

Fecha: 15-01-2022
Medio: Tiempo 21
Supl.: Tiempo 21
Tipo: Actualidad

Pág.: 4
Cm2: 306,1

Tiraje:
Lectoría:
Favorabilidad:

Sin Datos
Sin Datos
☐ No Definida

Título: Fuerte aumento de ventas presenciales del Comercio Minorista regional: 72,2 %

Estudio de la Cámara Nacional de Comercio de noviembre de 2021 Fuerte aumento de ventas presenciales del Comercio Minorista regional: 72,2%

Las tres regiones en estudio continúan mostrando fuertes incrementos en sus ventas minoristas presenciales en el mes de noviembre, pese a enfrentar altas bases de comparación en el caso de Valparaíso y Biobío, dando cuenta del dinamismo del consumo de los hogares en los últimos meses resultando en el motor de la economía durante el 2021, según un documento de la gerente de Estudios de la Cámara Nacional de Comercio, Bernardita Silva.

Respecto a octubre se ve una leve desaceleración en las categorías durables de Línea Hogar y Muebles, mientras que semidurables continúan acelerándose. La apertura del comercio físico, junto a la mayor liquidez de los hogares producto de los retiros y ayudas fiscales, se refleja en un alto tráfico de consumidores a las tiendas, aumentando significativamente las ventas.

Claramente el 2021 fue un año excepcional para el retail, con crecimientos nunca vistos, pero no debemos olvidar que son factores transitorios los que están detrás de estos resultados, así en la medida que

-Las ventas presenciales del comercio minorista de las regiones de Valparaíso, Biobío y La Araucanía, según el índice que elabora mensualmente la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile (CNC), mostraron significativas alzas anuales en noviembre, destacando La Araucanía. Respecto a octubre, las tres regiones marcan leves caídas en las ventas.

-En la Región de La Araucanía, la actividad comercial minorista evidenció un aumento de 72,2% real anual en el décimo primer mes del año, acumulando entre enero y noviembre (2021) un alza de 40,4%.

vayan desapareciendo y los ingresos familiares vuelvan a sus niveles "sin ayudas", sumado a mayores precios, el sector comenzará a experimentar una contracción. Así lo refleja también el IPoM de diciembre, donde se evidenció un aumento de las perspectivas de crecimiento para este año precisamente por el mayor consumo privado e impulso de la demanda interna más allá de lo estimado en septiembre. Sin embargo, para el próximo año se espera una contracción del consumo privado de 0,2% y una baja de 1,5% en 2023.

"Entonces para adelante la incertidumbre aún es alta. El mundo está atravesando una nueva

ola de contagios, amenazando la recuperación global y la esperada normalización del comercio internacional y sus costos. Por otro lado, internamente también aumentan los contagios y, junto a esto, estamos frente a procesos políticos inciertos, que afectan la recuperación de la inversión y por ende del empleo. Se debe entonces concentrar los esfuerzos en recuperar el mercado laboral formal, con empleo formal y de calidad, ese es uno de los grandes desafíos que enfrentamos para el 2022", señaló Silva.

REGIÓN DE LA ARAUCANÍA

Las ventas presenciales del comercio minorista de la Región de La Araucanía marcaron un fuerte

crecimiento real anual de 72,2% en noviembre, cerrando al décimo primer mes del año con un alza de 40,4% real. Al comparar con octubre las ventas marcan una baja de 1,5%. En términos de locales equivalentes se evidenció un alza de 78,1% real anual en el décimo primer mes del año, cerrando el período enero-noviembre con un crecimiento de 42,1% real.

Al analizar los trimestres móviles se evidencia un alza real de 55,3% en septiembre-noviembre, acelerándose frente al período previo y rompiendo así la tendencia negativa de los períodos previos.

CATEGORÍA VESTUARIO: 169%

En cuanto a las categorías estudiadas todas muestran fuertes incrementos que van más allá de bajas bases de comparación que enfrentaban. Destaca Vestuario, Calzado y Línea Hogar con alzas de tres dígitos. Respecto a octubre cae Línea Hogar, Muebles y la Línea Tradicional de Supermercados.

Vestuario marcó un crecimiento de 169,9% real anual en noviembre y Calzado registró un alza de 123,4% real anual. De esta manera, ambas categorías cerraron al décimo primer mes del año con alzas de 114,8% y 57,3% real cada una.



Bernardita Silva: "La apertura del comercio físico, junto a la mayor liquidez de los hogares producto de los retiros y ayudas fiscales, se refleja en un alto tráfico de consumidores a las tiendas".

Artículos Eléctricos marcó un alza real anual de 94,1%, acumulando así entre enero y noviembre un incremento de 56,1%.

Línea Hogar registró un incremento real anual de 110% y Muebles crece un 90,6% en noviembre, ambos enfrentaban bajas bases de comparación. De esta manera, las categorías cierran el período enero-noviembre con alzas de 36,6% y 16,1% respectivamente.

Finalmente, señala Bernardita Silva, la Línea Tradicional de Supermercados marcó un crecimiento real anual de 27,1% en el décimo primer mes del año, acumulando a noviembre un crecimiento de 13,7% real. **T2**