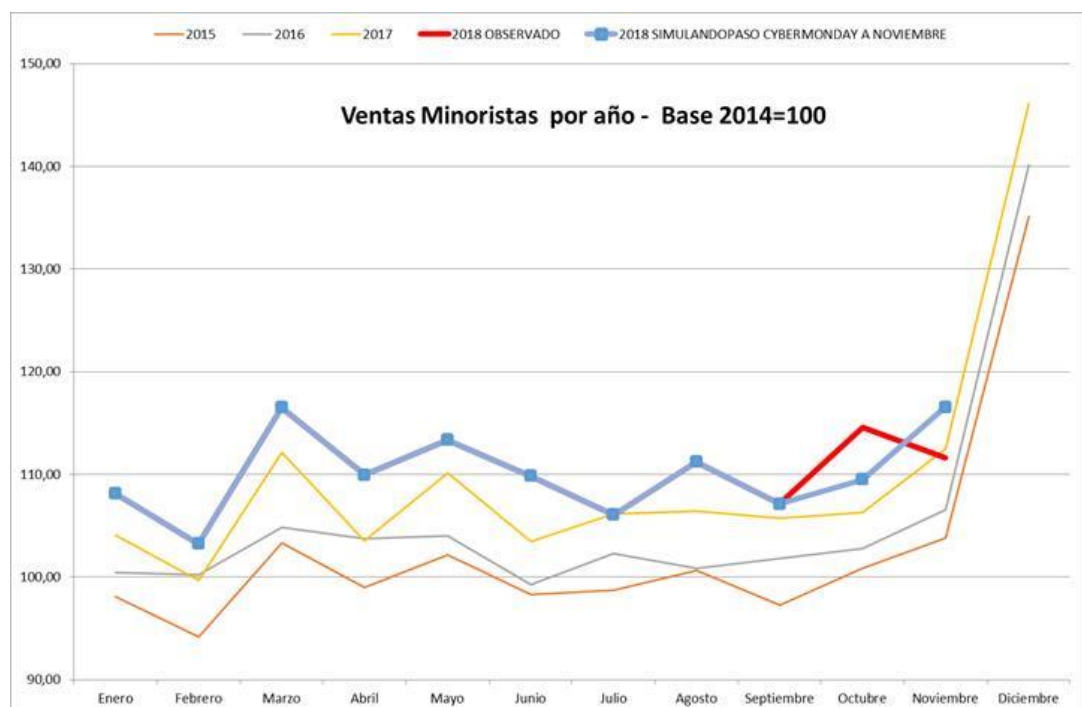


Reversión del efecto CyberMonday afectó las ventas del comercio: Imacec habría crecido en torno al 2% en Noviembre

La contracción de 0,8% en las ventas del comercio minorista informada por INE se encuentra en línea con nuestras estimaciones, debido al efecto del adelanto del CyberMonday para octubre (en lugar de noviembre, como había sido los años previos). Este factor, de hecho, fue la principal causa a su vez del fuerte crecimiento de las ventas en octubre, efecto que fue compensado en parte en la medición de noviembre.

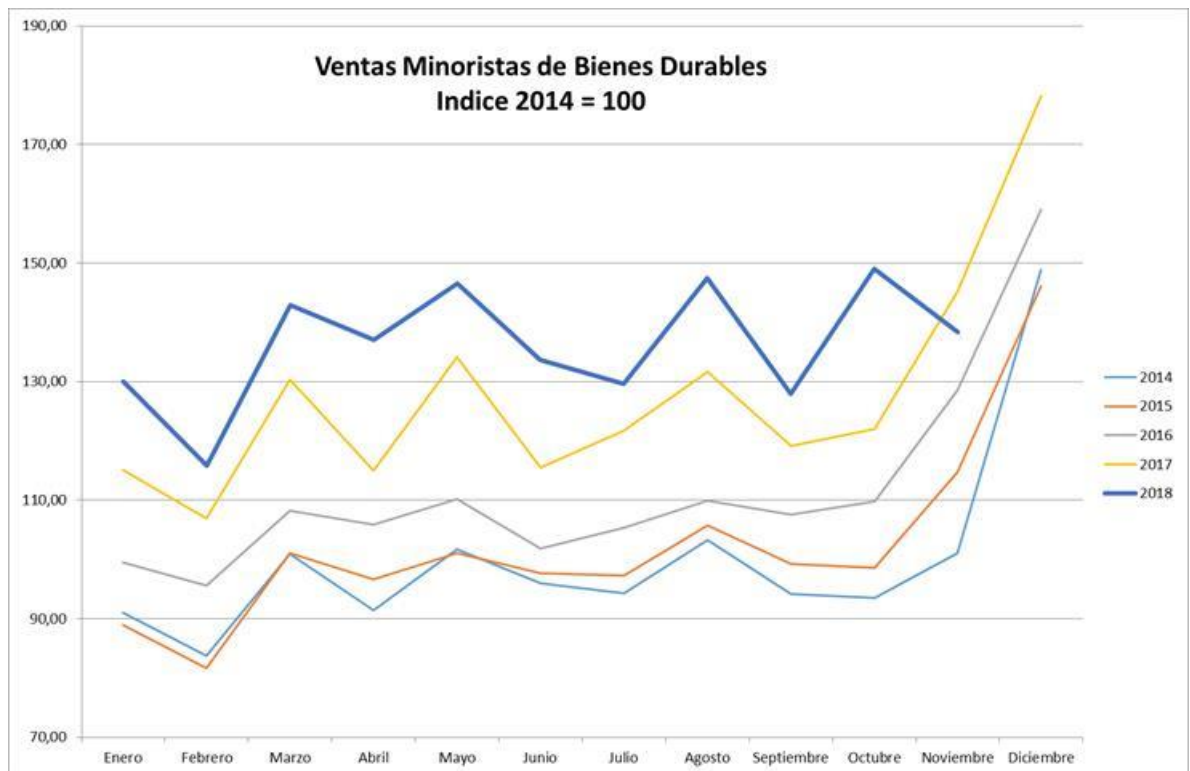
De acuerdo a nuestras estimaciones, si el CyberMonday hubiese ocurrido en noviembre, al igual que en 2017, las ventas de ese mes, en lugar de caer, habrían aumentado por sobre un 3,5%, mientras que las de octubre habrían crecido apenas un 3%, versus el 7,6% observado. Este efecto podría haber sido incluso mayor, considerando que para esta estimación hemos incluido solamente las ventas de los participantes en la campaña oficial que organiza la CCS, a la que en los últimos años se ha plegado gran parte del resto del comercio.



INFORME de COYUNTURA

CAMARA DE COMERCIO DE SANTIAGO (CCS)

El impacto del CyberMonday se desliza por varios rubros. En efecto, uno de los rubros favoritos de los compradores online son los productos electrónicos (luego de los viajes, que al constituir servicios no se analizan en este contexto). Las ventas de electrónicos (para el uso en el hogar y otros), cayeron 8,4% en 12 meses en noviembre, mientras que en octubre habían crecido un 20,8% (récord de los últimos años). Ello incidió en la contracción de casi un 5% que registraron las ventas de bienes durables en noviembre, y al alza del 21,9% que habían alcanzado previamente en octubre, también marcando un récord. Las ventas de automóviles, el otro factor tras el desempeño de durables este año, mostraron una fuerte desaceleración en noviembre, pasando bruscamente de un crecimiento cercano al 25% el mes previo a tan solo un 1,5% en noviembre. Pese a ello, las ventas de durables acumulan un crecimiento 10,4% en 2018 a falta solo de las cifras finales de diciembre.



Por su parte, vestuario y el calzado, que cada año aumenta su protagonismo en los eventos Cyber, logró sobreponerse a la alta base de comparación de noviembre de 2017, alcanzando un crecimiento del 5%, lo que pudo haber sido influido por el segmento que se plegó a la celebración internacional del Black Friday y por la cercanía de Navidad.

INFORME de COYUNTURA

CAMARA DE COMERCIO DE SANTIAGO (CCS)

En materia de ventas mayoristas, cabe subrayar el buen desempeño que ha tenido durante todo el año el sector de maquinaria, que representa el 33% de la categoría y ha tenido un crecimiento acumulado anual entre enero y noviembre del 13,7%

Las ventas de supermercados, en tanto, aumentaron un 2,3% real en noviembre, y en lo que va del año acumulan un 3,4%. Se destaca que en octubre, las ventas por metro cuadrado en supermercados habían exhibido el peor registro de los últimos cinco años, por lo que el crecimiento de noviembre resulta alentador.

Confirmado el pobre desempeño estadístico de las ventas minoristas en noviembre, nuestras estimaciones para el crecimiento del Imacec de ese mes se ubican en torno al 2%, por debajo de la media del mercado.

De este modo, el año 2018 habría cerrado con una expansión del PIB levemente por debajo del 4%