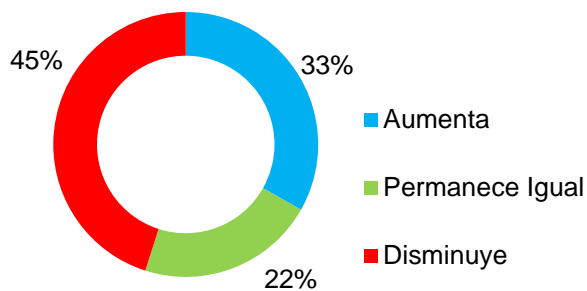


Comportamiento de las ventas del comercio de la ciudad

FENALCO Bogotá Cundinamarca monitorea y analiza mes a mes el comportamiento de las ventas de los empresarios de la ciudad.

Comportamiento ventas



Para el **45%** de los comerciantes sondeados las ventas durante el mes de septiembre de 2015 frente a septiembre del año pasado disminuyeron, para el **33%** aumentaron y para el **22%** permanecieron igual.

En lo corrido del año es decir de enero a septiembre de 2015, en promedio para el **46%** de los comerciantes la ventas han disminuido, para el **35%** han aumentado y para el **19%** han permanecido igual.

Dato Oficial

2005 - 2015 (Septiembre)

Años	Variación %			Años	Variación %		
	Mensual	Año corrido	Doce meses		Mensual	Año corrido	Doce meses
2005	0,43	4,42	5,02	2011	0,31	2,95	3,73
2006	0,29	4,15	4,58	2012	0,29	2,32	3,08
2007	0,08	4,67	5,01	2013	0,29	2,16	2,27
2008	-0,19	6,53	7,57	2014	0,14	3,08	2,86
2009	-0,11	2,12	3,21	2015	0,72	4,76	5,35
2010	-0,14	2,40	2,28				

Fuente: DANE

Según el **Dane** para el mes de septiembre de 2015 el índice de precios al consumidor presentó una variación de **0,72%**, superior en **0,58** puntos porcentuales frente al mismo mes del año anterior cuando el índice registró una variación de **0,14%**.

Los sectores que registraron una mayor variación fueron: Diversión (**1,48%**), Alimentos (**1,29%**) y Transporte (**0,79%**).

Por el contrario los sectores que presentaron variación inferior a la nacional fueron: Comunicaciones (**-0,04%**), Salud (**0,12%**), Educación (**0,26%**), Vestuario (**0,30%**), Vivienda (**0,39%**) y otros gastos (**0,64%**).

Bogotá fue la octava ciudad con mayor variación en su indicador (**0,77%**), los sectores con mayores variaciones fueron: Diversión (**2,44%**), Transporte (**1,20%**) y Alimentos (**1,17%**).

Los sectores con menor variación en la ciudad fueron: Comunicaciones (**-0,09%**), Salud (**0,03%**), Educación (**0,08%**), Vestuario (**0,26%**), otros gastos (**0,46%**) y Vivienda (**0,50%**).

Según **Fedesarrollo** el Índice de Confianza del Consumidor (ICC) en septiembre presentó un balance de **4,3%**, presentando un aumento de **4,7** puntos porcentuales frente al mes anterior y una disminución de **13,2** puntos porcentuales frente al mismo mes del año anterior.

Según el estudio en las cinco ciudades analizadas la confianza del consumidor aumentó frente al mes anterior, sin embargo en las cinco disminuyó frente a septiembre de 2014.

Cuadro 2. Evolución del ICC por Ciudades, %

Ciudad, Balance %	2013 septiembre*	2014 septiembre	2015	2015
			agosto	septiembre
Bogotá	14,7	12,7	-5,1	-1,2
Medellín	3,8	12,9	1,8	3,5
Cali	25,4	28,1	0,6	9,6
Barranquilla	26,9	39,5	22,1	25,7
Bucaramanga	-	24,9	-2,5	15,8
Total	14,6	17,5	-0,4	4,3

* A partir de noviembre de 2013 se incluye a Bucaramanga.

Fuente: Encuesta de Opinión del Consumidor (EOC) - Fedesarrollo.

¿Qué pasó en la ciudad durante septiembre?

Sábado 19: día del amor y la amistad, según un estudio de FENALCO Bogotá se revela que las personas realizan en promedio dos actividades frecuentemente: el **26%** asiste a eventos o actividades culturales como cine, teatro, festivales y conciertos, el **23%** visita restaurantes y el **20%** asiste a bares o discotecas.

Martes 22: Se realizó la jornada del día sin carro y sin moto, para el **52%** de los comerciantes sondeados las ventas disminuyeron en promedio un **53%** y en promedio el **39%** de los empleados de las empresas sondeadas llegaron tarde a cumplir con sus labores debido a inconvenientes de movilidad presentados

FICHA TECNICA

Nombre estudio	Comportamiento de las ventas del comercio de la ciudad
Elaborado por	Área de Investigaciones Económicas FENALCO Bogotá - Cundinamarca.
Fecha de realización	Del 8 al 20 de octubre de 2015
Fuente de financiación	FENALCO Bogotá - Cundinamarca
Marco muestra	Empresas afiliadas a FENALCO Bogotá
Tamaño de la muestra	253 empresas
Técnica de recolección de información	Encuestas Telefónicas y virtuales
Cobertura geográfica	Bogotá.
Tipo de investigación	Cuantitativa – Descriptiva
Fecha entrega informe	26 de octubre de 2015
Objetivo del estudio	Monitorear y analizar el comportamiento de las ventas de los empresarios de la ciudad