

Oficina de Estudios Económicos

EL COMERCIO AL POR MENOR A FEBRERO DE 2015

Variable	Variación %			
	Febrero		Enero- febrero	
	2014	2015	2014	2015
Total comercio al por menor	6,5	4,3	6,5	5,2
Comercio al por menor sin vehículos	5,6	7,3	4,9	7,7
Comercio al por menor sin combustibles	7,5	4,8	7,5	6,1
Ventas sin vehículos y sin combustible	6,5	8,5	5,7	9,3
Empleo total	4,0	4,7	4,0	4,9

Fuente: DANE – MMCM

Comportamiento en el mes

- En febrero de 2015, las ventas reales del comercio minorista registraron un incremento de 4,3% y excluyendo combustibles el incremento fue de 4,8% (aunque inferior al 7,5% de febrero de 2014), se registraron 28 meses consecutivos con tasas de crecimiento positivas (desde el mes de noviembre de 2012). Sin vehículos, las ventas crecieron 7,3%. El empleo asociado al comercio aumentó 4,7% respecto a igual mes en 2014.
- Este comportamiento refleja que la demanda interna en la economía colombiana se mantuvo dinámica durante el primer bimestre del año.

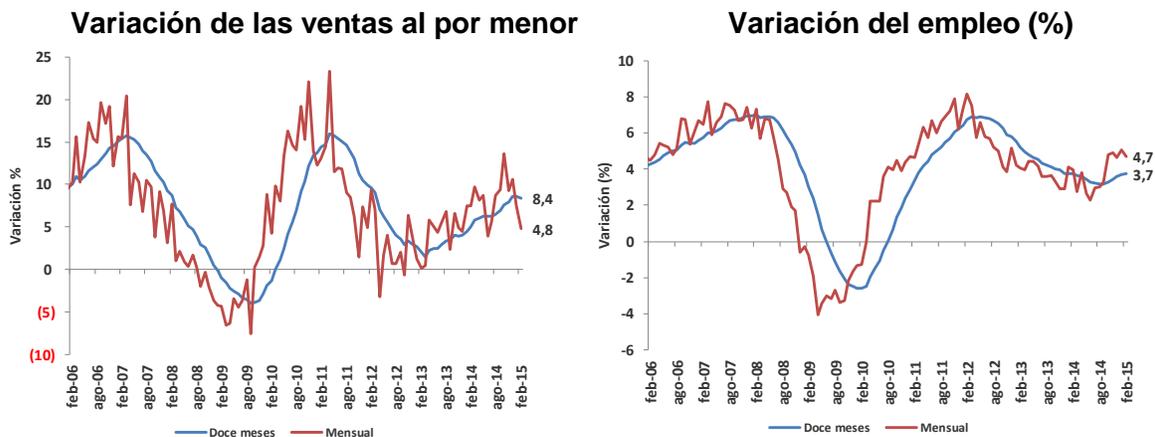
Ventas en febrero de 2015 Variación respecto a igual mes del año anterior



Oficina de Estudios Económicos

Fuente: DANE

- En el mes de febrero, 12 de los 14 subsectores registraron tasas positivas; destacándose alimentos (8,2%), electrodomésticos-informática (9,8%), repuestos y lubricantes para vehículos (8,7%), ferretería (17,1%), prendas de vestir (5,3%), aseo personal (11,9%) y bebidas alcohólicas-cigarrillos (17,5%).
- Por el contrario, se redujeron las ventas en libros-papelería- periódicos (-7,9%) y en vehículos (-11,3%); este último sector, afectado por la devaluación de moneda que generó un encarecimiento de los vehículos.
- La tendencia de las ventas todavía es positiva, la variación 12 meses a febrero de 2015 fue 8,4%, mientras que hace un año fue de 5,1%. En la variable de empleo fue positiva en 4,7% durante el mes y la variación doce meses alcanzó el 3,7%.



Fuente: DANE – MMCM

Enero-febrero de 2015

- En enero-febrero de 2015, las ventas reales al por menor crecieron 5,2% y si se excluye combustibles, el aumento fue de 6,1%, inferior a la tasa registrada en igual período de 2014 (7,5%).
- El empleo asociado al comercio al por menor creció 4,9%, superior en 0,9 puntos porcentual a la tasa registrada en igual período de 2014.
- Doce de los catorce subsectores registraron una tasa de crecimiento positiva y once de ellos presentaron una variación superior a la media; sectorialmente por su contribución se destaca el crecimiento de Alimentos (8,8%), repuestos y lubricantes para vehículos (7,9%), ferretería (19,4%), prendas de vestir (7,4%). Se redujeron las ventas de libros periódicos (-2%) y vehículos-motos (-8,7%)

Oficina de Estudios Económicos

- En vehículos, de acuerdo con el informe de Fenalco-ANDI, en el primer bimestre del 2015, las ventas al detal correspondieron a 44.030 unidades, para una reducción de 7%, respecto a igual período del 2014.

Ventas enero-febrero de 2015
Variación respecto a igual período del año anterior



Fuente: DANE

- El DANE presentó el comportamiento de las ventas por 5 ciudades; en el primer bimestre del año se incrementaron las ventas al comercio en Barranquilla (1%), Bogotá (1,2%), Cali (3,9%), Medellín (4,7%). Se redujeron en Bucaramanga (-1,8%).

Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas

- En los grandes almacenes, las ventas se aumentaron 12,4%, mientras el empleo creció en 5,9%; en febrero de 2015 se ocuparon 156.262 personas.

Comentarios y expectativas

- En el primer trimestre de 2015, el incremento de precios al consumidor fue 2,4% (superior en 0,88 puntos a lo registrado en igual período de 2014, cuando fue 1,52%) y doce meses se ubicó en 4,56%; la inflación continúa en ascenso, en particular los alimentos; este comportamiento puede afectar el consumo de los hogares.
- Desde abril del año pasado, el Banco de la República decidió aumentar consecutivamente, la tasa de interés de intervención y ubicarla en la actualidad en 4,5% (desde septiembre de 2014); estas alzas también afectarán el consumo en el mediano plazo.
- La encuesta mensual que realiza FENALCO¹, muestra que las ventas el mes de marzo de 2015 fueron aceptables. El 37% de los encuestados indicaron que subieron las ventas; el 42% las mantuvo constantes y el 21% reportó disminución.
- De acuerdo con FENALCO, los distribuidores de electrodomésticos, computadores y telefonía celular calificaron de flojas las ventas, debido a que los propietarios de inmuebles se preparaban para pagar el impuesto predial.
- De acuerdo con FENALCO, el 56% de los comerciantes encuestados consideran que sus ventas mejorarán en el corto plazo, similar al de febrero pasado. El porcentaje de comerciantes fue de 16% y el resto lo considera igual.

¹ FENALCO. Bitácora Económica. Abril de 2015.