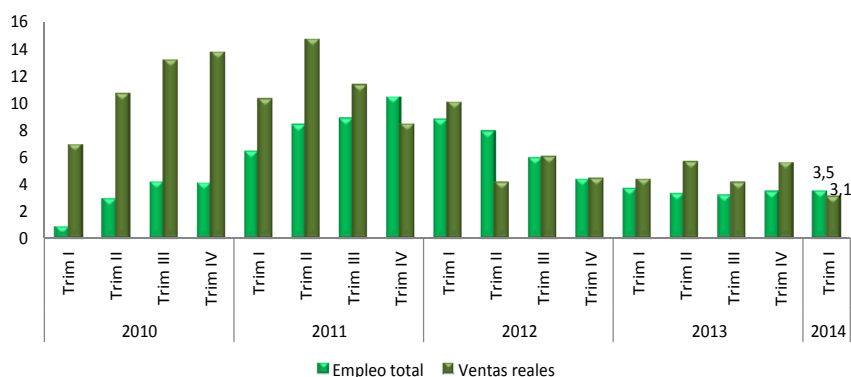


Comercio minorista de Bogotá creció 3.1% en el primer trimestre de 2014. Se reactiva el comercio de vehículos

Ventas al por menor y empleo en Bogotá
Variación % anual. 2014-I



Fuente: DANE-Muestra Trimestral de Comercio para Bogotá

El crecimiento de las ventas reales del comercio al por menor en Bogotá, para el primer trimestre de 2014, fue 3.1% con relación al mismo trimestre del año anterior. El incremento en éste periodo estuvo impulsado por las ventas de vehículos (13%) las cuales se reactivaron gracias a las estrategias comerciales llevadas a cabo por los concesionarios, luego de los malos resultados en 2013. Así mismo se destaca la variación en la línea de electrodomésticos, sobretodo en lo que tiene que ver con comercio de televisores a propósito de la proximidad del mundial de fútbol.

En cuanto a las cifras de ocupados, el personal contratado directamente registró una variación de 3.9%, mientras que el personal contratado a través de agencia, que viene cayendo desde 2011, disminuyó en 1.6% permitiendo que el comercio se consolide como uno de los sectores con mayor formalización del empleo en los últimos años.

Notas metodológicas:

- Los crecimientos se calculan frente a igual periodo del año anterior.

No olvidar:

- En el primer trimestre de 2014, La variación real en las ventas del comercio minorista de Bogotá fue 3.1%.
- Las mayores variaciones, según líneas de mercancías se registraron en vehículos (13%); textiles y prendas de vestir (5.7%); y electrodomésticos (5.2%).
- Nuevas estrategias de comercialización incentivan la ventas de vehículos, mientras que la cercanía al mundial la de electrodomésticos.
- En este trimestre se destaca el incremento del personal contratado directamente, tanto temporal (4.1%), como permanente (3.9%); mientras que el personal contratado a través de agencias registró una disminución de 1.6%

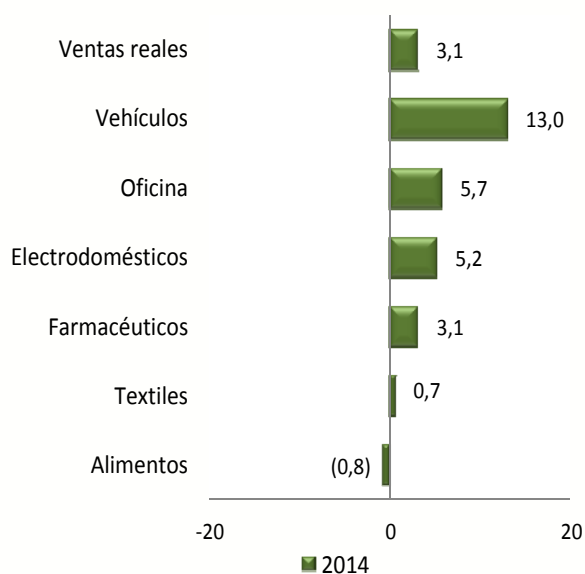


Vehículos, repuestos y lubricantes registró una variación de 13% durante el primer trimestre de 2014.

Se mantiene buena racha del comercio minorista en Bogotá

Las ventas del comercio minorista en Bogotá para el primer trimestre de 2014 crecieron en 3.1%, destacándose para éste periodo el comercio de vehículos, repuestos y lubricantes (13%); textiles, prendas de vestir y calzado (5.2%) así como también de electrodomésticos, muebles domésticos y hogar (5.2%). En el caso de los vehículos, la reactivación en las ventas se debe a la introducción de nuevas estrategias de comercialización por parte de los concesionarios tales como matrícula y SOAT gratis, y aprobación inmediata del crédito para la compra de vehículo.

Variación real anual de las ventas según líneas de mercancías. Bogotá, 2014-I



Fuente: Dane-MTCB

Por otra parte, la variación significativa en el grupo de textiles, prendas de vestir y calzado estuvo jalonada por el comercio de prendas de vestir gracias a la apertura de nuevos establecimientos, lo que ha permitido el aumento del metraje para vitrina de confecciones en las grandes superficies. Así mismo, el cambio de colecciones propio de la época, junto con la temporada escolar ha reactivado las ventas del comercio minoris-

ta en ésta línea de mercancías. En cuanto a las ventas de electrodomésticos, muebles y hogar, éstas registraron un comportamiento sobresaliente durante el primer trimestre, debido al auge promocional de televisores y sistemas de sonidos en vísperas del mundial de fútbol.

Por último, el crecimiento del comercio minorista en Bogotá durante el primer trimestre de 2014 se ubicó 4 puntos porcentual por debajo del de Colombia (7.2%). La principal diferencia la marca el comercio de vehículos en el país, cuya variación real para el primer trimestre fue 17.5% (en Bogotá fue 13%). Una posible explicación a éste fenómeno es el hecho de que en Colombia, durante el primer trimestre, fue muy dinámico el mercado de microbuses, cosa que no ocurre en Bogotá dado que la transición hacia un Sistema de Transporte Integrado desincentiva estas compras.

Se reactiva el comercio de vehículos

A pesar que en Colombia la venta de vehículos fue mayor que en Bogotá, la ciudad registró una excelente dinámica en el comercio de esta línea. Luego de registrar un pobre desempeño durante cuatro trimestres consecutivos, el comercio de vehículos en la capital se reactiva para el primer trimestre de 2014, con una variación real en las ventas de 13%. Recuérdese que la feria automotriz llevada a cabo en 2012 disparó las ventas durante ese año y, como consecuencia, durante 2013 se suavizó la dinámica del sector, llegando incluso a presentar disminuciones en las ventas de vehículos.

La buena noticia es que para el primer trimestre de 2014 las casas matrices revaluaron su estrategia comercial, dado el bajo desempeño durante 2013. Es así como en lo que va corrido del año se realizaron ferias, playas de ventas con aprobación inmediata del crédito para vehículo a bajas tasas de interés, y otro tipo de estrategias promocionales como matrícula y SOAT gratis.

De acuerdo con la Federación Nacional de Comerciantes (FENALCO), para el primer trimestre de 2014 hubo un incremento significativo en las ventas de vehículos, sobretudo en el rango de precios de 15 a 30 millones de pesos, significan-

do esto que el repunte en las ventas se debe sobretodo al comercio de vehículos de gama baja.

La llegada del mundial reactiva el comercio de electrodomésticos

La antesala al mundial ha reactivado el comercio de electrodomésticos, específicamente el de televisores y sistemas de sonido. Cada vez que se acerca un mundial el comercio de televisores se dispara durante el primer semestre del año. Por ejemplo, en 2010 la variación acumulada del comercio de electrodomésticos entre enero y junio de ese año fue 10.4%. Por un lado, las grandes cadenas e hiper-almacenes aprovechan la cercanía al mundial para lanzar grandes campañas promocionales y descuentos, aumentándose así la demanda por este tipo de bienes.

Adicionalmente, el mundial crea incentivos para el cambio tecnológico entre las principales empresas de electrodomésticos, aumentando la variedad de bienes. Por ejemplo, en Sudáfrica 2010, el lanzamiento del plasma 3D permitió a los consumidores acceder a un tipo de tecnología sin precedentes; lo mismo ocurre en la antesala a Brasil 2014 con el lanzamiento de la pantalla curva.

Comercio de equipos de oficina y alimentos los de menor crecimiento

El comercio de equipos de oficina, libros y ferretería registró una disminución en las ventas de 0.8%. Este decrecimiento se asocia a una disminución en el área causada para oficina durante el último trimestre de 2013, lo cual desestimuló la demanda por equipos de oficina. En cuanto al grupo de Alimentos, bebidas y licores, el modesto crecimiento de 0.7% responde a una estrategia promocional en 2013 que no se repitió en el mismo periodo de 2014.

Crece el empleo directo en el Comercio de Bogotá

El empleo del comercio minorista creció 3.5%

durante el primer trimestre de 2014, gracias a un aumento de la contratación de personal temporal directo (4.1%); así como también de personal permanente directo (3.9%)

Luego de seis trimestres consecutivos con variaciones negativa, el personal temporal registró un crecimiento. Este tipo de contratación había disminuido en el sector durante 2013 y cada vez ha venido ganando más espacio la contratación permanente.

La hipótesis que aquí se maneja es que durante el primer trimestre de 2014 se abrieron nuevos establecimientos, sobretodo en el sector textil y de prendas de vestir. Lo anterior incentiva la contratación temporal, ya que son nuevos negocios que están probando suerte en el mercado.

Por último, la contratación de personal temporal a través de agencias viene disminuyéndose desde 2011, convirtiéndose en una caída estructural, lo cual ha permitido que el sector migre hacia un modelo de formalización laboral. Este proceso viene consolidándose desde el año 2010 cuando los establecimientos comenzaron un proceso de cambio en el tipo de contratación de temporal a permanente, tanto por políticas internas de calidad del empleo, como también por los

Gustavo Petro Urrego
Alcalde Mayor de Bogotá

Carlos Simancas
Secretaría de Desarrollo Económico

Manuel Riaño
Director de Estudios
Socioeconómicos y Regulatorios

Martha Susana Jaimes
Subdirectora Estudios Estratégicos

Juan Sebastián Martínez
Subdirector de Evaluación y Seguimiento

Elaboró:
Gisell Pugliese De la Cruz
Analista Subdirección de Estudios Estratégicos

Visítenos en la web:
www.desarrolloeconomico.gov.co

Vea también nuestro
Informe estadístico PIB Bogotá