

Santiago de Chile, 25 de agosto de 2009

Ventas del Comercio se expanden 8,8% en Julio

- ***Significativo crecimiento fue impulsado por Vestuario y Calzado.***
- ***Con ello, la tasa de variación promedio en siete meses pasó a positiva, de 0,6%.***
- ***Mejoran perspectivas para 2009, estimándose un aumento en torno al 1%.***

Un significativo aumento experimentaron las ventas del comercio minorista de la Región Metropolitana en julio de 2009, al expandirse 8,8% respecto de igual mes de 2008, 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 se debe en parte a la baja base de comparación, dado que en julio de 2008 la actividad comercial disminuyó 4,6% anual, pero principalmente al impulso provocado por las caídas generalizadas en los precios de los bienes, particularmente prendas de vestir y calzado, por las masivas rebajas y ofertas de las casas comerciales para reactivar el consumo, más aún al término de la temporada invernal.

Con este aumento, la variación acumulada en el año pasó de una cifra negativa en junio de -0,7% a una positiva en julio de 0,6%. No obstante, sólo Vestuario y Calzado acumulan incrementos en 2009, mientras el resto de los subsectores que componen el indicador se mantienen contraídos, aunque tendiendo a recuperarse, con una caída promedio que se ha desacelerado a partir de abril.

Evolución sectorial

El mes de julio se caracterizó por una baja generalizada de los precios promedio de los bienes, lo que incentivó su consumo, como lo demuestra la recuperación de las ventas de todos los componentes del indicador, a pesar de que su comportamiento fue muy dispar.

La caída en los precios fue muy abrupta en Artículos de Vestir y Calzado, que sólo en julio registró una disminución de 7,7%, acumulando el IPC de esta clasificación una reducción de 19,9% en los últimos doce meses, con una declinación más profunda en prendas de vestir que en calzado. Frente a este panorama, las ventas de julio de Vestuario y Calzado se expandieron significativamente en 26,1% y 17,4% anual, respectivamente.

En Vestuario continuó destacando Ropa de Mujer, con un crecimiento de 38,8%, impulsado por una rebaja en los precios respecto a un año atrás de más de 30%. También por un efecto precio, aunque con una caída proporcionalmente menor, aceleró su ritmo la Ropa de Hombre, cuyas ventas se incrementaron en 21,7% anual, mientras que Vestuario Infantil, que entre febrero y junio se mantuvo contraído, se expandió en julio en 12,4% anual, mes en que los valores de estos artículos exhibieron una importante disminución. La baja generalizada de precios en el rubro Vestuario demuestra las masivas y significativas ofertas de temporada que realizaron las casas comerciales para liquidar inventarios.

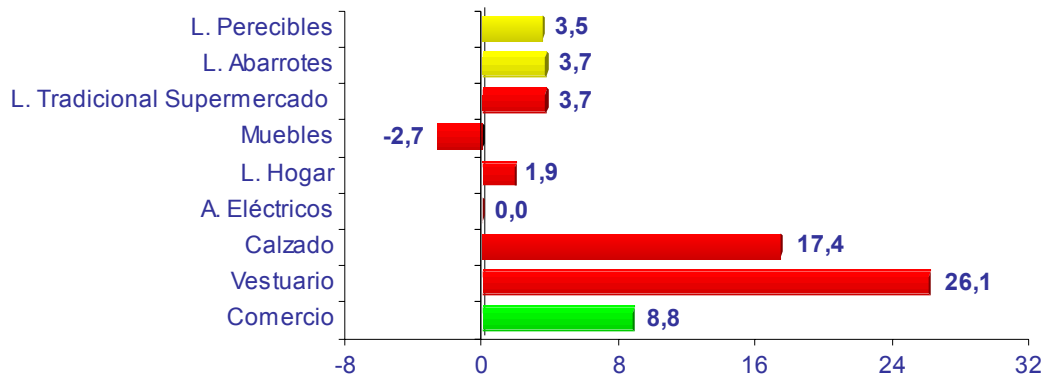
Línea Tradicional de Supermercado registró en julio la primera cifra positiva del año, al aumentar 3,7% anual, confirmando la tendencia al alza que se ha observado este año, que le ha permitido reducir su contracción desde el 7,8% anotado en el primer trimestre a un 3,5% en los siete primeros meses. En julio, ambos componentes presentaron desempeños similares, creciendo

Abarrotes en 3,7% anual y Perecibles en 3,5% anual. Sin embargo, en el acumulado del año, sigue Perecibles mostrando una caída (-7,0%) superior a la de Abarrotes (-1,3%).

En tanto, Línea Hogar, Artefactos Eléctricos y Muebles mostraron en julio variaciones anuales que fueron de positivas, aunque de bajo nivel, a negativas, pero que contrastan con las importantes reducciones experimentadas en junio. Línea Hogar aumentó sus ventas en 1,9% anual, luego de haber caído 9,8% en junio, Artefactos Eléctricos registró un crecimiento nulo (0,0%), que se compara con la disminución de 6,5% en junio, mientras que la caída de Muebles de 2,7% es significativamente mejor que la observada en junio (-12,2%).

En la nula variación que mostró Artefactos Eléctricos en julio se combinaron caídas en las ventas de Línea Blanca (-2,6%) y Electrodomésticos (-8,5%) y un aumento en Electrónica (3,3%), aunque en los tres componentes se notó un repunte. El mejor comportamiento de Electrónica ha sido una constante durante el año, y si bien en los siete primeros meses acumula una variación negativa de 1,9%, ésta es bastante menor a la registrada por el grupo que alcanza a -5,6%.

Ventas Reales del Comercio Minorista por Subsectores Julio 2009/2008 (% Variación Anual)



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

Análisis regional

Respecto al desempeño del comercio a nivel regional –en donde el indicador se registra con un mes de desfase- en junio de 2009 continuó observándose un mejor desempeño en la actividad de las tres regiones consideradas, manteniéndose la tendencia al alza.

En la Región de Valparaíso las ventas crecieron en junio de 2009 en 4,9% respecto del mismo mes de 2008, acumulando en el primer semestre del año un aumento de 2,6%. En la Región del Biobío las ventas se incrementaron en junio de 2009 en 2,9% anual, experimentando una contracción promedio de 1,9% en enero – junio de este año. En tanto, en la Región de la Araucanía las ventas de junio de 2009 se expandieron en 5,8% anual, promediando en los seis primeros meses del año un aumento de 2,9%.

Proyecciones

Tal como se esperaba, la actividad económica global experimentó una fuerte reducción en el segundo trimestre, con un promedio de 4,5%, prácticamente duplicando la registrada en el primer trimestre (-2,3%), cerrando el primer semestre con una declinación de 3,5%. Pese a ello, se empiezan a notar signos más positivos como una caída de menor magnitud en la comparación del PIB desestacionalizado respecto del trimestre anterior, que avalan la impresión que se habría tocado fondo y que en el segundo semestre la economía tendería a recuperarse, estimándose para 2009 una disminución promedio entre 1% y 2%.

Estas perspectivas más favorables se sustentan en un escenario externo más optimista, en que un número importante de economías salieron de la recesión en el segundo trimestre, que se refleja en las alzas de los precios de las materias primas y de los mercados bursátiles mundiales, así como en mejores expectativas en el ámbito interno.

El impacto de la crisis externa se ha notado más profundamente en la demanda interna, que en el primer semestre de este año cayó 9,2% en promedio, siendo la variable inversión la más afectada con una contracción de 14,8%. En tanto, el consumo total mostró una disminución marginal de 0,5%, cayendo el gasto de los privados en 1,9% y aumentando el del Gobierno en 7,5%. El mejor resultado relativo del consumo privado en parte se explica por la caída en el nivel de precios que ha incrementado los salarios reales de los trabajadores y por consiguiente el poder adquisitivo de la población.

Sin embargo, en el contexto general se nota la restricción en el consumo privado como lo revela la importante disminución en el gasto de bienes durables, de 17,0% en el primer semestre, mientras el de los bienes no durables creció 1,4%, confirmando que los consumidores han privilegiado el consumo de los bienes básicos.

Frente a un escenario más favorable en el segundo semestre, con bajo nivel de precios y conducta responsable de los consumidores, se estima que las ventas del comercio de la Región Metropolitana, considerando el conjunto de rubros que componen el indicador de la CNC, debieran cerrar el año con una variación positiva en torno al 1%.