LOS CONSUMIDORES ABANDONAN LA COMODIDAD DE SUS HOGARES



Bitácora Económica

www.fenalco.com.co

- MENOR INCERTIDUMBRE EN GENERAL
- APOYO REAL A CONSUMIDORES Y COMERCIO VÍA CRÉDITO
- LA ELECTRIFICACIÓN DE VEHÍCULOS Y EL EMPLEO
- LAS VENTAS EN LÍNEA, OPORTUNIDAD DE CRECIMIENTO PARA EL COMERCIO



AGOSTO

2021

CONTENIDO

AGOSTO 2021

1. LOS CONSUMIDORES ABANDONAN LA COMODIDAD DE SUS HOGARES

2. MENOR INCERTIDUMBRE EN GENERAL

3. APOYO REAL A CONSUMIDORES Y COMERCIO VÍA CRÉDITO

4. LA ELECTRIFICACIÓN DE VEHÍCULOS Y EL EMPLEO

5. LAS VENTAS EN LÍNEA, OPORTUNIDAD DE CRECIMIENTO PARA EL COMERCIO

6. HACIA UNA NUEVA NORMALIDAD

7. Reflexiones
LECCIONES EMPRESARIALES DE LA PANDEMIA

VIGILADO SuperSubsidio

Jaime Alberto Cabal Sanclemente
Presidente

Rafael España González
Director Económico

Dorys Trujillo Beltrán

Alejandro Amézquita
Asesores Económicos

LOS CONSUMIDORES ABANDONAN LA COMODIDAD DE SUS HOGARES

En julio salió el sol para el comercio. Nuestra encuesta mensual revela que el 65% de los consultados logró aumentar sus volúmenes de ventas frente al mismo mes del año anterior, para el 23% fueron "sensiblemente iguales" y el 12% consideró que fueron más bajos. *En muchas categorías las ventas fueron superiores a las observadas en julio de 2019, escenario sin los efectos de la pandemia.* Sectores que venían arrastrando cifras negativas desde marzo del año pasado como la confección, productos textiles, calzado y marroquinería, hicieron su agosto en julio y sus empresarios consideraron que julio ha sido hasta el momento el mejor mes del año. El regreso a cuentagotas a las actividades presenciales educativas estimuló la compra de uniformes y útiles escolares. Luego de más de un año sin presencialidad escolar, los infantes aumentaron de talla y sus padres tuvieron que comprarles ropa y calzado. En julio del año anterior las ventas del comercio detallista según DANE cayeron 12.4%, lo que indica que buena parte del positivo resultado de ahora es por la baja base con la que estamos comparando. Se destaca el buen registro de ventas de las estaciones de servicio, repuestos y partes para vehículos y motos, producto de la recuperación de las posibilidades de las familias de viajar por nuestras carreteras. Igual, ferreterías y materiales de construcción tuvieron en julio un soplo de aire fresco. También destacamos un apreciable aumento en las ventas físicas, como quiera que ante la apertura plena de locales, la disminución del confinamiento y el avance de la vacunación, se ha reducido la propensión de las familias a comprar vía e commerce. En particular, se registra reducción en las compras virtuales de mercado. A pesar del dinamismo reciente del comercio, las tiendas de barrio no alcanzan sus niveles de ventas prepandemia, según nuestras evaluaciones al desempeño del canal tradicional.

Comportamiento de las ventas del comercio

MES	VENTAS		
	+	=	-
Jul-20	15	19	66
Ago	14	21	65
Sep	21	25	54
Oct	24	30	46
Nov	24	37	39
Dic	24	38	38
Ene-21	17	19	64
Feb	28	28	44
Mar	49	23	28
Abr	51	31	18
May	47	34	19
Jun	59	24	17
Jul	65	23	12

Expectativas de las ventas del comercio

MES	EXPECTATIVAS		
	+	=	-
Jul-20	23	48	29
Ago	32	55	13
Sep	33	55	12
Oct	34	57	9
Nov	26	63	11
Dic	22	50	28
Ene-21	38	40	22
Feb	39	53	8
Mar	29	53	18
Abr	27	51	22
May	38	48	14
Jun	38	55	7
Jul	57	39	4

Fuente: Fenalco

MENOR INCERTIDUMBRE EN GENERAL

El equipo técnico del Banco de la República sorprendió a comienzos de este mes a la opinión con un importante aumento en su proyección de crecimiento para 2021 desde 6,5% de hace un par de meses a 7,5%. En su análisis, el Banco destaca cómo la actividad económica muestra un retorno a su tendencia de crecimiento luego del retroceso en mayo provocado por los bloqueos a las vías y los problemas de orden público. El Índice de Confianza del consumidor(ICC) calculado por Fedesarrollo continuó mejorando en julio, aunque aún se mantiene en terreno negativo. La disposición a comprar bienes durables aumentó especialmente en Barranquilla y Medellín. De acuerdo con nuestra encuesta, el 57% de los afiliados piensa que sus actividades empresariales mejorarán en el transcurso de los próximos seis meses en tanto que para sólo el 4% las cosas tenderán a empeorar. En nuestra encuesta de julio preguntamos a los afiliados al Gremio por el nivel de empleo en sus empresas, con respecto al observado en igual mes del año pasado. El 28% manifestó que aumentó, el 54% dijo que se mantenía igual y 18% de los consultados reportó disminución. Visto con la óptica optimista, el 82% de los comerciantes mantuvo o aumentó su nómina. Sin embargo, muchos de los consultados dijeron que literalmente han tenido que hacer "gimnasia bancaria" para pagar las nóminas y los créditos y aplaudieron que en el proyecto de reforma tributaria se mantengan los apoyos estatales al pago de la nómina (PAEF). No obstante este mejoramiento de la economía y del clima de los negocios, el tejido empresarial continúa en gran parte desgarrado. Por estas razones, y ante la realidad de que la reactivación económica es aún incipiente y que todavía no se alcanzan los niveles de producción observados en 2019, consideramos que durante la discusión del proyecto de reforma tributaria que se adelanta actualmente en el congreso de la República, no se incluyan de medidas que perjudiquen a la clase media, el patrimonio de las personas naturales y al tejido empresarial, especialmente a las micro y pequeñas empresas tan golpeadas por la coyuntura actual, imponiendo IVAs o impuestos al consumo de bienes y productos de ordinario consumo en la población. Hay que aceptar que ésta será una reforma tributaria liviana.

Evolución del ICC por ciudades

Ciudad	jul-20	jun-21	jul-21
Bogotá	-32,9	-23,5	-6,2
Medellín	-35,2	-20,0	-2,9
Cali	-30,7	-23,1	-18,7
Barranquilla	-32,6	-20,2	-9,8
Bucaramanga	-26,0	-15,4	-6,8
Total	**-32,7**	**-22,3**	**-7,5**

Fuente: Fedesarrollo

VIGILADO SuperSubsidio
Cafam Droguerías VTEX grupo éxito SENA Funeraria San Vicente S.A. más allá de sus exigencias... DHL

APOYO REAL A CONSUMIDORES Y COMERCIO VÍA CRÉDITO

Queremos compartir la buena noticia de que nuestra aliada estratégica, la Fintech Referencia, financió más de US$33 millones a consumidores en el primer semestre del año para apoyar al comercio colombiano. La compañía colombiana tiene vinculados a más de 1.000 comercios que ofrecen sus productos de financiación. Sin duda, este ha sido un apoyo tangible a la actividad comercial colombiana. Su principal solución "Li$to Pago-a-Plazos" fue la protagonista al aliviar el bolsillo de los compradores y liberar el flujo de caja de los comercios tras habilitar créditos en los puntos de pago, por valores que van de $1 a $10 millones y la posibilidad de pagarlos hasta en 36 cuotas.

Este logro se debe a las alianzas con establecimientos afiliados a FENALCO entre los que se encuentran marcas de colchones, llantas, muebles, clínicas odontológicas, electrodomésticos, materiales de construcción, bicicleterías, universidades y joyerías, entre otras. Para el segundo semestre de 2021 la compañía está comprometida con la reactivación de los comercios buscando habilitar más de US$50 millones adicionales en planes de pago a plazo a través de su red de comercios. Para esto se plantea seguir vinculando establecimientos que tengan ventas superiores a $500 millones mensuales.

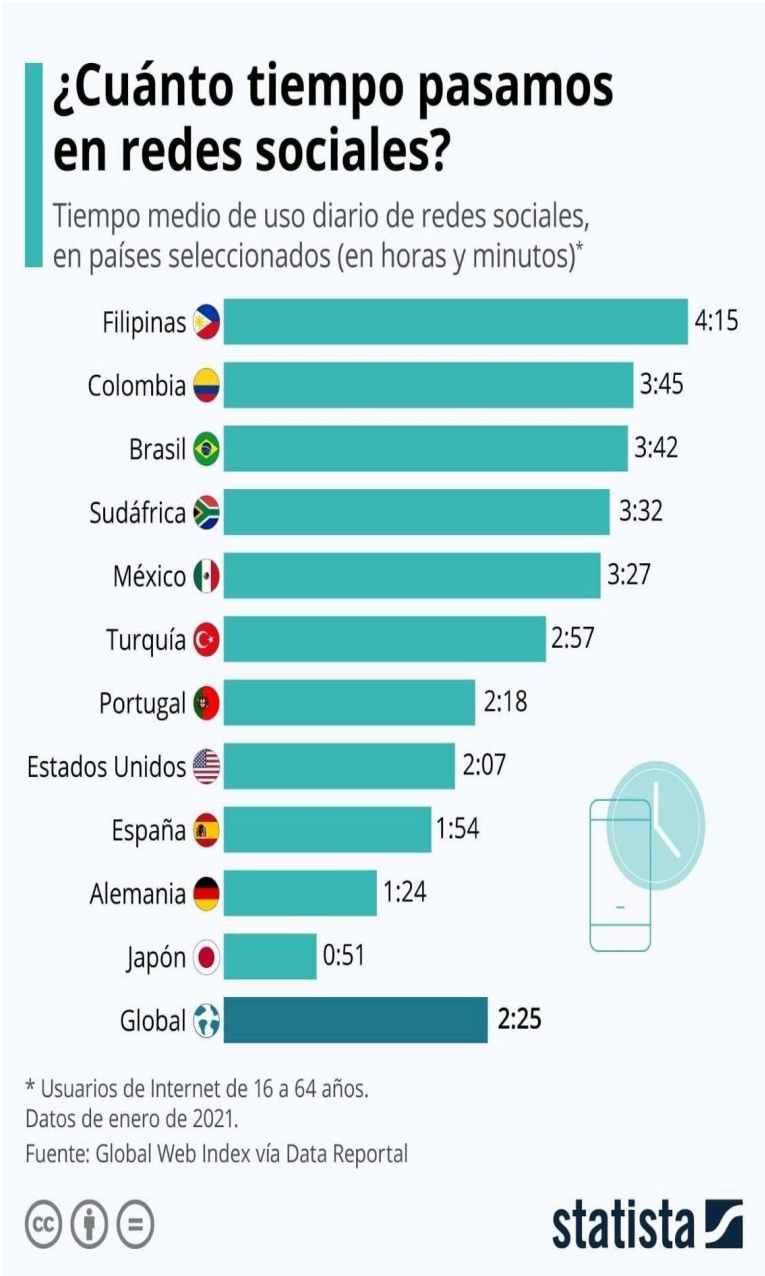
Los comercios siempre estarán acompañados de Referencia, compañía líder en financiación en punto de venta que los escucha y apoya cuando ofrecen financiación a sus compradores. Hay una alta demanda por parte de los usuarios para acceder a un amplio abanico de prestación de servicios financieros digitales. Dentro de las fintech, son 83 empresas que conforman el segmento de crédito digital, y dentro de éstas, menos de 5 las que se especializan en entregarlo en el punto de venta. De estas pocas, Referencia es líder indiscutible. Los volúmenes de crédito colocados por la Fintech Referencia son fondeados por instituciones financieras colombianas que, a su vez, se benefician al aumentar su cartera colocada en créditos de consumo. Li$to Pago-a-Plazos integra a los distintos jugadores (Comercio, Consumidor y Banca) y resuelve necesidades de cada uno.

Más información sobre los servicios de la Fintech Referencia en www.referencia.co



LAS VENTAS EN LÍNEA, OPORTUNIDAD DE CRECIMIENTO PARA EL COMERCIO

La llegada del covid-19 al mundo provocó la aceleración en temas de innovación para el mundo, señales que ya existían de forma aislada. Tendencias como el teletrabajo y las ventas en línea se convirtieron en útiles herramientas para empresarios y consumidores. Nadie discute que el acceso a nuevas tecnologías y la continua transformación digital son valiosas herramientas para que los negocios sean más competitivos.



En Colombia el e commerce alcanzó máximos históricos durante el año anterior. Hay que admitir que muchos consumidores se sienten muy cómodos comprando a través de sus celulares, computadores y tablets. Estadísticas de los bancos y plataformas sugieren que las ventas en línea crecieron cerca de un 50% durante el segundo trimestre del 2021 en comparación al mismo periodo del año anterior y su crecimiento frente al primer trimestre del 2021 fue del orden del 15%. Nuestra encuesta al comercio FENALCO de julio reveló que el 48% de los comerciantes está haciendo ventas no presenciales, así sea en una cuantía mínima. Será preciso que los empresarios procuren estar actualizados en las últimas tendencias digitales para lograr que los consumidores tengan acceso a todo su catálogo de productos.

Al contrastar la información de crecimiento de ventas en línea con el número de horas que pasan la gente en redes sociales, los colombianos se encuentran dentro de los usuarios de internet que más tiempo utilizan las redes sociales. Como lo muestra el gráfico, son casi cuatro horas al día. Esto significa que las ventas de social commerce, un segmento de las ventas en línea, presentan grandes ventajas, especialmente, con la captación de los grupos de edad más importantes por medio de tiendas especializadas y publicidad para cada tipo de consumidor. Así mismo, el escenario del Social Commerce es excelente para ampliar la participación de los clientes más fieles a promociones exclusivas y de esta manera conseguir una mayor fidelización y hasta una mayor sensación de pertenencia.

SERVIENTREGA Centro de Soluciones
Funeraria CAMPOS DE PAZ Contigo
La Economía Droguería
TANATIL Químicos preservantes profesionales
Colsubsidio Con todo lo que te mereces
SIEMPRE EFICIENTE. SIEMPRE DEPRIS

LA ELECTRIFICACIÓN DE VEHÍCULOS Y EL EMPLEO

El sector automotor es clave en la economía mundial. La evolución de esta industria, en términos de organización del trabajo, modos de producción y continuas innovaciones tecnológicas, hace que sea generadora de millones de empleos a nivel mundial y fuente de inspiración para otros sectores económicos. La producción mundial anual de vehículos supera los 90 millones de unidades (excepto en 2020 que se produjeron 77.8 millones de unidades) y genera ocho millones de empleos directos al año.El sector experimenta cambios profundos por la creciente digitalización de la producción y la necesidad de fabricar automóviles más ecológicos. Estos cambios generarán un impacto sobre la calidad y la cantidad de empleos. Por ejemplo, los vehículos eléctricos tienen menos piezas móviles y una vida útil más larga y se necesitan menos horas de fabricación, de mantenimiento y de reparación por vehículo. En 2020 se vendieron 3.2 millones de vehículos eléctricos, alcanzando una participación del 4,2% sobre el total de las ventas a nivel mundial.

En Colombia, la electrificación de la movilidad avanza de manera moderada. Según el RUNT en el 2020 se vendieron 1.307 vehículos eléctricos, presentando una participación del 0,7% sobre el total de las ventas de vehículos y a cierre de junio del 2021 se han vendido 512 vehículos eléctricos. En cuanto al empleo en el sector automotor y teniendo en cuenta que Colombia no es productor de vehículos eléctricos, se tiene disminución en el total de empleados del sector del 12,5%; Este desplome no se atribuye, para nada, a la electrificación sino a que el año pasado el sector fue uno de los más afectados por la pandemia.

Población ocupada en el sector automotor 2019 y 2020			
Ramas de la actividad económica	**2019**	**2020**	**Var %**
Fabricación de vehículos automotores y sus motores n.c.p.	7.282	5.956	-18,2%
Fabricación de carrocerías para vehículos automotores; fabricación de remolques y semiremolques	7.410	7.349	-0,8%
Fabricación de partes, piezas (autopartes) y accesorios (lujos) para vehículos automotores	14.954	13.291	-11,1%
Comercio de vehículos automotores	51.770	32.097	-38,0%
Mantenimiento y reparación de vehículos automotores	314.408	272.767	-13,2%
Comercio de partes, piezas (autopartes) y accesorios (lujos) para vehículos automotores	64.203	48.108	-25,1%
Comercio, mantenimiento y reparación de motocicletas y de sus partes, piezas y accesorios	104.978	114.955	9,5%
Total empleos en el sector automotor	**565.005**	**494.523**	**-12,5%**
Total empleos a nivel nacional en todas las ramas de la economía	**22.287.280**	**19.843.475**	**-11,0%**
Participación % del sector automotor	**2,54%**	**2,49%**	

Fuente: Datos DANE GEIH 2019 y 2020, cálculos FENALCO

Los vehículos cero emisiones son el futuro del mercado automotor y del medio ambiente. También representan una oportunidad para realizar una “transformación del empleo” sectorial, ya que la industria automotriz del futuro necesitará más trabajadores altamente cualificados con competencias técnicas. La producción de vehículos eléctricos generará la creación de puestos de trabajo en sectores como electricidad, fabricación de baterías, piezas eléctricas y maquinaria, montaje de la infraestructura de estaciones de recarga eléctrica y su mantenimiento. Sin duda, este panorama representa una oportunidad y un gran reto para las instituciones de formación técnica.



HACIA UNA NUEVA NORMALIDAD

El aumento en la cobertura de vacunación contra el Covid, la reapertura física de actividades empresariales, la vuelta paulatina a la presencialidad en oficinas y planteles educativos, y en general la progresividad hacia la normalidad, los empresarios colombianos son conscientes que algunas tendencias están cambiando. Por ejemplo, se anticipa la prolongación en los próximos años de modelos de trabajo semipresencial o completamente virtual, lo que puede incentivar el interés de ciertos segmentos de la población por la adquisición de vivienda en las periferias. También los servicios vía plataformas virtuales como citas médicas, educación, entretenimiento y servicios profesionales, todos desde la comodidad de la casa. Igualmente, hay un creciente interés, genuino por demás, por la protección del medio ambiente, que se refleja en una mayor demanda de marcas que brinden alternativas sostenibles. Los almacenes de gran formato en el país han comenzado a exigir a sus proveedores ser más respetuosos de la sostenibilidad. El nuevo consumidor demanda conveniencia, digitalización y bioseguridad al momento de comprar. Los comercios deben redoblar esfuerzos y aumentar inversiones que permitan personalizar más sus servicios. Por ejemplo, hay que trabajar arduamente en herramientas que permitan asegurar una garantía de devolución de dinero, aprovechar economías de escala, invertir en desarrollos tecnológicos y profundizar la capacidad de generar, manejar y procesar datos. FENALCO, tanto desde la Presidencia como desde sus seccionales y capítulos, ha desplegado en estos tiempos de pandemia y virtualidad, una intensa y exitosa labor de capacitación para sus afiliados, grandes, medianos y chicos, tanto en cursos y conferencias temáticas como en eventos especializados, los cuales han tenido asistencia superior a la esperada.

SERVIENTREGA Centro de Soluciones
Funeraria CAMPOS DE PAZ Contigo
La Economía Droguería
TANATIL Químicos preservantes profesionales
Colsubsidio Con todo lo que te mereces
SIEMPRE EFICIENTE. SIEMPRE DEPRISA

LECCIONES EMPRESARIALES DE LA PANDEMIA

La crisis sanitaria ha supuesto un vuelco en diferentes planos de la sociedad. En todos los sectores han tenido que darse procesos de adaptación. Y, como no podía ser de otro modo, el plano empresarial no ha sido menos. Las empresas han tenido que adaptarse y forzar cambios. Muchos de esos cambios han demostrado su eficacia. La historia ha demostrado que en las grandes crisis como los grandes conflictos bélicos o en los grandes retos tecnológicos (enviar el hombre a la luna) el ser humano se ha visto forzado a innovar y a cambiar de formas de trabajar que han supuesto un salto cualitativo respecto a las formas de trabajar e incluso de vivir. Como en cada crisis de la historia, no todo es negativo y siempre se puede extraer una enseñanza. Es posible extraer algunas lecciones que la pandemia nos está dejando, que convendría a la gerencia tener en cuenta y aprovechar.

Cambios ágiles en los modelos de gestión



El trabajo en remoto ha forzado a llevar a cabo un conjunto de comportamientos en las organizaciones que antes no realizaban y que han demostrado ser mucho más eficaces. Eran comportamientos que parecían muy difíciles de implementar y sin embargo cuando el confinamiento ha forzado su ejecución se ha llevado a cabo. Este fenómeno ha demostrado que las dificultades para cambiar algunos modelos de gestión pueden obviarse con un mayor empeño por parte de los directivos y empleados. Imperativo será replantearse todo el tiempo y esfuerzo que se invierte en promover la gestión del cambio, puesto que la pandemia ha demostrado que cuando ha sido urgente y necesario, el cambio se ha producido rápidamente y sin dificultades insalvables. El Covid se convirtió en el mayor acelerador de la gestión del cambio.

Implementación del trabajo por objetivos



Otra de las cosas que ha evidenciado la pandemia es que es posible poder cumplir los objetivos de la empresa sin necesidad de controlar presencialmente. Este cambio, no es solo una cuestión relativa a la confianza, sino que impacta en cuestiones muy importantes como la necesidad de tener mandos intermedios en las empresas cuya única o principal tarea es el control presencial de las personas, replantearse los modelos de medir el desempeño de las personas o incluso la definición de perfiles necesarios en las empresas.

VIGILADO SuperSubsidio

Reuniones online más productivas



La pandemia ha demostrado también que se pueden llevar a cabo muchas más reuniones y más productivas de forma remota. En las reuniones presenciales, solo el traslado ya podía consumir tanto tiempo como la propia reunión. El modelo de teletrabajo también ha forzado la utilización de herramientas de productividad, y no solo las videoconferencias, sino también la utilización de las agendas electrónicas y una mayor puntualidad en el cumplimiento de los tiempos de la reunión. El profesor español Jordi Damiá, experto en asuntos estratégicos empresariales, asegura que la necesidad de uso de asistentes humanos para la gestión de agendas y reuniones se puede reducir sensiblemente.

Cambios en los procesos de negocio y en las funciones



Todas las organizaciones han visto como sus techos de cristal respecto a implementar cambios en modelos de negocio, cambios en funciones y formas de trabajar, se han roto en añicos. Las compañías de sectores estratégicos han producido mucho más de lo que habían producido y en un tiempo récord, las compañías que eran solamente presenciales se han transformado en digitales, muchas compañías que han tenido que flexibilizar sus relaciones laborales y seguir trabajando, lo han conseguido gracias a la priorización de acciones. Pero también, aquellas empresas que debían implementar modelos de servicio al cliente diferentes, mal que bien, lo han llevado a cabo. En este sentido, vale la pena subrayar que en el caso del comercio detallista, es necesario concederle gran importancia a la fidelización: retener a aquellos consumidores que se ganaron en el último año y/o reconquistar aquellos que se perdieron.

Teletrabajo



El impacto del teletrabajo ha sido largamente comentado ya, pero los cambios profundos que puede provocar van más allá de la capacidad de trabajar de forma no presencial: reducción de los viajes de empresa para reuniones intra compañía, reducción de los viajes de empresa para reuniones externas, tener a disposición a talento globalizado, modelo de contratación de talento o incluso facilidad para penetrar en otros mercados o países.

La división informática es estratégica



La informática ha sido una palanca básica para mantener las operaciones de las empresas. Esto ha provocado que el nivel de importancia estratégica de los departamentos de tecnología haya aumentado en la mayoría de las organizaciones, cuando en la situación pre-pandemia en muchos casos, el equipo humano informático no era percibido como un departamento estratégico. Mantener y potenciar la importancia de esta sección como una gran herramienta competitiva dentro de las empresas es una oportunidad que se debe aprovechar. Las encuestas empresariales recientes nos confirman que un porcentaje mayoritario de firmas tiene como prioridad en sus inversiones la modernización tecnológica, con el propósito de adaptarse a las tendencias del mercado.

La pandemia ha demostrado que la capacidad del cambio y la resiliencia de las empresas es mucho mayor de lo que habíamos pensado. El profesor Damián subraya que es importante que tomemos todo aquello que se ha demostrado más eficaz que el modo de trabajo anterior a la pandemia y lo sepamos aprovechar.