

EL COMERCIO AL POR MENOR A ENERO DE 2011

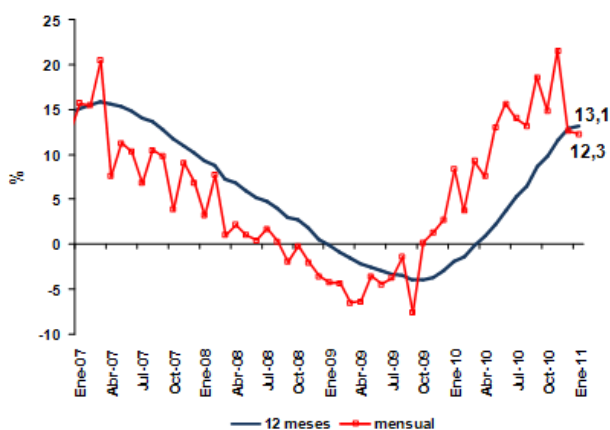
Variable	Variación %			
	Enero		feb/ene (12 meses)	
	2010	2011	2010	2011
Ventas reales	8,3	12,3	-2,0	13,1
Ventas sin vehículos	5,8	7,7	0,4	7,6
Empleo total	-1,6	4,3	-2,6	2,5

Fuente: DANE – MMCM

- Durante enero de 2011, las ventas reales al por menor se incrementaron 12,3% respecto a igual mes del año anterior y se completaron 16 meses consecutivos con tasas de crecimiento positivas; excluyendo la venta de vehículos, el crecimiento fue de 7,7%.
- Se mantuvo la tendencia creciente de las ventas y la variación 12 meses alcanzó el 13,1%; cabe recordar que hace un año la tasa era negativa (-2%), lo cual es un indicativo de la recuperación de la demanda interna. Similar comportamiento se registró en la variable de empleo, la cual aumento 4,3% en enero de 2011 y la variación 12 meses se ubicó en 2,5%.

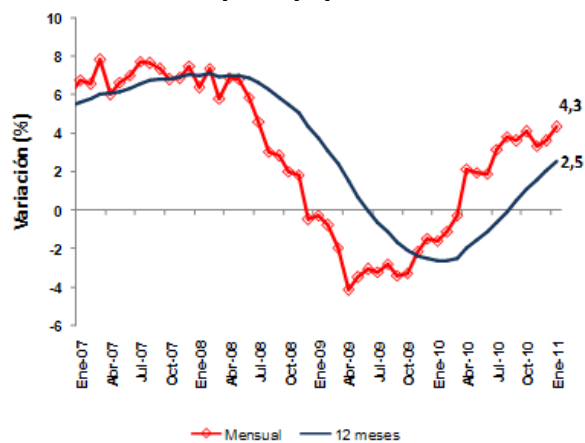
Gráfico 1

Variación de las ventas al por menor



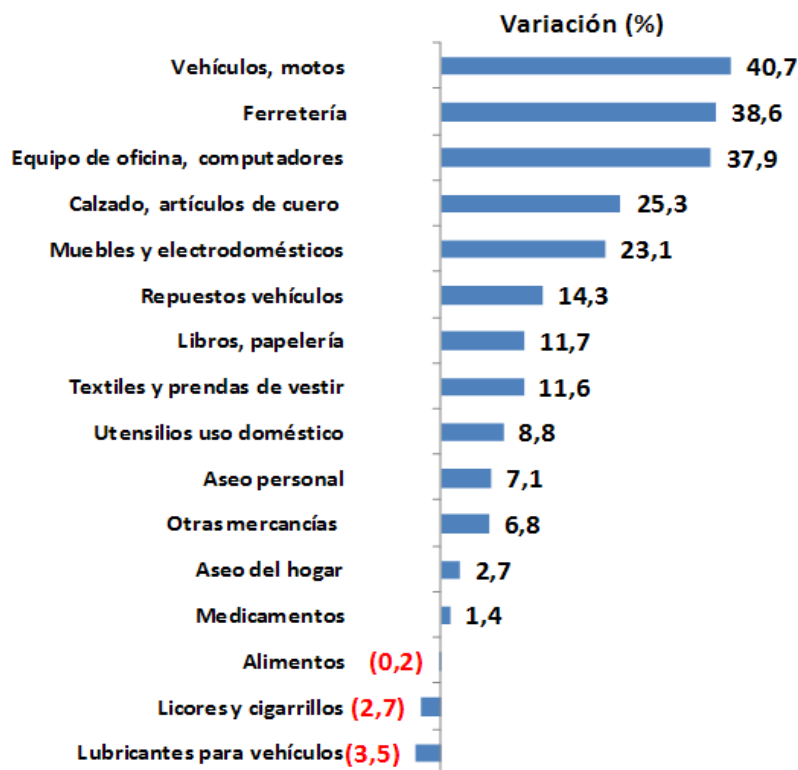
Fuente: DANE – MMCM

Variación del empleo (%)



- De los 16 subsectores encuestados, 13 registraron variaciones positivas.

Gráfico 2
Variación de las ventas -enero 2011/enero 2010-



Fuente: DANE – MMCM

- El sector que más contribuyó al crecimiento fue *vehículos* (5,6 puntos). El comportamiento positivo que tuvieron las ventas en el 2010 continuó en el comienzo del presente año; de acuerdo con las estadísticas de la ANDI, en enero de 2011 se vendieron 20.771 vehículos, para una variación de 40,5% con respecto a igual mes de 2010; se mantuvieron los factores favorables como los menores precios en el mercado interno, la revaluación, las bajas tasas de interés y el aumento del crédito.
- Los otros sectores que más contribuyeron positivamente al comportamiento mensual de las ventas al por menor fueron: *muebles y electrodomésticos* (1,6 puntos) y *calzado artículos de cuero* (1,3 puntos).
- Las tasas negativas se observaron en *lubricantes para vehículos*, *alimentos* y *licores y cigarrillos*.

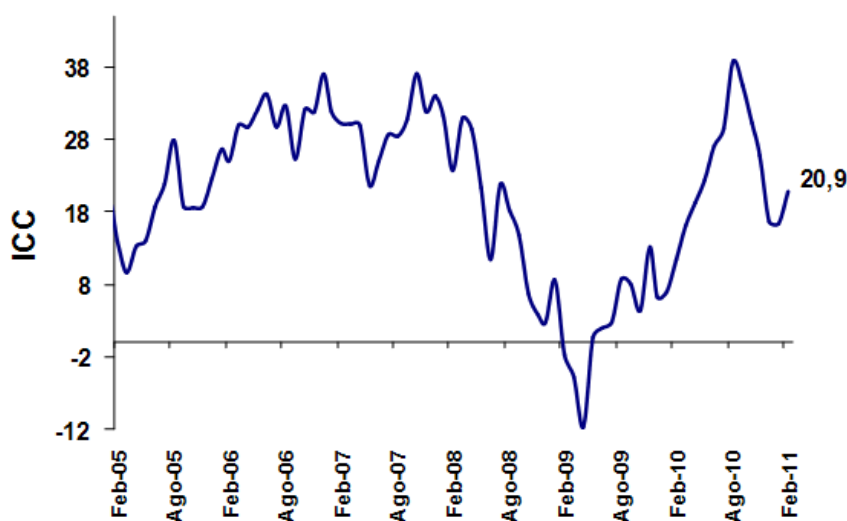


Comentarios y expectativas

- A febrero de 2011, la inflación (año corrido) fue 1,5% y la variación 12 meses se ubicó en 3,2%. Los problemas climáticos se reflejaron en aumentos de precios de los alimentos (en el acumulado a febrero crecieron 2,3%), con una expectativa de continuar con esta tendencia durante el resto del año; lo cual podrá afectar el consumo de los hogares.
- Por otra parte, las menores tasas de interés favorecieron la mayor dinámica de la demanda interna; sin embargo, en febrero de 2011 el Banco de la República aumentó la tasa de interés de intervención, en 25 puntos básicos (quedó en 3,25%). Si bien no existe una perspectiva clara sobre incrementos en las tasas de interés, puede impactar el ritmo de crecimiento del consumo.
- El aumento de la cartera de crédito de consumo continuó con la tendencia creciente; a enero de 2011 creció 17,2%, situación que contrasta con la variación de 2,4% en enero del año pasado. Esta situación, favoreció las mayores compras realizadas a comienzos del año.

A continuación se muestran los resultados sobre las encuestas de opinión del consumo:

Gráfico 3
Índice de Confianza del Consumidor

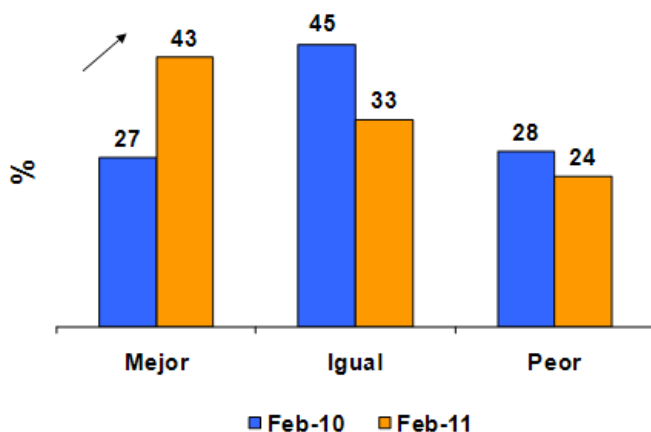


Fuente: Fedesarrollo

- Las expectativas son positivas; de acuerdo con la última encuesta de opinión del consumidor de Fedesarrollo (febrero de 2011), el índice de confianza de los consumidores registró un aumento, después de descensos en los anteriores cinco meses; este hecho evidenció una mayor confianza del consumidor en la actual coyuntura.

- Sin embargo, de acuerdo con la encuesta, desmejoró la disposición para comprar vehículos en febrero; el 48,87% de los encuestados consideraron que no es un buen momento para comprar vehículo, el 48,83% opinó lo contrario y el 2,3% restante fue indiferente.
- Así mismo, para FENALCO, en su última encuesta (febrero 2011), el segundo mes del año fue positivo para los comerciantes. El 43% de los encuestados reportaron mejores ventas, destacándose los ubicados en Santander y Bogotá. Sobresalieron las ventas de computadores, vehículos y materiales de construcción. Finalmente, son positivas las expectativas de los comerciantes y sólo el 7% opinó que desmejorarán.

Gráfico 4
Encuestas Fenalco
Ventas del comercio minorista



Fuente: Fenalco

- Para el presente año, la proyección de FENALCO es de un crecimiento de 7% en las ventas reales del comercio minorista.