

Ventas del comercio minorista cayeron 1,5% en la Región Metropolitana

La actividad del comercio minorista se contrajo en marzo, revirtiendo el alza que había presentado en febrero de este año.

El resultado daría cuenta de la inestabilidad económica que atraviesa el país, evidenciando que aún no se registran señales de recuperación y que los niveles de estancamiento presentado hace más de un año se mantendrán en el futuro.

Santiago, martes 26 de abril de 2016- Las ventas minoristas de la Región Metropolitana, medidas en términos de locales equivalentes, cayeron un 1,5% real en marzo de 2016, con respecto al mismo mes de 2015 según el informe que elabora mensualmente la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile (CNC). Este resultado demuestra que el alza de 5,2% registrada en febrero se debió a factores puntuales y no a una recuperación del sector.

Fuente: Departamento de Estudios CNC

Con estos resultados, las ventas minoristas registraron un débil crecimiento anual de 1,3% real en el primer trimestre del 2016, marginalmente superior al primer trimestre de 2015 (1,1%) y por encima también del nulo resultado del último cuarto de 2015.

Fuente: Departamento de Estudios CNC

Al analizar los trimestres móviles, el último período enero-marzo pone freno a la leve tendencia alcista que se venía registrando en los trimestres móviles anteriores, luego de la caída de 0,7% en el período agosto-octubre. Esto da cuenta de que aún no se puede hablar de recuperación del sector y que nos encontramos en un escenario de estancamiento, desde hace más de un año.

Fuente: Departamento de Estudios CNC

Variaciones Ventas del Comercio Minorista RM (%)

Mes	Variación Anual	Variación Bimestral	Variación Trimestral	Variación Semestral	Variación Acumulada
2014	Enero	5,8			5,8
	Febrero	3,0	4,4		4,4
	Marzo	2,7		3,7	3,7
	Abril	4,0	3,3		3,8
	Mayo	4,1			3,9
	Junio	3,3	3,7	3,8	3,8
	Julio	-3,1			2,7

Agosto 0,0-1,52,4 Septiembre -6,6-3,21,4 Octubre 0,3-3,11,3 Noviembre 2,91,4 Diciembre -0,90,60,5-1,21,2 **2015** Enero 4,34,3 Febrero 2,83,63,6 Marzo -3,01,11,1 Abril -1,5-2,30,4 Mayo 4,81,4 Junio -0,82,10,91,01,0 Julio 0,91,0 Agosto -0,10,40,9 Septiembre 0,90,60,9 Octubre -2,6-1,00,5 Noviembre 1,70,6 Diciembre 0,71,10,00,30,6 **2016** Enero 0,90,9 Febrero 5,23,03,0 Marzo -1,51,31,3

Fuente: Departamento de Estudios CNC

Perspectivas

La actividad del comercio minorista durante marzo volvió a contraerse, tras haber registrado un leve repunte en febrero. “Estos resultados”, según explica la Gerenta de Estudios de la CNC, Bernardita Silva, “dan cuenta de la inestabilidad económica que aún atraviesa el país, dejando en evidencia que aún no se ven señales de recuperación y donde los resultados hacen prever que los niveles de estancamiento que venimos viendo desde hace más de un año, se mantendrán en el futuro”.

“El desempeño de las ventas del comercio minorista se relaciona fuertemente con la confianza de los consumidores (GFK Adimark)”, agrega Silva. “Este indicador se encuentra en terreno pesimista desde julio 2014. Tras repuntar levemente en febrero, volvió a caer en marzo, alcanzando los 35,5 puntos, de los cuales, sólo un 21% de los encuestados, asegura que es un buen momento para comprar artículos para el hogar, resultado menor al del mes anterior”.

”Respecto del empleo, la situación también se ve complicada, con un aumento en el desempleo a 9,4% en el Gran Santiago (Centro de Microdatos del Departamento de Economía de la Universidad de Chile), comenzando a verse las repercusiones de la desaceleración en el mercado laboral. En nuestro sector específicamente, hemos visto en los últimos trimestres (según datos del INE) una fuerte desaceleración en los empleos asalariados, dando lugar a fuertes crecimientos en los empleos por cuenta propia”, acota

la Gerenta de Estudios. “Por su parte, la masa salarial registró en febrero un alza de 2,5%, por debajo del crecimiento de 3,0% del mes anterior, empujada por un menor crecimiento en los ocupados y un bajo crecimiento de las remuneraciones reales. Estos resultados dan cuenta de una situación de estancamiento en la masa salarial de los ocupados, con débiles crecimientos y una tendencia decreciente desde el año pasado”.

“Dado los resultados en las ventas del trimestre y el comportamiento de las variables que influyen en ellas, prevemos un crecimiento entre 0,5% y 1,5% en el Índice de Ventas Minorista de la RM el 2016, por debajo de la estimación realizada en enero (1,5% y 2,5%), y un alza del PIB comercio que estará entre -0,5% y 0,5%”, finaliza Bernardita Silva.

Ventas del Comercio – Evolución Sectores

Marzo 2016

Durante marzo, entre los sectores estudiados, destacó por sobre el resto el crecimiento de Calzados; Artefactos Eléctricos y Línea Hogar marcaron leves alzas. Por el contrario, Muebles, Línea Tradicional de Supermercados y Vestuario registraron bajas de diversas magnitudes.

Las ventas de Calzado marcaron un alza anual de 6,8% real, por sobre el incremento marginal de 0,7% registrado en igual mes de 2015, pero muy por debajo de las alzas de dos dígitos evidenciadas en los últimos cuatro meses. Con esto, la categoría promedió un alza de 10,5% en el primer trimestre del año.

El rubro Vestuario continúa con debilidad en sus resultados, marcando en marzo una caída anual marginal de 0,6% y acumulando en el trimestre un alza casi nula de 0,4% real, por debajo del crecimiento de 7,3% real registrado en igual período del 2015.

Dentro de la categoría, sólo Ropa de Mujer marcó un resultado positivo, con un alza real anual de 3,9%, por debajo del 7,2% registrado en marzo de 2015, y promediando, en los tres primeros meses del año, un incremento real de 5,6%, muy inferior al alza de 13,0% evidenciada en el primer trimestre de 2015.

Vestuario Infantil y Ropa de Hombre marcaron bajas anuales de 4,0% y 3,7% cada uno en marzo. En el primer ítem, éste cerró el período enero-marzo con una disminución de 2,2% real, menor eso sí a la baja de 11,8% registrada en igual lapso de 2015. En el caso de Vestuario Hombre, la sub-categoría cerró los tres primeros meses del año con una baja anual de 3,7% real, resultado muy inferior al alza de 13,1% registrada en igual período del año pasado.

Las ventas de Artefactos Eléctricos, luego de haber crecido un 12,3% anual en febrero, marcaron en marzo una débil alza real anual de 1,1%, acumulando así un aumento de 6,0% real en los tres primeros meses del año, resultado por encima de la baja en el margen de 0,6% real evidenciada en igual trimestre de 2015.

Dentro de la categoría destacó Electrónica, con un alza anual de 12,4% real, ayudada por una baja base de comparación, al caer un 8,5% en igual mes del 2015. Dado este resultado, la sub-categoría marcó un incremento real de 18,1% en el trimestre. Línea Blanca, influido por una alta base de comparación, marcó en marzo una caída anual de 6,5% real, cerrando el período enero-marzo con un incremento marginal de 0,8% real anual. Por último, Electrodomésticos cerró el trimestre con una baja anual de 4,5% real, donde marzo evidenció una disminución de 5,3% con respecto a marzo de 2015.

Las ventas de Línea Hogar, tras positivos resultados en enero y febrero, y meses de constantes caídas durante el 2015, evidenciaron en marzo una débil alza de 1,9% real anual, resultado influido por una baja base de comparación, ya que en igual mes de 2015 se registró una disminución de 14,5% real anual en la categoría. Así, el sector cerró el primer trimestre de este año con un alza de 5,5% real.

En tanto, la actividad de Muebles se contrajo fuertemente en marzo, con un descenso anual de 16,4% real, marcando un quinto mes consecutivo de caídas anual y disminuyendo en promedio un 8,6% real en los tres primeros meses de 2016.

Por su parte, la Línea Tradicional de Supermercado, tras crecer un 3% en febrero, volvió a su senda negativa de los meses previos y exhibió una caída de 3,2% real en marzo, lo que implicó acumular una reducción de 0,9% en el primer trimestre del año. Dentro del sector, el componente Perecibles se contrajo un 2,4% anual en marzo, promediando una caída de 0,5% en los tres primeros meses de 2016. Las ventas de Abarrotes, en tanto, alcanzaron una baja de 3,7% en el mes de marzo, terminando el trimestre con una caída de 1,1%.

Fuente: Departamento de Estudios CNC

Fuente: Departamento de Estudios CNC

Variaciones Ventas Reales del Comercio Minorista RM

Período	% Variación Anual (Comparación con igual período del año anterior)	
	Total Comercio	Vestuario
Artefactos Eléctricos	Línea Hogar	Muebles
Línea de Supermercados	Abarrotes	Perecibles
Total LT	Superm.	2012
2012	2009	722,110,210,90,8-0,5-5,2-3,0
1		

Trimestre6,23,712,616,819,22,92,6-0,70,6	II Trimestre5,26,319,28,413,5-3,30,8-2,8-1,0	III
Trimestre 6 , 8 1 4 , 7 2 8 , 2 9 , 3 9 , 6 2 , 0 - 0 , 6 - 7 , 4 - 4 , 0		I V
Trimestre5,812,627,48,62,31,9-4,2-8,9-6,6 20139,718,126,39,86,03,30,5-1,8-0,7		I
Trimestre8,318,830,98,51,28,2-1,8-4,2-2,9	II Trimestre11,523,531,010,25,76,10,2-1,4-0,8	III
Trimestre 9 , 0 1 6 , 1 2 3 , 5 1 0 , 1 9 , 3 2 , 6 1 , 2 - 1 , 0 - 0 , 1		I V
Trimestre9,715,121,410,08,0-3,22,2-0,70,7 20141,27,313,91,41,8-5,1-0,4-6,8-3,4		I
Trimestre3,714,318,08,75,4-2,10,4-7,4-3,2	II Trimestre3,86,811,911,02,2-4,03,4-6,7-1,0	III
Trimestre - 3 , 2 0 , 5 7 , 9 - 1 0 , 2 - 2 , 1 - 8 , 3 - 1 , 9 - 6 , 4 - 4 , 0		I V
Trimestre0,58,517,2-3,12,1-6,2-3,1-6,9-5,0 20150,65,610,41,4-7,1-5,6-2,6-2,7-2,5		I
Trimestre1,17,312,3-0,6-10,0-7,3-1,4-1,2-1,4	II Trimestre0,99,39,7-3,0-7,6-4,6-3,1-0,6-2,2	III
Trimestre0,65,614,25,4-6,2-7,2-3,4-4,2-3,7	IV Trimestre0,01,77,14,7-4,8-3,1-2,4-4,4-2,8 2016	I
Trimestre1,30,410,56,05,5-8,6-1,1-0,5-0,9		

Fuente: Departamento de Estudios CNC

PAGE

PAGE 1

Departamento de Estudios