

RETAIL PROYECTAN UN CRECIMIENTO DE 5,5% DURANTE ESTE AÑO Y EL PRÓXIMO

Fuente: Cámara de Comercio de Santiago



EL RETAIL FUE NUEVAMENTE UNO DE LOS SECTORES MÁS ACTIVOS DE LA ECONOMÍA CHILENA. DE ACUERDO A ESTIMACIONES DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE SANTIAGO, LAS VENTAS DURANTE 2006 ALCANZARON A LOS US\$ 33.900 MILLONES, REPRESENTANDO UN CRECIMIENTO DE 5,7% RESPECTO AL AÑO ANTERIOR.

Según la entidad gremial, el Producto Interno Bruto (PIB) del sector comercio se expandió a un ritmo muy similar al crecimiento registrado en las ventas del retail, con un aumento de 5,5% en relación al año 2005.

Para el presente año y 2008, la CCS prevé un escenario favorable para el retail amparado en las buenas proyecciones para la economía chilena para el próximo bienio. El gremio estima que el consumo de los hogares e indivi-

duos se expandirá a un ritmo medio de 6,7% en 2007 y 6% para el próximo año. El crecimiento de las ventas del comercio se estima en torno a 5,5% real para los dos periodos.

Las tendencias del sector para los próximos años apuntan a un cierre en la brecha de crecimiento entre los bienes de consumo durables y no durables, lo cual irá de la mano con menores holguras de expansión en el mercado financiero, y también con eventuales devaluaciones de la moneda local, que toma-

rían más cuerpo en 2008. Todo ello enmarcado en una tendencia declinante de los términos de intercambio del sector externo.

Se prevé que el mercado de bienes de consumo habitual o no durable tendrá un leve repunte, elevando el frágil 4% de 2006 hacia crecimientos más cercanos al 5%. Ello debido a la mejora en la masa salarial y al crecimiento del empleo esperado para el bienio 2007-2008.

VENTAS PER CÁPITA 2006

Con ventas per cápita de alrededor de US\$ 2.100 durante 2006, Chile configura un mercado relativamente profundo en materia

“CON VENTAS PER CÁPITA DE ALREDEDOR DE US\$ 2.100 DURANTE 2006, CHILE CONFIGURA UN MERCADO RELATIVAMENTE PROFUNDO EN MATERIA DE RETAIL. EN LA ACTUALIDAD EL COMERCIO CANALIZA VENTAS QUE EQUIVALEN A UN 23% DEL PIB PER CÁPITA DEL PAÍS”.

de retail. En la actualidad el comercio canaliza ventas que equivalen a un 23% del PIB per cápita del país, similar a los registros de naciones avanzadas de la Euro zona, entre ellos Francia y Reino Unido, y también Japón. En su desarrollo han sido pilares fundamentales la dimensión financiera y tecnológica del comercio, en la cual han adquirido una creciente importancia los canales remotos y la extensión de las redes físicas tradicionales que acercan al consumidor a los grandes centros de consumo.

Pese al liderazgo en el crecimiento sectorial de 2006, los antecedentes indican que tal cual como ocurrió con el resto de las actividades económicas del país, las ventas del comercio también experimentaron una desaceleración a lo largo del año. Además, la pérdida de dinamismo fue transversal, ya que

“LOS ÍTEM MÁS IMPORTANTES EN EL CONSUMO Y QUE DAN FORMA A LA ESTRUCTURA DEL RETAIL EN EL PAÍS, SON AQUELLOS RELACIONADOS CON ALIMENTACIÓN Y VESTUARIO Y CALZADO. EL GASTO TOTAL EN ESTOS DOS RUBROS REPRESENTA ALREDEDOR DEL 65% DEL CONSUMO TOTAL DE LAS PERSONAS...”

afectó tanto a aquellos bienes de consumo durable como aquéllos no durables. Los primeros bajaron su ritmo de crecimiento de 17% en 2005 a 13% en 2006 y los segundos, de 5,3% a 4,1% en el mismo periodo. Pese a la desaceleración, el consumo de bienes durables muestra un ritmo de expansión tres veces superior a los no durables.

Esta brecha entre unos y otros comenzó a abrirse gradualmente a partir de 2002 y 2003 y está relacionada con una importante deflación de precios de los bienes de consumo durable. Este fenómeno tiene sus raíces en diversos elementos que se refuerzan unos a otros, tales como el avance tecnológico, la

apertura a nuevos mercados intensamente competitivos como los de Corea y China, y también la creciente fortaleza del peso chileno en los mercados internacionales.

CAÍDA EN LOS PRECIOS

En cuanto a los precios de los bienes de consumo durable han descendido 12% entre el tercer trimestre de 2002 y el tercer trimestre de 2006, en tanto que en ese mismo lapso, los precios de los bienes de consumo no durable, tales como alimentos, han crecido en un 9,7%. Visto de otro modo, la relación de precios entre unos y otros ha cambiado radicalmente a lo largo de estos últimos tres a cuatro años, de modo que el aumento de precios de los primeros y la caída de los segundos ha significado un distanciamiento de precios de alre-



dedor de 24% entre ambos desde el tercer trimestre de 2002.

VENTAS POR RUBROS

Los ítem más importantes en el consumo y que dan forma a la estructura del retail en el país, son aquellos relacionados con alimentación y vestuario y calzado. El gasto total en estos dos rubros representa alrededor del 65% del consumo total de las personas y familias y estimativamente significa un gasto per capita promedio mensual de 45 mil pesos en alimentación y 18 mil pesos en vestuario y calzado. Otros rubros importantes son farmacias y perfumerías, en que se gasta un prome-

dio de 9 mil, así como vajillas y cristalerías, con alrededor de 5 mil pesos por habitante al mes.

CRÉDITOS DE CONSUMO Y BIENES DE CONSUMO DURABLE

El importante crecimiento de los créditos de consumo a lo largo de los últimos cuatro años está relacionado en forma directa con la expansión del consumo de los hogares, pero principalmente con el de los bienes durables. Las cifras muestran que pese a la desaceleración económica observada a lo largo de 2006, esas colocaciones continúan creciendo aceleradamente, a tasas que se mantienen con algunos altibajos en aproximadamente 20% real en 12 meses.

El ritmo de expansión que presenta el mercado financiero constituye un récord histórico, con precedentes sólo a mediados de los '90, en que el mercado estaba más cercano a sus primeras fases de desarrollo, y crecía a tasas de 35% real y más por año.

El panorama de fondo muestra, en definitiva, que el descenso de precios que ha caracterizado a los bienes durables, amén del avance tecnológico que en sí mismo promueve el consumo, se ha trasferido con gran fuerza al mercado de créditos, posibilitando su expansión casi sin pausa y al acceso masivo de la población a este tipo de bienes. 🛒