



Ventas del comercio en regiones moderan expansión en primer bimestre del año

- *La Octava Región mostró el mejor resultado con un promedio de 4,9%, seguido por la Quinta Región con un 3,9% y la Novena Región con un 3,7%.*
- *La Línea Tradicional de Supermercado se mantuvo como el rubro más débil, influido por el alza en los precios, especialmente de los productos perecibles.*

Santiago, 15 de abril de 2014.- Las ventas reales del comercio minorista de las regiones Quinta, Octava y Novena desaceleraron su nivel de crecimiento en los dos primeros meses de 2014, lo que se evidenció especialmente en febrero, debido en parte a la mayor base de comparación. Así, continuaron con la tendencia a la baja observada en el último período de 2013, según el índice que elabora mensualmente la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile (CNC).

El mejor resultado se dio en la Región del Biobío, cuyas ventas acumularon un incremento de 4,9% en el primer bimestre de 2014, con aumentos anuales de 5,7% en enero y 4,3% en febrero.

En la Región de Valparaíso, la actividad comercial minorista creció 5,0% anual en enero y 2,9% anual en febrero, promediando un crecimiento de 3,9% durante los dos primeros meses del año.

En la Región de La Araucanía, las ventas reales del comercio minorista aumentaron 5,8% anual en enero y 1,8% anual en febrero para promediar un incremento de 3,7% en el período enero – febrero 2014.

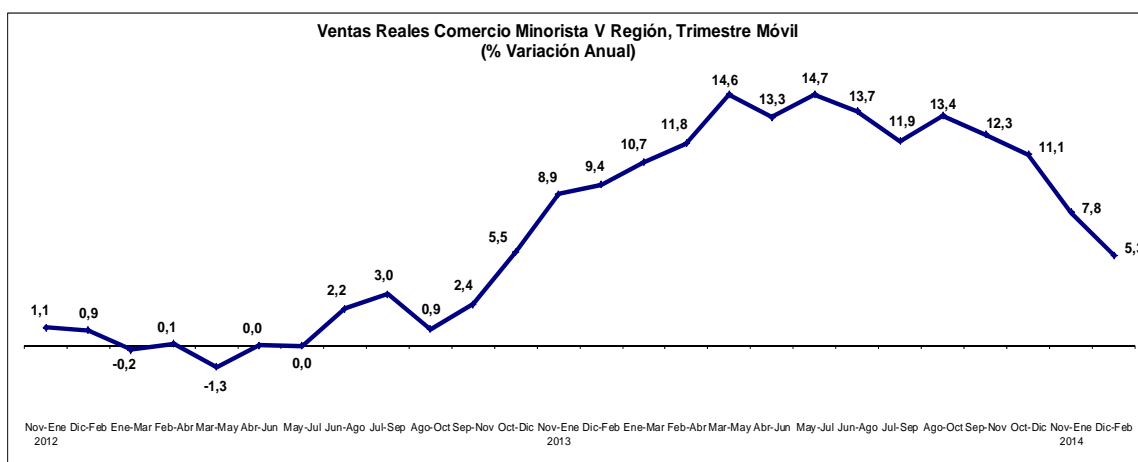
Los rubros que destacaron en los dos primeros meses de este año fueron Vestuario, Calzado y Artefactos Eléctricos, impulsados por las atractivas ofertas y descuentos de las casas comerciales. En cambio, la Línea Tradicional de Supermercado se mantuvo como el rubro más débil, con contracción o bajo incremento, influido por el alza en los precios, especialmente de los productos perecibles.

Análisis por regiones

V Región de Valparaíso

Tras el dinámico comportamiento durante 2013, en que acumularon un crecimiento de 11,7%, las ventas reales del comercio minorista de la Región de Valparaíso se desaceleraron en los dos primeros meses de 2014, registrando aumentos anuales de 5,0% en enero y 2,9% en febrero. En el menor desempeño de febrero influyó la mayor base de comparación, ya que en este mismo mes de 2013 se registró un alza de 9,7% anual, variación que en enero alcanzó a 5,3% anual.

Con estos resultados, durante el primer bimestre del año las ventas regionales acumularon un incremento de 3,9%, acentuando la tendencia a la baja que se empezó a notar en la última parte de 2013, como lo refleja el promedio móvil trimestral, que de un incremento de 12,3% en septiembre-noviembre 2013 descendió a 11,1% en octubre-diciembre 2013, llegando a 5,3% en diciembre 2013-febrero 2014.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Los rubros que destacaron en los dos primeros meses del año fueron Vestuario, Calzado y Artefactos Eléctricos, en tanto, persistió la contracción en la Línea Tradicional de Supermercado, influida por alzas en los precios, principalmente de los productos perecibles.

Las ventas de Calzado no solo destacaron por su mayor expansión, sino también por los similares resultados del primer bimestre. En enero crecieron 20,5% anual y en febrero 20,3% anual, por lo que en los dos primeros meses de 2014 acumularon un crecimiento de 20,4%.

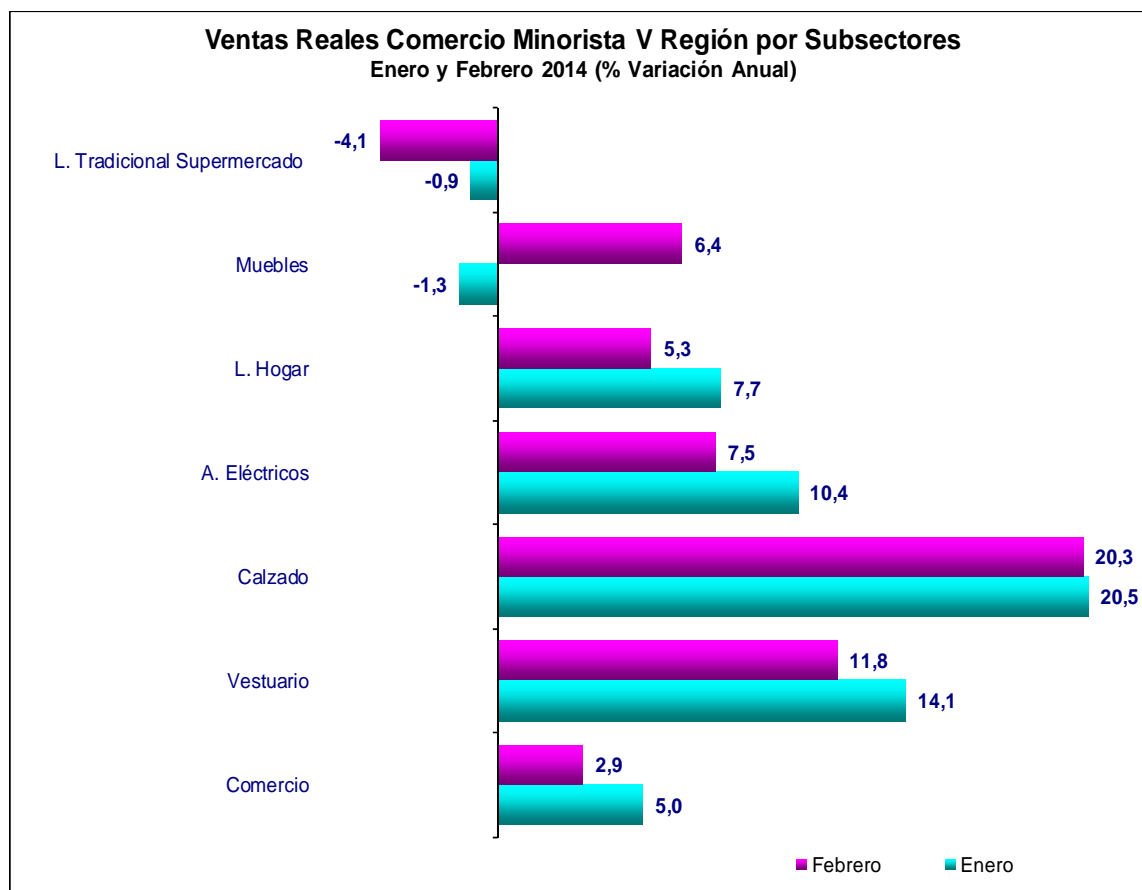
En cambio, las ventas de Vestuario y Artefactos Eléctricos se desaceleraron en febrero. Los aumentos anuales de Vestuario fueron de 14,1% en enero y de 11,8% en febrero, promediando un alza de 12,9% en el período enero – febrero 2014.

Artefactos Eléctricos, en tanto, acumuló un incremento de 9,0% en el primer bimestre del año, con variaciones anuales de 10,4% en enero y de 7,5% en febrero.

También en febrero se moderó el ritmo de Línea Hogar, cuyas ventas crecieron 7,7% anual en enero y 5,3% anual en febrero, promediando un incremento de 6,5% en los dos primeros meses de 2014.

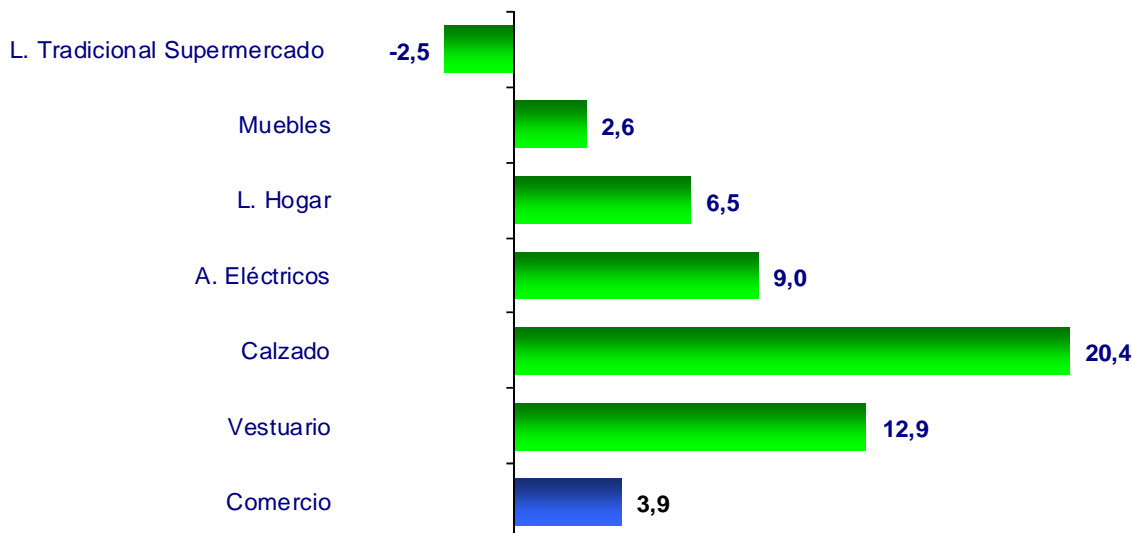
Lo contrario se observó en Muebles, actividad que tras caer 1,3% anual en enero, se recuperó en febrero, aumentando 6,4% anual, lo que determinó que en el período enero – febrero 2014 acumulara un alza de 2,6%.

Por su parte, las ventas de Línea Tradicional de Supermercados continuaron registrando variaciones negativas, particularmente en febrero, mes de mayor inflación en este rubro. En enero disminuyeron 0,9% anual, contracción que se elevó a 4,1% anual en febrero, para promediar una caída de 2,5% en el primer bimestre del año.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Ventas Reales Comercio Minorista V Región por Subsectores Enero - Febrero 2014/2013 (% Variación)

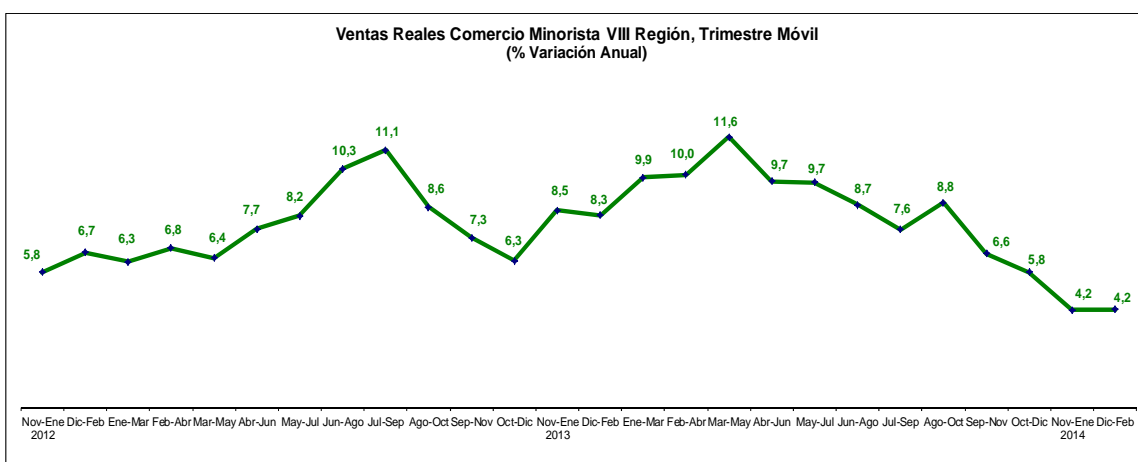


Fuente: Departamento de Estudios CNC

VIII Región de Biobío

Las ventas reales del comercio minorista de la Octava Región mostraron un moderado comportamiento en el primer bimestre de 2014, creciendo 5,7% en enero y 4,3% en febrero respecto de los mismos meses de 2013.

Con estos resultados en el primer bimestre del año se acumuló un aumento de 4,9%, lo que implica que se mantiene la desaceleración iniciada en el segundo semestre de 2013, año que cerró con un aumento promedio de 8,1% y un incremento de 5,8% en el cuarto trimestre. Esta tendencia se ve reflejada en el promedio móvil trimestral, ya que de un nivel de 8,8% en agosto-octubre de 2013 descendió a 4,2% en diciembre 2013-febrero 2014.



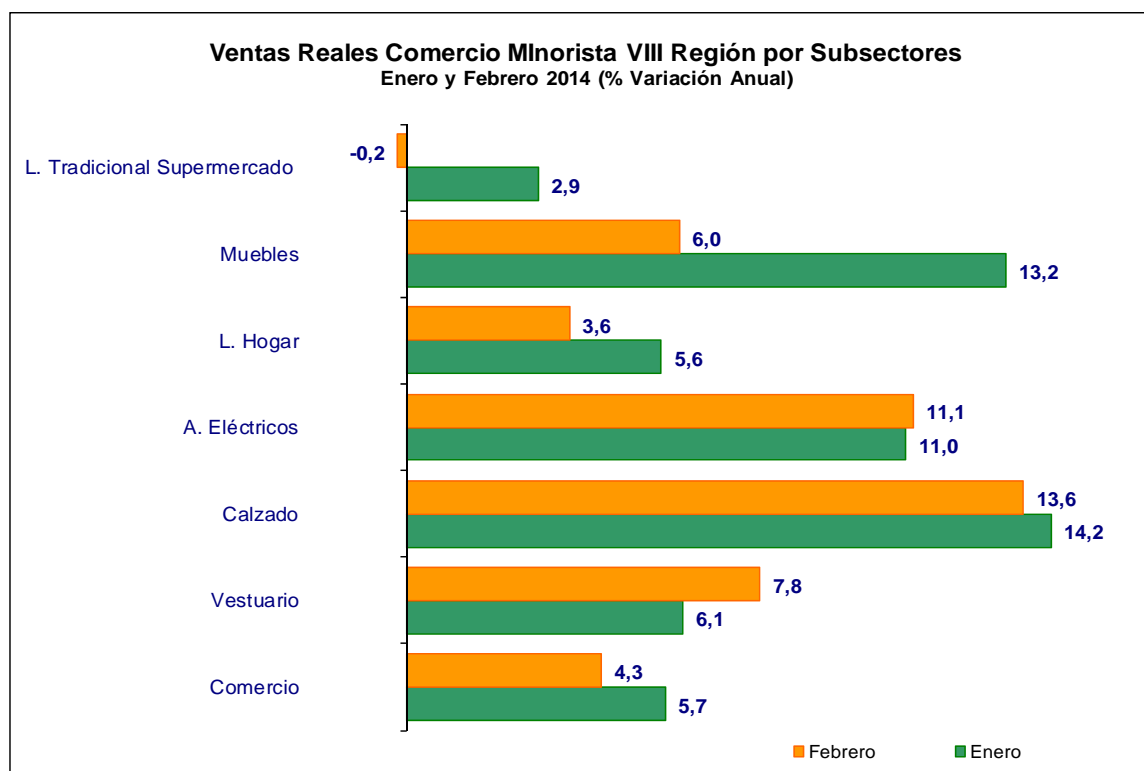
Fuente: Departamento de Estudios CNC

Todos los rubros promediaron variaciones positivas en los dos primeros del año, incluso la Línea Tradicional de Supermercado, que cerró 2013 con una importante contracción (-4,2%). Las ventas reales de este rubro acumularon un alza de 1,3% en el período enero – febrero 2014, que comprende un aumento de 2,9% anual en enero y una disminución de 0,2% anual en febrero.

En el bimestre destacaron Calzado y Artefactos Eléctricos con tasas de dos dígitos y resultados similares en los dos meses. Calzado registró incrementos anuales de 14,2% en enero y de 13,6% en febrero, promediando un crecimiento de 13,8% en los dos primeros meses del año.

Las ventas de Artefactos Eléctricos, en tanto, aumentaron 11,0% anual en enero y 11,1% en febrero, acumulando un incremento de 11,1% en el período enero – febrero 2014.

Con un desempeño proporcionalmente menor, la actividad de Vestuario anotó un mejor resultado en febrero con un crecimiento anual de 7,8%, variación que en enero se ubicó en 6,1% anual. De esta manera, promedió un aumento de 6,9% en el primer bimestre de 2014.

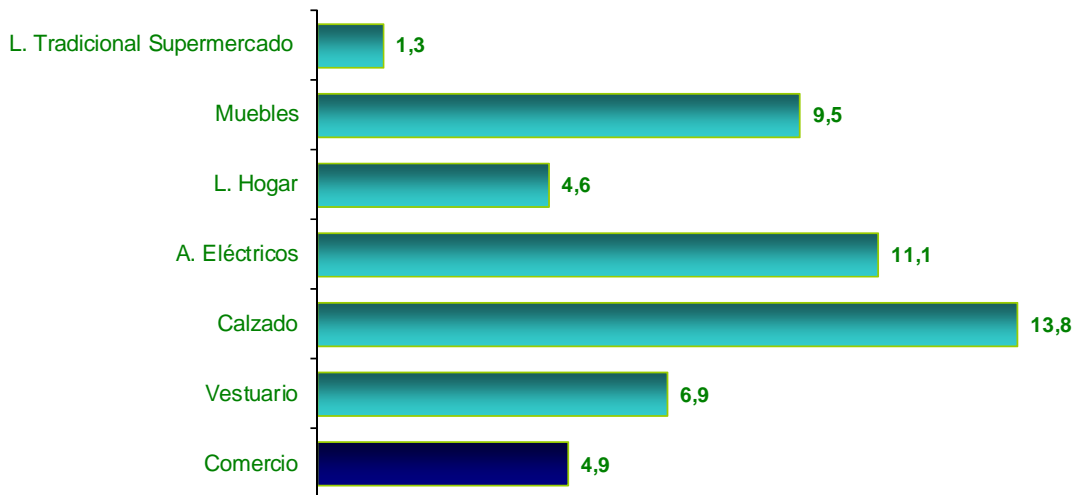


Fuente: Departamento de Estudios CNC

En cambio, en Línea Hogar y Muebles las ventas se desaceleraron en febrero, tras un comportamiento más dinámico en enero, lo que fue más notorio en Muebles. Este rubro registró una expansión 13,2% anual en enero, nivel que se redujo a 6,0% anual en febrero, lo que determinó un incremento acumulado de 9,5% en los dos primeros meses del año.

Por su parte, Línea Hogar exhibió aumentos anuales de 5,6% en enero y de 3,6% en febrero, alcanzando un promedio de 4,6% en el período enero – febrero 2014.

Ventas Reales Comercio Minorista VIII Región por Subsectores Enero - Febrero 2014/2013 (% Variación)

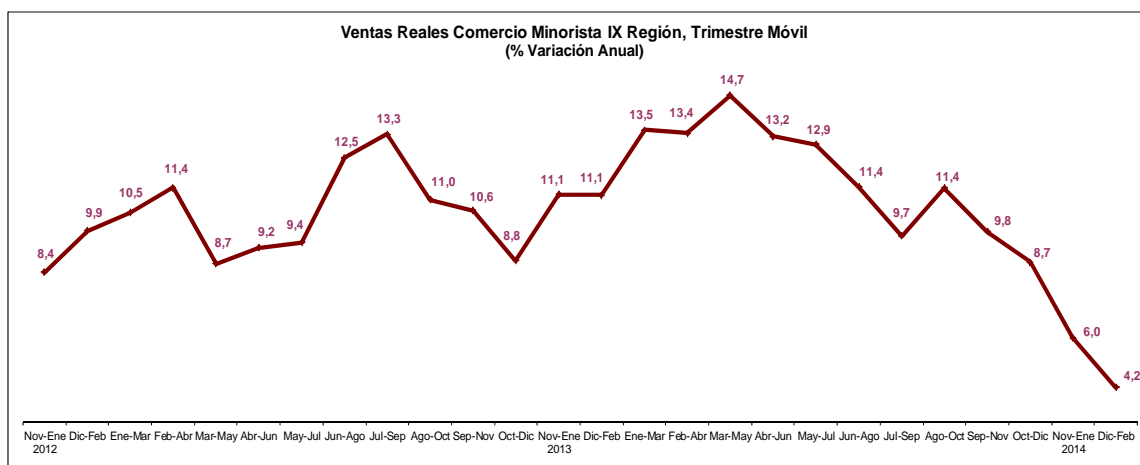


Fuente: Departamento de Estudios CNC

IX Región de la Araucanía

Las ventas reales del comercio minorista de la Región de la Araucanía se desaceleraron fuertemente en febrero, registrando un aumento anual de 1,8%, habiendo crecido 5,8% anual en enero. Si bien esta evolución, en parte, se debe a la alta base de comparación, da cuenta de la moderación en el desempeño de la actividad comercial.

Con estos resultados, en el primer bimestre del año se acumuló un incremento de 3,7%, cifra no solo inferior al promedio de 2013 (11,2%), sino también a la observada en el cuarto trimestre de ese año (8,7%). Esta tendencia se reflejó en el promedio móvil trimestral en que de un aumento de 11,4% en agosto-octubre 2013 se llegó a uno de 4,2% en diciembre 2013-febrero 2014.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

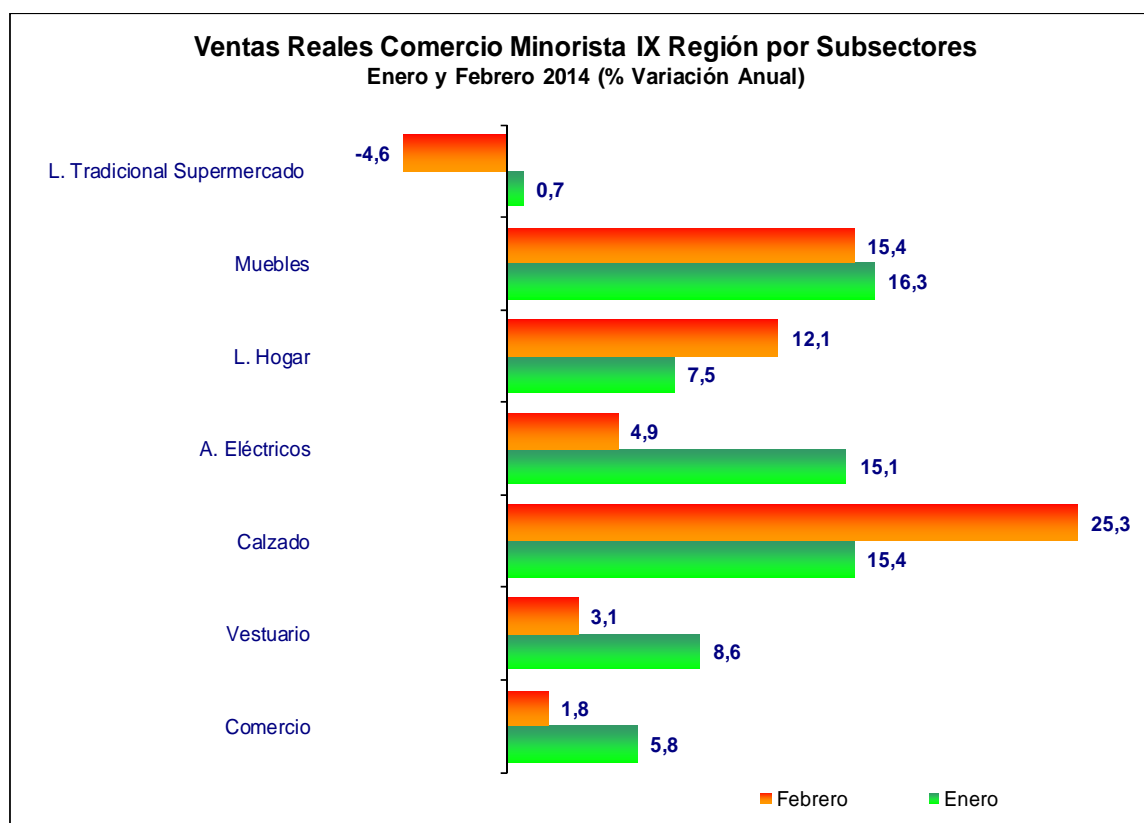
Un dispar comportamiento registraron los distintos rubros durante los dos primeros meses del año. Destacó Calzado por su mayor expansión y por acelerar su ritmo en febrero. Sus ventas crecieron 15,4% anual en enero y 25,3% anual en febrero, acumulando un alza de 21,3% en el período enero – febrero de 2014

Con un aumento promedio de 15,8% en el primer bimestre del año, le siguió Muebles, actividad que exhibió resultados relativamente parejos en los dos meses, anotando incrementos anuales de 16,3% en enero y de 15,4% en febrero.

Las ventas de Línea Hogar también aceleraron su ritmo en febrero, creciendo 12,1% anual y aumentado 7,5% anual en enero. Así acumuló un incremento de 9,7% en los dos primeros meses del año.

En cambio, Vestuario y Artefactos Eléctricos desaceleraron su desempeño en febrero. Las ventas de Vestuario aumentaron 8,6% anual en enero y 3,1% anual en febrero, promediando un alza de 5,7% en el período enero – febrero.

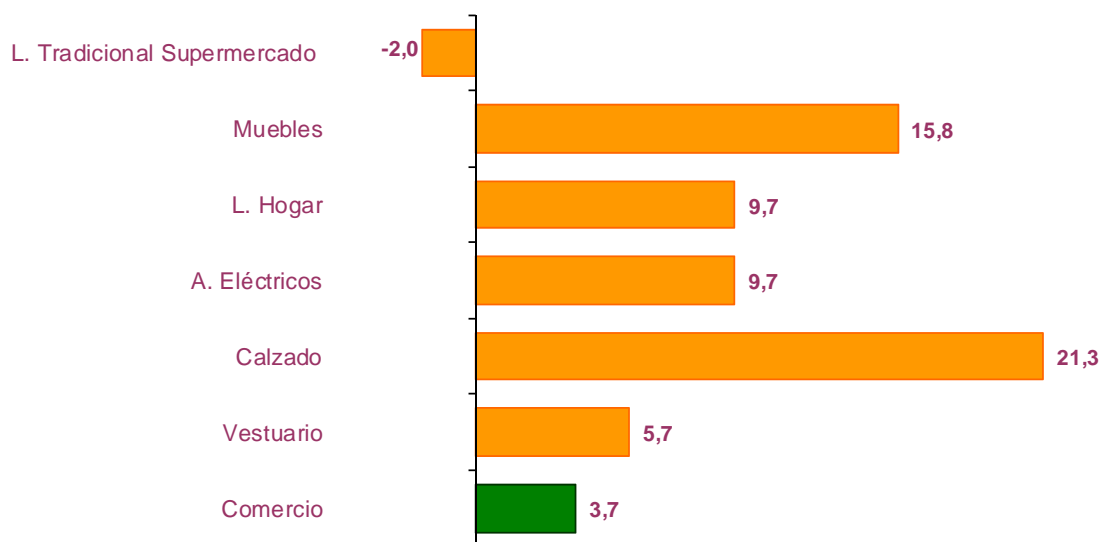
La actividad de Artefactos Eléctricos, luego de expandirse 15,1% anual en enero, redujo su tasa a 4,9% anual en febrero, por lo que acumuló un incremento de 9,7% en el primer bimestre del año.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

En la Línea Tradicional de Supermercado, la desaceleración de febrero llevó a que las ventas de se contrajeran un 4,6% anual, tras haber alcanzado una variación positiva de 0,7% anual en enero. Con estos resultados, en el período enero – febrero 2014 promedió una caída de 2,0%.

Ventas Reales Comercio Minorista IX Región por Subsectores Enero - Febrero 2013/2012 (% Variación)



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Perspectivas

La actividad económica ha continuado desacelerándose a un ritmo superior a lo previsto. Así lo muestra la evolución del crecimiento en 2013 que registró un bajo incremento en el cuarto trimestre (2,7%) y luego continuó descendiendo en el primer bimestre de 2014 (2,2%).

Si bien este panorama estuvo influido principalmente por el debilitamiento de la inversión, que registró una fuerte caída en el cuarto trimestre, el consumo privado también tendió a moderar levemente su ritmo en la última parte de 2013.

El desempeño de las ventas del comercio minorista en el primer bimestre del año estaría indicando que se mantiene la pérdida de dinamismo del consumo, determinado principalmente por la menor expansión de la masa salarial, debido a la baja en la tasa de aumento de las remuneraciones reales, de niveles promedio sobre 4% a menores de 3%.

En este contexto, las proyecciones de crecimiento de la actividad y demanda para 2014 se han revisado a la baja, lo que influirá en el desempeño del comercio, estimándose que las ventas minoristas globales crecerían en torno al 5% este año, con una evolución que iría de menos a más, debido principalmente a la base de comparación.