

Comentario Económico del día

Director: Sergio Clavijo
Con la colaboración de
Carlos I. Rojas y María Paula Salcedo

Julio 26 de 2010

Confianza de los consumidores y comercio minorista

El Dane reveló que el comercio creció 3.6% en el primer trimestre de 2010, un excelente comportamiento para el sector, que se había contraído 2.5% en el mismo trimestre de 2009. Así, este sector, que tiene una participación del 12% del PIB contribuyó de manera importante al crecimiento del 4.4% para la economía como un todo.

Estos buenos datos son coherentes con las cifras positivas de la encuesta de comercio de Fedesarrollo y los datos de las ventas del comercio al por menor del Dane. La Encuesta de Comercio de Fedesarrollo, con corte al mes de abril, mostró que el Índice de Confianza del Consumidor (ICC) se ubicó en niveles de 19.3, 31 puntos por encima del mismo mes del año 2009, completando así cuatro meses consecutivos de recuperación.

Las expectativas de los consumidores también son positivas: en los primeros meses de 2010, los consumidores dicen estar más optimistas sobre el desempeño económico del país. En efecto, el Índice de Expectativas de los Consumidores (IEC), construido por Fedesarrollo, se ha mantenido en niveles de 25.9 en el mes de abril, muy por encima del balance registrado en el mismo mes del 2009 (-6.9).

Los resultados de estas encuestas son coherentes con los datos de la Muestra Mensual de Comercio al por Menor (MMCM) del Dane. En los doce meses a abril, el crecimiento de las ventas (sin combustibles) fue de 1.2%, superior a la contracción del -2.1% registrada un año atrás.

La mayor confianza de los consumidores en lo corrido del año ha generado un aumento del gasto de los hogares que se refleja en mayores ventas del comercio. Esta tendencia confirma los indicios de recuperación observados a finales del 2009, cuando las ventas (sin combustibles) crecieron 2.8% anual frente a una caída del -3.5% en el mismo período de 2008.

Para validar esta relación, hemos tomado el ICC y lo hemos relacionado con diferentes indicadores de ventas del comercio. Los resultados sugieren que la confianza de los consumidores tiene una alta correlación (61.8%)

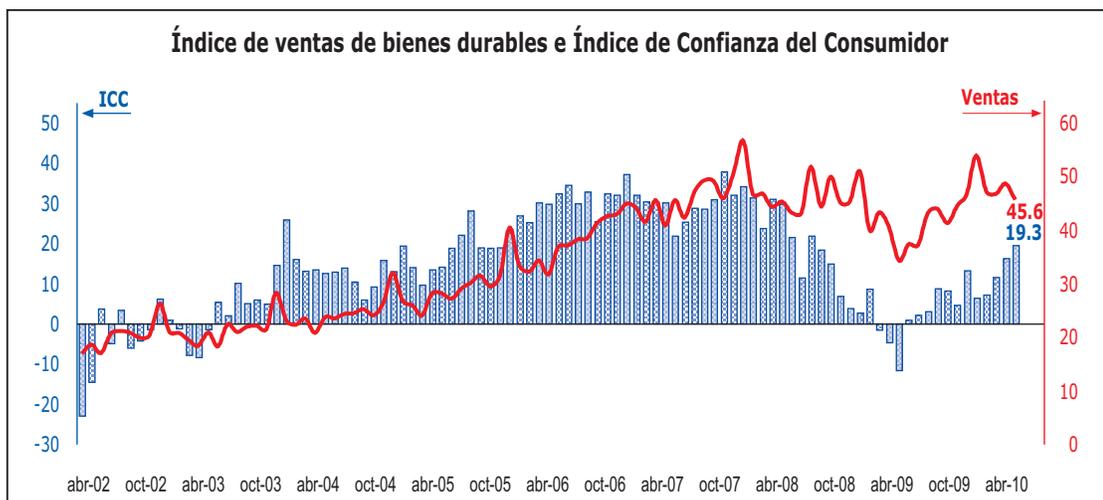
Continúa

Director: Sergio Clavijo
 Con la colaboración de
 Carlos I. Rojas y María Paula Salcedo

con las ventas de bienes durables. Cálculos econométricos muestran una moderada elasticidad (0.8) entre estos dos indicadores, señalando así una alta sensibilidad de las ventas de este tipo de bienes a la confianza de los consumidores. Lo anterior es consistente con la teoría económica. Los bienes durables, al ser comparados para un período largo de tiempo, y sobre los cuales los consumidores tienen mayor poder de decisión, dependen de las expectativas que éstos tengan sobre su situación económica. Por el contrario, los demás grupos de bienes son productos de primera necesidad (como alimentos y bebidas), o sobre los cuales hay poca discrecionalidad en el momento de compra.

La relación entre la confianza de los consumidores y las ventas de bienes durables también es intertemporal: la confianza de los consumidores en un determinado mes tiene implicaciones sobre las ventas del mes siguiente, todo lo demás constante. La correlación con el rezago (61.6%), sugiere que el ICC de un mes puede ser usado para hacer pronósticos de ventas de bienes durables para el siguiente mes (ver gráfico adjunto). Al pasar el tiempo, sin embargo, la fortaleza de esta relación disminuye, haciéndole perder poder para pronosticar el comportamiento del comercio.

En síntesis, la mayor confianza de los consumidores y el repunte de las ventas minoristas nos hacen optimistas frente al comportamiento del comercio en lo que resta del año. De esta forma, Anif pronostica un crecimiento del 4.3% para el sector comercio en el 2010.



Fuente: Dane y Fedesarollo.