



Occieconómicas

## Termómetro Económico Sectorial

Comercio

Octubre 2025



# Comercio



## Participación en PIB



2024: 19,1%  
2T25: 21%

## Crecimiento



2024: 1,4%  
2T2025: 5,6%

## Personal ocupado



4,06 M personas en julio  
2025  
16,9% del total ocupados  
a nivel nacional

## Inflación de bienes



Bienes: 1,9%  
Total: 5,1%  
(Agosto 2025)





# Retos y oportunidades

## Comercio



**El comercio ha crecido sostenidamente después de la pandemia, y se consolida como uno de los principales dinamizadores de la economía.**



**Una recuperación sostenida de la confianza de los consumidores y menores tasas de interés podría impulsar más al comercio.**



**La resiliencia del mercado laboral es clave para el buen comportamiento del consumo y beneficioso para el comercio.**



**La guerra comercial podría moderar la dinámica en la medida en que pueden haber presiones alcistas en los precios de algunas mercancías.**



**Sanciones o tarifas adicionales a Colombia en medio de las tensiones con Estados Unidos podrían afectar de manera importante al sector.**



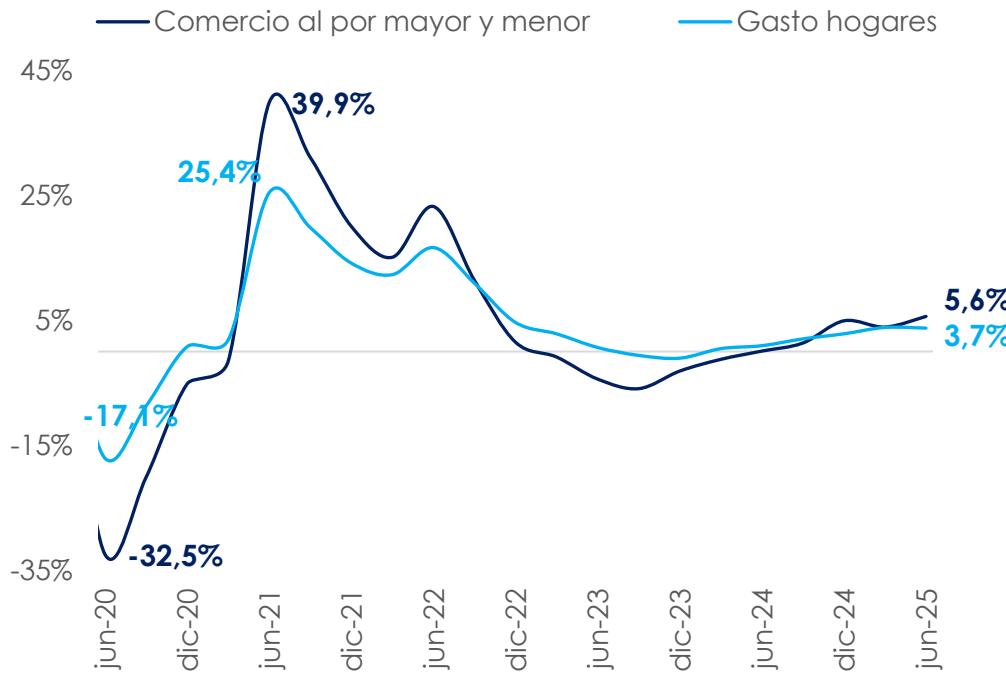
# Comercio avanza crece a buen ritmo

Motor del crecimiento



- **El buen desempeño del gasto de los hogares explica en cierta medida la buena dinámica del comercio.**
- **Desde 2019, el comercio ha crecido 24% y ha mantenido un crecimiento sostenido.**
- **El sector comercio se consolida como uno de los principales sectores que impulsa la economía.**

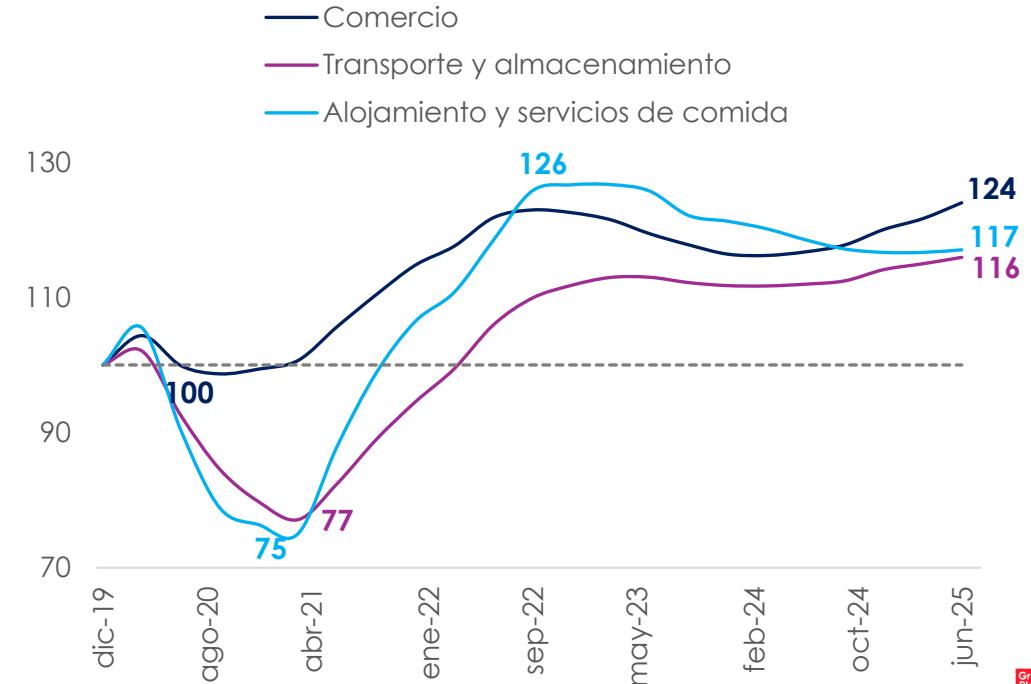
## Crecimiento anual PIB del sector



Fuente: DANE, Occieconómicas

## Evolución sector comercio

(Diciembre 2019 = 100)



# Ventas y márgenes del comercio

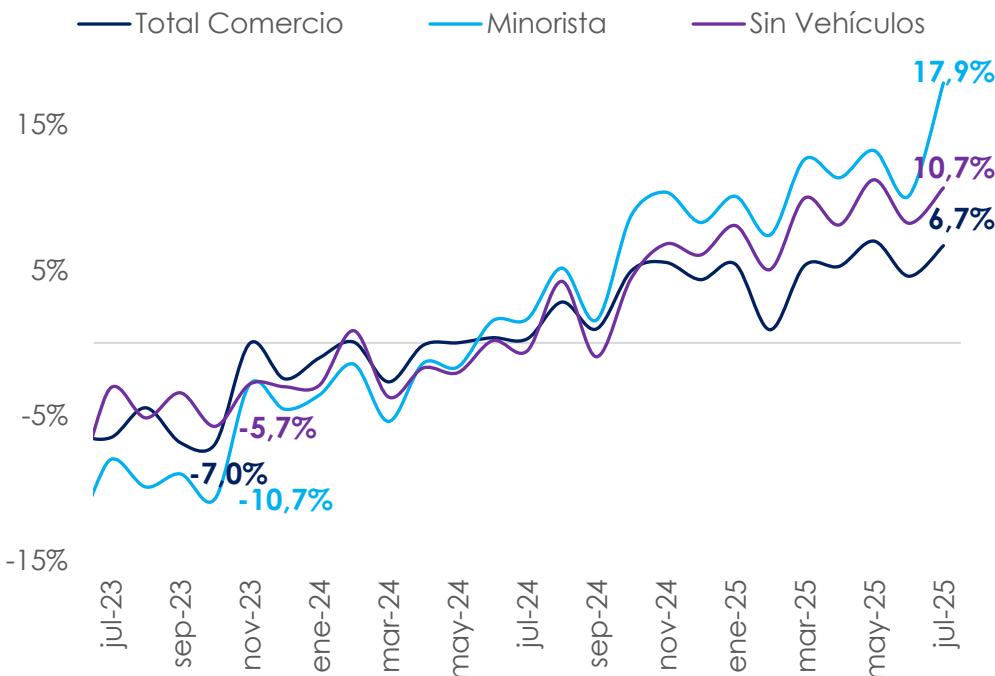
Recuperación sostenida



- El crecimiento de las **ventas minoristas** a lo largo del año ha sido **sostenido**, soportado principalmente por bienes durables.
- Los **márgenes** en el comercio mayorista se han **mantenido estables** en lo corrido del año.
- Se espera que la buena dinámica de las ventas minoristas **continue en el año** y soporte el crecimiento del PIB nacional.

## Ventas minoristas con y sin vehículos

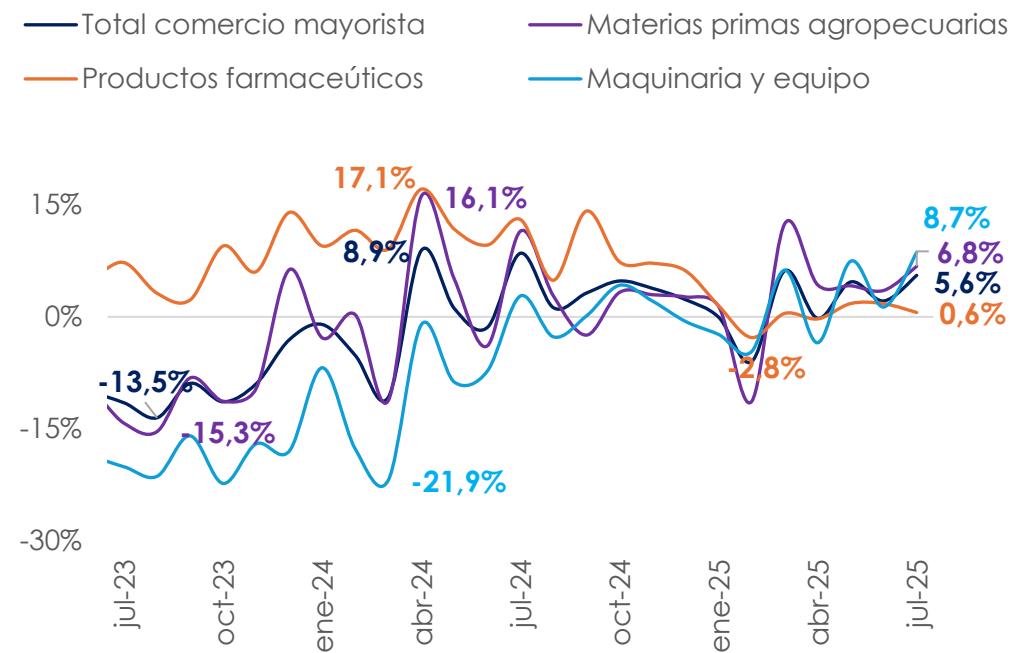
(Variación anual)



Fuente: DANE, Occieconómicas

## Margen real comercio mayorista

(Variación anual)



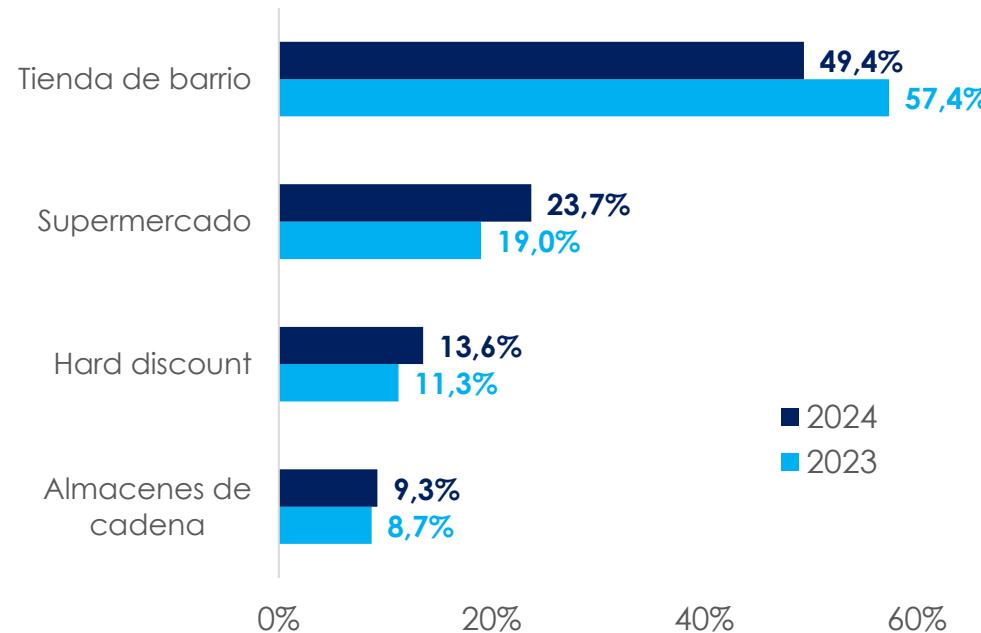
# Patrones de consumo en la industria de alimentos

## Canales y comportamiento de las ventas



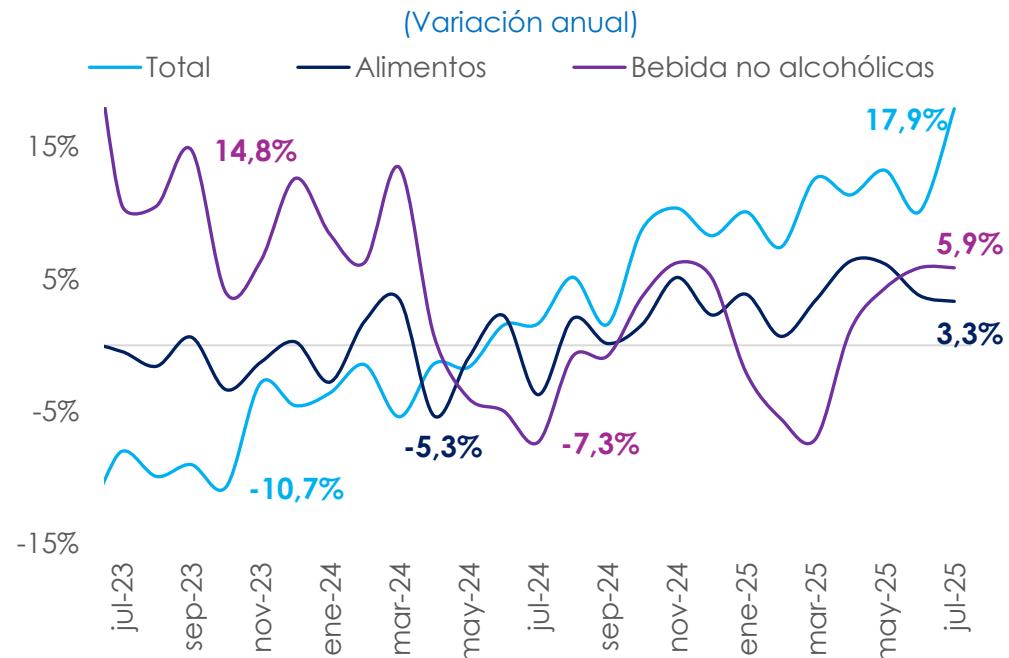
- Las tiendas de barrio son el **principal canal de compra** de los hogares.
- A su vez, las **grandes superficies** también tienen una **participación importante**.
- Las ventas de alimentos y de bebidas no alcohólicas crecen pero a un **ritmo más rezagado** que las ventas minoristas totales.

### Principales canales de compra



Fuente: ANDI, Raddar, Occieconómicas

### Ventas minoristas de la industria de alimentos



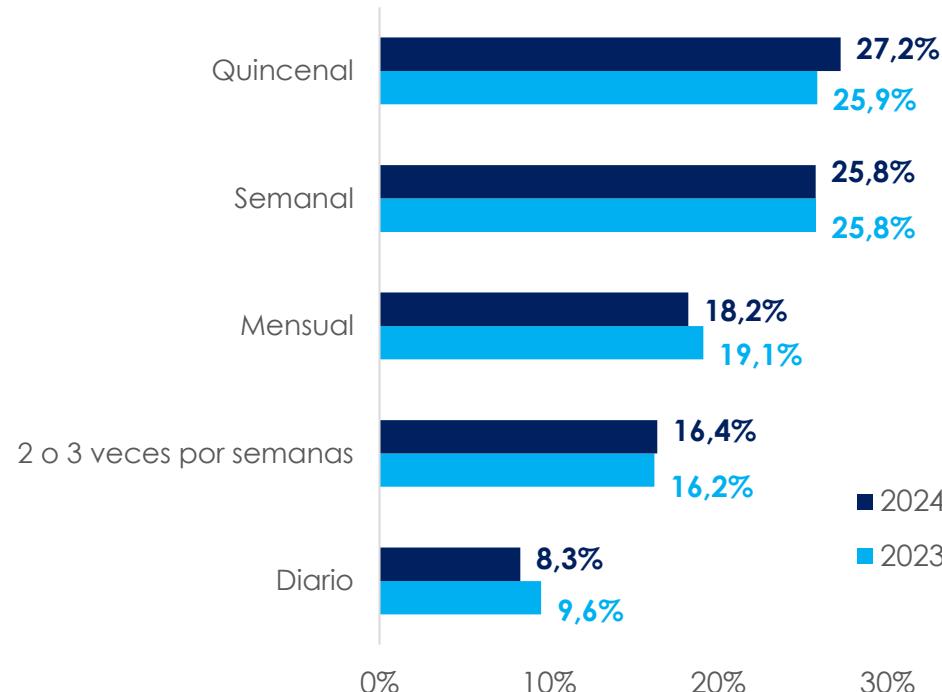
# Patrones de consumo en la industria de alimentos

## Gasto de los hogares en alimentos



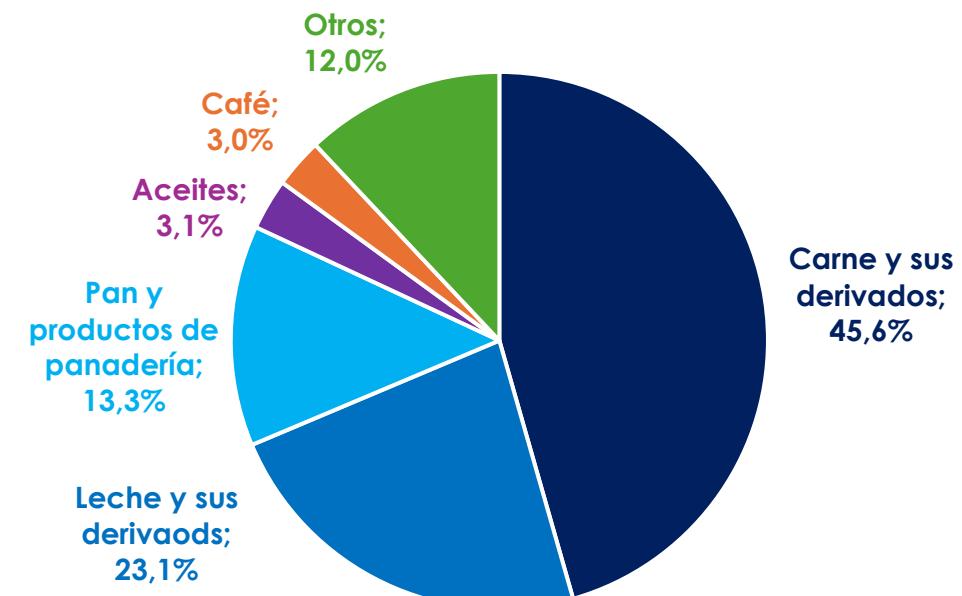
- El mayor gasto de los hogares es en carnes (46%), leche (23%) y productos de panadería (13%).
- Por su parte, la frecuencia de gasto en alimentos mayoritariamente es quincenal y semanal.
- El gasto en alimentos es uno de los principales dentro del consumo de los hogares.

### Frecuencia de compra de alimentos



Fuente: ANDI, Raddar, Occieconómicas

### Gasto de los hogares por alimento



# Comportamiento sector automotriz

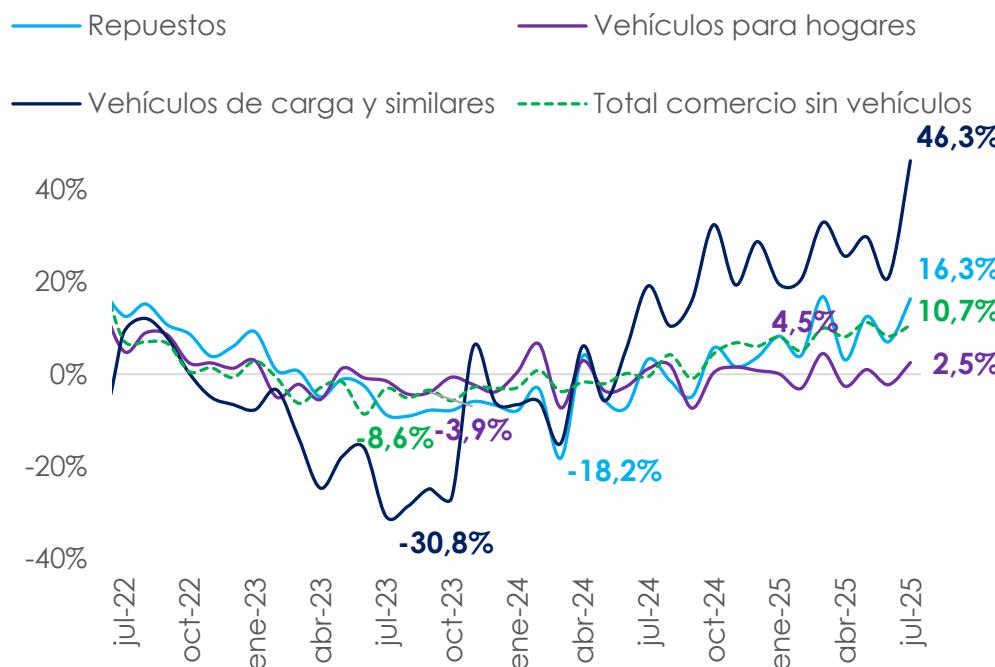
Crecimiento robusto en lo corrido del año



- Las **ventas de vehículos superan las ventas del comercio minorista**.
- A su vez, **en lo corrido del año las ventas han crecido 27%** y se ubican en los 150 mil unidades vendidas.
- Las **ventas de vehículos jalonan parte del crecimiento robusto de las ventas minoristas**.

## Ventas minoristas del sector automotriz

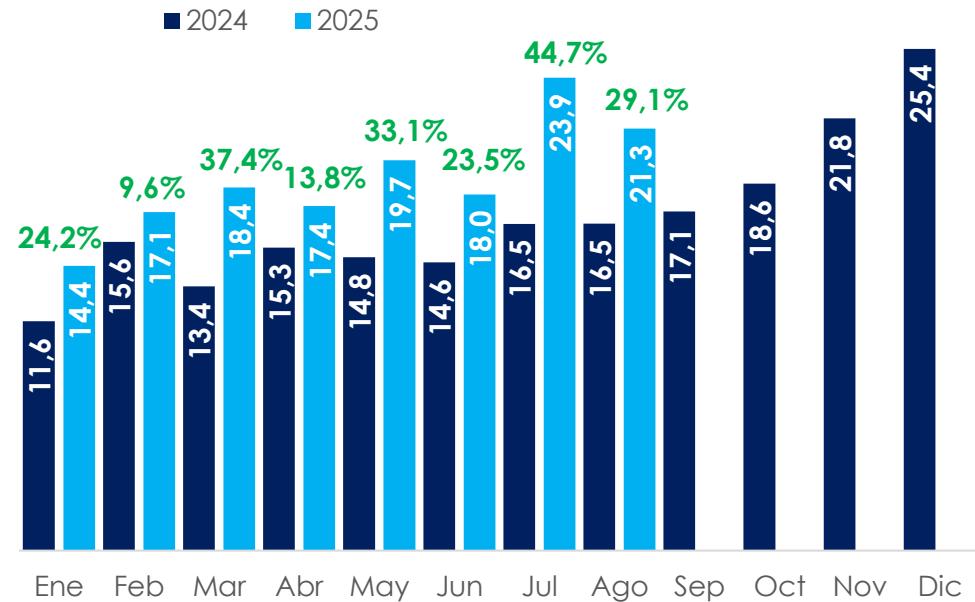
(Variación anual)



Fuente: DANE, Andemos, Occieconómicas

## Comparativo ventas de vehículos mes a mes

(Miles de unidades)



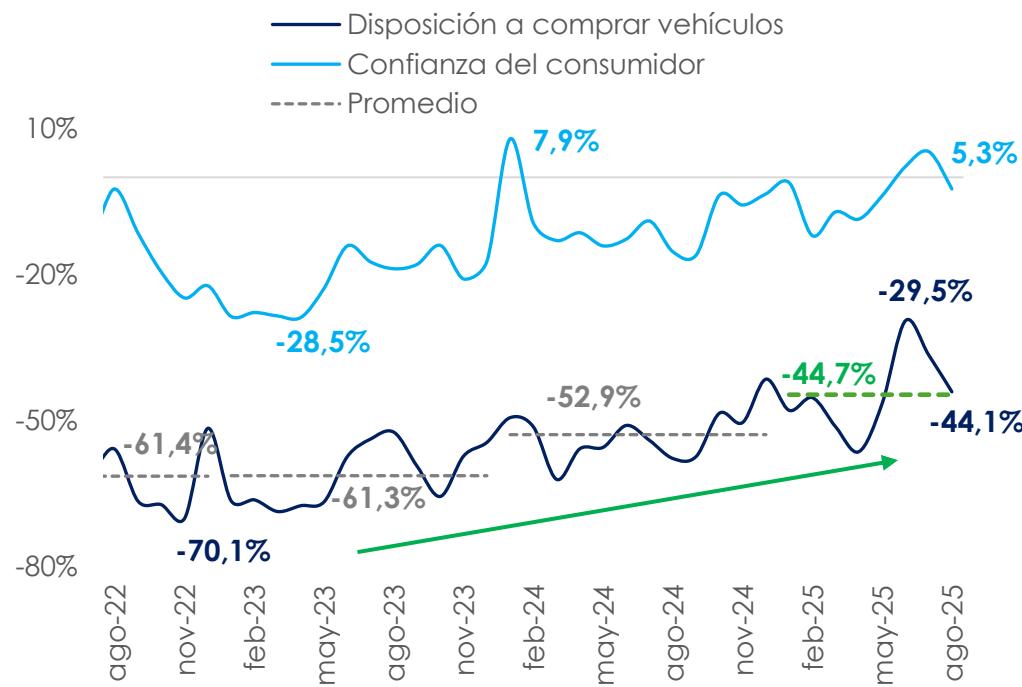
# Comportamiento sector automotriz

La disposición a comprar es baja pero los números dicen lo contrario

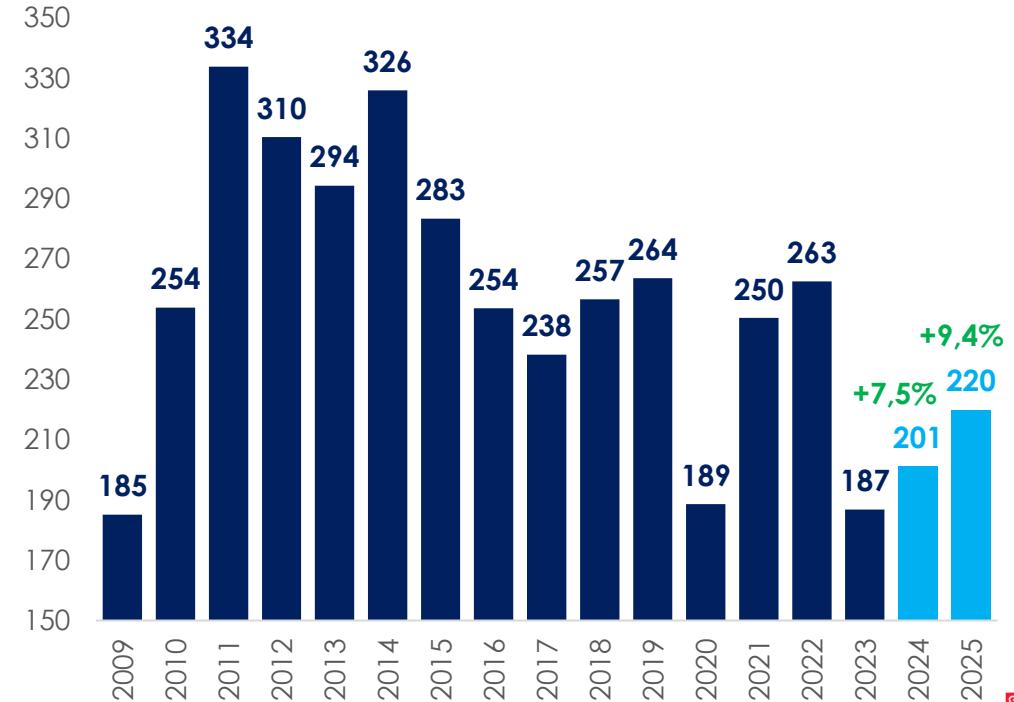


- La disposición a comprar vehículos ha venido en **aumento** en línea con la confianza del consumidor.
- Este año proyectamos que las **ventas crezcan un 9,4%** y se ubiquen en las 220 mil unidades.
- Este comportamiento va en **línea** con un **mayor apetito** por **consumo de bienes durables**.

## Confianza del consumidor



## Ventas de vehículos anuales



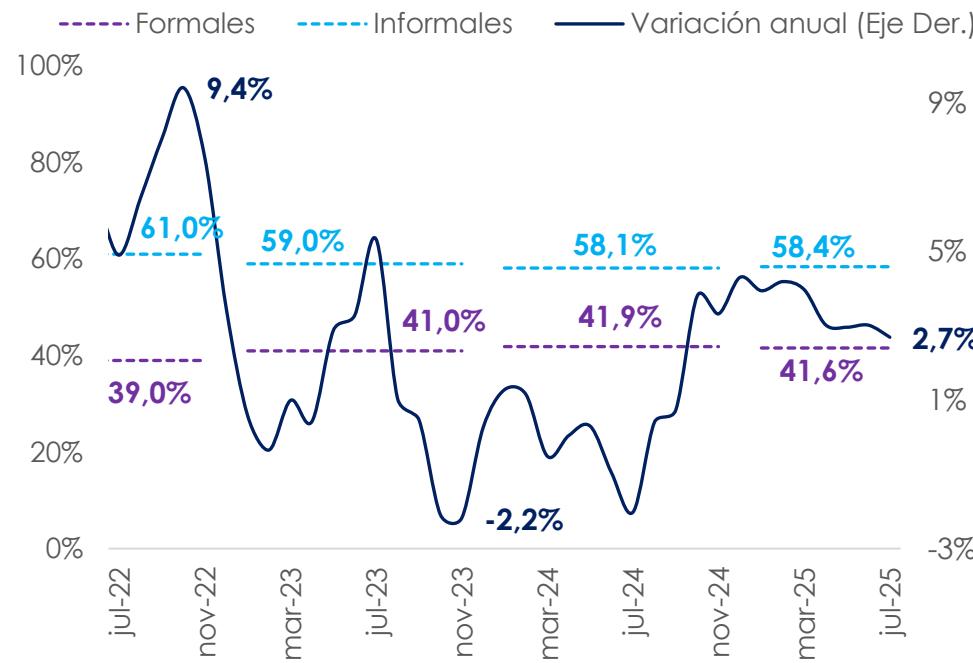
# La informalidad viene cayendo en el sector

Formalidad con buenas perspectivas



- Desde el 2022 la formalidad ha subido ligeramente y se encuentra sobre el 42% en promedio.
- En julio, el empleo en el sector comercio creció 2,7% anual.
- El empleo en el sector de **equipos de informática** ha **crecido sostenidamente** mientras que en el de vestuario se ha contraído.

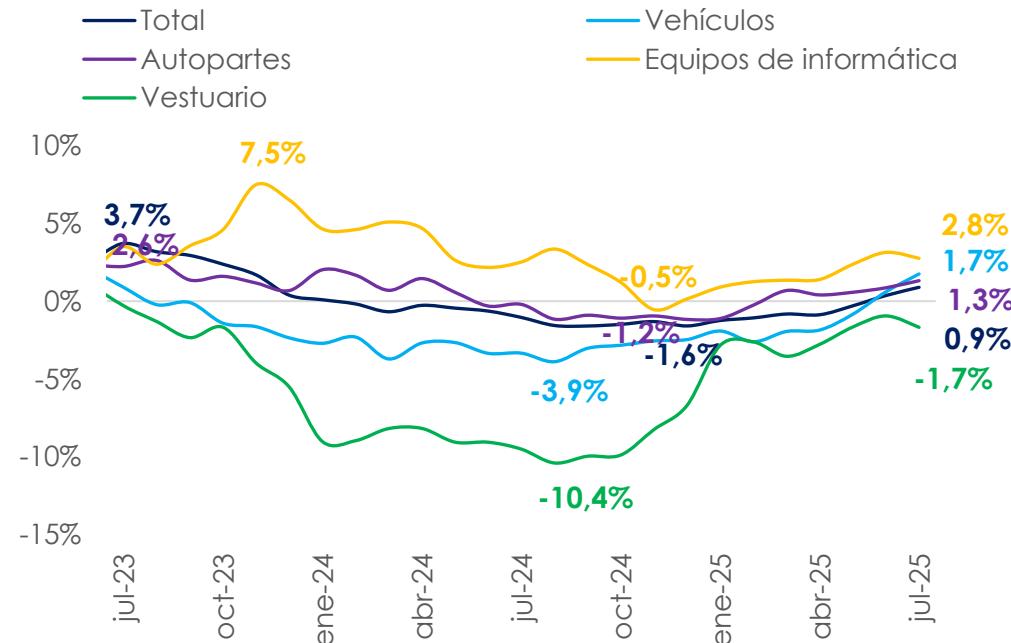
## Ocupados sector comercio



Fuente: DANE, Occieconómicas

## Personal ocupado comercio minorista

(Variación anual)

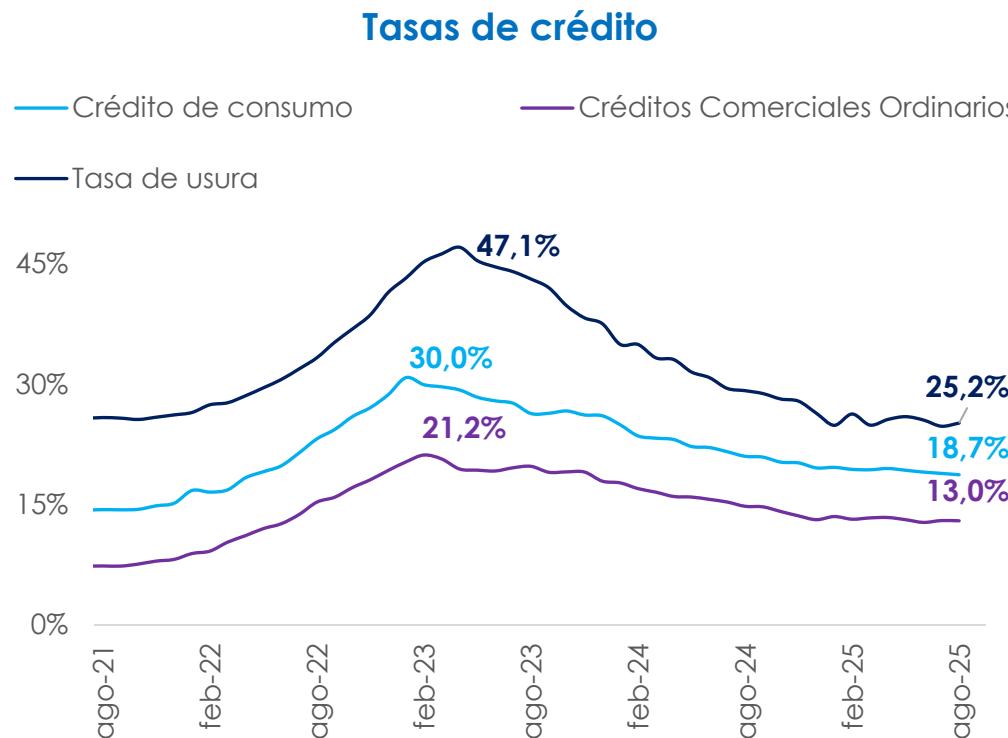


# Las tasas y la inflación bajan

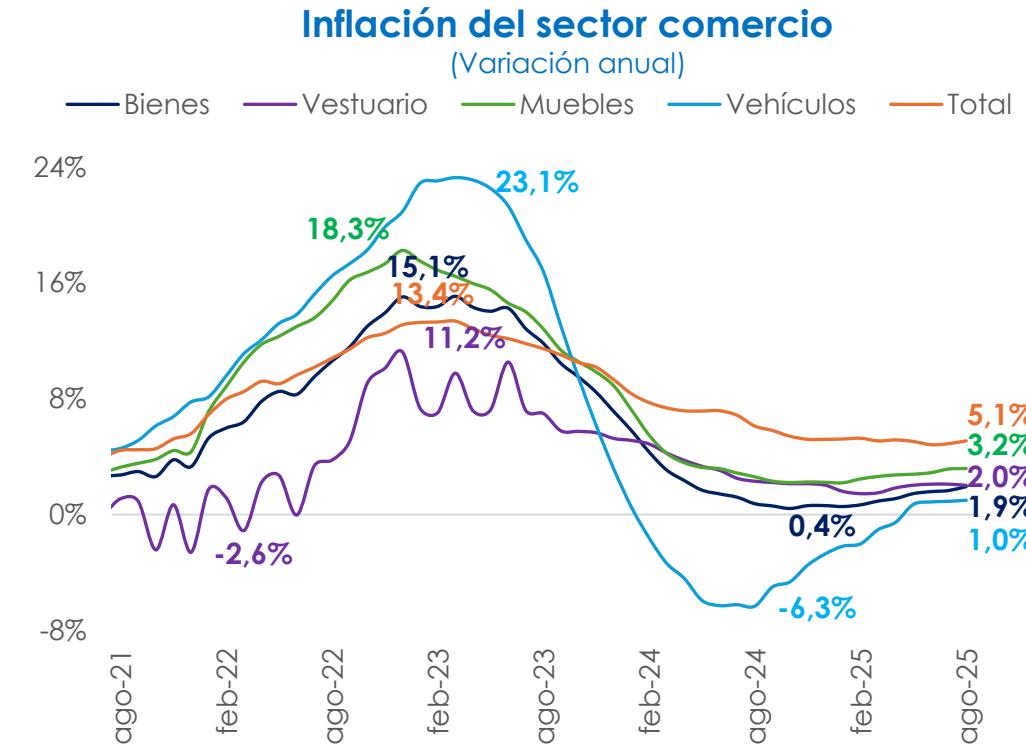
Catalizador del comercio



- Las tasas de interés de los créditos han caído pero a menor ritmo que la inflación.
- En la medida en que las **tasas continúen bajando, el comercio podría crecer más.**
- La inflación de **muebles, bienes y vestuario** se ubica por debajo del total nacional.



Fuente: DANE, BanRep y Superfinanciera. Occieconómicas



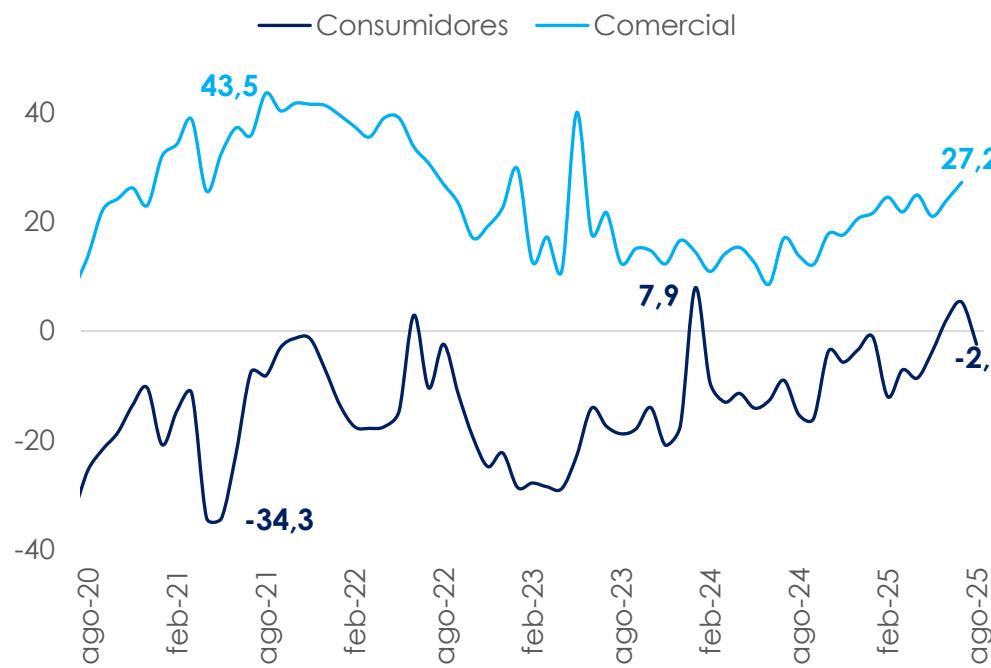
# Confianza de los consumidores repunta

Mayor optimismo es favorable



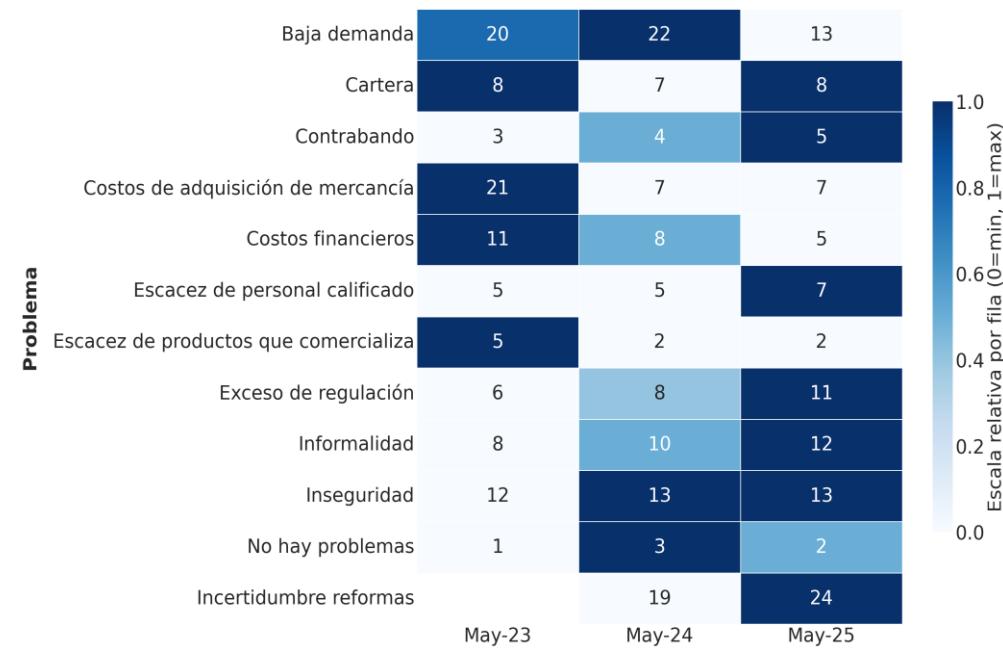
- La tendencia de la confianza de los consumidores se mantiene al alza, una señal positiva para el sector comercio.
- De igual forma, la confianza comercial se mantiene al alza, impulsada también por la menor tasa de cambio que favorece a importadores.
- De acuerdo con Fenalco, la mayor preocupación de los empresarios es la incertidumbre por las reformas del Gobierno.

## Índices de Confianza



Fuente: Fedesarrollo y FENALCO. Occieconómicas

## Problemas que afectan la actividad empresarial (%)



# Las ventas minoristas registran un buen crecimiento

Aumenta la preferencia por bienes durables



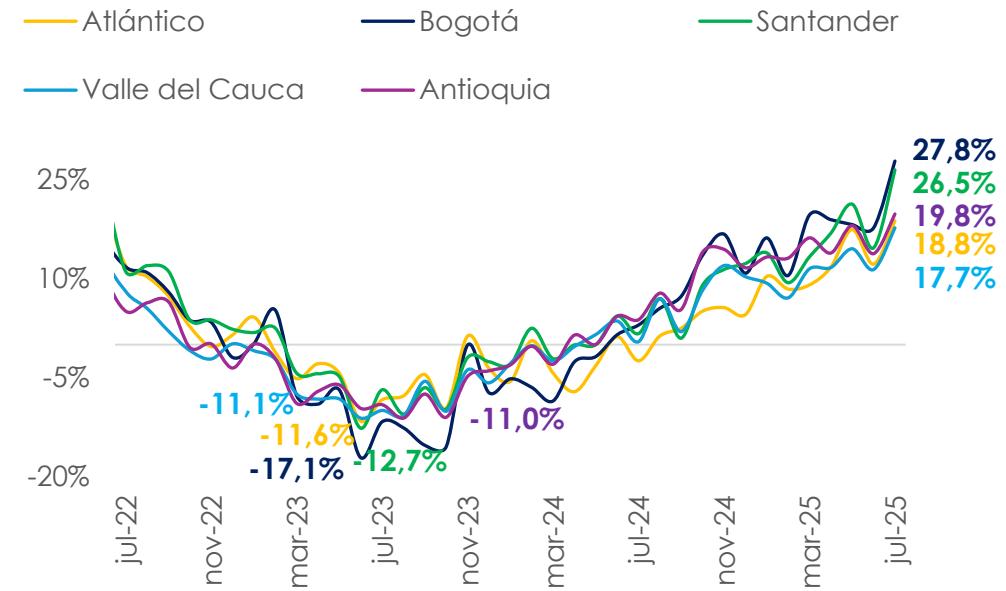
- La venta de bienes durables (electrodomésticos o vehículos) son las que tienen mayor crecimiento.
- Bogotá es la región en donde más crecen las ventas minoristas.
- El Valle del Cauca es el que tiene una recuperación más lenta.

**Ventas minoristas por sectores**  
(variación anual)

	Alimentos	6.2	6.0	3.8	3.3
Subsector	3.3				
Bebidas alcohólicas y tabaco	-3.2	16.6	8.3	6.6	5.1
Vestuario	2.5	7.7	8.8	5.1	10.1
Calzado	9.8	11.0	12.9	8.7	10.2
Productos farmacéuticos	13.5	10.4	10.3	6.7	11.4
Electrodomésticos	19.4	18.9	23.3	24.2	26.5
Equipos de informática	53.9	53.8	56.5	57.0	56.0
Equipo de sonido y video	22.4	28.6	26.5	14.0	16.5
Artículos de ferretería	14.6	3.9	11.7	6.9	13.0
Vehículos	32.8	25.4	29.8	20.9	46.3
	Mar-25	Abr-25	May-25	Jun-25	Jul-25

Fuente: DANE. Occieconómicas

**Ventas minoristas por departamentos**  
(variación anual)





Occieconómicas

# Termómetro Económico Sectorial Comercio

## Nuestro equipo:

**David Cubides**  
Economista  
Jefe

**Diego Robayo**  
Analista Sr. de Investigaciones  
Económicas

**Camilo Arboleda**  
Especialista de Investigaciones  
Económicas

**Jenny Moreno**  
Analista Sr. de Investigaciones  
Económicas

