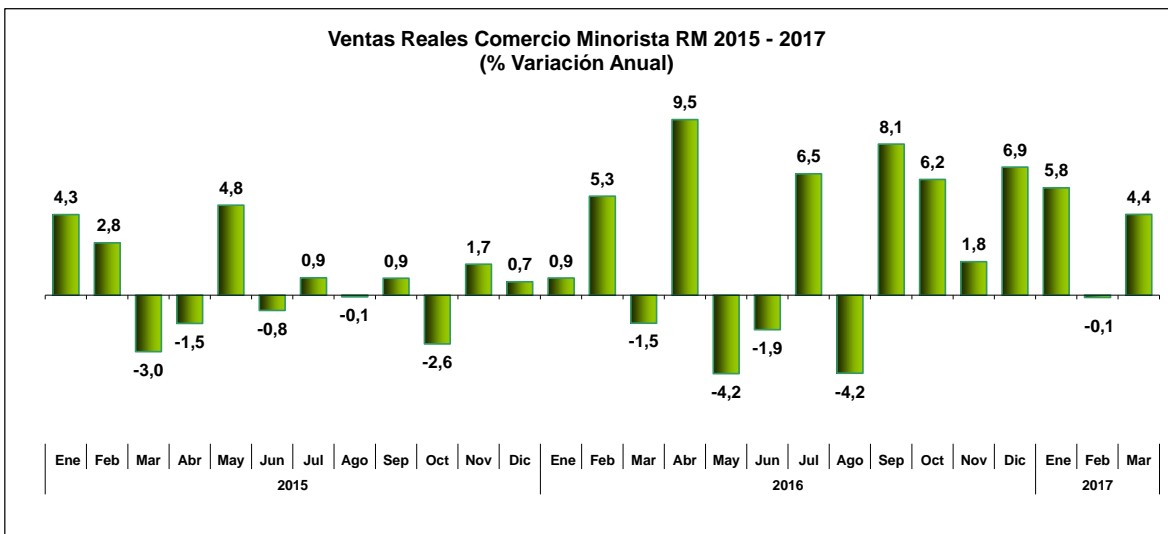


Ventas del Comercio Minorista Región Metropolitana Marzo 2017

1. Ventas del Comercio - Región Metropolitana

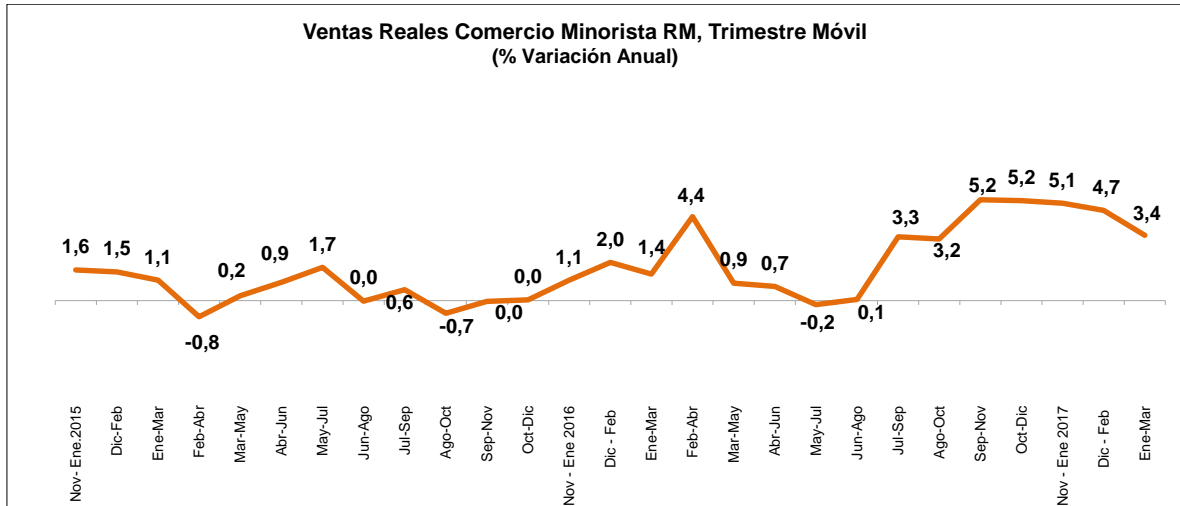
Las ventas minoristas de la Región Metropolitana, medidas en términos de locales equivalentes, registraron un moderado crecimiento en marzo de 2017, al aumentar un 4,4% real respecto de igual mes del año anterior, superando la leve disminución anotada en febrero (-0,1%). En el resultado incidió la baja base de comparación, dada la caída de 1,5% observada en marzo de 2016, y la existencia de un día hábil más que en el mismo período del año pasado.

Durante el primer trimestre del año las ventas del comercio minorista de la Región Metropolitana promediaron un aumento real anual de 3,4%, cifra mayor que el bajo incremento real de 1,4% registrado en enero-marzo de 2016.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

La evolución a nivel de los trimestres móviles muestra que la tendencia a la baja iniciada marginalmente en diciembre 2016 - febrero 2017, con un aumento real de 4,7% luego de tres períodos consecutivos con un incremento en torno al 5%, se acentuó en el primer trimestre de 2017, situándose en 3,4%.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Variaciones Ventas del Comercio Minorista RM (%)

Mes	Variación Anual	Variación Bimestral	Variación Trimestral	Variación Semestral	Variación Acumulada
2015 Enero	4,3				4,3
Febrero	2,8	3,6			3,6
Marzo	-3,0		1,1		1,1
Abril	-1,5	-2,3			0,4
Mayo	4,8				1,4
Junio	-0,8	2,1	0,9	1,0	1,0
Julio	0,9				1,0
Agosto	-0,1	0,4			0,9
Septiembre	0,9		0,6		0,9
Octubre	-2,6	-1,0			0,5
Noviembre	1,7				0,6
Diciembre	0,7	1,1	0,0	0,3	0,6
2016 Enero	0,9				0,9
Febrero	5,3	3,0			3,0
Marzo	-1,5		1,4		1,4
Abril	9,5	3,9			3,5
Mayo	-4,2				1,7
Junio	-1,9	-3,1	0,7	1,0	1,0
Julio	6,5				1,8
Agosto	-4,2	1,1			1,1
Septiembre	8,1		3,3		1,8
Octubre	6,2	7,1			2,2
Noviembre	1,8				2,2
Diciembre	6,9	4,8	5,8	4,3	2,7
2017 Enero	5,8				5,8
Febrero	-0,1	2,9			2,9
Marzo	4,4		3,4		3,4

Fuente: Departamento de Estudios CNC

2. Perspectivas

La actividad del comercio minorista en la Región Metropolitana, en términos de locales equivalentes, tras una leve caída registrada en febrero, mostró un moderado crecimiento en marzo de 2017, influido por la base de comparación, dada la contracción observada en igual mes del año anterior, y la existencia de un día hábil más que en marzo de 2016. Si bien el primer trimestre cerró con un aumento promedio inferior al obtenido en el cuarto trimestre de 2016, fue superior al bajo nivel observado en el período enero-marzo 2016. En marzo destacaron las categorías de Vestuario y Calzado, impulsadas en parte por las masivas ofertas que tradicionalmente efectúan las casas comerciales por término de temporada.

El moderado desempeño del comercio minorista está reflejando los efectos del debilitamiento del mercado laboral en sus dos principales componentes, empleo y remuneraciones, en la demanda interna, como consecuencia de la desaceleración de la actividad económica. A esto se suma una conducta más cautelosa por parte de los consumidores frente al gasto, debido a la mayor incertidumbre que este panorama genera.

El total de ocupados registró sólo un leve aumento de 0,7% sobre base anual en el trimestre diciembre 2016–febrero 2017, pero con una caída, por tercer período consecutivo, en el empleo asalariado, que en esta oportunidad alcanzó a 2,1%. Esto, junto con el debilitamiento de las remuneraciones reales, ha determinado una constante desaceleración de la masa salarial, que en febrero registró un alza de 2,1%, por debajo de 3,0% alcanzado en diciembre, y siendo el menor crecimiento desde julio de 2016.

Si bien la confianza de los de los consumidores (GFK Adimark) aumentó levemente en marzo a 37,3 puntos, 3 décimas más que en febrero, completa 34 meses en la zona de pesimismo (bajo los 50 puntos). En esta medición se deterioraron las percepciones de la situación personal presente, pero mejoraron las relativas a 12 meses plazo.

Se estima que el primer trimestre del año tuvo un crecimiento prácticamente nulo, explicado en parte por la prolongada huelga de Escondida, esperándose que el panorama mejore en el resto del año, sobre todo en el último trimestre, considerando la menor base de comparación. Sin embargo, existe consenso de que el resultado del Producto Interno Bruto de 2017 será similar a lo registrado en 2016 (1,6%), influido por la menor inversión, sin que se vislumbren cambios significativos en el corto plazo, y un consumo más restringido por el menor aumento del empleo y las remuneraciones. Así lo ratifican las proyecciones del mercado, del Banco Central y de organismos internacionales como el Fondo Monetario Internacional (FMI) y la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).

En este contexto, el Banco Central volvió a recortar la TPM en su reunión de abril en 25 puntos base, situándola en 2,75%, siendo ésta la tercera rebaja del año, anticipando nuevos recortes en el futuro, lo que implica que mantiene su sesgo expansivo.

Dado el escenario de menor crecimiento esperado, debilitamiento del mercado laboral, inflación controlada, sin que se espere un repunte de la economía en el corto plazo, el gran desafío para el 2017 es recuperar las confianzas y, con esto, los niveles de inversión, centrando los esfuerzos y prioridades en el crecimiento.

3. Ventas del Comercio – Evolución Sectores

Marzo 2017

Con variaciones de dos dígitos, en marzo destacaron Vestuario y Calzado, impulsados en parte por las atractivas ofertas del comercio por término de temporada, mientras que el resto de los rubros registró alzas muy menores, continuando la contracción en Muebles.

Las ventas de Calzado crecieron 13,4% real anual en marzo, superando la caída de 0,5% anotada en febrero. Durante el primer trimestre del año acumularon un aumento real de 6,3%, inferior al promedio real de 10,5% registrado en igual período de 2016.

La actividad de Vestuario se expandió un 12,5% real anual en marzo, resultado en el que influyó también la baja base de comparación, considerando la caída de 0,6% real anual registrada en marzo de 2016. En los tres primeros meses del año, la actividad promedió un incremento real de 9,9%, muy por sobre el mínimo aumento real promedio de 0,5% observado en igual lapso de 2016.

El alza de Vestuario registrada en marzo fue generalizada a nivel de sus componentes, sobresaliendo la Ropa de Mujer, con un crecimiento real anual de 15,3%, en tanto que Vestuario Infantil aumentó un 13% y Ropa de Hombre un 9,2%. El positivo desempeño de Vestuario Infantil le permitió superar la caída de enero y el nulo incremento de febrero, acumulando -en el primer trimestre del año- un alza real de 2,5%. Por su parte, la Ropa de Mujer promedió un crecimiento real de 14,2% en el período enero-marzo del año, por sobre el 5,5% observado en los tres primeros meses de 2016, mientras que en Ropa de Hombre, el resultado acumulado en el primer trimestre de 2017, de 9,1% real, contrasta con la contracción promedio real de 3,6% del mismo lapso de 2016.

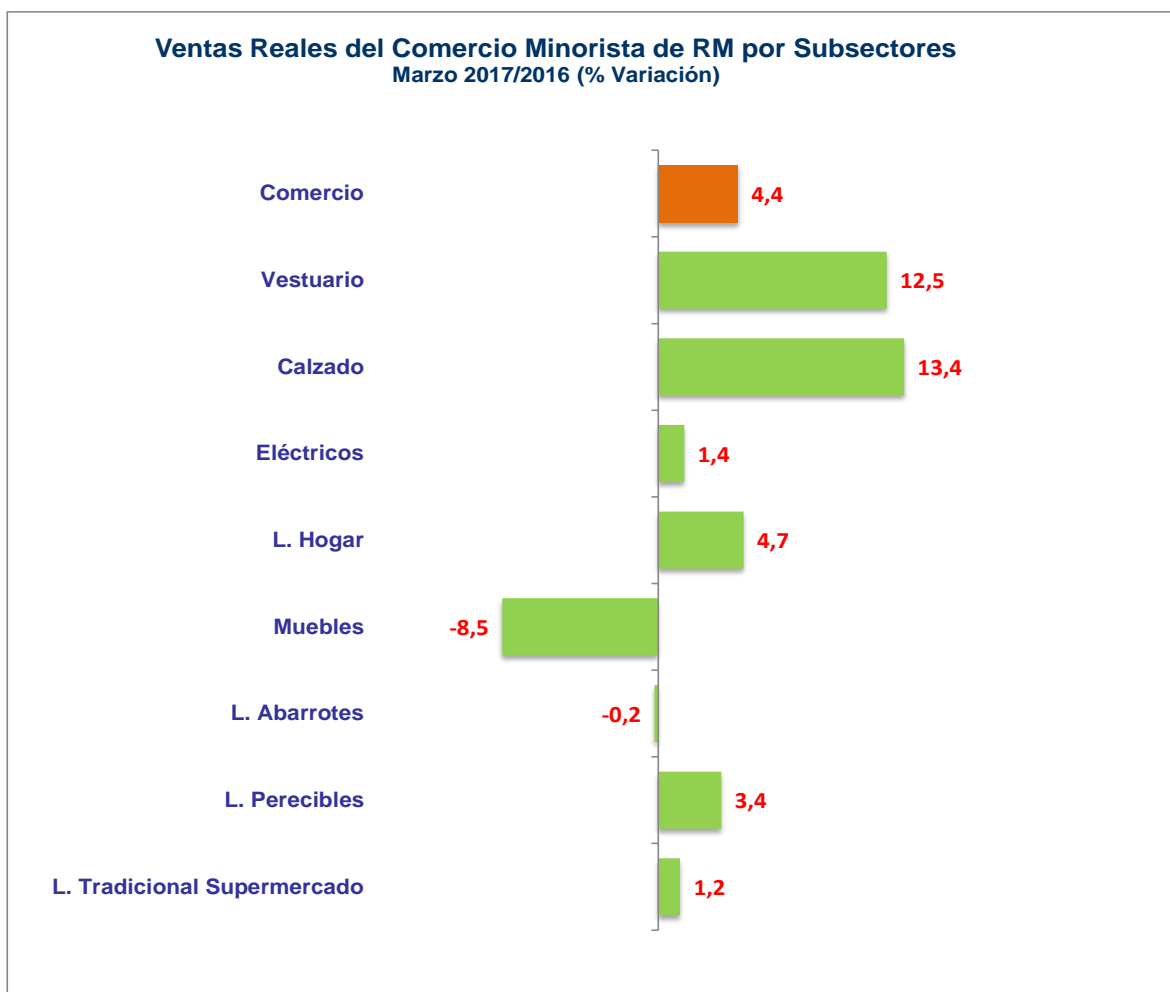
Las ventas de Artefactos Eléctricos volvieron a mostrar un débil avance, a pesar de tener una baja base de comparación, aumentando solo 1,4% real anual en marzo, inferior al 1,9% anotado en febrero. Durante el primer trimestre del año acumularon un crecimiento real de 5,2%, inferior al 6% logrado en igual período de 2016.

Entre los componentes destacó Electrónica, que registró una expansión real anual de 14,6% en marzo, promediando un alza real de 14,9% en los tres primeros meses del año, positivo desempeño que también se observó en enero-marzo de 2016, con un crecimiento promedio real de 18%. En cambio, Línea Blanca, cuyas ventas cayeron 14,7% real anual en marzo, acumularon una contracción real de 4,7% en el trimestre, habiendo aumentado un promedio de sólo un 0,8% real en los tres primeros meses de 2016. Por su parte, Electrodomésticos creció 3% real anual en marzo, llegando a promediar también un 3% real durante el primer trimestre de 2017, resultado más favorable que la caída real de 4,5% anotada en igual período del año pasado.

Las ventas de Línea Hogar, tras contraerse en enero y febrero, mostraron un positivo desempeño en marzo, al incrementarse un 4,7% real anual, lo que permitió que cerraran el primer trimestre del año con un leve aumento real promedio de 0,2%, bastante menor que el 5,5% real obtenido en enero-marzo de 2016.

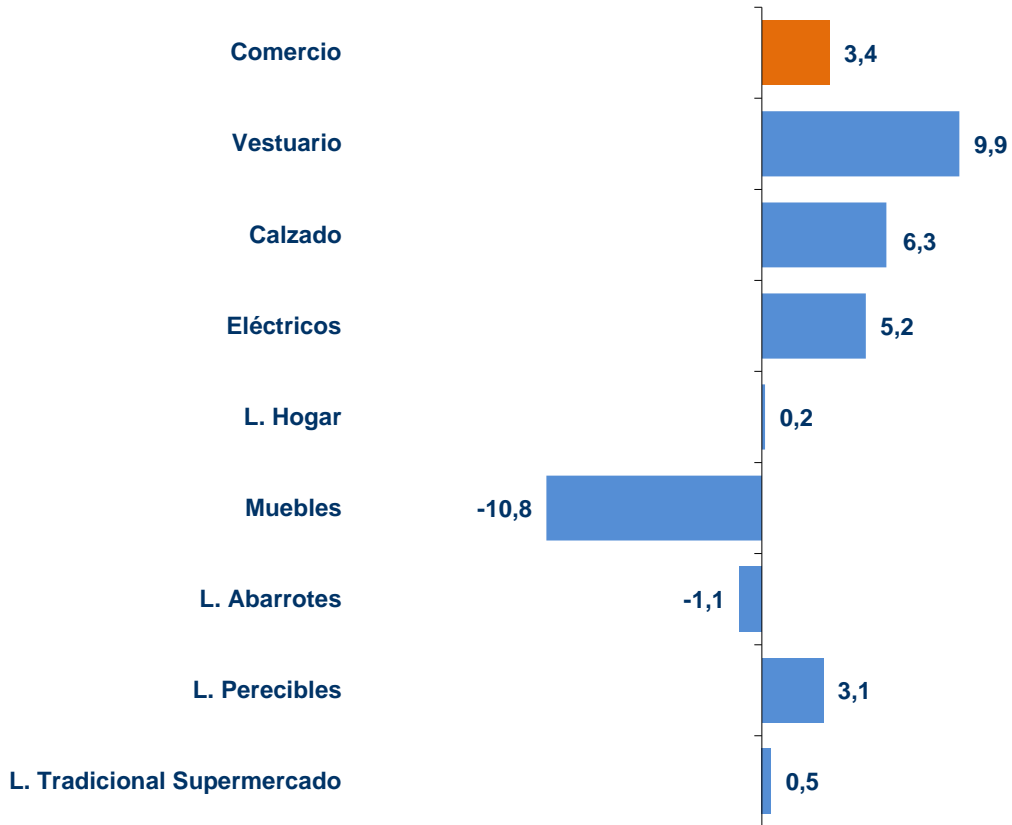
En tanto, la actividad de Muebles continuó deteriorándose, cayendo un 8,5% real anual en marzo, para acumular una disminución real de 10,8% en los tres primeros meses del año, contracción superior a la observada en igual período de 2016, cuando se ubicó en 8,6% real.

Por su parte, las ventas de Línea Tradicional de Supermercado, tras la variación negativa de febrero, registraron un alza real anual de 1,2% en marzo, promediando un leve aumento real de 0,5% en el primer trimestre de 2017, resultado más favorable que la caída real de 0,8% anotada en enero-marzo de 2016. El grupo Percibles creció un 3,4% real anual en marzo, acumulando un alza real de 3,1% en los tres primeros meses del año, superando la caída real promedio de 0,2% observada en igual período de 2016. En cambio, Abarrotes volvió a caer en marzo, aunque en menor proporción que en febrero (-4,1%), al disminuir 0,2% real anual, lo que determinó que el primer trimestre del año cerrara con una contracción real promedio de 1,1%, coincidiendo con el resultado promedio de enero-marzo de 2016.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Ventas Reales del Comercio Minorista de RM por Subsectores
Enero - Marzo 2017/2016 (% Variación Anual)



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	Calzado	Artefactos Eléctricos	Línea Hogar	Muebles	Línea de Supermercados		
Abarrotes							Perecibles	Total LT Superm.	
2012	6,0	9,7	22,1	10,2	10,9	0,8	-0,5	-5,2	-3,0
I Trimestre	6,2	3,7	12,6	16,8	19,2	2,9	2,6	-0,7	0,6
II Trimestre	5,2	6,3	19,2	8,4	13,5	-3,3	0,8	-2,8	-1,0
III Trimestre	6,8	14,7	28,2	9,3	9,6	2,0	-0,6	-7,4	-4,0
IV Trimestre	5,8	12,6	27,4	8,6	2,3	1,9	-4,2	-8,9	-6,6
2013	9,7	18,1	26,3	9,8	6,0	3,3	0,5	-1,8	-0,7
I Trimestre	8,3	18,8	30,9	8,5	1,2	8,2	-1,8	-4,2	-2,9
II Trimestre	11,5	23,5	31,0	10,2	5,7	6,1	0,2	-1,4	-0,8
III Trimestre	9,0	16,1	23,5	10,1	9,3	2,6	1,2	-1,0	-0,1
IV Trimestre	9,7	15,1	21,4	10,0	8,0	-3,2	2,2	-0,7	0,7
2014	1,2	7,3	13,9	1,4	1,8	-5,1	-0,4	-6,8	-3,4
I Trimestre	3,7	14,3	18,0	8,7	5,4	-2,1	0,4	-7,4	-3,2
II Trimestre	3,8	6,8	11,9	11,0	2,2	-4,0	3,4	-6,7	-1,0
III Trimestre	-3,2	0,5	7,9	-10,2	-2,1	-8,3	-1,9	-6,4	-4,0
IV Trimestre	0,5	8,5	17,2	-3,1	2,1	-6,2	-3,1	-6,9	-5,0
2015	0,6	5,6	10,4	1,4	-7,1	-5,6	-2,6	-2,7	-2,5
I Trimestre	1,1	7,3	12,3	-0,6	-10,0	-7,3	-1,4	-1,2	-1,4
II Trimestre	0,9	9,3	9,7	-3,0	-7,6	-4,6	-3,1	-0,6	-2,2
III Trimestre	0,6	5,6	14,2	5,4	-6,2	-7,2	-3,4	-4,2	-3,7
IV Trimestre	0,0	1,7	7,1	4,7	-4,8	-3,1	-2,4	-4,4	-2,8
2016	2,7	2,9	10,3	7,7	3,5	-10,3	-0,6	1,7	0,3
I Trimestre	1,4	0,5	10,5	6,0	5,5	-8,6	-1,1	-0,2	-0,8
II Trimestre	0,7	1,2	9,4	4,0	0,3	-13,9	-2,1	-0,7	-1,5
III Trimestre	3,3	5,2	10,1	8,6	3,2	-7,4	-0,7	2,3	0,4
IV Trimestre	5,8	5,6	13,7	12,5	4,5	-10,7	1,9	5,3	3,2
2017									
I Trimestre	3,4	9,9	6,3	5,2	0,2	-10,8	-1,1	3,1	0,5

Fuente: Departamento de Estudios CNC

4. Estadísticas del Comercio

Cifras del Comercio
Variación Ventas Comercio RM Marzo 2017/2016: 4,4% Variación Ventas Comercio RM Enero – Marzo 2017/2016: 3,4%
Trimestre Diciembre-Febrero 2017 Empleo del Comercio, en miles de personas: 1.606,83 Participación Empleo Comercio / Total País: 19,6% Tasa Desocupación Comercio: 5,2% Tasa Desocupación País: 6,4%
Variación PIB Comercio 2016/2015: 3,4% Variación PIB Total 2016/2015: 1,6% Participación PIB Comercio / PIB Total 2016: 9,3%
Inversión Sector Comercio, Catastro Diciembre 2016: US\$ 2.510 millones (Proyectos en ejecución y en estudio)

Fuente: Banco Central, INE, Departamento de Estudios CNC