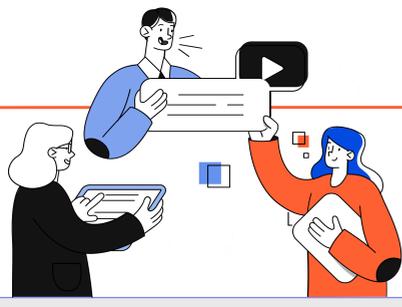


Sector Comercio



Ejecutivos regionales del gremio retail estiman que el **desempeño** de sus países **empeorará en 2023** y el consumo será el sector más afectado por la **alta inflación**.

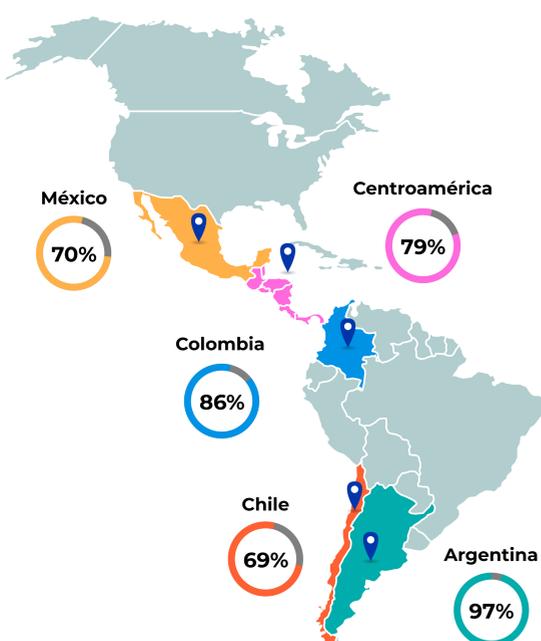
Según la encuesta realizada en enero por el **Grupo Ohla** entre:

427 Ejecutivos de Latinoamérica



Colombia es el mercado que se verá más impactado y mostrará la **mayor recesión económica de la región**.

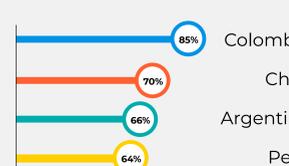
Encuestados que estiman que la **inflación crecerá** en los próximos seis meses: **74%**



Devaluación de las **monedas regionales**:

64% Estima que la rentabilidad de su negocio empeorará en los próximos seis meses.

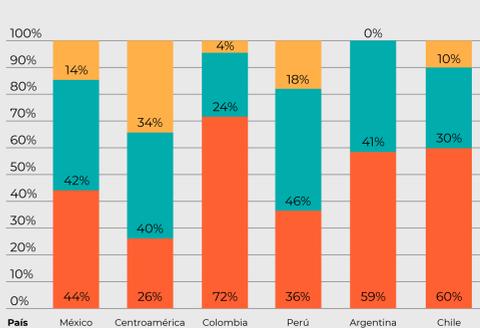
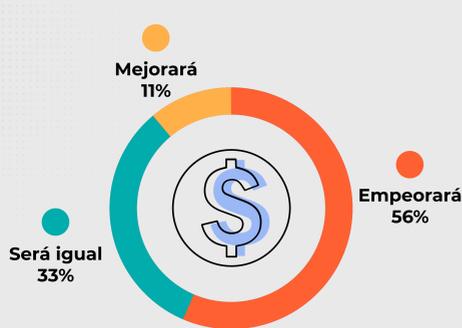
Países con peores expectativas:



Sectores con peor desempeño

Situación económica general en Latinoamérica

Cifras en porcentajes (%)

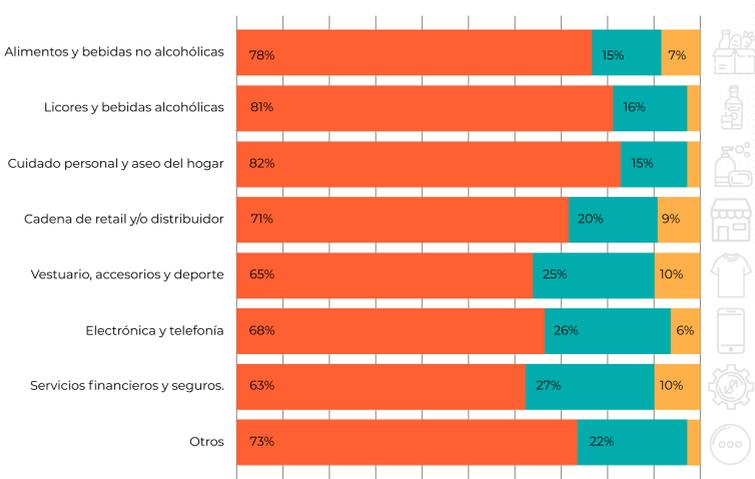


Fuente: Grupo Ohla

Alza de precios

Cifras en porcentajes (%)

Aumentarán **Se mantendrán** **Bajarán**



Fuente: Grupo Ohla

Dinámica del comercio minorista en Enero de 2023 frente a Enero de 2022 / 2019



A nivel nacional, al **comparar** enero **2023** con el mismo periodo de **2022**, se registra que el **comportamiento** de las **ventas reales** fue **positivo**. El crecimiento de las **ventas reales** aumentó **1,2%** y el **personal ocupado** aumentó **4,7%**.



En **Bogotá** el comercio **decreció 0,7%** en enero de 2023 en comparación con el mismo mes de 2022. El **personal ocupado** aumentó un **2,3%**.



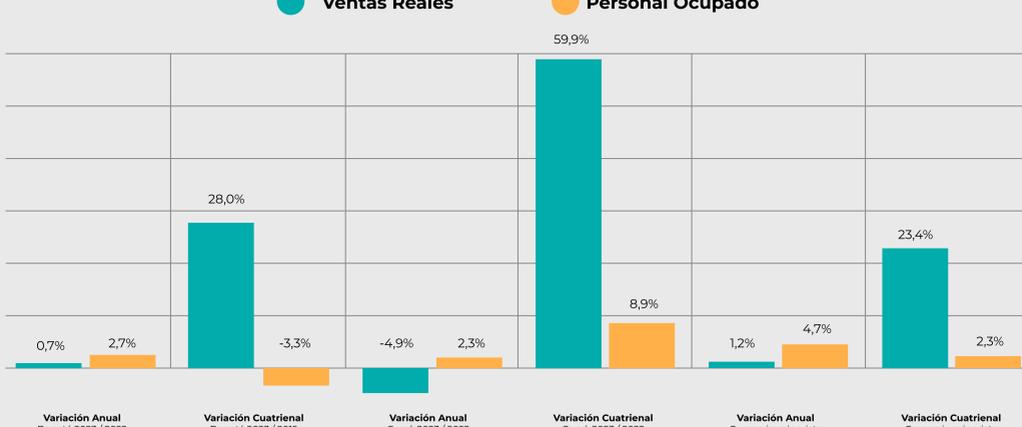
Al comparar los **resultados** con enero **2019**, las **ventas reales** del sector del comercio en Colombia crecieron **23,4%**, en **Bogotá 28,0%** y en **Cundinamarca 59,9%**.



Solo **Cundinamarca** registró una recuperación del **personal ocupado** en la comparación entre enero de 2023 y 2019 con un **8,9%**. Los mayores retos los tiene **Bogotá**, la cual registró un balance negativo de **-3,3%**.

Variación anual y cuatrienal de las ventas y el personal ocupado para Colombia, Bogotá y Cundinamarca en enero de 2023

Ventas Reales **Personal Ocupado**



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá

Resultados para Bogotá y Cundinamarca: Dinámica del comercio minorista en Enero de 2023

Ventas reales Bogotá y Cundinamarca en enero de 2023 y el mismo mes de 2022

Actividad económica	Variación anual	
	Bogotá	Cundinamarca
Total comercio minorista y vehículos (sin combustibles)	0,7%	-4,9%
Vehículos automotores nuevos	-4,6%	-22,2%
Partes, piezas (autopartes) y accesorios (lujos) para vehículos automotores, motocicletas, sus partes y accesorios.	23,2%	11,0%
En establecimientos no especializados y especializados en alimentos, bebidas y tabaco.	2,2%	-0,1%
Equipos de informática y comunicaciones en establecimientos especializados otros enseres domésticos en establecimientos especializados.	-6,9%	-6,1%
Artículos culturales y de entretenimiento en establecimientos especializados.	9,6%	1,5%
Prendas de vestir y sus accesorios calzado y artículos sucedáneos al cuero en establecimientos especializados.	15,3%	22,6%
Productos farmacéuticos, medicinales, odontológicos; artículos de perfumería, cosméticos y de tocador.	-3,8%	-8,7%

Innovaciones claves en el 2023

Se plantea para el sector, acelerar y modificar los hábitos de compra de los consumidores, además del consumo en sí y los valores que persigue el cliente.

2023

Implicará asumir **nuevas realidades**, con especial foco en el **diseño del negocio y los retos que tiene la industria para volver a transformarse.**



Tecnología y e-commerce desde la tienda:

La tienda física y digital están condenadas a entenderse, apoyarse, a sacar provecho de las ventajas. La mayoría de estudios apuntan a que las tiendas online generaran casi un **25%** de las ventas totales en el sector retail en 2025, a partir de ese año, una de cuatro compras se realizará a través de internet.



Sostenibilidad y cuidado del medio ambiente:

Se puede marcar la diferencia a la hora de ser elegido por un consumidor para adquirir productos. Aquí, los retailers tienen una oportunidad de oro para diferenciarse como negocio, crear valor y establecer importancia a largo plazo tanto con proveedores como clientes. También avanzan conceptos como la tecnología reaccionada, porque une la reutilización de elementos que tienen un difícil reciclado y recuperación. En este punto, se vuelve atractivo para el cliente adquirir productos de valor a un precio más reducido mientras contribuye a una mejor conservación del planeta.



Fomentar la conexión personal con la marca:

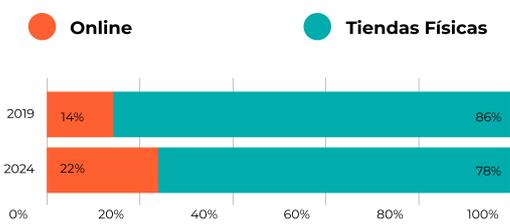
Las conexiones personales con las marcas que garantizan fidelidad en la tendencia del retail.



Explotar los datos como parte del negocio:

Para el sector retail, el obtener, analizar, canalizar, y aprovechar los miles de datos que se pueden tener 24/7 de las compras, ventas, tráfico en tienda, devoluciones, etc. Sirve para optimizar procesos, servicios y estrategias.

Dinero gastado por los consumidores



Para el **2024**, el **53%** de los ingresos del sector minorista irán a tiendas que tengan una oferta digital integrada en su modelo de negocio. Si se aplican medidas de confinamiento más estrictas, esta cifra podría llegar hasta el **56%**, ya que los consumidores seguirán comprando online en vez de hacerlo en tiendas. En los mercados más adelantados, como Estados Unidos y el Reino Unido, dos tercios de los ingresos los recibirán tiendas con canales digitales. En España, el **33%** de las ventas las harán retailers que tengan una oferta digital. Manteniéndose aún en el canal físico con el **67%** de las ventas.

Así se mueve la competencia en el sector retail

El crecimiento en ingresos de las compañías que lo componen repuntaron cerca de **26,4% anual** siendo una de las principales características del sector, alcanzando ganancias de **\$1.87 billones**.



Según el dinamismo de este sector, El Grupo Éxito anuncio que abrirá **dos almacenes Carulla**, en Medellín y Envigado.

Para el cierre **2022**, el grupo planea realizar una inversión estimada en el mercado colombiano de:

\$500.000 Millones

Por otra parte, a medida que el mercado de tienda discounter ha reportado un crecimiento cada vez mayor, llegando a quedar tiendas como:



Haciendo competencia con Grupo Éxito y Alkosto.

Ingresos por **\$9,91 billones** con un incremento de **38,84%**.

Ara repunto ganancias por **\$5.3 billones**.

Así mismo, el mercado de discounter ha adquirido participación dentro del sector de comercio **18,2%**, de la cual, **D1** lidera con **52,8%**, seguido de Ara con **22,3%**.

Panorama del comercio

Razón social	Subsector	Ingresos operativos millones de pesos
1 ÉXITO	Grandes superficies y comercio	15.293.083
2 ALKOSTO Tarjeta de crédito	Grandes superficies y comercio	6.660.011
3 OLÍMPICA	Grandes superficies y comercio	6.589.048
4 JUSTO & BUENO	Grandes superficies y comercio	4.983.115
5 SODIMAC	Materiales de construcción	3.952.842

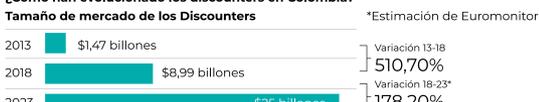
Fuente: Dane

Lo anterior, ha llevado que empresas como Olímpica busquen adelantarse dentro de este sector con nuevas estrategias. Investments INC filial de grupo Olímpica, estructura un nuevo concepto de las tiendas discounter en Colombia y ha empezado a entrar en el mercado con ISIMO, a la fecha con **137 tiendas** abiertas. A su vez, expresaron que buscarían apoyar inicialmente a los empleados, proveedores y propietarios de locales que tenían vínculos con Justo & Bueno empresa extinta durante el año anterior.

Participación y proyección del mercado para 2022 y 2023

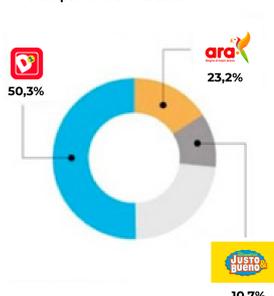
¿Cómo han evolucionado los discounters en Colombia?

Tamaño de mercado de los Discounters



Hábitos de hogares	Presencia en hogares del país	Gasto promedio 01 2018	01 2019	Frecuencia (días) 01 2018	01 2019
JUSTO & BUENO	55%	\$24.700	\$24.500	12	13
ARA	22%	\$23.606	\$23.600	17	16
JUSTO & BUENO	26%	\$17.943	\$19.025	15	13

Participación del mercado



Plan B
INVESTMENTS, INC.

Plan B es el socio de Olímpica
US\$60 millones es la inversión aproximada



Fuente: Grupo Empresarial Olímpica / Supersociedades Gráfico: LR-GR



Fuente: <https://www.larepublica.com/empresas/olimpica-proyecta-tener-700-tiendas-de-isimo-su-marca-de-hard-discount-para-2023-3507887> <https://dfsud.com/america/regionales-regionales-del-retail-estiman-que-desempeno-de-sus-paises> <https://www.ccb.org.co/observatorio/Analisis-Economico/Analisis-Economico/Crecimiento-economico/Informe-de-encuestas-economicas-enero-2023#:~:text=En%20Cundinamarca%2C%20el%20comercio%20decreci%C3%B3n%20Cundinamarca%2059%2C9%25>

CONDICIONES DE USO

Este informe ha sido preparado por la Unidad de Riesgos de CESCE Colombia -Segurexpo, por ende, no debe ser distribuido, copiado, vendido o alterado sin la autorización expresa de la aseguradora, ni debe ser utilizado para cualquier fin distinto a servir como material informativo, el cual no constituye una asesoría financiera o económica.

El presente documento tiene carácter explicativo e ilustrativo de la situación sectorial a la fecha de su publicación, por lo tanto, está sujeto a cambio del contexto económico o las fluctuaciones del mercado y no ofrece garantía, expresa o implícita, en cuanto a su precisión, integridad o corrección. Las proyecciones futuras, estimados y previsiones están sujetas a varios riesgos e incertidumbres que nos impiden asegurar que las mismas resultarán correctas o exactas, o que la información, interpretaciones y conocimientos en los que se basan serán válidos. CESCE COLOMBIA -SEGUREXPO no asume compromiso alguno de actualizar dicho contenido o comunicar esos cambios. CESCE COLOMBIA SEGUREXPO no asume responsabilidad alguna por cualquier pérdida, directa o indirecta, que pudiera resultar del uso de este documento o de su contenido.

CONSIDERACIONES

Con la recepción del presente informe EL CLIENTE (quien para los efectos aquí contenidos será el receptor de la información aquí comprendida) acepta cumplir con las siguientes condiciones: CESCE COLOMBIA -SEGUREXPO en ningún evento se hace responsable por los usos indebidos de los datos entregados al CLIENTE y por tanto no será responsable de su uso ilícito o fraudulento. EL CLIENTE será el único responsable de dicha situación, obligándose a mantener indemne a CESCE COLOMBIA -SEGUREXPO de cualquier acción, reclamación o demanda en su contra por este concepto. EL CLIENTE acepta que todas las decisiones empresariales, en mayor o menor medida, representan única y exclusivamente en sus informes y que CESCE COLOMBIA -SEGUREXPO, al suministrar la información y/o al presentar opiniones no vinculantes en sus informes, ni asegura ni asume los riesgos del CLIENTE, es decir, de las decisiones que este adopte con base en la información contenida en el informe.



Descarga la infografía en:
<https://www.cesce.co/w/informe-sector-comercio>