

## Ventas del Comercio Minorista de Regiones Quinta, Octava y Novena Marzo 2020

### Resumen

Las ventas presenciales del comercio minorista 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), mostraron fuertes bajas en el mes de marzo dado los efectos del COVID-19 en el sector y cerrando así el primer trimestre con negativos resultados.

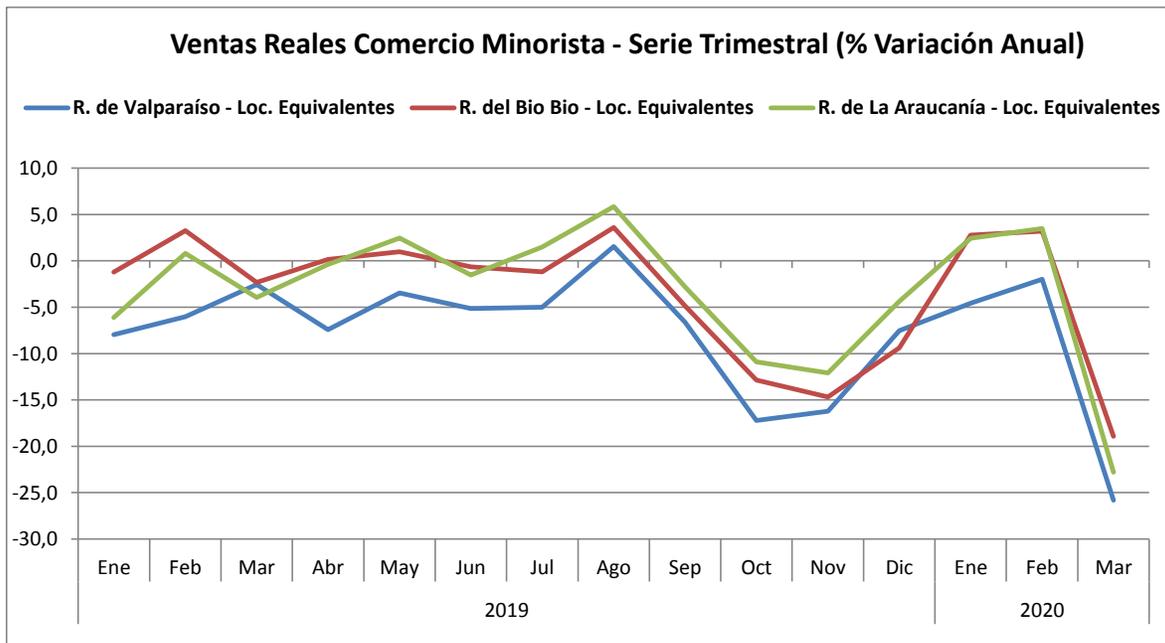
En la Región de Valparaíso las ventas minoristas marcaron una baja real anual de 22,6% en términos totales, acumulando una caída de 9,3% en el primer trimestre del año. En términos de locales equivalentes marzo cayó un 25,8% real anual acumulando una baja de 11,3% en el trimestre<sup>1</sup>.

En la Región del Biobío, las ventas del retail registraron un descenso de 20,4% real anual, acumulando entre enero y marzo una baja real de 8%. En términos de locales equivalentes las ventas cayeron un 18,9% en el tercer mes del año cerrando el trimestre con una baja de 5,1%.

Por último, en la Región de La Araucanía, la actividad comercial minorista evidenció una baja de 20,6% real anual en el tercer mes del año, cerrando el primer trimestre con una caída de 5%. En términos de locales equivalentes la baja fue de 22,8% real anual, acumulando en los tres primeros meses del año una caída de 6,4% real.

---

<sup>1</sup> 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)



## Perspectivas Generales

Las regiones en estudio vieron sus ventas fuertemente resentidas durante el primer trimestre de este año, tras haberse contraído fuertemente en el último cuarto de 2019 por la crisis social que atravesaba el país. Los efectos de la crisis social resintieron fuertemente las visitas a regiones durante el verano, época de mayor venta para las regiones en estudio, efecto que se refleja en los débiles resultados y caídas de enero y febrero sobre todo en la Región de Valparaíso. Luego vino marzo y el COVID-19 comprimió aún más los resultados del sector y se alcanzaron bajas históricas en las tres regiones en estudio, caídas incluso mayores a las registradas en la Región Metropolitana.

El cierre de una gran mayoría de tiendas del retail en la segunda quincena de marzo afectó fuertemente los resultados, con caídas por sobre el 50% en aquellas categorías que no son de primera necesidad como Vestuario y Calzado. Solo la Línea Tradicional de Supermercados marcó un alza en marzo en las tres regiones analizadas, en respuesta a una mayor demanda por parte de la ciudadanía por miedo al cierre y al desabastecimiento.

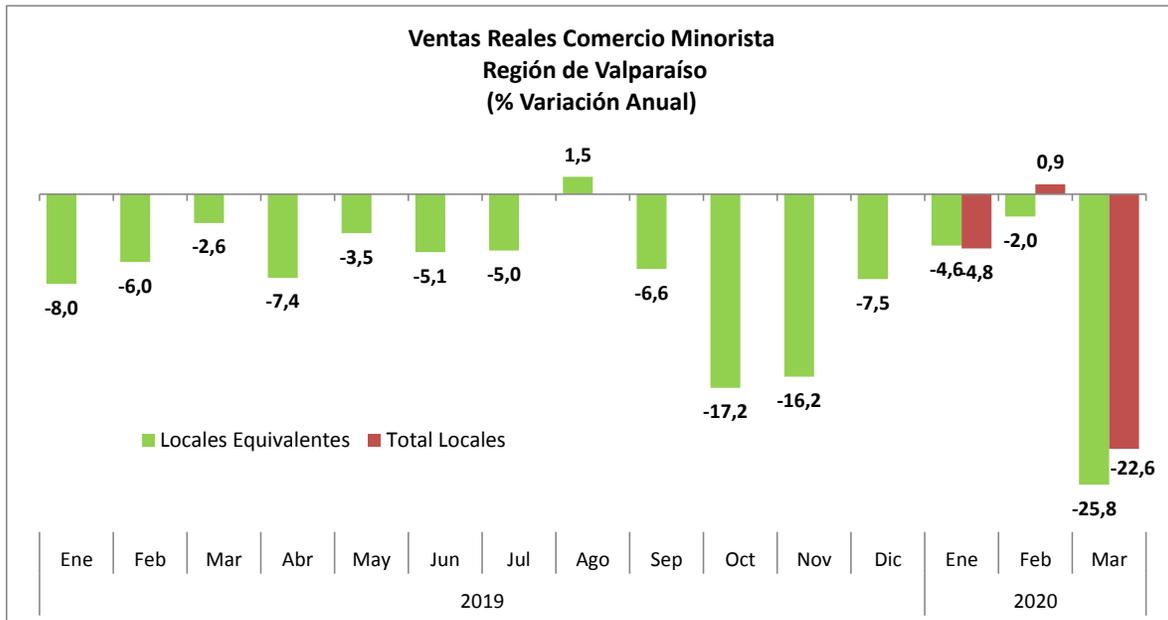
El consumo de los hogares está fuertemente relacionado con las confianzas de los consumidores y su situación laboral y ambas variables se han visto fuertemente afectadas estos últimos meses. Las cartas de despido en abril llegaron a 238.115 según la Dirección del Trabajo, con un aumento anual de 72,9% en despidos por necesidades de la empresa, y los meses de mayo y junio seguiremos viendo alzas en los despidos dada la difícil situación que están atravesando muchas empresas.

Por su parte, la confianza de los consumidores (GFK Adimark), que se había recuperado también levemente tras el estallido social, se desploma tras el brote del covid-19 alcanzando el nivel más bajo visto desde marzo de 2002. Preocupa como las expectativas del empleo llegan a su mínimo histórico desde que se creó el indicador (hace 18 años), al igual que la situación económica familiar. Estos resultados dan cuenta de un consumidor altamente golpeado por la crisis sanitaria que estamos atravesando y donde es altamente probable que pasada la pandemia la demanda siga resentida dado el golpe que sufrirán los ingresos familiares tras esta crisis.

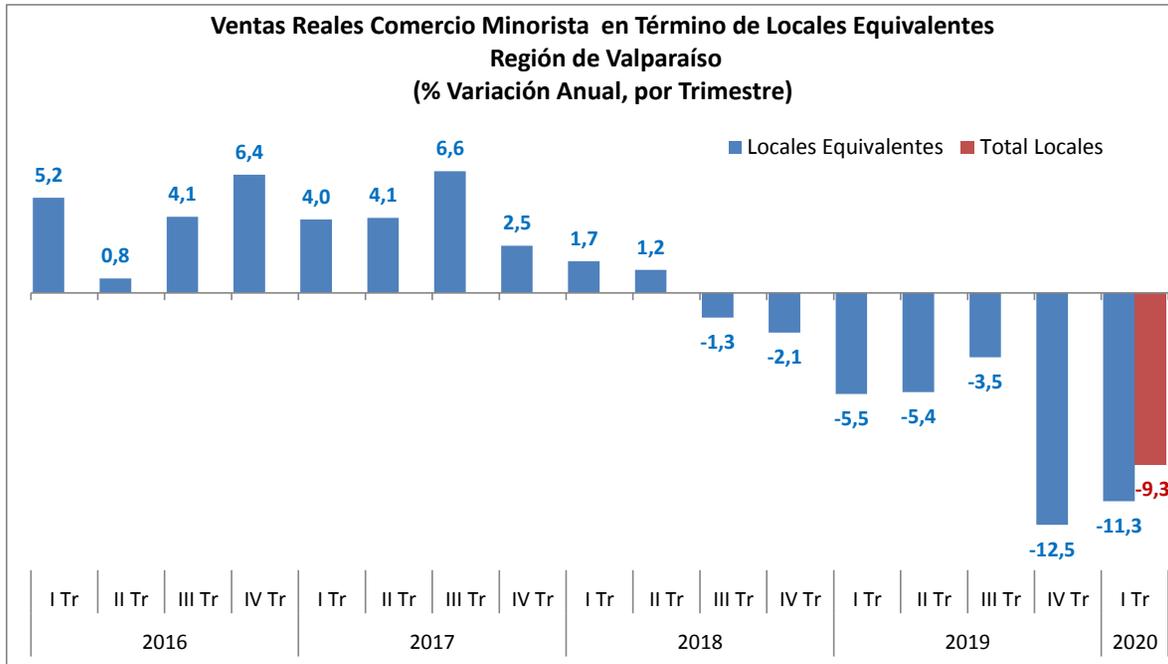
### Región de Valparaíso

Las ventas de la Región de Valparaíso marcaron en el tercer mes del año una baja real anual de 22,6% en términos totales y una caída de 25,8% en término de locales equivalentes, dando cuenta de una fuerte caída producto del COVID-19, que afectó al sector a partir de mediados de marzo. De esta manera en marzo se quiebra la tendencia positiva que llevaban las ventas del sector en los últimos cuatro meses.

En cuanto al primer trimestre, este evidenció una caída de 9,3% real y en términos de locales equivalentes la baja fue de 11,3% tras haber caído un 12,5% en el último cuarto de 2019.

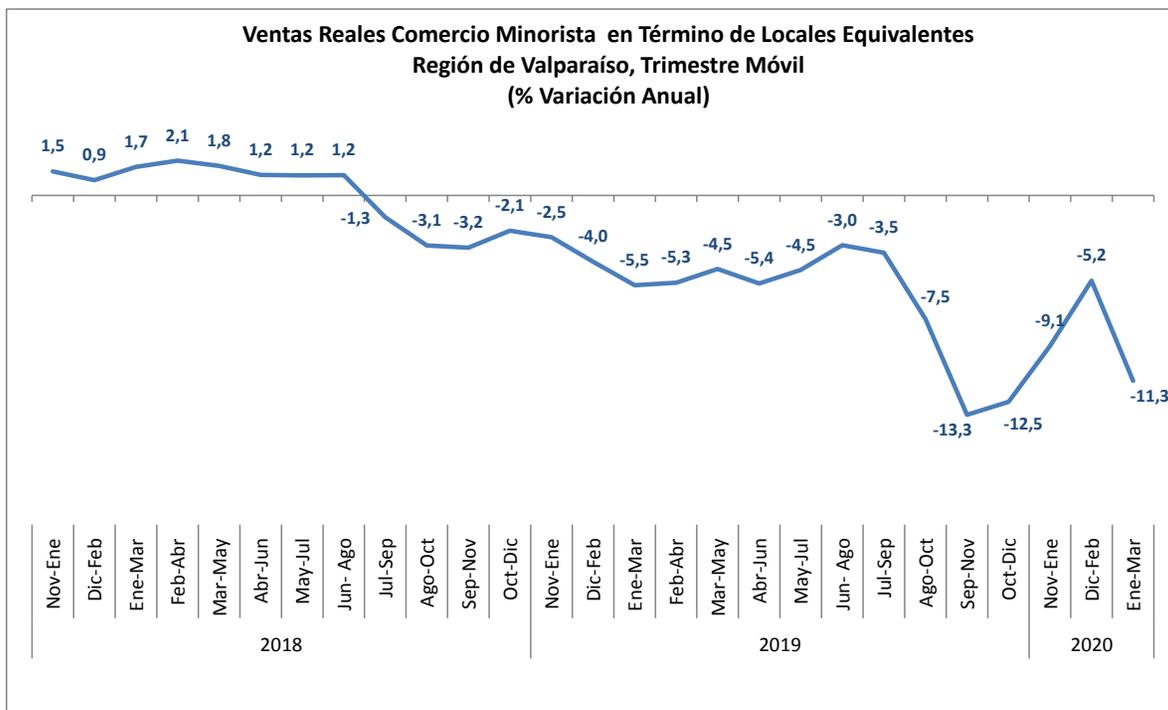


Fuente: Departamento de Estudios CNC



Fuente: Departamento de Estudios CNC

El resultado por trimestre móvil da cuenta de una fuerte desaceleración en el último período, tras caer un 5,2% en el trimestre móvil de diciembre-febrero donde se marcaba una leve recuperación respecto a los períodos anteriores.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

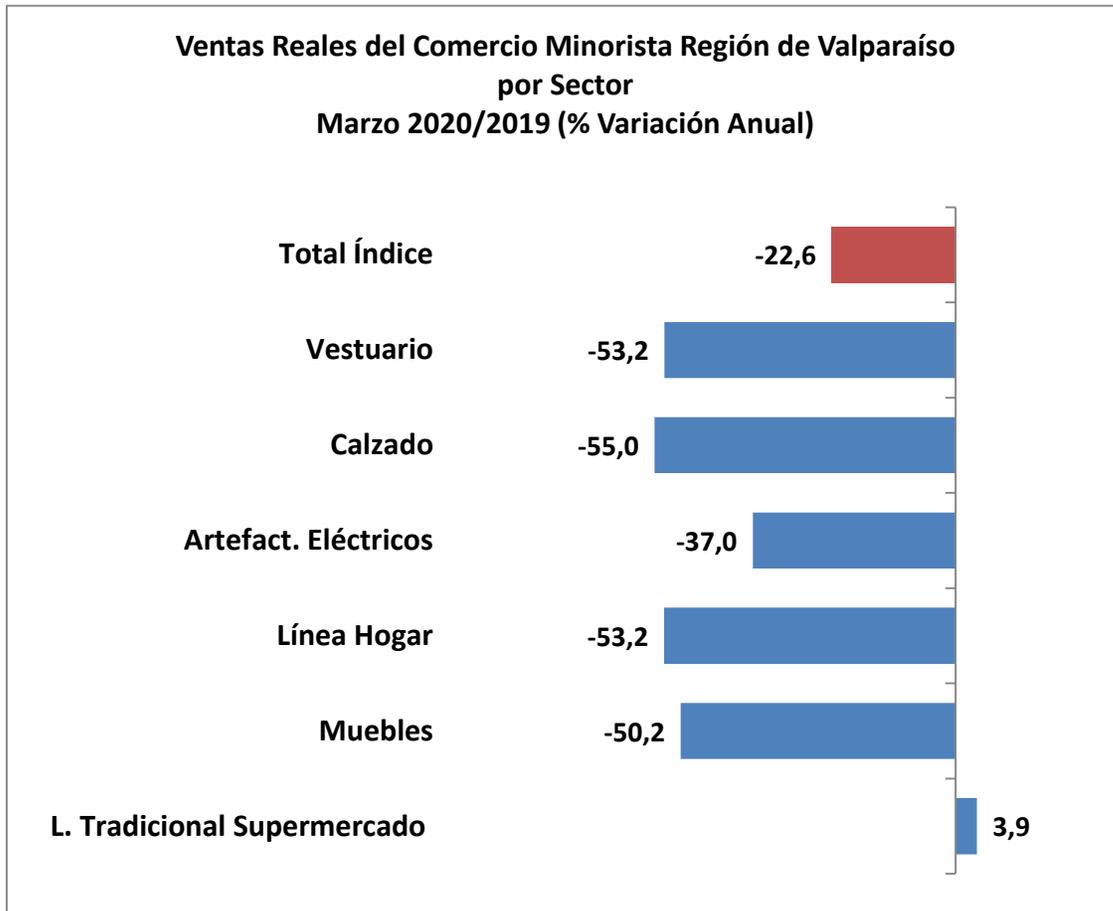
Solo la Línea Tradicional de Supermercados marcó un alza en sus ventas totales durante el mes de marzo, mientras todas las demás categorías evidenciaron fuertes caídas.

Vestuario, Calzado, Línea Hogar y Muebles registraron bajas por sobre el 50% real anual en el mes de marzo, dando cuenta de caídas históricas desde el comienzo del indicador.

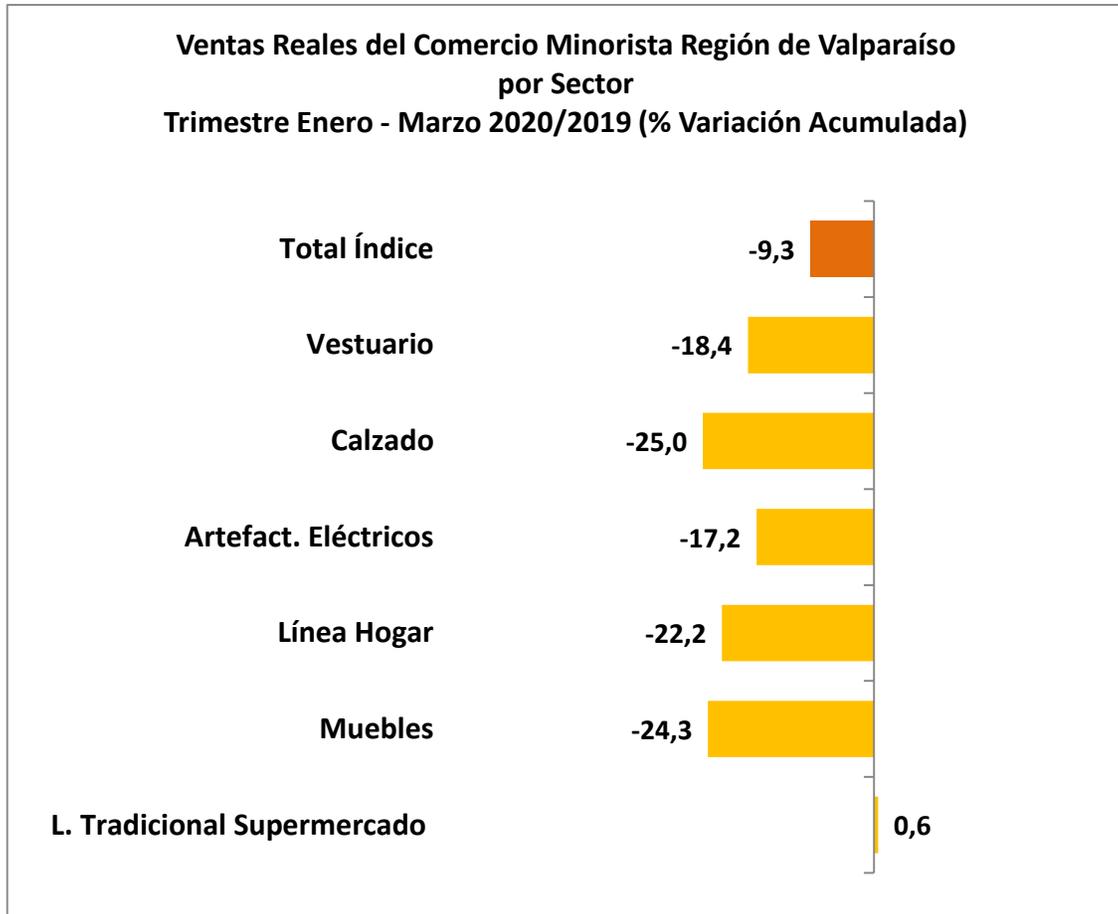
Calzado cayó un 55% real anual y Vestuario bajó un 53,2%. Línea Hogar y Muebles alcanzaron bajas reales anuales de 53,2% y 50,2% cada una. Por su parte, Artefactos Eléctricos marcó una baja real anual de 37%.

Línea Tradicional de Supermercados evidenció un crecimiento de 3,9% real anual en marzo, cerrando el trimestre con un alza marginal de 0,6%.

Entre enero y marzo todas las categorías acumulan caídas de dos dígitos en sus ventas. Calzado acumula una baja real de 25% y Vestuario evidencia una caída de 18,4% en el trimestre.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

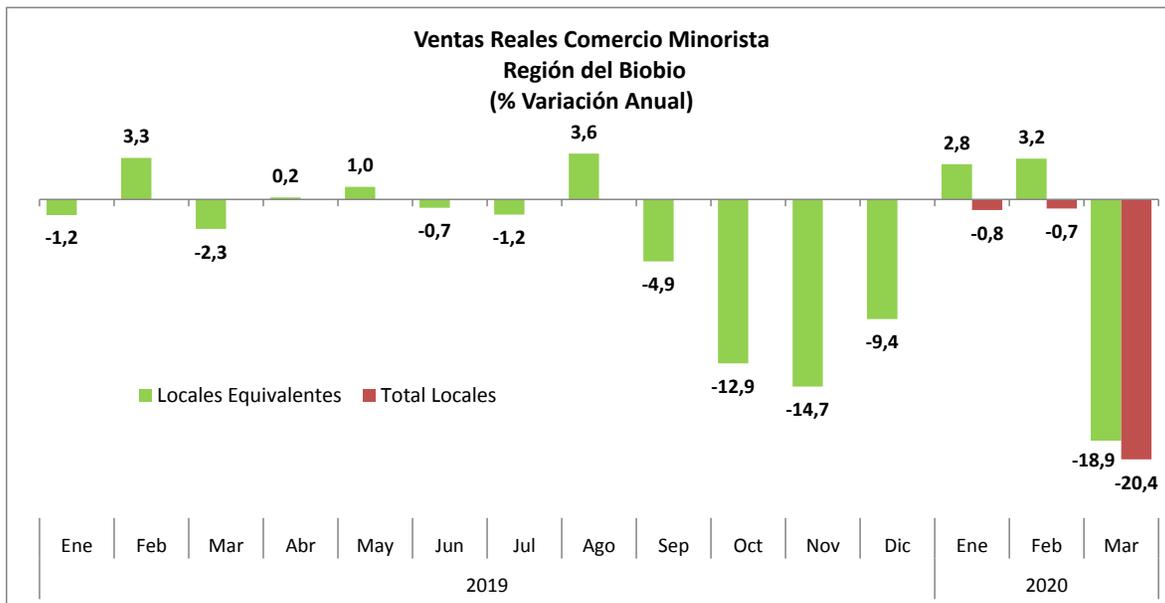


Fuente: Departamento de Estudios CNC

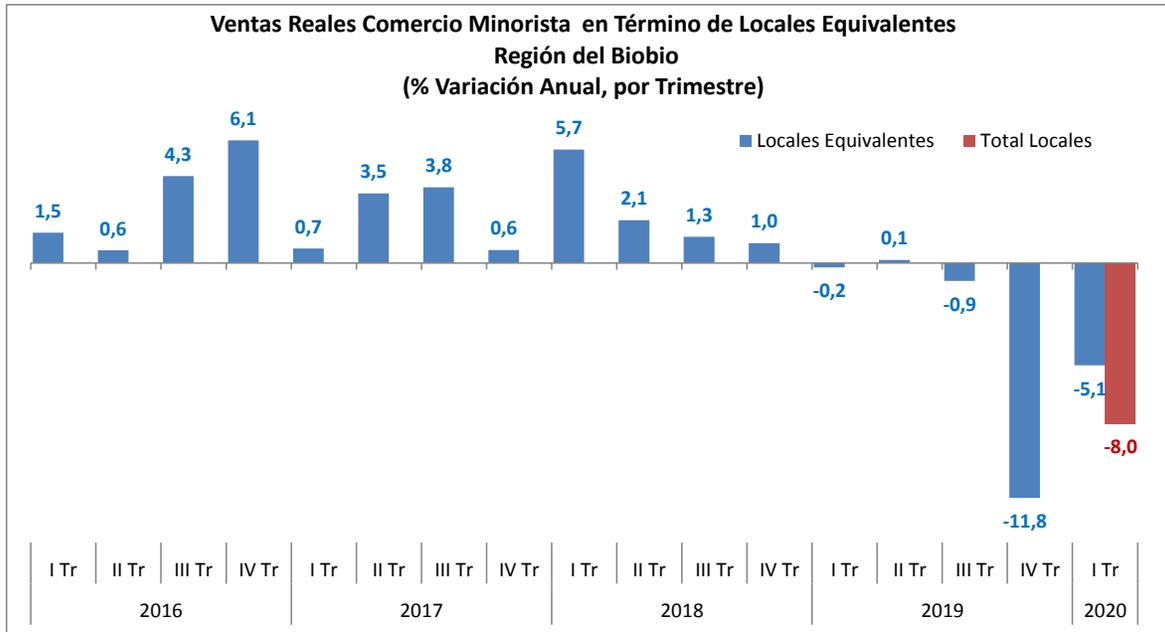
## Región del Biobío

Las ventas reales del comercio minorista de la Región del Biobío marcaron en marzo del 2020 una baja real anual de 20,4%, tras evidenciar alzas en el margen en enero y febrero, y cerrando de esta manera el primer trimestre con una baja real de 8%.

En términos de locales equivalentes las ventas alcanzaron en el tercer mes del año una caída de 18,9% real anual, cerrando entre enero y marzo con una baja real de 5,1%, tras haber registrado un descenso de 11,8% en el último cuarto de 2019.

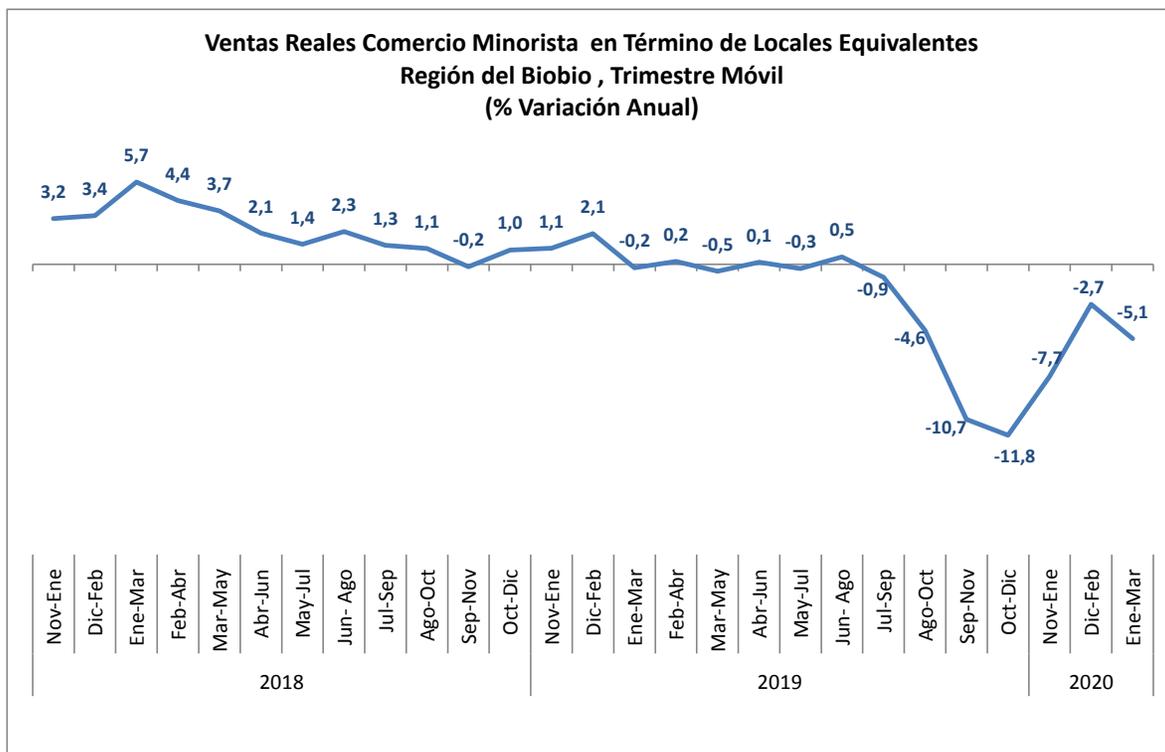


Fuente: Departamento de Estudios CNC



Fuente: Departamento de Estudios CNC

En cuanto a los trimestres móviles el último período marca un quiebre en la tendencia positiva que venían mostrando los dos períodos anteriores tras la fuerte baja de 11,8% de octubre-diciembre producto el estallido social.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

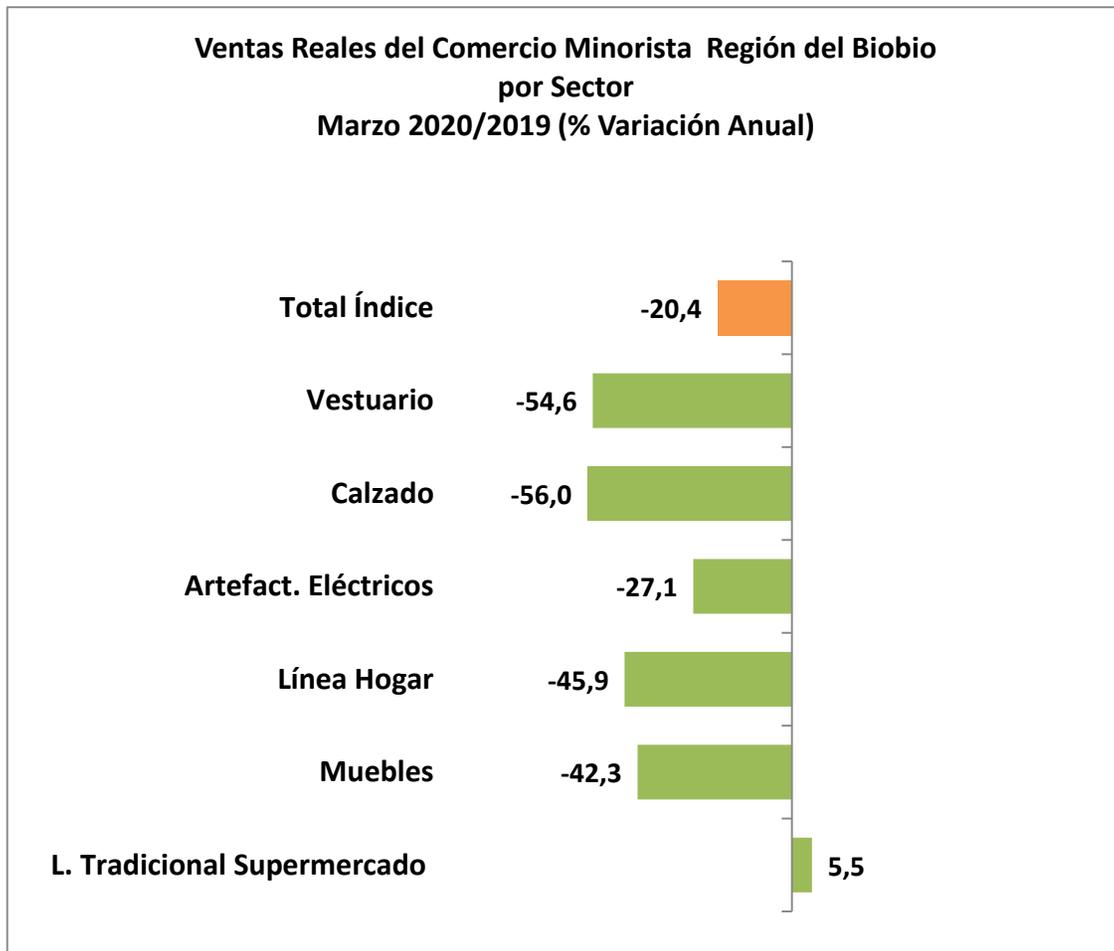
En cuanto a los rubros estudiados en el mes de marzo, a excepción de la Línea Tradicional de Supermercados, todas las demás categorías registraron fuertes caídas.

Vestuario y Calzado marcaron bajas de 54,6% y 56% real cada una en el tercer mes del año, cerrando el trimestre con bajas reales de 16,8% y 26,1% respectivamente.

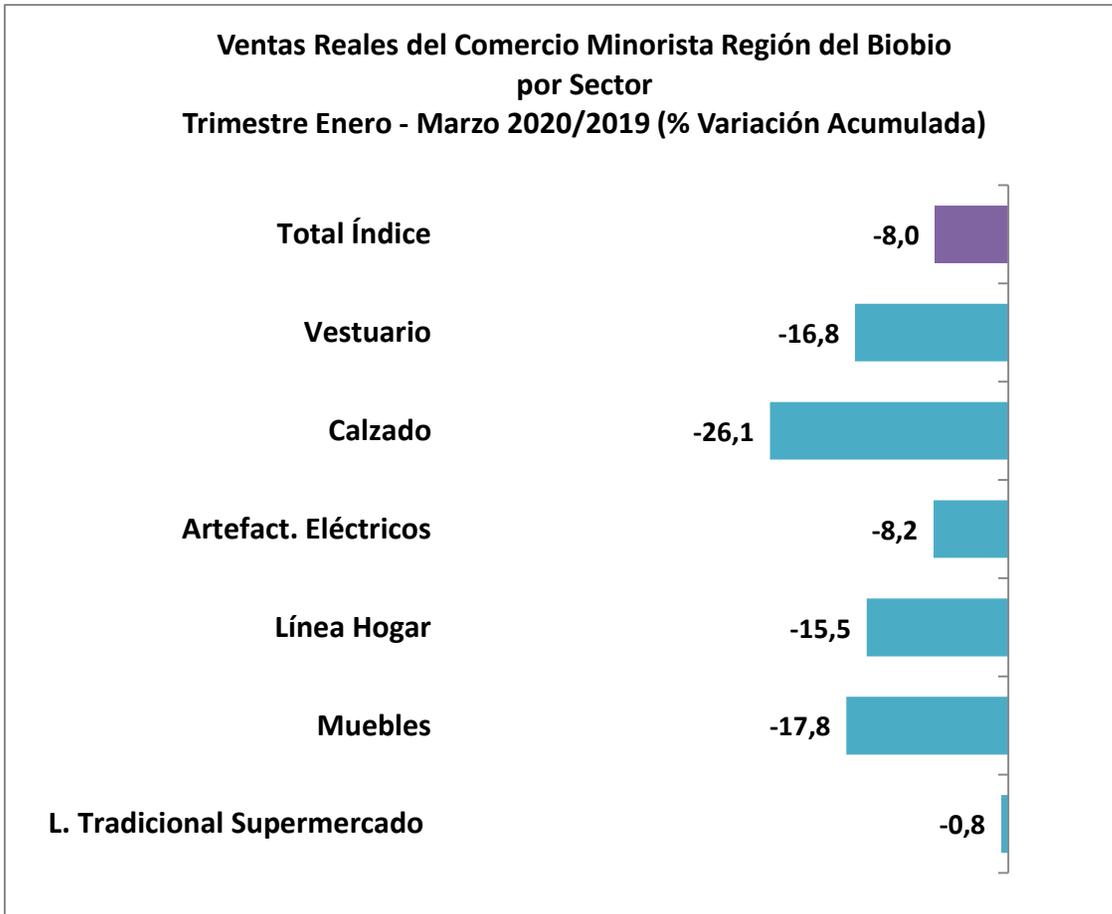
Línea Hogar y Muebles evidenciaron caídas de 45,9% y 42,3% real anual cada, acumulando bajas de 15,5% y 17,8% entre enero y marzo.

Por su parte Artefactos Eléctricos marcó un descenso de 27,1% real anual, cerrando el trimestre con una baja de 8,2% real.

La Línea Tradicional de Supermercado marcó un alza de 5,5% real anual, tras las bajas de enero y febrero, acumulando en el primer cuarto una caída marginal de 0,8% real.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

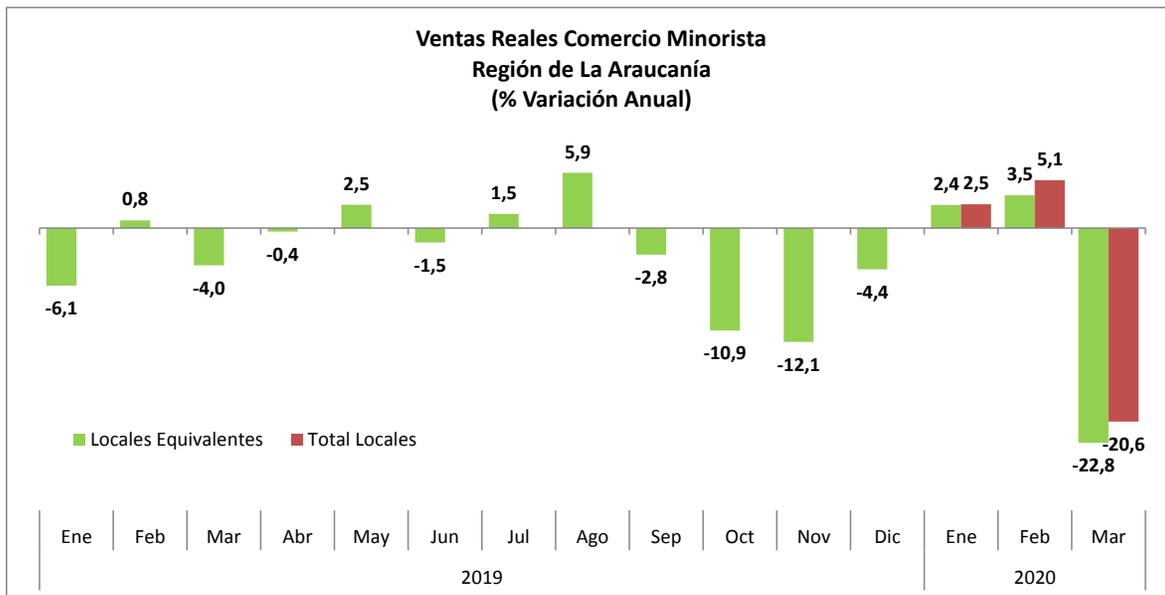


Fuente: Departamento de Estudios CNC

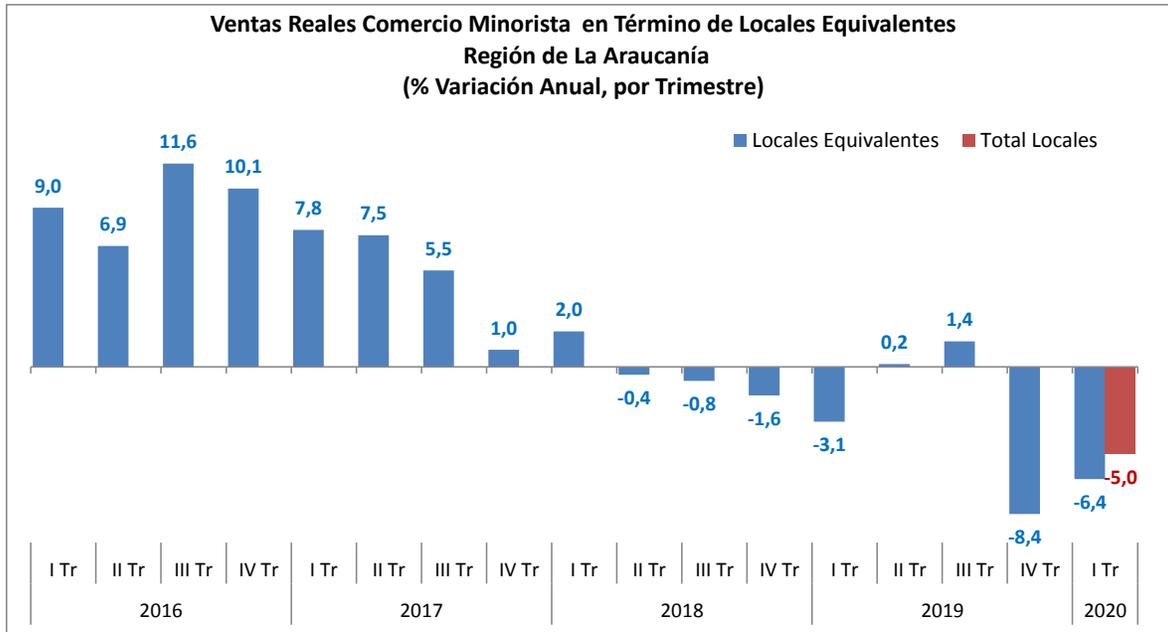
## Región de La Araucanía

Las ventas del comercio minorista de la Región de La Araucanía marcaron una baja de 20,6% real anual en el mes de marzo, tras marcar crecimientos reales en enero y febrero de 2,5% y 5,1% respectivamente. En términos de locales equivalentes la caída fue de 22,8% real anual en el tercer mes del año.

De esta manera, en el primer trimestre del año las ventas de la región evidenciaron una baja real de 5,0% en términos totales y una caída de 6,4% en término de locales equivalentes, tras haber marcado un descenso de 8,4% real en el cuarto trimestre de 2019.

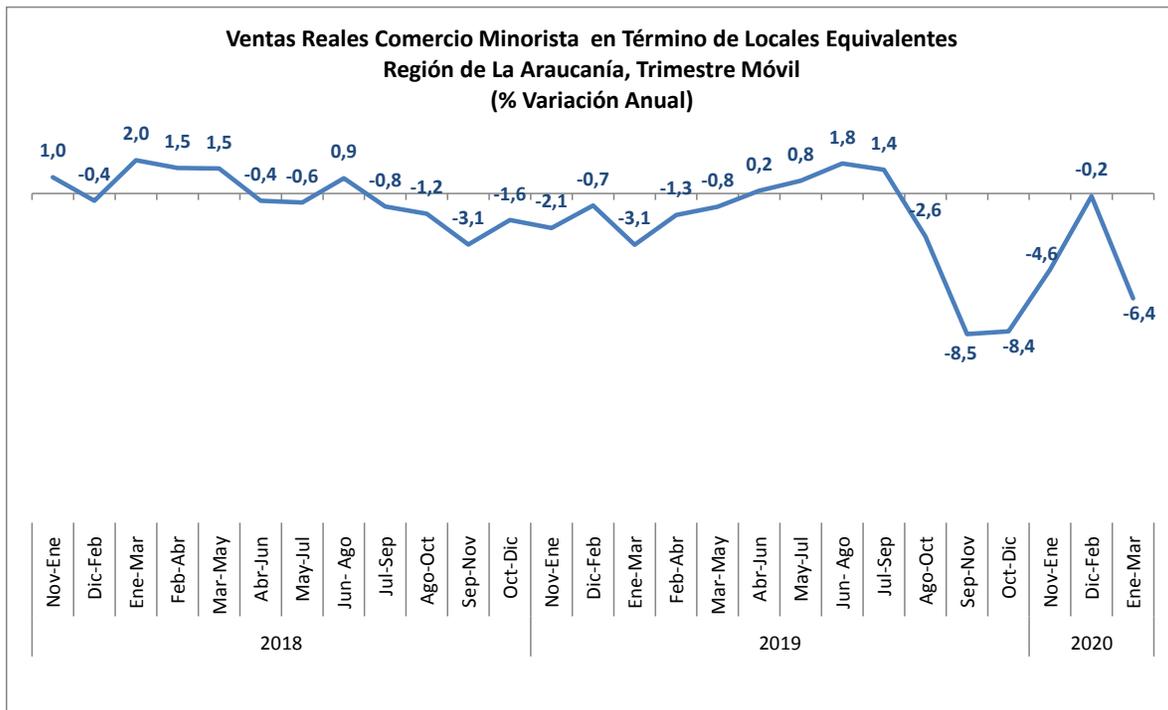


Fuente: Departamento de Estudios CNC



Fuente: Departamento de Estudios CNC

El comportamiento de los trimestres móviles da cuenta de una fuerte baja en el último período tras el nulo crecimiento marcado en el período anterior.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

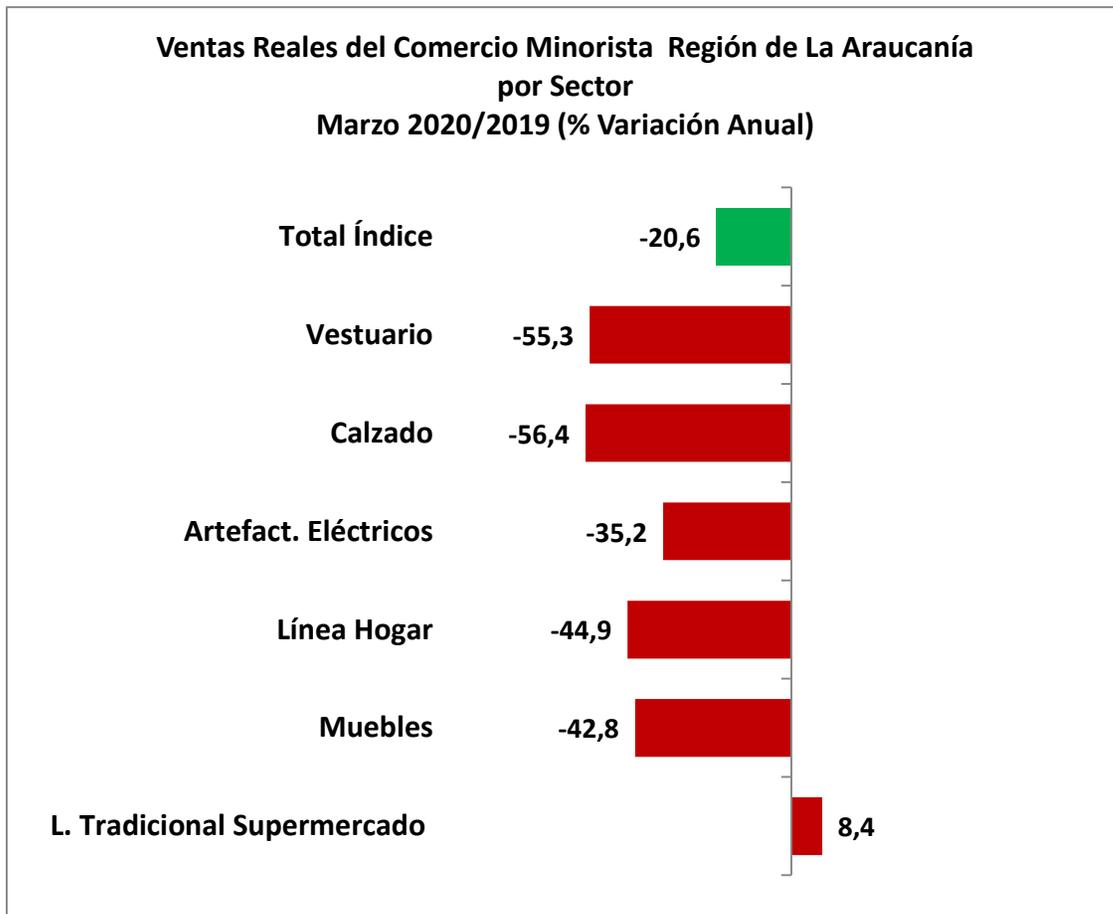
En cuanto a las categorías estudiadas la Línea Tradicional de Supermercado marcó un fuerte repunte mientras que las demás categorías evidenciaron fuertes bajas de distinta magnitud.

Vestuario y Calzado registraron caídas de 55,3% y 56,4% real anual respectivamente, cerrando el trimestre con bajas reales de 17,2% y 23,4%.

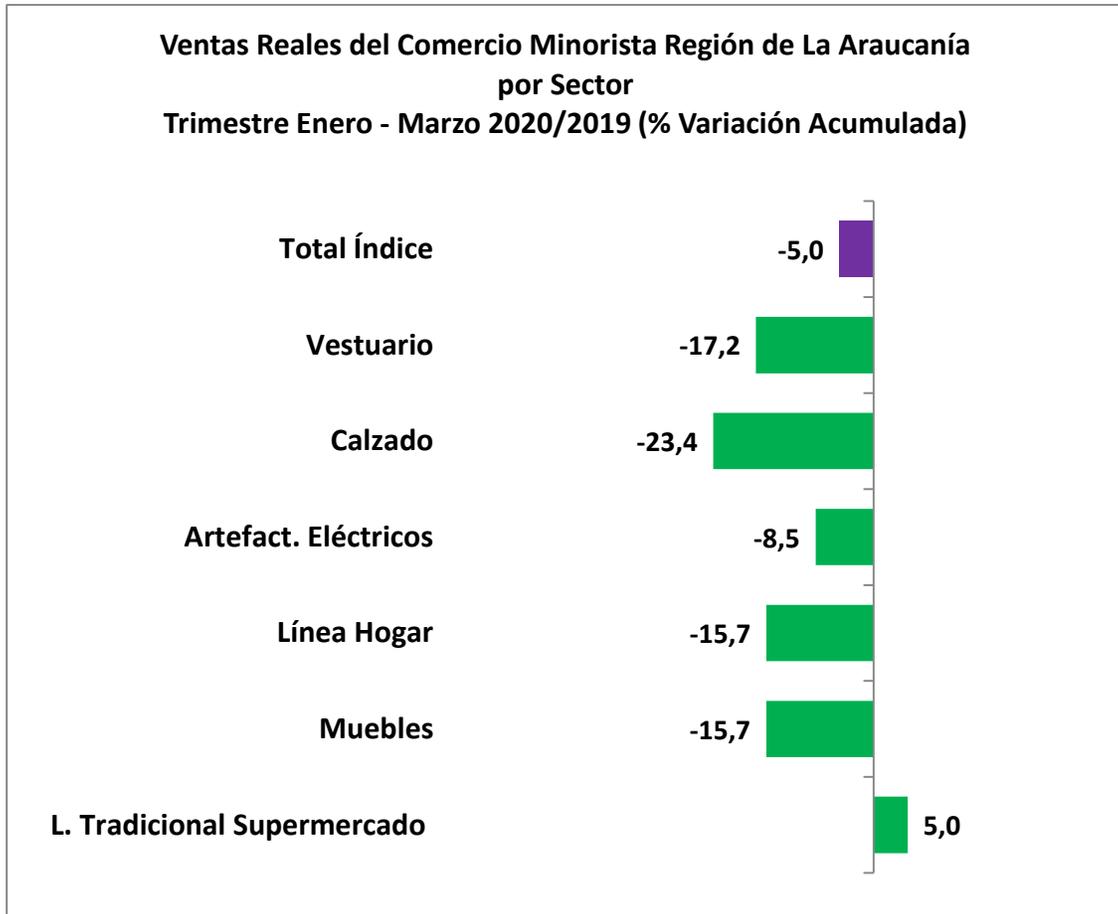
Artículos Electrónicos alcanzó un descenso de 35,2% real anual en el tercer mes del año, acumulando una baja real de 8,5% en el trimestre.

Muebles y Línea Hogar también marcaron fuertes bajas reales de 42,8% y 44,9% cada una para terminar el trimestre con caídas reales de 15,7% en sus ventas.

Por su parte, la Línea Tradicional de Supermercados destacó en marzo con un alza real anual de 8,4%, tras crecer 5,6% en febrero y cerrando el trimestre con un incremento real de 5,0%.



Fuente: Departamento de Estudios CN



Fuente: Departamento de Estudios CNC