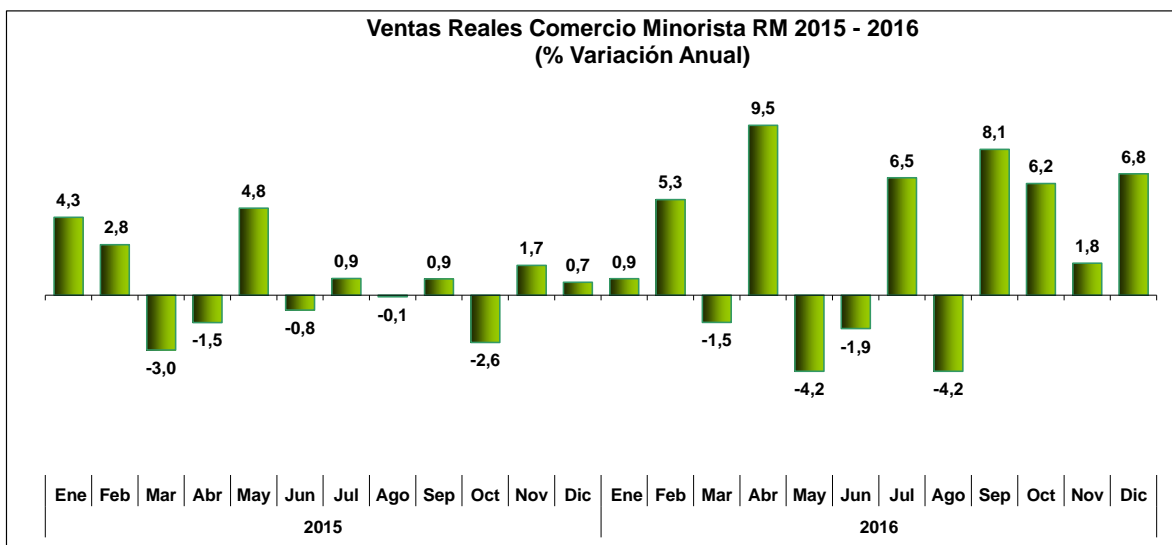


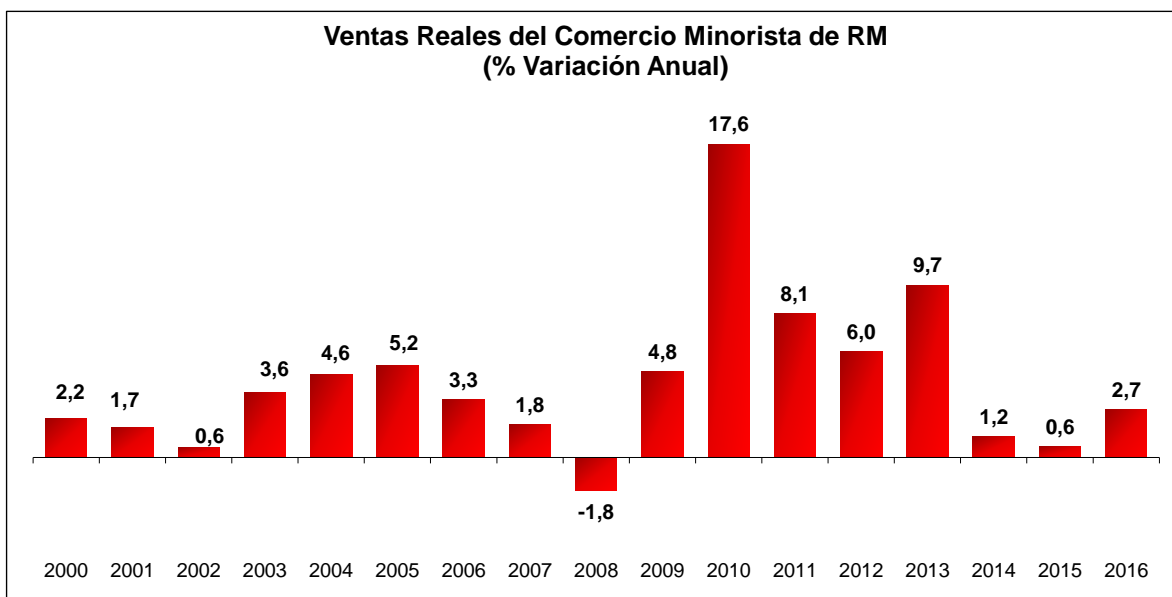
Ventas del Comercio Minorista Región Metropolitana Diciembre 2016

1. Ventas del Comercio - Región Metropolitana

Las ventas minoristas de la Región Metropolitana, medidas en términos de locales equivalentes, experimentaron un alza anual de sólo 6,8% en el mes de diciembre, tras haber crecido un débil 1,8% en noviembre. De esta manera, las ventas del comercio cierran 2016 con un alza de 2,7%, por encima del crecimiento de 2015 (0,6%), pero aún débil si se compara con el período 2010-2013.

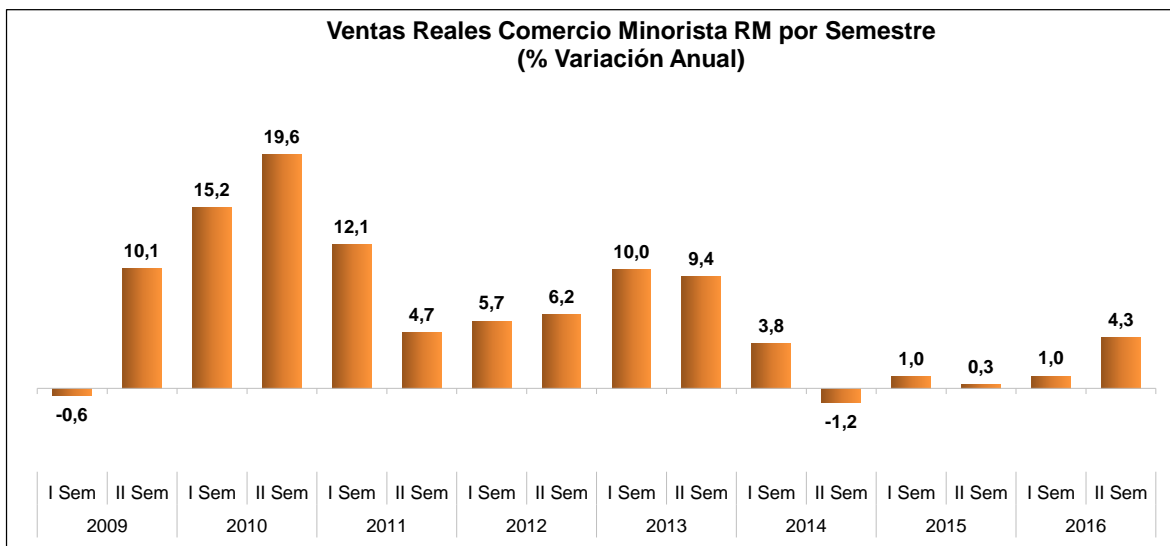


Fuente: Departamento de Estudios CNC



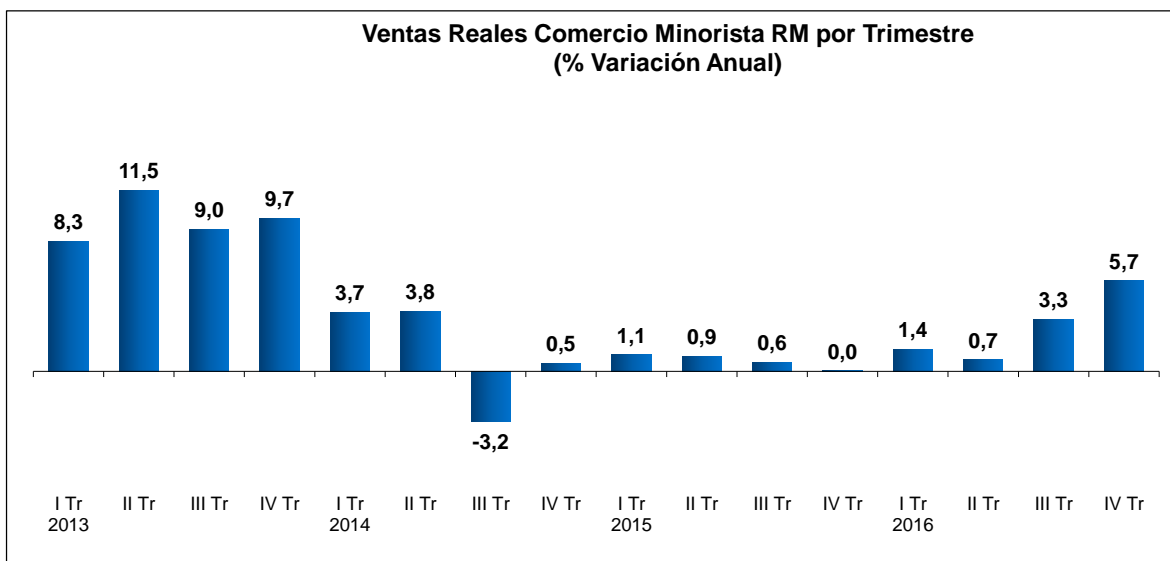
Fuente: Departamento de Estudios CNC

Al analizar los resultados semestrales se observa un segundo semestre que fue bastante mejor al primero, con un alza anual de 4,3% y marcando el mayor crecimiento semestral desde el segundo semestre de 2013.



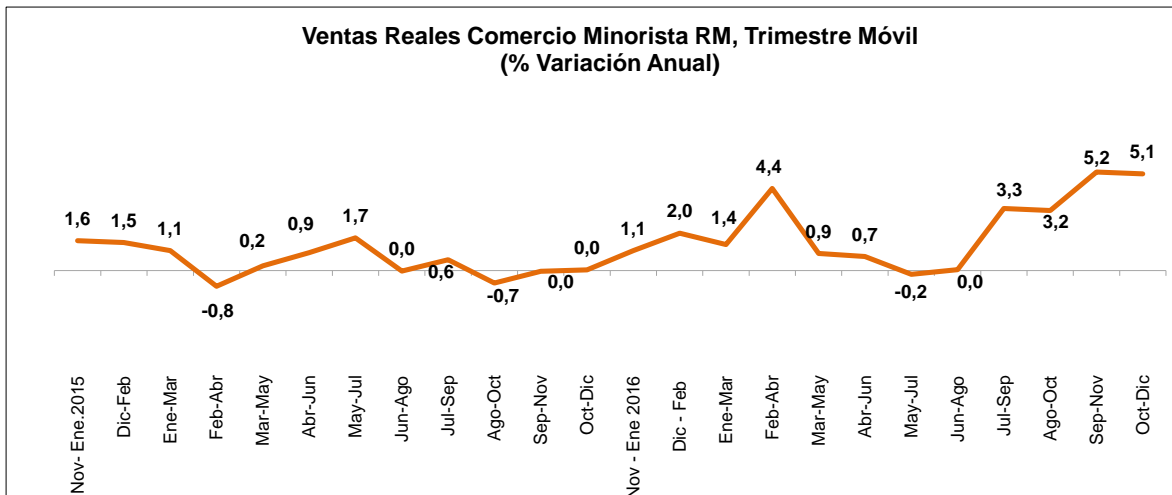
Fuente: Departamento de Estudios CNC

En cuanto al resultado trimestral, el último cuarto de 2016 evidencia un crecimiento de 5,7% respecto de igual trimestre de 2015, siendo así el mejor trimestre del año para el sector desde el último cuarto de 2013.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Al analizar los trimestres móviles, en el último período se registra un crecimiento real de 5,1% anual, alza en línea con el trimestre móvil anterior, y superior al nulo crecimiento evidenciado en igual período de 2015. Al analizar los últimos trimestres móviles se evidencia una tendencia positiva en la segunda mitad del año.



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			1,0
Septiembre	8,1		3,3		1,8
Octubre	6,2	7,1			2,2
Noviembre	1,8				2,2
Diciembre	6,8	4,7	5,7	4,3	2,7

Fuente: Departamento de Estudios CNC

2. Perspectivas

La actividad del comercio minorista en la RM, en términos de locales equivalentes, mostró durante diciembre un resultado positivo y por encima de lo esperado, influido principalmente por los buenos resultados en Artefactos Eléctricos, específicamente Electrónica, Línea Hogar y Vestuario. Durante diciembre se vio un fuerte esfuerzo promocional por parte de los distintos actores para incentivar las ventas del sector dado el debilitamiento del consumo, en línea con la desaceleración económica. El mes se vio también favorecido por efecto calendario al registrarse un viernes y un sábado más que en diciembre de 2015, ambos días fuertes para el comercio.

El 2016 fue un año donde las ventas minoristas fueron de menos a más y donde el resultado final, si bien aún débil, estuvo por encima de lo evidenciado en 2014 y 2015. El mejor resultado del índice en el año se debió principalmente al fuerte repunte en Artefactos Eléctricos y Línea Hogar, donde junto a fuertes ofertas influyó también la masiva llegada de argentinos, sobre todo sobre las compras de Electrónica.

En la misma línea, la confianza de los consumidores (GFK Adimark) marca una tendencia positiva desde agosto, recuperándose en diciembre por cuarto mes consecutivo y alcanzando los 40,1 puntos, aunque aún continúa en terreno negativo (bajo los 50 puntos). El pesimismo, tanto de los consumidores como de los empresarios, que ha marcado los últimos dos años, es el gran desafío para el 2017; recuperar las confianzas, y con esto los niveles de inversión y el crecimiento, debe ser la prioridad para este año.

Por el lado del mercado laboral, este se ha mantenido con bajos niveles de desempleo pero a costa de un considerable aumento de los empleados por cuentas propias, y un crecimiento prácticamente nulo de los asalariados durante el segundo semestre de 2016, lo que ha desacelerado la masa salarial de este grupo, poniendo en riesgo futuros crecimientos en el consumo.

En cuanto al crecimiento de nuestra economía, este se desaceleró en el último trimestre, llevando al Banco Central a bajar la TPM en 25 puntos base, anticipando que vendrán nuevos recortes en el año. Este escenario más débil de lo previsto con que terminó en 2016, sumado a las mayores incertidumbres externas, hacen prever que el 2017 volverá a ser un año de débil crecimiento, donde el mercado espera que el país crezca en torno a un 2,0% y donde esperamos que el Índice de Ventas Minoristas de la RM lo haga en un rango de 2,5% a 3,5%.

3. Ventas del Comercio – Evolución Sectores

Diciembre 2016

Durante diciembre solo la categoría Mueble registró una caída anual en sus ventas, mientras que los demás rubros marcaron alzas de distinta magnitud.

Las ventas de Calzado, marcaron en diciembre un alza real anual de 8,3% tras crecer un 5,7% en noviembre, y cerrando el 2016 con un alza real de 10,3%, en línea con el crecimiento registrado el 2015 (10,4%).

El rubro Vestuario, tras el nulo resultado de noviembre, evidenció en diciembre un alza de 8,7% real anual, acumulando así en los doce meses de 2016 un incremento real de 2,9%, por debajo del alza de 5,6% anotada en el año 2015.

Dentro de la categoría, Vestuario Mujer y Vestuario Hombre marcaron alzas reales anuales en diciembre de 16,3% y 6,1% cada uno; por su parte Vestuario Infantil alcanzó nulo crecimiento anual (-0,1%). Vestuario Hombre se vio influido por una baja base de comparación al haber tenido un nulo incremento en igual mes de 2015. Así, entre enero y diciembre, Vestuario Mujer acumuló un aumento real en sus ventas de 6,5%, por debajo del alza de 13,6% experimentada el 2015, mientras que Vestuario Hombre y Vestuario Infantil cerraron el año con nulos resultados, de 0,8% y -0,7% respectivamente.

Las ventas de Artefactos Eléctricos destacaron nuevamente, con un alza real de 11,3% anual en diciembre, enfrentado a una menor base de comparación al tener un nulo crecimiento en igual mes de 2015. El rubro acumuló en el año un incremento real de 7,7%, superando el crecimiento de 1,4% real alcanzado en 2015.

Dentro de la categoría, al igual que en los meses anteriores, destacó Electrónica, con un alza anual de 22,2% real, enfrentado a una menor base de comparación al tener una caída en el margen de 0,7% en igual mes de 2015. Esta categoría continúa enfrentada a fuertes ofertas, donde los precios cayeron un 12,2% en el año 2016. Con este resultado, el sub-rubro cierra los doce meses de 2016 con un alza real de 19,2%. Por su parte, Línea Blanca marcó en diciembre una baja marginal de 0,4%, cerrando el 2016 con un aumento real de 2,3%. Finalmente, Electrodomésticos registró un aumento real anual de 1,7% en el último mes de 2016 terminando así el año con una caída real de 4,5%.

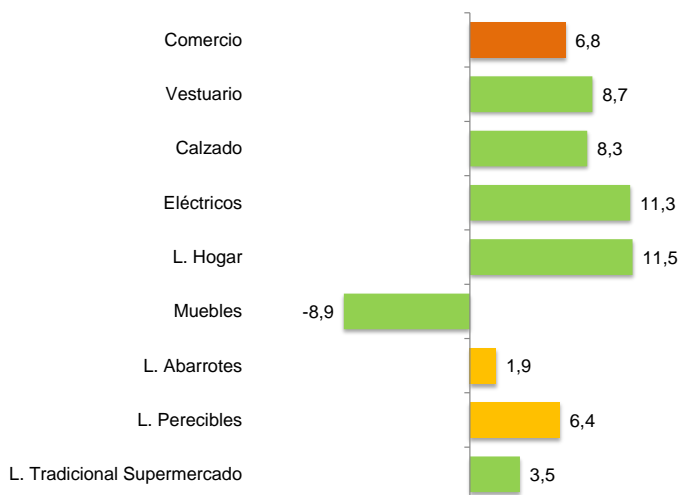
Las ventas de Línea Hogar evidenciaron en diciembre un incremento anual de 11,5% real, superando la caída de 2,8% de noviembre, y ayudado por una baja base de comparación al haber caído un 10% en diciembre 2015. Así, la categoría anota en el 2016 un incremento real de 3,1%, por encima de la baja de 7,1% real registrada el año 2015.

La actividad de Muebles cayó un 8,9% real anual en el mes de diciembre, evidenciando sólo un resultado positivo en los últimos 32 meses y acumulando entre enero y diciembre una baja real de 10,4%, mayor a la caída de 5,6% registrada en 2015.

La Línea Tradicional de Supermercado, tras el nulo resultado de noviembre, marcó en el último mes de 2016 un alza de 3,5% real anual, cerrando el año con un nulo crecimiento, mejor eso sí que la disminución de 2,5% real en 2015.

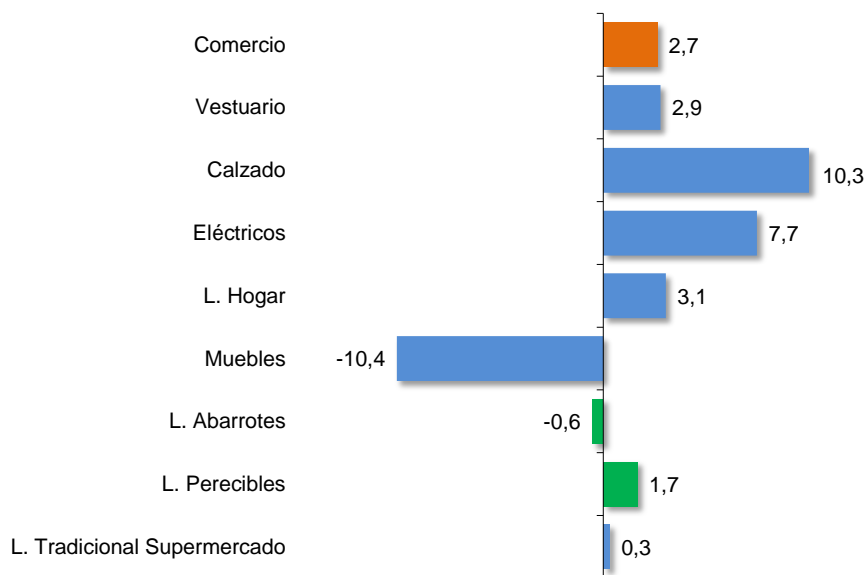
Dentro del rubro, Abarrotes marcó un alza de 1,9% real anual, acumulando entre enero y diciembre una baja de 0,6%. Por su parte, las ventas de Perecibles crecieron 6,4% real anual en diciembre, anotando un alza de 1,7% real en el 2016.

**Ventas Reales del Comercio Minorista de RM por Subsectores
Diciembre 2016/2015 (% Variación)**



Fuente: Departamento de Estudios CN

**Ventas Reales del Comercio Minorista de RM por Subsectores
Enero - Diciembre 2016/2015 (% 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		
Abarrotos							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	3,1	-10,4	-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	2,8	-7,4	-0,7	2,3	0,4
IV Trimestre	5,7	5,5	13,6	12,5	3,7	-10,8	1,9	5,3	3,2

Fuente: Departamento de Estudios CNC

4. Estadísticas del Comercio

Cifras del Comercio
Variación Ventas Comercio RM Diciembre 2016/2015: 6,8% Variación Ventas Comercio RM Enero – Diciembre 2016/2015: 2,7%
Trimestre Septiembre-Noviembre 2016
Empleo del Comercio, en miles de personas: 1.612,82 Participación Empleo Comercio / Total País: 19,7% Tasa Cesantía Comercio: 5,2% Tasa Desocupación País: 6,2%
Variación PIB Comercio Tercer Trimestre 2016/2015: 3,1% Variación PIB Total Tercer Trimestre 2016/2015: 1,6% Participación PIB Comercio / PIB Total: 9,8% Inversión Sector Comercio, Catastro Junio 2016: US\$ 2.523 millones (Proyectos en ejecución y en estudio)
Fuente: Banco Central, INE, Departamento de Estudios CNC