



De cara a la Navidad: ventas presenciales del comercio en la R. Metropolitana marcan fuerte caída

—Las ventas presenciales minoristas de la Región Metropolitana marcaron en octubre una baja de 20,2% anual, en línea con la tendencia que partió en julio de este año, y cerrando así los 10 meses del año con una caída de 4,1%, según el Índice que elabora el Departamento de Estudios de la Cámara Nacional de Comercio (CNC). Por su parte, el trimestre móvil agosto-octubre da cuenta de una baja de 22,3%, acentuando la desaceleración de los períodos previos y con una marcada tendencia negativa, resaltó el gremio.

“Todas las categorías marcan fuertes bajas de dos dígitos frente a octubre de 2021, en parte por la alta base de comparación que se enfrenta, junto a la evidente desaceleración del consumo. Los datos no son comparables con el 2019, dado que en octubre de ese año fue el estallido social, por lo que evidentemente la comparación evidencia fuertes alzas, pero si nos comparamos con octubre de 2018 el indicador marca prácticamente un nulo crecimiento (0,5%), donde solo Vestuario crece y la Línea Tradicional de Supermercados evidencia un resultado en el margen, mientras que el resto de los rubros registran fuertes bajas”, explicó la CNC.

Vestuario tuvo una baja de 22,7% anual en octubre pasado y el sector calzado cayó 34,1% frente a octubre de 2021. Así, ambas categorías

acumulan entre enero y octubre de este año alzas de 7,9% y 13,4%, respectivamente.

En tanto, artefactos eléctricos marcó una caída de 36,3% anual en el décimo mes del año, y las tres subcategorías que lo componen cayeron fuerte, cerrando entre enero y octubre de este año con una baja de 17%.

En tanto, línea Hogar en octubre tuvo una caída anual de 24,5% y Muebles bajó 43,2%. Dado estos resultados Línea Hogar evidencia un descenso de 11,7% entre enero-octubre de este año y Muebles una baja de 21,5%.

La Supermercados marcó una baja de 11,5% anual en sus ventas de octubre, donde Abarrotes marcó un descenso anual de 11,8% y Perecible cayó 11,3% anual. Así, en los 10 meses de 2022 la categoría alcanza una baja de 5,7%.

¿LLEGADA DE LIQUIDACIONES?

Ante este contexto y de cara al futuro, la gerente de Estudios de la CNC, Bernardita Silva, estima que el comercio deberá saber responder en este contexto y llamó a impulsar medidas que reactiven la inversión.

“En noviembre y diciembre seguiremos viendo caídas en el sector, junto a mayores esfuerzos promocionales dada la acumulación de inventarios, afectándose los márgenes. El 2023 también continuará siendo un año difícil para el sector”, comentó Silva.