

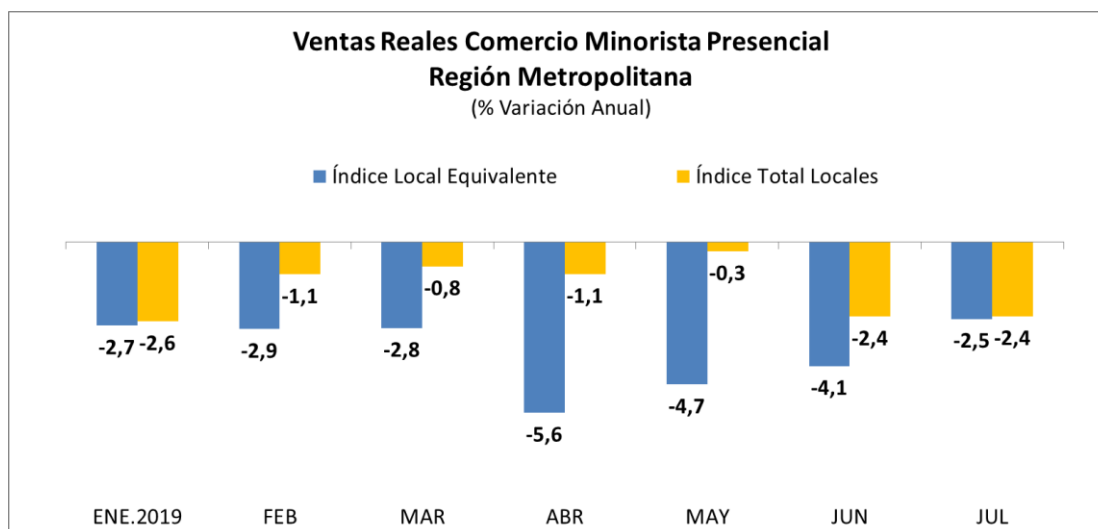
Ventas del Comercio Minorista Región Metropolitana Julio 2019

Ventas del Comercio - Región Metropolitana

Las ventas minoristas de la Región Metropolitana, medidas en términos de locales equivalentes (same sale store), marcaron en el mes de julio una baja real anual de 2,5%, evidenciando, pese al resultado negativo, una tendencia creciente en los últimos cuatro meses.

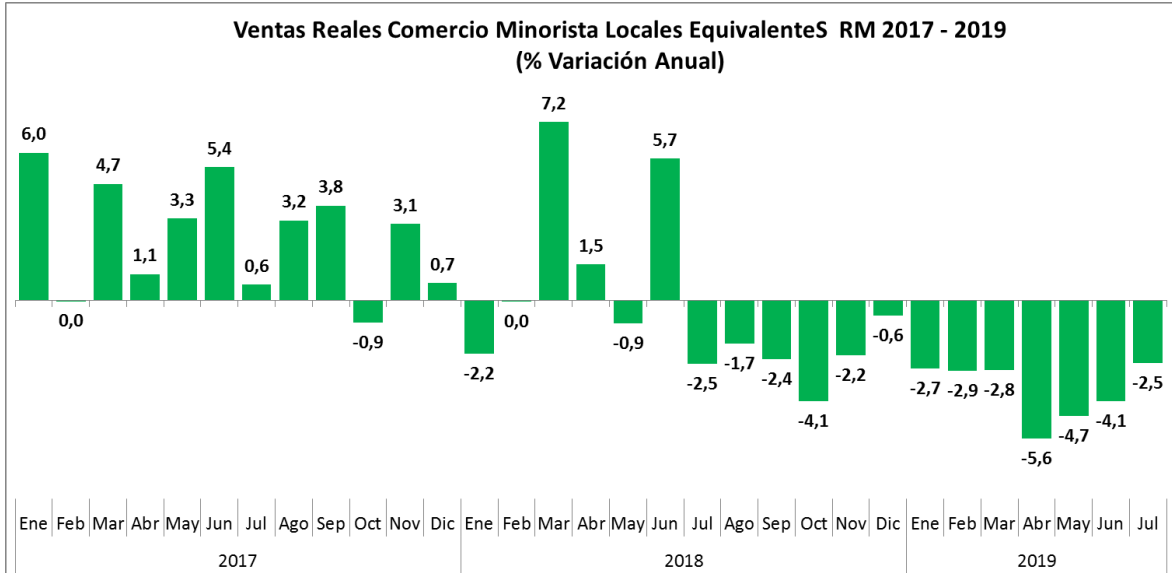
En términos de ventas total locales¹ presenciales el indicador da cuenta de una caída de 2,4% real anual, en línea con el resultado de junio.

Dado estos resultados, las ventas presenciales cierran entre enero y julio de este año con una baja de 3,7% en términos de locales equivalentes, y una caída de 1,5% en cuanto a ventas total locales del sector.

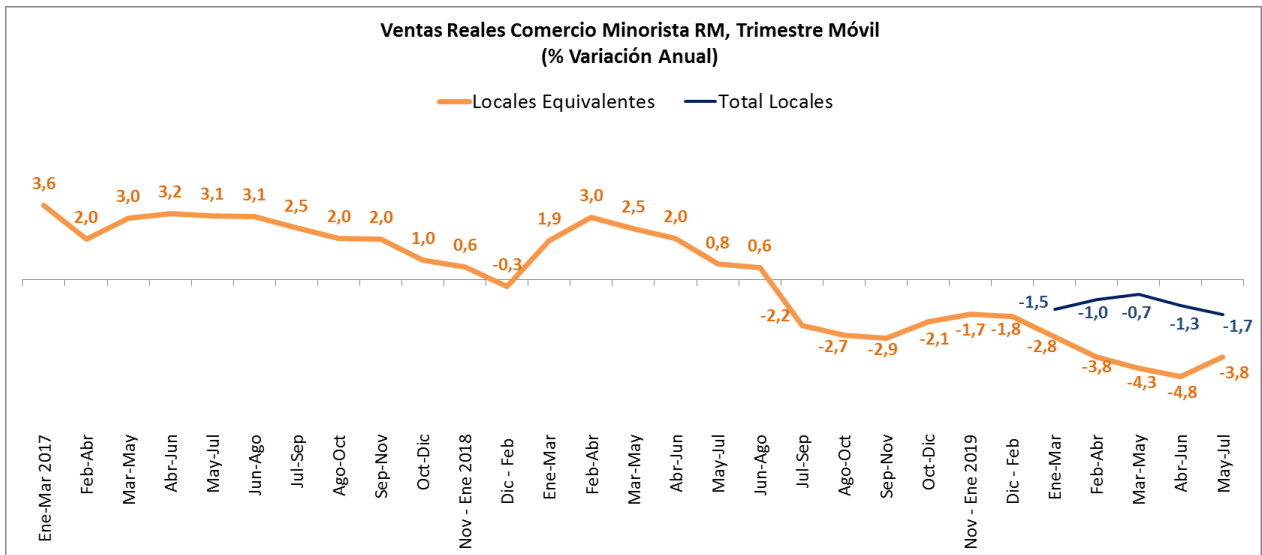


Fuente: Departamento de Estudios CNC

¹ El resultado de las ventas totales comenzó a incorporarse al indicador a partir de este año, de esta manera el indicador continúa mostrando el comportamiento de las ventas presenciales en términos de locales equivalentes (concepto same sale store) que se viene midiendo desde 1990. Una variable (ventas total locales) muestra el dinamismo del comercio y sus sectores, y el otro muestra el comportamiento (crecimiento o decrecimiento) de la venta por local (ventas locales equivalentes).



Fuente: Departamento de Estudios CNC



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Perspectivas

La actividad del comercio minorista presencial en la RM, en términos de locales equivalentes, mostró durante el mes de julio un negativo resultado, pese a enfrentar una baja base de comparación y registrar dos días hábiles más que en julio de 2018. Destaca eso sí, dentro del negativo resultado, una tendencia creciente en los últimos períodos de los resultados en términos de locales equivalentes, lo que puede estar indicando cierta recuperación en el sector pero que aún no logra transformarse en crecimiento positivos. Dado el peso del canal físico (94%) sobre el total de ventas minoristas, se estima que las ventas del retail, de las categorías analizadas, alcanzaron un resultado prácticamente nulo en el mes de julio.

En los resultados de julio también influyó la baja en la Línea Tradicional de Supermercados categoría, con un peso significativo en el indicador.

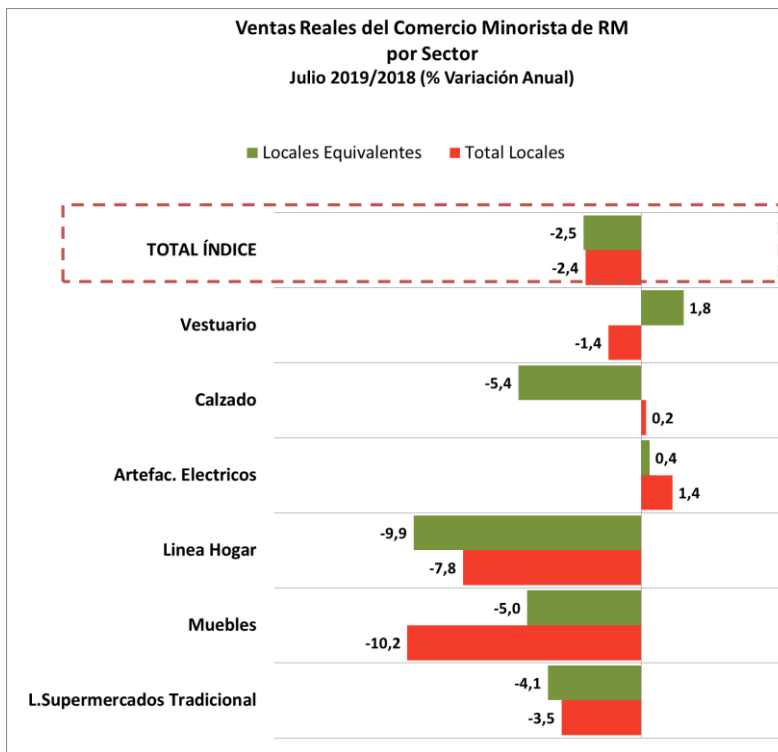
Las ventas del comercio minorista se relacionan fuertemente con el comportamiento de la masa salarial, la cual, estimada por el Departamento de Estudios de la CNC en base a los datos del INE, registró un alza de 3,1% real en junio de 2019, desacelerándose respecto a mayo, y reafirmando el quiebre en la tendencia positiva que se registró en el quinto mes del año. Por su parte, la masa salarial estimada de los asalariados (que perciben un salario por su trabajo y representan alrededor del 70% de los ocupados), creció un 2,4% anual en junio de 2019, desacelerándose más fuertemente respecto a mayo (3,6%) dado el crecimiento prácticamente nulo de los asalariados en el último trimestre móvil.

La desaceleración de la masa salarial no es una buena noticia para el consumo de los hogares, ya que esta se relaciona con el poder adquisitivo de las personas, y al perder su impulso repercute en sus gastos. A esto se suma la baja en las confianzas de los consumidores (GFK Adimark) que completó un año en terreno pesimista y que, pese a registrar una leve alza en julio, aún se mantiene en “zona crítica”.

El PIB del segundo trimestre marcó un alza anual de 1,9%, levemente sobre el alza del primer trimestre 1,6%, cerrando así la primera mitad del año con un crecimiento de 1,75%. En cuanto al PIB Comercio (mayorista y minorista) marcó un alza de 1,5% durante el segundo trimestre, desacelerándose frente al primero (2,4%) y marcando el menor crecimiento desde el primer trimestre de 2017. El consumo de los hogares también se desacelera con un alza de 2,3%, la menor desde el tercer trimestre de 2016, donde los bienes durables se desaceleran fuertemente y caen un 3,2% (en parte por enfrentar una alta base de comparación) y los no durables también se desaceleran y crecen un débil 1,4%. Es por tanto el sector servicios, con un alza de 4% el que está llevando el carro del consumo de los hogares, aunque igualmente se desacelera respecto al período anterior.

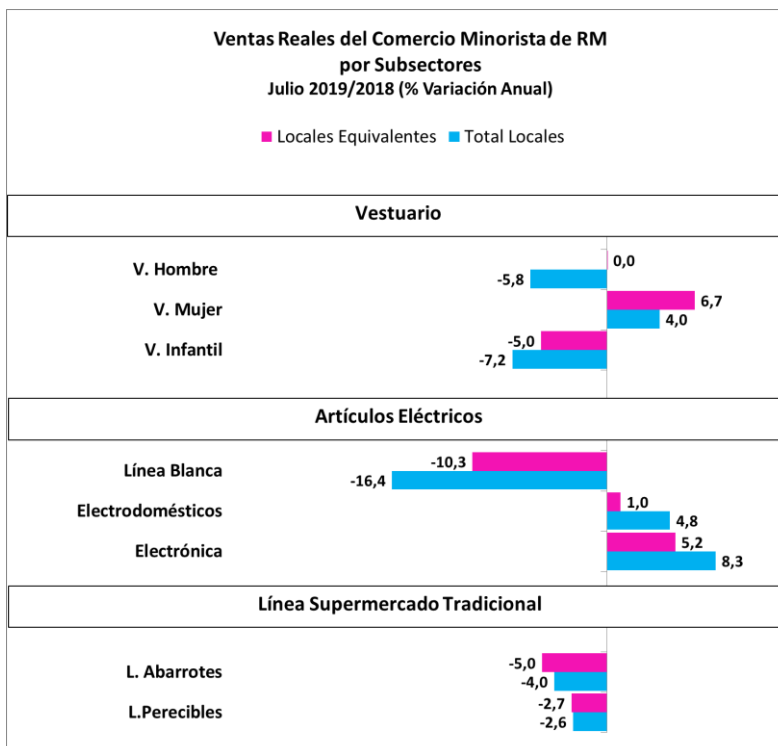
Los resultados ratifican el débil desempeño que ha tenido la economía esta primera mitad del año, donde se ha crecido muy por debajo de lo que se estimaba en diciembre, y donde hemos estado marcados por una incertidumbre internacional que ha afectado nuestras exportaciones y por ende nuestro crecimiento dado nuestra fuerte dependencia al comercio exterior. A esto se suma un ambiente interno difícil donde las confianzas de consumidores y empresarios se encuentran alicaídas, sumado a un mercado laboral que no logra repuntar.

Ventas del Comercio Julio 2019 – Evolución Sectores



De los distintos sectores analizados en sus ventas presenciales se desacelera Línea Hogar, con una fuerte baja anual de 9,9% en términos de locales equivalentes y una caída de 7,8% en ventas total locales, y la Línea Tradicional de Supermercados que marca una baja de 4,1% en locales equivalentes y una disminución real anual de 3,5% en total locales.

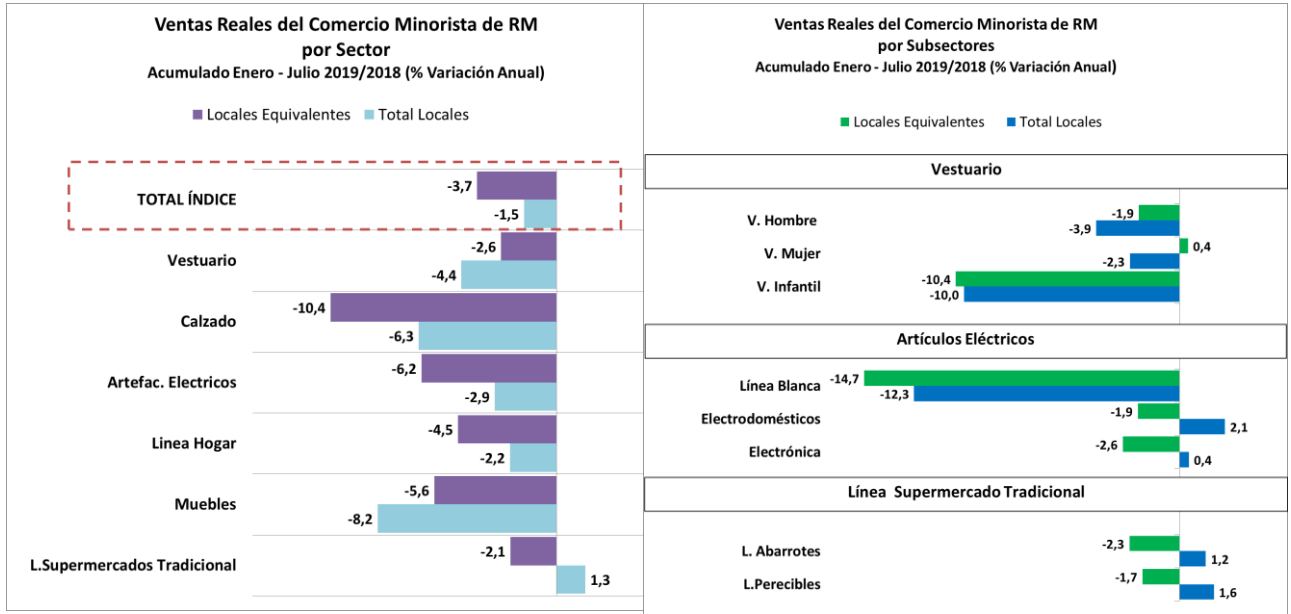
El resto de las categorías marcan mejores resultados que en junio destacando dentro de Vestuario la Línea Femenina, mientras que Hombre e Infantil caen. Por su parte, dentro de Artefactos Eléctricos destaca el alza en las subcategoría de Electrónica y Electrodomésticos, pero Línea Blanca, al igual que en junio, da cuenta de una fuerte baja.



En lo que va del año, todas las categorías marcan bajas en términos de locales equivalentes, y en término de total locales, sólo las Línea Tradicional de Supermercados destaca con un desempeño positivo, mientras que las demás categorías caen en sus ventas presenciales entre enero y julio de 2019 al comparar con igual período de 2018.

Fuente: Departamento de Estudios CNC

Ventas del Comercio Acumuladas Enero Julio 2019 – Evolución Sectores



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Variaciones Ventas del Comercio Minorista RM (%)

| | Índice Local Equivalente | | | | Índice Total Locales | | | |
|------------------|--------------------------|----------------------|---------------------|---------------------|----------------------|----------------------|---------------------|---------------------|
| | Variación Anual | Variación Trimestral | Variación Semestral | Variación Acumulada | Variación Anual | Variación Trimestral | Variación Semestral | Variación Acumulada |
| <i>Prom.2018</i> | - | | | -0,1 | - | - | - | - |
| ENE.2018 | -2,2 | | | -2,2 | - | - | - | - |
| FEB | 0,0 | | | -1,1 | - | - | - | - |
| MAR | 7,2 | 1,9 | | 1,9 | - | - | - | - |
| ABR | 1,5 | | | 1,8 | - | - | - | - |
| MAY | -0,9 | | | 1,2 | - | - | - | - |
| JUN | 5,7 | 2,0 | 2,0 | 2,0 | - | - | - | - |
| JUL | -2,5 | | | 1,3 | - | - | - | - |
| AGO | -1,7 | | | 1,0 | - | - | - | - |
| SEP | -2,4 | -2,2 | | 0,6 | - | - | - | - |
| OCT | -4,1 | | | 0,1 | - | - | - | - |
| NOV | -2,2 | | | -0,1 | - | - | - | - |
| DIC | -0,6 | -2,1 | -2,1 | -0,1 | - | - | - | - |
| ENE.2019 | -2,7 | | | -2,7 | -2,6 | | | -2,6 |
| FEB | -2,9 | | | -2,8 | -1,1 | | | -1,9 |
| MAR | -3,2 | -2,8 | | -3,0 | -0,8 | -1,5 | | -1,5 |
| ABR | -5,6 | | | -3,6 | -1,1 | | | -1,3 |
| MAY | -4,7 | | | -3,8 | -0,3 | | | -1,1 |
| JUN | -4,1 | -4,8 | -3,8 | -3,8 | -2,4 | -1,3 | -1,4 | -1,4 |
| JUL | -2,5 | | | -3,7 | -2,4 | | | -1,5 |

Fuente: Departamento de Estudios CNC