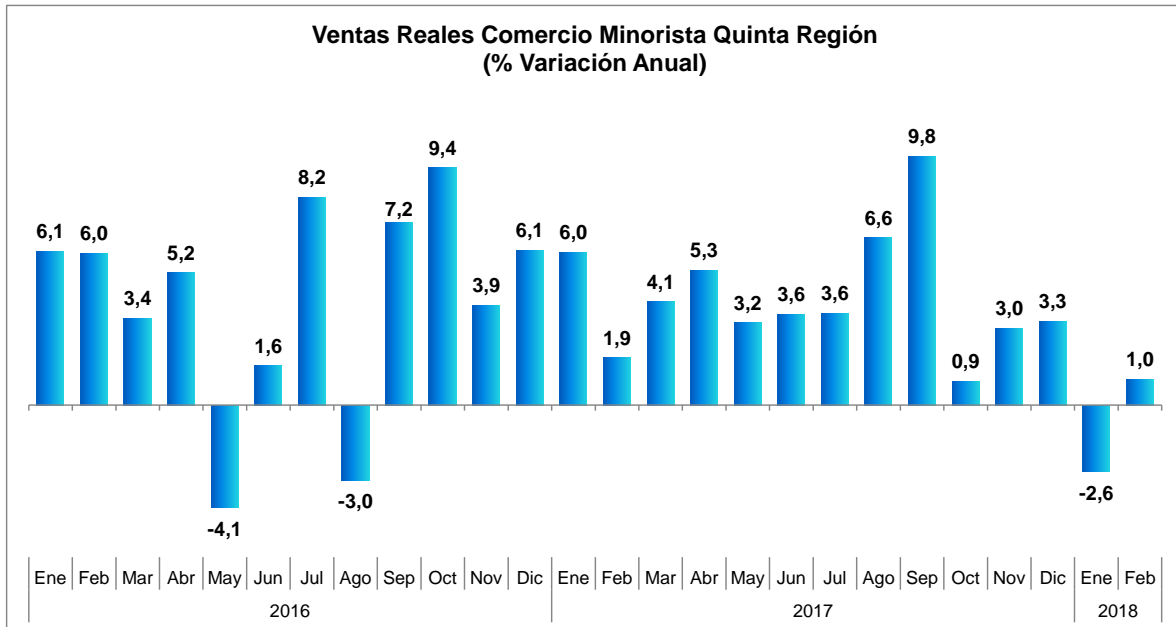


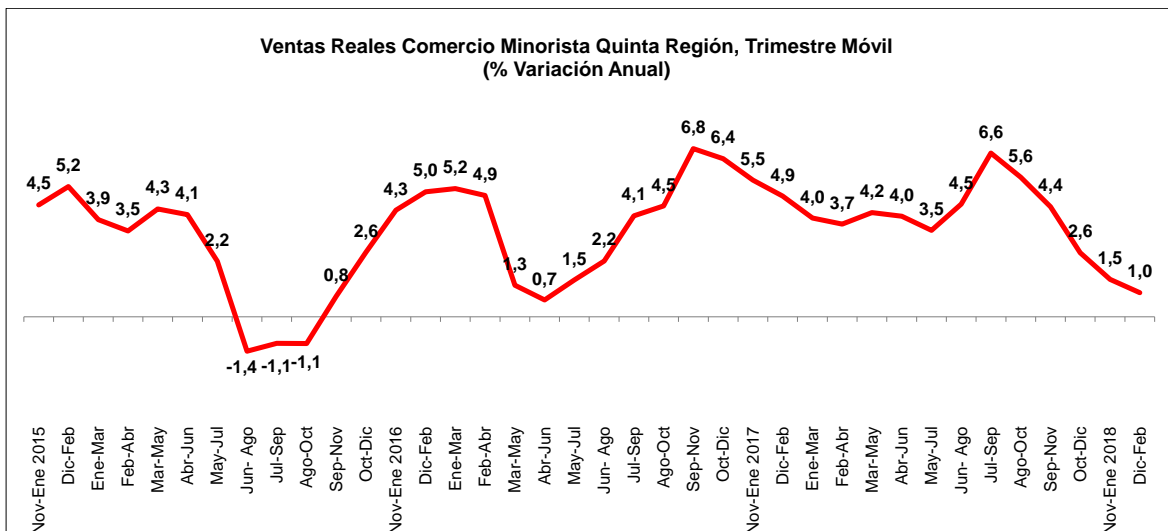
Región de Valparaíso

Las ventas de la Región de Valparaíso, en términos de locales equivalentes, tras caer un 2,6% en enero, evidenciaron en febrero un alza real de 1,0% anual. Así las ventas minoristas acumulan una baja en el margen de 0,8% real en el período enero y febrero de 2018, bajo el resultado registrado en igual período 2017 que marcó un incremento real de 3,9%.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Con respecto a la evolución de los trimestres móviles, se registra un alza de 1,0% real en el período diciembre-febrero, por debajo del resultado del período previo, reafirmando la tendencia negativa de los últimos cinco períodos.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Dentro de las categorías analizadas destacó Línea Hogar con alza de dos dígitos. En el otro extremo se evidenciaron bajas en Artefactos Eléctricos y la Línea Tradicional de Supermercados.

Las ventas de Calzado marcaron un alza anual de 2,6% real en febrero, en línea con el resultado de enero, y acumulando en los dos primeros meses del año un crecimiento real de 2,7%, bajo el alza de 3,9% registrada en igual período de 2017.

Vestuario marcó en febrero un alza real anual de 3,8%, por sobre del resultado del mes anterior (1,2%). Dado estos resultados, el sector registró en el primer bimestre del año un incremento real de 2,5%, por debajo del crecimiento marcado en igual período de 2017 (8,5%).

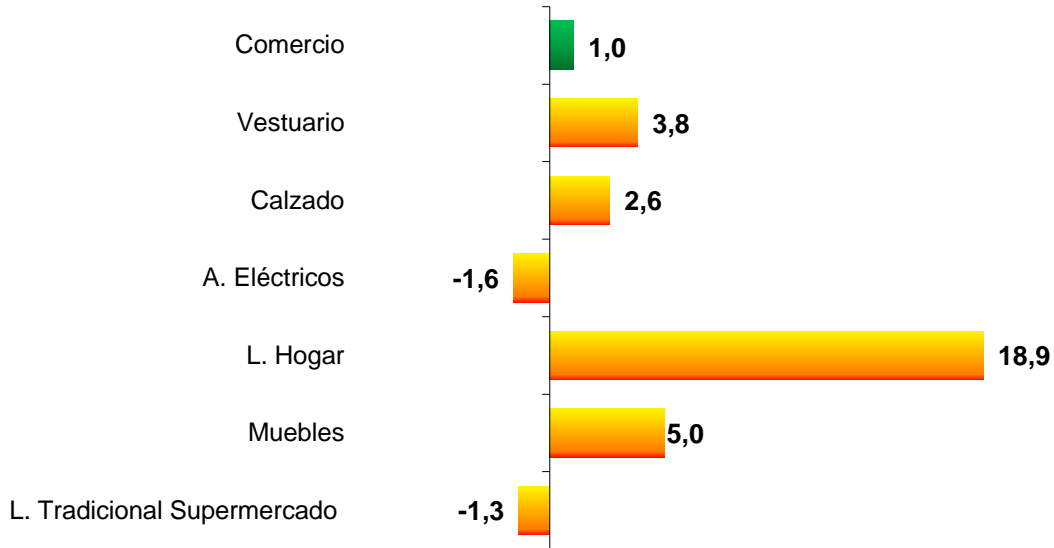
Artefactos Eléctricos, vuelve a caer en febrero un 1,6%, tras la baja de 7,7% de enero, y acumulando en los dos primeros meses de 2018 una disminución de 4,8% real, muy por debajo del alza de 8,4% igual bimestre de 2017.

Línea Hogar, tras crecer un 11,2% en enero, vuelve a destacar en el segundo mes del año marcando un incremento real anual en sus ventas de 18,9% en febrero, acumulando así un alza de 14,8% en el período enero-febrero 2018.

Muebles, tras 27 meses de caída, marcó en febrero un crecimiento de 5,0% real anual, resultado influido en parte por una baja base de comparación al haber caído un 25,5% en igual mes de 2017. Dado este resultado las ventas acumulan a febrero una baja marginal de 0,9%.

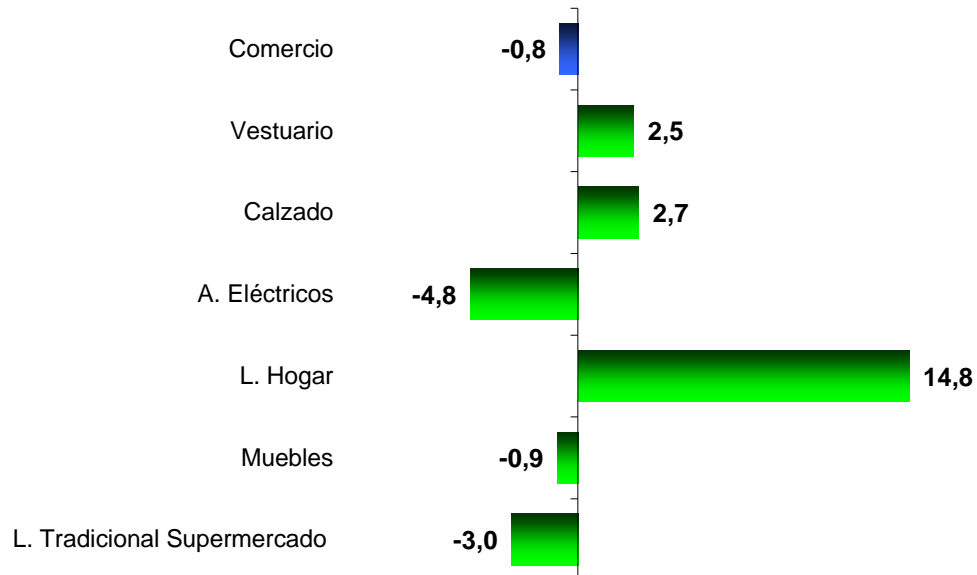
Las ventas de Línea Tradicional de Supermercados, en términos de locales equivalentes, tras caer un 4,6% real anual en enero, descendieron en febrero un 1,3% real anual. Con esto, el sector promedió una baja real de 3,0% en los dos primeros meses del año.

**Ventas Reales Comercio Minorista Quinta Región por Subsectores
Febrero 2018/2017 (% Variación)**



Fuente: Departamento de Estudios CNC

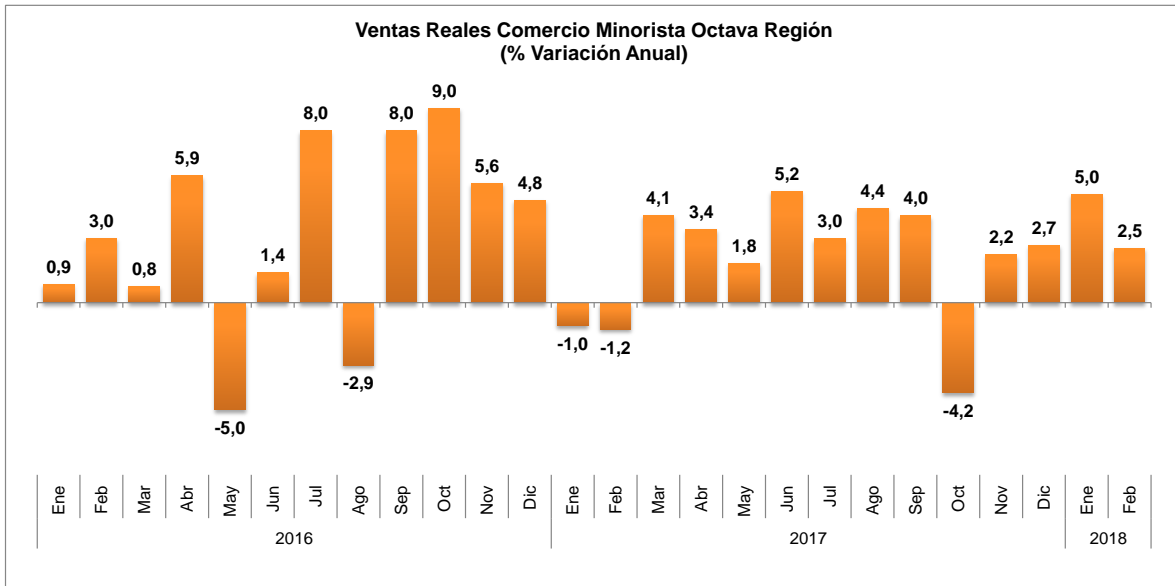
**Ventas Reales Comercio Minorista Quinta Región por Subsectores
Enero - Febrero 2018/2017 (% Variación)**



Fuente: Departamento de Estudios CNC

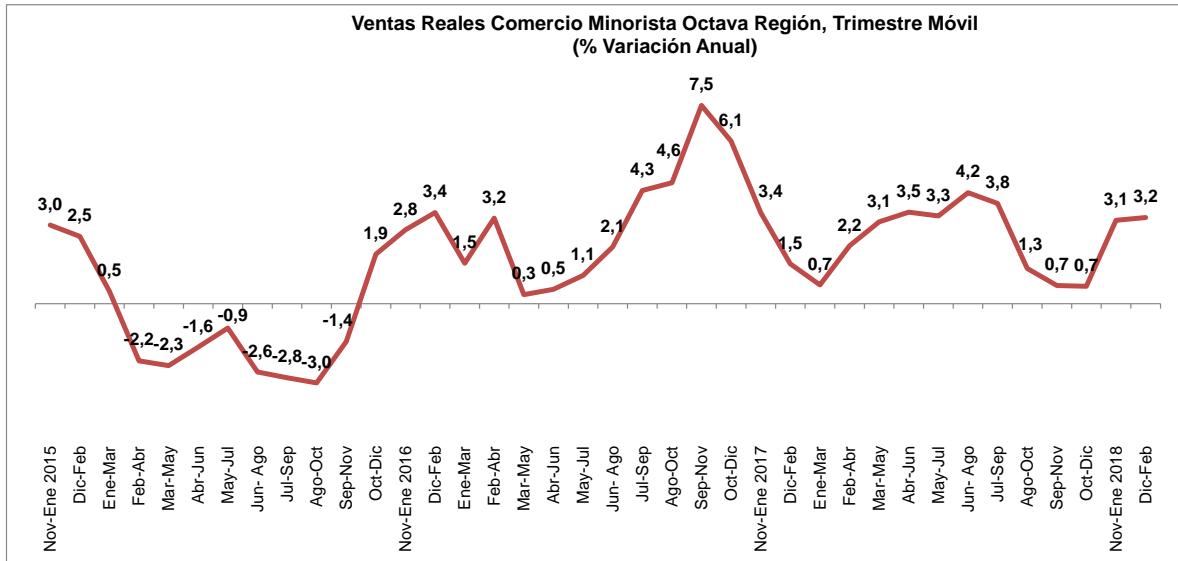
Región del Bio Bío

Las ventas reales del comercio minorista de la Región del Bio Bío, en términos de locales equivalentes, cerraron el segundo mes del 2018 con un alza de 2,5%, bajo el resultado de enero (5,0%), y cerrando el primer bimestre con un alza de 3,8%, sobre el resultado evidenciado en igual período de 2017 (-1,1%).



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Con respecto al trimestre móvil, diciembre-febrero evidenció un crecimiento de 3,2%, en línea con el período previo, reafirmando el quiebre producido el trimestre móvil noviembre-enero en la tendencia negativa de los períodos anteriores.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

En cuanto a los rubros estudiados, sólo Muebles cerró febrero con resultado negativo, mientras que el resto de las categorías marcaron alzas de distinta magnitud destacando Línea Hogar por sobre el resto.

Calzado evidenció en el segundo mes del año 2018 un alza de 2,9% real anual, tras haber crecido un 6,8% real en enero, acumulando así en los dos primeros meses del año un alza real de 4,5%, en línea con lo registrado en igual período de 2017.

Las ventas de Vestuario evidenciaron en febrero un alza de 1,7% real anual, desacelerándose fuertemente respecto del incremento de 11% evidenciado en enero. La categoría marca así un incremento real de 6,2% en el periodo enero-febrero de 2018.

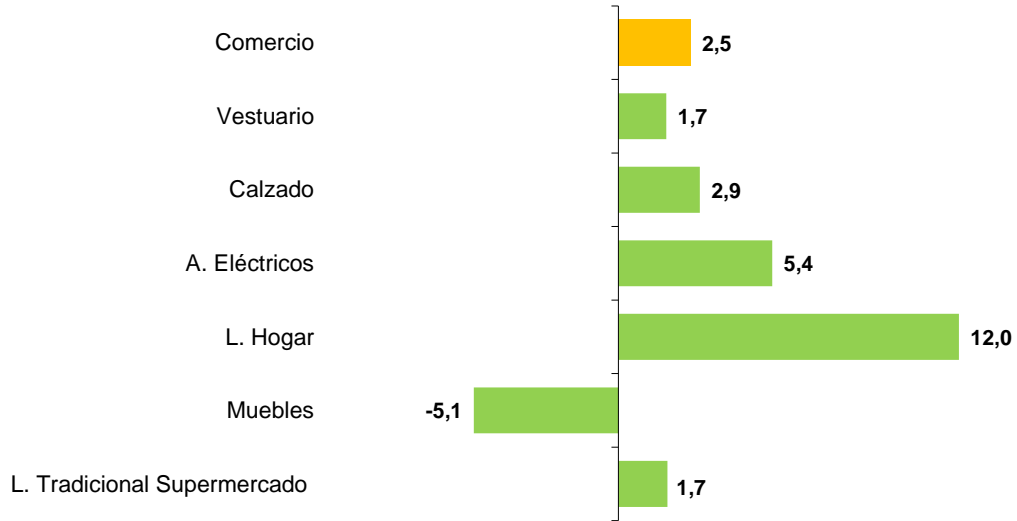
Las ventas de Artefactos Eléctricos evidenciaron en el mes de febrero un alza real anual de 5,4%. La categoría acumuló un aumento real de 6,2% en el periodo enero – febrero de 2018, por sobre el resultado prácticamente nulo evidenciado en igual período de 2017.

Línea Hogar experimentó en febrero un fuerte crecimiento de 12% real anual, resultado influido en parte por una menor base de comparación la caer un 6,4% en igual mes de 2017. Así la categoría marca una significativa alza de 13,3% real en el primer bimestre del año.

Muebles, tras crecer un 4,7% real anual en enero, disminuye en febrero con una baja de 5,1% real anual, cerrando así el período enero-febrero 2018 con una caída marginal de 0,5% real.

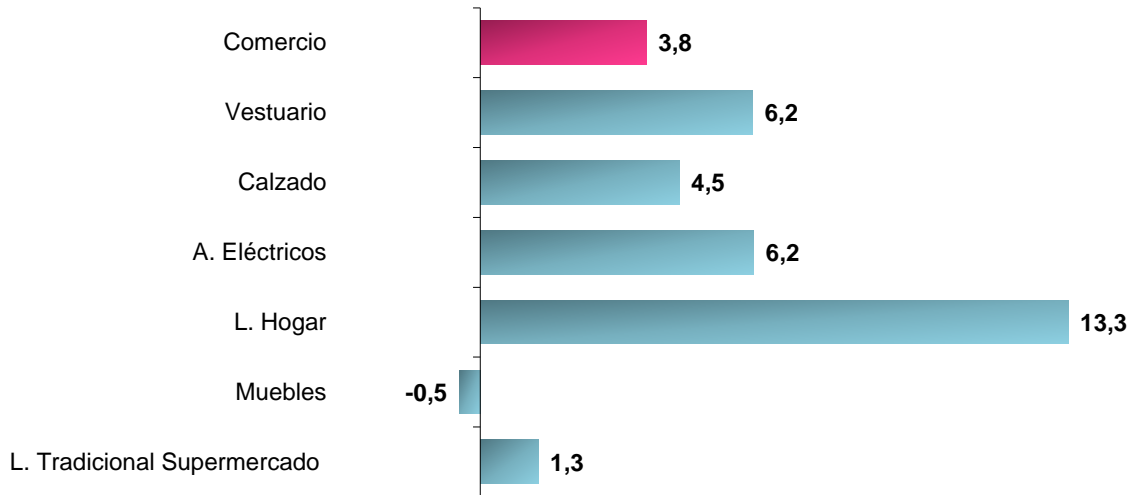
Las ventas de la Línea Tradicional de Supermercados, en términos de locales equivalentes, marcaron en el segundo mes de este año un alza real de 1,7%, acumulando así un aumento de 1,3% real en lo que va del año, sobre la caída de 3,7% evidenciada en igual lapso de 2017.

**Ventas Reales Comercio Minorista Octava Región por Subsectores
Febrero 2018/2017 (% Variación)**



Fuente: Departamento de Estudios CNC

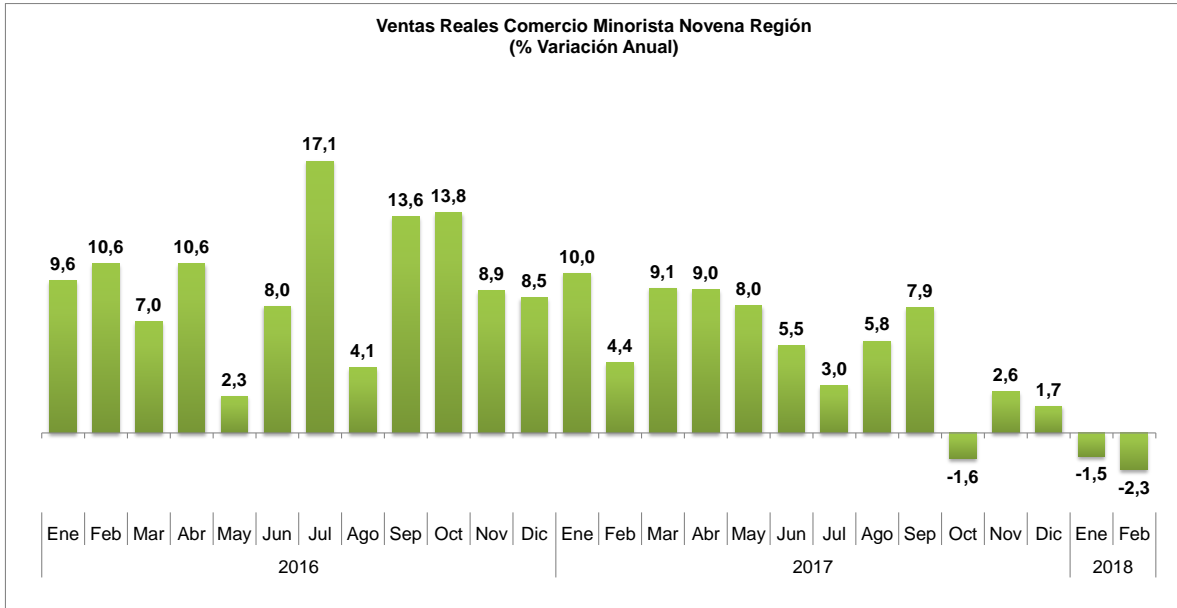
**Ventas Reales Comercio Minorista Octava Región por Subsectores
Enero - Febrero 2018/2017 (% Variación)**



Fuente: Departamento de Estudios CNC

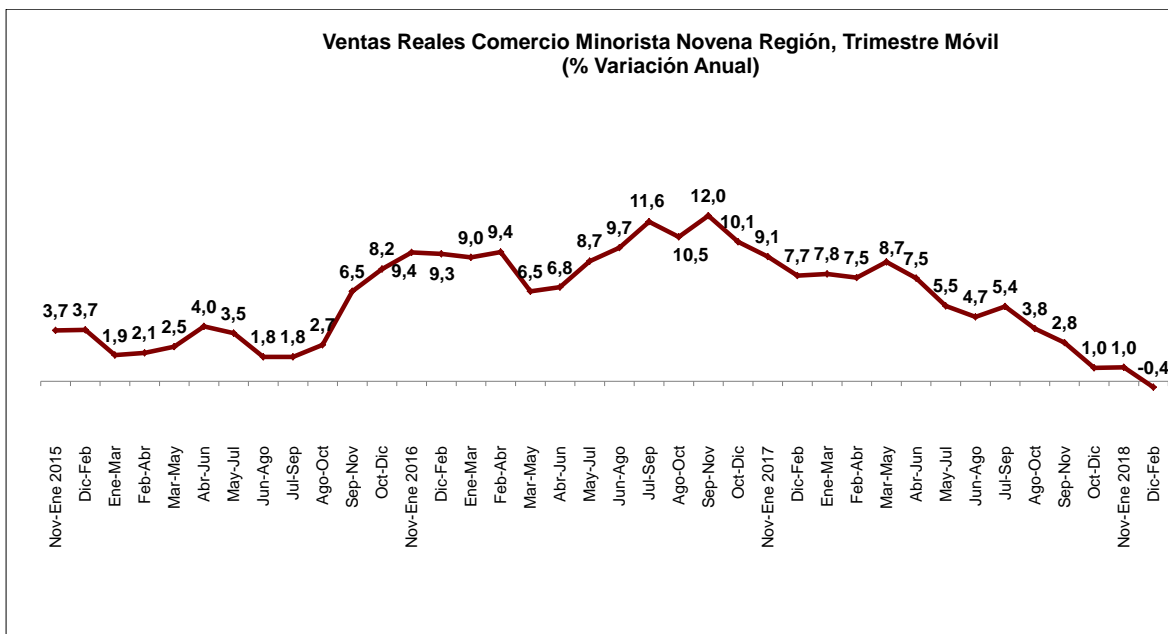
Región de la Araucanía

Las ventas reales del comercio minorista de la Región de la Araucanía, en términos de locales equivalentes, marcaron en el segundo mes del año una caída real anual de 2,3%, tras caer un 1,5% en enero y cerrando así el primer bimestre con una baja de 1,9%, muy por debajo del alza de 7,1% registrada en igual período de 2017.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Con respecto al trimestre móvil, el último período diciembre-febrero marca una baja marginal de 0,4% y se mantiene la tendencia negativa evidenciada desde comienzos de 2017.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Con respecto a las categorías estudiadas, se vieron variados resultados, con bajas en Muebles, Calzados y la Línea Tradicional de Supermercados; alzas marginales en Línea Hogar y Artefactos Eléctricos; y solo Vestuario destacó con un mayor crecimiento.

El rubro del Calzado marcó en febrero una fuerte caída de 7,6%, tras la baja de 1,0% de enero. Con esto la categoría acumuló entre enero y febrero de 2018 un descenso en sus ventas de 4,7% real, bajo el alza de 5,5% experimentada en igual período de 2017.

Vestuario marcó un crecimiento real en sus ventas de 5,0% anual en el segundo mes del año, acumulando en el primer bimestre de 2018 un aumento real de 4,4%, bajo eso sí del alza de 10,8% registrada en igual bimestre de 2017.

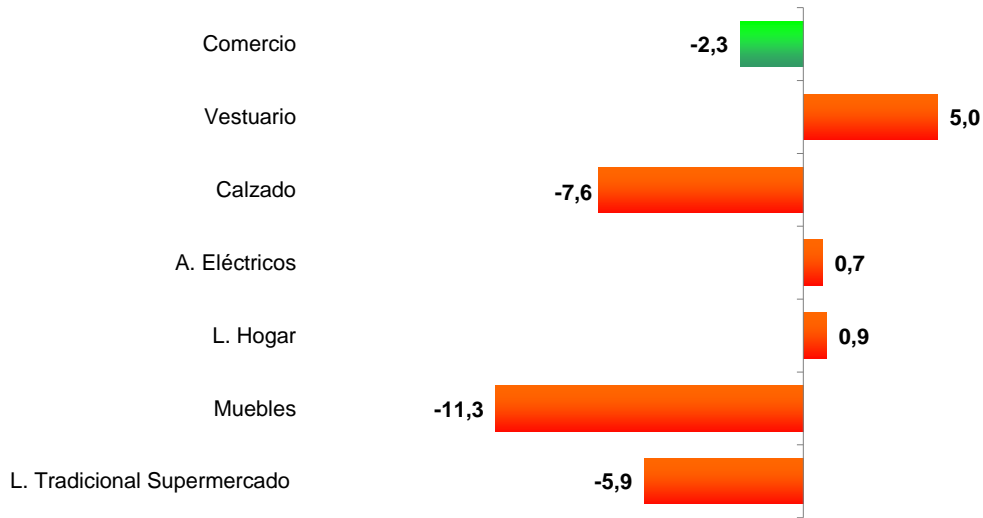
La actividad de Artefactos Eléctricos marcó en febrero un alza marginal de 0,7%, tras caer un 6,3% en enero, cerrando así en lo que va del año con una caída de 3,0% real anual, muy por debajo del alza de 11,1% evidenciada en el período enero-febrero de 2017

Las ventas de Línea Hogar marcaron también un alza en el margen de 0,9% real anual en febrero, en línea con el mes anterior, y cerrando el período enero-febrero con un débil incremento de 1,0% real.

Muebles registró en el segundo mes del año una fuerte baja en sus ventas de 11,3% real anual, promediando así en el período enero-febrero de 2018 una caída de 11,1% real.

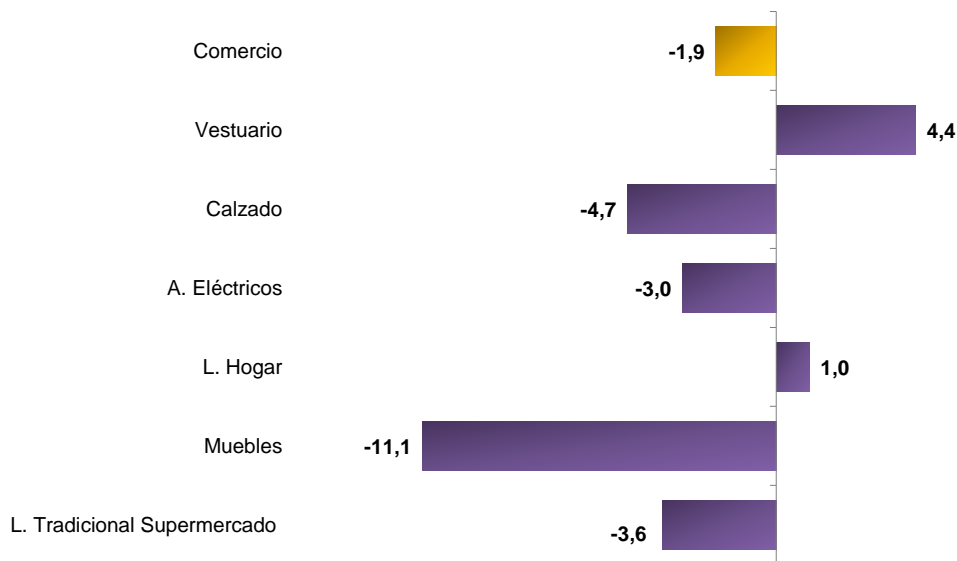
La Línea Tradicional de Supermercado, en términos de locales equivalentes, marcó en febrero una baja de 5,9% real anual, tras caer un 1,3% en enero y cerrando el primer bimestre con una disminución en sus ventas de 3,6%.

**Ventas Reales Comercio Minorista Novena Región por Subsectores
Febrero 2018/2017 (% Variación)**



Fuente: Departamento de Estudios CN

**Ventas Reales Comercio Minorista Novena Región por Subsectores
Enero - Febrero 2018/2017 (% Variación)**



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Perspectivas

De acuerdo con el índice que elabora el Departamento de Estudios de la CNC, las ventas minoristas, en términos de locales equivalentes, las regiones de Valparaíso, Bio Bío marcaron en febrero débiles alzas, mientras que la Araucanía evidenció caída.

En el resultado influyó la fuerte desaceleración experimentada en las compras de argentinos, los cuales fueron un motor importante de las ventas minoristas el verano pasado. Las compras con tarjetas bancarias extranjeras en Chile (débito y crédito) cayeron un 14,3% real durante el primer trimestre de 2018 con respecto a igual período del año anterior, según informe del Departamento de Estudios de la CNC, basándose en cifras de Transbank.

“Entre enero y febrero de 2018 la entrada de argentinos cayó un 22,3% anual, y durante el primer trimestre el gasto con tarjeta (crédito y débito) de los trasandinos en nuestro país, el cual representan un 39% del gasto de extranjeros con este medio de pago, cayó un 29,9%, tras haber caído un 7,8% el último cuarto de 2017”, explicó Bernardita Silva, Gerenta de Estudios de la CNC.

“Regiones como Valparaíso y la Araucanía se vieron más afectadas por esta caída. Cada una representa un 13% y un 5% de las compras de extranjeros en nuestro país y sufrieron bajas en sus ventas a extranjeros con 17,4% y 30,6%, respectivamente en el primer trimestre de este año. A su vez al analizar los pasos fronterizos de ambas regiones en el período enero-febrero, Valparaíso experimentó una baja de 25,5% en la entrada de turistas, y Araucanía marca una baja de 22,8%”, agregó la experta.

Según Silva, “Artículos Eléctricos, seguido de Calzado, son las categorías que más han resentido las menores visitas, categorías que fueron fuertemente demandada por los turistas argentinos los veranos anteriores dada las grandes diferencias de precios que existían entre ambos países”.

En cuanto a la masa salarial de los ocupados, estimada por el Departamento de Estudios de la CNC, en base a los datos del INE, esta registró un alza de 4,3% real en febrero de 2018, en línea con el resultado de enero. “Si bien marca un positivo crecimiento, se evidencia una tendencia negativa desde el segundo semestre de 2017 influida por una menor alza en las remuneraciones reales”, dijo la ejecutiva.

Por su parte, la confianza de los consumidores (GFK Adimark) se mantuvo en febrero en terreno optimista por tercer mes consecutivo, aunque tuvo una leve baja respecto del mes anterior. La caída se experimentó precisamente en la intención de consumo de artículos para el hogar, en vista de una mayor inflación y en la estabilidad económica del país para los próximos cinco años.