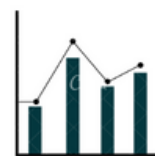


REFORMAS Y TEMORES: LO QUE PREOCUPA A LOS EMPRESARIOS COLOMBIANOS

DICIEMBRE DE 2024



- **Noviembre modestamente positivo para el comercio**
- **La burocracia sofoca a las empresas en Colombia**
- **¿Confecciones colombianas competitivas?**
- **Los temas de más impacto en las cumbres del retail**
- **La disrupción de la IA: Desafíos para el empleo juvenil**
- **¿Por qué Chile tiene el doble de PIB per cápita que Perú?**





CONTENIDO

1. **Noviembre modestamente positivo para el comercio**
2. **Reformas y Temores: Lo que Preocupa a los Empresarios Colombianos**
3. **La burocracia sofoca a las empresas en Colombia**
4. **¿Confecciones colombianas competitivas?**
5. **Los temas de más impacto en las cumbres del retail**
6. **La disrupción de la IA: Desafíos para el empleo juvenil**
7. **Reflexiones: ¿Por qué Chile tiene el doble de PIB per cápita que Perú?**



Jaime Alberto Cabal Sanclemente
Presidente

Rafael España González
Director Económico

Arnaldo Salgado Ruiz
Asesor Económico

Javier Alejandro Garzón
Practicante

Alicia Villarraga
Apoyo Editorial

NOVIEMBRE MODESTAMENTE POSITIVO PARA EL COMERCIO

El comercio es el termómetro de la economía. Por ello, para tener una buena idea del comportamiento económico general sirve examinar los indicadores del comercio. En este sentido, desde septiembre se vienen advirtiendo variaciones positivas en las ventas de un cada vez más alto número de categorías. En septiembre, por ejemplo, de las 19 líneas investigadas en la Encuesta de Comercio al Por Menor del DANE, 8 registraron saldo en rojo y 11 signo positivo. Hace un año, esos números fueron de 14 y 5 respectivamente. En noviembre el comportamiento del comercio volvió a mostrar signos alentadores, lo que sugiere que la economía colombiana en su conjunto también tuvo señales de recuperación.

Evolución de las expectativas

MES	VENTAS			EXPECTATIVAS		
	Más altas	Iguales	Más bajas	Más altas	Iguales	Más bajas
nov-23	21	53	26	26	48	26
dic-23	20	45	35	30	40	30
ene-24	20	47	33	29	48	23
feb-24	16	50	34	27	47	26
mar-24	16	51	33	24	48	28
abr-24	19	49	32	23	48	29
may-24	19	50	31	24	45	31
jun-24	22	47	31	21	57	22
jul-24	24	46	30	26	55	19
ago-24	24	47	29	26	50	24
sept-24	26	46	28	31	48	21
oct-24	29	46	25	31	49	20
nov-24	31	45	24	31	46	23

Fuente: Encuesta FENALCO

De acuerdo con nuestra encuesta de opinión, el 31% de los empresarios consultados dijo que sus ventas expresadas en cantidades físicas fueron superiores a las de igual mes del año pasado, un 45% considera que fueron similares y para el 24% hubo retroceso. La celebración del black friday, que en realidad se convirtió en “black days”, contribuyó al aceptable cierre. Adicionalmente, noviembre en esta ocasión tuvo cinco fines de semana, lo que se reflejó en una mayor afluencia de clientes a los locales y a los centros comerciales. El sector automotor, con el empuje recibido por la realización del Salón del Automóvil en Corferias en Bogotá, así como por formatos similares en varias ciudades, siempre con el decidido apoyo y batuta de FENALCO, tuvo un noviembre muy positivo. Se destacaron también las ventas de las categorías de vestuario y calzado, aparatos de telefonía celular y computadores, debido en gran parte a los descuentos otorgados por los comerciantes con motivo de los “black days”.

Las expectativas inmediatas, entre tanto, no registraron en noviembre un mejoramiento frente a los valores del mes anterior: para el 31% de los consultados las cosas en general tenderán a mejorar pero para el 69% la situación se mantendrá igual o empeorará. Lo cierto es que en el país el ambiente de recuperación todavía adolece de un escenario positivo y no se vislumbra aún un estartazo para levantar el ánimo inversionista. Con todo, cabe señalar que el ambiente que se respira en el sector de gran consumo (supermercados y minimercados), de cara a la temporada de fin de año es más optimista que el promedio. En diciembre la indulgencia de los consumidores crece: las compras de carnes frías, harinas para buñuelos y natilla, galletas, licores y un largo etcétera, se disparan. En lo corrido del año hasta septiembre según el DANE, las ventas de alimentos en el canal moderno del comercio, disminuyen 0.3%. Los supermercados esperan pasar el año raspando con una variación acumulada ligeramente por encima de cero.

REFORMAS Y TEMORES: LO QUE PREOCUPA A LOS EMPRESARIOS COLOMBIANOS

En nuestra encuesta mensual de comercio, consultamos a los empresarios sobre los principales problemas que afectan el desarrollo de su actividad. Presentamos sus respuestas en octubre y su respectiva comparación con las obtenidas en los dos años anteriores, con el propósito de identificar tendencias y cambios en su percepción. Este enfoque nos permite evaluar cómo ha evolucionado el panorama empresarial, considerando dos factores clave: el fin de la pandemia y la instauración de un gobierno de izquierda en la Casa de Nariño.

Problemas que afectan la actividad empresarial	oct 2022	oct 2023	oct 2024
Baja demanda	13%	23%	17%
Cartera	5%	8%	9%
Contrabando	3%	3%	5%
Costos de adquisición de mercancía	27%	17%	7%
Costos del crédito	9%	11%	7%
Escasez de personal calificado	3%	6%	7%
Escasez de productos que comercializo	14%	4%	1%
Exceso de regulación	6%	7%	7%
Informalidad	7%	7%	10%
Inseguridad	10%	13%	12%
No tengo mayores problemas	3%	1%	1%
Incertidumbre reformas			17%

Fuente: Encuesta Fenalco

En 2024, emerge un nuevo tema que preocupa al sector: la incertidumbre generada por las reformas en curso. Según los resultados, el 17% de los empresarios encuestados expresan temor ante las posibles consecuencias que podrían tener la Reforma Laboral, la de la Salud y la Ley de Financiamiento sobre sus negocios. Este hallazgo refleja el negativo impacto que decisiones políticas erráticas tienen en el clima de confianza empresarial.

La baja demanda sigue ocupando lugares de vanguardia en la odiosa lista de los temas que trasnochan a los comerciantes. En comparación con 2022 este problema ha aumentado, pasando del 13% al 17% y respecto a 2023, disminuyó 6 puntos porcentuales. La baja demanda como preocupación de primer grado para los empresarios se explica por el pobre comportamiento del consumo de los hogares en el presente año. De acuerdo con las Cuentas Nacionales del DANE, éste apenas ha aumentado en un 1% durante los primeros nueve meses, variación incluso por debajo del crecimiento poblacional. Los costos de adquisición de mercancías preocupan al 7% de los empresarios, una cifra relativamente baja en comparación a la registrada en octubre de 2022 (27%), lo que sugiere un mejoramiento en la cadena de suministro mundial y una disminución en el ritmo de crecimiento de los precios al por mayor y al consumidor final.

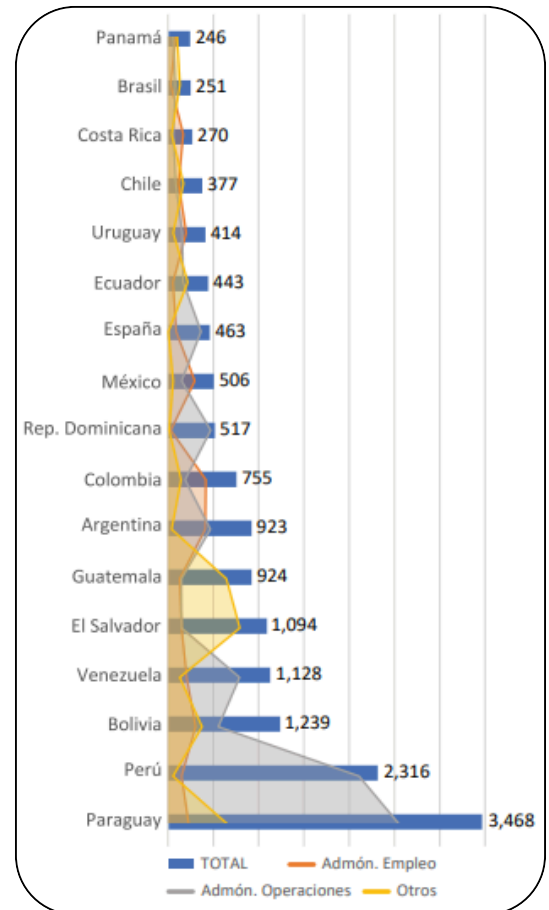
La inseguridad se ha consolidado como el tercer problema más relevante en 2024, afectando al 12% de los encuestados. Este factor genera creciente inquietud, respaldada por cifras del Ministerio de Defensa que revelan un incremento preocupante en ciertos delitos entre enero y octubre, en comparación con 2022: el secuestro ha aumentado un 19%, la extorsión un 35% y los delitos informáticos un 30%. Preocupante también el aumento de la informalidad según la percepción de los empresarios consultados. Nuevamente este cambio refleja el creciente temor ante el impacto potencial de la Reforma Laboral. Esta Reforma, en caso de aprobarse en el Congreso, elevará significativamente los costos laborales, lo que desencadenaría un lamentable deterioro del mercado laboral vía aumento en los niveles de informalidad y desempleo.

LA BUROCRACIA SOFOCA A LAS EMPRESAS EN COLOMBIA

Colombia es uno de los países de Iberoamérica donde las empresas enfrentan una de las mayores cargas burocráticas, según el Índice de Burocracia de la región. Un informe del Economic Freedom de la Universidad Internacional de Florida, muestra cómo los trámites administrativos complejos y excesivos frenan la productividad y dificultan el crecimiento empresarial. El documento establece que las empresas en Colombia dedican en promedio más de 700 horas anuales para cumplir con trámites burocráticos, lo que representa 31 días laborables completos. Esta carga no solo implica altos costos económicos, sino que también desmotiva a los negocios informales a formalizarse y favorece prácticas de corrupción.

Las micro y pequeñas empresas son especialmente vulnerables a la burocracia, ya que deben destinar una mayor proporción de sus recursos a cumplir con los requisitos administrativos, lo cual limita sus posibilidades de invertir en expansión y en la creación de empleos. En nuestro país este problema se agudiza por la inveterada costumbre institucional de estar aprobando una reforma tributaria cada 18 meses en promedio. Nuestras empresas deben destinar significativamente más tiempo a trámites que en países como Panamá o Brasil. El gráfico adjunto de la mencionada institución universitaria es diciente.

IB Funcionamiento 2023, por país, tipo de trámite (horas/año promedio ponderado por relevancia sectorial)



El informe sugiere que los gobiernos de la región adopten medidas para simplificar los procesos administrativos y reducir la burocracia que afecta a las empresas. Este tema sale a colación justo en momentos en que se negocia en el país el aumento en el salario mínimo. Según la constitución Nacional dicha alza debe tener en cuenta el aumento en la productividad. Los aumentos de productividad están asociados con aumentos en el progreso tecnológico de un país, pero la preparación tecnológica es condición necesaria pero no suficiente. Los nuevos paradigmas de la economía institucional apuntan a que para que los países en desarrollo puedan lograr aumentos de productividad deben avanzar en un pilar fundamental para el desarrollo como es el de contar con políticas públicas orientadas a que sean amigables con un ambiente empresarial vibrante, innovador y generador de empleo de calidad, cosa que durante esta administración brilla por su ausencia.

¿CONFECCIONES COLOMBIANAS COMPETITIVAS?

Fundar, una organización argentina dedicada a estudios e investigaciones, publicó un informe que explica por qué la ropa en ese país es de las más caras del mundo. Según el análisis, una canasta de ropa en Argentina es un 40% más costosa en comparación con los países de la región. Este alto costo se debe no solo a las presiones impositivas, sino también a factores como la constante inestabilidad cambiaria, la baja productividad, un panorama macroeconómico desfavorable y el excesivo proteccionismo. Las barreras a la importación son uno de los factores que más influyen en el aumento de los precios de los textiles. Explica que, en los años 90, los aranceles en Argentina eran comparables a los del resto del mundo; sin embargo, mientras que hoy el promedio global ronda el 8,5%, en Argentina llega al 33%. Mientras en otros países los aranceles disminuyeron durante la primera década de los 2000, en Argentina se incrementaron. La incertidumbre macroeconómica, que impacta más en el precio de los bienes que en el de los servicios, y la alta volatilidad cambiaría contribuyen al alto costo de la ropa allá.

A raíz del aumento en el precio relativo de la indumentaria, Fundar observa que hoy en día una prenda de vestir en Argentina permite comprar un 94% más de bienes y servicios que una prenda en Estados Unidos. En otras palabras, una persona que decide no gastar en vestimenta en Argentina puede adquirir casi el doble de bienes y servicios que alguien que opta por no comprar ropa en Estados Unidos.

Precios de las distintas sub canastas de indumentaria respecto al promedio regional

El precio de la ropa en dólares en este país es			más cara	similar	más barata	que el promedio de los 6 países analizados de la región			
Niveles de los precios según:		Argentina (dólar oficial)	Argentina (dólar MEP)	Uruguay	Perú	México	Colombia	Chile	Brasil
Oferente	Tiendas de marcas	162	142	107	122	103	80	91	98
	Otras tiendas	134	115	105	115	107	98	96	80
Gama	Alta gama (Percentil 90)	147	126	127	119	96	91	86	81
	Baja gama (Percentil 10)	122	105	91	118	98	107	101	84
Género y edad de los destinatarios	Ropa de hombre	148	127	119	114	102	94	97	73
	Ropa de mujer	130	112	98	136	99	93	93	82
	Ropa de bebés y niños	95	82	99	107	116	96	94	87
Materiales y confección	Tejido de punto (algodón, jersey frisa, morley para ropa informal, deportiva, interior)	114	98	117	106	112	92	92	81
	Tejido plano (denim, gabardina para jeans, sastrería, camisería)	146	125	105	127	101	95	96	77

Fuente: Fundar con base en Mercado Libre, búsqueda realizada en abril de 2024.

Señala el informe que Argentina tiene poca o nula capacidad de producción local para ciertos artículos. En estos casos, suelen presentarse los mayores sobreprecios, y la demanda local se abastece casi exclusivamente mediante importaciones, ya sea por vía aduanera, contrabando o los turistas. Ante esta situación Fundar plantea: ¿tiene sentido mantener altos aranceles a la importación en productos sin producción local? ¿No sería más conveniente enfocar las políticas en artículos donde Argentina es competitiva? El estudio incluye cifras para Colombia que se aprecian en el cuadro. Sorprende positivamente que nuestro país sea relativamente más competitivo que México o Perú y por supuesto a Argentina en materia de vestuario. Los precios de prendas adquiridas en tiendas especializadas son los más bajos de la región. Esta circunstancia debería estimular las compras de los turistas extranjeros que nos visitan.

LOS TEMAS DE MÁS IMPACTO EN LAS CUMBRES DEL RETAIL

En el ámbito del retail o comercio moderno latinoamericano tres eventos anuales se destacan por su calidad, tradición y oportunidades comerciales y de relacionamiento: Góndola en Cartagena, que organiza FENALCO, la Convención de ANTAD en Guadalajara y el Latam Retail Show en Sao Paulo. Pero a nivel mundial, sin duda el de mayor impacto y glamour es el NRF Retail Big Show que realiza en Nueva York todos los años el National Retail Federation. Alrededor de los programas académicos de esta cumbre planetaria del retail se publican numerosos artículos, se hacen podcast, se dictan conferencias y en general se habla de ellos durante todo el año. Son temas que marcan derroteros para el mundo del retail y para las escuelas de negocios. En opinión de los analistas que estuvieron en el encuentro de este año, los temas que mayor atención y comentarios generaron fueron:

1. La línea entre el retail online y las tiendas físicas es cada vez más borrosa. Ahora se habla de unicanalidad y/o de Phygital. El término Omnicanal, es obsoleto.

2. La tienda física es cada vez más necesaria. En USA por tercer año consecutivo se han abierto más tiendas de las que se han cerrado. Están equivocados los que pensaban que acabaríamos comprando todo sentados en nuestro sofá. Las tiendas físicas resurgiendo con un enfoque en

experiencias inmersivas que van más allá de la compra tradicional. Este regreso está impulsado por la búsqueda de experiencias entretenidas, en contraste con la facilidad de las compras en línea. Las tecnologías como la realidad aumentada y la realidad mixta están transformando los espacios físicos en entornos híbridos, ofreciendo a los consumidores algo único que no pueden encontrar en internet.

3. Asociaciones, colaboraciones, alianzas,... palabras repetidas. Cuando los problemas son demasiados complejos no podemos afrontarlos solos.

4. Posible abuso de la IA. 65% de los consumidores dice estar preocupado porque la tecnología pueda crear testimonios y evaluaciones engañosos o incorrectos. Ello no es óbice para subrayar que la IA jugará un rol clave en áreas como la hiper personalización, ya que las empresas invierten en tecnologías generativas para comprender y atender preferencias individuales. Otro campo emergente es el uso de IA en la detección y prevención de fraudes en servicios financieros.

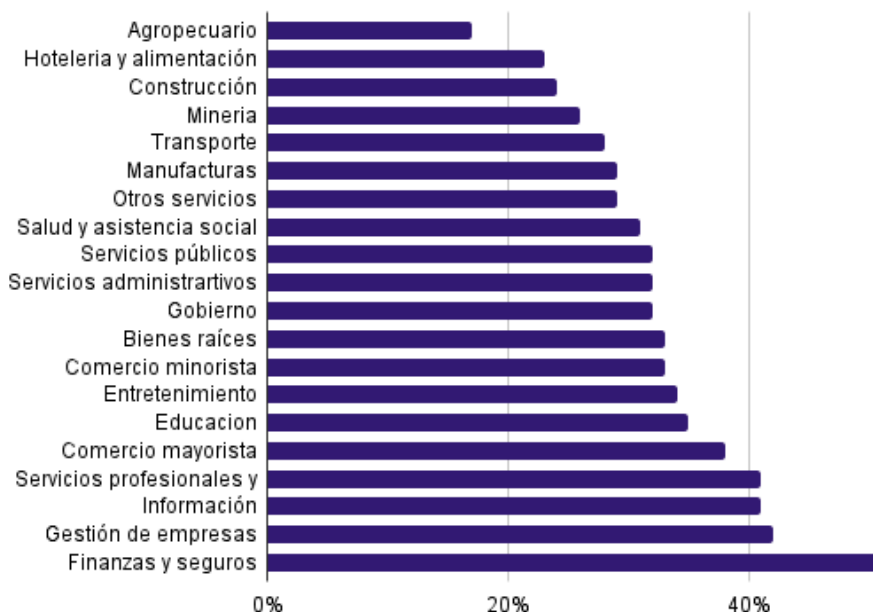
5. El robo en el retail se extiende por EEUU como un incendio forestal. Mientras que innovaciones como las tiendas sin cajas buscan redefinir el proceso de compra, el aumento de robos está retrasando su adopción.



LA DISRUPCIÓN DE LA IA: DESAFÍOS PARA EL EMPLEO JUVENIL

El desempleo y el subempleo juvenil, especialmente entre graduados universitarios, representan desafíos cada vez más apremiantes a nivel global. Aunque la matrícula universitaria se triplicó entre 1990 y 2022, las oportunidades laborales no han crecido al mismo ritmo, dejando a un gran número de jóvenes sin empleo o en trabajos que no corresponden a su formación. Esta situación es particularmente crítica en las economías en desarrollo, donde una proporción considerable de jóvenes con títulos universitarios enfrenta el desempleo o empleos precarios.

Exposición de los distintos sectores a la IA generativa



En algunas regiones de África, Latinoamérica y Asia, las tasas de desempleo juvenil rondan el 20%. En Colombia los jóvenes representan el 24% de la población activa, pero 1 de cada 6 permanece desempleado, evidenciando la magnitud del problema. La inteligencia artificial generativa (IA generativa) se perfila como un agente transformador en el mercado laboral, con potencial para impactar significativamente sectores de servicios altamente calificados, como finanzas, tecnologías de la información y servicios profesionales. Aunque su impacto podría impulsar el crecimiento económico y reconfigurar industrias, persiste la incertidumbre sobre si será una solución efectiva para el empleo juvenil o si, por el contrario, agravará una crisis y crítica. El gráfico del Banco Mundial que acompaña esta nota, ilustra el impacto de la IA por sectores de la economía.

Dado que la automatización vuelve cada vez más esquivo el crecimiento impulsado por la industria manufacturera, muchos países de ingreso bajo y mediano apuestan por los servicios altamente calificados, aunque estos han mostrado dificultades para generar empleo suficiente para la población joven. Aunque la transformación digital impulsó inicialmente el crecimiento de estos servicios, su avance se ha estancado en varios países, incluso en Estados Unidos. En las economías de ingreso alto, entre el 13 % y el 20 % de la fuerza laboral trabaja en este sector, pero en países de ingreso mediano y bajo, esta proporción cae significativamente, alcanzando apenas entre el 0% y el 10 %. En Colombia, por ejemplo, en el sector financiero y en el de tecnologías de la información se emplean conjuntamente alrededor del 3% de la población ocupada.

El Banco Mundial aconseja a los países en desarrollo que busquen aprovechar el potencial de la IA en sectores complejos que impulsan el crecimiento, ya que esta tecnología, aún en sus primeras etapas, aumenta la demanda de empleos calificados. Retrasar su adopción podría agravar la creación de empleos de calidad, dejando a millones de jóvenes afectados.

REFLEXIONES: ¿POR QUÉ CHILE TIENE EL DOBLE DE PIB PER CÁPITA QUE PERÚ?

Reproducimos a continuación un artículo publicado en el diario especializado Gestión, del Perú. Seguramente ofrece algunas lecciones para Colombia, sobretodo en el momento presente de rechazo y desprecio del actual gobierno a la minería.

Los vecinos del sur duplican nuestro ingreso por persona. El BCP sostiene que esto es el reflejo de una variable en particular. Chile tiene un ingreso per cápita anual de US\$ 17,093.24 (dólares a precios actuales), según datos del Banco Mundial. En el caso de Perú, este indicador es de US\$ 7,789.87 para el mismo periodo (2023).

¿A qué se debe la diferencia? Carlos Prieto, gerente de Estudios Económicos del BCP, ensaya una respuesta.

“¿Por qué Chile tiene el doble de PIB per cápita que Perú? Porque Chile produce (al año) poco más de 5 millones de toneladas de cobre, mientras que Perú sólo 2.8 millones de toneladas”, sostuvo el ejecutivo.

“Tenemos que tomar ventaja de esta oportunidad (de altos precios) del cobre. No va a ser fácil llegar a los 3.5 millones de toneladas (de producción). Incluso, con los proyectos identificados actualmente como Tía María, Zafranal, Michiquillay, La Granja, Galeno, Los Chancas, entre otros, el Perú podría elevar su producción de 2.8 a 4 millones o 4.5 millones (anuales) en la próxima década, en un escenario optimista”, aseguró Prieto. “Pero incluso así, Chile produce 5 millones de toneladas. Ni siquiera lo alcanzaremos”, añadió.

Es decir, no bastaría con poner en marcha los proyectos actuales en cartera para estar al nivel de nuestros vecinos del sur.

“Lamentablemente, a pesar de los buenos precios del cobre, de las buenas condiciones externas, son los factores locales los que no nos están permitiendo avanzar más rápido. En condiciones más normales, deberíamos ver un boom de inversión minera que se traduzca también en inversiones en otros sectores, en empleo, consumo y mayor actividad económica”, apuntó Prieto.

En ese sentido, el analista se refirió a la necesidad, por ejemplo, de cerrar brechas de infraestructura, mejorar la inseguridad ciudadana y tratar de retener talento humano en el país.

Evolución PIB per capita Chile, Perú y Colombia 2000-2023

