



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.**

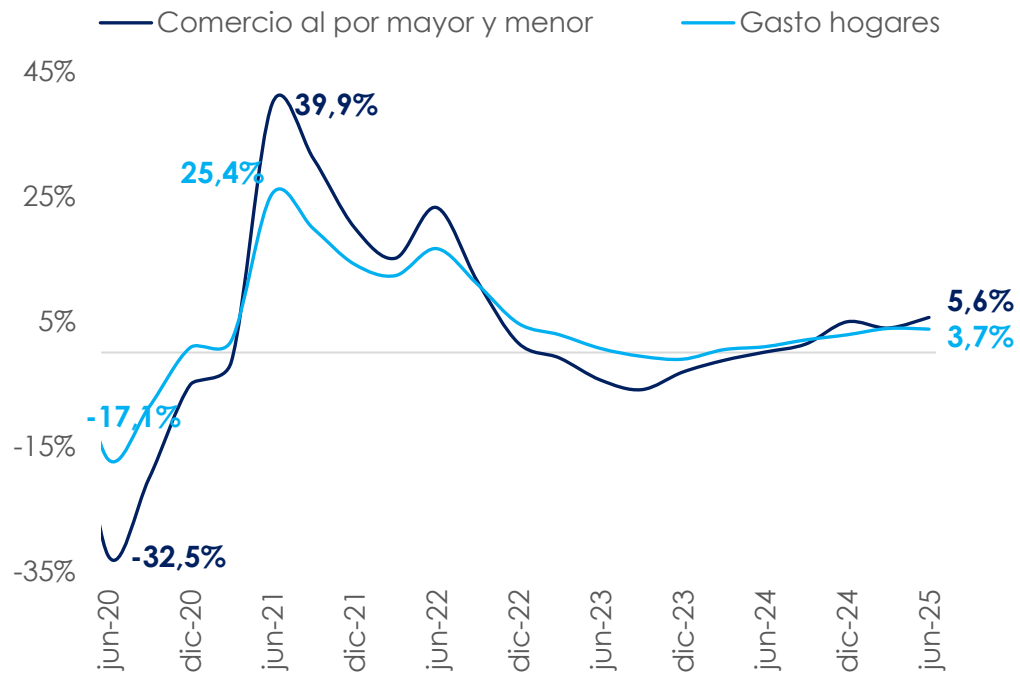


# Comercio avanza crece a buen ritmo

## 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**.

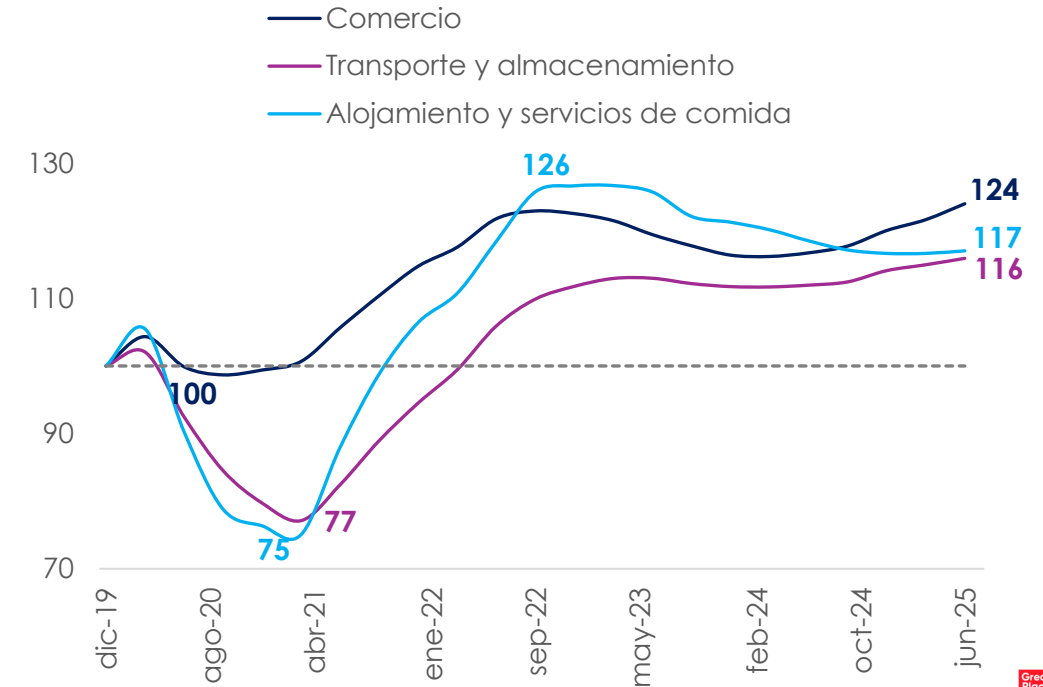
### Crecimiento anual PIB del sector



Fuente: DANE. Occieconómicas

### Evolución sector comercio

(Diciembre 2019 = 100)



# Ventas y márgenes del comercio

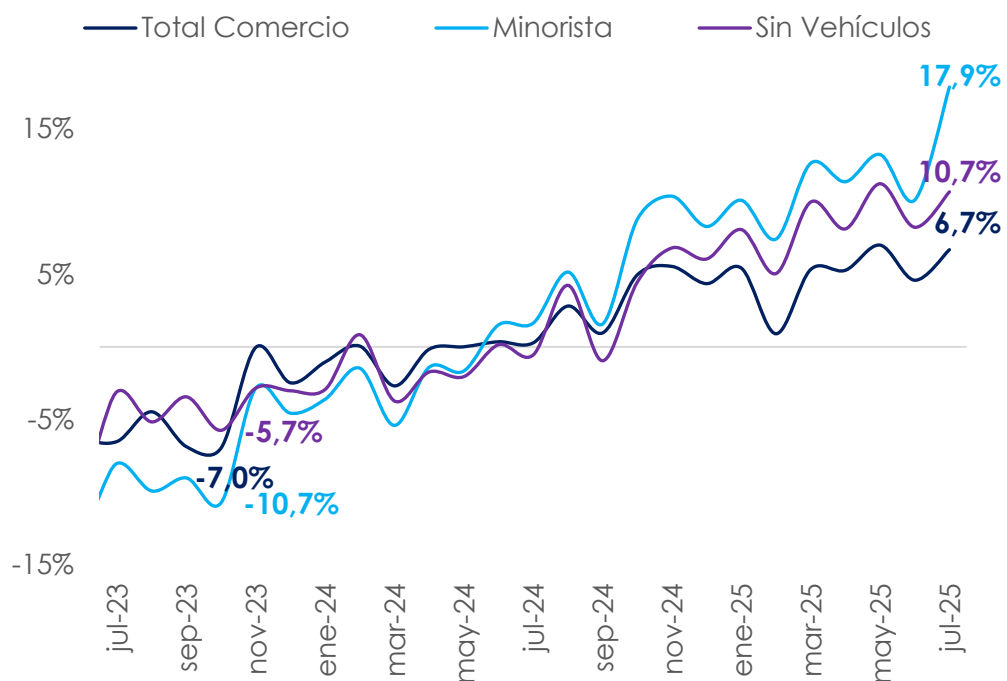
## Recuperación sostenida



- 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 **continúe en el año** y soporte el crecimiento del PIB nacional.

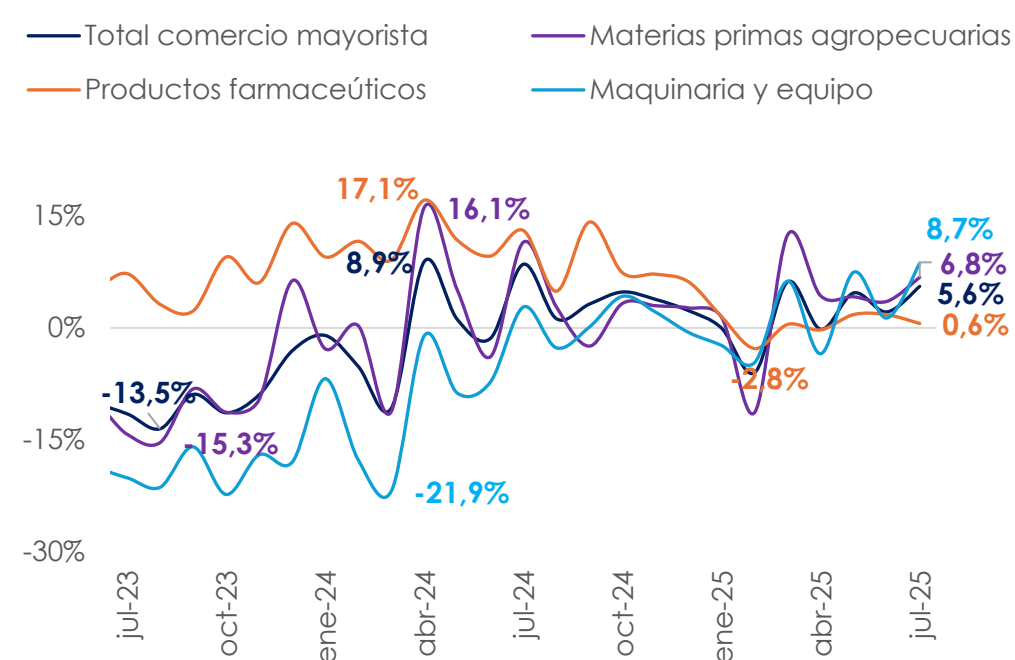
### Ventas minoristas con y sin vehículos

(Variación anual)



### Margen real comercio mayorista

(Variación anual)



Fuente: DANE, Occieconómicas

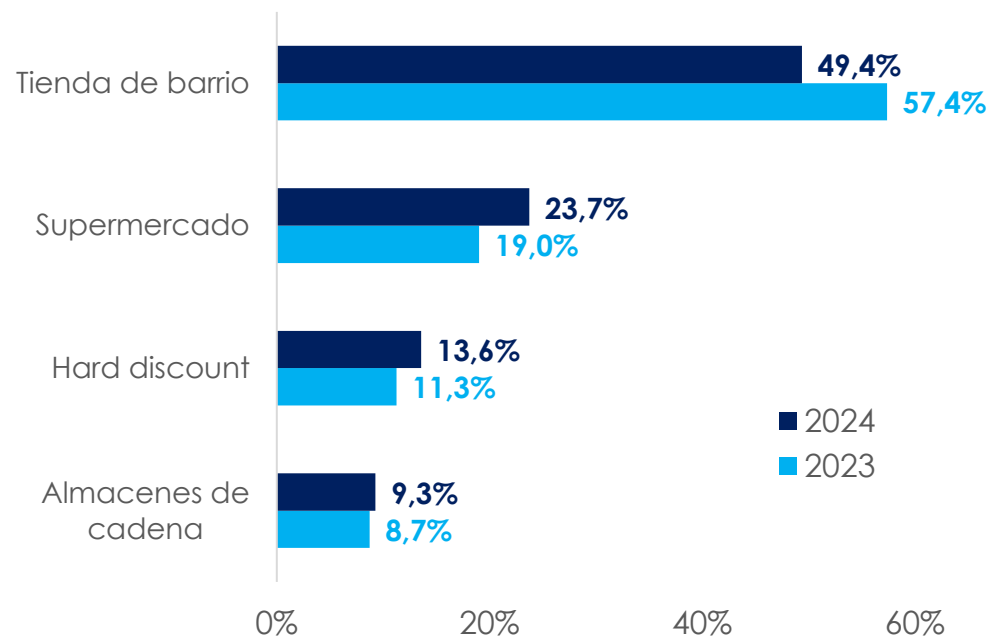
# Patrones de consumo en la industria de alimentos

## 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.

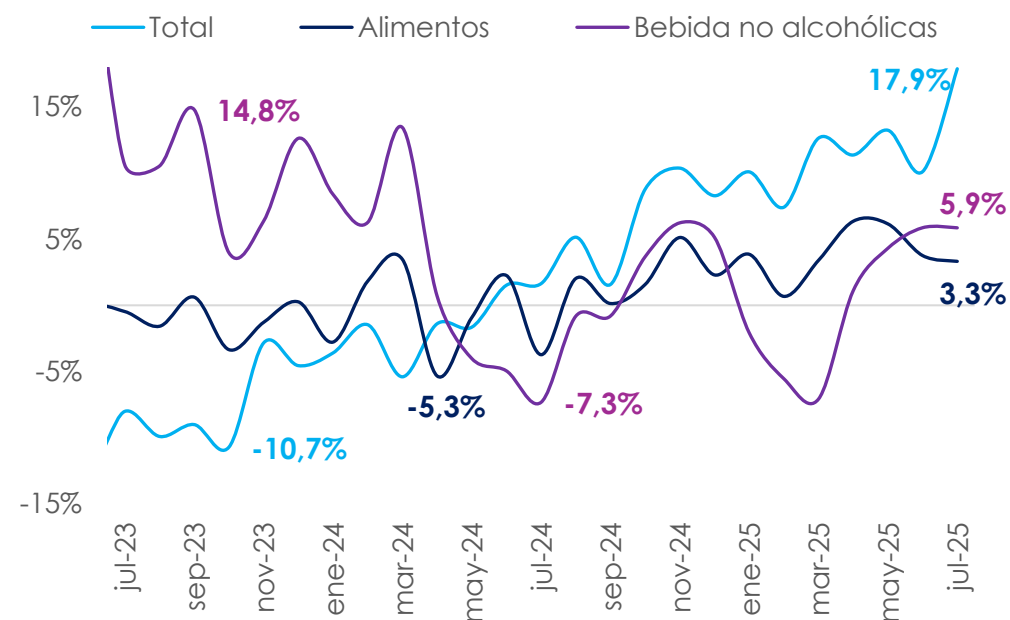
### Principales canales de compra



Fuente: ANDI, Raddar, Occieconómicas

### Ventas minoristas de la industria de alimentos

(Variación anual)



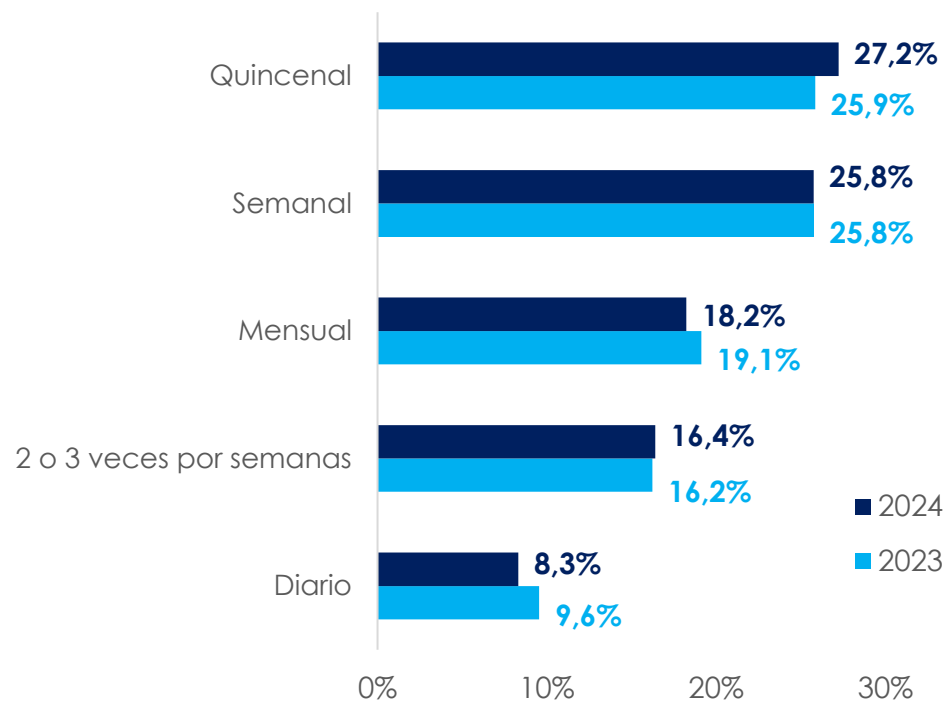
# Patrones de consumo en la industria de alimentos

## Gasto de los hogares en alimentos

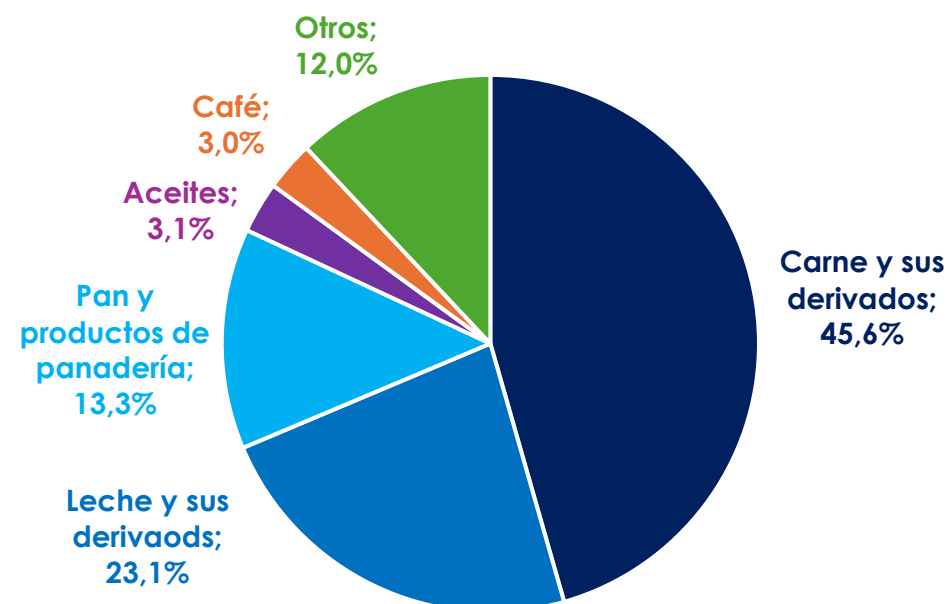


- El mayor gasto de los hogares es en carnes (46%), leche (23%) y productos de panadería (13%).
- Por su parte, la frecuencia de gasto en alimentos mayoritariamente es quincenal y semanal.
- El gasto en alimentos es uno de los principales dentro del consumo de los hogares.

### Frecuencia de compra de alimentos



### Gasto de los hogares por alimento



Fuente: ANDI, Raddar, Occieconómicas

# Comportamiento sector automotriz

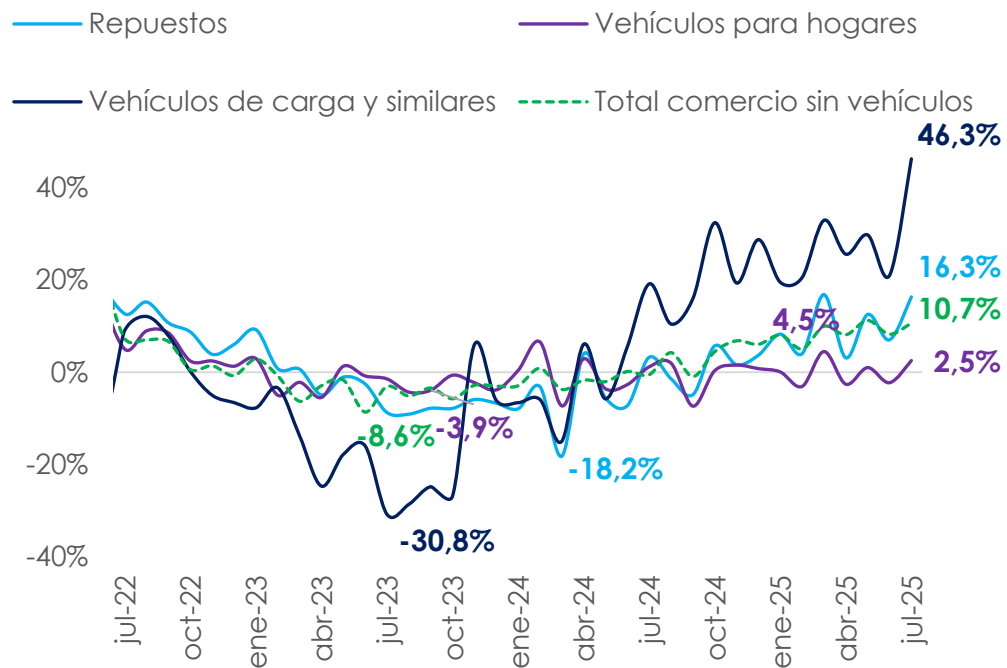
Crecimiento robusto en lo corrido del año



- 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

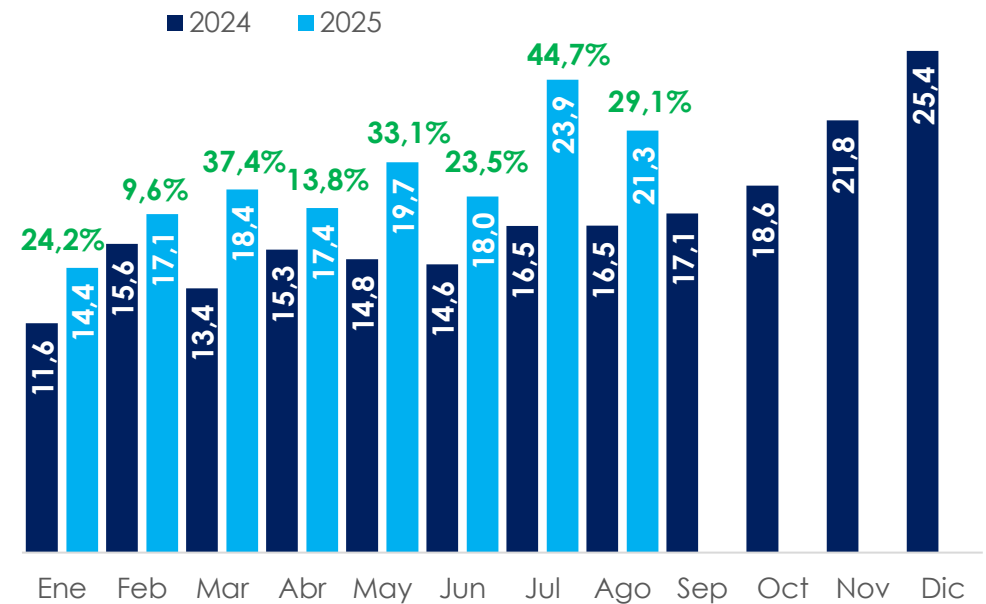
(Variación anual)



Fuente: DANE, Andemos. Occieconómicas

## Comparativo ventas de vehículos mes a mes

(Miles de unidades)



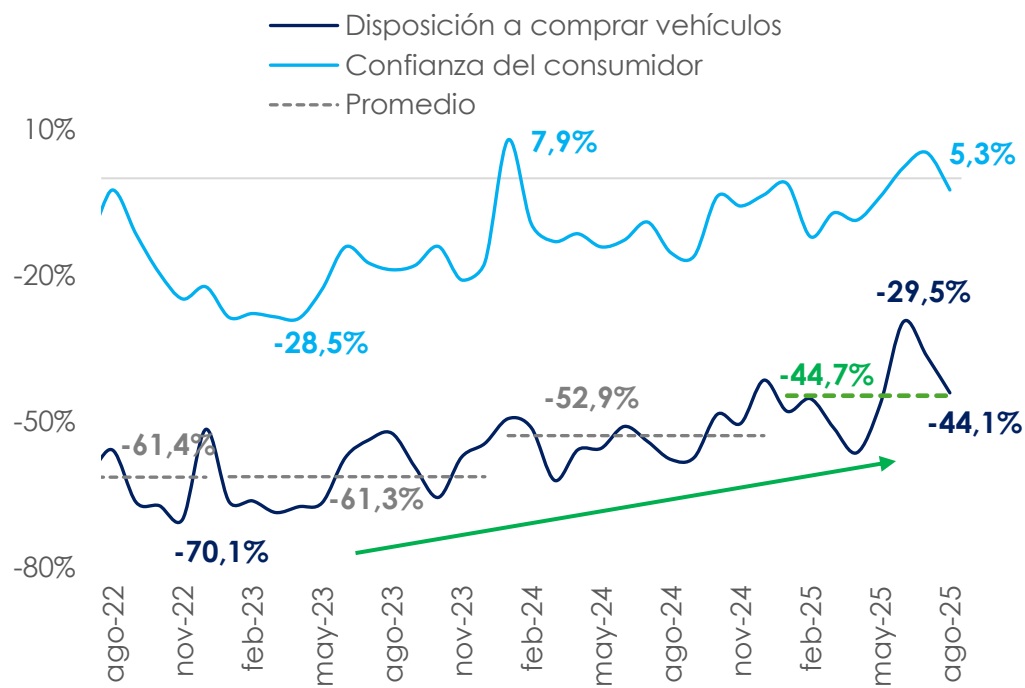


# Comportamiento sector automotriz

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

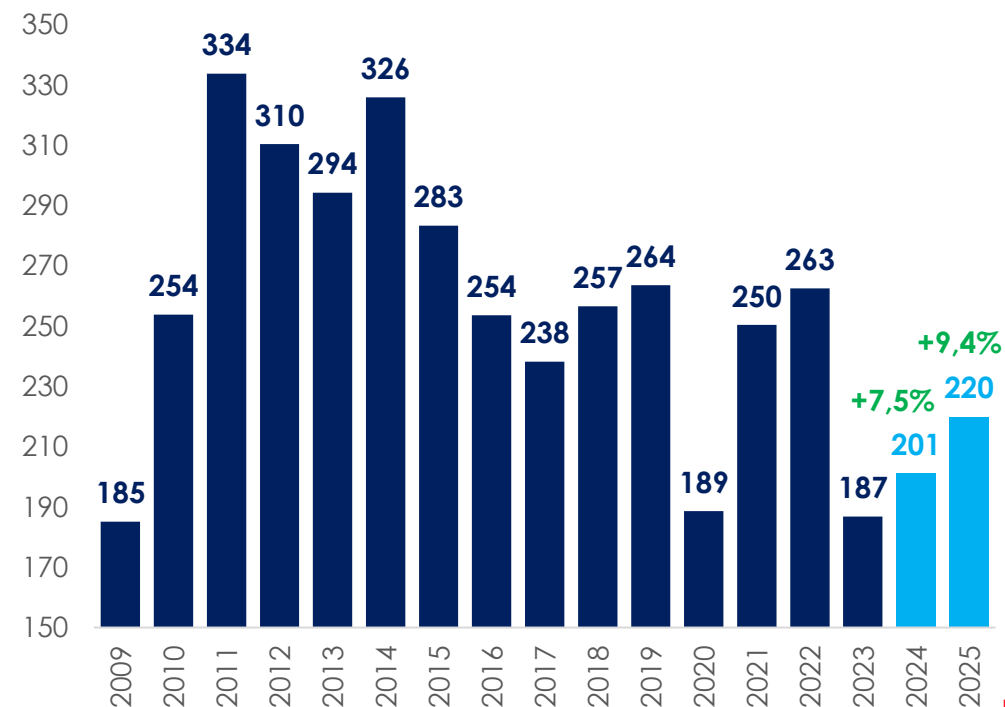
- La **disposición a comprar vehículos** ha venido en **aumento** en línea con la confianza del consumidor.
- Este año proyectamos que las **ventas crezcan un 9,4%** y se ubiquen en las 220 mil unidades.
- Este comportamiento va en línea con un **mayor apetito por consumo de bienes durables**.

## Confianza del consumidor



Fuente: Fedesarrollo, Andemos, Occieconómicas

## Ventas de vehículos anuales



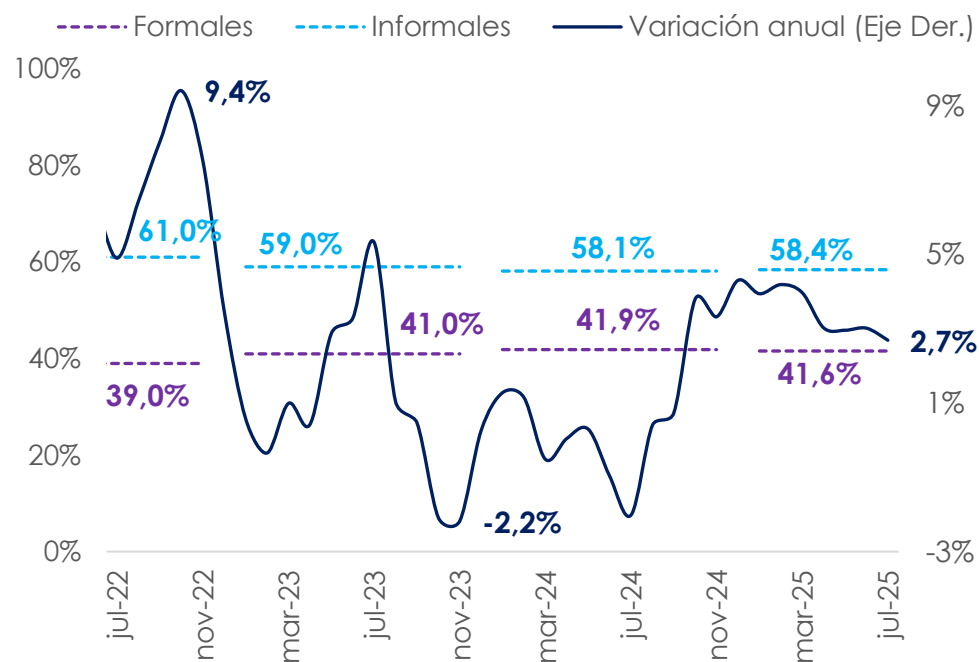
# La informalidad viene cayendo en el sector

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.

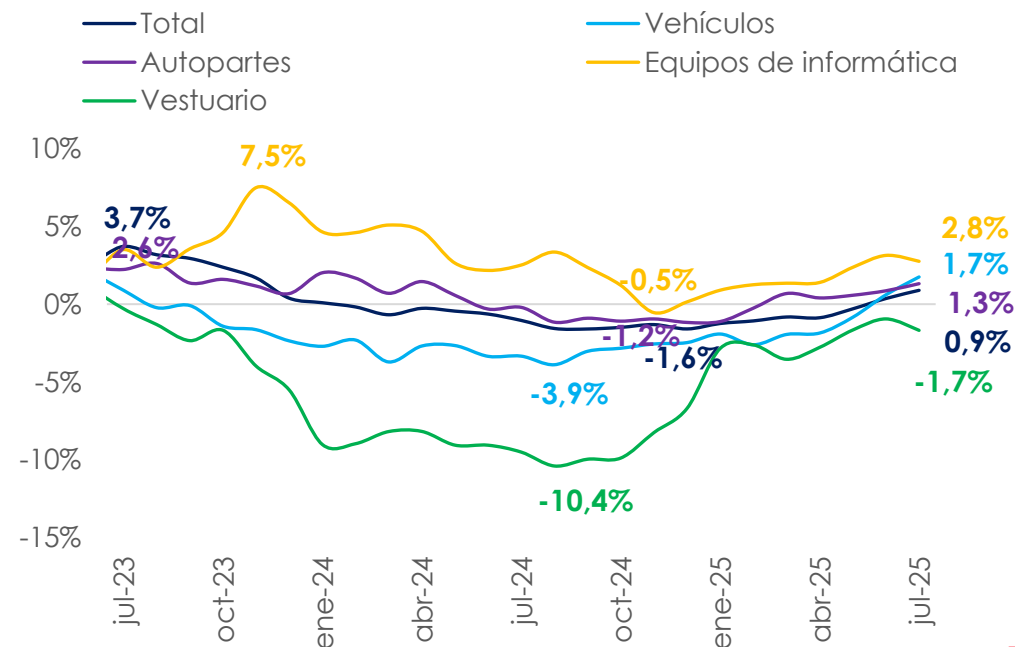
## Ocupados sector comercio



Fuente: DANE, Occieconómicas

## Personal ocupado comercio minorista

(Variación anual)



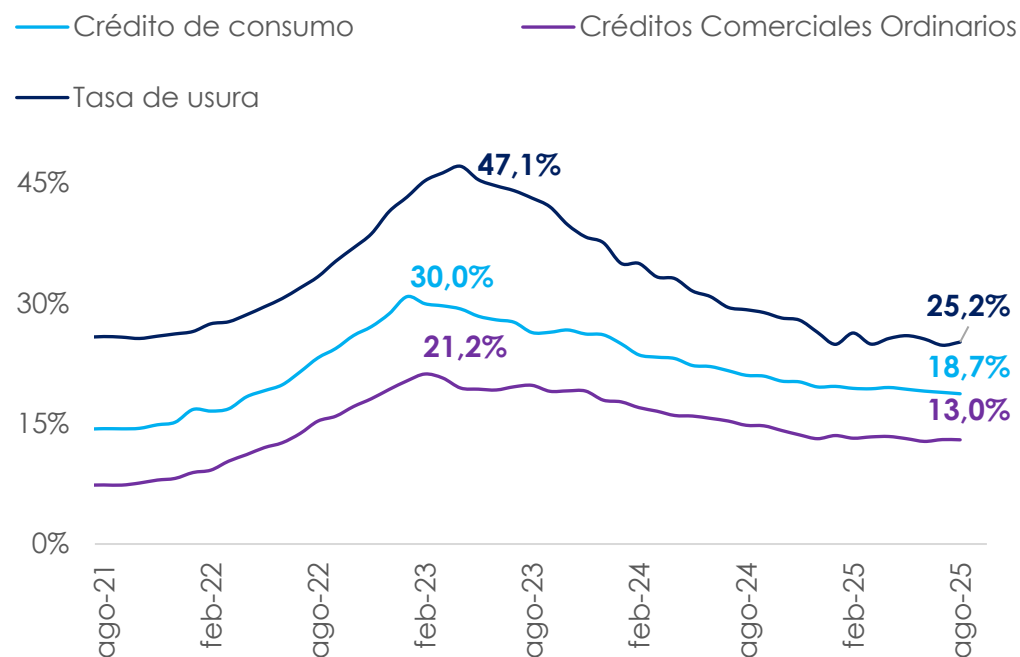
# Las tasas y la inflación bajan

## Catalizador del comercio



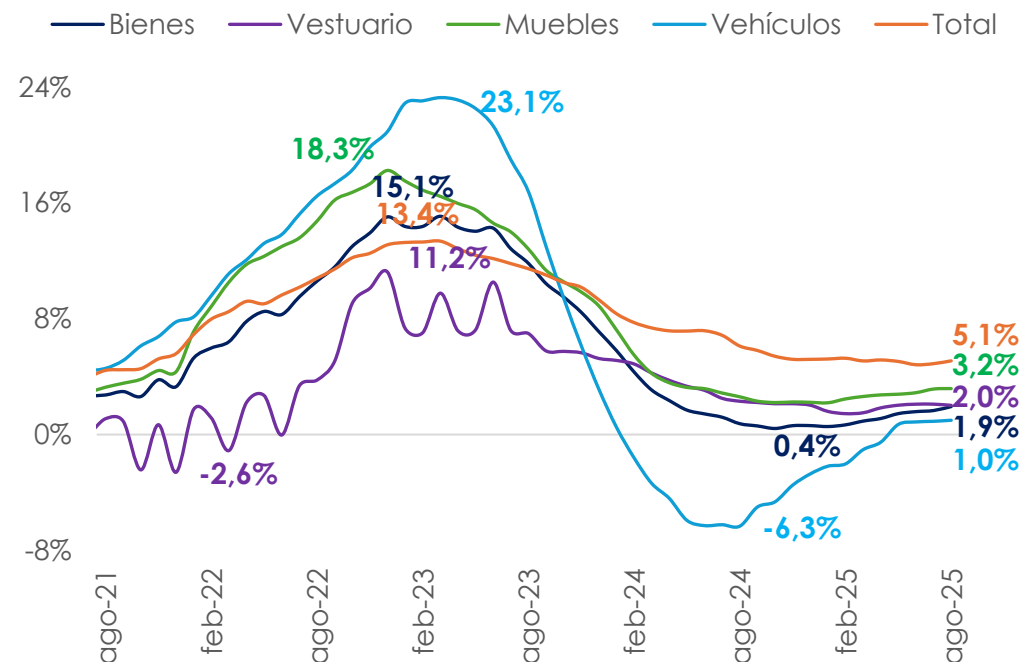
- Las tasas de interés de los créditos han caído pero a menor ritmo que la inflación.
- En la medida en que las tasas continúen bajando, el comercio podría crecer más.
- La inflación de muebles, bienes y vestuario se ubica por debajo del total nacional.

### Tasas de crédito



### Inflación del sector comercio

(Variación anual)



Fuente: DANE, BanRep y Superfinanciera. Occieconómicas

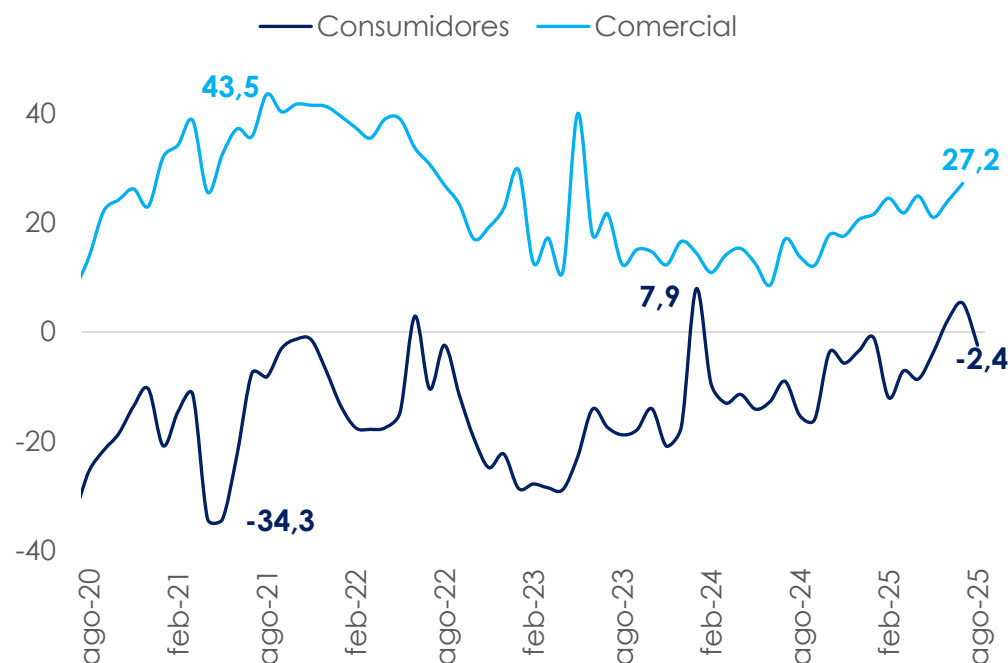
# Confianza de los consumidores repunta

Mayor optimismo es favorable



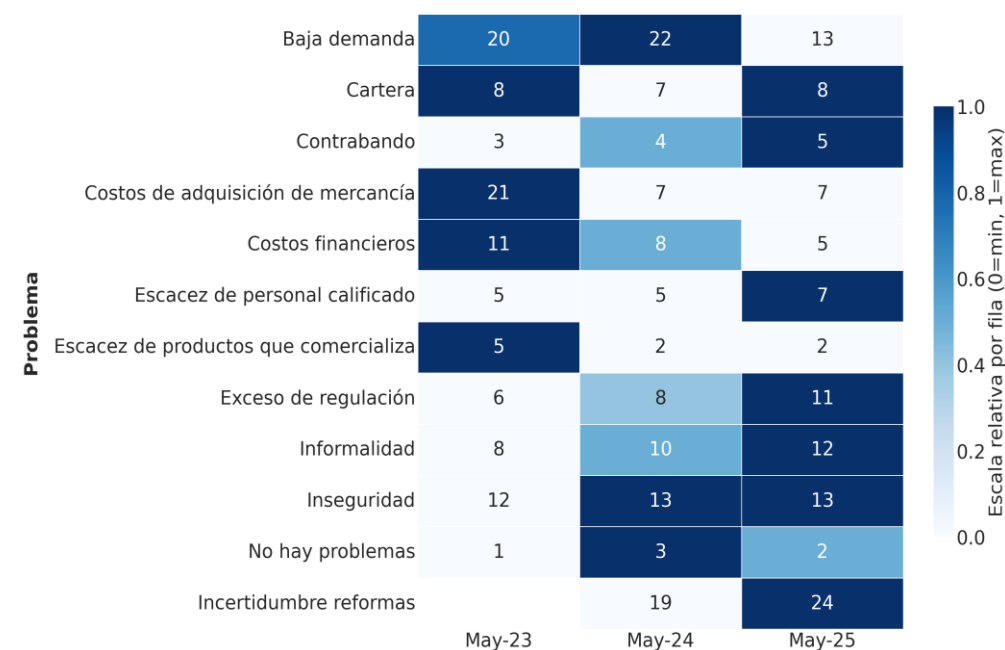
- La **tendencia de la confianza de los consumidores se mantiene al alza**, una señal positiva para el sector comercio.
- De igual forma, **la confianza comercial se mantiene al alza**, impulsada también por la menor tasa de cambio que favorece a importadores.
- **De acuerdo con Fenalco**, la mayor preocupación 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 (%)





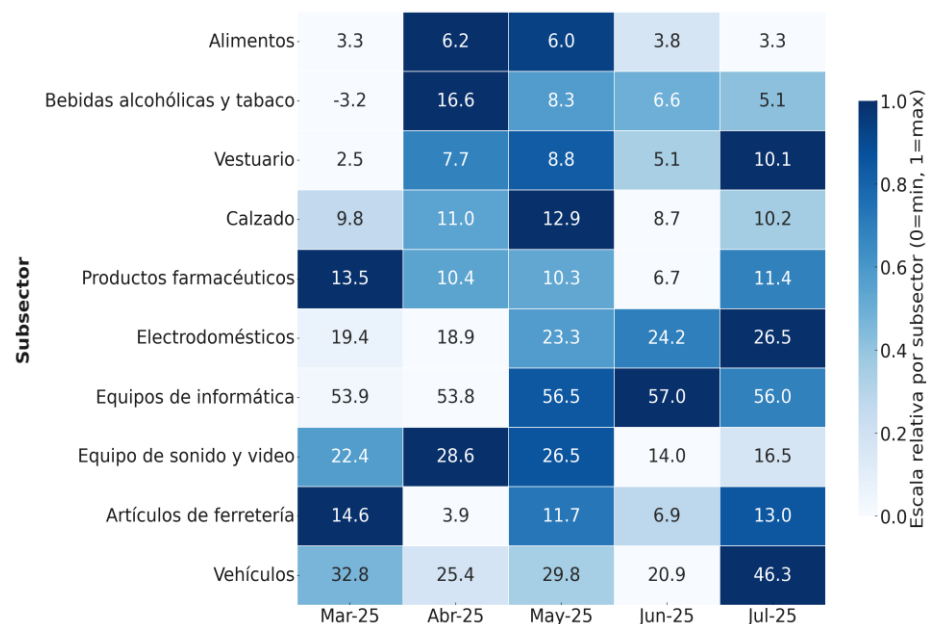
# Las ventas minoristas registran un buen crecimiento

Aumenta la preferencia por bienes durables

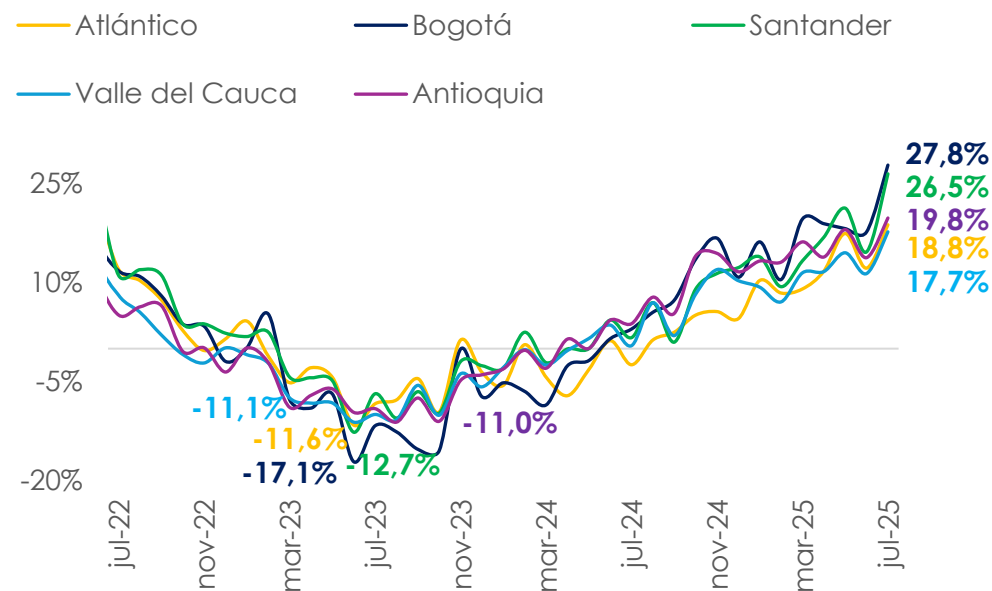


- La venta de bienes durables (electrodomésticos o vehículos) son las que tienen mayor crecimiento.
- Bogotá es la región en donde más crecen las ventas minoristas.
- El Valle del Cauca es el que tiene una recuperación más lenta.

## Ventas minoristas por sectores (variación anual)



## Ventas minoristas por departamentos (variación anual)



Fuente: DANE. Occieconómicas



Occieconómicas

# Termómetro Económico Sectorial Comercio

Nuestro equipo:

**David Cubides**  
Economista  
Jefe

**Camilo Arboleda**  
Especialista de Investigaciones  
Económicas

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

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

