



EL COMERCIO AL POR MENOR EN ENERO DE 2010

Variable	Variación en enero%			
	Anual		Doce meses	
	2009	2010	2009	2010
Ventas reales	-4,2	8,8	-0,1	-1,7
Ventas sin vehículos	0,2	5,9	1,0	0,3
Empleo total	-0,5	-1,7	3,6	-2,9

Fuente: DANE – MMCM

- Enero de 2010 fue un excelente mes para el comercio al minorista; las ventas reales aumentaron 8,8% respecto a igual mes de 2009. Es el cuarto mes consecutivo en el que se registra una tasa positiva de crecimiento; este porcentaje tan alto no se veía desde noviembre de 2007 (9,1%); este es un síntoma de recuperación de la economía y del comercio. Excluyendo vehículos, el incremento de las ventas fue 5,86%
- De los 16 subsectores que agrupa la encuesta de comercio al por menor, 13 registraron variaciones positivas. Estos subsectores contribuyeron 9 puntos a la variación de las ventas minoristas.
- La mayor contribución al crecimiento la generaron las ventas de vehículos, con un aporte de 3,6 puntos porcentuales y con una tasa de crecimiento de 30%. Esta situación es significativa puesto que no se presentaban tasas positivas desde noviembre de 2009.
- De acuerdo con la ANDI, las ventas de vehículos aumentaron 6,8% en enero y se mantuvo la tendencia con un incremento de 8% en febrero. El repunte se observó en la venta de vehículos importados que, en el acumulado en los dos primeros meses del año se incrementaron en 12% y participaron con el 57% del total.
- Igualmente, sobresalieron las ventas de alimentos y bebidas, con un aporte de 1,1 puntos porcentuales, con una tasa de crecimiento de 3,4%; cabe recordar que en enero, la inflación de alimentos fue negativa en -0,5%. Otro sector que mantuvo una buena tasa de crecimiento fue electrodomésticos y muebles con una tasa de 13,5% (desde mayo de 2009 presenta tasas positivas) y una contribución de 0,8 puntos a la variación total.
- Así mismo, fueron importantes los incrementos en productos de informática, hogar (23,8%), calzado (10,2%), en los cuales no se observaban tasas positivas desde mayo de 2008. También sobresalieron las ventas de textiles y prendas de vestir (6%) y ferretería, vidrios y pintura (5,4%).
- Por su parte, 3 subsectores registraron caídas en las ventas: en licores y cigarrillos (-1,8%) con reducciones por tercer mes consecutivo, repuestos para vehículos (-3,1%) y de productos farmacéuticos (-4,8%).



Libertad y Orden

Comportamiento doce meses

- La variación 12 meses de las ventas fue -1,7%; pese a ser negativa, cada vez lo es a menor tasa (en octubre del 2009 era -3,8%). En el primer mes del 2010, 9 subsectores continuaron con tasas negativas de crecimiento, explicadas, en gran parte, por la caída del sector de vehículos automotores y motocicletas (-12,7%) (con un aporte de 1,9 puntos negativos al total).
- Pese a crecer en el mes, otro subsector que pesó en la variación negativa de las ventas totales fue alimentos y bebidas no alcohólicas, el cual contribuyó con -0.79 puntos de la variación y registró un decrecimiento de -2,5%.
- Por otra parte, de los 16 subsectores, en 7 crecieron las ventas, destacándose calzado y artículos de cuero, en donde se mantuvo la tendencia creciente del año 2009; a enero de 2010, la tasa de crecimiento 12 meses fue 11,3%.
- También sobresalió el crecimiento de las ventas en equipos de informática, hogar (7,8%), ferretería (4,4%), electrodomésticos y muebles de hogar (4,2%) y aseo personal cosméticos (2,2%), entre otros.

Comentarios y expectativas

- La inflación en Colombia no ha repuntado; la variación acumulada a febrero de 2010 fue 1,52% y 12 meses ascendió a 2,09%, por debajo de la meta media en 3% prevista por el Banco de la República, para todo el año. El control inflacionario deberá generar en el corto plazo una mayor dinámica en el consumo.
- La tendencia decreciente del crédito de consumo se detuvo y presentó un leve aumento; en noviembre del 2009, la variación anual era 1,1%, mientras que a enero de 2010 se ubicó en 2,4%. El comportamiento de la cartera total de la economía también mostró síntomas de mejoría.
- A nivel internacional, en febrero las ventas minoristas en Estados Unidos aumentaron 0.3% y fue el segundo mes en el que se presentó crecimiento (en enero se incrementaron 0,1%). Al excluir los vehículos, las ventas aumentaron 0.8% en el segundo mes del año.

Las encuestas de opinión en Colombia recogen mejorías en el comportamiento de la economía en los próximos meses:

- Por segundo mes consecutivo, el Índice de Confianza de los Consumidores (Fedesarrollo) registró una mejora (de 7,1 en enero pasó a 11,5 en febrero); desde mayo de 2009, este indicador siempre ha estado en terreno positivo. En febrero, fue positivo el índice de confianza de los consumidores en Bogotá, Medellín y Barranquilla con respecto al mes anterior. Así mismo, continuó el incremento en la disposición para comprar vivienda, completando tres meses consecutivos de recuperación.



- De acuerdo con FENALCO, febrero fue un mes regular para los comerciantes; el 27% de los encuestados reportó un incremento en las cantidades físicas vendidas, pero un 28% declaró lo contrario, con un balance negativo. El comportamiento del sector de vestuario fue aceptable por las promociones realizadas en centros comerciales. En cuanto a las expectativas, se redujo el porcentaje de empresarios optimistas, que pasó de 48% en enero a 41% en febrero; consideraron que la persistencia del desempleo en niveles altos no propicia una reactivación de la demanda.
- Sin embargo, para FENALCO, el 2010 será el año de la recuperación; mientras el Ministerio de Hacienda prevé que el crecimiento del consumo estaría cerca del 2.5%, el gremio proyecta un aumento entre 3 y 3.5%. Los productos relacionados con la construcción como cemento y artículos de ferretería mantendrían una buena dinámica.
- Para los primeros siete meses del 2010, FENALCO percibe oportunidades de negocio por eventos puntuales como las elecciones, que estimularán el comercio de comidas rápidas, la publicidad política, las camisetas y la papelería asociadas. Otra oportunidad será el Mundial de Fútbol, por la comercialización de paquetes turísticos, venta de balones, ropa deportiva y televisores.