



**CAMARA
DE COMERCIO
DE CALI**

Apunte Económico

Unidad Económica y de Planeación

Martes, 11 de noviembre de 2014



Informe # 24

Otros Informes

Enfoque Competitivo

Excelencia Clínica en el Valle del Cauca: servicio integral basado en conocimiento e investigación

5 de noviembre de 2014

Apunte Económico

¿Importar, para qué?

28 de octubre de 2014

Enfoque Competitivo

Las energías renovables: el caso de la Bioenergía del Valle del Cauca

23 de octubre de 2014

Apunte Económico

Desempeño productivo y dinámica internacional de las Confecciones

15 de octubre de 2014

Enfoque Competitivo

Innovación y Acceso a Nuevos Mercados: retos del Cluster de Macrosnacks

9 de octubre de 2014

Apunte Económico

Finanzas Públicas del Valle del Cauca, saliendo de la B

29 de septiembre de 2014

Esta información llega a usted **gracias a:**



Ingredion

Grandes Expectativas

Las condiciones económicas y el optimismo de los consumidores auguran una excepcional temporada de fin de año para el comercio en Cali.

40,6% de las empresas registradas en la Cámara de Comercio de Cali corresponden al sector comercio, siendo el más representativo con 28.985 empresas. Los sitios tradicionales o microempresas comerciales como tiendas, cacharrerías, misceláneas, ferreterías, entre otros, representan 92,4% del total de empresas del sector.



Estructura y comportamiento del sector comercio

Pág. 2



Desempeño del sector comercio

Pág. 3



Dinámica del consumo en Cali

Pág. 3



Estructura y comportamiento del sector comercio

El sector comercio representa 40,6% de las empresas registradas en la Cámara de Comercio de Cali, el sector más distintivo con 28.985 empresas. Dentro del sector predominan las microempresas, que corresponden a 92,4% del total, mientras 6,0% son empresas pequeñas, 1,4% medianas y 0,3% grandes.

Las empresas dedicadas al comercio al por menor¹ representan 76,7% del sector. Las ventas al por menor de alimentos, bebidas y tabaco como supermercados, tiendas o graneros corresponden a 17,6% del comercio minorista, el grupo más grande con 3.908 empresas (Tabla 1). Asimismo, los empresarios dedicados principalmente a la venta de surtido diferente de alimentos y bebidas como almacenes, misceláneas y cacharrerías corresponden a 12,2% del comercio al por menor, seguido por la venta de prendas de vestir y accesorios (9,9%) y artículos de ferretería y ventas de vidrio (8,1%).

Por otro lado, 13,7% de las empresas del sector se dedica al comercio al por mayor². Las empresas más representativas dentro del grupo de comercio mayorista (16,4%) se dedican a la venta de maquinaria y equipo de oficina, equipo de transporte, equipo eléctrico, herramienta, equipos de medición o instrumentos médicos, entre otras.

En segundo lugar se encuentra la venta al por mayor de productos alimenticios (10,8%). En tercer lugar, las empresas mayoristas dedicadas a la venta de materiales de construcción, artículos de ferretería, fontanería, calefacción, entre otros; los cuales representan 9,6% del número de empresas dentro del grupo de empresarios mayoristas.

Por último, el comercio, mantenimiento y reparación de vehículos abarca el 9,6% de las empresas pertenecientes al sector comercio.

En este agregado se encuentran 1.053 firmas dedicadas al mantenimiento y reparación de vehículos automotores, lo cual corresponde a 38,0%. Otro 34,0% del agregado son las empresas de partes, autopartes y accesorios para automotores. Las empresas que venden motocicletas y vehículos automotores usados representan el 22,4% del agregado, mientras un 3,0 (82 empresas) se dedican al mantenimiento y reparación de motocicletas.

Tabla 1. Número de Empresas comerciales según grupo de actividad

No. empresas	SECTOR COMERCIO	Part. %
22.228	Comercio al por menor	76,7
3.908	Alimentos, bebidas y tabaco	17,6
2.715	Surtido diferente de alimentos, bebidas y tabaco	12,2
2.200	Prendas de vestir y accesorios	9,9
1.805	Artículos de ferretería	8,1
1.745	Productos farmacéuticos y cosméticos	7,9
3.983	Comercio al por mayor	13,7
654	Maquinaria y equipo de oficina	16,4
432	Productos alimenticios	10,8
381	Materiales de construcción y artículos de ferretería	9,6
323	Productos sin ninguna especialización	8,1
275	Productos farmacéuticos y cosméticos	6,9
2.774	Comercio de vehículos	9,6
1.053	Mant. y reparación de vehículos automotores	38,0
944	Partes, autopartes y accesorios para vehículos automotores	34,0
497	Motocicletas y sus partes	17,9
125	Vehículos automotores usados	4,5
82	Mant. y reparación de motocicletas y sus partes	3,0
28.985	Total Comercio	100

Fuente: Cámara de Comercio de Cali

¹ Comercio al por menor (incluso el de combustibles), excepto el de automotores y motocicletas.

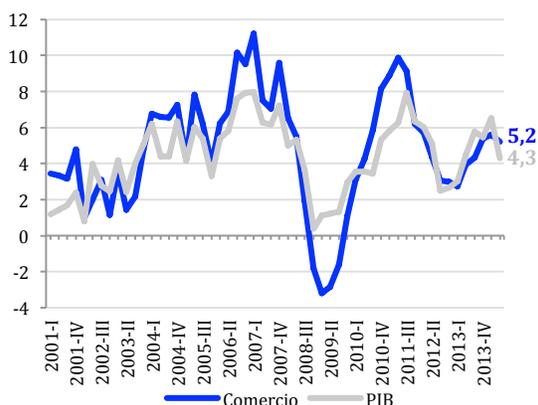
² Comercio al por mayor y en comisión o por contrata, excepto el comercio de automotores y motocicletas.



Desempeño del sector comercio

El sector comercio representó 8,3% del PIB nacional durante el segundo trimestre de 2014 y registró una tasa de crecimiento anual de 5,2% (Gráfico 1), por encima de la tasa registrada en el PIB de Colombia (4,3%).

Gráfico 1. Variación (%) Sector Comercio y Producto Interno Bruto de Colombia Trimestral 2001-2014



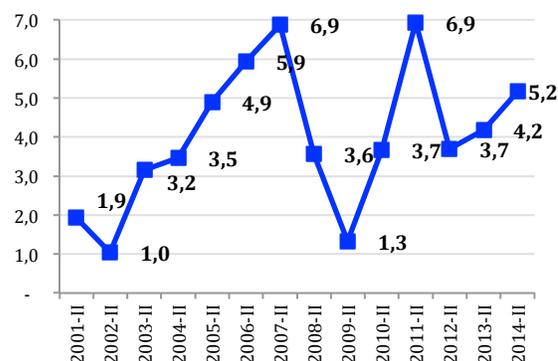
Fuente: DANE- Elaboración Cámara de Comercio de Cali

Por el lado de la demanda, el comportamiento del consumo a nivel nacional durante el segundo trimestre de 2014 es positivo.

Entre abril y junio de 2014 el consumo final de los hogares registró una tasa de crecimiento de 5,2% frente al mismo periodo del año anterior (Gráfico 2), un incremento superior al registrado en abril-junio de 2013 (4,2%) y 2012 (3,7%).

En particular, se destaca en este segundo trimestre del año el crecimiento de las compras de bienes duraderos dentro del gasto de los hogares al registrar 10,0% de variación positiva por encima del consumo de bienes no durables (4,7%), semidurables (4,8%) y servicios (5,0%).

Gráfico 2. Consumo Final de los Hogares Variación Colombia (%) anual II Trimestre 2001 - 2014



Fuente: DANE- Elaboración Cámara de Comercio de Cali

El valor agregado de las actividades comerciales en el Valle del Cauca registró COP 4,6 billones en 2013, lo cual representa 7,0% del PIB departamental y un crecimiento de 4,9% frente al registro de 2012. En la capital Vallecaucana el sector comercio, hoteles y restaurantes es una de las principales fuentes generadoras de empleo al concentrar el mayor número de personal ocupado. Según cifras del DANE, para el trimestre junio-agosto de 2014, 30,3% del total de ocupados corresponden a dicho sector.

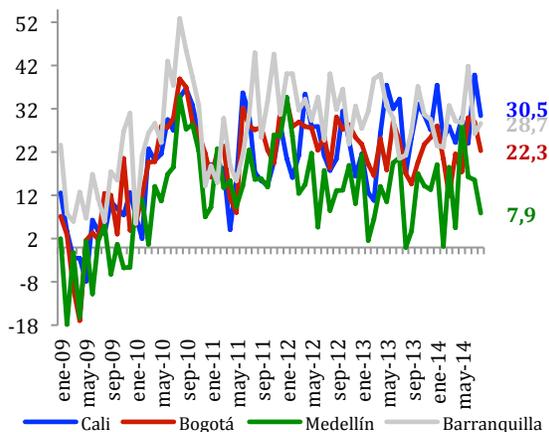
Dinámica del Consumo en Cali

Los hogares en Cali han mostrado expectativas de consumo positivas. En comparación con las principales ciudades, en Cali el Índice de Confianza del Consumidor-ICC de Fedesarrollo muestra una tendencia ascendente (Gráfico 3). En agosto de 2014 se registró un ICC de 30,5%³, pese a que se redujo frente al mes anterior, fue superior al registrado en Barranquilla (28,7%), Bogotá (22,3%) y Medellín (7,9%).

³ Balance entre respuestas favorables y desfavorables en términos porcentuales.



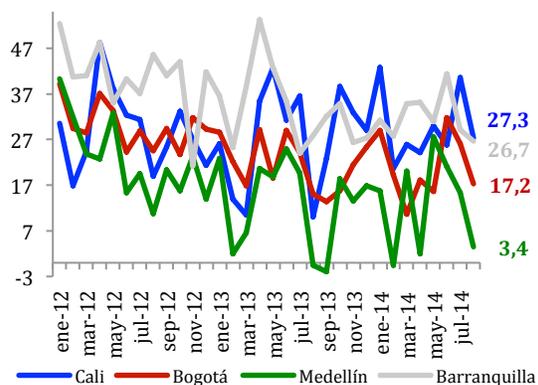
Gráfico 3. Índice de Confianza del Consumidor (ICC - Balance %) Mensual 2009 - 2014



Fuente: Fedesarrollo - Elaboración Cámara de Comercio de Cali

Dicho ICC se compone de dos indicadores, el primero es el índice de expectativas del consumidor, en el cual Cali registró 27,3%, resultado por encima del que presentan las principales ciudades (Gráfico 4), indicando que en la ciudad las expectativas de los consumidores son optimistas respecto a las condiciones económicas tanto para su hogar como para la economía en general durante los próximos 12 meses.

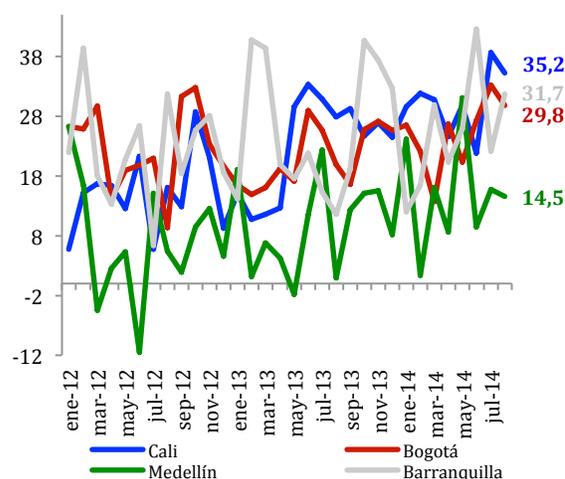
Gráfico 4. Índice de Expectativas del Consumidor (IEC - Balance %) Mensual 2009 - 2014



Fuente: Fedesarrollo - Elaboración Cámara de Comercio de Cali

El segundo es el Índice de Condiciones Económicas donde la ciudad registró un índice de 35,2% (Gráfico 5), también superando las principales ciudades, por lo cual la percepción del consumidor en Cali es positiva frente a las condiciones económicas actuales de su hogar y la economía.

Gráfico 5. Índice de Condiciones Económicas Principales Ciudades (ICE - Balance %) mensual 2009 - 2014



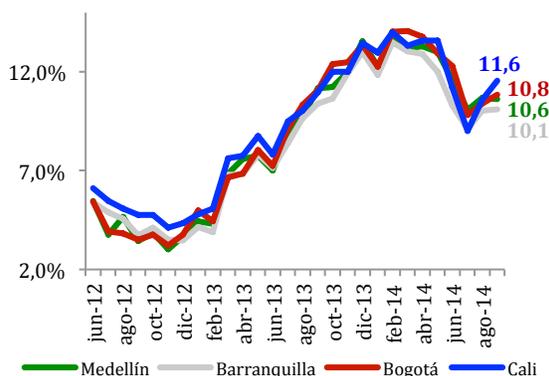
Fuente: Fedesarrollo - Elaboración Cámara de Comercio de Cali

La percepción y expectativas de los consumidores se refleja en el consumo que efectivamente están realizando los caleños.

Según los datos de Raddar, en Cali el gasto de los hogares se incrementó por encima del crecimiento registrado en las principales ciudades durante el mes de septiembre, al registrar 11,6% frente a septiembre del año anterior (Gráfico 6). Así, el gasto en Cali registra una tendencia alcista desde el mes de junio y en lo corrido del año (enero-septiembre) ha logrado incrementarse 12,2% frente a igual periodo de 2013.



Gráfico 6. Gasto de los hogares en las Principales Ciudades Variación anual (%) 2010-2014



Fuente: Raddar - Elaboración Cámara de Comercio de Cali

El sistema financiero, por su parte, ha jugado un papel importante en esta dinámica otorgando financiación para la compra de bienes, especialmente duraderos (electrodomésticos, motos, celulares, vehículos).

En efecto, el crédito y leasing de consumo per cápita en Cali durante el segundo trimestre se incrementó 10,3% frente a igual periodo de 2013.

En suma, el consumo atraviesa por un buen momento en la ciudad: los incrementos en el gasto de los hogares caleños se registran por encima de las principales ciudades y las expectativas de los consumidores para los próximos 12 meses son optimistas.

Sin duda, el sector comercio en Cali es significativo, representa el 40,6% del tejido empresarial y deberá continuar con su dinamismo para aprovechar el buen momento junto con las expectativas de los caleños frente al consumo futuro.

Las empresas comerciales han identificado la ciudad como demandante potencial, por lo cual ya se desarrollan diferentes proyectos como son la construcción de nuevos Centros Comerciales (La Estación, Villa Nueva Plaza, Pacific Mall, Country Mall, La Sagrada Familia, Ciudad Paraíso, Centro Comercial y Hospitalario Guayacán, Marcas Mall, Portal del Oriente, Bazaar la Flora, Parque del Oeste), la ampliación de sedes o sucursales y nuevas marcas y tiendas de reconocidas compañías.

No obstante, a pesar de que cada vez las grandes superficies ganan importancia en la economía local, los sitios tradicionales o microempresas comerciales como tiendas, cacharrerías, misceláneas son parte importante del sector comercial (92,4% de las empresas comerciales registradas en la Cámara de Comercio de Cali).

Las expectativas de fin de año también son alentadoras. La temporada decembrina que involucra las festividades navideñas y la feria en la ciudad, implicarán un mayor volumen de compras que impulsarán la dinámica del sector comercial, lo cual contribuirá a la generación de empleo (el sector comercio concentra el 30,3% de la población ocupada en Cali).

Asimismo, de acuerdo con los resultados obtenidos en la Encuesta Ritmo Empresarial realizada por la Cámara de Comercio de Cali, existen expectativas positivas por parte de los empresarios Afiliados, donde el 68,6% espera incrementar sus ventas, el 28,6% aumentará el número de trabajadores y el 55,3% esperan que la economía del Valle del Cauca se encuentre mejor o mucho mejor durante el segundo semestre de 2014.