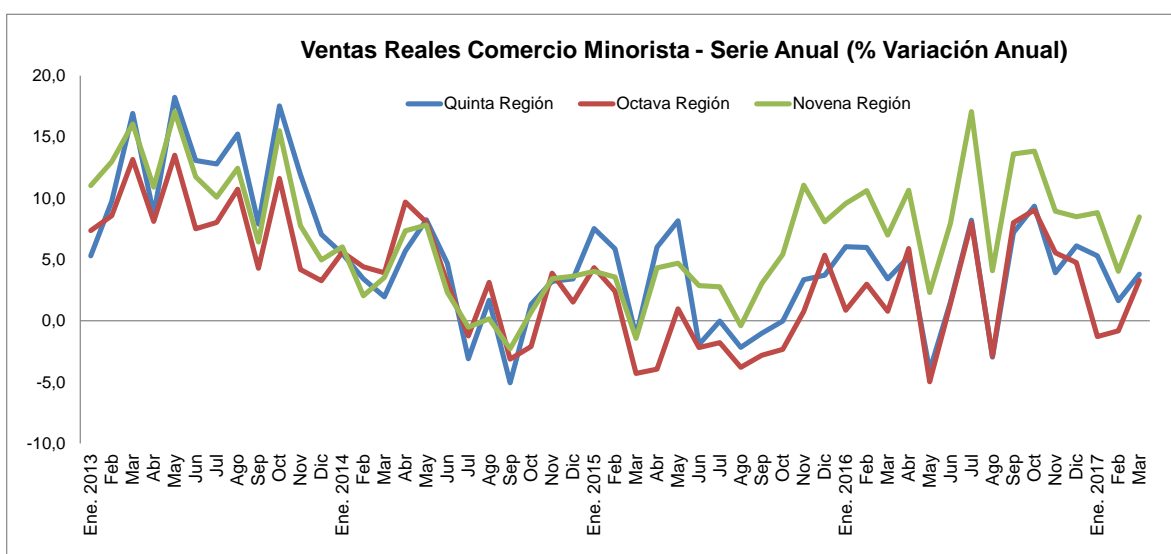


## Ventas del Comercio Minorista de Regiones Quinta, Octava y Novena Marzo 2017

### Resumen

Las ventas reales del comercio minorista, en términos de locales equivalentes, de las regiones de Valparaíso, Biobío y La Araucanía, según el índice que elabora mensualmente el Departamento de Estudios de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile (CNC), tras un desempeño relativamente más débil en febrero, mostraron una recuperación en marzo, influida en parte por la existencia de un día hábil más que en el mismo período de 2016.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

En la región de Valparaíso, las ventas reales del comercio minorista aumentaron un 3,8% anual en marzo, acumulando un incremento de 3,6% en el primer trimestre del año.

La actividad comercial minorista de la región del Biobío creció 3,3% real anual en marzo, promediando una leve alza de 0,5% real durante los tres primeros meses del año.

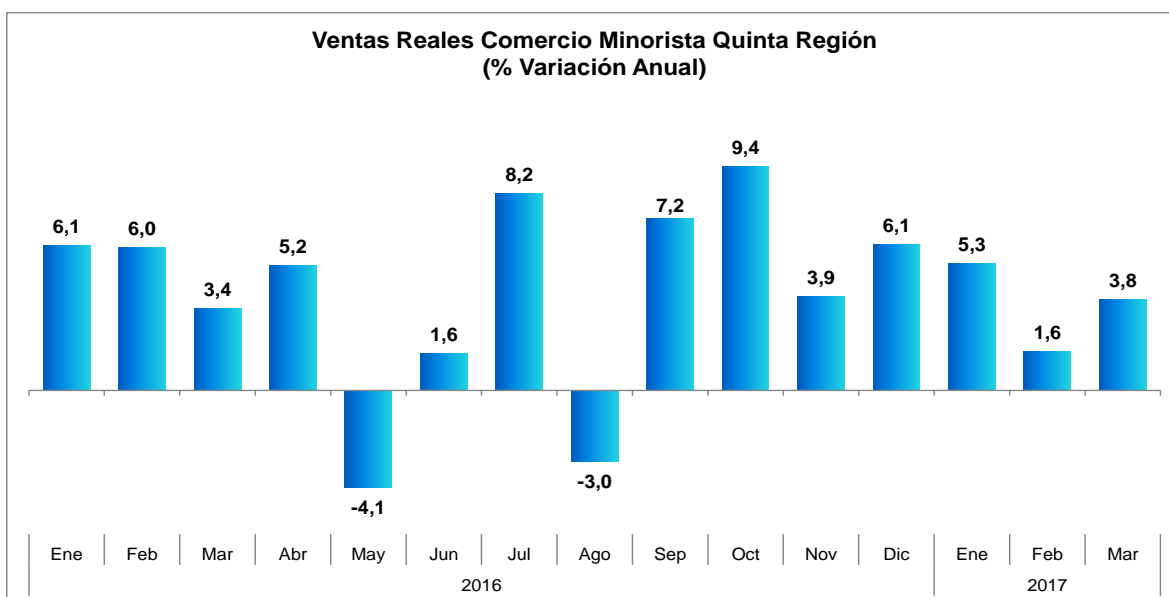
La región de la Araucanía, en tanto, sigue destacando por su mayor dinamismo, al aumentar las ventas reales del comercio minorista un 8,5% real anual en marzo, lo que determinó que cerrara el primer trimestre del año con un incremento promedio de 7,1%.

A nivel de los distintos rubros, en marzo destacaron los de tipo estacional como Calzado y Vestuario, notándose también un buen comportamiento, aunque con resultados proporcionalmente menores, en Línea Hogar y Artefactos Eléctricos.

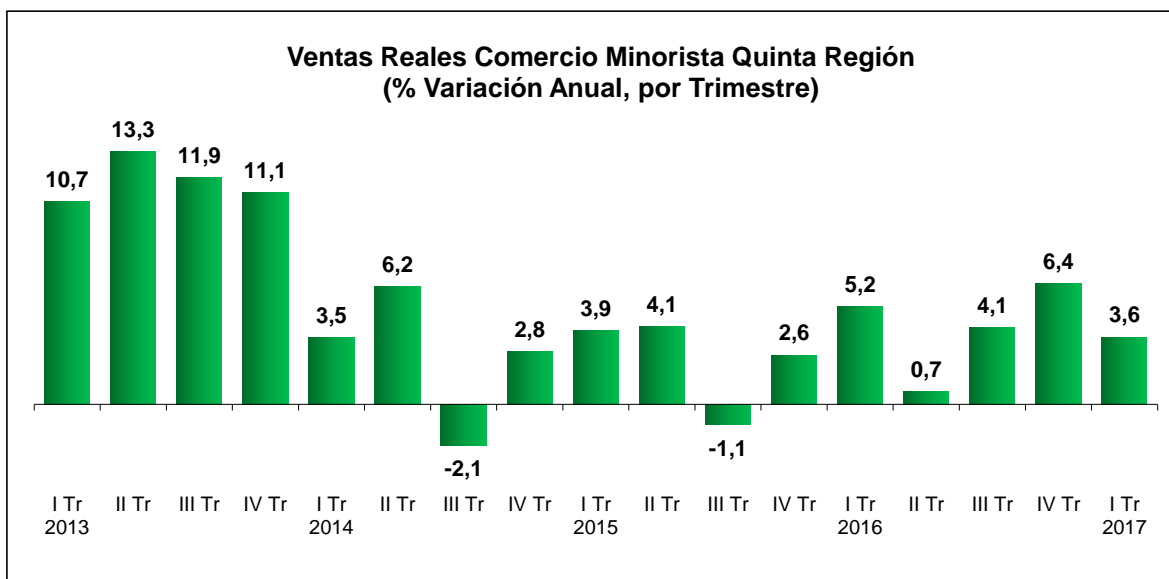
## V Región de Valparaíso

Las ventas reales del comercio minorista de la Región de Valparaíso, en términos de locales equivalentes, aumentaron un 3,8% real anual en marzo de 2017, exhibiendo un moderado repunte luego del alza de 1,6% anual registrada en febrero. Este resultado es algo menor que el observado en marzo de 2016, cuando alcanzó a un 3,4% anual.

Durante el primer trimestre del año, la actividad comercial minorista promedió un crecimiento de 3,6%, cifra inferior al 5,2% anotado en igual período de 2016. Por otra parte, implica un cambio en la trayectoria creciente apreciada en el segundo semestre del año pasado.

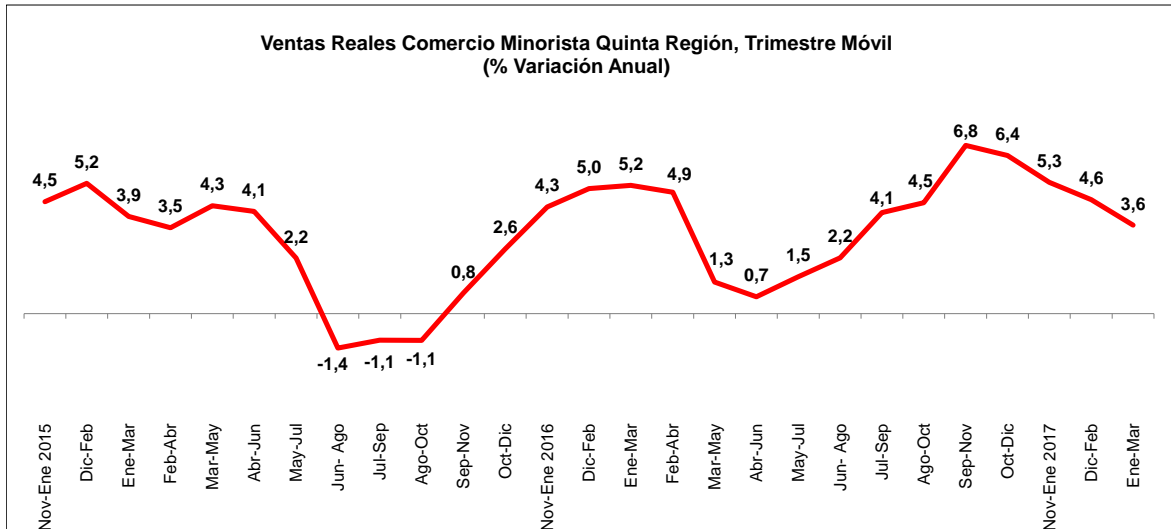


Fuente: Departamento de Estudios CNC



Fuente: Departamento de Estudios CNC

La evolución del desempeño a nivel de los trimestres móviles, confirma el debilitamiento de las ventas del comercio minorista de la región, por cuanto se aprecia que se mantiene la sostenida tendencia a la baja en la tasa de crecimiento, pasando de un alza de 6,8% en el período septiembre-noviembre de 2016 a un 3,6% en el primer trimestre del año.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

La mayoría de los rubros aceleró su desempeño en marzo, sobresaliendo Calzado y Vestuario. Sólo Línea Tradicional de Supermercado anotó un incremento muy menor y Muebles continuó contrayéndose, aunque en menor proporción que en los meses anteriores.

En marzo destacó Calzado, con una expansión de un 9,1% real anual, muy por sobre el 0,4% anual registrado en febrero. No obstante, se ubica por debajo del incremento de 11,5% anual logrado en marzo de 2016. En los tres primeros meses del año acumuló un crecimiento de 5,6%, inferior al promedio de 13,2% alcanzado en igual período de 2016.

Las ventas de Vestuario aumentaron un 8,2% real anual en marzo, cifra superior al 5% anual observado en febrero y también al 5,7% anual anotado en marzo de 2016. Así, en el primer trimestre del año promediaron un incremento de 6,2%, cifra similar al 6,3% acumulado en enero – marzo de 2016.

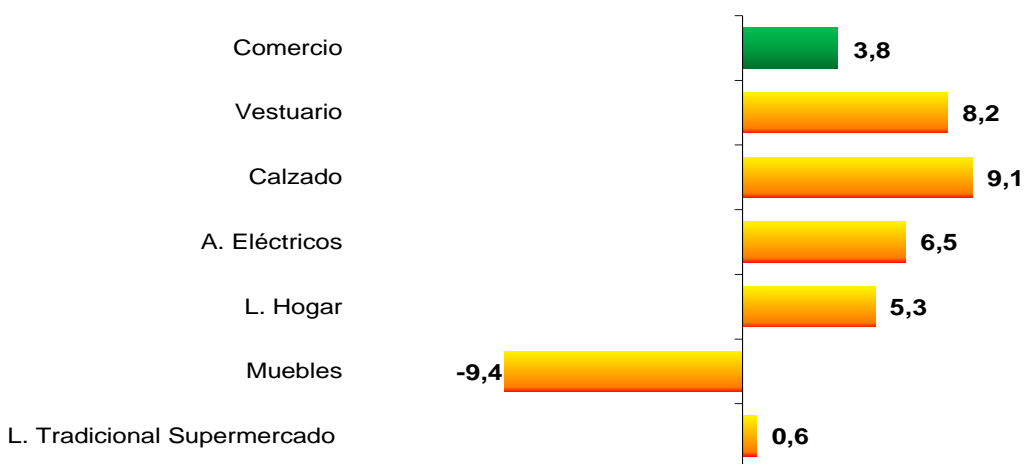
La actividad de Artefactos Eléctricos creció un 6,5% real anual en marzo, superando el 3,8% anual experimentado en febrero, siendo, sin embargo, inferior al 11,5% anual obtenido en marzo de 2016. En los tres primeros meses del año acumuló un alza real de 7,6%, bastante menor que la expansión promedio de 18,2% registrada en igual período de 2016, base de comparación que en parte incidió en el resultado.

Las ventas de Línea Hogar aumentaron 5,3% real anual en marzo, contrastando con la caída de un 0,6% anual exhibida en febrero, y muy por sobre el alza de sólo 1% lograda en marzo de 2016. El rubro promedió un aumento real de 4,4% en el primer trimestre del año, mayor que el 3,9% acumulado en enero – marzo de 2016.

Muebles sigue inserto en un panorama restrictivo, mostrando en marzo una caída real anual de un 9,4%, que es algo menor que la registrada en los meses anteriores, cuando se calcularon cifras negativas de dos dígitos. En el primer trimestre del año acumuló una reducción de 14,5%, contracción superior a la disminución promedio de 7,8% observada en igual período de 2016.

Las ventas de Línea Tradicional de Supermercados, en términos de locales equivalentes, crecieron sólo un 0,6% real anual en marzo, resultado inferior al de febrero (1%), aunque más favorable que la caída de 0,2% experimentada en marzo de 2016. En los tres primeros meses del año acumularon un aumento de 1,6%, algo mejor que el promedio de 0,4% obtenido en enero – marzo de 2016.

**Ventas Reales Comercio Minorista Quinta Región por Subsectores  
Marzo 2017/2016 (% Variación)**



Fuente: Departamento de Estudios CNC

**Ventas Reales Comercio Minorista Quinta Región por Subsectores  
Enero - Marzo 2017/2016 (% Variación)**

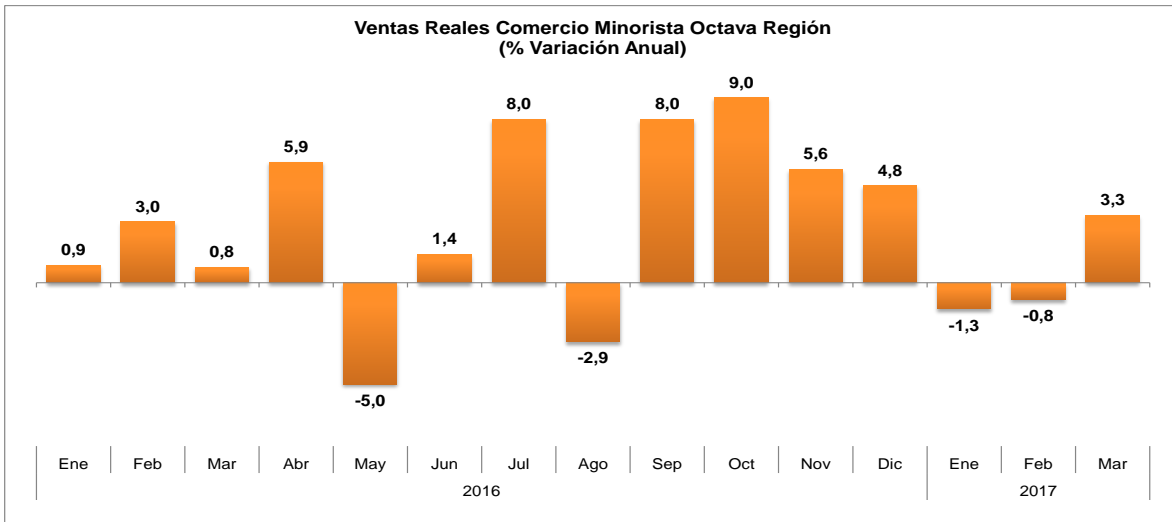


Fuente: Departamento de Estudios CNC

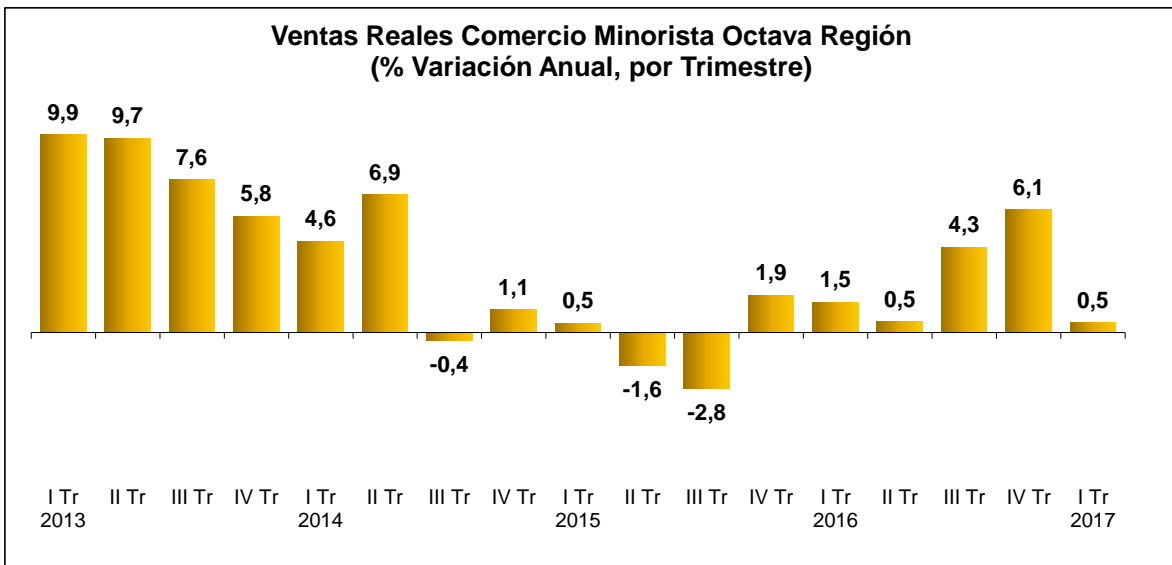
## VIII Región del Biobío

Las ventas reales del comercio minorista, en términos de locales equivalentes de la Región del Biobío, repuntaron en marzo, al crecer un 3,3% real anual, superando las caídas observadas en enero y febrero. En el resultado incidió la menor base de comparación, alza de sólo un 0,8% anual en marzo de 2016.

La recuperación de marzo permitió que en el primer trimestre del año la actividad comercial minorista de la región acumulara una variación positiva de 0,5% real, aumento inferior al promedio de 1,5% anotado en igual período de 2016.

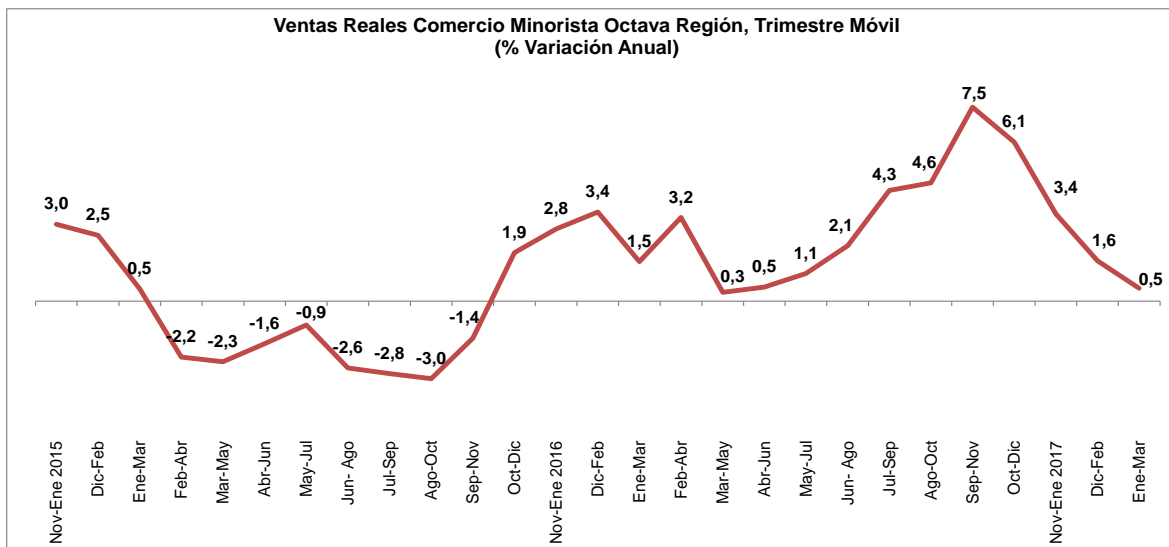


Fuente: Departamento de Estudios CNC



Fuente: Departamento de Estudios CNC

El bajo incremento del primer trimestre, comparado con los crecimientos promedio del tercer (4,3%) y cuarto (6,1%) trimestre de 2016, muestra la brusca desaceleración experimentada por el comercio minorista regional. Este panorama también se visualiza a nivel de los trimestres móviles, donde se constata la pronunciada tendencia a la baja a partir del período noviembre 2016-enero 2017, con un aumento de 3,4%, esto es 2,7 puntos porcentuales inferior a la del trimestre anterior (6,1%), hasta llegar a uno de 0,5% en la última medición.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

En distinta proporción, la aceleración observada en marzo fue bastante general a nivel de rubros, destacando Calzado y Vestuario. Incluso en los que mostraron variaciones negativas se notó una mejoría, con menores contracciones.

Calzado creció un 16,3% real anual en marzo, muy por sobre el 3,4% anual registrado en febrero, siendo más del doble que el incremento anual de 7,6% calculado en marzo de 2016. En el primer trimestre del año acumuló un alza de 8,4%, en línea con el incremento promedio de 8,8% obtenido en igual período de 2016.

Por su parte, las ventas de Vestuario también aceleraron su ritmo en marzo, al aumentar un 10,4% real anual, cifra por sobre el 6% anual de febrero y que contrasta con la caída de 1,4% anual anotada en marzo de 2016. En los tres primeros meses del año promediaron un crecimiento de 4,8%, superando la contracción de 2,2% acumulada en enero – marzo de 2016.

La actividad de Artefactos Eléctricos mostró un incremento real anual de 4,4% en marzo, variación algo mayor que el 3,5% anual de febrero, aunque muy inferior al 10,9% logrado en marzo de 2016. Así, en el primer trimestre del año promedió un crecimiento de 3,8%, por debajo del 10,3% acumulado en igual período de 2016.

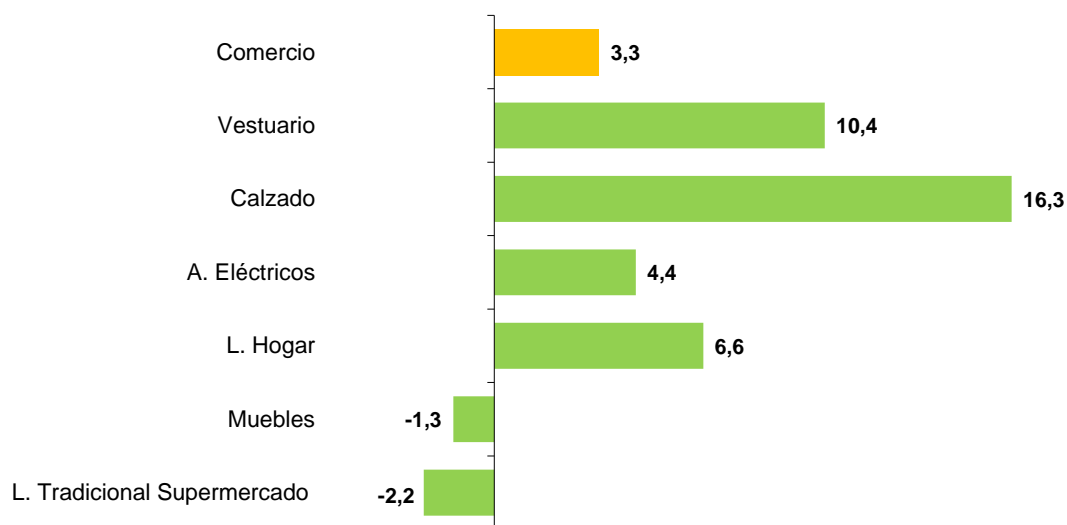
Tras las caídas registradas en enero y febrero, las ventas de Línea Hogar se expandieron un 6,6% real anual en marzo, cifra inferior al 12,8% anotado en marzo de 2016. Pese al repunte de marzo, en los tres primeros meses del año acumularon una caída de 2,7%, contrastando con la expansión

promedio de 15,5% calculada en el primer trimestre de 2016, base de comparación que en parte incidió en el resultado.

La actividad de Muebles mostró en marzo una menor contracción, al disminuir en 1,3% real anual, habiendo registrado caídas reales anuales de 2,2% en febrero y 12,1% en enero. Ello implicó que en enero – marzo acumulara una variación negativa de 5,1%, que se compara con un crecimiento promedio de 7,8% en los tres primeros meses de 2016.

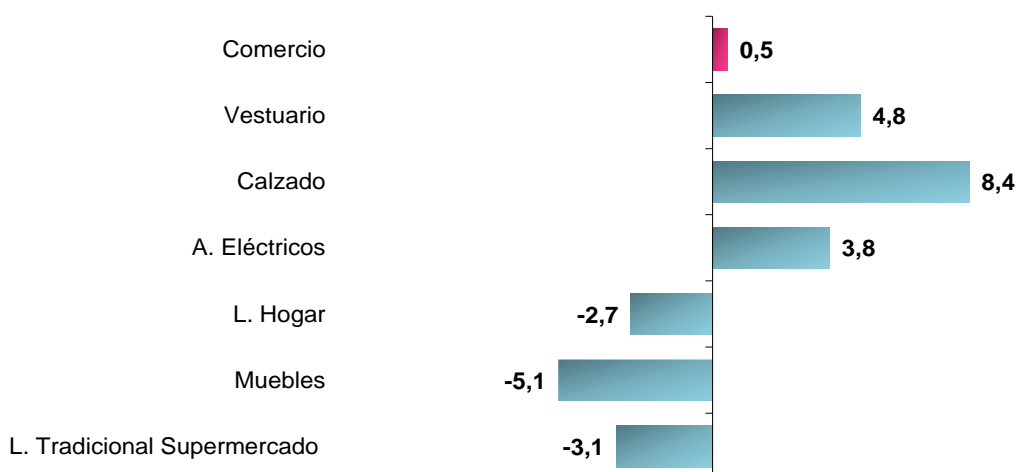
En tanto, las ventas de Línea Tradicional de Supermercados, medidas en términos de locales equivalentes, cayeron un 2,2% real anual en marzo, contracción menor que la experimentada en febrero (-5,3%) y en marzo de 2016 (-3,1%). En el primer trimestre del año promediaron una disminución de 3,1%, superior a la caída promedio de 2,1% observada en igual período de 2016.

**Ventas Reales Comercio Minorista Octava Región por Subsectores  
Marzo 2017/2016 (% Variación)**



Fuente: Departamento de Estudios CNC

**Ventas Reales Comercio Minorista Octava Región por Subsectores  
Enero - Marzo 2017/2016 (% Variación)**

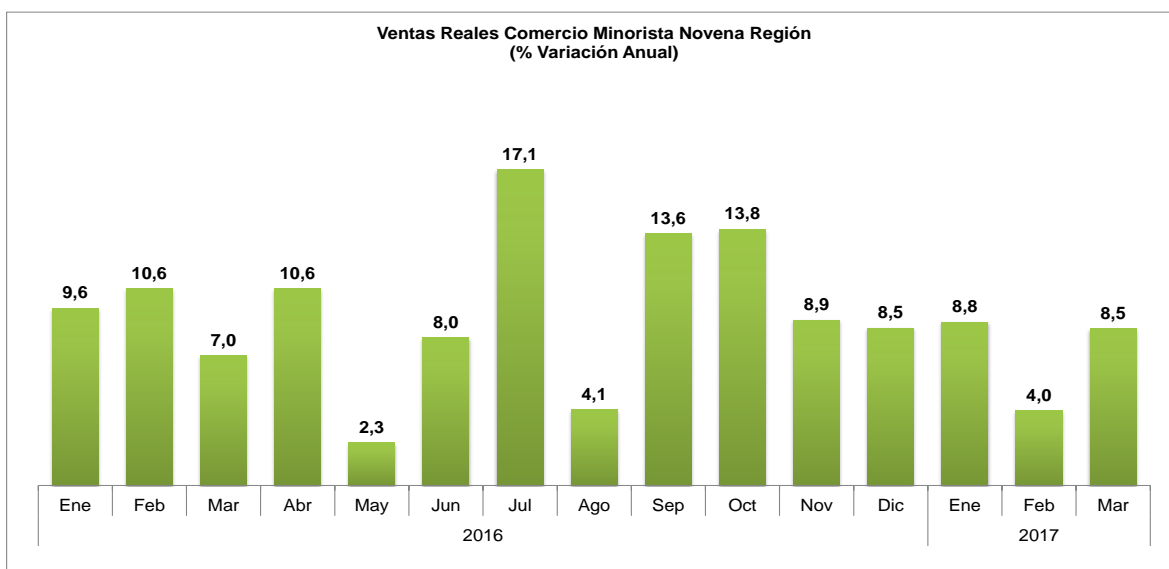


Fuente: Departamento de Estudios CNC

**IX Región de La Araucanía**

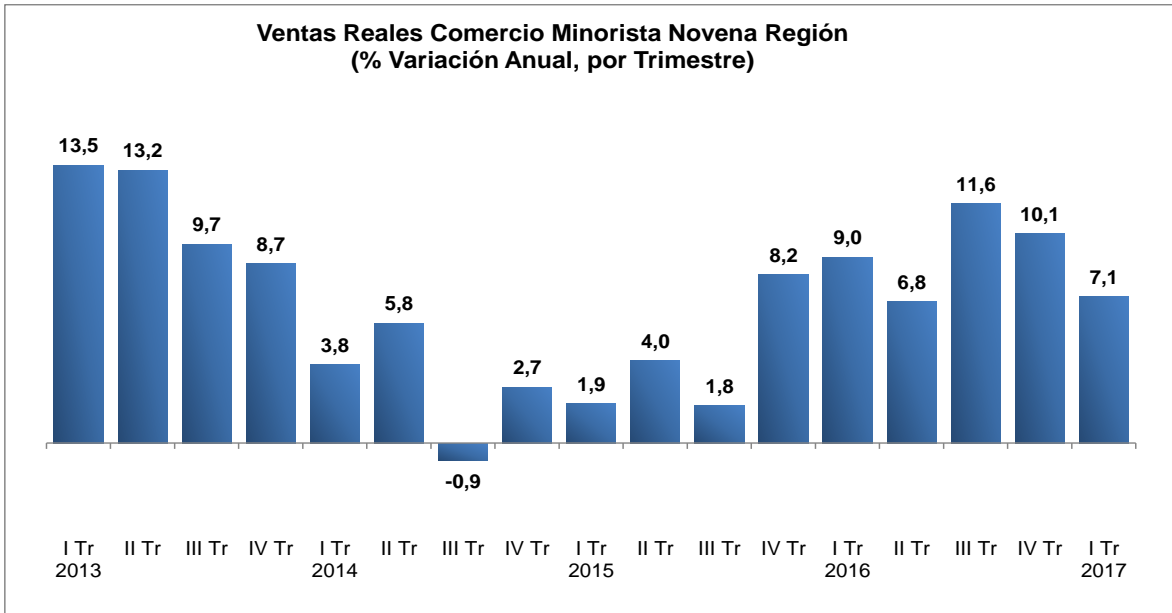
Las ventas reales del comercio minorista de la Región de La Araucanía, medidas en término de locales equivalentes, tras el moderado desempeño de febrero (4%), aceleraron su ritmo en marzo, al crecer un 8,5% real anual, cifra superior al aumento de 7% anual observado en marzo de 2016.

En el primer trimestre del año la actividad comercial minorista de la región acumuló un incremento real de 7,1%, resultado relevante pero inferior al promedio de 9% registrado en igual período de 2016. En todo caso, entre las tres regiones consideradas en el análisis, La Araucanía sigue liderando el nivel de crecimiento del comercio minorista.



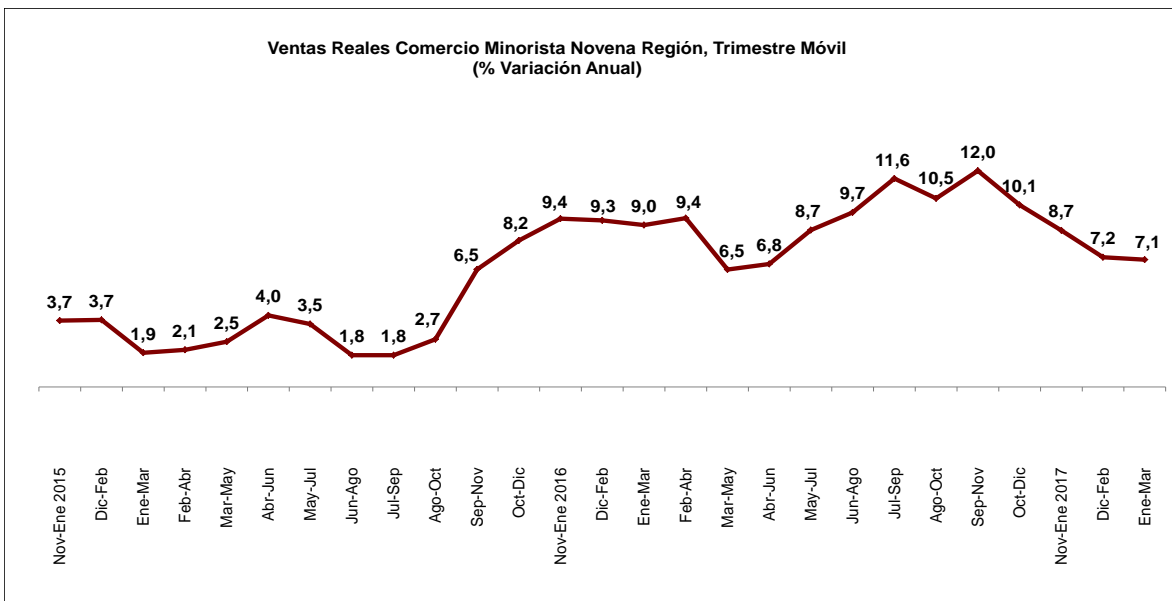
Fuente: Departamento de Estudios CNC





Fuente: Departamento de Estudios CNC

Al analizar el comportamiento de las ventas minoristas en función de los trimestres móviles se aprecia que la trayectoria descendente iniciada en el cuarto trimestre de 2016 tendió a estabilizarse en el período enero – marzo de este año, al ubicarse el aumento en 7,1%, habiendo disminuido de 12% en septiembre – noviembre de 2016 a 7,2% en el trimestre móvil diciembre 2016-febrero 2017.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Con excepción de Línea Tradicional de Supermercado, que mostró un debilitamiento en su actividad, el resto de los rubros aceleraron su crecimiento en marzo, destacando Calzado, Vestuario, Línea Hogar y Artefactos Eléctricos.

Las ventas de Calzado, tras el alicaído desempeño de febrero (2,3%), se expandieron un 23,8% real anual en marzo, superando el alza anual de 9,5% obtenida en marzo de 2016. En el primer trimestre del año acumularon un crecimiento real de 11,5%, cifra inferior al promedio de 15,5% registrado en igual período de 2016.

Por su parte, Vestuario aumentó un 13,1% real anual en marzo, variación muy superior al incremento anual de 3,6% anotado en febrero, y más que duplicando el alza de 6,2% calculada en marzo de 2016. En los tres primeros meses del año promedió un crecimiento real de 7,7%, superando el resultado de 7,2% acumulado en enero – marzo 2016.

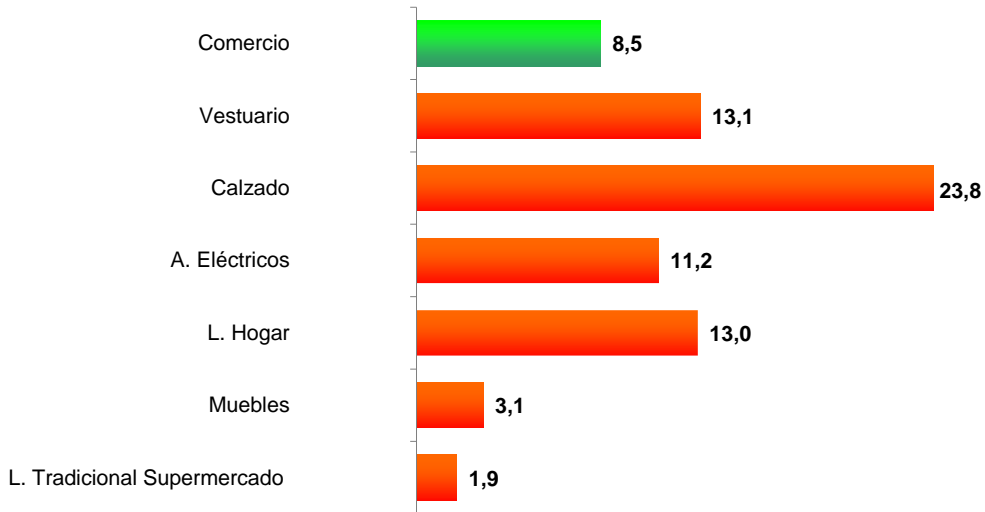
En tanto, las ventas de Línea Hogar registraron un incremento real anual de 13% en marzo, que consolida una tendencia alcista en lo que va del año, consistente con bases de comparación que se movieron en sentido inverso. En el primer trimestre de 2017 acumularon un crecimiento real de 8,4%, inferior al promedio de 16% calculado en igual período del año pasado.

La actividad de Artefactos Eléctricos alcanzó en marzo un aumento real anual de 11,2%, superando el alza anual de 7,8% observada en febrero, pero ubicándose por debajo del incremento anual de 14,7% logrado en marzo de 2016. En los tres primeros meses del año promedió un crecimiento de 13,3%, expansión que si bien es destacable, es inferior al aumento de 22,8% acumulado en el período enero – marzo de 2016, base de comparación que en parte incidió en el resultado.

Las ventas de Muebles se incrementaron un 3,1% real anual en marzo, resultado más favorable que el registrado en febrero (1,7%) y la caída anotada en enero (-0,9%), que en parte se explica por la negativa base de comparación de marzo de 2016 (-5,9%). En el primer trimestre del año acumularon un alza de 1,4%, cifra inferior al promedio de 2,1% calculado en igual período de 2016.

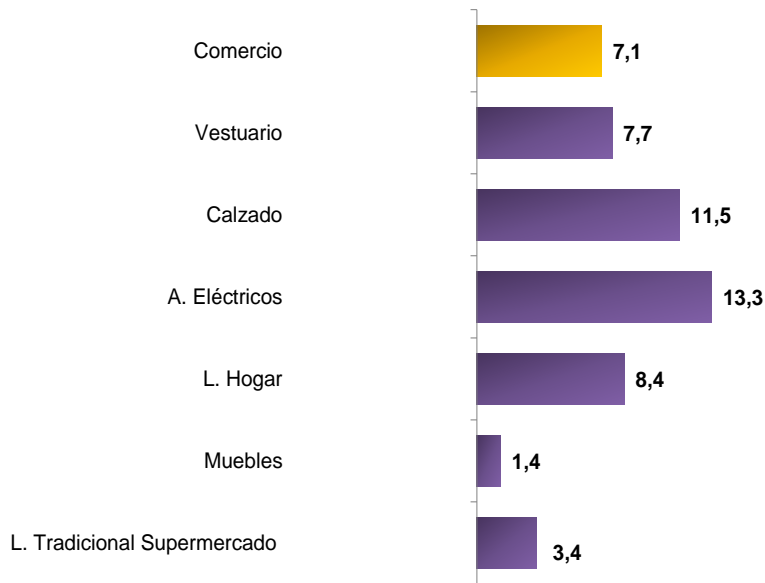
La Línea Tradicional de Supermercado creció sólo 1,9% real anual en marzo, lo que implicó un debilitamiento respecto de lo observado en febrero (2,6%) y enero (5,9%), panorama acorde con las bases de comparación que fueron de menos a más. Así, en los tres primeros meses del año promedió un aumento real de 3,4%, resultado similar al 3,3% acumulado en enero – marzo de 2016.

**Ventas Reales Comercio Minorista Novena Región por Subsectores  
Marzo 2017/2016 (% Variación)**



Fuente: Departamento de Estudios CNC

**Ventas Reales Comercio Minorista Novena Región por Subsectores  
Enero - Marzo 2017/2016 (% Variación)**



Fuente: Departamento de Estudios CNC

## Perspectivas

De acuerdo con el índice que elabora el Departamento de Estudios de la CNC, las ventas minoristas de las regiones en estudio, en términos de locales equivalentes, aceleraron su ritmo en marzo, en parte influido por la existencia de un día hábil más que en el mismo período de 2016. Entre los rubros destacaron los de tipo estacional, como Calzado y Vestuario, apreciándose también buenos desempeños en Línea Hogar y Artefactos Eléctricos.

En el mes de marzo se observó un mejoramiento en la masa salarial. Según la estimación del Departamento de Estudios de la CNC, considerando el total de ocupados registró un alza de 2,9% real, cifra 0,8 puntos porcentuales por sobre la observada en febrero, que se explica por el mayor aumento de los ocupados, que alcanzó a 1,4% anual en el trimestre enero-marzo, duplicando el incremento de 0,7% anual anotado en el período anterior. Si bien el resultado de marzo quiebra la constante desaceleración mostrada por el crecimiento de la masa salarial desde noviembre del año pasado, puede ser un hecho puntual y no marcar necesariamente un cambio de tendencia, considerando las expectativas de un débil desempeño de la actividad económica en 2017 y sus impactos en el mercado laboral.

Otro antecedente favorable es el leve repunte en la confianza de los consumidores (GFK Adimark), aunque acumula 35 meses en la zona de pesimismo (bajo los 50 puntos). En marzo aumentó ligeramente a 37,3 puntos, 3 décimas más que en febrero. A su vez, en abril subió 2,8 puntos, alcanzando a 40,1 puntos, siendo el mejor registro en lo que va del año, igualando el resultado observado en diciembre de 2016.

En tanto, durante el primer trimestre del año la actividad económica global, medida por el Imacec, mostró un comportamiento plano, aumentando sólo un 0,2% respecto del mismo período de 2016. Las perspectivas apuntan a que el crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) 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.

En este escenario de desaceleración económica, las expectativas del mercado señalan que el Banco Central mantendrá el sesgo expansivo de la política monetaria con un nuevo recorte de la TPM en el futuro próximo, situándola en 2,5%, lo que correspondería a la cuarta rebaja del año.

Si bien la confianza de los consumidores se ha recuperado levemente en los dos últimos meses, sigue dominando el pesimismo. A ello se suma la paralización de los proyectos de inversión a la espera de un ambiente con políticas y reglas conocidas y estables. Por tanto, los esfuerzos para lo que resta de 2017 deben centrarse en recuperar las confianzas de consumidores y empresarios, de manera de impulsar el consumo y principalmente la inversión, variable clave para el crecimiento futuro de la economía nacional.