

Ventas del Comercio Minorista de Regiones de Valparaíso, Biobío y La Araucanía Enero - Febrero 2020

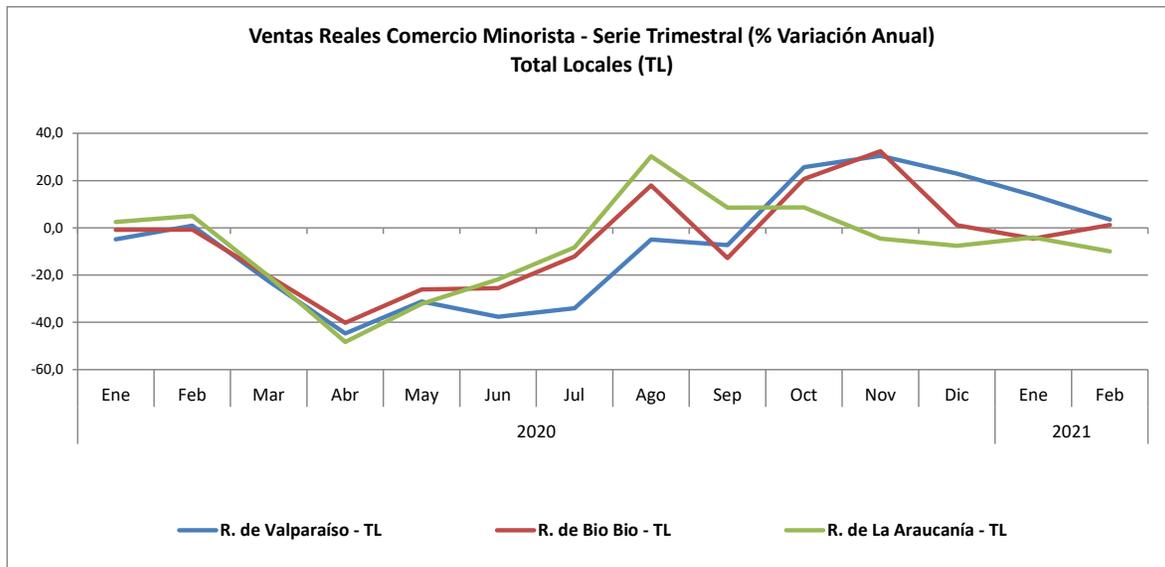
Resumen

Las ventas reales del comercio minorista de las regiones de Valparaíso, Biobío y La Araucanía, según el índice que elabora mensualmente la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile (CNC), mostraron dispares resultados en los dos primeros meses del año, acumulando un alza en Valparaíso y caídas en Biobío y la Araucanía en parte por las mayores restricciones y cuarentenas en esas regiones.

En la Región de Valparaíso, las ventas reales del comercio minorista crecieron un 13,7% en enero y en febrero marcaron un alza de 3,5% real anual, acumulando en los dos primeros meses del año un incremento real de 8,4%.

En la Región del Biobío, las ventas del retail registraron una baja de 4,6% real anual en enero para luego acelerarse en el segundo mes del año y evidenciar un incremento de 1,2% real anual. De esta manera en el período enero – febrero se registra una caída de 1,6% real.

Por último, en la Región de La Araucanía, la actividad comercial minorista evidenció una baja de 4,0% real anual en enero y una baja de 10% en febrero, cerrando los dos meses con una caída de 7,2% real.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Perspectivas Generales

Las ventas minoristas de las regiones en estudio marcan en los dos primeros meses del año disímiles resultados dependiendo de la región y las distintas fases en que se encontraban las principales ciudades en cada una de ellas. Además, la pandemia cambió el normal flujo de turistas hacia las regiones lo que también afectó los resultados del sector comercio. De esta manera la caída fue más pronunciada en la región de La Araucanía, mientras que Valparaíso marcó mejores resultados.

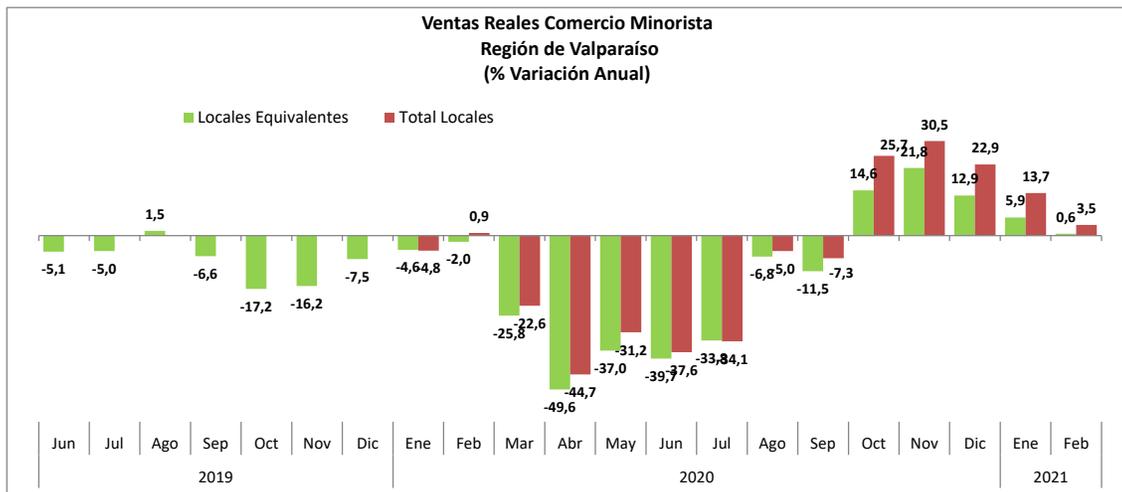
Al observar el comportamiento de los trimestres móviles se puede apreciar que todas las regiones se desaceleran en los últimos períodos, en parte porque se disipa el efecto de la baja base de comparación que se enfrentaba a fin de 2020 y también por mayores restricciones sanitarias que empezaron a imponerse a partir de enero en distintas partes del país ante un mayor número de casos COVID-19.

El 2020 el PIB del Comercio cayó un 1,8% y estimamos un alza entre 1,3% y 2,3% para este año, donde la baja base de comparación del primer semestre ayudará en los resultados y la alta base del segundo jugará en contra. Sin embargo, es difícil hacer estimaciones hoy dadas las circunstancias que atravesamos, si bien el proceso de vacunación está siendo muy exitoso estamos con un altísimo nivel de contagios que nos ha llevado a entrar en cuarentenas a cerca de un 70% de la población. Los actuales retrocesos a fase 1 afectan fuertemente la actividad y por ende la recuperación del sector comercio, sobre todo presencial y de menor tamaño, los cuales ya vienen muy golpeados. A esto hay que sumarle el proceso constituyente y los problemas de seguridad que atravesamos, que también agregan incertidumbre a este escenario.

Región de Valparaíso

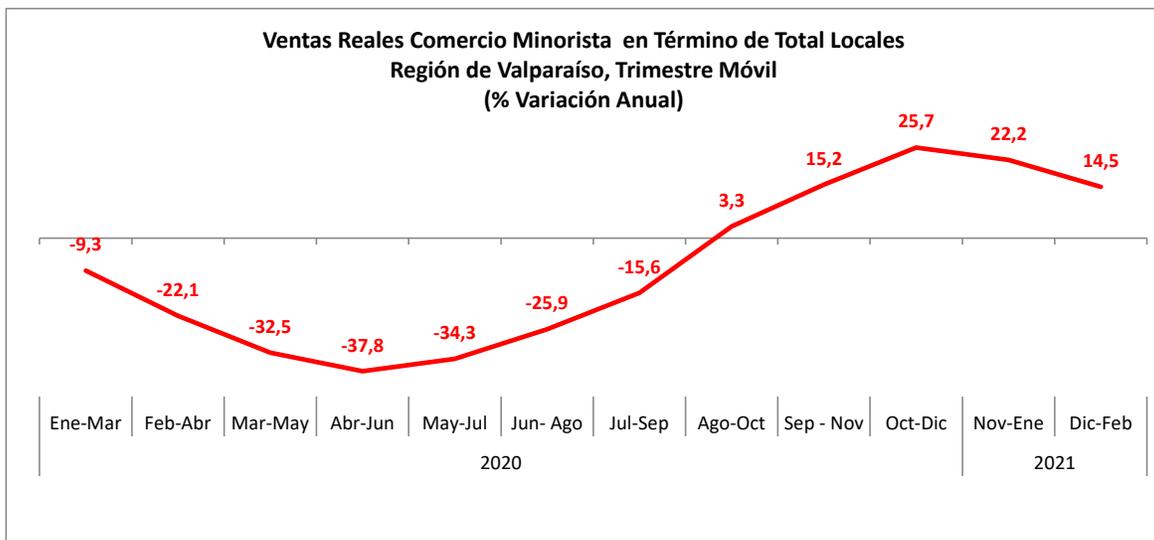
Las ventas presenciales minoristas de la Región de Valparaíso marcaron en enero un alza real anual de 13,7%, en parte influido por una menor base de comparación, y luego se desacelera en febrero registrando un alza real anual de 3,5%. En términos de locales equivalentes las ventas de la región marcaron en el primer mes del año un alza de 5,9% real anual y luego en febrero un crecimiento de 0,6% real anual.

De esta manera las ventas de la región acumulan en los dos primeros meses del año un incremento real de 8,4% y en términos de locales equivalentes el alza es de 3,2%.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

El resultado por trimestre móvil evidencia un alza de 14,5% real en diciembre-febrero, desacelerándose respecto al período previo.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Categorías

Al analizar las ventas presenciales de los distintos rubros se evidenciaron caídas en Vestuario, Calzado y Muebles, mientras que las demás categorías marcaron alzas de distinta magnitud.

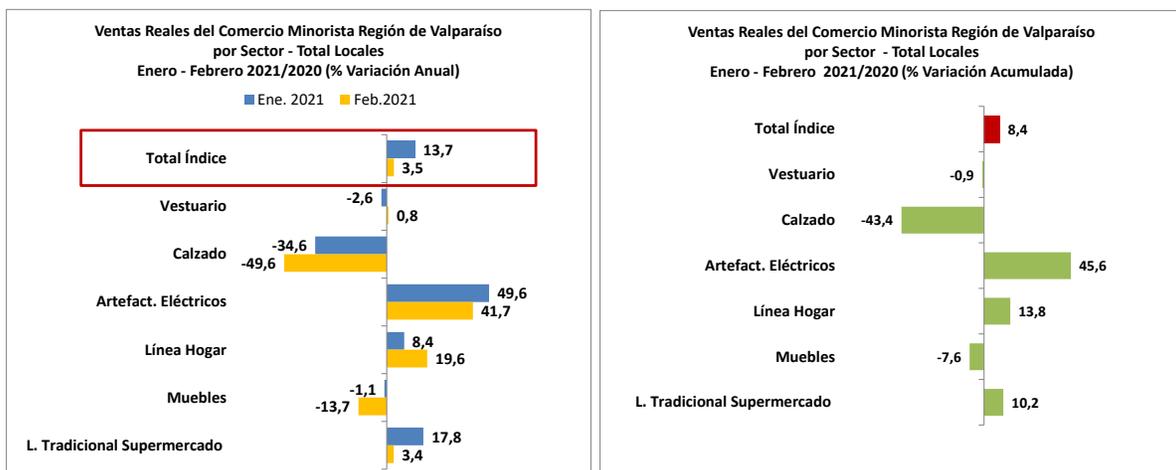
Vestuario marcó en enero una baja de 2,6% y en febrero un alza marginal de 0,8% real anual, por su parte Calzado registró fuertes bajas de 34,6% real anual en enero y de 49,6% en febrero. De esta manera ambas categorías acumularon en los dos primeros meses de 2021 caídas reales de 0,9% y 43,4% respectivamente.

Artefactos Eléctrico, mostró un significativo aumento de 49,6% real anual en enero y de 41,7% en febrero, acumulando un alza de 45,6% real.

Por su parte, Línea Hogar evidenció un crecimiento de 8,4% real anual en enero, acelerándose en febrero con un alza de 19,6% real anual y cerrando de esta manera el período enero-febrero con un incremento real de 13,8% real.

Muebles registró bajas reales anuales de 1,1% y 13,7% en enero y febrero, acumulando en los dos meses una caída de 7,6% real.

La Línea Tradicional de Supermercados, marcó un fuerte crecimiento real anual de 17,8% en enero y febrero se desacelera con un alza de 3,4%. De esta manera en ambos meses se acumula un incremento real de 10,2%.

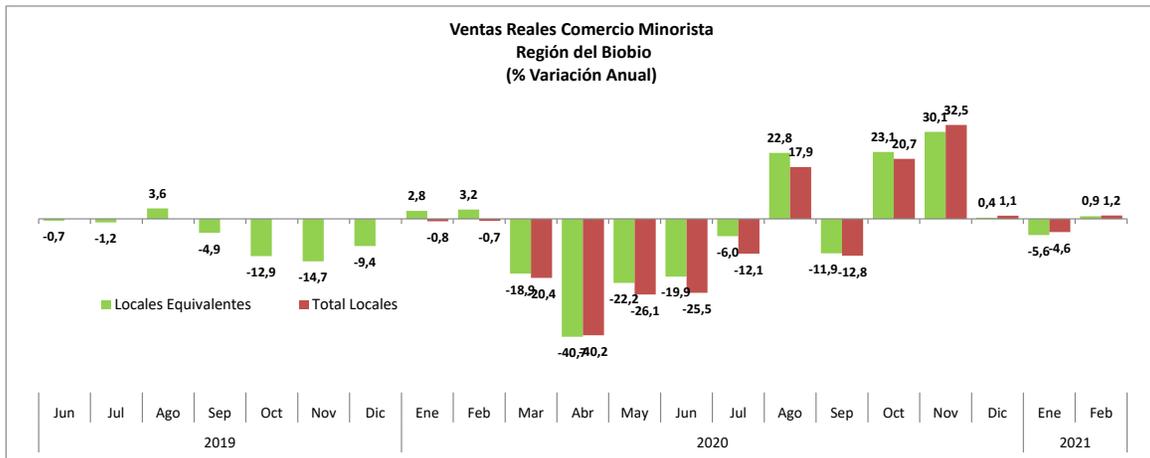


Fuente: Departamento de Estudios CNC

Región del Biobío

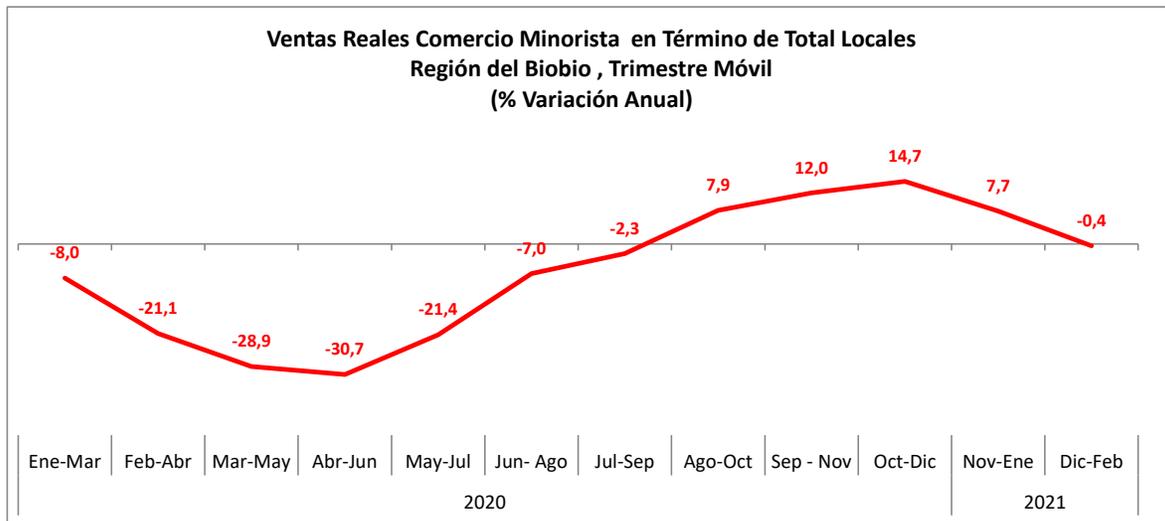
Las ventas presenciales del comercio minorista de la Región del Biobío marcaron en enero una baja de 4,6% real anual y un alza de 1,2% en febrero. En término de locales equivalentes el primer mes del año evidenció una caída de 5,6% real anual y el segundo marcó un crecimiento marginal de 0,9% real anual.

De esta manera la región que estuvo con mayores restricciones en el verano en algunas de sus ciudades acumuló una caída real de 1,6% en enero-febrero y una baja de 2,2% en términos de locales equivalentes.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

El resultado por trimestre móvil da cuenta de una caída en el margen de 0,4% real en diciembre-febrero, reafirmando el quiebre de tendencia producido en el período anterior tras una marcada recuperación.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

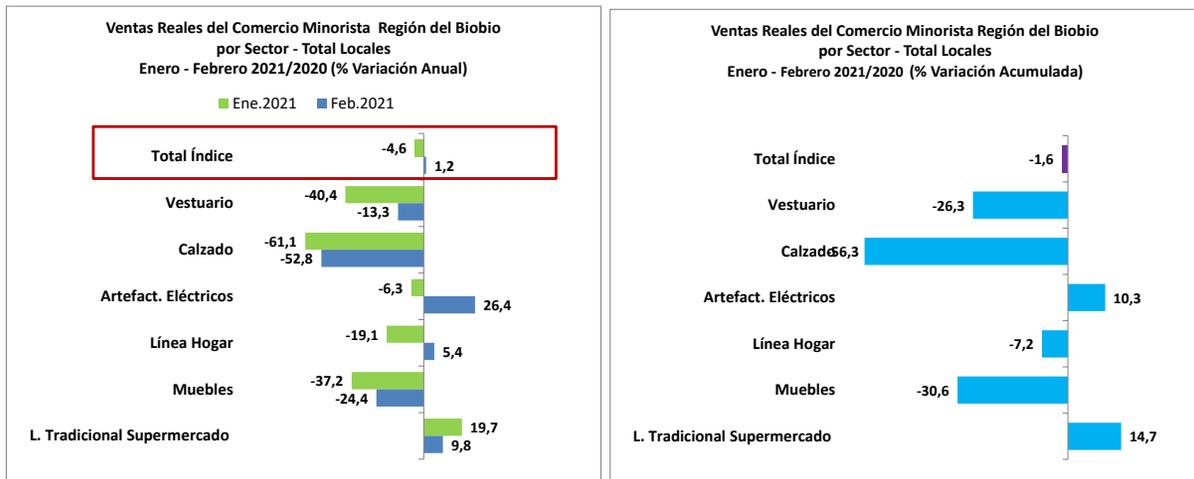
Categorías

Respecto a los rubros estudiados en enero sólo la Línea Tradicional de Supermercados marcó crecimiento, mientras que en febrero destacó también Artefactos Eléctricos y Línea Hogar.

Vestuario marcó un descenso de 40,4% real anual en enero y una baja real anual de 13,3% en febrero. Por su parte, Calzado marcó una fuerte baja de 61,1% real anual en el primer mes del año y una caída de 52,8% en el segundo. De esta manera, ambas categorías cerraron el período enero-febrero con una disminución real de 26,3% y 56,3% cada una.

Artefactos Eléctricos marcó una caída de 6,3% real anual en enero y un incremento de 26,4% en febrero. Por su parte, Línea Hogar cayó un 19,1% en enero y en febrero creció un 5,4% real anual. Luego Muebles marcó fuertes bajas en ambos meses de 37,2% real anual en enero y 24,4% en febrero. Línea Hogar y Muebles cerraron así los dos primeros meses del año con bajas reales de 7,2% y 30,6% respectivamente, mientras que Artefactos Eléctricos cerró con un alza de 10,3% real.

La Línea Tradicional de Supermercado destacó con alzas de reales anuales de 19,7% en enero y 9,8% en febrero, cerrando así al segundo mes del año con un incremento real de 14,7%.

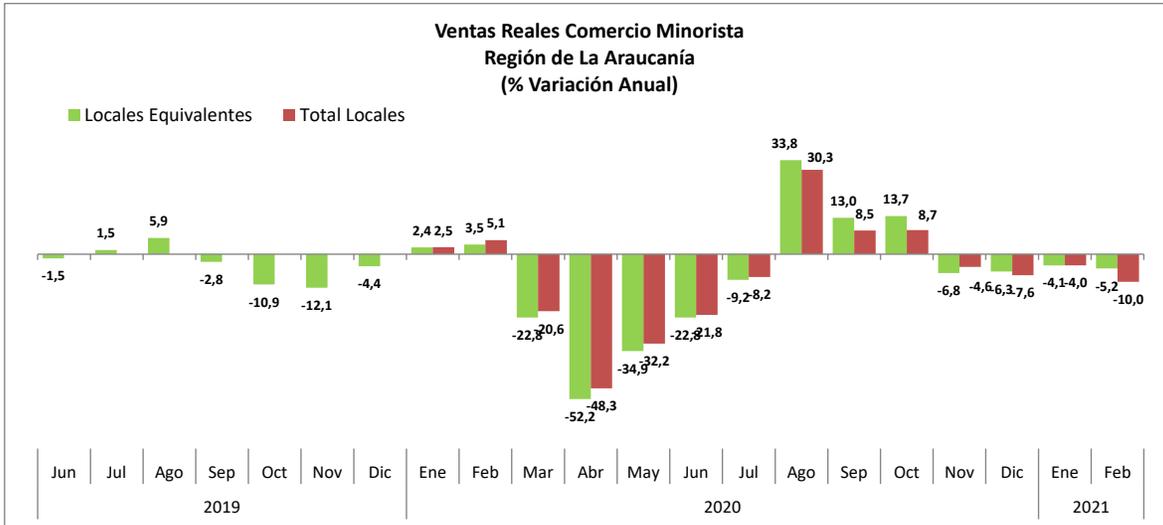


Fuente: Departamento de Estudios CNC

Región de La Araucanía

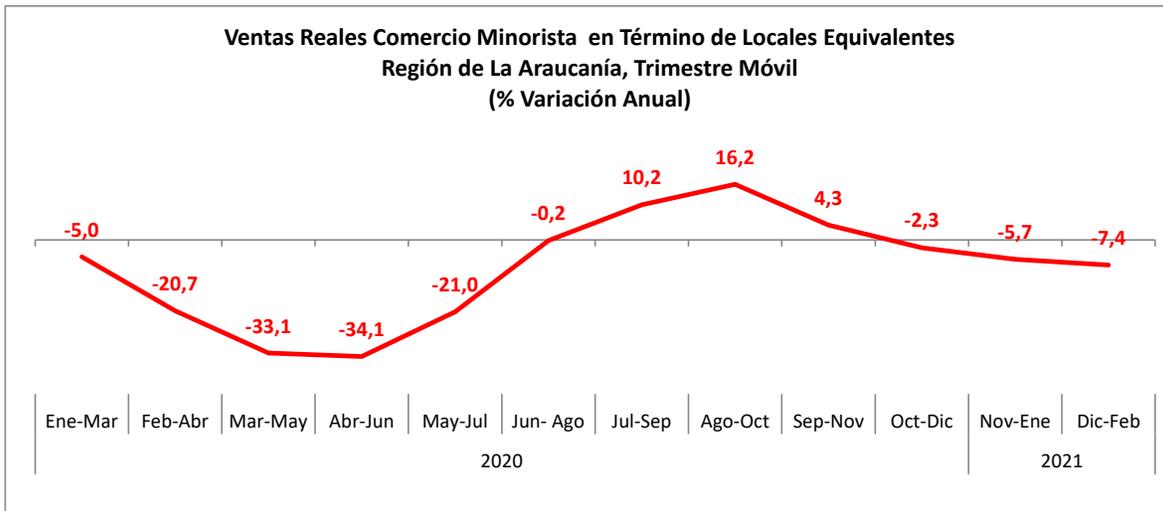
Las ventas presenciales del comercio minorista de la Región de La Araucanía marcaron una baja de 4,0% real anual en enero y una caída de 10,0% real anual en febrero. En términos de locales equivalentes se evidenció un descenso de 4,1% enero y una baja de 5,2% real anual en febrero.

De esta manera, las ventas acumularon en los dos primeros meses del año una baja real de 7,2% y en términos de locales equivalentes la caída fue de 4,6% real.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Al analizar los trimestres móviles los resultados muestran una tendencia negativa en los últimos cuatro periodos con una baja de 7,4% real en diciembre-febrero.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Categorías

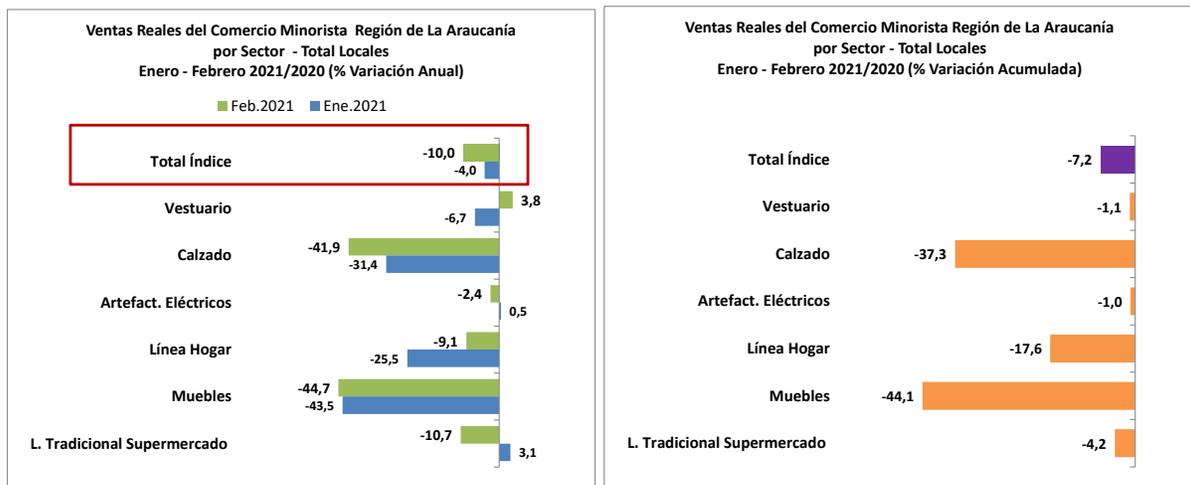
En cuanto a las categorías estudiadas, en su mayoría se registraron bajas de distinta magnitud en los dos primeros meses del año, excepto la Línea Tradicional de Supermercados que creció en enero, Artículos Electrónicos que marcó un alza marginal en el primer mes del año y Vestuario que registró un alza en febrero.

Calzado marcó fuertes bajas de 31,4% y 41,9% real anual en enero y febrero, por su parte Vestuario marcó una baja de 6,7% real anual en el primer mes del año y un aumento de 3,8% real anual en el segundo. Ambas categorías cerraron el período enero-febrero con caídas en sus ventas de 37,3% y 1,1% real respectivamente.

Artículos Electrónicos marcó un alza marginal de 0,5% real anual en enero y luego cayó un 2,4% en febrero, de esta manera acumuló en los dos primeros meses del año una baja de 1% real.

Línea Hogar registró una fuerte baja de 25,5% real anual en enero y luego cayó un 9,1% en febrero. Muebles marcó también fuertes caídas reales anuales de 43,5% en el primer mes del año y de 44,7% el segundo. De esta manera, ambas categorías cierran el período enero-febrero con bajas reales de 17,6% y 44,1% cada una.

Finalmente, la Línea Tradicional de Supermercados, marcó un alza de 3,1% real anual en enero y una caída de 10,7% en febrero, cerrando al segundo mes del año con una caída real de 4,2%.



Fuente: Departamento de Estudios CNC