

Comentario Económico del día

Director: Sergio Clavijo
Con la colaboración de
Alejandro Vera y María Paula Salcedo

Abril 18 de 2011

Comercio minorista: ¿Qué nos dejó el 2010 y qué esperamos para el 2011?

El comercio minorista logró consolidarse como uno de los sectores más dinámicos de la economía en el 2010. Según datos del Dane, las ventas del comercio al por menor (sin combustibles) alcanzaron un crecimiento del 12.8% anual al cierre del año, el mejor registro desde septiembre de 2007, y una evidente recuperación desde el -2.9% registrado al cierre de 2009.

Este gran desempeño va en línea con los resultados de la encuesta de comercio de Fedesarrollo. Según ésta, el Índice de Confianza del Consumidor (ICC) logró avanzar positivamente del 6.3 en diciembre de 2009 al 16.7 al cierre de 2010, lo que implicó una mejora de 10 puntos en las expectativas de los consumidores. Esa confianza se vio apoyada por tres factores que impulsaron de manera importante la dinámica de las ventas: i) las menores tasas de interés en crédito de consumo (reduciéndose 3.6 puntos porcentuales en 2010), lo que se vio reflejado en un crecimiento de esa cartera en 16.4% anual al cierre del año; ii) una inflación bajo control; y iii) un aumento moderado en el consumo de los hogares creciendo al 3.9% en el período enero-septiembre de 2010.

Dentro de esta dinámica del comercio al por menor, los bienes durables fueron los grandes protagonistas con un crecimiento acumulado del 32.5% al corte de diciembre de 2010 (ver gráfico adjunto). Dentro de este grupo se destacó el sector de vehículos con una expansión del 48.1% anual, lo cual se reflejó en un record histórico de 254.000 unidades vendidas. Esto se le atribuye, entre otros factores, a la apreciación de la tasa de cambio y al incremento de la cartera apalancada (ver *Comentario Económico del Día* 7 de febrero de 2011).

Otros sectores con crecimientos destacados fueron muebles y equipos para oficina (creciendo al 37.8% anual), electrodomésticos y muebles para el hogar (21.3%) y ferreterías (20.5%). Ahora, aunque las ventas de bienes semidurables no registraron los grandes desempeños de los durables, si hubo sectores destacados, a saber: calzado y artículos de cuero (expandiéndose al 18.6% anual) y textiles y prendas de vestir (9%).

Sin embargo, algunos sectores no lograron la ansiada recuperación. El sector de farmacéuticos cerró el año 2010 con una contracción del -2.1% anual. Este bajo desempeño es atribuible en parte a la “competencia” que enfrentan las droguerías con los medicamentos que ofrece el Plan Obligatorio de Salud (POS). Tampoco tuvo buen desempeño el sector de licores y cigarrillos (-0.8%) afectado en gran medida por la Ley 1393 del 2010. Finalmente, libros (0.3%) y aseo del hogar (2.4%) tuvieron crecimientos muy modestos en 2010.

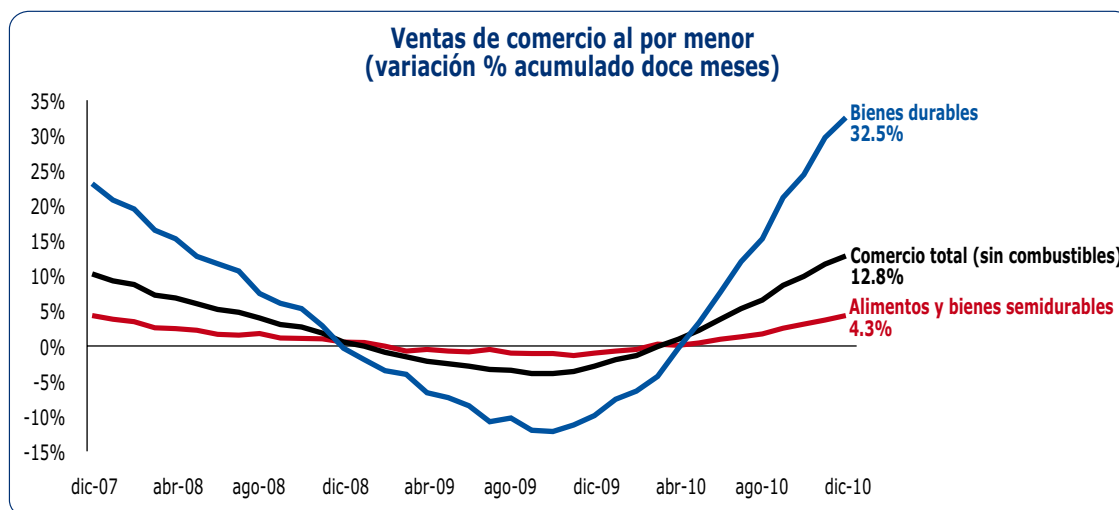
Continúa

En concordancia con el comportamiento favorable de las ventas minoristas, los grandes almacenes e hipermercados también presentaron cifras positivas. Las ventas en las grandes superficies crecieron 7.4% en el acumulado anual al tercer trimestre de 2010, cuando un año atrás lo hacían al 2.5% anual. En este tipo de ventas sobresalieron artículos de ferretería (20.5%), calzado y artículos de cuero (19.7%) y muebles y electrodomésticos (18.6%).

Por último, es importante mencionar cuál es el comportamiento de las expectativas de los empresarios y consumidores en los primeros meses de 2011. Por el lado de los empresarios, según la Encuesta de Opinión Empresarial (EOE) de Fedesarrollo hay un menor balance de respuestas (promedio móvil tres meses) en las expectativas de la situación económica para los próximos seis meses. Éstas pasaron de un balance de 49 en octubre de 2010 a 43 en febrero de 2011 (respuestas positivas menos respuestas negativas). Igualmente según la encuesta de Fenalco, las perspectivas de demanda cayeron levemente al pasar de 57 a 55 en ese mismo período.

Por el lado de los consumidores, el ICC cayó durante cinco meses al pasar de 38.8 en agosto de 2010 a 16.3 en enero de 2011, pero tuvo una leve recuperación al llegar a 20.9 en febrero de 2011. Así, tanto por el lado de los empresarios como de los consumidores se observa una moderación en las perspectivas futuras. No obstante, se mantienen en niveles históricos altos permitiendo avizorar un 2011 con muy buena dinámica de ventas.

En síntesis, el comercio minorista tuvo un crecimiento en ventas mejor de lo esperado en el año 2010, al expandirse al 12.8% anual. En línea con ello, estimamos que este panorama se mantenga y las ventas crezcan un 17.3% anual al cierre de 2011. Los indicadores de confianza empresarial y de los consumidores de los primeros meses de este año confirman las buenas perspectivas.



Fuente: cálculos Anif con base en Dane.