

Termómetro Semanal de las Ventas Minoristas

Actualizado a la semana 21 de 2023 (22 al 28 de mayo)

Preparado por el Departamento de Estudios de la Cámara Nacional de Comercio, este indicador semanal nace en mayo del 2020 con el objetivo de ir midiendo durante la crisis sanitaria-económica (COVID-19) el comportamiento de las ventas minoristas (presenciales y online) a nivel país, representado por tiendas especializadas, tiendas no especializadas / grandes tiendas y supermercados. **El indicador mide la variación nominal** en las ventas semanales respecto a la semana que la precede (variación % con la semana anterior) y la variación nominal en las ventas semanales respecto a igual semana del año anterior (variación % anual).

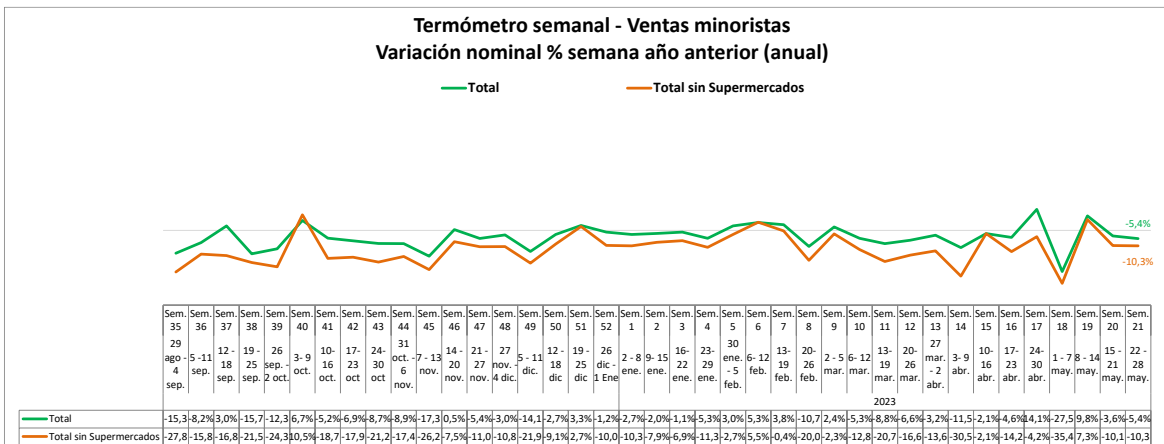
Resultado Anual

Según el termómetro semanal de ventas del retail, mayo marcó una fuerte baja en la primera semana del mes, luego se evidencia un alza anual en la segunda semana (8 al 14 de mayo), para volver a terreno negativo en las últimas dos semanas. La fuerte baja en la primera semana de mayo se debe principalmente por un tema de efecto calendario por el feriado irrenunciable del 1 de mayo, el cual este año cayó lunes, dejando una semana de seis días que se compara con una de siete en 2022.

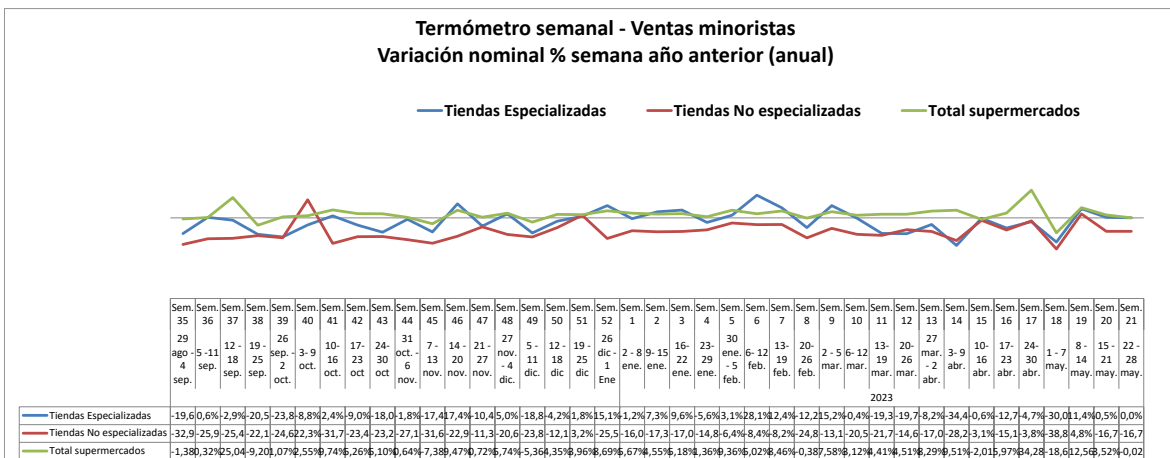
De esta manera las semanas del mes de mayo promediaron una baja nominal de 6,7% en las ventas del retail, mayor a la baja de abril y una caída de 12,1% al no considerar supermercados, en línea con la baja del mes anterior.

En términos reales, la caída promedio de las semanas de mayo es en torno al 15,5%, con una contracción promedio de 13% real en tiendas especializadas y una caída real anual de 25,5% en las no especializadas. Supermercados por su parte, refleja una baja promedio semanal de 9,4% real en las semanas de mayo.

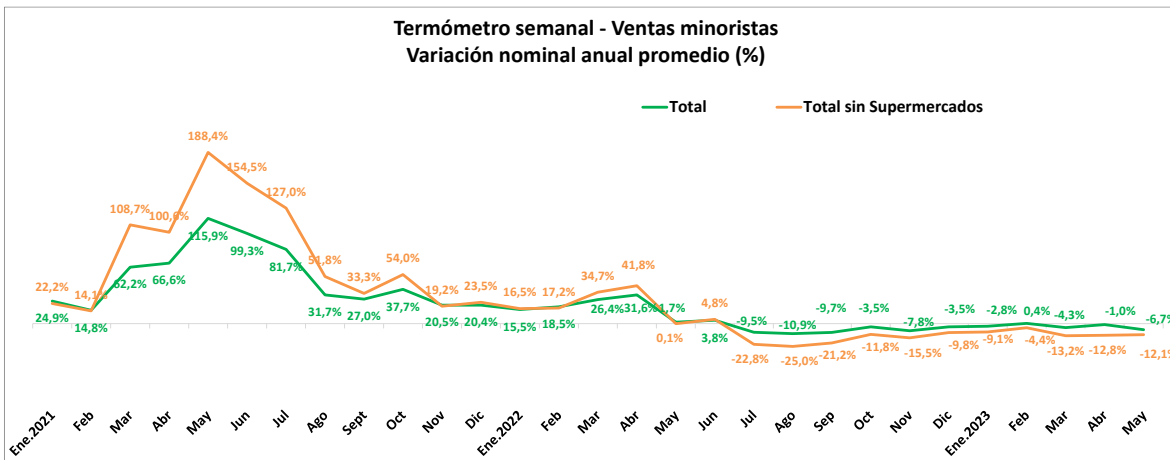
Los resultados responden en parte a temas de base de comparación, el tercer retiro culminó a fines de abril del año pasado por lo que en mayo seguía manteniéndose una alta liquidez. Sin embargo, la caída del comercio minorista ha sido más pronunciada estos últimos meses, en respuesta a un escenario económico más incierto, con hogares que están enfrentando una alta carga financiera a mayores tasas, junto a la caída de su poder adquisitivo dado la mayor inflación y un mercado laboral que se deteriora.



Fuente: Departamento de Estudios CNC



Fuente: Departamento de Estudios CNC

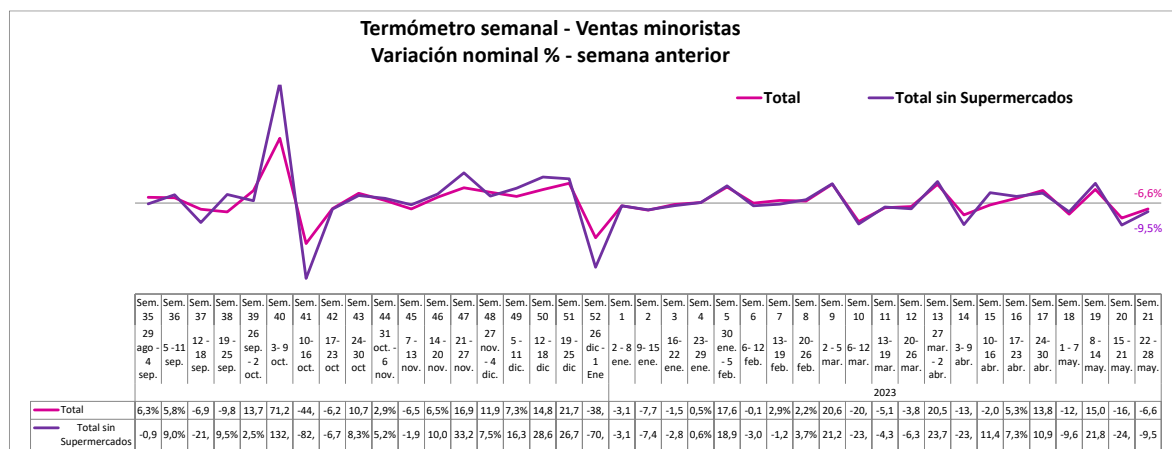


Fuente: Departamento de Estudios CNC

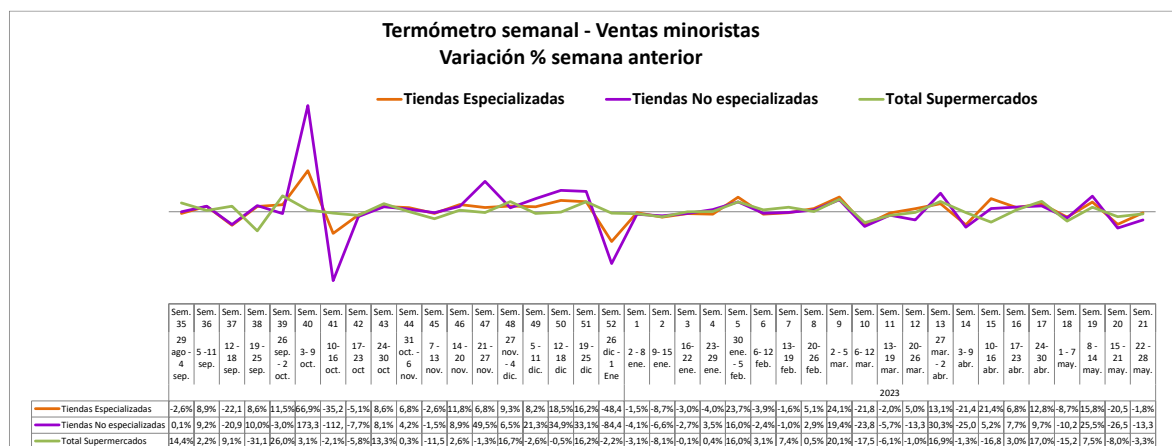
Resultado Semanal

Respecto a los resultados semanales se puede ver una baja de 6,6% en la última semana de mayo (21 al 28 de mayo) frente a la anterior y una caída de 9,5% al no considerar el rubro de supermercados. Por tipo de tienda, las especializadas marcan una baja de 1,8% la semana 21 frente a la 19 y las no especializadas caen 13,3%.

Durante el quinto mes del año, la segunda semana registró un alza frente a la anterior por efecto calendario, ya que se compara con una semana donde el sector no abrió el lunes 1 de mayo, mientras que el resto de las semanas del mes marcan caídas semanales. Hacia fines de mes los consumidores pudieron también haber postergado decisiones de compra en vísperas del Cyber day.



Fuente: Departamento de Estudios CNC



Fuente: Departamento de Estudios CNC