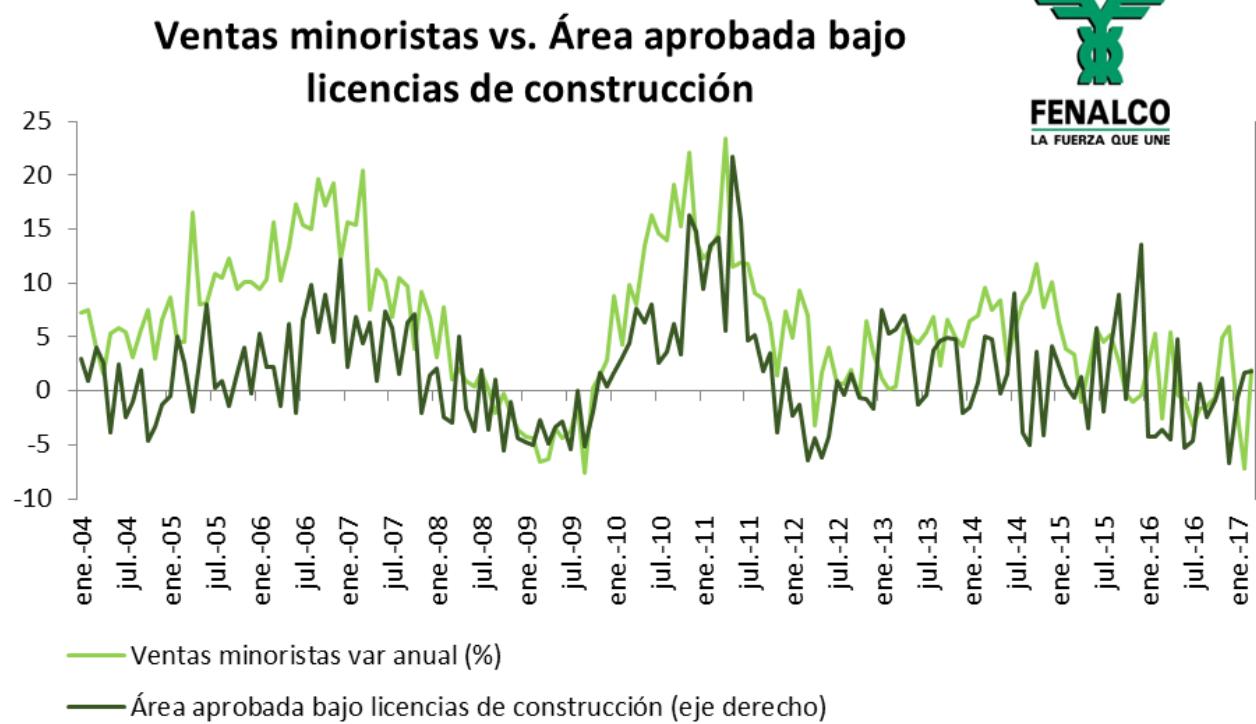
Actividad	I trimestre 2015		I trimestre 2016		I trimestre 2017	
	Cuentas Nacionales	Ventas Minoristas	Cuentas Nacionales	Ventas Minoristas	Cuentas Nacionales	Ventas Minoristas
Alimentos y bebidas no alcohólicas	3,20	6,60	2,30	2,70	2,30	1,70
Bebidas alcohólicas y tabaco	1,30	16,70	8,00	15,40	3,10	-0,10
Prendas de vestir y calzado	3,30	6,50	1,40	3,70	-5,60	-7,45

Fuente: Cálculos de FENALCO con base en DANE

## COMERCIO Y CONSTRUCCION VAN DE LA MANO

Una pregunta fundamental para el comercio es ¿cuáles son los determinantes que definen el desempeño de las ventas? Desde una perspectiva macroeconómica, resulta interesante observar cómo la serie de área aprobada bajo licencias de construcción se ajusta al comportamiento de la serie de la variación anual de las ventas minoristas. A simple vista, se encuentra que existe una relación directa entre ambas variables y, de hecho, es más intuitivo de lo que parece. Partiendo de ejemplos sencillos se puede explicar esta causalidad. Basta con pensar en la venta de una casa o un apartamento. Cuando se construye una vivienda se requieren materiales para su construcción. Sin embargo, también se debe tener en cuenta que la familia que compra la vivienda, ad-

quirirá muebles, electrodomésticos, vajillas y otra serie de artículos necesarios para el diario vivir. Por otro lado, es importante recalcar que estas licencias de construcción no solamente son para vivienda sino que también incluyen oficinas, colegios, bodegas, parqueaderos y locales comerciales y de la misma manera que los hogares, estimulan las ventas del comercio. Lo anterior, permite entender desde una perspectiva general uno de los fundamentales del comercio minorista en Colombia. Los estímulos anunciados en este mes al crédito hipotecario para familias de ingresos medios, posiblemente estimularán la actividad edificadora y de contera al comercio.



Fuente: Cálculos de FENALCO con base en DANE



## LA REVOLUCIÓN DE LOS VEHÍCULOS ELÉCTRICOS (VE)

Tanto los gobiernos que adoptan medidas para enfrentar las emisiones de carbón como los fabricantes de automóviles que están aumentando sus inversiones en vehículos ecológicos, son los principales conductores del despegue definitivo del sector de VE. Pero no solo se trata de emisiones, puede ser incluso más barato en el largo plazo en la medida en que los precios de las celdas de baterías de los carros continúen su tendencia bajista dado un aumento en la oferta. El aumento proyectado en la demanda de VE beneficiará al sector de minerales como el cobre, el cobalto y el níquel, que representan la materia prima de las baterías. Música para los oídos de los empleados y accionistas de Cerromatoso.

En marzo de 2017, el valor de mercado de Tesla, la firma norteamericana dedicada a la fabricación de VE, sobrepasó el de Ford Motor por primera vez y continuó distanciándose, demostrando la creciente brecha entre el optimismo de los inversionistas sobre el futuro versus las perspectivas de los fabricantes de automóviles tradicionales en Detroit. El gobierno de los Estados Unidos otorga deducciones tributarias a los compradores de vehículos ecológicos. En Colombia, las gabelas para esta clase de autos tienen que ver con un IVA reducido, arancel cero y el ser eximidos del

pico y placa en ciudades como Bogotá. Algunos expertos del Valle de Silicon aseguran que en unos tres años los coches autónomos serán tan buenos que el piloto y todos los pasajeros podrán dormir durante el viaje, si así lo desean. Y, mucho ojo: en el futuro próximo los carros serán tanto autónomos como compartidos. El líder mundial en ventas es China. En 2016 se vendieron 507.000 VE e híbridos en el país asiático, para un aumento del 53% con respecto al año anterior. Le sigue USA con 157.130 unidades vendidas en 2016, para un incremento del 36%. Sin embargo, la cuota de mercado sigue siendo muy baja: 1.1% en China, 1% en USA y 1.4% en Europa. Cabe recordar que a partir de 2026 en varios países nórdicos europeos queda prohibida la venta de carros nuevos movidos con gasolina o diésel. El auto eléctrico de mayor venta en Europa no es de Tesla, es el Renault Zoe, seguido por el Nissan Leaf. Los talleres de los concesionarios en Colombia deben desde ya prepararse para el cambio: la mecánica automotriz tal como la vimos en la serie Don Chinche o como la estamos viendo en La Nocturna, será un recuerdo nostálgico.

### Países con más autos eléctricos

Cuota de mercado con respecto al total de vehículos:

- **33,8%** Noruega
- 9,13% Islandia
- 4,21% Suecia
- 2,29% Suiza
- 2,08% Suiza
- 1.2% China
- 1.0% EE UU

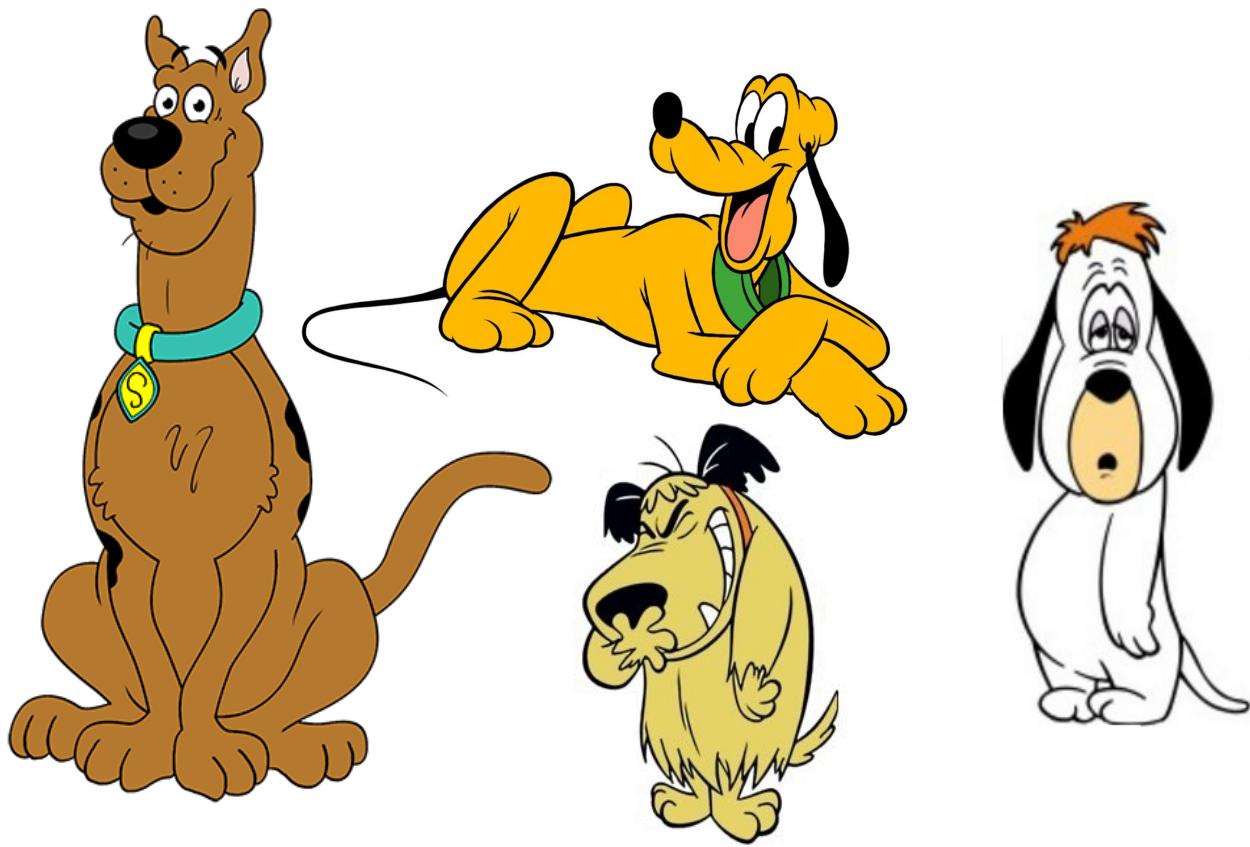


Fuente:BBC

## AIRBNB PARA PERROS: ¡QUE GRAN IDEA!

Gran impacto está causando en Argentina y Brasil una nueva aplicación que resuelve los problemas a las personas que tienen perro y que no saben qué hacer cuando tienen que viajar. Casi ningún hotel recibe mascotas. El portal se llama dog-sitting y la firma, DogHero y tiene en el radar a Bogotá. En menos de un mes en Buenos Aires se han inscrito 150 anfitriones de perros vía Facebook, que están dispuestos a hospedarlos por una tarifa diaria. Argentina es de los países con mayor número de mascotas: allí, el 66% de los hogares tiene. En Colombia, de acuerdo con nuestras encuestas, dicha relación es del 43%. Se espera que en Buenos Aires antes de terminar junio se tengan 300 anfitriones y la concreción de 50 hospedajes. Según el portal apertura.ar DogHero cuenta con 10.000 anfitriones y 200.000 perros registrados en Brasil, y permite a los clientes utilizar diversos filtros para encontrar el hotel

ideal que albergará a su mascota: casa o apartamento, paseos que promete el anfitrión darle al animal, tamaño del patio y posibilidad de suministrarle al animal medicina. La idea le surgió a sus fundadores de un modelo norteamericano. Se dieron cuenta de que no existía un servicio como ese en el mercado brasileño, por lo que decidieron comenzar su propio emprendimiento apenas regresaron a su país natal. Una firma de capital de riesgo les tendió la mano y el negocio va viento en popa. Un 75 por ciento va para los anfitriones y un 25 por ciento queda en DogHero. Aunque en Colombia hay varios hostales para perros, sería muy interesante que algún emprendedor colombiano se le mida a montar este negociozito antes de que aterrice por aquí DogHero.

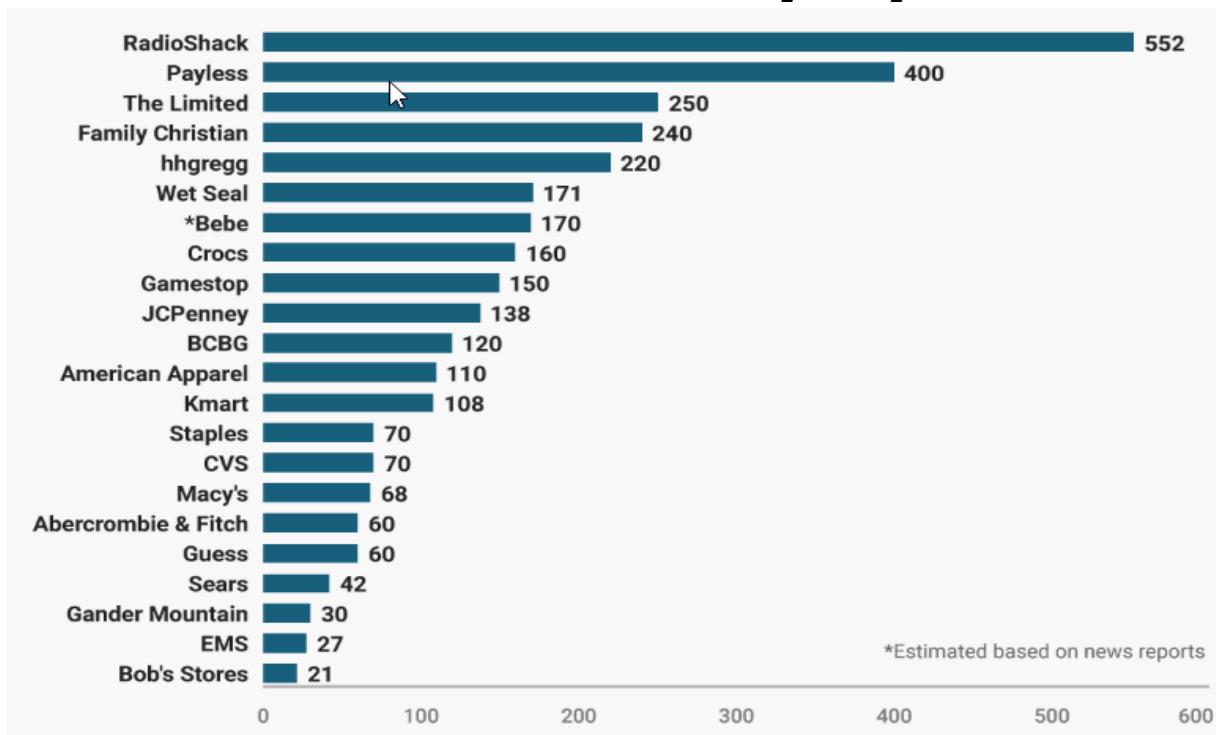


## MOMENTOS DE GRAN AGITACIÓN PARA EL RETAIL MUNDIAL

Hallazgos de alto impacto que divulgó en mayo el Boston Consulting Group(BCG): China tiene más actividad de comercio electrónico que cualquier país en el mundo de hoy. Según la Oficina Nacional de Estadísticas de China, los consumidores gastaron 750 mil millones de dólares en línea en 2016, más que los Estados Unidos y el Reino Unido combinados. Ese es un número impresionante, pero aún más interesante es la forma en que el mercado digital de China, las plataformas tecnológicas y los comportamientos en línea han evolucionado en comparación con los mercados occidentales. Con Amazon tanto los minoristas como los consumidores de los Estados Unidos tuvieron que repensar sus hábitos profundamente arraigados. Por el contrario, la venta al por menor física en China era menos desarrollada. La revolución digital coincidió con el crecimiento de la renta disponible y el consumo. Como resultado, el comercio electrónico rápidamente se convirtió en la norma, y su desarrollo se aceleró hasta el punto en que China se adelantó a Occidente. Allá los

consumidores se saltaron completamente la era del computador, pasando directamente a los teléfonos inteligentes. Esto puede explicar por qué los teléfonos Samsung con pantallas más grandes se apoderaron de China mucho antes de que lo hicieran en los mercados occidentales. En breve, las compras en línea realizadas con teléfonos móviles representarán el 74% del comercio electrónico total en China en 2020, en comparación con sólo el 46% en Estados Unidos. En línea con lo anterior, el famoso Warren Buffett acaba de confirmar la muerte de los minoristas como lo conocemos. Según reporte de la publicación Business Insider, dijo que en 10 años, el comercio minorista no se parecerá en nada a como se ve ahora y que el mundo ha evolucionado, y va a seguir evolucionando, pero la velocidad está aumentando. El BCG divulgó el gráfico adjunto, que reafirma el acelerado cambio que vive el retail en los Estados Unidos.

### Número de almacenes cerrando a principios de 2017



Fuente: Grupo Consultor de Boston

## REFLEXIONES

### 10 CLAVES DEL RETAIL DE BRASIL PARA VENDER MÁS

*Estas notas, apoyadas en escrito de ILACAD, aplican perfectamente a la realidad colombiana. Lecciones para los comerciantes.*

La más reciente crisis política volvió a afectar a Brasil, y el retail, que de a poco se recuperaba de tormentas previas, no quedó ajeno al estallido. Sin embargo, el comercio detallista debe seguir adelante y, tal vez más que nunca, implementar todo aquello que pueda captar al consumidor, retenerlo y hacerlo regresar. En la época del "valor agregado" estas son las 10 tendencias del retail brasileño y de la región:

#1 – Presencia digital. Estar presente digitalmente es una obligación para los minoristas, sin excepción. Hoy en día el consumidor realiza un 60% más de sondeos previos que el año pasado, lo que quiere decir que mucho antes de estar físicamente en una tienda, el potencial comprador ya realizó búsqueda en los medios digitales para saber más sobre la marca y sus productos. Todos los canales virtuales que sean posibles utilizar estarán ayudando al negocio físico porque la comunicación es previa, y la experiencia comienza desde el primer contacto o intento de contacto.

#2 – No es sólo el producto, es la experiencia. En la actualidad, con tantas opciones en el mercado, la posibilidad de acceder a toda la información desde internet y realizar comparaciones antes de tomar una decisión, lo que puede marcar una diferencia es brindarle al cliente una experiencia personalizada, una historia de lo que está consumiendo, un espacio especial al momento de consumirlo. Diferenciales: decoración, personalización en el empaque o un toque distintivo que sume valor al producto, un espacio agradable, cómodo, que brinde información o servicios adicionales a los que se pueden encontrar desde el sillón de casa en internet. Analizar al Shopper, realizar encuestas, conocerlo en detalle para saber cuáles son sus preferencias, qué le gusta hacer, cómo, cuándo, con quién, serán datos que, bien aplicados, podrán significar un plus y llamar

la atención al momento de toma de decisión.

#3- Una buena razón para ir a la tienda. Hoy, en esta era extremadamente digital, ir a una tienda física requiere un gran esfuerzo en movilidad, tiempo y hasta dinero. Si puede encontrar lo mismo en internet, ¿por qué iría hasta la tienda? Es por eso que la identificación que sienta el cliente con la empresa puede ser un rasgo positivo. Darle valor a la empatía puede valer la pena.

#4 – Agilidad y transparencia. Un producto de calidad, un precio accesible, un stock disponible, un tiempo de entrega rápido, quedan sin efecto si la respuesta de la cadena es inexistente. Responder las dudas de los clientes, informar los cambios o las novedades de su negocio y atender a aquellos que hayan tenido una experiencia desfavorable, son acciones valiosas en tiempos de redes sociales, donde cualquier noticia alcanza a miles de personas y donde las críticas positivas serán beneficiosas y las negativas podrán dañar seriamente la reputación de la marca.

#5 – Priorizar el barrio. Más de 70% de las personas realizan sus compras en un radio de hasta 14 kilómetros de distancia de la casa, lo que coincide con el crecimiento a pasos agigantados de las tiendas de proximidad. Conocer a los clientes cercanos, las preferencias y necesidades barriales, los mejores horarios, el público mayoritario, los productos más buscados, entre otras, ayuda a las ventas.

#6 – Asociarse para ofrecer nuevas formas de pago. La posibilidad de poder pagar sin usar efectivo, sin sacar siquiera la billetera, con nuevos sistemas de pago dan a las empresas la seguridad de controlar los incumplimientos de pagos, algo usual en mercados en los que aún funcionan "el cuaderno" o el "fiado".

#7- Whatsapp y apps como medio de pago. En

2016 el Whatsapp superó el billón de usuarios en aplicaciones, y junto con Messenger, Viber y WeChat forma un grupo de apps que suma más de tres billones de usuarios. Pero además de ser una red de comunicación, Whatsapp se convirtió en un canal mediante el cual las personas intentan hacer negocios. Conscientes de esto la aplicación se apresta a ofrecer la realización de pagos.

#8- eCommerce como alternativa para el control del incumplimiento. Teniendo en cuenta un mercado donde aún se utilizan las facilidades de pago de palabra, o incluso la posibilidad de llevar un producto y pagarla con posterioridad, el hecho de utilizar el canal de venta online asegura el pago mediante el cobro por tarjeta de crédito, débito o cupón antes de recibir el producto.

#9 – Pago por presencia. La idea de poder entrar a una tienda, tomar los productos y salir sin pasar por ningún checkout, sin realizar ningún pago y sin necesidad de interactuar con alguien, es real, existe, y lo vemos de la mano de Amazon con su

modelo Amazon Go. Allí hay una tendencia más real de lo que parece. Se trata del concepto Mobile Wallet y Mobile Payment, un sistema que reconoce al cliente cuando ingresa a la tienda, de esa forma, después de su salida, su compra se cierra y el valor se descuenta de la tarjeta de crédito o débito. Este punto suena exótico en Colombia.

#10- En caso de emergencia, utilice BOTs. Si la cantidad de mensajes en redes sociales supera la capacidad de respuesta, una posibilidad, para atender el canal de comunicación activo y atender las necesidades o inquietudes de los clientes, es utilizar BOTs. Un bot es un programa informático, imitando el comportamiento de un humano. Muchas empresas se resisten a contratar a Community Managers para atender sus redes las 24 horas, es por eso que el uso de BOTs puede resultar una opción aceptable. Existen plataformas gratuitas que ofrecen este servicio.

