

Contenido

1	Pág.
BUEN CIERRE DE AÑO PARA EL COMERCIO	1
2	
EL REPORTE DEL DANE	2
3	
ESCENARIOS POSIBLES	3
4	
REVOLUCIÓN PUBLICITARIA EN EL COMERCIO	4
5	
EL PANORAMA LABORAL POR CIUDADES	5
6	
LA RECETA COLOMBIANA	6
7	
REFLEXIONES: LOS PENSADORES MÁS INFLUYENTES DEL MUNDO	6

Guillermo Botero Nieto

Presidente

Rafael España González

Director Económico

Liseth Karina Galvis

Asesora Económica

Hermes Guzmán

Pasante

La encuesta mensual que realizamos a nivel nacional entre nuestros afiliados arroja un resultado gratamente sorprendente para diciembre: las ventas tuvieron un buen comportamiento, incluso superior al previsto por los mismos comerciantes unos meses antes. En efecto, para el 43% de los empresarios consultados las ventas en cantidades físicas fueron más altas que las obtenidas en diciembre de 2012, el 36% dijo que fueron aproximadamente iguales y el 21% reportó caída. Estos porcentajes indican que diciembre de 2013 habría sido uno de los mejores meses de los últimos dos años. Se destacan en particular unas buenas ventas en el ramo de las confecciones, así como en electrodomésticos, computación,

artículos de decoración y bebidas alcohólicas. Las ventas de vehículos, en contraste, estuvieron flojas. Los aceptables resultados del comercio en general, se atribuyen en alto grado a las estrategias promocionales. En encuesta que hicimos a consumidores a comienzos de diciembre, estos dijeron que sus compras aumentarían, previsiones que se cumplieron a juzgar por los resultados de diciembre. Destacamos también el mejoramiento del optimismo entre los empresarios: mientras que en noviembre el 15% consideró que las perspectivas inmediatas de sus negocios eran malas, esta proporción se redujo al 8% en diciembre.

Comportamiento de las ventas del comercio minorista

MES	VENTAS		
	+	=	-
dic-12	39	38	23
ene-13	38	32	30
Feb	32	39	29
Mar	33	38	29
Abr	39	34	27
May	37	34	29
Jun	39	35	26
Jul	39	37	24
Ago	37	33	30
Sep	39	37	24
Oct	40	37	23
Nov	41	37	22
Dic	43	36	21

Expectativas de las ventas del comercio minorista

MES	EXPECTATIVAS		
	+	=	-
dic-12	58	34	8
ene-13	55	33	12
Feb	53	34	13
Mar	61	30	9
Abr	59	31	10
May	58	30	12
Jun	59	31	10
Jul	61	29	10
Ago	57	33	10
Sep	60	29	11
Oct	59	32	9
Nov	55	30	15
Dic	58	33	8

Fuente: FENALCO

EL REPORTE DEL DANE

En noviembre las ventas reales de los detallistas crecieron 5.3% y al excluir vehículos y motocicletas el crecimiento sube al 8.7%. En los primeros once meses la variación en las ventas totales es de 4%, variación algo superior a la registrada en 2012. Al clasificar las ramas de actividad con mejor comportamiento en ventas en 2013, hasta noviembre, se destacan cuatro: computadores, con variaciones del orden del 15%, calzado y productos de cuero (8.3%), muebles y electrodomésticos (5.4%) y artículos de ferretería y materiales de construcción (5.4%). Una de las categorías más significativas es la de la ropa, que muestra en el total un crecimiento del 4.7%, pero a nivel de las tiendas especializadas el crecimiento es

algo mayor, del orden del 4.9%, lo que sugiere que los colombianos todavía muestran una mayor disposición a adquirir confecciones en almacenes especializados que en los no especializados como los almacenes por departamento. En su reporte, el DANE revela que la mayoría de los comerciantes explican el aceptable desempeño de noviembre por dos razones: apertura de nuevos establecimientos y más promociones que en 2012. La Muestra Mensual del Comercio al por Menor del DANE no ofrece resultados regionales. La buena noticia es que en 2014 la entidad empieza a producir estadísticas de comercio por principales regiones.

Variación año corrido Noviembre 2013

Grupo de Mercancías	2011	2012	2013
Total comercio minorista	10,89	2,93	3,98
Total comercio minorista sin vehículos	7,71	4,25	4,70
Alimentos y bebidas no alcohólicas	0,85	1,57	3,28
Licores, cigarros y cigarrillos	5,25	4,56	5,31
Productos textiles y prendas de vestir	10,01	6,21	4,66
Calzado, artículos de cuero	21,51	6,57	8,27
Productos farmacéuticos	3,23	1,34	-0,66
Productos de aseo personal, cosméticos	9,41	6,05	4,86
Electrodomésticos y muebles hogar	13,81	5,62	5,43
Artículos uso doméstico	9,91	4,55	3,46
Productos para el aseo del hogar	4,44	3,42	3,19
Muebles equipo para oficina, comp.	36,05	17,45	14,97
Libros, papelería, periódicos y revistas	5,22	2,18	-4,92
Artículos de ferretería, vidrios y pinturas	19,61	8,39	5,44
Repuestos y accesorios para vehículos	15,35	4,34	2,42
Vehículos automotores y motocicletas	25,29	-2,20	0,96
Lubricantes para vehículos automotores	0,17	0,50	-5,51
Otras mercancías	6,89	0,52	5,36

Fuente: Cálculos de FENALCO con base en DANE

ESCENARIOS POSIBLES



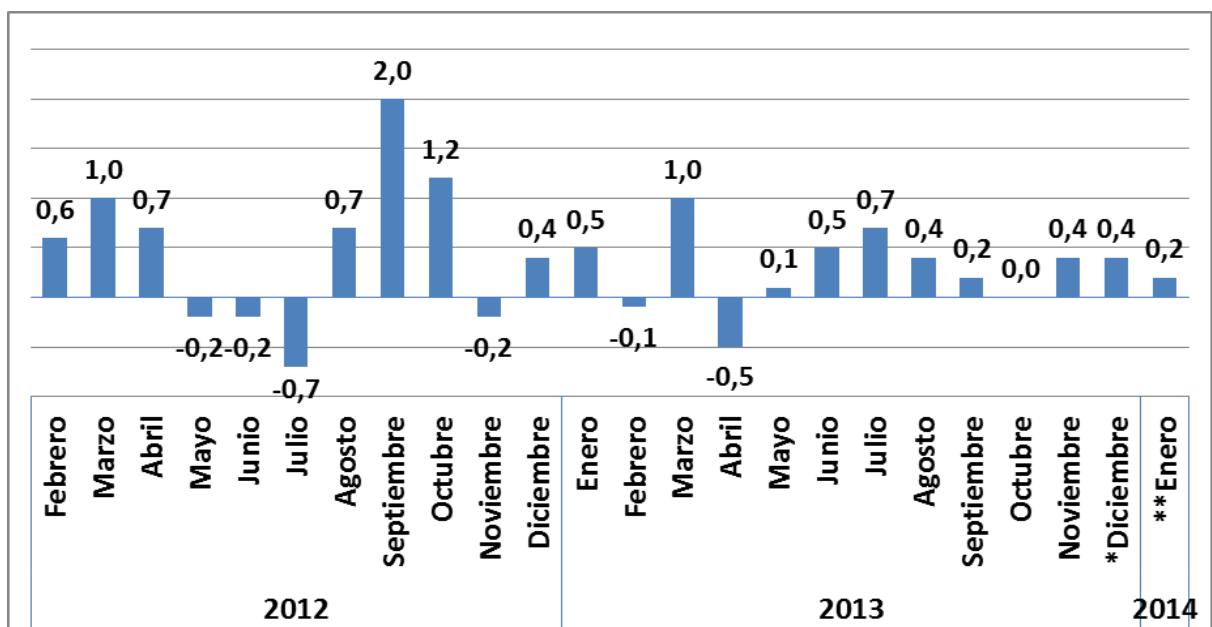
Fuente: Revista Qué pasa

El segundo semestre del 2013 tuvo un mejor desempeño que el primero y el acumulado de crecimiento económico para el año será al menos igual al obtenido en 2012, del 4.2%. Para este

nuevo año se vislumbran tres escenarios. El primero es uno central, con alta probabilidad de ocurrencia, un 70%, que considera una moderada recuperación de la economía mundial. En los Estados Unidos las ventas del comercio tienen en este año un comportamiento algo mejor que en los dos años anteriores (ver gráfica), mientras que en Colombia se vislumbra una inflación un poco más alta que la registrada en 2013 motivada por alzas en los precios de los alimentos y por presiones de costos salaria-

les, y un ligero aumento en las tasas de referencia del Banco de la República. El crecimiento económico estará en el rango de 4.2% - 5%. El segundo escenario, el optimista, con 20%, contempla una rápida expansión económica global y unos precios en alza de las materias primas, que pondrán a la minería a la vanguardia del crecimiento colombiano, que junto con una locomotora de la construcción a todo vapor llevarían a una variación del orden del 6% o más del PIB nacional. Y el escenario pesimista, con 10%, prevé una recaída mundial, proteccionismos y desequilibrios por doquier, que impactarán negativamente nuestra economía, agravada por un ambiente político adverso al clima de los negocios que incluye una abrupta ruptura de los diálogos de paz y una fuerte polarización de los poderes públicos. Como si fuera poco, Colombia es eliminada del Mundial de Fútbol en el segundo partido.

Var. % de las ventas detallistas en EE.UU



Fuente: www.census.gov

* Provisional.

** Proyección.

REVOLUCIÓN PUBLICITARIA EN EL COMERCIO



Acaba de divulgarse un estudio auspiciado por ANDA y Asomedios sobre las nuevas tendencias y cifras de la publicidad en Colombia. Fue publicado en la revista *El Malpensante* de diciembre pasado. Los tres sectores que más invierten en publicidad son alimentos y golosinas, comercio y turismo y bebidas. En casi todos los sectores la mayor inversión se realiza en televisión, con dos notables excepciones: el sector automotor, que prefiere cargarle la mano a periódicos y el comercio y turismo, que destina el mayor porcentaje, 32.1% al denominado BTL o publicidad no convencional. Este hallazgo es una señal para que las agencias de publicidad se ocupen prioritariamente en diseñar campañas diferentes. Tradicionalmente las campañas de marketing se basan en medios masivos como la



TV, radio y diarios (*above the line*), pero ahora las empresas, particularmente las del gran comercio, realizan campañas directas a segmentos específicos usando otros medios, y esa es la definición del *marketing Below the line* (bajo la linea). El BTL incluye principalmente el *marketing directo*, el *marketing promocional*, los eventos, *merchandising*, mercadeo en el punto de venta, e-mail e Internet. El crecimiento de la tecnología e Internet permite desarrollar



bases de datos de compradores y enfocar mejor las campañas. El *marketing BTL* es ante todo una acción "en el campo" para llegar directamente al comprador elegido evitando los medios masivos.



EL PANORAMA LABORAL POR CIUDADES

TASA DE DESEMPLEO URBANA SEGÚN CIUDADES Trimestre móvil Septiembre - Noviembre

Ciudad	2011	2012	2013	TGP	TS (obj)
Quibdó	16,5	15	16,5	62,4	6,5
Armenia	15,5	15,4	13,7	61,6	14,2
Cúcuta	13,4	13,4	13	67,3	14,2
Cali	14,6	13,8	12,6	66,4	14,8
Popayán	16,6	17	12,6	56,5	9,5
Ibagué	15,6	11,1	11,7	68,7	17,4
Pereira	15	14,8	11,6	60	7,1
Florencia	13	12	11,3	59,8	8,5
Manizales	11	11,1	10,8	60,8	8,7
Villavicencio	10,1	11	10,6	64,3	9,1
Neiva	10	11,8	10,5	65,9	15,3
Tunja	11	10,7	10,5	62,9	8,6
Sincelejo	12,2	9	10,2	63,6	9,3
Montería	11,2	11,9	10,1	67,9	9,1
Cartagena	9,6	9,9	9,8	60,2	7,4
Medellín	11,2	11,4	9,6	66,5	10
Total 23 ciudades	10,4	10,4	9,5	66,4	11,3
Total 13 ciudades	10,2	10,2	9,3	67,4	11,5
Pasto	11,7	12,5	9,2	67,9	18,2
Santa Marta	9,9	10,2	9,2	62,4	11,1
Riohacha	10	12,6	9,1	65,8	14,9
Valledupar	10,8	9,3	8,8	60,2	6,6
Barranquilla	8,7	9,1	8,1	61,1	7,3
Bogotá	7,9	8,4	7,8	71,4	12,3
Bucaramanga	9,4	7,9	7,6	68,6	9,3

Fuente: DANE

TGP—Tasa Global de Participación

TS (Obj)—Tasa de subempleo objetivo

LA RECETA COLOMBIANA

En México los medios especializados y voceros del Gobierno miran con mucho interés el desarrollo que en nuestro país ha tenido el sector de hidrocarburos. Ellos tienen un problema muy complejo como es el estancamiento en su producción de petróleo por falta de incentivos para encontrarlo. En México se pondera el hecho de que Colombia, gracias a una serie de reformas, logró incrementar su producción 74% entre 2003 y 2012, y que se ya superamos la producción diaria de un millón de barriles. En México cayó 25%.

Entre los cambios, Colombia creó la Agencia Nacional de Hidrocarburos para gestionar el sector y adoptó un modelo de contratos de regalías e impuestos para incentivar la inversión privada. También se colocó parte de Ecopetrol en la Bolsa. En México al

parecer no están dadas las condiciones para que un inversionista alcance un equilibrio de rentabilidad y riesgo y por ello hay que trabajar para alcanzar una mejor propuesta contractual. En Colombia, los contratistas dan al estado una regalía de entre 8 y 25% de la producción diaria, y el resto queda en sus manos para comercializarlo. El gobierno de Enrique Peña Nieto planteó adoptar los contratos de utilidad compartida. Las grandes petroleras prefieren las concesiones que les dejan sumar las reservas de crudo a sus hojas de balance. Actualmente en el Congreso mexicano se discute por una mayor apertura del sector petrolero pero hay mucha resistencia a la posibilidad de que Pemex se privatice mínimamente.



LOS PENSADORES MÁS INFLUYENTES DEL MUNDO

Un grupo de investigación del GDI, Gottlieb Duttweiler Institute, de Suiza, identificó los 100 pensadores más influyentes de la actualidad. Para realizar el *ranking* sus autores calcularon el número de veces que otros pensadores citan a intelectuales en medios especializados.

El primer hallazgo es que la lista la conforman en su gran mayoría especialistas en asuntos concretos, ilustres desconocidos para los que no pertenecen al mismo campo del saber: no hay enciclopedistas capaces de tratar con propiedad casi cualquier tema. Otro hallazgo es el predominio de los economistas. Para el 99.5% de los colombianos estos nombres son desconocidos y ojalá pudiéramos invitarlos a que movieran un poco el cotarro intelectual, que por momentos luce bastante aletargado. Esta es la lista de los más influyentes, los que mueven las ideas del mundo hoy, en la versión del portal elconfidencial.com:

1. Richard Florida

La lista se encuentra encabezada por el creador del concepto de la "clase creativa". El experto en geografía y crecimiento económico es el pensador que mejor ha analizado los cambios que se han producido en la ciudad moderna en lo referente a la reordenación de los focos de talento. Dice que no hay nada que favorezca tanto el desarrollo de un centro urbano como la captación del talento creativo.



2. Thilo Sarrazin



Fue Senador de su país Alemania entre 2002 y 2009 sostiene que Alemania se suprime a sí misma al apoyar las inmigraciones. Dice que el precio que ha tenido que pagar su país por la multiculturalidad que ha abrazado tras la Segunda Guerra Mundial ha sido demasiado alto en comparación con los hipotéticos beneficios obtenidos. Asegura que Europa no necesita el euro y aboga por la desaparición de la moneda única comunitaria.

R
E
F
L
E
X
I
O
N
E
S

3. Daniel Kahneman

El primer ganador del Premio Nobel de la lista, que ganó en la categoría de economía en 2002. Es el creador de la Teoría de las Perspectivas que, a grandes rasgos, describe de qué manera los individuos toman decisiones en entornos donde la incertidumbre es alta y los comportamientos son, en muchos casos, no racionales y por lo tanto, poco predecibles.



4. David Graeber



Este norteamericano está en contra de la globalización. Su último trabajo, *En deuda: una historia alternativa de la economía*, aborda el problema de la deuda económica y las implicaciones que nuestra comprensión actual del dinero tienen en el entramado económico mundial.

X
I

5. Steven Pinker

Autor de los libros *El instinto del lenguaje: cómo crea el lenguaje la mente* y *Cómo funciona la mente*, aparece con mucha frecuencia en los listados de las personas más influyentes del mundo.



O
N

6. Douglas Rushkoff



Novelista, divulgador, *cyberpunk*, ensayista y documentalista. Rushkoff es un importante teórico de los medios de comunicación e Internet, creador de conceptos utilizados hoy en día como "nativo digital" o "viralidad". Su último trabajo alude al "presentismo", o la obsesión por un presente que se nos escapa continuamente y que ha hecho olvidar la preocupación del ser humano por el futuro.

E
S

R

E

F

L

E

X

I

O

N

E

S

7. Niall Ferguson

Este historiador escribió *El triunfo del dinero: cómo las finanzas mueven el mundo*. Ahí describe cómo el desarrollo de la historia de la economía nos conducía inevitablemente a una crisis causada por el exceso de deuda de Estados Unidos.



8. David Gelernter



Profesor de ciencias computacionales de la Universidad de Yale. Gelernter publicó a comienzos de la década de los 90 *Mirror Worlds*, en el que describía cómo sería el mundo tras la difusión masiva de internet. Además, Gelernter ha criticado con dureza el ámbito académico estadounidense, que considera que ha generado desde finales de los años cuarenta un punto de vista único.

9. Frank Schirrmacher

Periodista alemán, autor de algunos de los ensayos más importantes de la historia reciente de su país. Documenta muy bien su teoría de que la desaparición de la familia como institución social conduce a que nuestras relaciones personales fuesen reducidas a la mínima expresión. Fue uno de los primeros en advertir los problemas que podía acarrear el envejecimiento de la población en su ensayo *La conspiración de Matusalén*.



10. Franz Josef Radermacher



Otro alemán, es uno de los fundadores del Global Marshall Plan, propuesto por primera vez por Al Gore, que tiene como objetivo erradicar la pobreza y salvar los recursos naturales del planeta.

