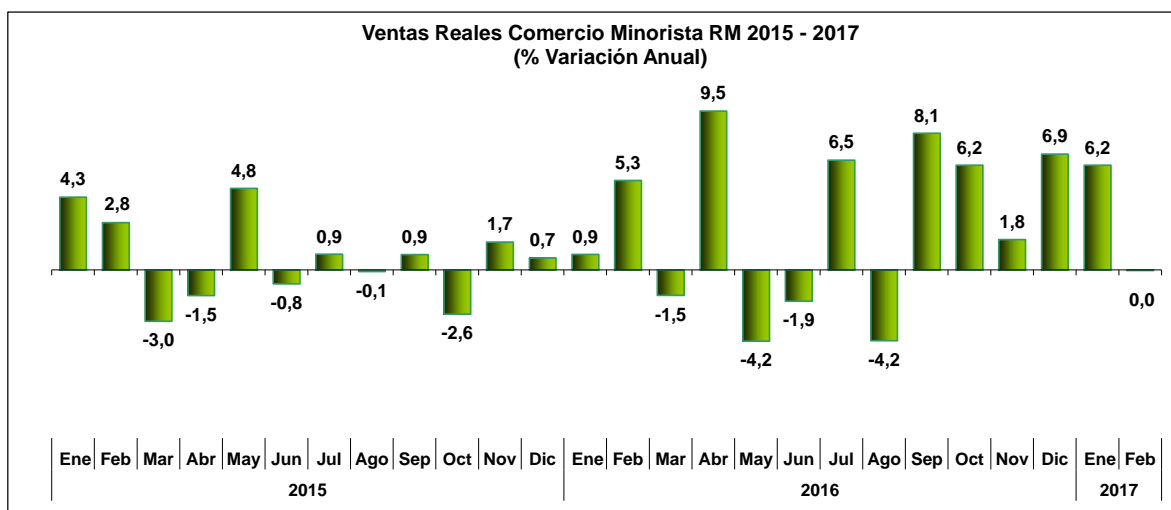


Ventas del Comercio Minorista Región Metropolitana Enero - Febrero 2017

1. Ventas del Comercio - Región Metropolitana

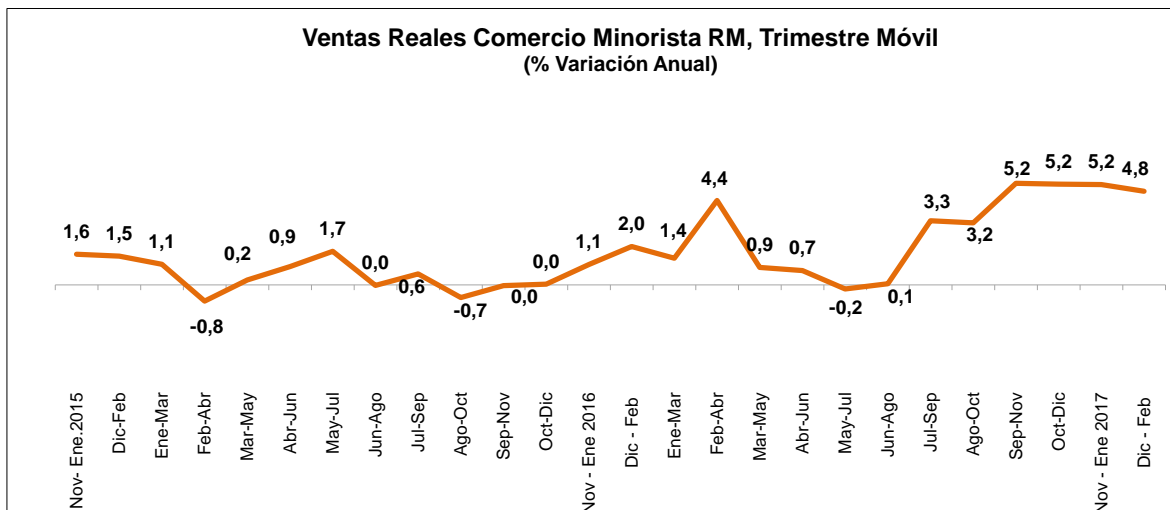
Las ventas minoristas de la Región Metropolitana, medidas en términos de locales equivalentes, crecieron 6,2% anual en enero, en línea con el alza de diciembre de 2016 (6,9%). Además, este resultado se vio influido por una baja base de comparación, ya que en enero de 2016 se experimentó un crecimiento en el margen de un 0,9%. Por su parte, febrero mostró un nulo crecimiento real (0,0%), influido por una mayor base de comparación (5,3% de alza en febrero de 2016), sumado a un día menos que en igual mes de 2016. De esta manera, febrero de 2017 marca el resultado más bajo después de agosto de 2016.

Durante el primer bimestre del año las ventas del comercio minorista de la Región Metropolitana promediaron un crecimiento anual de 3,1% real, resultado en línea con el alza de 3,0% registrado en el mismo período de 2016.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Al analizar los trimestres móviles se registra una tendencia más bien plana en los últimos cuatro períodos, pero positiva considerando el último año. El trimestre móvil diciembre-febrero marcó un alza de 4,8%; por sobre el 2,0% registrado en igual período de 2015.



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	3,8
Julio	-3,1				2,7
Agosto	0,0	-1,5			2,4
Septiembre	-6,6		-3,2		1,4
Octubre	0,3	-3,1			1,3
Noviembre	2,9				1,4
Diciembre	-0,9	0,6	0,5	-1,2	1,2
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

Mes	Variación Anual	Variación Bimestral	Variación Trimestral	Variación Semestral	Variación Acumulada
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	6,2				6,2
Febrero	0,0	3,1			3,1

Fuente: Departamento de Estudios CNC

2. Perspectivas

La actividad del comercio minorista en la RM, en términos de locales equivalentes, mostró durante enero de 2017 un resultado en línea con el mes de diciembre influenciado especialmente por las categorías de Vestuario, Calzado y Artefactos Eléctricos, categorías donde se vieron también bajas en los precios, e influido también por las compras de argentinos que ingresaron al país (entraron 45% más que en enero de 2016) y donde son precisamente estas categorías las preferidas por los trasandinos.

Pero los buenos resultados de enero se vieron revertidos en febrero marcando las ventas minoristas de la región un nulo crecimiento, influido en parte por un día menos en el mes y una mayor base de comparación, más un mes cargado por mayores incertidumbres tras los incendios, la huelga de la minera Escondida y un ambiente de mayor pesimismo.

La confianza de los consumidores (GFK Adimark) marca tras marcar una tendencia positiva desde agosto de 2016, muestra un quiebre en enero bajando a los 39,2 puntos y luego en febrero vuelve a caer alcanzando los 37,0 puntos, y donde precisamente las expectativas económicas del país a 12 meses fueron las que sufrieron el mayor retroceso. 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 continúa con una tasa de desempleo controlada pero a costa de un considerable aumento de los empleados por cuentas propias y una fuerte desaceleración de los asalariados. Los Ocupados aumentaron un 0,8% anual en el trimestre móvil noviembre-enero, con una caída en de los asalariados de 1,2% anual y un alza de 5,5% en los cuenta propia.

La masa salarial de los ocupados, estimada por el Departamento de Estudios de la CNC, marcó en enero un alza de 2,3% real, por debajo de 3,0% alcanzado en diciembre, y siendo el menor crecimiento desde julio de 2016. El crecimiento de la masa salarial marca una tendencia negativa desde octubre del año pasado, dada la desaceleración en el crecimiento de los ocupados. Por su parte, y más preocupante aún, es el comportamiento de la masa salarial estimada de los asalariados (que perciben un salario por su trabajo y representan el 69% de los ocupados), en el mes de enero tuvo una expansión estimada prácticamente nula de 0,3% anual en términos reales, por debajo del alza de 1,9% de noviembre, y marcando es resultado más bajo desde el comienzo de esta estimación en el año 2008.

El 2016 fue un tercer año de débil crecimiento para nuestra economía, el PIB aumentó solo un 1,6%, influido fuertemente por la caída en el sector minero, con un leve aumento del consumo de los hogares de 2,4% y donde fue nuevamente el gasto del gobierno el impulsor del consumo total. Para este 2017 se espera un crecimiento más bajo que lo estimado a fines de 2016, dado la huelga de La Escondida que afectará fuertemente el crecimiento del primer trimestre, esperando así un resultado por debajo del 2%.

Por su parte el Banco Central volvió a recortar la TPM en su reunión de marzo en 25 puntos base situándola en 3% y decidiendo no abandonar su sesgo expansivo, anticipando así nuevos recortes en el futuro.

Así entonces nos enfrentamos hoy a un escenario de menor crecimiento esperado, un debilitamiento en el mercado laboral, retrocesos en la inflación y un debilitamiento de las confianzas, factores que hacen prever que la tan esperada reactivación de la economía no llegará en el corto plazo.

3. Ventas del Comercio – Evolución Sectores

Enero – Febrero 2017

En los dos primeros meses del año el comportamiento fue bastante dispar, con un mayor dinamismo en Vestuario, Calzado y Artefactos Eléctricos durante enero para luego mostrar débiles resultados en febrero. Línea Hogar y Muebles tuvieron caídas anuales en ambos meses de 2017.

Las ventas de Calzado registraron incrementos anuales de 8,2% real en enero (en línea con el resultado de diciembre 2016) y 0,9% en febrero, promediando un alza de 4,1%, por debajo del incremento de 12,3% acumulado en igual período de 2016.

La actividad de Vestuario creció un 12,2% real en enero influida, en parte, por una baja base de comparación (-0,7% alza anual en enero 2016). Febrero experimentó un alza real anual de 6,0%. Con este resultado, se acumuló en los dos primeros meses del año, un crecimiento real de 9,4%, superando así el alza de 1,0% registrada en igual lapso de 2016.

En el rubro Vestuario destacó la Ropa de Mujer, que experimentó un alza de 19,8% real anual en enero y de 11,5% en febrero, promediando un incremento de 16,1% en el bimestre. Por su parte,

Vestuario Hombre evidenció un crecimiento de 10,4% en enero y de 4,6% real en febrero, acumulando así un alza de 7,9% en ambos meses. Por el contrario, Vestuario Infantil tuvo una caída anual de 1,4% real en enero y una baja de 0,9% en febrero, marcando una disminución acumulada de 1,1% en los dos primeros meses del año.

Las ventas de Artefactos Eléctricos marcaron resultados mixtos, creciendo un 12,8% real anual en enero, para luego evidenciar un alza de sólo 1,9% en febrero, influida en parte por una mayor base de comparación, y marcando el segundo mes del año el resultado más débil en esta categoría desde agosto de 2016. Con esto, el sector registró un alza promedio de 7,5% en el primer bimestre.

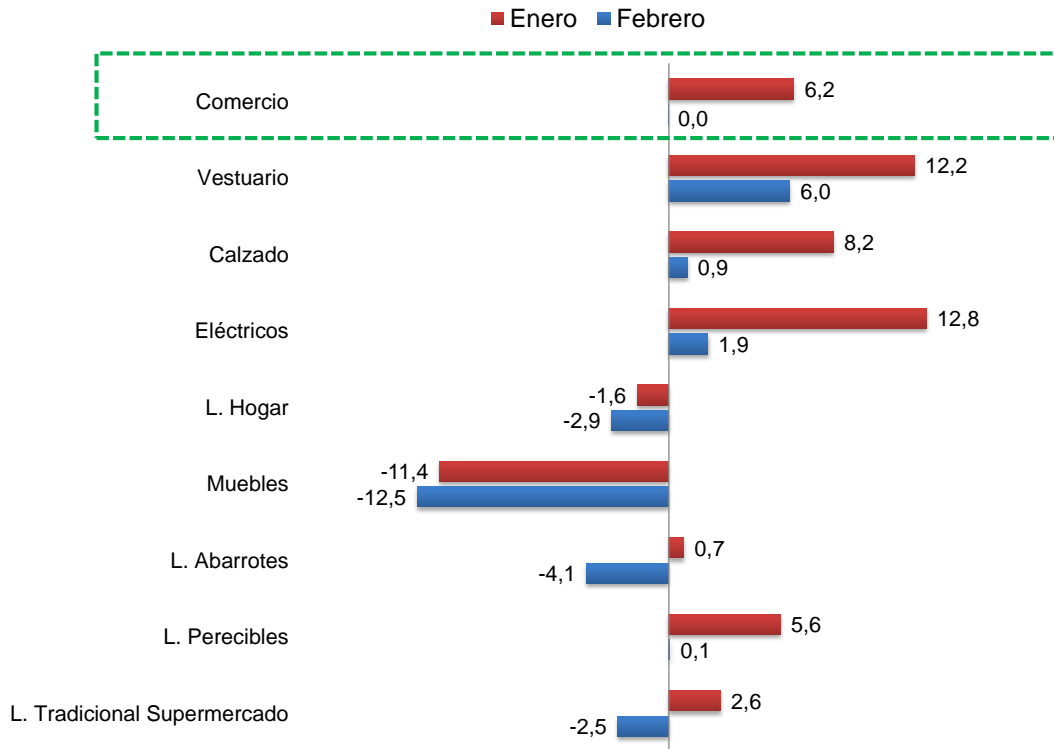
En enero, Electrodomésticos, Línea Blanca y Electrónica experimentaron positivos resultados con alzas reales anuales de 8,9%, 9,1%, y 18,6%, respectivamente. Sin embargo, en febrero sólo Electrónica mantuvo estos resultados positivos, creciendo un 11,9% real anual, mientras que Línea Blanca y Electrodomésticos marcaron bajas anuales de 6,9% y 3,7% real cada una. Así, durante el primer bimestre del año, Electrónica promedió un alza real de 15,2%, mientras que Línea Blanca y Electrodomésticos acumularon alzas reales más débiles de 1,4% y 3,0% respectivamente. Las tres subcategorías marcaron así resultados por debajo de lo registrado en igual período de 2016.

Las ventas de Línea Hogar, tras crecer un 12,5% real en diciembre de 2016, cayeron en enero un 1,6% y en febrero el retroceso fue de 2,9%, promediando una caída de 2,2% en el primer bimestre del año.

En tanto, en enero la actividad de Muebles se contrajo un 11,4% y en febrero un 12,5%, marcando 16 meses seguidos de caída en el canal presencial y disminuyendo en promedio 12% en los dos primeros meses de 2017.

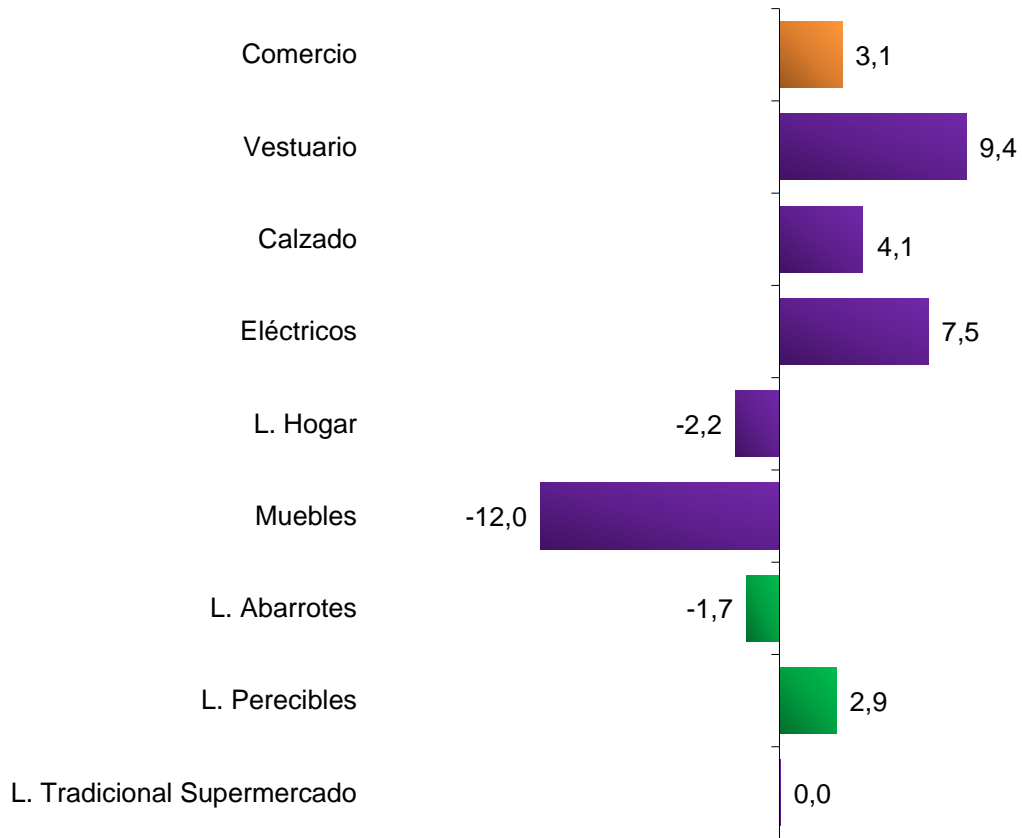
Por su parte, la actividad de Línea Tradicional de Supermercado, exhibió un alza real de 2,6% en enero y una baja de 2,5% anual en febrero, promediando así en estos dos primeros meses de 2017 un nulo incremento real. Dentro del sector, el componente Perecibles creció un 5,6% real anual en enero, mientras que en febrero registró un nulo aumento de 0,1% real, promediando un crecimiento de 2,9% en los dos primeros meses de 2017. En cambio, las ventas de Abarrotes alcanzaron un comportamiento casi nulo en enero, con un aumento de 0,7% real anual y una baja en febrero de 4,1% real anual. Así, el subsector cierra los dos primeros meses del año con una baja de 1,7% real.

**Ventas Reales del Comercio Minorista de RM por Subsectores
Enero y Febrero 2017/2016 (% Variación)**



Fuente: Departamento de Estudios CNC

**Ventas Reales del Comercio Minorista de RM por Subsectores
Primer Bimestre 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									
Enero-Febrero	3,1	9,4	4,1	7,5	-2,2	-12,0	-1,7	2,9	0,0

Fuente: Departamento de Estudios CNC

4. Estadísticas del Comercio

Cifras del Comercio
Variación Ventas Comercio RM Enero 2017/2016: 6,2% Variación Ventas Comercio RM Febrero 2017/2016: 0,0% Variación Ventas Comercio RM Enero – Febrero 2017/2016: 3,1%
Trimestre Noviembre-Enero 2017 Empleo del Comercio, en miles de personas: 1.621,11 Participación Empleo Comercio / Total País: 19,7% Tasa Desocupación Comercio: 5,4% Tasa Desocupación País: 6,2%
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