

Comentario Económico del día

Director: Sergio Clavijo
Con la colaboración de
Alejandro Vera y María Paula Salcedo

Mayo 3 de 2012

Comercio al por menor: cierre de 2011 y perspectivas para 2012

El balance del sector de comercio al por menor fue muy positivo al cierre del año 2011. Según el Dane, dicho sector creció al 10.3% anual el año anterior, cifra cercana al 13.6% con que se finalizó 2010. En particular, el impulso provino de una robusta demanda por bienes durables y un fortalecimiento de la confianza de los consumidores.

Por ramas comerciales, muebles y equipo para oficina fue el sector con mayor crecimiento (31.5% anual). Le siguieron vehículos (23.1%), calzado y artículos de cuero (19.8%) y artículos de ferretería (18.5%), ver gráfico 1. Los grandes almacenes e hipermercados también exhibieron una buena dinámica al corte del cuarto trimestre de 2011. En este caso, bienes como calzado y artículos de cuero (29.2%), productos textiles y prendas de vestir (17.8%) y muebles y electrodomésticos (14.1%) fueron los protagonistas. Por el contrario, los sectores de alimentos y bebidas no alcohólicas, productos farmacéuticos y libros, papelería y revistas registraron los desempeños más bajos en ambos canales de comercialización. A nivel de demanda, el consumo de los hogares creció al 6.5% real anual durante 2011, cuando un año atrás lo hacía al 5.0%.

Por el lado de la confianza de los consumidores, de acuerdo con la Encuesta de Opinión del Consumidor (EOC) de Fedesarrollo a diciembre de 2011, la percepción de los hogares sobre su situación económica, la situación económica del país y la disponibilidad para adquirir bienes durables fue favorable. El Índice de Confianza del Consumidor (ICC) cerró en un nivel de 29.8 el año 2011, cifra que se compara positivamente con el 16.7 registrado al final de 2010. Cabe destacar que, el ICC inició el año 2012 con un balance aún más positivo (32.7), con lo que se completaron tres meses de incremento en la confianza.

El empleo y la dinámica del crédito de consumo también fueron importantes para el buen desempeño del sector. Por el lado del empleo, el comercio fue una de las actividades económicas que más generó puestos de trabajo durante el 2011. En efecto, durante todo el año contribuyó con un poco más del 25% del total de ocupados a nivel nacional. En el plano crediticio, el crédito de consumo se expandió a tasas reales del 21% al finalizar el año 2011, mientras que el indicador de calidad tradicional (cartera vencida/cartera bruta) se estabilizó en niveles del 4.2%. Así, los hogares tuvieron facilidad de apalancamiento para comprar bienes a los comerciantes.

Continúa

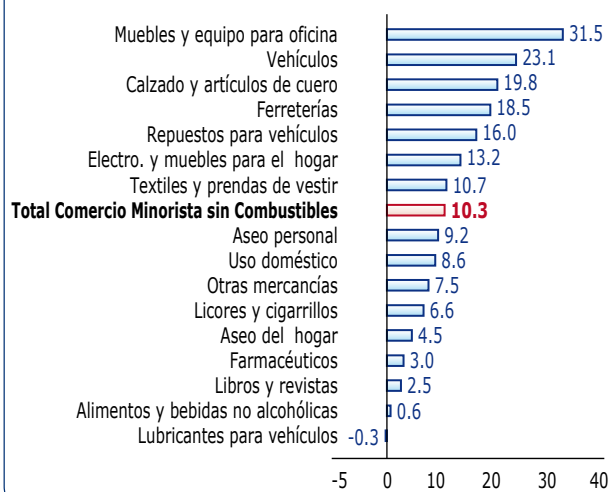
Director: Sergio Clavijo
Con la colaboración de
Alejandro Vera y María Paula Salcedo

Las perspectivas para el año 2012 indican que el comercio al por menor desaceleraría su ritmo de crecimiento, en línea con unas menores ventas de bienes durables (ver gráfico 2). En efecto, Anif estima que el comercio minorista crecería al 9.1% anual al final del año 2012. Esto sería consecuencia de una moderación en la demanda y la confianza de los hogares en respuesta al apretón monetario del Banco de la República (BR), que ha elevado su tasa de interés de referencia de 3% al 5.25% en el último año, y a las difíciles condiciones externas (ver *Informe Semanal* No. 1105 de enero de 2012). Así, el comportamiento del comercio iría en línea con el del PIB total, que pasaría de crecer al 5.9% en 2011 a un estimado del 5% al cierre de 2012.

Los sectores líderes en las ventas de comercio en el año 2012 serían: muebles y equipos para oficina (33.7%), calzado y artículos de cuero (13.4%) y muebles y electrodomésticos (11.8%). Por su parte, los sectores que seguirían con un ritmo de crecimiento más lento serían: alimentos y bebidas no alcohólicas (2.1%), productos farmacéuticos (2.5%) y productos de aseo del hogar (5.7%).

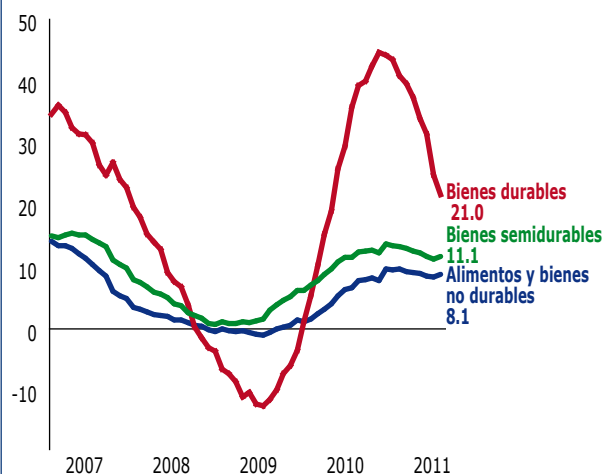
En síntesis, el año 2011 fue uno de los mejores años para el comercio al por menor al crecer a tasas del 10.3% anual. Para el año 2012 esperamos una leve desaceleración en su ritmo de crecimiento, a tasas todavía saludables del 9.1%. Eso sería consistente con el comportamiento del PIB del comercio que creció al 5.9% anual en 2011, y se expandiría al 5.4% en el año 2012. Los factores que impulsaron el sector en el año 2011 deberían moderarse en 2012 reduciendo la confianza de los consumidores y la demanda. Aquí jugarían un rol importante las medidas del BR y el complicado panorama externo.

Gráfico 1. Ventas reales minoristas por grupo de mercancías
(Var. % acumulado 12 meses a diciembre de 2011)



Fuente: cálculos Anif con base en Dane-MMCM.

Gráfico 2. Ventas minoristas por tipo de bienes
(var. % acumulado 12 meses a diciembre de 2011)



Fuente: cálculos Anif con base en Dane-MMCM.