Más Contenido 29 jul 2024 - 10:34 a. m.

Compartir en:

La mala hora del comercio

Como reflejo de la desaceleración de la economía y del consumo, los centros comerciales y dueños de almacenes sufren caídas en sus ventas.

Según las cuentas de la Federación Nacional de Comerciantes, Fenalco, el comercio cumplió en junio 18 meses de caída en las ventas.
Foto: iStock

CG

CONSTANZA GÓMEZ GUASCA, PERIODISTA DE PORTAFOLIO

29 jul 2024 - 10:34 a. m.

Unirse a whatsapp

Los comerciantes no la han tenido fácil. La mala racha en las ventas se mantiene y no pareciera que se vea la luz al final del túnel. Por el contrario, las preocupaciones crecen y la crisis se evidencia en los indicadores.

Más noticias de
Más Contenido

MÁS CONTENIDO

Banco de Bogotá, reconocida como la organización más incluyente de América Latina

MÁS CONTENIDO

El deporte, más que una competencia: un aliado del bienestar

Unirme al canal de WhatsApp de noticias PORTAFOLIO

Por ejemplo, el Índice de Confianza del Consumidor, de Fedesarrollo, se ubicó en -12,7% en junio pasado y, aunque cede respecto a mayo (-14,1%) y a junio del 2023 (-14,1%), sigue en terreno negativo y en dos dígitos. La inquietud también se refleja en el Índice de Confianza Comercial del mismo centro de estudios, el cual, en mayo pasado, fue de 12,5%, cifra lejos de la que se registraba en igual mes del 2023 (21,5%). Y los resultados sobre el desempeño del comercio minorista que entrega el Dane mantienen las variaciones negativas con corte a abril.

Al interior de sector, la preocupación es alta, ya que, según las cuentas de la Federación Nacional de Comerciantes, Fenalco, el comercio cumplió en junio 18 meses de caída en las ventas.

En mayo, las consultas entre sus agremiados arrojaron que para el 81% de los encuestados las ventas fueron inferiores o iguales a las de hace un año, un dato que inquietó teniendo en cuenta que el Día de la Madre es relevante en el calendario comercial. De ese porcentaje, el 50% habló de ventas similares y el 31% dijo que disminuyeron. Sólo un 19% afirmó que sus ventas estuvieron mejor.

La baja demanda es la principal inquietud del sector, según lo que respondió la mayoría de los consultados en la última encuesta de Fenalco sobre los problemas que afectan la actividad. Este

porcentaje no varió mucho frente a las respuestas de abril del año pasado y ahora ocupa el primer lugar entre las preocupaciones.

"Casi ningún comerciante ha podido cumplir sus presupuestos de comercialización en lo corrido de este año. Las ventas han retrocedido", comenta su presidente, Jaime Alberto Cabal.

Sin embargo, en junio, el sector reportó una ligera mejoría. De acuerdo con la Bitácora, de Fenalco, el porcentaje de quienes percibieron aumento en sus volúmenes de ventas frente al mismo mes del año anterior fue del 23%, porcentaje superior al 19% de mayo.

Por su parte, el 30% señaló que sus ventas se mantuvieron en terreno negativo y 47% dijo que fueron muy similares a las de hace un año. Los comerciantes creen que varios factores se han sumado para que el sexto mes del año haya tenido un mejor desempeño. Mencionan la celebración del Día del Padre y la temporada futbolera, que estimularon el consumo y el gasto.

La otra variable que favoreció al comercio en junio fue el evento de la Primatón, celebrado entre el 28 y el 30 de junio, y que será institucionalizado por el éxito que tuvo para comerciantes y consumidores. Allí se registró un crecimiento en ventas del más de 20% con respecto al mismo puente de San Pedro y San Pablo del año pasado.

Según Fenalco, hubo un estimulante aumento en segmentos como vestuario, calzado, accesorios, aparatos de sonido y video, utensilios domésticos, artículos de cuero y deportivos, entre otros. “Queremos creer que la Primatón es el ‘startazo’ para que en el segundo semestre los pésimos indicadores del comercio cambien de tendencia”, señala.

En el panorama de ventas nacionales, a los vehículos tampoco les va bien. Según la Andi y Fenalco, el sector logró comercializar 85.000 automotores nuevos en el primer semestre, el segundo más bajo de la década. El primero fue en el 2020, en plena pandemia, con 72.000 unidades.

Lo alcanzado entre enero y junio de este año es 6% menos que las 91.000 vendidas en igual período del año anterior, y 31% menor que en el primer semestre del 2022, cuando la actividad alcanzó a colocar 124.000 carros nuevos.

Pese al resultado desalentador, en junio del 2024 se alcanzó a tocar terreno positivo: el sector

comercializó 14.543 autos nuevos, lo que implicó un aumento de 1,2% frente al sexto mes del 2023.

“Si bien junio arrojó un dato positivo, el mercado sigue estando en terreno negativo, como consecuencia, además de las aún altas tasas de interés y la volatibilidad del precio de dólar, así como de la pérdida de confianza de los consumidores en la economía”, señala Eduardo Visbal, vicepresidente de Comercio Exterior y Sector Automotor de Fenalco.

Preocupaciones concretas

La realidad es que, aunque ha habido baja de tasas de interés y las señales han sido hacia una tendencia a una mayor reducción, hay una menor intensidad en las compras con tarjetas de crédito. “Muchos consumidores miran con desconfianza el futuro inmediato, temen endeudarse y posponen sus compras a crédito. Esta situación se relaciona con la incertidumbre generada por el panorama político y económico del país”, advierte el presidente de Fenalco.

Otra percepción negativa de los comerciantes es su incertidumbre sobre las reformas anunciadas por el Gobierno y que no se concretan, lo cual los tiene en vilo. “Para ellos se volvió un dolor de cabeza el efecto negativo que tendrían reformas como la laboral, al punto de que hoy ocupa un inédito segundo lugar en el listado de preocupaciones, con un 19% de respuestas”, explica Cabal.

Y el tercer lugar de intranquilidad, según la consulta, está relacionado con la inseguridad, un fenómeno que ha recobrado fuerza y que se ensaña con fuerza en varias zonas del país.

Los atracos a restaurantes en Bogotá o los bloqueos a vías nacionales que imposibilitan el transporte de mercancías, son algunas de las razones en las que se manifiesta esa inquietud del comercio colombiano.

Reciba noticias de Portafolio desde Google News