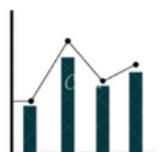


LA TIENDA FÍSICA NO PIERDE PROTAGONISMO

MARZO DE 2025



- **Reactivación vacilante**
- **Los desafíos logísticos de Colombia**
- **Errático manejo fiscal**
- **Más y más costos para los empresarios**
- **Deterioro en la calidad del empleo**
- **De lo que se habla de retail**



CONTENIDO

1. Reactivación vacilante
2. Los desafíos logísticos de Colombia
3. La tienda física no pierde protagonismo
4. Errático manejo fiscal
5. Mas y mas costos para los empresarios
6. Deterioro en la calidad del empleo
7. De lo que se habla de retail



Jaime Alberto Cabal Sanclemente
Presidente

Rafael España González
Director Económico

Arnaldo Salgado Ruiz
Asesor Económico

Javier Alejandro Garzón
Practicante

Alicia Villarraga
Apoyo Editorial



REACTIVACIÓN VACILANTE

En el arranque del presente año, específicamente en el primer bimestre, se observa una lenta reanimación en el consumo de los hogares colombianos, hecho que redundo positivamente en el comportamiento de las ventas del comercio. Este mejor desempeño lo atribuimos a una base comparativa baja en 2024, lo que explica el crecimiento en términos interanuales. Según el DANE, en enero del año anterior las ventas reales del comercio detallista cayeron 3.9% y en febrero también fueron negativas con -1.8%. De acuerdo con nuestra encuesta mensual, en el mes de febrero el 33% de los empresarios consultados manifestó que sus ventas, expresadas en cantidades físicas, fueron más altas que en igual mes de 2024, un 42% dijo que fueron muy similares y para el 25% hubo disminución.

Evolución de las expectativas

MES	VENTAS			EXPECTATIVAS		
	Más altas	Iguals	Más bajas	Más altas	Iguals	Más bajas
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
dic-24	37	42	21	30	58	12
ene-25	32	42	26	40	46	14
feb-25	33	42	25	36	48	16

Fuente: Encuesta FENALCO

El reporte de comerciantes especializados sugiere que en este año la temporada escolar estuvo más animada que la del año pasado y por ello las ventas de útiles escolares, libros, uniformes, calzado colegial y deportivo y en general ropa casual, así como equipos de computación, tuvieron un comportamiento ligeramente más alentador. Entre tanto, los sectores automotor y de motos también exhibieron signos positivos en cuanto a ventas. Se evidencia igualmente un pronunciado aumento en la cantidad de promociones y descuentos, incluyendo los de los llamados hard discount, que hasta hace poco eran poco propensos a hacer promociones y a anunciarlas profusamente en medios masivos. La intensa actividad promocional observada en febrero refleja el esfuerzo de los comerciantes por adaptarse a la nueva realidad económica, caracterizada por una ralentización del consumo, y por estimular la fidelidad de sus clientes.

No pasa desapercibido que desde noviembre la inflación anual no ha disminuído y en este entorno de inflación persistente, las promociones se han convertido en una herramienta clave para los consumidores que necesitan rendir su dinero. El repunte del comercio dependerá de la evolución económica del país y de la capacidad de los consumidores para recuperar su poder adquisitivo. Por cierto, los comerciantes no son tan optimistas respecto al desempeño inmediato de sus negocios. En febrero, el 36% manifestó que las cosas en el corto plazo mejorarán, un 48% dice que la situación seguirá igual que ahora y un 16% se declara pesimista.

LOS DESAFÍOS LOGÍSTICOS DE COLOMBIA

Colombia se posicionó en el puesto 21 entre 50 países en el Índice de Logística de Mercados Emergentes Agility 2025, un ranking que mide la competitividad logística a nivel global. Este índice evalúa factores clave como las fortalezas en logística nacional e internacional, el clima empresarial y la preparación digital, aspectos fundamentales para atraer inversión y fortalecer las cadenas de suministro. El informe destaca que el sector logístico enfrenta un contexto desafiante debido a factores como la inflación, el aumento de costos, el proteccionismo comercial y la posibilidad de una recesión global. Según una encuesta realizada a ejecutivos del sector a nivel mundial, el 55% cree probable una recesión mundial y el 82% afirma que los aranceles y medidas proteccionistas han tenido un impacto significativo en las cadenas de suministro.

Índice de Logística de Mercados Emergentes
Agility 2025

Países	Ranking
México	7
Chile	11
Brasil	13
Uruguay	19
Colombia	21
Perú	28
Argentina	29
Ecuador	34
Paraguay	35
Bolivia	44
Venezuela	50

Fuente: Índice de Logística de
Mercado EA, diseño Fenalco

China, India y México lideran la clasificación en competitividad logística. Colombia ha mostrado avances, procurando adaptarse a los retos del comercio internacional y del transporte de carga. Los análisis más recientes relacionados con los asuntos logísticos coinciden en subrayar que para mantener su crecimiento y mejorar su posición en el ranking global, Colombia debe enfrentar una serie de desafíos y aprovechar oportunidades en torno a cinco tendencias clave:

- Cambio demográfico: El crecimiento de la población y la urbanización requieren una mayor inversión en infraestructura de transporte, especialmente en sistemas intermodales que faciliten la conectividad entre diferentes modos de transporte y optimicen la movilidad.
- Se necesita un mayor uso de combustibles limpios, vehículos eléctricos y tecnologías de eficiencia energética que reduzcan el impacto ambiental del sector logístico.
- Cambio tecnológico: La implementación de tecnologías avanzadas puede mejorar la eficiencia, la seguridad y la transparencia en las operaciones de transporte y distribución.
- La seguridad en el transporte de mercancías será un factor determinante para la competitividad del país.
- Creciente demanda de transporte de carga: El crecimiento económico está generando una mayor demanda de transporte de carga, lo que requiere expansión de la infraestructura vial, modernización del sistema logístico y estrategias para optimizar el transporte de mercancías.

Pero el principal desafío en el corto plazo para la logística nacional es enfrentar los bloqueos, marchas y manifestaciones que se han vuelto pan de cada día en nuestras carreteras. En este sentido, la inteligencia artificial podría mejorar el análisis predictivo, lo que permitirá a las empresas anticipar interrupciones, optimizar rutas y agilizar la gestión del inventario, es decir, minimizar el daño que provocan este tipo de acciones que en varias ocasiones se tornan violentas. Es preciso que las empresas de transporte implementen innovadores sistemas de seguimiento inteligentes para una visibilidad en tiempo real y una mejor toma de decisiones.

LA TIENDA FÍSICA NO PIERDE PROTAGONISMO

En las dos últimas “cumbres” mundiales del supermercadismo, que organiza todos los años en Nueva York la agrupación norteamericana National Retail Federation, NRF, un tema tratado por varios panelistas fue la vigencia de la tienda física. Las tasas de desocupación de espacios comerciales en Estados Unidos en 2024 alcanzaron mínimos históricos, sólo 4,1%, gracias al auge de la demanda y a la desaceleración de las nuevas construcciones. Últimamente han subido notoriamente allá los alquileres de locales.



Los compradores no están abandonando los centros comerciales, están evolucionando. Precisamente, esta nueva realidad será examinada en la próxima versión de CENCOMAR, la más importante cita de los centros comerciales y de las marcas que allí se exhiben y venden. Este evento lo organiza FENALCO desde hace 30 años y en este año la cita será en la histórica Cartagena de Indias los días 15 y 16 de mayo próximos. Las tiendas físicas ya no son solo lugares para comprar; se están convirtiendo en centros experienciales. Hay experiencias de marca inmersivas, estaciones de clic y recogida, exhibiciones gastronómicas tentadoras y espacios que fusionan los mundos en línea y fuera de línea.

El comercio minorista en los Estados Unidos se está reinventando, no retrocediendo. Y aunque el comercio electrónico continúa su ascenso, una abrumadora mayoría de las ventas pertenece a las tiendas físicas. Gigantes del comercio minorista como Walmart y Costco del país del norte procuran dominar ambos mundos, logrando una integración de las compras en línea con la recogida local. En el comercio se busca aplicar la sentencia según la cual las empresas prosperan cuando hacen que las personas sientan que importan. Los chatbots de IA pueden «ayudar» a los clientes en segundos pero muchos de los mencionados clientes tienen dificultades para conectarse emocionalmente. Surgen interrogantes: ¿Cómo humanizar la experiencia digital? ¿Cómo utilizar los espacios físicos para ofrecer lo que el comercio electrónico no puede? ¿Será que las tiendas pueden ser escenarios donde las marcas demuestren que el visitante les importa? Es un hecho que a los clientes no les importa «en línea» o «fuera de línea». Se preocupan por sentirse valorados. Se preocupan por la confianza, la conexión y el «sí» a una experiencia de compra agradable. CENCOMAR 2025 tendrá como hilo conductor lo que se percibe en el mercado: los centros comerciales parecen migrar del concepto de ser únicamente templos de consumo a centros de experiencias.

ERRÁTICO MANEJO FISCAL

Recaudo Tributario como % del PIB

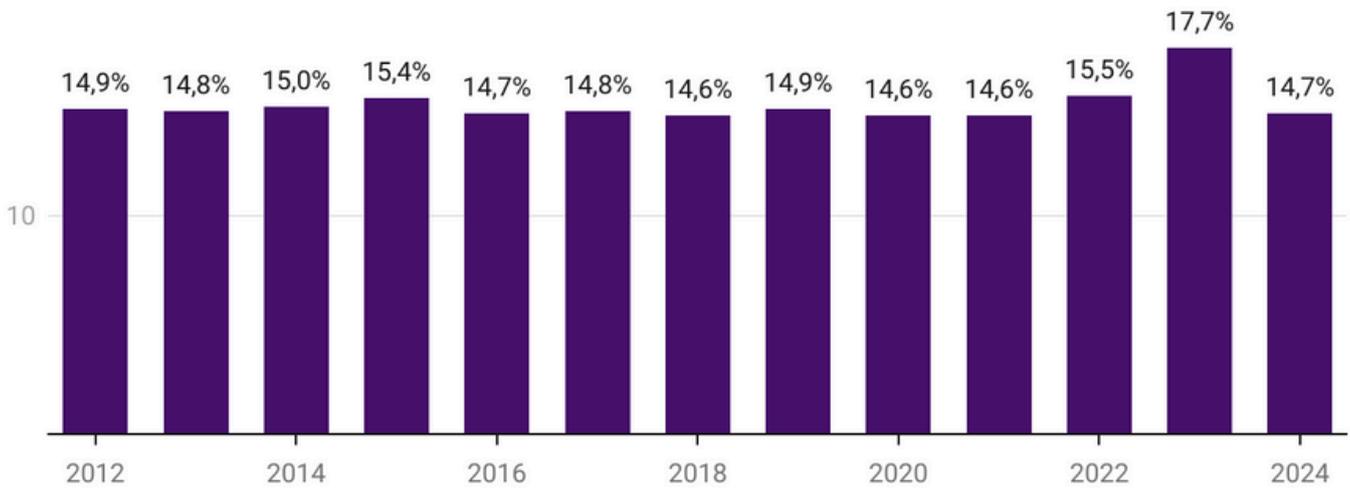


Gráfico: Fenalco • Fuente: Observatorio Fiscal U. Javeriana • Creado con Datawrapper

Colombia enfrenta retos considerables en materia fiscal, lo que convierte a este frente en el principal foco de vulnerabilidad para la estabilidad macroeconómica. En 2024, el recaudo de impuestos a nivel nacional experimentó un fuerte retroceso como porcentaje del PIB, reflejando no solo el impacto de la desaceleración económica, sino también la sobrestimación de ingresos en la planeación del Presupuesto General de la Nación. Esta caída no fue un evento inesperado, sino el resultado de supuestos optimistas que subestimaron los efectos del entorno económico y la confianza empresarial en la recaudación tributaria.

El balance negativo del Gobierno Nacional Central (GNC) se ubicó en un 6,8% del PIB en 2024, una de las cifras más altas en la historia fiscal del país, lo que aumenta las preocupaciones sobre la sostenibilidad de las finanzas públicas. Para 2025, el Gobierno ha proyectado ambiciosas metas de recaudo, en un contexto donde la inflexibilidad del gasto y la carga de intereses de la deuda limitan el margen de maniobra. Esto genera incertidumbre sobre la viabilidad de reducir el déficit fiscal al 5,1% del PIB, un nivel que, si bien sería inferior al de 2024, sigue estando significativamente por encima de los registros previos a 2020, cuando la política fiscal era menos expansiva. En este contexto, la credibilidad de la regla fiscal y la capacidad del país para sostener su calificación crediticia estarán en el centro del debate económico.

MAS Y MAS COSTOS PARA LOS EMPRESARIOS

A la cascada de aumentos en los costos de operación a la que se han sometido los empresarios colombianos se sumó el reajuste en el valor de la renovación de la matrícula mercantil decretado por el gobierno y que es de obligatorio cumplimiento. La medida alivia las cargas ante las cámaras de comercio a pequeños empresarios pero afecta sobremanera a medianas y grandes empresas, que son las grandes generadoras de empleo en el país.

La iniciativa gubernamental. Llena de buenas intenciones, no evaluó el impacto que está causando en los empresarios de regular y gran tamaño, a quienes los costos de los trámites se les dispararon. Los parámetros utilizados hasta el año pasado eran el Índice de Precios al Consumidor (IPC) o la Unidad de Valor Tributario (UVT). En el rango más bajo, el trámite para una microempresa con \$5 millones de activos le cuesta en este año \$110.000, pero como queda evidenciado, el problema radica en el efecto rebote hacia el empresario grande, que ha quedado muy golpeado porque se le incrementó exponencialmente el precio de la renovación.



En todos los comités sectoriales que realizamos con nuestros afiliados en nuestras oficinas en el territorio, la queja es manifiesta. Las empresas que pagaban \$2 millones por el trámite pasaron a tener un monto de \$6 u \$8 millones, dependiendo de los activos. Las tarifas sufrieron aumentos para medianas y grandes empresas hasta en 300%.

Un sondeo realizado desde la Presidencia del Gremio encontró que un importante número de comerciantes considera que el aumento en las tarifas de registro mercantil subieron exageradamente: para el 19% de los consultados el incremento ha sido superior al 10%. El aumento excesivo en esta tarifa elevará los costos empresariales y si a ello se le agregan el fuerte aumento en el salario mínimo real, los reajustes en los servicios públicos que en este año se sitúan por encima de la inflación y la lenta recuperación del consumo de los hogares, tornan aún más complejo el panorama de los negocios que inclusive podría desalentar la generación de empleo. Al mismo tiempo, la medida del gobierno (Decreto 0045 del 30 de enero del 2024), afectará considerablemente los ingresos de las cámaras de comercio de los municipios donde solo hay pequeños empresarios. Nuestra recomendación es que el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo expida un nuevo decreto que corrija, a partir del año entrante, este desbalance. La renovación de la matrícula mercantil es uno de los trámites obligatorios que deben realizar anualmente todos los empresarios y comerciantes en Colombia. Este proceso lo que hace es que certifica la existencia legal de los negocios para que puedan operar formalmente.

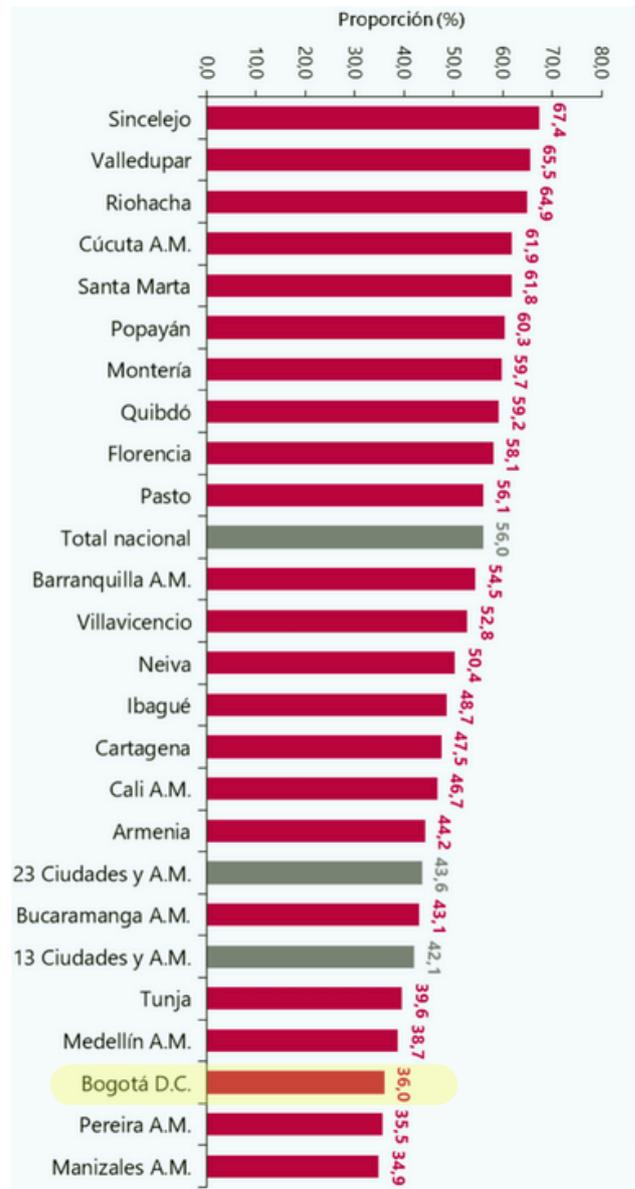
DETERIORO EN LA CALIDAD DEL EMPLEO

El registro más reciente del mercado laboral que reporta el DANE indica que la informalidad en el país viene en aumento. Mientras en el trimestre móvil noviembre 2023 enero 2024 la tasa de informalidad laboral en el país fue de 55.7% para el periodo noviembre 2024 enero 2025 el año anterior subió a 56%. A nivel urbano también hubo aumento. En Bogotá hubo un indeseable salto del 32.3% al 36% en el periodo de análisis.

Los congresistas que tenían en sus manos el futuro de la reforma laboral tuvieron presente este indicador porque sugiere un deterioro del mercado laboral. Muchos colombianos que quieren acceder a la economía no lo pueden hacer y ello se refleja en una alta tasa de desempleo. Y muchos otros lo hacen pero en precarias condiciones, y por eso es el registro de una alta tasa de informalidad.

En el país hay más personas desempleadas o trabajando en el sector informal que personas que trabajan formalmente. El propio gobierno admite que la pretendida propuesta no está diseñada para estimular la creación de empleo formal, dificulta la transición de personas desempleadas o en trabajos informales hacia trabajos formales y más bien causaría que personas en trabajos formales los perdieran. Nuestro rechazo a la propuesta, que se hundió en las últimas horas, obedece a varias razones: por ejemplo, implicaría un incremento del 34% en los costos laborales, lo que pondría en riesgo más de 452.000 empleos en el país, según estimaciones del Banco de la República. La propuesta de profesionalización de los aprendices del SENA supondría una explosiva carga adicional de 3.6 billones de pesos para el sector productivo.

Informalidad Trimestre móvil noviembre 2024 - enero 2025



Fuente: DANE

Y la cereza del pastel es que el proyecto no fue discutido ni concertado en la Comisión de Concertación de Políticas Laborales y Salariales, lo que genera incertidumbre, y desconfianza. Además, en caso de haber pasado a sanción presidencial, probablemente habría sido declarada inconstitucional.

DE LO QUE SE HABLA DE RETAIL

El NRF 2025, Retail's Big Show, celebrado en enero en Nueva York, reunió a más de 6,200 marcas de todo el mundo en un evento de tres días enfocado en aprendizaje, colaboración y descubrimiento. Uno de los temas más destacados fue el papel de la tecnología en la transformación del comercio minorista. Entre las innovaciones presentadas se



encuentran los carritos inteligentes con IA, capaces de identificar productos sin necesidad de escaneo manual y de ofrecer recomendaciones personalizadas. A estos se suman los gabinetes de autoservicio, que permiten a los clientes acceder a productos mediante reconocimiento facial o códigos QR, y la tecnología de escaneo corporal en 3D, ideal para personalizar prendas y accesorios según las medidas exactas del usuario.

Para mejorar la experiencia en tienda, la Plataforma DAVE de MATLAB optimiza la navegación de los clientes al sugerir rutas eficientes y agilizar los pagos mediante escaneo rápido. Asimismo, los kioscos interactivos y la realidad aumentada están redefiniendo la forma en que los consumidores exploran y eligen productos, permitiéndoles visualizar los artículos en entornos personalizados antes de comprarlos.

La Inteligencia Artificial Generativa está impulsando experiencias de compra 1:1, con marcas como Sephora implementando tecnologías avanzadas para personalizar recomendaciones de productos en tiempo real. Herramientas como GoCharlie.ai generan contenido adaptado a distintas audiencias, potenciando campañas publicitarias en tiempo récord. Además, los sistemas de recomendación basados en IA no solo mejoran la experiencia de compra, sino que también incrementan la eficiencia operativa y las ventas, aprovechando datos en tiempo real para ofrecer productos alineados con los patrones de consumo de cada usuario.

En cuanto a logística, soluciones como Orderful están optimizando la gestión de datos en la cadena de suministro, reduciendo retrasos y fomentando la sostenibilidad. Además, la implementación de sistemas de gestión inteligente de inventarios, basados en RFID y

visión computacional, permite ajustar los niveles de stock en función de la demanda y las tendencias de consumo, minimizando el desperdicio y optimizando costos.



Estas tecnologías proporcionan análisis precisos sobre los hábitos de compra en tiendas físicas, cerrando la brecha de datos que existía con el comercio electrónico. Como resultado, los minoristas pueden mejorar la predicción de demanda, optimizar la distribución de productos y reducir el impacto de la variabilidad climática en la cadena de suministro. Las estrategias de video commerce están ganando terreno, con plataformas como Tik Tok liderando la venta de productos a través de transmisiones en vivo y contenido interactivo.

La Inteligencia Artificial fue la gran protagonista de la última edición de **NRF 2025**, pero ante tantas opciones para incorporarla (back office, inventario, experiencia del cliente, personalización), se vuelve cada vez más difícil para los comercios saber por dónde empezar. Pero como dijo uno de los conferencistas: *“eso no importa, simplemente hay que empezar”*.

