

Ventas de televisores crecen más que las de com durante el Mundial

El comercio al por menor habría crecido 3,2 % en junio. Las ventas de hipermercados, cerca de 5 %.

- Comentar 1
- Facebook 1
- Twitter
- Guardar
- Enviar
- Google+
- LinkedIn



Los productores de bebidas esperan que el consumo se extienda a lo largo de los días en que juega la Selección Colombia. Foto: Carlos Capella/ EL TIEMPO

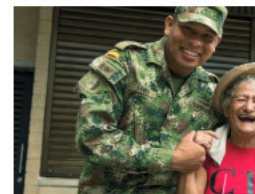
Por: REDACCIÓN EL TIEMPO 28 de junio 2018 , 10:12 a.m.

La influencia económica del Mundial de Fútbol Rusia 2018 en el país es notoria.

Un análisis del departamento de investigaciones del Grupo Bancolombia dice que el efecto más grande y persistente, se presenta en el segmento de electrodomésticos.

Publicidad

Confianza y seguridad del Ejército Nacional



Con el Plan Horus se busca mejorar la calidad de vida de los colombianos

TE PUEDE GUSTAR Enlaces Pa

SALE. Puma OFF Dafiti

- 🔗 **Mercado de la cerveza crece en el país 5 % por el Mundial de Fútbol**
- 🔗 **Negocios en el país ya facturan por el Mundial de Fútbol**
- 🔗 **Dueño de Bavaria prevé más impulso en ventas por mundial Rusia 2018**

9 lugares ext
viven person
BuHamster.com

Por ello, hay un crecimiento de 5,7 por ciento adicional entre febrero y junio en los años en los que se juega el Mundial de Fútbol.

"El siguiente rubro que reacciona positivamente es el de las ventas de alimentos. Sin embargo, frente a los electrodomésticos el efecto es de menor magnitud y es menos prolongado", dice el reporte.

Comprar un
línea, en líqu
precios de lo
Ofertas De Autos

Por ello, solo las ventas en el comercio de ese ítem se aceleran solo 1,4 por ciento en junio.

El análisis también indica que en junio de los años con mundiales de fútbol las ventas del comercio al por menor se aceleran un 3,2 por ciento.

Cabe recordar que en junio del 2017, las ventas del comercio minorista crecieron 1 por ciento, de acuerdo con el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (Dane).

"El ejercicio confirma una intuición común entre los empresarios del sector, que es la expectativa de que el campeonato orbital redundará en una mejora de las ventas de ciertos productos. Otra conclusión importante es que, a pesar de tratarse de un evento que solo ocurre cada 4 años, en tránsito que está haciendo la economía colombiana hacia un periodo de mayor dinamismo, el empuje que genera el mundial de fútbol refuerza la tendencia de aceleración de la demanda y mejora la confianza de los empresarios y los consumidores", añade el análisis.

Agrega que dado que el evento incide en un sector que es gran demandante de mano de obra y tiene una alta participación en el PIB, la celebración del evento deportivo es sin duda positiva para la economía.

De otra parte, el Marco Fiscal de Mediano Plazo indica que en diciembre pasado la clasificación a la final del fútbol colombiano de los dos equipos de Bogotá generó presiones alcistas transitorias en el grupo de diversión, por cuenta de un aumento sustancial en el precio de las entradas.

"En diciembre la inflación de este rubro en Bogotá fue 11,3 por ciento, mientras en el total nacional fue de 7,7 por ciento", agrega Minhacienda.

De otra parte, el Dane indica que entre mayo del 2017 y abril del 2018, las ventas de los grandes almacenes e hipermercados minoristas del país sumaron 53,7 billones de pesos, con una variación de 5,1 por ciento frente a igual periodo comparable del 2016. Además, según el Dane, durante los 4 primeros meses, la facturación sumó 17,3 billones de pesos, con un aumento de 7,4 por ciento, frente a igual periodo del 2017.

Metodología

Los autores de Grupo Bancolombia tomaron los datos de ventas al por menor de la Encuesta Mensual de Comercio al por Menor del Dane desde 2006.

“Ya en diciembre pasado precios de boletas presionaron inflación en Bogotá”



Además, incluyeron el Índice de Seguimiento a la Economía para el sector, los índices de confianza de consumidores y comerciantes de Fedesarrollo, la inflación al consumidor, la tasa de desempleo, los desembolsos de tarjetas de crédito, la tasa de cambio y las tasas de interés de consumo.

Para identificar el efecto del mundial de fútbol, probamos el crecimiento adicional del comercio en función de variables que se activan antes o durante el campeonato.

ECONOMÍA Y NEGOCIOS

COMENTAR 

GUARDAR 

REPORTAR 
