

Cayó la inversión externa en crudo

Por DIEGO VARGAS RIAÑO

Uno de los puntos relevantes del informe sobre Inversión Extranjera Directa (IED) que llegó a Colombia en el primer trimestre, en el que se observa que este rubro creció 6 %, al totalizar 3.589 millones de dólares, es que el apetito por poner capital en el sector petrolero se redujo en 70,6 %.

De acuerdo con el Banco de la República, mientras entre enero y marzo de 2019 entraron divisas por 835 millones de dólares a este sector, en el mismo periodo de este año esa suma ascendió a 590 millones de dólares.

El año pasado esta industria atrajo un total de 2.755 dólares a Colombia, siendo la que jalonó la IED total del país, principalmente por un comportamiento relevante en el segundo trimestre cuando sumo 733 millones de dólares.

No obstante, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, destacó el buen comportamiento que los sectores no mineroenergéticos registraron en la primera parte del año.

Del total de IED, “2.486 millones de dólares correspondieron a los flujos de capital foráneo que aterrizó en los sectores no minero energéticos y que registró un aumento del 22,7 %, con relación al periodo enero-marzo del 2019. Los capitales que llegaron a estas actividades representaron el 69,3 % del total”, reseñó la cartera comercial.

“La inversión extranjera directa es un instrumento clave que nos permite insertarnos y reacomodarnos en las cadenas de valor, así como promover las exportaciones”, expresó José Manuel Restrepo, ministro de Comercio.

Y añadió que Colombia sigue siendo un país atractivo para capitales foráneos, y “por eso, evaluamos varios instrumentos que hagan posible la llegada de más inversión al país. Este debe ser uno de los motores de la economía colombiana”.

Particularmente, los sectores no mineros que registraron variaciones positivas fueron: electricidad, agua y gas con un aumento de la inversión del 283,3 %, alcanzar 668 millones de dólares.

“Desde el sector del Comercio Exterior trabajamos en tres ejes para lograr una mayor atracción de capitales extranjeros. Uno de ellos se basa en promover herramientas de facilitación de la inversión, otro en potenciar la eficiencia y el último en incentivos”, dijo Laura Valdivieso, viceministra de Comercio Exterior ■



Las tiendas de barrio significan el 52 % del consumo masivo en Colombia, de acuerdo con Tienda Registrada. Por ahora, este sector busca retomar labores y volver a impulsar el gasto de los hogares que el año pasado sumó \$727 billones FOTO CAMILO SUÁREZ

COMERCIO INFORME

La tienda del barrio, un vecino que se reactiva

Según cifras de Raddar, en la semana 21 de este año el gasto de los hogares nacionales repuntó, y estos comercios empiezan a observarlo.

Por DIEGO VARGAS RIAÑO

Luz Stella es tendera desde hace 20 años. Dice que, como siempre, cada año trae sus picos altos y bajos en cuanto a ventas, que normalmente oscilan entre 150.000 pesos y 200.000 pesos diarios.

Del 2020, en particular, describe que hubo un freno entre marzo y abril “tal vez por la desconfianza de la gente por comprar en una tienda de barrio por el virus” y que, como máximo, las ventas llegaban a 80.000 por esos meses. Pero hoy, apunta, la situación ha mejorado un poco y llegan a ser entre 110.000 o 120.000 a la caja por clientes que van a comprar alimentos, elementos de aseo y productos empaquetados, principalmente.

Justamente, esta tendencia la empezó a registrar la consultora especializada en consumo, Raddar, cuyo presidente, Camilo Herrera, apuntó que “en la semana 21 de este año, comienzan a verse crecimientos importantes del gasto de los hogares, frente a la semana anterior” (ver Claves).

Particularmente, la firma observó que entre el 18 y el 22 de mayo las compras en general de los colombianos crecieron 1,9 %, algo que dista de lo que sucedió en los primeros días de abril, cuando la demanda cayó hasta 20 %.

CLAVES

OTRAS CIFRAS DE INTERÉS

- 1 Según Tienda Registrada, los comercios de barrio representan 52% del consumo masivo nacional.
- 2 En cuanto a los clientes de estos lugares, el 35% le dijo a YanHaas que busca el producto más barato.
- 3 En 2019 los hogares colombianos gastaron 727 billones de pesos, 6% más que en el 2019, de acuerdo con Raddar.

De las cifras al barrio

¿Pero cómo se está viendo esto en las cerca de 260.000 tiendas de barrio que, como la de Luz Stella, existen en el país? De acuerdo con Tienda Registrada, los comerciantes dijeron que para la semana culminada el 24 de mayo las ventas subieron 24 % en valor, comparadas con ese mismo lapso del 2019.

No obstante, apunta que el 97 % de los tenderos ha disminuido sus horarios de atención por razones como protección de su salud y seguridad, aunque los picos más altos de las ventas están entre 6:00 p.m. y 9:00 p.m.

¿Y los productos, qué? Según el boletín YanHaas Poll, que comparte hallazgos sobre el consumo en el país, los tenderos destacaron que los bienes que mejor se están vendiendo son, en su orden, los de Postobón, Coca Cola, Margarita, Arroz Diana y Jet.

Con este panorama, Ángela Penagos, directora de Oficina Rimisp Colombia, centro para

97 %

de los tenderos en el país ha disminuido sus horarios de atención: Tienda Registrada

el desarrollo rural, apuntó durante el webinar Economía y región en tiempos de coronavirus, que el “consumo de los hogares colombianos está ligado a las tiendas de barrio y en este sentido, las nuevas estrategias de distribución (de alimentos en el país) deben considerar esta variable”.

Pero en estos comercios otro parece el panorama, en tanto que según el YanHas Poll “los tenderos no sintieron apoyo por parte de los proveedores y distribuidores, que favorecieran su actividad durante la cuarentena”.

Esto, dijeron los microempresarios, debido a que vieron desinterés por iniciativas como

promociones y flexibilidades de pago, entre otras, que les dieran una mano.

No obstante, así como llegaron los problemas, la emergencia por la covid-19 trajo nuevas oportunidades: por ejemplo, los tenderos que hacen domicilios (que son el 63 %) dijeron que estos aumentaron un 47 %, y de los que no ofrecen este servicio, el 31 % le dijo a Tienda Registrada que está pensando en hacerlo.

Para Jaime Alberto Cabal, presidente de Fenalco, “las tiendas han sabido entender los retos de la economía y están viviendo un momento de grandes transformaciones”. Así, el vecino más popular del barrio, se recupera de a poco ■

EN DEFINITIVA

Las tiendas de barrio ven como, de a poco, el consumo vuelve a reactivarse. La emergencia ha llevado a que estos actores del comercio evalúen potenciar su línea de domicilios.