

Índice de Importaciones en Volumen y Valor – Sector Retail

Primer Trimestre 2022

La Cámara Nacional de Comercio pone a disposición el Índice de Importaciones del Retail, elaborado por el Departamento de Estudios de la CNC junto a la consultora económica Quant Research. Este indicador cuenta con dos mediciones de importación para el sector, uno es el Índice de Volumen, el cual busca medir el comportamiento en el volumen/cantidad de las importaciones del sector y luego el Índice de Valor Unitario, que busca medir el cambio en los precios internacionales de importación en dólares de estos productos. Finalmente se analiza el nivel de concentración en cuanto a los países de origen de donde provienen en estas importaciones.

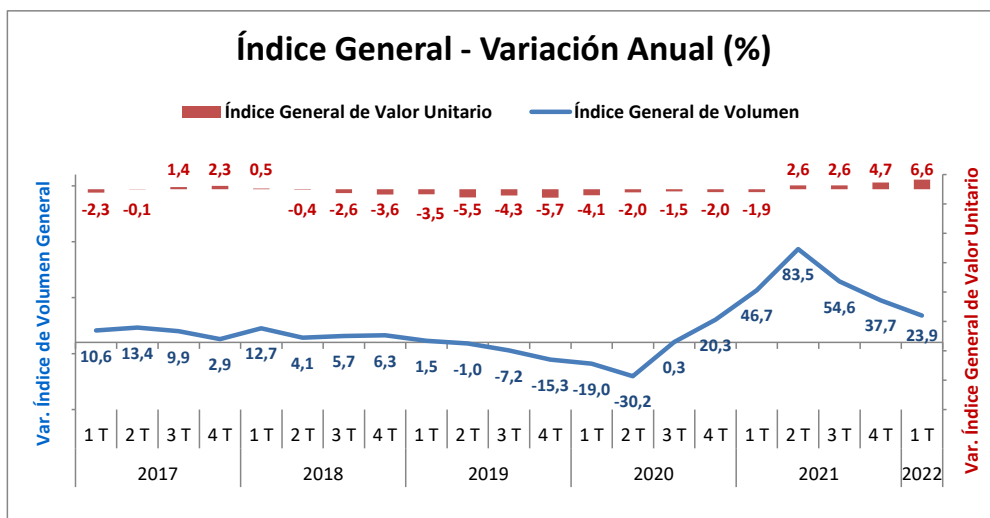
Este indicador de bienes del comercio involucra las principales categorías del retail: Vestuario, Calzado, Línea Blanca, Electrodomésticos y Electrónica.

Principales resultados:

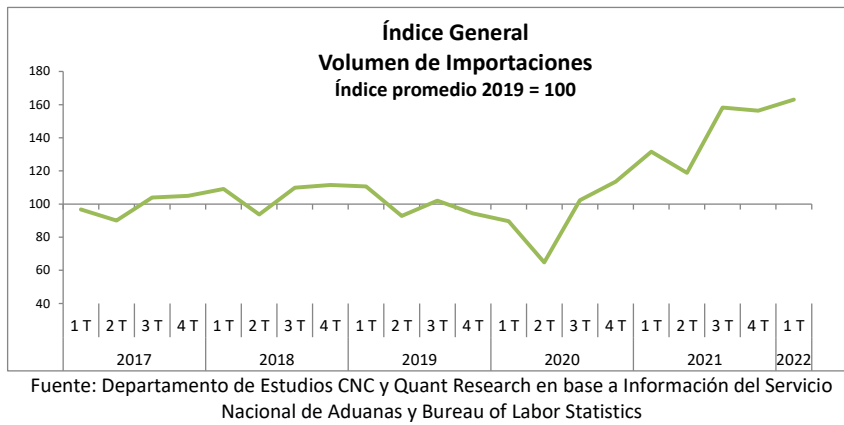
En el primer trimestre de 2022 el Índice de Volumen de Importaciones del Retail marcó un alza de 23,9% anual, dando cuenta de un fuerte incremento pese a enfrentar una alta base de comparación. Respecto al cuarto trimestre de 2021 el volumen importado de la canasta de bienes del retail creció un 4,3%.

Pese a que el alza es menor a lo registrada en los períodos anteriores, al analizar el índice se puede ver como los niveles de importación continúan incrementándose, marcando una fuerte tendencia positiva desde fines de 2020 a la fecha.

En cuanto al Índice de Valor Unitario, el cual indica el comportamiento del costo CIF internacional en dólares de los productos importados del sector, este evidencia un alza de 6,6% anual en el primer trimestre de este año, tras crecer 4,7% anual el último cuarto del 2021, dando cuenta de una aceleración en los precios producto de la mayor presión inflacionaria que se está enfrentando a nivel global.



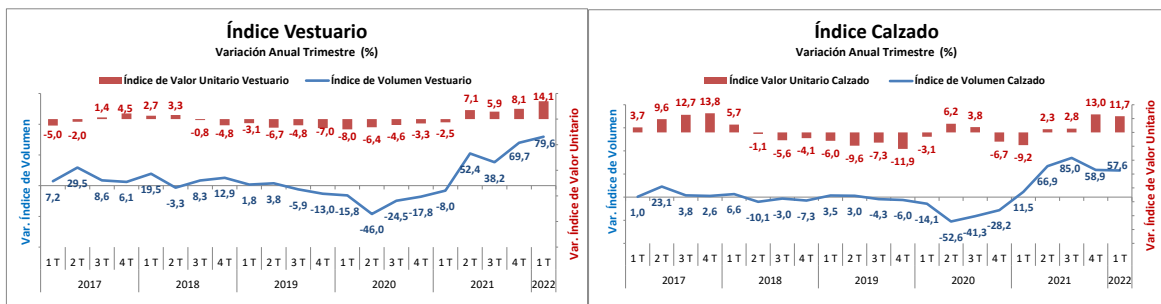
Fuente: Departamento de Estudios CNC y Quant Research en base a Información del Servicio Nacional de Aduanas y Bureau of Labor Statistics



Categorías del retail

Los resultados según categoría muestran que se mantienen fuertes crecimientos en los productos semi durables, mientras que los bienes durables se desaceleran. Dentro de los bienes semi durables, Vestuario, enfrentado en parte a una menor base de comparación, marca un alza anual de 79,6% en el primer cuarto del año, tras crecer un 69,7% el cuarto trimestre del año pasado. Por su parte, Calzado evidencia un aumento de 57,6% anual en el volumen importado el primer trimestre de este año, en línea con el alza del período anterior.

Con respecto al Índice de Valor Unitario de estas categorías (precio internacional en dólares), durante el primer trimestre de 2022 se acentúa aún más el alza en los precios producto de la situación internacional que estamos atravesando, marcando un incremento anual de 14,1% en los precios de Vestuario y de 11,7% en Calzado, respecto a igual período de 2021.

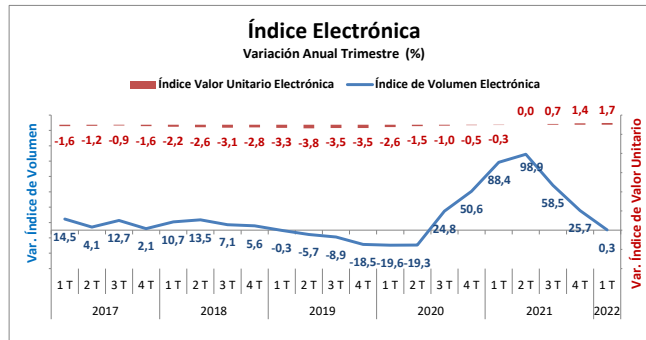
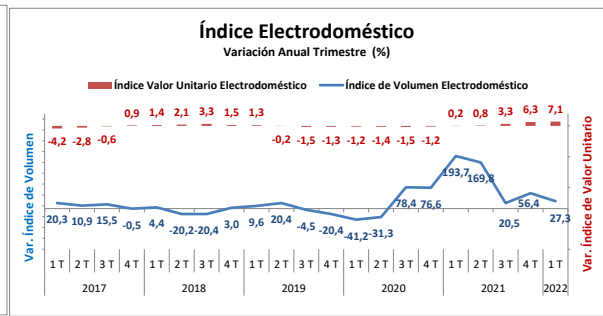
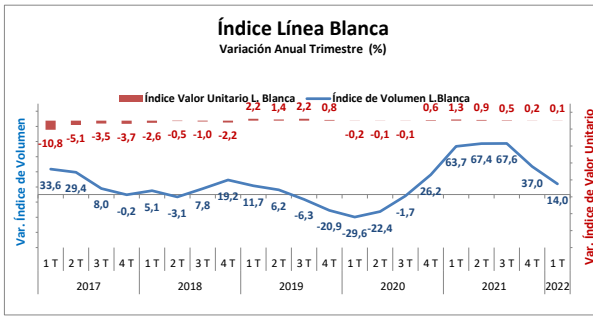


Fuente: Departamento de Estudios CNC y Quant Research en base a Información del Servicio Nacional de Aduanas y Bureau of Labor Statistic

En cuanto al volumen de importaciones de bienes durables, los niveles importados comienzan a estabilizarse, manteniéndose eso sí por encima de lo reportado previo a la pandemia.

Electrónica, es la categoría que más se desacelera, con un alza marginal de 0,3% anual en el volumen importado durante el primer trimestre de este año. Por su parte, Electrodomésticos y Línea Blanca registraron alzas anuales de 27,3% y 14% respectivamente.

Con respecto al Índice de Valor Unitario de estas categorías, Electrodomésticos destaca con un alza anual de 7,1% en sus precios internacionales en dólares durante el primer trimestre del año, mientras que los valores internacionales Línea Blanca y Electrónica suben un 0,1% y 1,7% anual cada una en igual período.



Fuente: Departamento de Estudios CNC y Quant Research en base a Información del Servicio Nacional de Aduanas y Bureau of Labor Statistic

Conclusiones

El Índice de Importaciones en Volumen del Retail da cuenta que se mantuvo el dinamismo del consumo durante el primer trimestre de este año y los niveles importados también dan cuenta que se espera un segundo trimestre positivo. La mayor liquidez de los hogares producto de los retiros y ayudas fiscales sigue impulsando el consumo de bienes, sobre todo por el lado de los semi durables, categorías que demoraron más en repuntar y que, este año con la apertura de la actividad, vuelta a clases, trabajo y actividades presenciales, experimentaron un fuerte crecimiento.

Por el lado de los bienes durables, si bien se desacelera su importación, los niveles continúan aún muy por sobre lo que se importaba en el primer trimestre de 2020, previo a que la pandemia golpeará al país.

Por el lado de los precios internacionales de los productos del retail, donde en su gran mayoría son importados, se ven presiones inflacionarias en todas las categorías, destacando Vestuario, Calzado y Electrodomésticos. La presión en los precios responde a la mayor demanda a nivel global tras el levantamiento de restricciones, aumento en costos de transporte y materias primas producto, primero de la pandemia, y luego la guerra entre Rusia y Ucrania. A esto se suma el cierre de puertos y nuevos confinamientos en China durante este primer trimestre para intentar frenar la nueva ola de Covid 19, lo que ha impactado el normal abastecimiento y alterado la logística, considerando sobre todo que de este mercado proviene cerca del 70% de los productos que se venden en el retail.

Tabla: Índice General de Volumen y Valor

		Índice de Volumen			Índice Valor Unitario		
Período Trimestre		Índice de Volumen	Var. % Anual	Variación Acumulada	Índice	Var. % Anual	Variación Acumulada
2015	1 T	96,4	0,4	0,4	109,8	-1,2	-1,2
	2 T	76,3	-6,3	-2,6	111,6	0,3	-0,4
	3 T	91,9	-1,0	-2,1	106,6	-0,7	-0,5
	4 T	98,2	7,7	0,4	106,8	-1,5	-0,8
2016	1 T	87,5	-9,2	-9,2	107,8	-1,8	-1,8
	2 T	79,4	4,1	-3,4	109,2	-2,2	-2,0
	3 T	94,6	2,9	-1,2	104,3	-2,2	-2,0
	4 T	101,9	3,8	0,2	103,6	-3,0	-2,3
2017	1 T	96,8	10,6	10,6	105,3	-2,3	-2,3
	2 T	90,0	13,4	11,9	109,1	-0,1	-1,2
	3 T	104,0	9,9	11,2	105,8	1,4	-0,3
	4 T	104,9	2,9	8,9	106,0	2,3	0,3
2018	1 T	109,1	12,7	12,7	105,8	0,5	0,5
	2 T	93,7	4,1	8,6	108,7	-0,4	0,0
	3 T	109,9	5,7	7,5	103,1	-2,6	-0,8
	4 T	111,5	6,3	7,2	102,2	-3,6	-1,5
2019	1 T	110,7	1,5	1,5	102,1	-3,5	-3,5
	2 T	92,8	-1,0	0,3	102,7	-5,5	-4,5
	3 T	102,0	-7,2	-2,3	98,7	-4,3	-4,4
	4 T	94,4	-15,3	-5,7	96,4	-5,7	-4,7
2020	1 T	89,7	-19,0	-19,0	97,9	-4,1	-4,1
	2 T	64,8	-30,2	-24,1	100,6	-2,0	-3,1
	3 T	102,3	0,3	-15,9	97,2	-1,5	-2,6
	4 T	113,6	20,3	-7,4	94,5	-2,0	-2,4
2021	1 T	131,6	46,7	46,7	96,0	-1,9	-1,9
	2 T	118,9	83,5	62,1	103,2	2,6	0,4
	3 T	158,2	54,6	59,2	99,7	2,6	1,1
	4 T	156,4	37,7	52,6	98,9	4,7	1,9
2022	1 T	163,1	23,9	23,9	102,3	6,6	6,6

Concentración de origen

Para calcular la concentración de los mercados de origen de los distintos grupos de la canasta se utilizó el Índice HH (Herfindahl Hirshmann) este mide el grado de diversificación / concentración, ponderando el peso de cada procedencia dentro de cada producto en el total de las importaciones de ese producto. El índice varía entre 0 y 1; un índice mayor de 0,18 se considera como un mercado “concentrado”, entre 0,10 y 0,18 “moderadamente concentrado”, mientras el rango entre 0,0 y 0,10 se considera “diversificado”. Valores altos son indicativos de una elevada concentración¹.

Este indicador da cuenta de un alto nivel de concentración de las importaciones chilenas en los bienes del retail estudiados, donde dependemos altamente de China como país de origen.

En el primer trimestre de este año, Vestuario aumenta aún más su grado de concentración alcanzado 0,61 puntos, donde un 77,4% proviene de China. Luego Calzado alcanza un nivel de

¹ Oficina de Asuntos Económicos CEPAL

concentración de 0,48, donde China concentra un 67,7% de las importaciones seguido por Vietnam con un 14,4%.

Por su parte Artefactos Eléctricos, que agrupa las categorías de Línea Blanca, Electrodomésticos y Electrónica, alcanza un nivel de concentración de 0,39 puntos, en línea con los períodos anteriores, donde un 69,3% del total viene de China.

Concentración de origen:

<p style="text-align: center;">Vestuario</p>	<p>Vestuario Composición por principales países (%)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>País</th> <th>Prom. 2021</th> <th>1 Trim. 2022</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>CHINA</td> <td>69,6%</td> <td>77,4%</td> </tr> <tr> <td>BANGLADESH</td> <td>5,5%</td> <td>5,7%</td> </tr> <tr> <td>ORIG.O DEST. NO</td> <td>6,5%</td> <td>4,2%</td> </tr> <tr> <td>VIETNAM</td> <td>2,4%</td> <td>2,0%</td> </tr> <tr> <td>PERU</td> <td>2,1%</td> <td>1,4%</td> </tr> <tr> <td>SUB TOTAL</td> <td>86,1%</td> <td>90,7%</td> </tr> </tbody> </table>	País	Prom. 2021	1 Trim. 2022	CHINA	69,6%	77,4%	BANGLADESH	5,5%	5,7%	ORIG.O DEST. NO	6,5%	4,2%	VIETNAM	2,4%	2,0%	PERU	2,1%	1,4%	SUB TOTAL	86,1%	90,7%
País	Prom. 2021	1 Trim. 2022																				
CHINA	69,6%	77,4%																				
BANGLADESH	5,5%	5,7%																				
ORIG.O DEST. NO	6,5%	4,2%																				
VIETNAM	2,4%	2,0%																				
PERU	2,1%	1,4%																				
SUB TOTAL	86,1%	90,7%																				
<p style="text-align: center;">Calzado</p>	<p>Calzado Composición por principales países (%)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>País</th> <th>Prom. 2021</th> <th>1 Trim. 2022</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>CHINA</td> <td>59,9%</td> <td>67,7%</td> </tr> <tr> <td>VIETNAM</td> <td>18,2%</td> <td>14,4%</td> </tr> <tr> <td>INDONESIA</td> <td>6,4%</td> <td>5,5%</td> </tr> <tr> <td>BRASIL</td> <td>3,6%</td> <td>3,3%</td> </tr> <tr> <td>SUB TOTAL</td> <td>88,2%</td> <td>90,9%</td> </tr> </tbody> </table>	País	Prom. 2021	1 Trim. 2022	CHINA	59,9%	67,7%	VIETNAM	18,2%	14,4%	INDONESIA	6,4%	5,5%	BRASIL	3,6%	3,3%	SUB TOTAL	88,2%	90,9%			
País	Prom. 2021	1 Trim. 2022																				
CHINA	59,9%	67,7%																				
VIETNAM	18,2%	14,4%																				
INDONESIA	6,4%	5,5%																				
BRASIL	3,6%	3,3%																				
SUB TOTAL	88,2%	90,9%																				
<p style="text-align: center;">Artefactos Eléctricos</p>	<p>Artículos Electrónicos Composición por principales países (%)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>País</th> <th>Prom. 2021</th> <th>1 Trim. 2022</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>CHINA</td> <td>66,4%</td> <td>69,3%</td> </tr> <tr> <td>VIETNAM</td> <td>9,4%</td> <td>10,5%</td> </tr> <tr> <td>MEXICO</td> <td>7,2%</td> <td>4,7%</td> </tr> <tr> <td>U.S.A.</td> <td>7,1%</td> <td>4,6%</td> </tr> <tr> <td>SUB TOTAL</td> <td>90,1%</td> <td>89,1%</td> </tr> </tbody> </table>	País	Prom. 2021	1 Trim. 2022	CHINA	66,4%	69,3%	VIETNAM	9,4%	10,5%	MEXICO	7,2%	4,7%	U.S.A.	7,1%	4,6%	SUB TOTAL	90,1%	89,1%			
País	Prom. 2021	1 Trim. 2022																				
CHINA	66,4%	69,3%																				
VIETNAM	9,4%	10,5%																				
MEXICO	7,2%	4,7%																				
U.S.A.	7,1%	4,6%																				
SUB TOTAL	90,1%	89,1%																				

Quant Research es una empresa de consultoría económica y financiera que surgió de la experiencia de jóvenes profesionales luego de su paso por el Ministerio de Hacienda entre los años 2010-2014. Su valor agregado y distinción radican en una importante trayectoria en temas económicos, financieros, regulatorios y de políticas públicas; así como en su gran capacidad analítica y rigurosidad técnica.