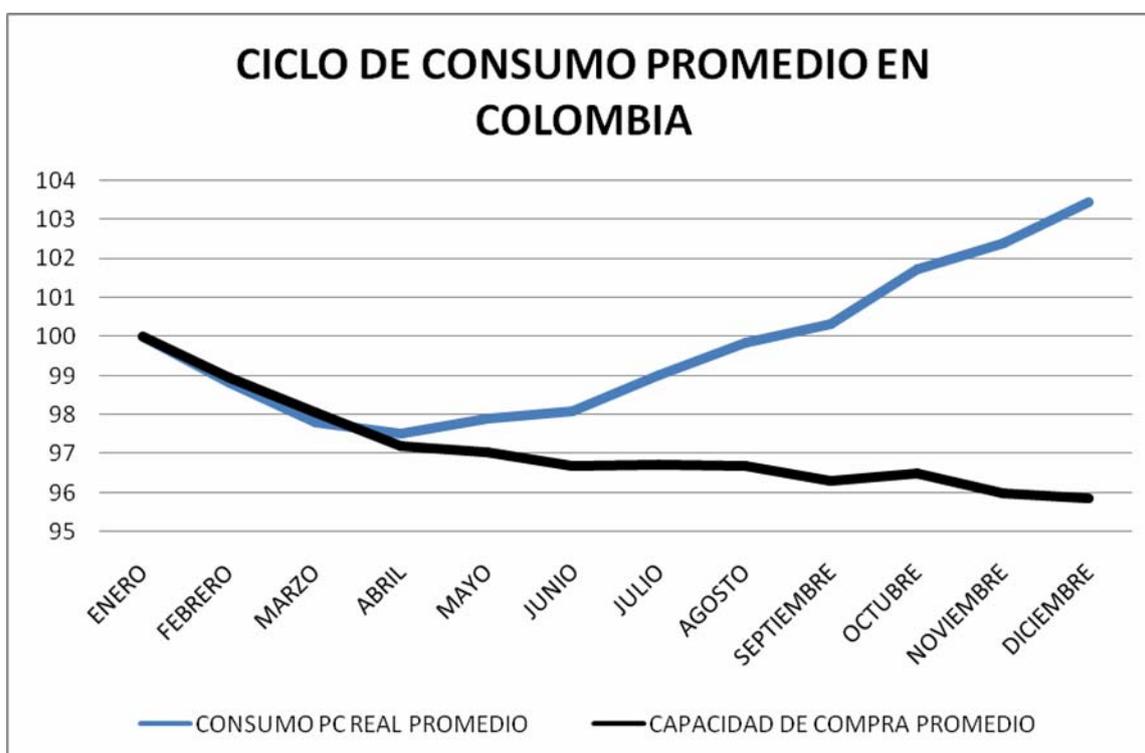


¿CÓMO SERÁ EL CONSUMO EN EL SEGUNDO SEMESTRE DE 2.008?

Por Camilo Herrera Mora
 Presidente de Raddar
 Resumen Ejecutivo del Estudio
 Especial para Mercado de Dinero
 Junio de 2008
Colombiador.blogspot.com

Después de un complicado primer semestre para la capacidad de compra del colombiano por la presencia de escases en muchos productos alimenticios y el alza del precio de la gasolina, pese a un posible efecto positivo de la revaluación en el acceso de bienes importados (situación que sólo se reflejó correctamente en los electrodomésticos), el segundo semestre parece tener mayor calma y tranquilidad.



Cálculos Raddar

El consumo en Colombia se puede medir de dos maneras: el consumo per capita real, que explica el promedio del consumo de los hogares absorbiendo todos los cambios del mercado como el aumento de ingresos y cambios en las composiciones de la familia; y el segundo, la capacidad de compra promedio, que se refiere a la capacidad de compra que una persona tiene con un ingreso fijo. Estas dos mediciones muestran que en ambos casos el primer semestre el colombiano pierde la capacidad de compra, cerca de -2% y -3,3% respectivamente.

Tabla de Promedio de Consumo e Inflacion 1.999-2.008

	De Enero a Junio	de Julio a Diciembre	De Enero a Diciembre
CONSUMO PC PROMEDIO	2,35%	5,45%	7,93%
IPC PROMEDIO	3,44%	0,92%	4,33%
CONSUMO PC REAL PROMEDIO	-1,90%	4,49%	3,44%
CAPACIDAD DE COMPRA PROMEDIO	-3,32%	-0,91%	-4,15%

Cálculos Raddar

Afortunadamente en el segundo semestre el consumo per capita recupera capacidad de compra logrando aumentar en los últimos 8 años un promedio de 3,44%, pero la capacidad de compra de un salario pierde en promedio cerca de 4% cada año, por esto es común que los salarios se ajusten a enero del año siguiente.

Tabla de Observados de Consumo e Inflacion 2.008

	De Enero a Junio	de Julio a Diciembre	De Enero a Diciembre
CONSUMO PC 2.008	0,61%	7,50%	9,53%
IPC 2.008	4,24%	0,79%	5,37%
CONSUMO PC REAL 2.008	-2,43%	6,65%	5,09%
CAPACIDAD DE COMPRA 2.008	-4,07%	-0,79%	-5,10%

Cálculos Raddar

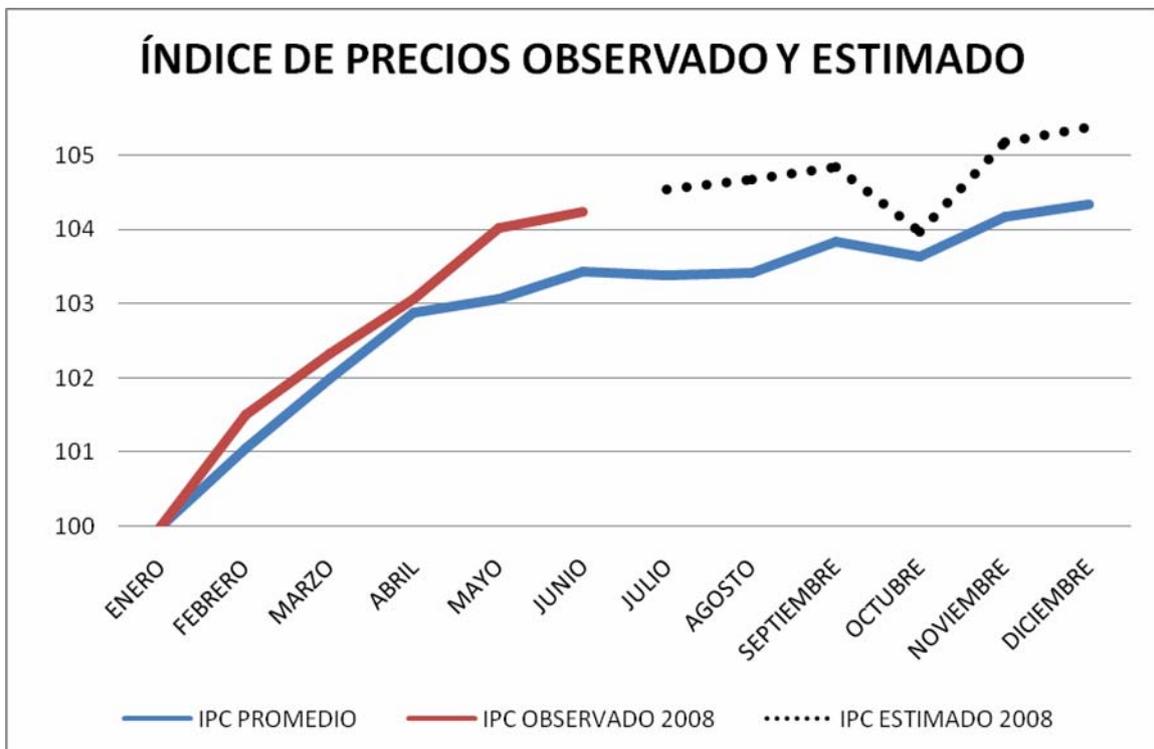
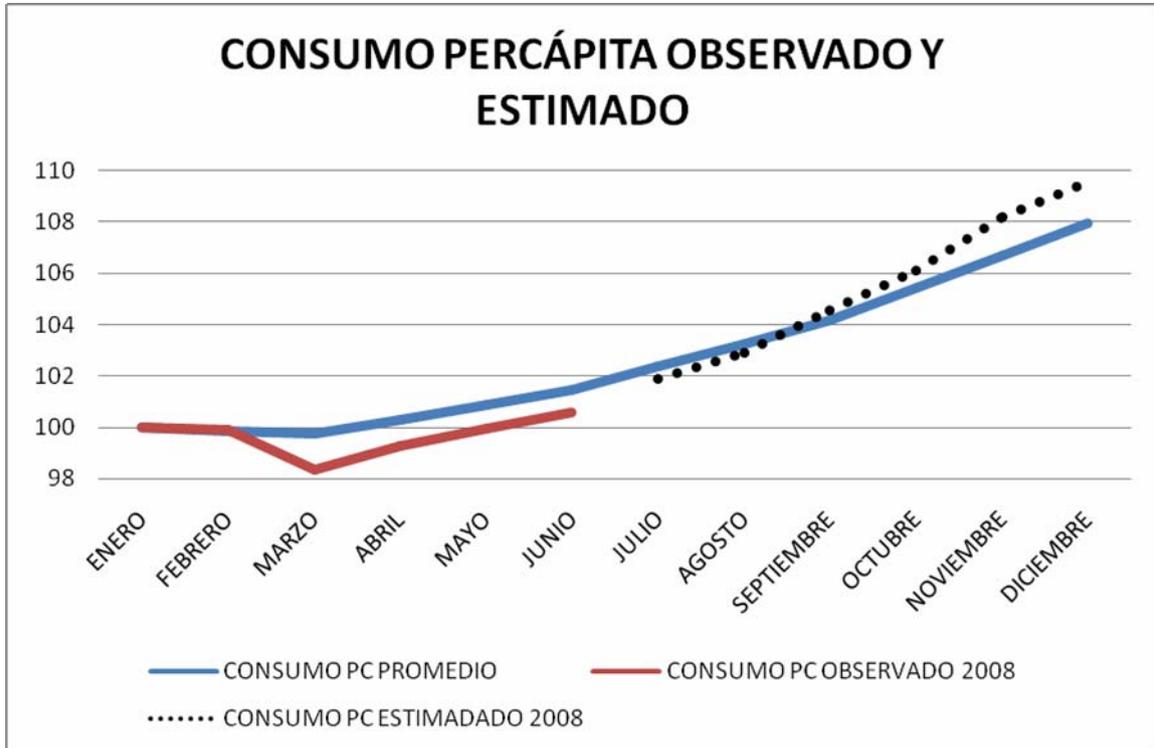
En 2.008 hemos visto que esta tendencia continua pero mucho más acentuada ya que el choche inflacionario en el primer semestre ha sido muy fuerte. El consumo per capita promedio ha perdido 0,5% más de lo esperado y la capacidad de compra ya casi se ha contraído lo que se esperaba que se contrajera todo el año.

Más las cifras son optimistas. Gracias a las medidas tomadas (y las que se estima que tome), las dinámicas del precio del petróleo, las estrategias de liquidación de inventarios y el ciclo de consumo, se estima que el año puede acabar con una inflación de 5,37%, y con esto el consumo real de lo hogares bien puede aumentar cerca del 5%, poco menos de lo que crecerá el total de la economía, ya que la inversión recibida en 2.008 dinamizará la economía pero demora en transmitir sus efectos al consumo de hogares. Lo cierto es que la capacidad de compra de un salario perderá capacidad de compra en un total de -5,1% (un punto por debajo del aumento del SMLV a comienzos de este año, 6,41%), lo que significa un logro para las autoridades monetarias, más cabe recordar que es posible que cerca del 30% de los hogares pierdan realmente capacidad de compra, ya que en la canasta de inflación para ingresos bajos la inflación puede acabar en cerca del 8%.

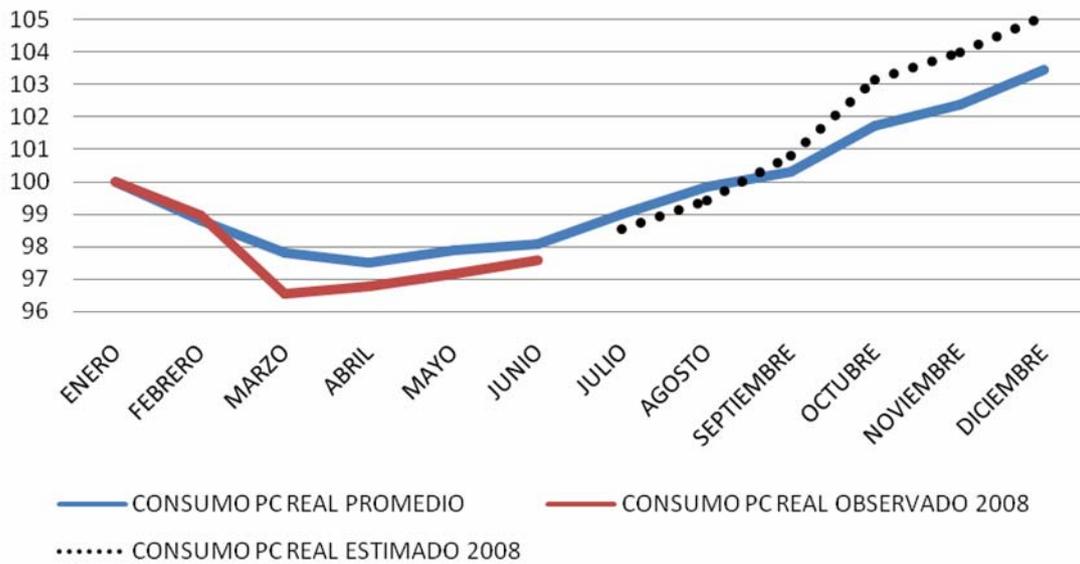
A Manera de conclusión, el consumo de hogares aumentará cerca de un 10% en valor de las compras y un 5% en la cantidad de cosas que se pueden comprar – dependiendo de la racionalidad de asignación de gasto de cada hogar; la inflación promedio terminará por encima del 5% y la

capacidad de compra de un salario mínimo se verá reducida en un 5%; lo que deja buenos resultados a la economía y despeja muchas de las dudas sobre el futuro del mercado interno.

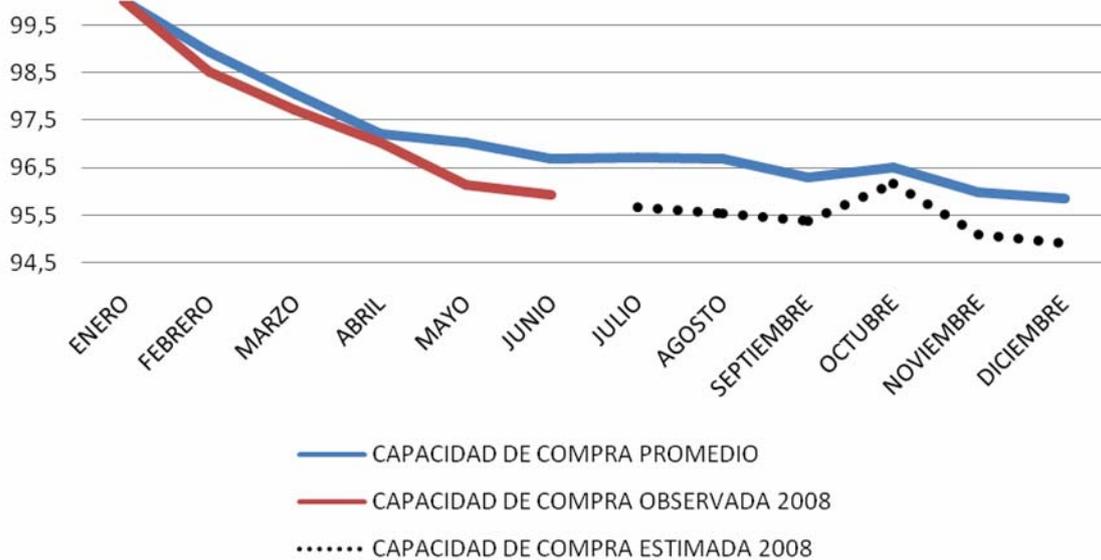
GRAFICOS DE APOYO



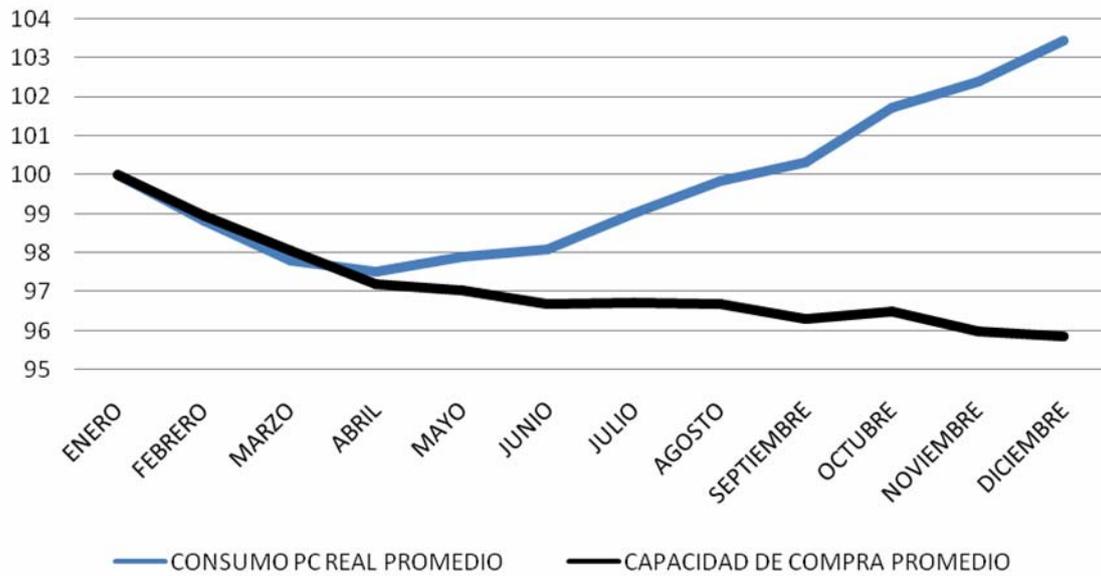
CONSUMO PER CÁPITA REAL OBSERVADO Y ESTIMADO



CAPACIDAD DE COMPRA DE UN SMLV OBSERVADA Y ESTIMADA



CICLO DE CONSUMO PROMEDIO EN COLOMBIA



CICLO DE CONSUMO OBSERVADO Y ESTIMADO PARA 2.008

