

Persiste Contracción en Ventas del Comercio

- ***En noviembre de 2008 cayeron en 2,6% anual, determinado ello por los precios de los alimentos, que se mantienen altos.***
- ***En enero-noviembre se acumuló una variación negativa de 0,9%, previéndose cerrar el año con una cifra similar.***

En 2,6% disminuyeron las ventas del comercio minorista de la Región Metropolitana en noviembre de 2008 en comparación con igual mes de 2007, de acuerdo con el Índice de Ventas que elabora el Departamento de Estudios de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile (CNC).

Este resultado está influido en parte por la base de comparación, considerando el mejor desempeño relativo de noviembre de 2007, que mostró un crecimiento anual de 3,8%. Sin embargo, sigue estando determinado principalmente por los precios de los alimentos, que se mantienen altos e incidiendo negativamente en la Línea Tradicional de Supermercado.

La restricción del comercio está reflejando los efectos de la pérdida de dinamismo de la actividad económica, desaceleración del consumo y deterioro de las expectativas, causales profundizadas a partir de septiembre por el agravamiento de la crisis financiera internacional y sus repercusiones en la economía real tanto externa como interna.

La caída de noviembre acentuó levemente la contracción promedio de las ventas que se registra desde septiembre, acumulándose en los once primeros meses de 2008 una disminución promedio de 0,9%.

No se espera que el resultado de diciembre cambie este panorama, ya que, pese al impulso de la Navidad y las atractivas ofertas de las casas comerciales, en general el gasto se mantiene restringido debido al comportamiento cauteloso de los consumidores frente a la situación económica actual, concentrando sus compras navideñas en productos que cumplen la doble función de ser un regalo y, a la vez, un gasto necesario. Por tanto, se estima que las ventas cerrarán el año 2008 con una variación promedio negativa relativamente similar a la acumulada hasta noviembre.

Evolución sectorial

Cabe destacar que en los últimos años la temporada navideña se ha anticipado y desde noviembre se observan llamativas ofertas y facilidades de financiamiento de parte de las casas comerciales, estrategia que este año ha sido más intensa dada la compleja situación que enfrenta la economía.

En forma moderada, el impulso navideño se notó en noviembre en Calzado, Vestuario y uno de los componentes de Artefactos Eléctricos, la Electrónica. Las ventas de Calzado crecieron en 5,3% anual, a pesar de tener una alta base de comparación, por cuanto en noviembre de 2007 se expandieron en 9,1%. El cambio de temporada y los menores precios existentes en el mercado también incidieron en el mejor resultado de este rubro.

Vestuario, que también debía superar una exigente base de comparación (6,6%), aumentó en noviembre en 2,5% anual, impulsado por las ventas de Ropa de Hombre, que se expandieron en

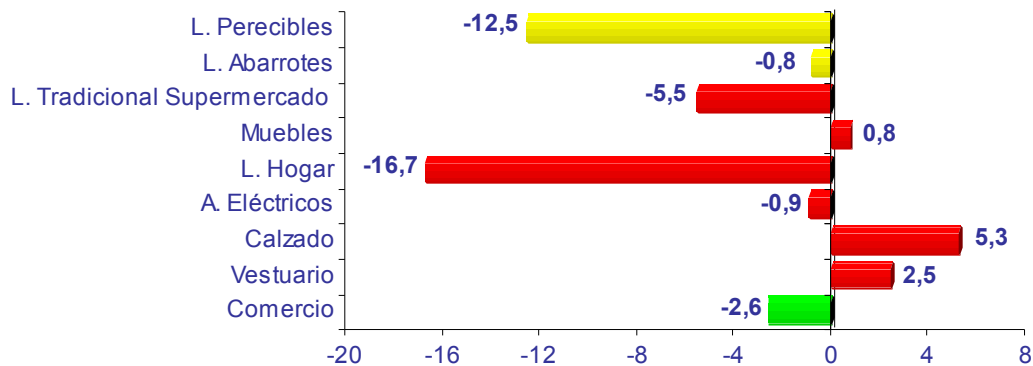
21,1%, y en menor medida por Vestuario Infantil, que se incrementó en 5,6% anual, resultados que fueron aminorados por la importante caída en Ropa de Mujer, de 13,0% anual, componente que este año se ha mantenido contractivo, en parte influido por el comportamiento más expansivo que exhibió en 2007.

Si bien Artefactos Eléctricos registró en noviembre una disminución de 0,9% anual, el componente Electrónica experimentó un alza de 6,0% anual, muy superior a los niveles en torno al 1% que había mostrado en los dos meses anteriores (septiembre y octubre). Este buen desempeño fue contrarrestado por la caída de Línea Blanca (-10,5%) y de Electrodomésticos (-2,3%), siendo la de este último grupo influida por el factor estadístico, considerando que en noviembre de 2007 creció en 10,0% anual.

En tanto, a pesar de tener una alta base de comparación (10,4%), Muebles presentó en noviembre un leve aumento de 0,8% anual, mientras que el factor estadístico influyó en la significativa contracción de Línea Hogar, que alcanzó a 16,7% anual, teniendo en cuenta que en noviembre de 2007 las ventas de este rubro se expandieron en 20,9% anual.

La persistente alza de los alimentos, especialmente de los perecibles, continúa impactando la Línea Tradicional de Supermercados, que nuevamente acentuó su caída luego de presentar un mejoramiento en octubre, aunque siempre dentro de un ambiente contractivo. En noviembre, las ventas disminuyeron en 5,5% anual, reducción que llegó a 12,5% anual en Perecibles y 0,8% anual en Abarrotes. Cabe destacar que en noviembre la variación en doce meses de los productos perecibles, según la canasta del IPC, alcanzó a 22,1%, en tanto que la correspondiente a Abarrotes fue de 8,6%.

Ventas Reales del Comercio Minorista por Subsectores Noviembre 2008/2007 (Variación Anual, %)



Fuente: Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile (CNC)

Análisis regional

Respecto al desempeño de las ventas del comercio a nivel regional –en donde el indicador se registra con un mes de desfase– en octubre de 2008 se observó un resultado relativamente mejor que la fuerte contracción sufrida en septiembre en las tres regiones consideradas, pero siempre dentro de un ambiente restrictivo.

En la Región de Valparaíso las ventas se mantuvieron en octubre de 2008, no experimentando variación (0,0%) respecto del mismo mes de 2007, y promediando también un crecimiento nulo en los diez primeros meses del año. En la Región del Biobío las ventas se contrajeron en octubre de 2008 en 2,2% anual, llevando a que en el período enero - octubre se acumulara una caída de 0,2%. En tanto, en la Región de la Araucanía las ventas de octubre de 2008 se redujeron en 0,9% anual, determinando que el aumento promedio de los diez primeros meses del año fuera de 0,3%.

Proyecciones

El año 2009 se presenta complicado, con un importante debilitamiento de la actividad económica, previéndose un crecimiento en torno al 2%, con sesgo a la baja, como consecuencia de la importante desaceleración que se pronostica en la economía mundial.

En este contexto, el sector comercio enfrentará una menor demanda debido a mayores niveles de desempleo y actitud más cautelosa de los consumidores, con cambios en su estructura de gasto, en que tenderán a privilegiar los bienes de tipo básico, favorecidos también por la menor inflación esperada para 2009. Por tanto, se estima que el próximo año el resultado de las ventas sería inferior al registrado en 2008, acentuándose la caída, que probablemente se ubicaría entre 1% y 2%.