

Comentario Económico del día

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

Octubre 4 de 2010

Consumo de los hogares y ventas minoristas

La recuperación del consumo de los hogares continúa consolidándose en el 2010, creciendo 3.9% anual en el segundo trimestre de 2010, de acuerdo con los datos divulgados recientemente por el Dane. Esta expansión se dio principalmente por el consumo de bienes durables con una variación trimestral del 8.4%, seguido de bienes semidurables (3.5%) y no durables (0.3%).

El consumo creció 5.7% anual a agosto, para las 13 principales ciudades del país, de acuerdo con los datos de Raddar. Los ocho grupos de la canasta de consumo mostraron crecimiento positivos, donde se destacan entretenimiento (8.8%), alimentos (7.1%), moda (5.7%), gastos varios (5.6%) y vivienda (5.1%).

En lo corrido del 2010, el principal rubro del gasto de los consumidores es el de alimentos, con una participación de 33.8% de su ingreso total. Le siguen vivienda (23.6%) y transporte y comunicaciones (18.6%). Salud (4.8%), educación (4.5%), vestuario (3.6%) y entretenimiento (2.6%) completan los gastos.

El mayor consumo de los hogares colombianos es consistente con la dinámica registrada por el comercio minorista en lo corrido del 2010: las ventas al por menor (sin combustibles) crecieron 5.6% en el acumulado doce meses a julio. Se destacan los crecimientos de muebles y equipos para oficinas (19.7%), otras mercancías (17.5%), vehículos (16.7%), y muebles y electrodomésticos para el hogar (14.5%).

Si bien no todo lo consumido pasa por el “canal” del comercio al por menor, el impacto del consumo en las ventas de este último es claro: la correlación entre estas dos variables es del 93%, sugiriendo una estrecha relación entre su comportamiento (ver gráfico adjunto).

Estos resultados, unidos a los obtenidos entre la confianza de los consumidores y las ventas de bienes durables (ver *Comentario Económico del Día* 26 de julio de 2010), muestran la capacidad de predicción que tiene la confianza de los consumidores como indicador adelantado del consumo de los hogares. Éste

Continúa

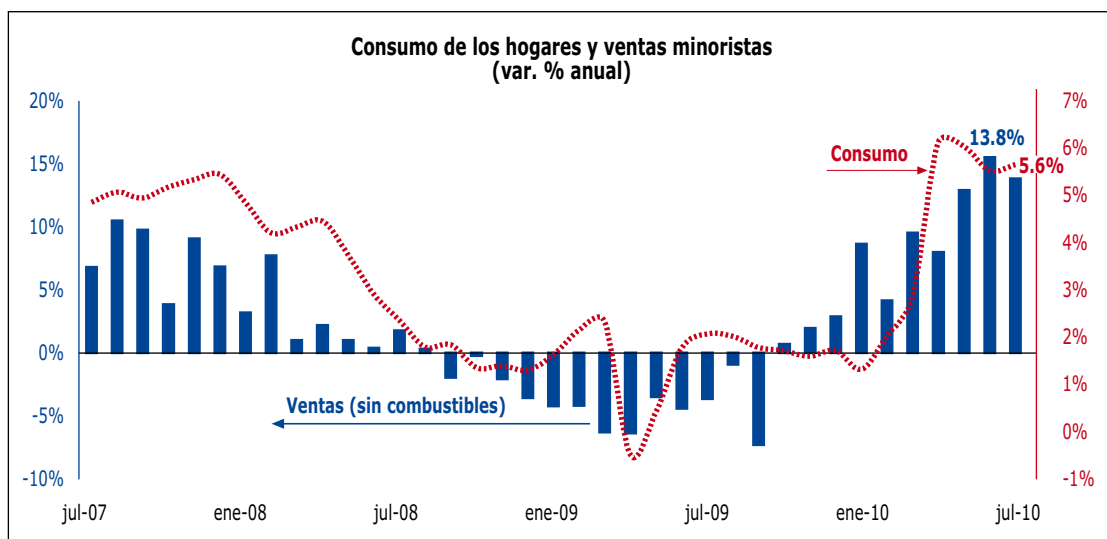


Director: Sergio Clavijo
 Con la colaboración de
 Carlos I. Rojas y María Paula Salcedo

juega un papel muy importante dentro de la dinámica de la economía dado que representa cerca del 66% del PIB, convirtiéndose así en el principal componente de la demanda interna y uno de los motores de la actividad económica.

Con estos resultados, Anif espera un crecimiento del consumo de los hogares del 4.1% para el 2010, una notable aceleración frente al crecimiento de 1.1% registrado en 2009, pero insuficiente para llevar la economía a un crecimiento superior al 5%. ¿Qué se necesita para que ello ocurra? La persistencia en el nivel de desempleo a niveles cercanos al 12% continúa siendo el principal freno para que el consumo de los hogares despegue con mayor fuerza. Con cerca de 2.5 millones de desocupados es difícil que se pueda generar un incremento en el consumo de esos hogares. Adicionalmente, la informalidad laboral, cercana al 60%, dificulta que esta masa de ocupados pueda incrementar su consumo ante una insuficiencia de ingresos. Mientras persistan estos dos elementos, será difícil acelerar este componente tan importante del PIB.

En síntesis, el repunte en el gasto de los hogares, creciendo al 3.9% en el segundo trimestre del año y la buena dinámica del comercio minorista hasta el mes de julio, nos permiten ser moderadamente optimistas frente al comportamiento del consumo de los hogares. Así, pronosticamos un crecimiento del 4.1% para el 2010. Sin embargo, para que el consumo de los hogares sea un verdadero motor de crecimiento desde la demanda es indispensable hacer una reforma laboral de gran calado que permita eliminar la persistencia en las altas tasas de desempleo e informalidad laboral.



Fuente: cálculos Anif con base en Raddar y Dane.