

Ventas del comercio caen por tercer periodo consecutivo

REGIÓN. Retroceso, que fue de un 19,8%, marca de acuerdo al gremio un periodo de fuerte contracción que se extenderá durante todo el segundo semestre.

Claudio Ramírez
 cramirez@mercuriovalpo.cl

Un periodo complejo atraviesa el comercio minorista regional según las cifras de ventas que marcaron una caída de 19,8% para el mes de julio, de acuerdo al informe de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile (CNC), con lo cual ya suman tres los periodos consecutivos de baja.

Esta realidad tiene varias causas, señalan desde el gremio, y se debe en parte a altas bases de comparación que enfrenta la zona junto a una evidente desaceleración del consumo.

“La baja se debe, en gran parte, a un tema de base de comparación, ya que, exceptuando diciembre, fue precisamente julio de 2021 el mes que marcó mayor nivel de ventas en el segundo semestre del año pasado. Este efecto de base de comparación se mantendrá fuerte hasta fines de año, ya que fue precisamente cuando el sector alcanzó niveles históricos en sus ventas”, comentó la gerente de estudios de la CNC, Bernardita Silva. A ello se agrega una desaceleración del consumo privado, factor que ya distintos indicadores habían evidenciado durante el segundo trimestre.

TODOS BAJAN

Al analizar las ventas presenciales de los distintos rubros, se registran caídas anuales en cada uno de ellos, siendo los bienes durables los más afectados. Al comparar con julio de 2019 solo Vestuario y Línea Tradicional de Supermercados marcan fuertes alzas, Artefactos Eléctricos sube en el margen y el resto de las categorías evidencia bajas de distinta magnitud.

Vestuario y Calzado marcaron en el séptimo mes del año caídas reales anuales de 24,8%



LA INFLACIÓN Y OTROS FACTORES PROYECTAN QUE LAS CAÍDAS EN LAS TRANSACCIONES SE MANTENDRÁN.

“Durante el segundo semestre seguiremos viendo entonces fuertes caídas en las ventas del comercio minorista”.

Bernardita Silva
 Gerente de estudios CNC

y 12,2% cada una, aunque en el acumulado de 2022 muestran alzas de 26,9% y 41,5% respectivamente.

Artefactos Eléctricos mostró una disminución anual de 38,9%. Asimismo, Línea Hogar y Muebles evidenciaron descensos de 31,1% y 35,3%. En tanto, la Línea Tradicional de Supermercados también mostró un retroceso anual de 8,8% en julio.

“Durante el segundo semestre seguiremos viendo entonces fuertes caídas en las ventas del comercio minorista, las altas bases de comparación seguirán influyendo fuertemente en los resultados hasta fines de año, junto a los altos precios que afectan el nivel adquisitivo de las personas, el estancamiento en la creación de

empleos formales y los altos niveles de incertidumbre que enfrentamos hacia adelante”, agregó la ejecutiva.

VARIACIÓN MENSUAL

Si se comparan las ventas presenciales con el mes precedente se registró un alza de 5,1%, producto de las vacaciones de invierno y la presencia de turistas en la región. Asimismo, si se mide en relación a julio de 2019, se registra un crecimiento de 18,6%. “Esto demuestra que estas cifras se mantienen sobre el escenario prepandemia, aunque cabe destacar que el 2019 estuvo marcado por los resultados negativos en el rubro, por lo que la base de comparación es menor”, comentó el gerente general de la Cámara Regional de Comercio de Valparaíso (CRCP), Marcela Pastenes.

Junto con ello, también remarcó que las cifras muestran una tendencia a la desaceleración en materia de consumo en el territorio producto de factores como la baja del poder adquisitivo de las personas a raíz del escenario de inflación que golpea con fuerza a la eco-

19,8%
retrocedieron las ventas del comercio minorista regional durante el mes de julio.

24,8%
cayeron las transacciones del sector Vestuario, sin embargo es uno de los que se ha recuperado en el año.

nomía.

“Como Cámara Regional del Comercio de Valparaíso sabemos que enfrentamos un complejo escenario, con un alto nivel de incertidumbre, pero estamos convencidos que la colaboración será un pilar esencial para el proceso de recuperación económica”, señaló la ejecutiva quien recalzó que se hace necesario elevar la inversión para inyectar dinamismo y generar más puestos de trabajo.

“Si bien valoramos, por ejemplo, las medidas anunciadas en el plan pro inversión del Gobierno, esperamos que se robustezcan”, concluyó Pastenes. 