

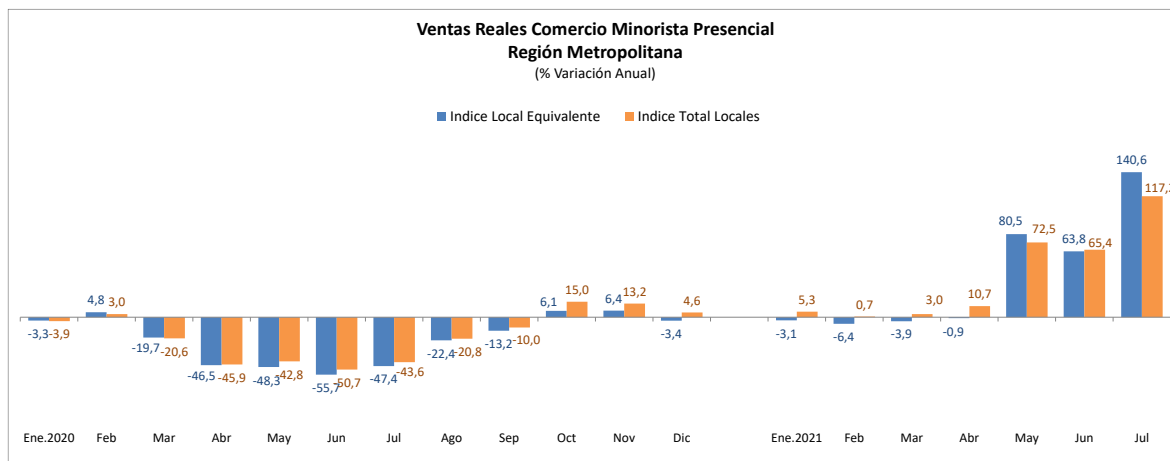
Ventas del Comercio Minorista Región Metropolitana Julio 2021

Ventas del Comercio - Región Metropolitana

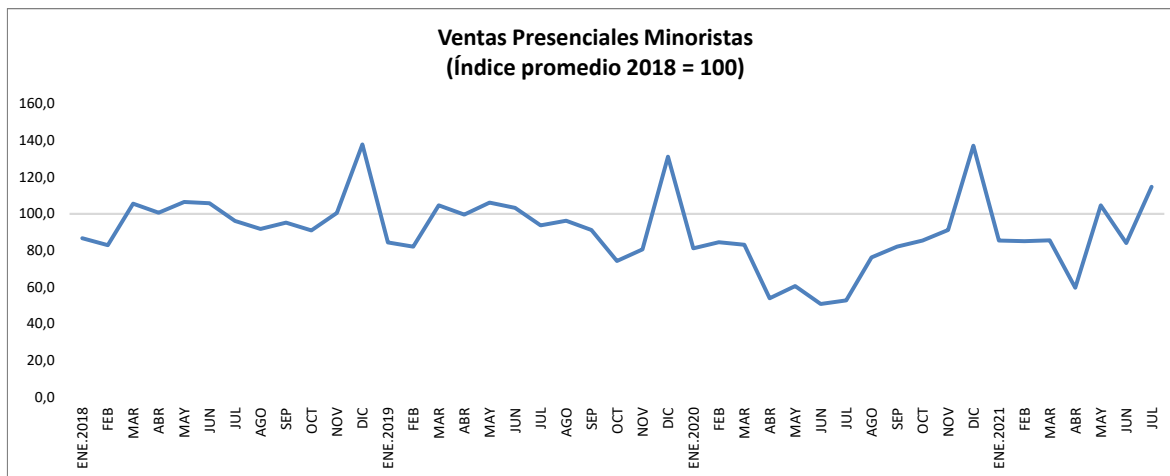
Las ventas presenciales minoristas de la Región Metropolitana marcaron en el mes de julio un alza de 117,2% real anual, influido en parte por una baja base de comparación al haber registrado una baja de 43,6% en igual mes de 2020. De esta manera las ventas presenciales acumulan en los siete meses del año un crecimiento real de 32,6%.

Respecto a junio las ventas presenciales de la RM marcan un alza de 36,5% dado el paso a fase dos en el séptimo mes del año tras un junio más restrictivo. Por su parte, al comparar con igual mes de 2019 las ventas de julio marcan un alza de 22,5%.

En términos de locales equivalente el alza en julio fue de 140,6% real anual, mientras que respecto a julio 2019 evidencia un incremento de 26,5%. De esta manera, en locales equivalentes el indicador cierra entre enero y julio de este año con un incremento de 28,5% real.

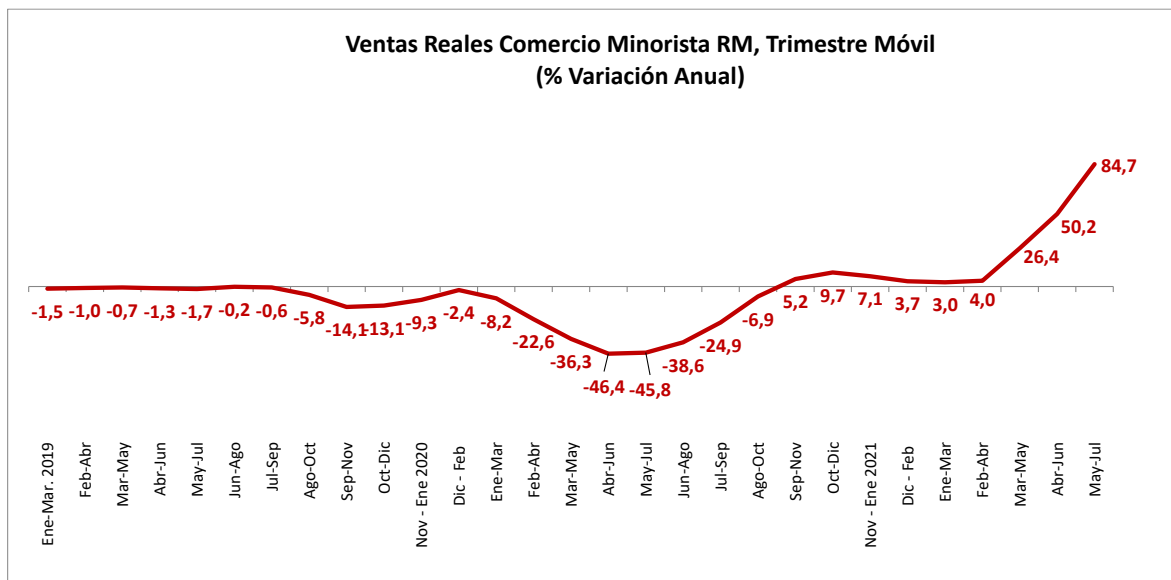


Fuente: Departamento de Estudios CNC



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Al analizar los trimestres móviles se registra una fuerte aceleración en mayo-julio con un alza real anual de 84,7%, muy por sobre del aumento de 50,2% marcado en el período anterior.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Análisis por categoría

Respecto a las ventas presenciales de los distintos rubros analizados en julio 2021, se pueden ver fuertes crecimientos de tres y hasta cuatro dígitos en las categorías no esenciales que estuvieron cerradas en su atención presencial en julio del año pasado, por lo que se está comparando con un mes de 2020 donde prácticamente hubo cero ventas presenciales. Por esto, para un mejor análisis, se compara también con igual mes de 2019 y se evidencian alzas de hasta dos dígitos destacando Vestuario por sobre las demás categorías y sólo Muebles cae.

Vestuario, donde las ventas presenciales cayeron 88,6% en julio del año pasado, alcanzó un alza de 1.313% real anual en igual mes de este año y cierra así los siete meses del año con un alza de 143,7% real. Respecto a julio de 2019 la categoría marca un incremento de 61,7%.

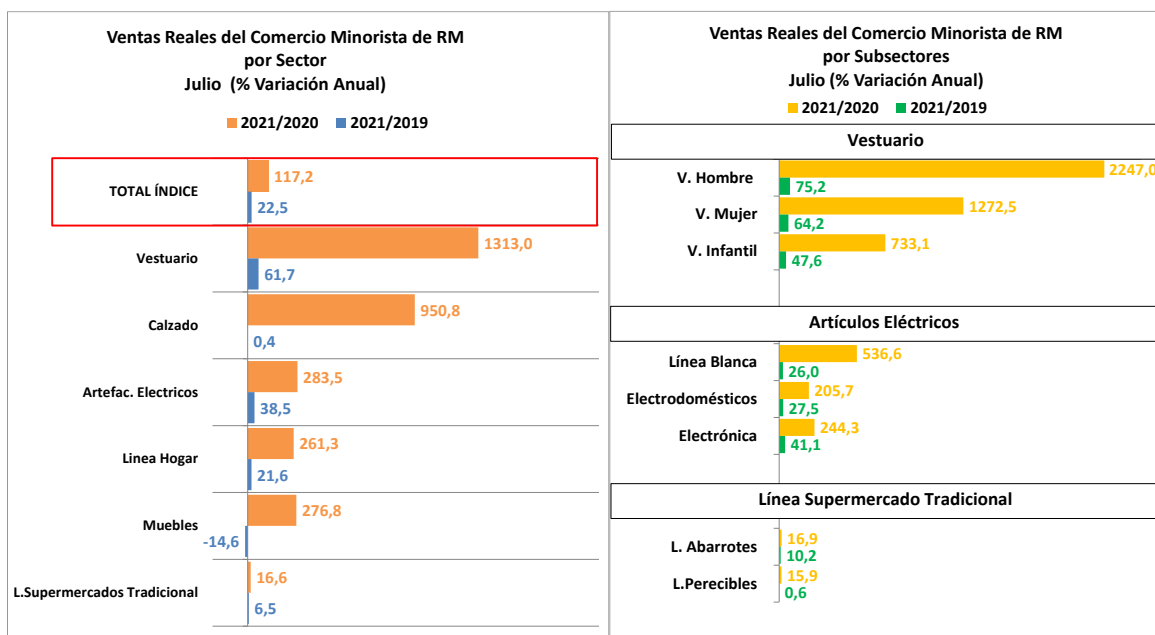
Por su parte, Calzado, con una baja de 90,4% en julio de 2020, marcó en igual mes de este año un incremento de 950,8%, acumulando entre enero y julio un crecimiento de 33,9% real. Al comparar con julio de 2019 el rubro marca un alza en el margen de 0,4%.

Artefactos Eléctricos creció un 283,5% real anual en el séptimo mes del año y al comparar con igual mes de 2019 evidencia un incremento de 38,5%. De esta manera la categoría cierra entre enero y julio con un crecimiento real de 88,5%.

Las categorías de Línea Hogar y Muebles, también enfrentadas a fuertes bajas en julio de 2020, registraron en igual mes de este año alzas de 261,3% y 276,8% real anual cada una, cerrando los siete meses del año con incrementos reales de 74,7% y 43,2% respectivamente. Al comparar con julio de 2019, Línea Hogar marca un aumento de 21,6% mientras que Muebles registra una baja real de 14,6%.

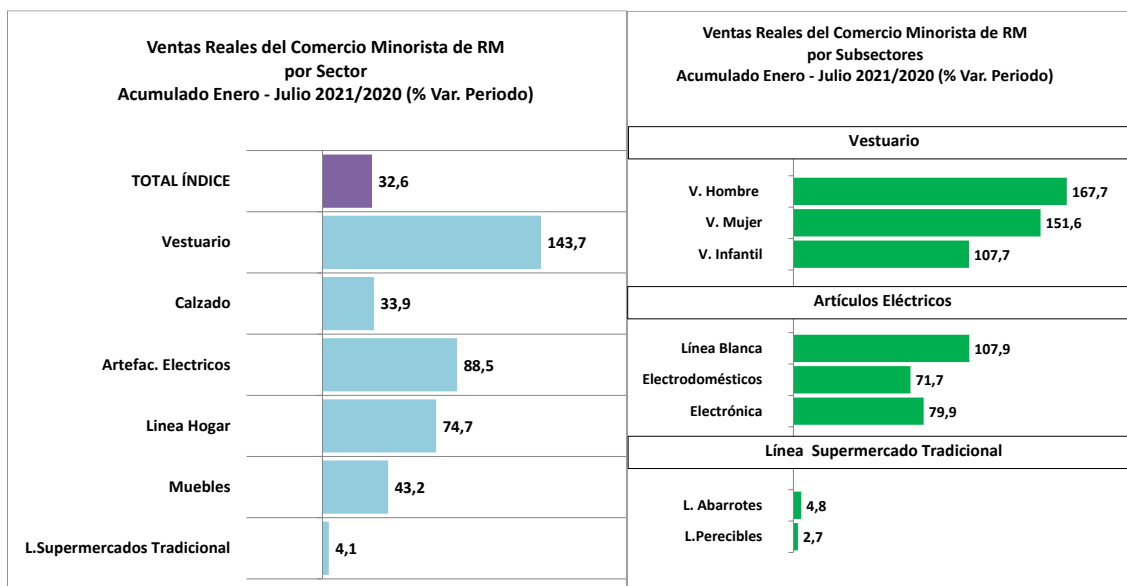
En cuanto a la Línea Tradicional de Supermercados, las ventas presenciales marcan un incremento de 16,6% real anual en el séptimo mes del año, acumulando un alza real de 4,1% a julio. Al comparar con julio de 2019 la categoría marca un alza de 6,5%.

Ventas del Comercio Julio 2021 – Evolución Sectores



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Ventas del Comercio Acumuladas Enero – Julio 2021 – Evolución Sectores



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Perspectivas

Las ventas presenciales del comercio minorista en la Región Metropolitana mostraron en julio un fuerte crecimiento, influido en parte por la baja base de comparación, pero al compararnos con el 2019 se evidencia un alza de 22,5%, dando cuenta de esta manera del fuerte impulso del consumo tras las aperturas del sector junto al incremento en la liquidez de los hogares producto del tercer retiro y de las potentes ayudas fiscales.

Los avances de fase del Plan Paso a Paso han hecho que categorías como Vestuario y Calzado, muy resentidas durante la pandemia producto de las cuarentenas, comiencen a acelerarse significativamente. Claramente fueron categorías no necesarias durante los meses de mayor encierro y en la medida que la gente comienza a salir de sus casas se activan.

Este escenario más favorable se refleja también en las confianzas de los consumidores (GFK Adimark), las cuales, si bien aún pesimistas, vienen desde abril con una tendencia positiva y donde las expectativas de consumo de artículos para el hogar es de los aspectos que más se han acelerado en este indicador.

El PIB del Comercio creció un 42,6% el segundo trimestre del año, incidiendo fuertemente en el crecimiento del país y marca un alza de 25,1% en el semestre. El resultado está, en parte, influido por una baja base de comparación, pero el crecimiento va más allá y marca una fuerte recuperación del sector superando los niveles prepandemia, con un alza de 14,8% respecto a igual trimestre de 2019.

Para adelante se espera seguir con un consumo potente, dado los anuncios de extensión del IFE sumado al ILE, sin embargo, las bases de comparación serán más alta, ya que el comercio creció un 7,2% el segundo semestre del año pasado y a esto se suma, la amenaza de la variable Delta y posibles nuevas restricciones, lo que también podría desacelerar el crecimiento. Los desafíos futuros no son menores ya que para el próximo año, sin todas estas variables transitorias que están acelerando el consumo, el escenario será muy distinto, por lo que se proyecta que, si no somos capaces de recuperar la inversión y el empleo formal, se verá un fuerte freno en este crecimiento.

Variaciones Ventas Totales Presenciales del Comercio Minorista RM por Categoría (%)

var. Anual (%)	Total Índice	Vestuario	Calzado	Artefac. Eléctricos	Línea Hogar	Muebles	Línea Tradicional Supermercados		
							Abarrotes	Perecibles	Total
Ene.2019/2018	-2,6	-7,7	-10,2	-5,7	-4,3	-4,4	1,5	2,0	1,5
Feb	-1,1	-7,9	-9,0	-3,0	-1,7	-11,3	4,5	3,8	4,0
Mar	-0,8	-4,2	1,4	2,8	-1,3	-3,8	-2,1	1,4	-0,7
Abr	-1,1	-4,6	-9,2	-5,3	-4,7	-13,4	5,2	4,0	4,7
May	-0,3	-0,8	-5,9	-2,1	-0,1	-8,8	2,3	1,9	2,1
Jun	-2,4	-5,7	-10,4	-7,8	4,2	-4,6	2,4	1,2	1,9
Jul	-2,4	-1,5	0,2	1,4	-7,8	-10,2	-4,0	-2,6	-3,5
Ago	4,9	4,5	13,2	9,2	-5,9	-4,6	2,2	7,3	4,3
Sep	-4,1	-7,7	-3,8	-6,6	-10,6	-3,5	-3,8	0,7	-2,0
Oct	-18,4	-32,1	-33,3	-30,9	-36,9	-27,7	-8,0	-6,9	-7,5
Nov	-19,8	-20,9	-28,5	-29,1	-26,3	-31,6	-14,4	-14,0	-14,1
Dic	-4,8	-3,3	-5,0	6,8	1,7	1,3	-10,8	-8,4	-9,7

var. Anual (%)	Total Índice	Vestuario	Calzado	Artefac. Eléctricos	Línea Hogar	Muebles	Línea Tradicional Supermercados		
							Abarrotes	Perecibles	Total
Ene.2020/2019	-3,9	-0,7	-10,2	-4,9	-4,8	-4,9	-3,7	-4,0	-3,6
Feb	3,0	5,5	-7,2	-3,5	-5,6	-0,2	8,1	3,3	6,4
Mar	-20,6	-56,9	-59,4	-36,3	-54,2	-49,0	8,2	-0,5	4,9
Abr	-45,9	-87,2	-83,0	-71,2	-76,4	-80,6	-10,5	-11,9	-10,9
May	-42,8	-85,9	-91,8	-57,4	-65,9	-78,9	-1,1	-8,2	-3,9
Jun	-50,7	-90,7	-92,3	-68,3	-71,4	-83,3	-16,3	-20,1	-17,7
Jul	-43,6	-88,6	-90,4	-63,9	-66,3	-77,3	-5,7	-13,2	-8,6
Ago	-20,8	-59,0	-71,1	-13,5	-22,1	-44,4	2,9	-8,9	-1,9
Sep	-10,0	-18,0	-49,6	6,0	2,4	-17,8	-3,5	-11,4	-6,5
Oct	15,0	48,1	-0,9	35,6	56,2	22,0	7,3	-4,0	2,8
Nov	13,2	36,3	-10,0	17,5	23,3	1,3	9,3	2,6	6,8
Dic	4,6	12,4	-14,6	0,1	-7,3	-24,3	9,3	2,1	6,6
Ene.2021/2020	5,3	-0,6	-37,0	26,0	11,3	-8,5	11,0	2,6	7,8
Feb	0,7	16,1	-39,5	27,9	19,5	-8,1	-6,3	-6,0	-6,0
Mar	3,0	56,1	-3,8	28,7	51,1	13,3	-11,3	-8,2	-9,9
Abr	10,7	93,4	-40,9	87,7	45,8	25,1	-0,4	-3,6	-1,6
May	72,5	620,8	453,1	159,4	192,6	228,2	9,8	5,2	8,0
Jun	65,4	561,3	344,4	180,7	102,0	188,4	21,3	18,1	20,0
Jul	117,2	1313,0	950,8	283,5	261,3	276,8	16,9	15,9	16,6

Fuente: Departamento de Estudios CNC

Variaciones Ventas del Comercio Minorista RM (%)

	Índice Total Locales - Variación (%)				Índice Local Equivalente - Variación (%)			
	Anual	Trimestral	Semestral	Acumulada	Anual	Trimestral	Semestral	Acumulada
2017								2,5
2018								-0,1
2019				-4,4				-5,3
2020				-18,1				-21,3
ENE.2019	-2,6			-2,6	-2,7			-2,7
FEB	-1,1			-1,9	-2,9			-2,8
MAR	-0,8	-1,5		-1,5	-2,8	-2,8		-2,8
ABR	-1,1			-1,3	-5,6			-3,6
MAY	-0,3			-1,1	-4,7			-3,8
JUN	-2,4	-1,3	-1,4	-1,4	-4,1	-4,8	-3,8	-3,8
JUL	-2,4			-1,5	-2,5			-3,7
AGO	4,9			-0,8	4,4			-2,7
SEP	-4,1	-0,6		-1,1	-5,2	-1,2		-3,0
OCT	-18,4			-2,8	-16,9			-4,3
NOV	-19,8			-4,4	-16,9			-5,4
DIC	-4,8	-13,1	-7,4	-4,4	-4,4	-11,6	-6,8	-5,3
ENE.2020	-3,9			-3,9	-3,3			-3,3
FEB	3,0			-0,5	4,8			0,6
MAR	-20,6	-8,2		-8,2	-19,7	-7,2		-7,2
ABR	-45,9			-18,3	-46,5			-17,6
MAY	-42,8			-23,8	-48,3			-24,3
JUN	-50,7	-46,4	-28,6	-28,6	-55,7	-50,2	-29,9	-29,9
JUL	-43,6			-30,7	-47,4			-32,3
AGO	-20,8			-29,4	-22,4			-31,1
SEP	-10,0	-24,9		-27,4	-13,2	-27,8		-29,2
OCT	15,0			-24,0	6,1			-26,4
NOV	13,2			-21,1	6,4			-23,7
DIC	4,6	9,7	-7,5	-18,1	-3,4	1,8	-12,7	-21,3
ENE.2021	5,3			5,3	-3,1			-3,1
FEB	0,7			3,0	-6,4			-4,7
MAR	3,0	3,0		3,0	-3,9	-4,5		-4,5
ABR	10,7			4,3	-0,9			-3,9
MAY	72,5			15,7	80,5			8,6
JUN	65,4	50,2	21,8	21,8	63,8	47,2	14,9	14,9
JUL	117,2			32,6	140,6			28,5

Fuente: Departamento de Estudios CNC