



# PROYECCIONES DEL COMERCIO

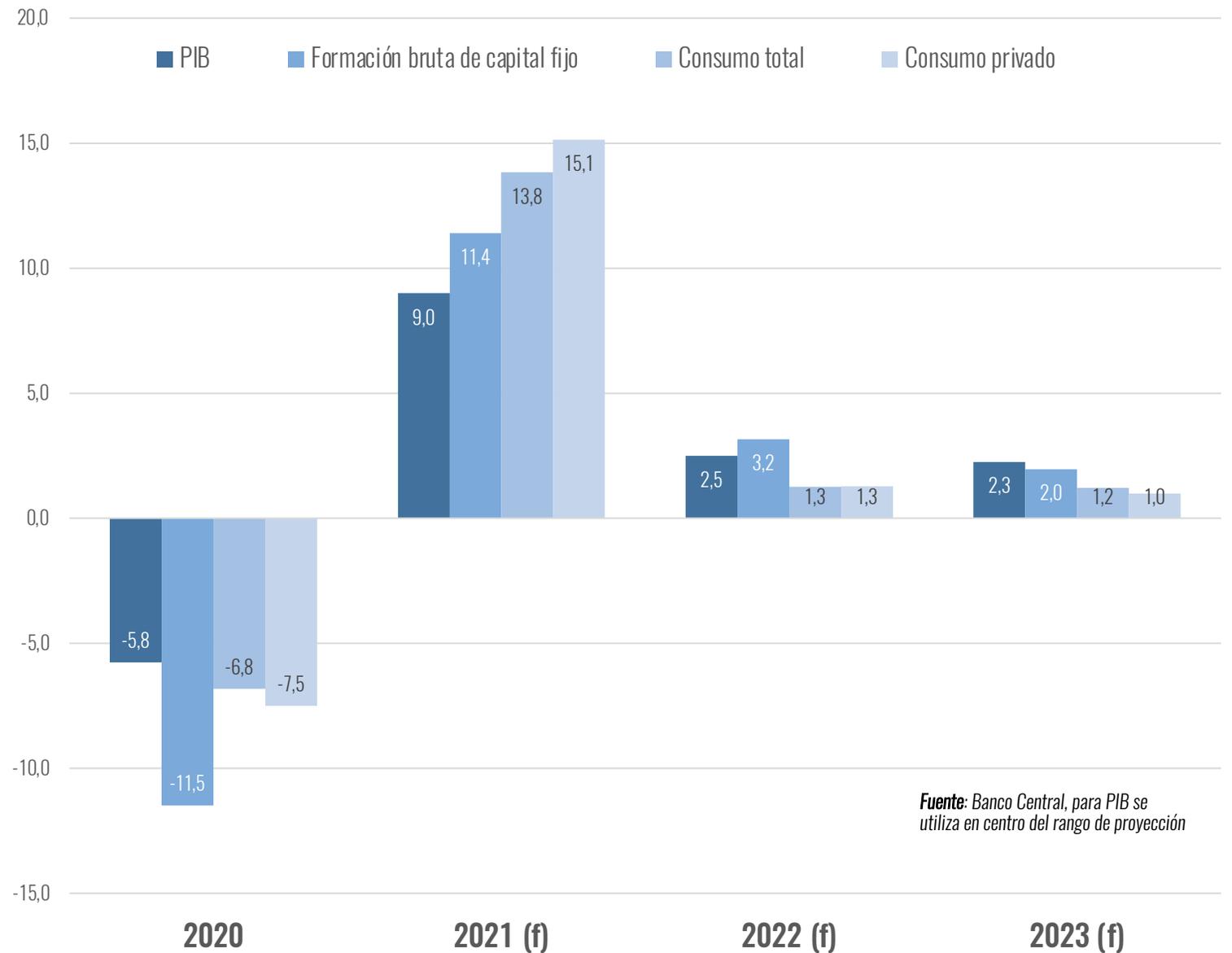
JUNIO 2021

**CCS**  
CAMARA DE COMERCIO DE SANTIAGO

# La proyección de crecimiento del BCCh sube 2,5 puntos

- La principal explicación es la mayor liquidez de los hogares por transferencias fiscales y retiros previsionales
- Es decir, una parte importante del ajuste vendrá de consumo privado

## Proyecciones IPOM Junio 2021

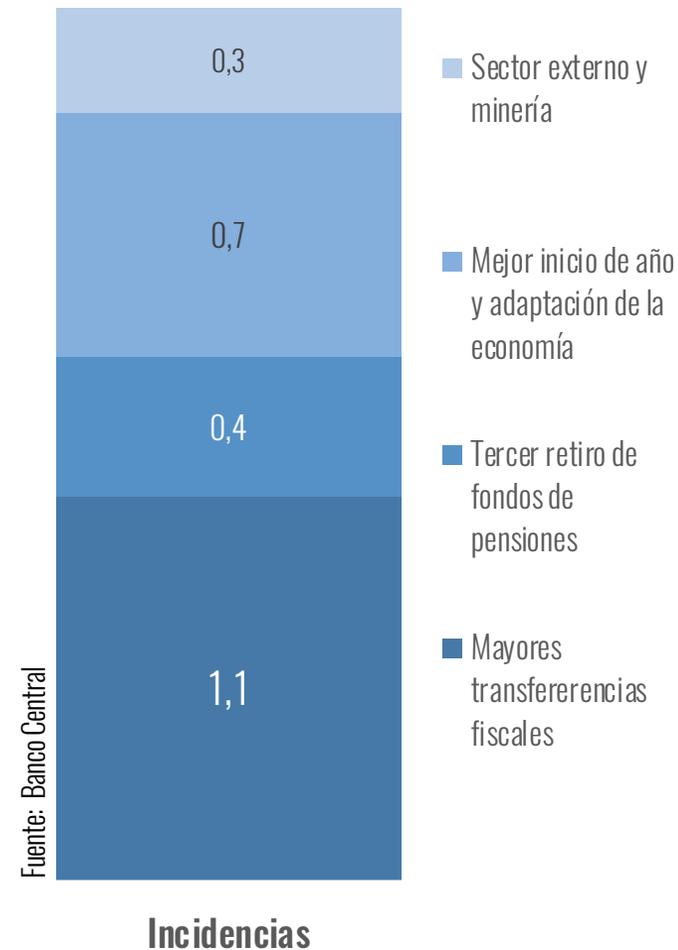


Fuente: Banco Central, para PIB se utiliza en centro del rango de proyección

# La proyección de crecimiento del BCCh sube 2,5 puntos

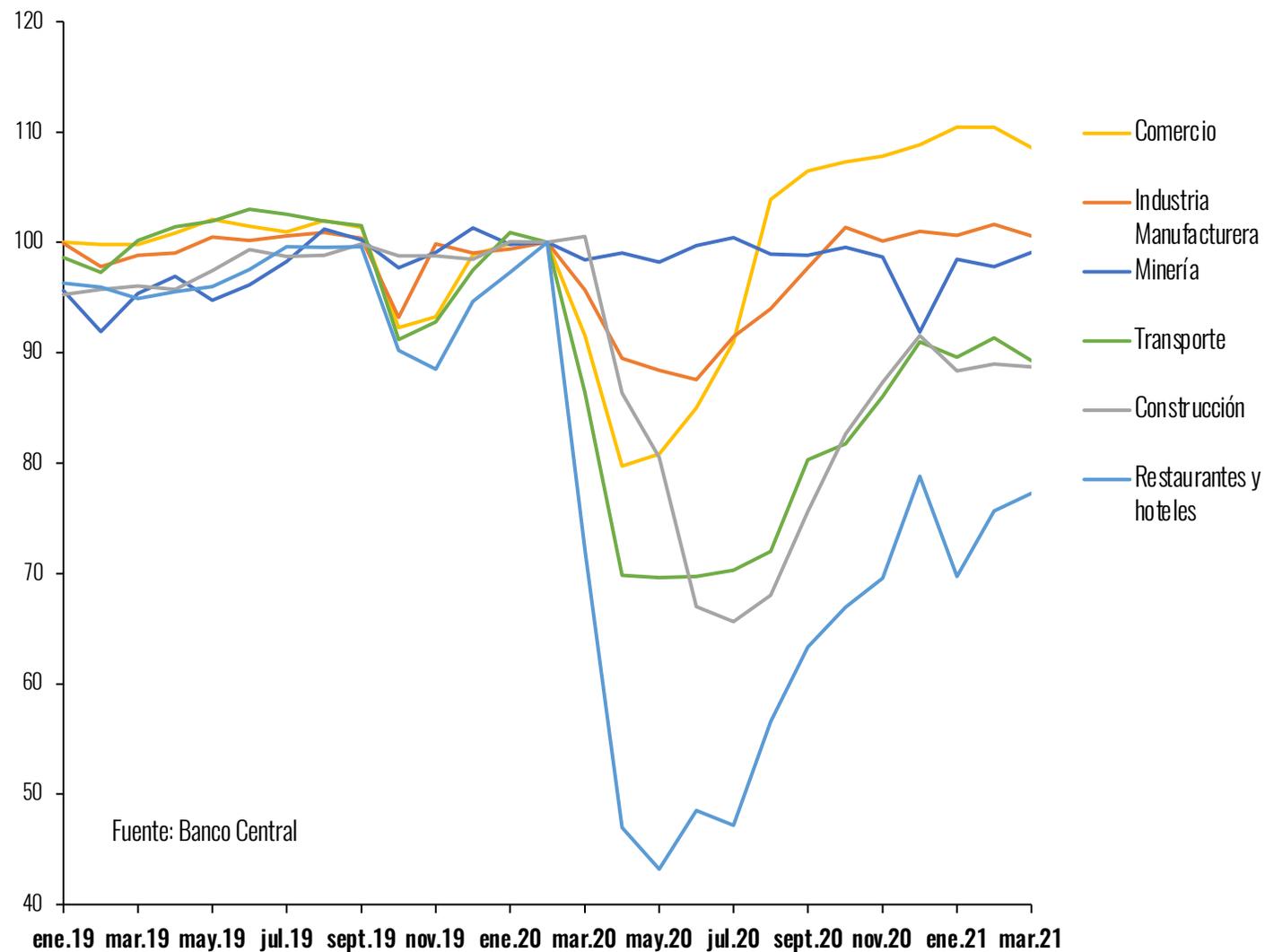
- La principal explicación es la mayor liquidez de los hogares por transferencias fiscales y retiros previsionales
- Es decir, una parte importante del ajuste vendrá de consumo privado

**Incidencias en el aumento de proyección del PIB 2021 del IPOM**  
(junio-marzo, puntos porcentuales de crecimiento del PIB)



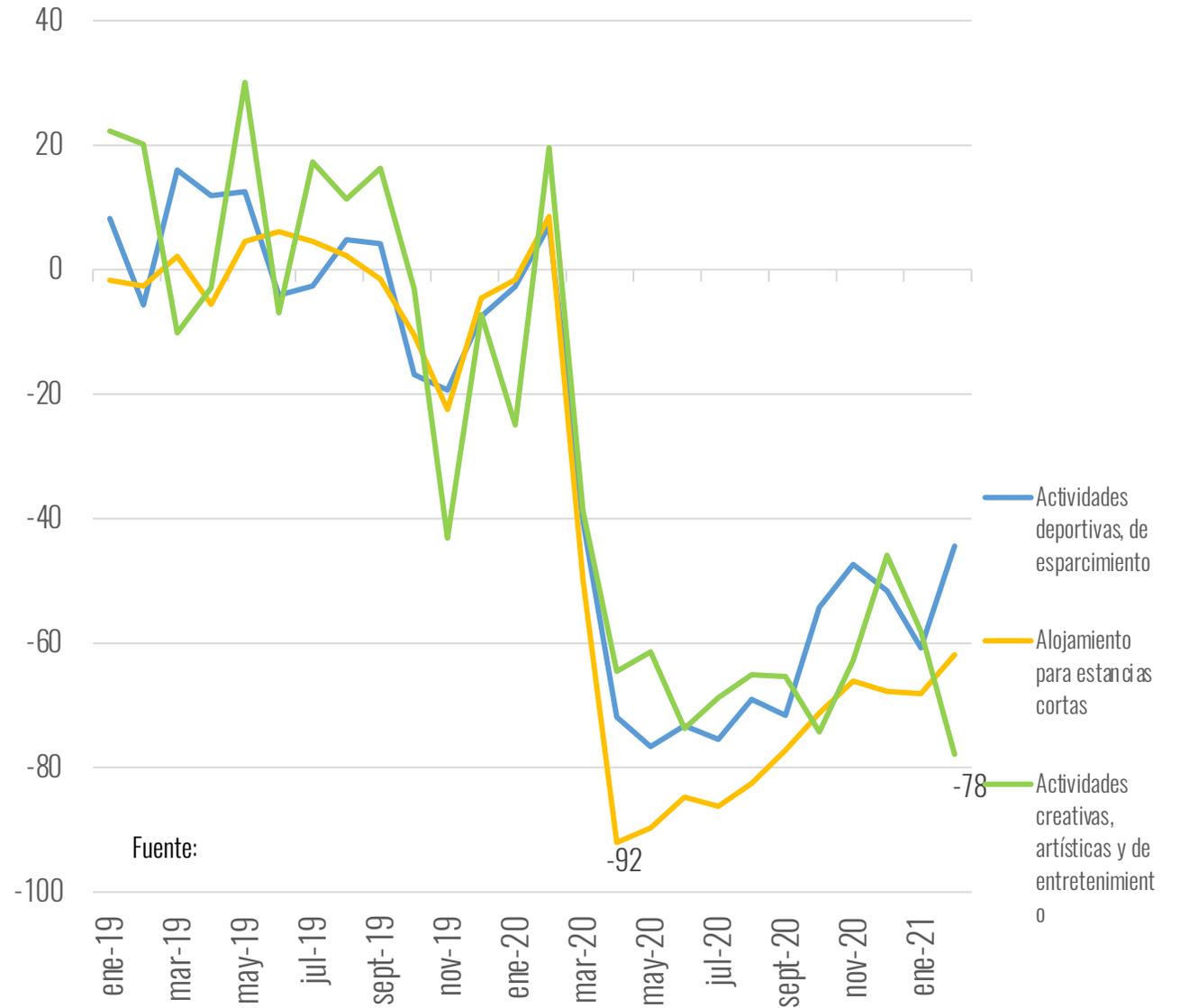
**El impacto sectorial muestra sincronía, pero con intensidades muy diferentes**

**IMACEC por sectores**  
(desestacionalizado, índice feb.20=100)



**Las actividades de servicios presenciales han sufrido un impacto particularmente intenso**

Variación en 12 meses de las ventas de algunas actividades de la economía presencial



Fuente:

# La evidencia no muestra en absoluto que el confinamiento reduzca contagios

## Índice de Confinamiento versus nuevos casos de COVID-19 / Promedio 2020



..menos aún en lo que va de 2021

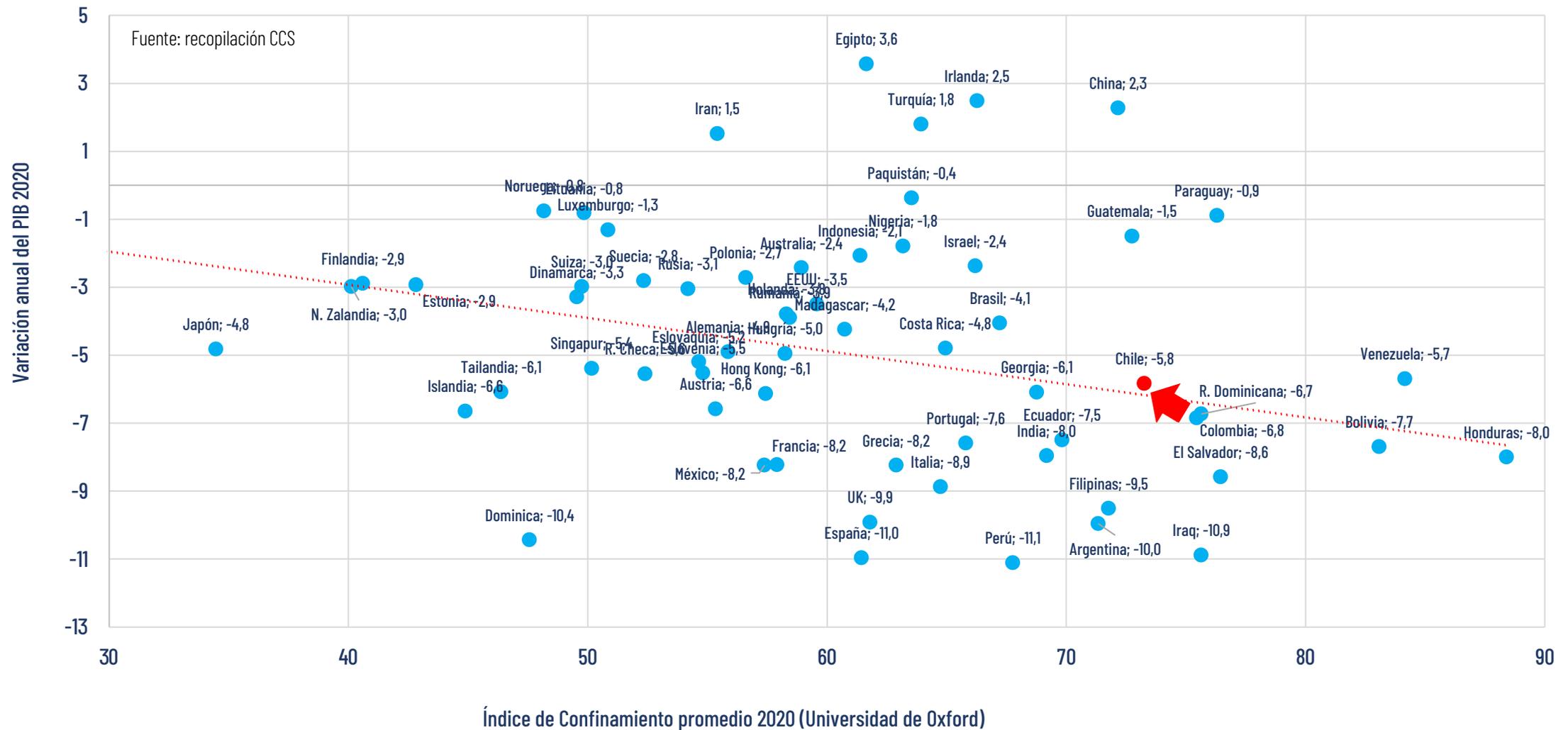
### Índice de Confinamiento versus nuevos casos de COVID-19 / Promedio 2021



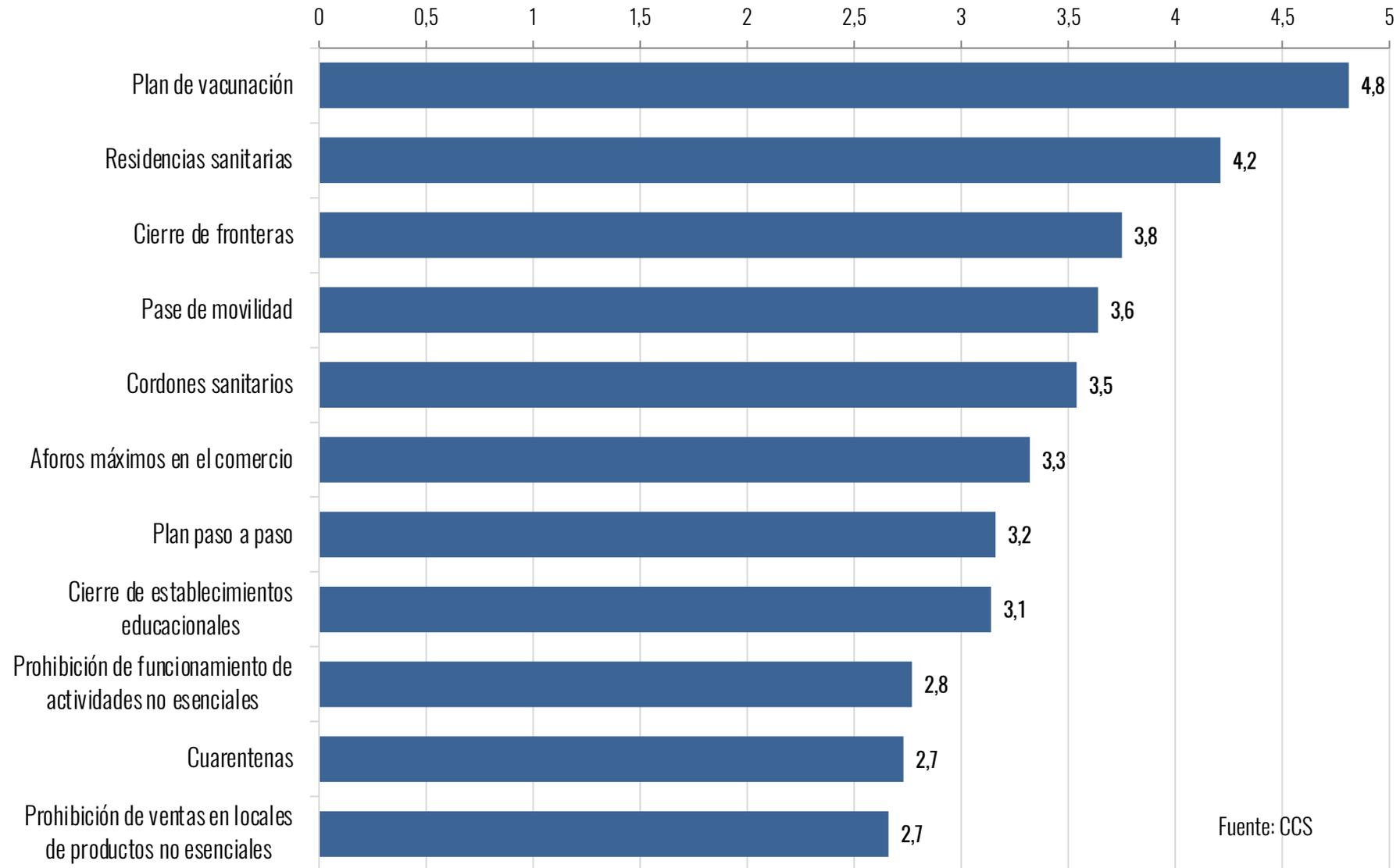
Índice de Confinamiento promedio 2021 (Universidad de Oxford)

# ..por el contrario, es clara en mostrar su impacto económico

## Índice de Confinamiento versus variación del PIB / Promedio 2020

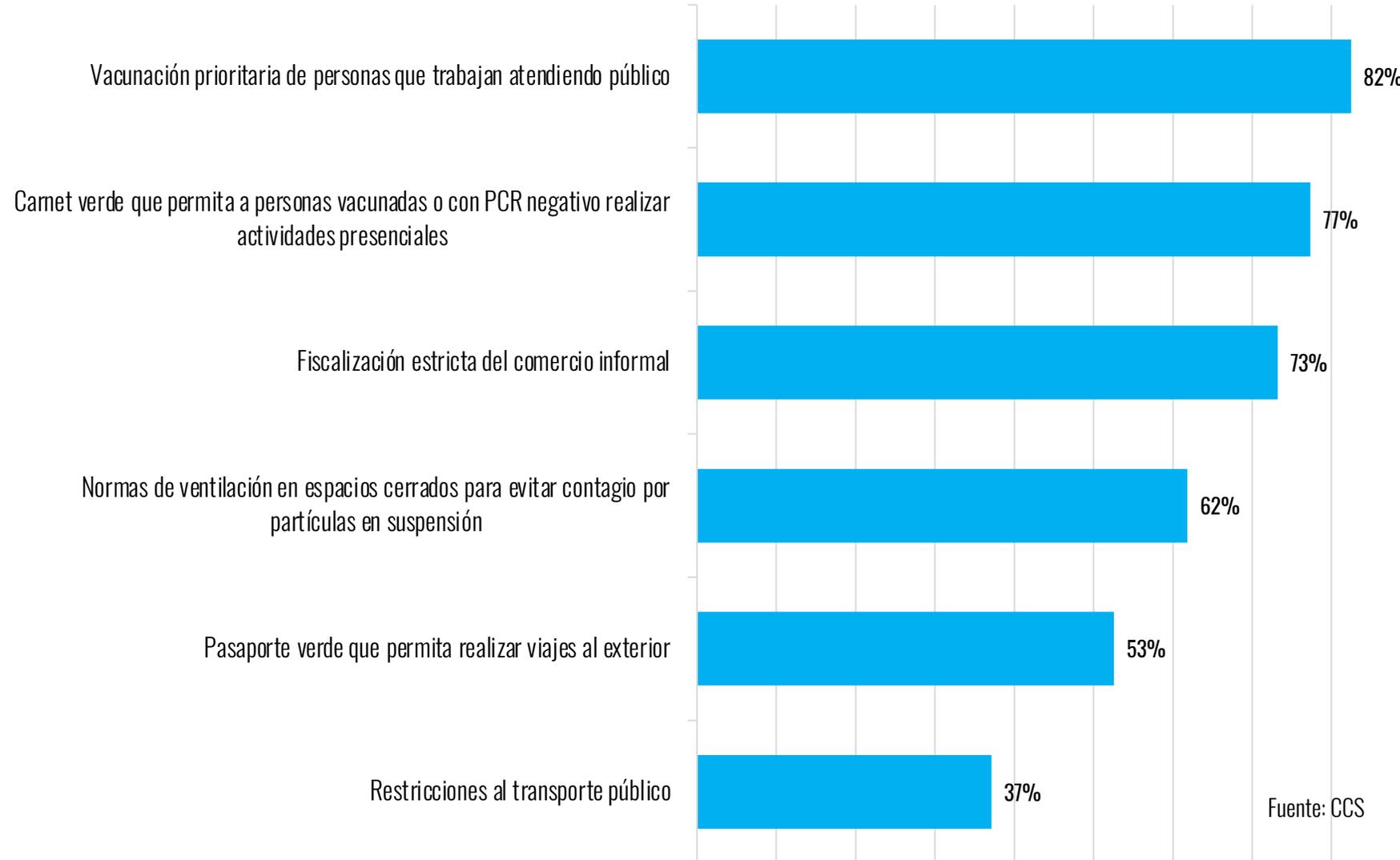


## Empresas: Evaluación de medidas (De 1 a 5, donde 5 es mejor)



Fuente: CCS

## Tipo de medidas que proponen las empresas

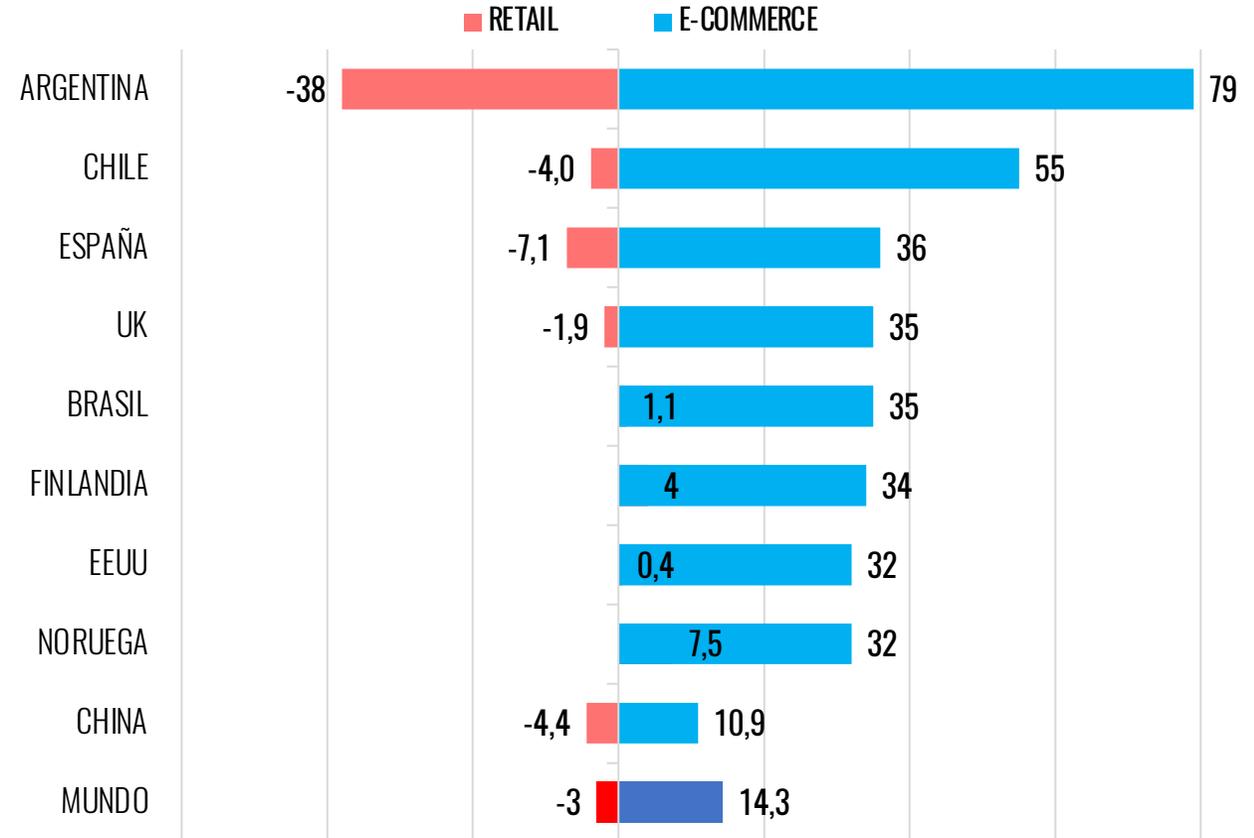


# 2020, un difícil año para el comercio

- Durante 2020, las ventas del comercio minorista cayeron un 3% a nivel global. El comercio electrónico evitó una caída mayor, aumentando un 14% y aportando 2,5 puntos porcentuales de crecimiento a las ventas totales
- Chile es uno de los países donde más creció el e-commerce, un 55%

Variación de las ventas totales del comercio y del comercio online, 2020

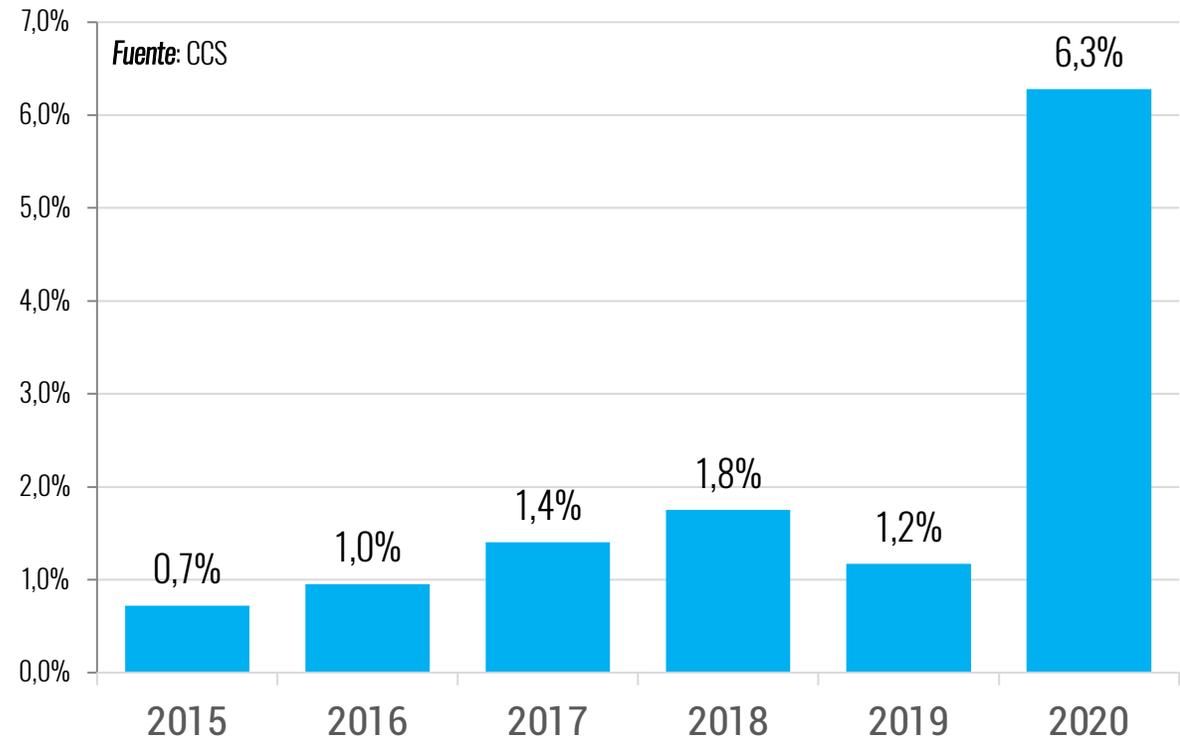
Fuente: CCS, Euromonitor



# El e-commerce evitó una caída del 10% en el comercio en Chile

- Las ventas online fueron la única forma de venta en la mayoría de las categorías durante gran parte del año
- Su aporte al sector fue de 6,3 puntos de crecimiento, el más alto de la historia

**CHILE: Contribución del eCommerce al crecimiento del comercio**  
(Puntos porcentuales de crecimiento total del retail)

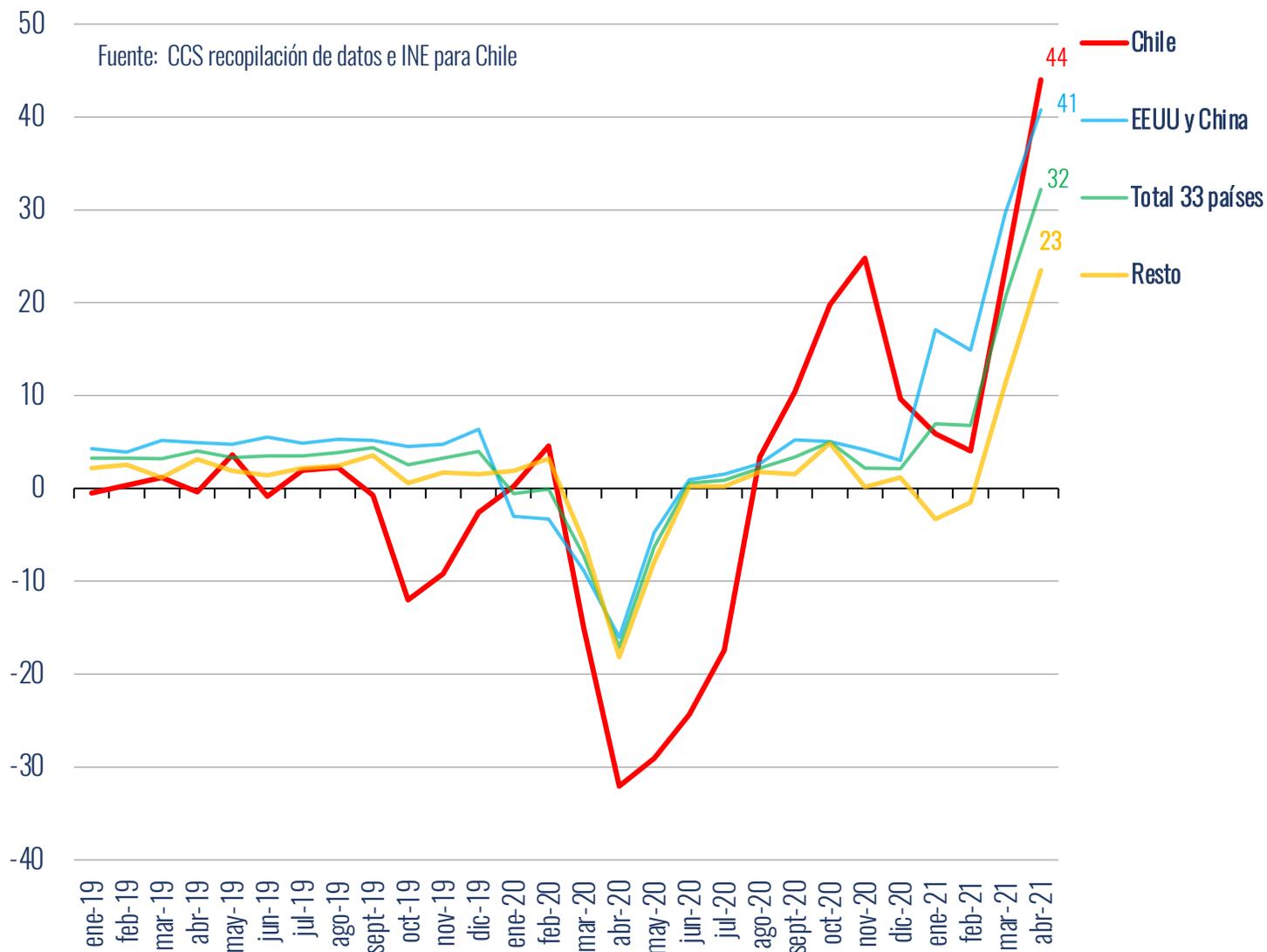


# Luego de sufrir uno de los mayores impactos a nivel global, las ventas minoristas en Chile se recuperan

- En abril 2020 la caída superó el 30%
- A contar de fines de agosto, los retiros de pensiones y bonos estatales han levantado el consumo de los hogares

## Ventas del Retail en Chile y el mundo

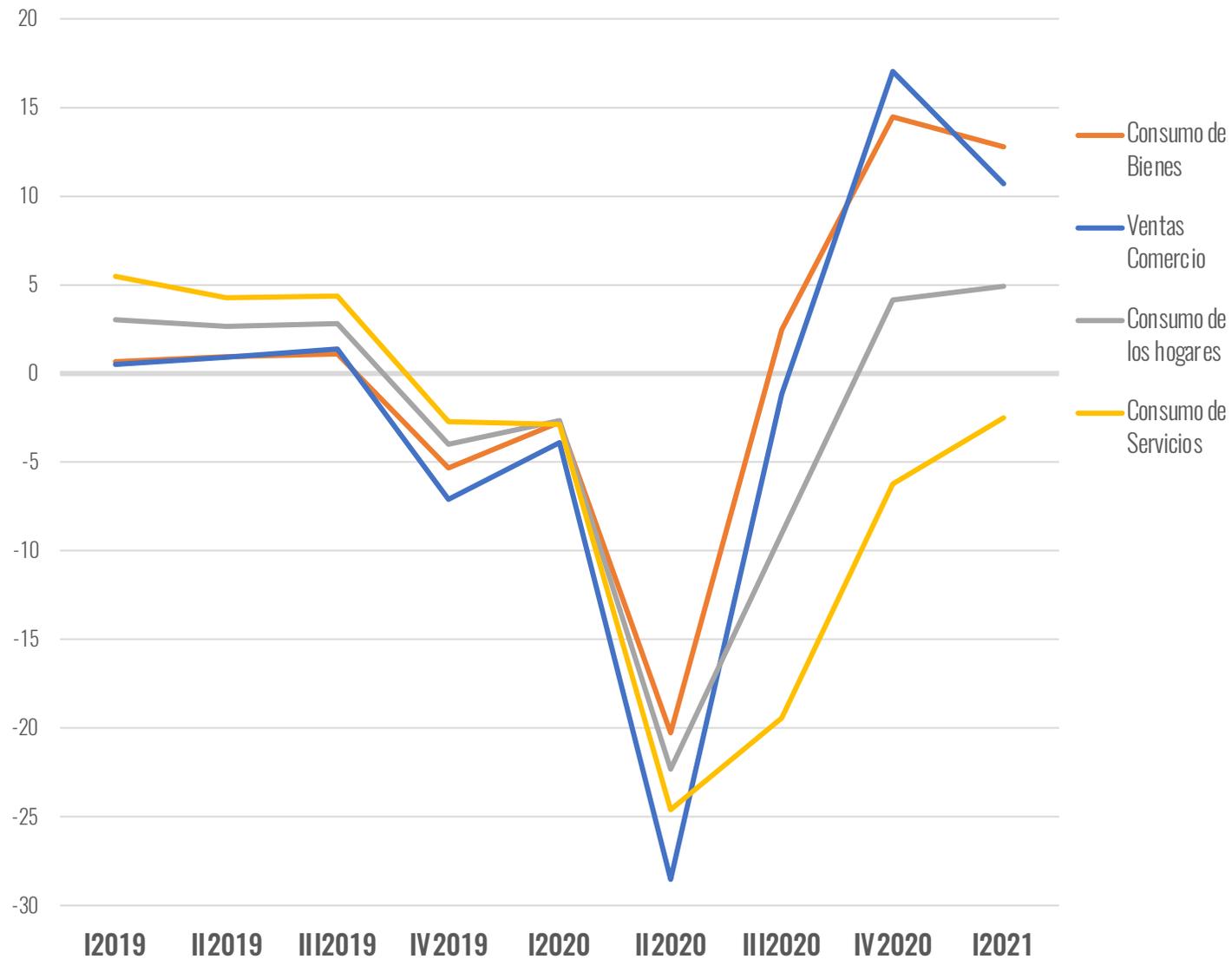
(Crecimiento real anual: %)



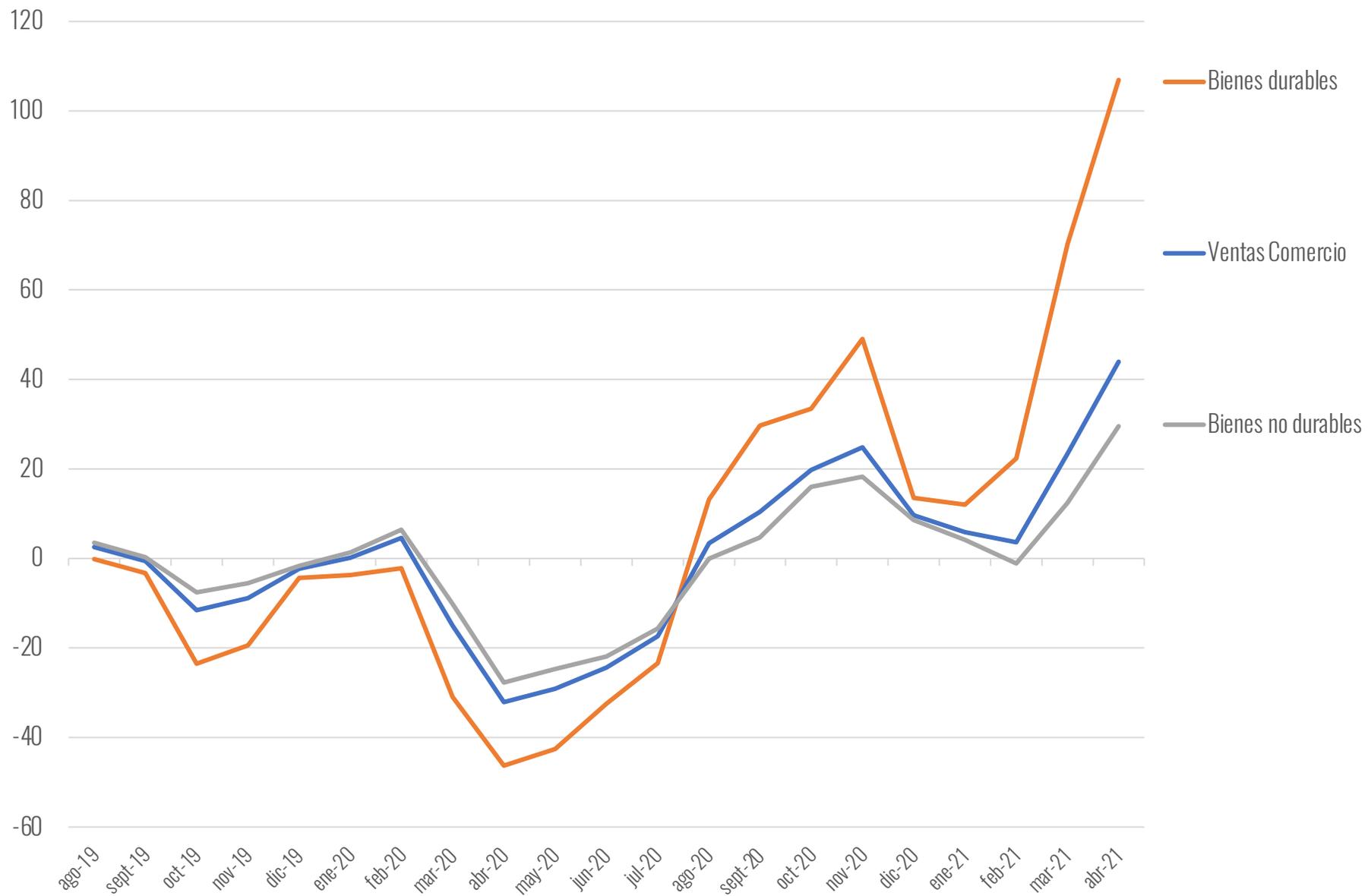
# El consumo de bienes lidera la demanda interna

- Segmento servicios sigue en contracción

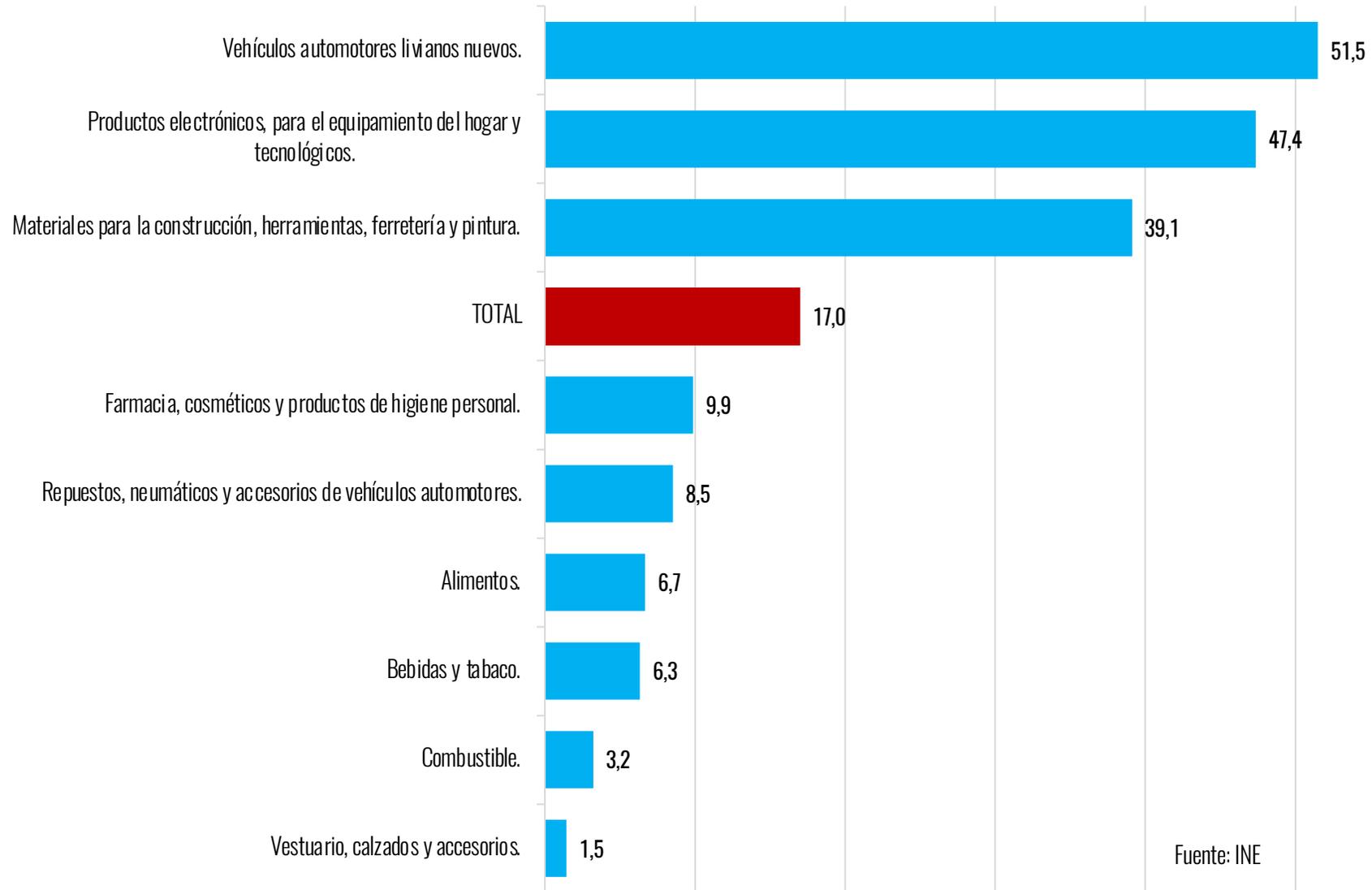
## CHILE: Indicadores de Consumo Privado (Var 12 meses)



# Variación ventas del comercio minorista



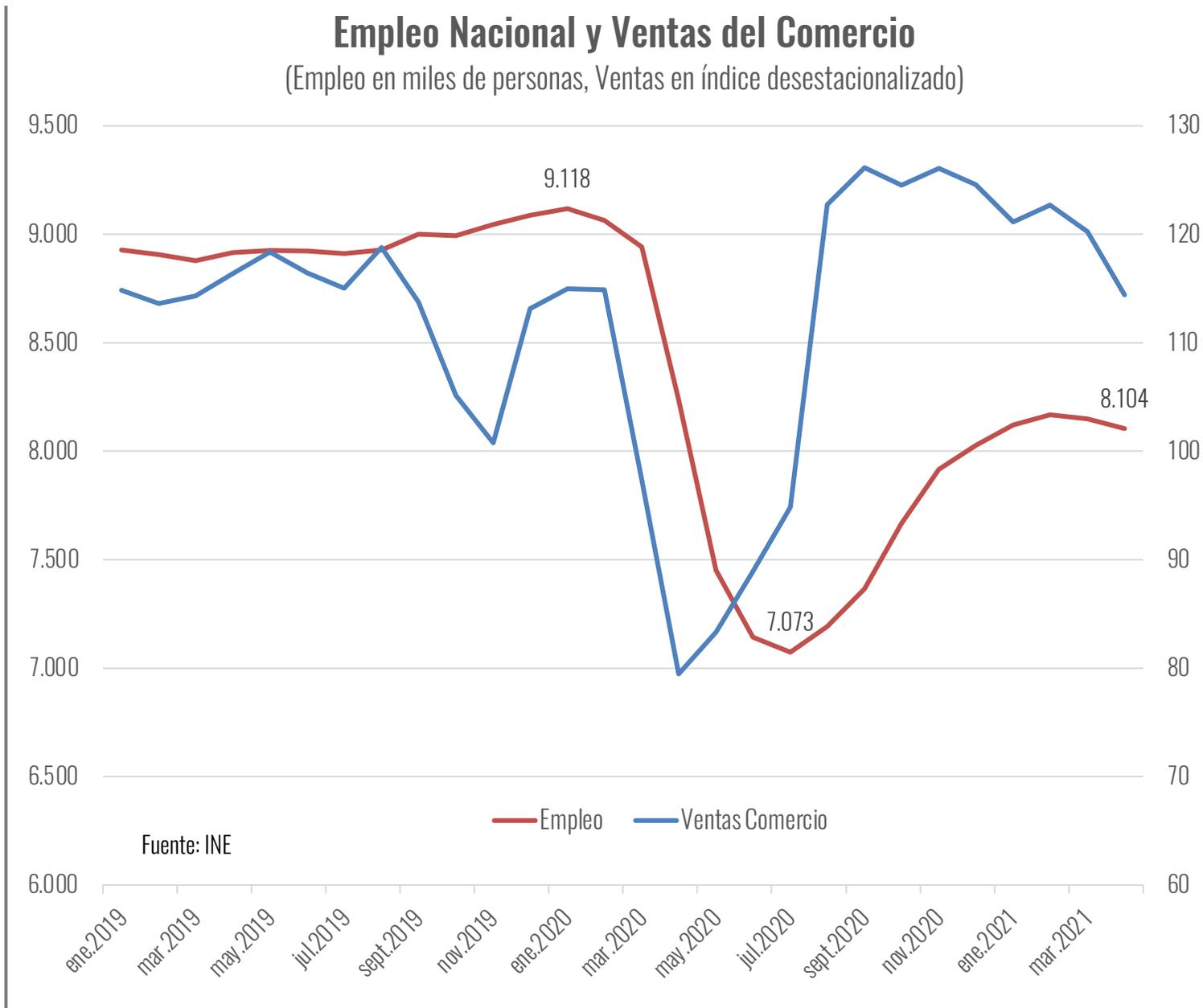
## Variación acumulada de ventas 2021 (enero-abril)



Fuente: INE

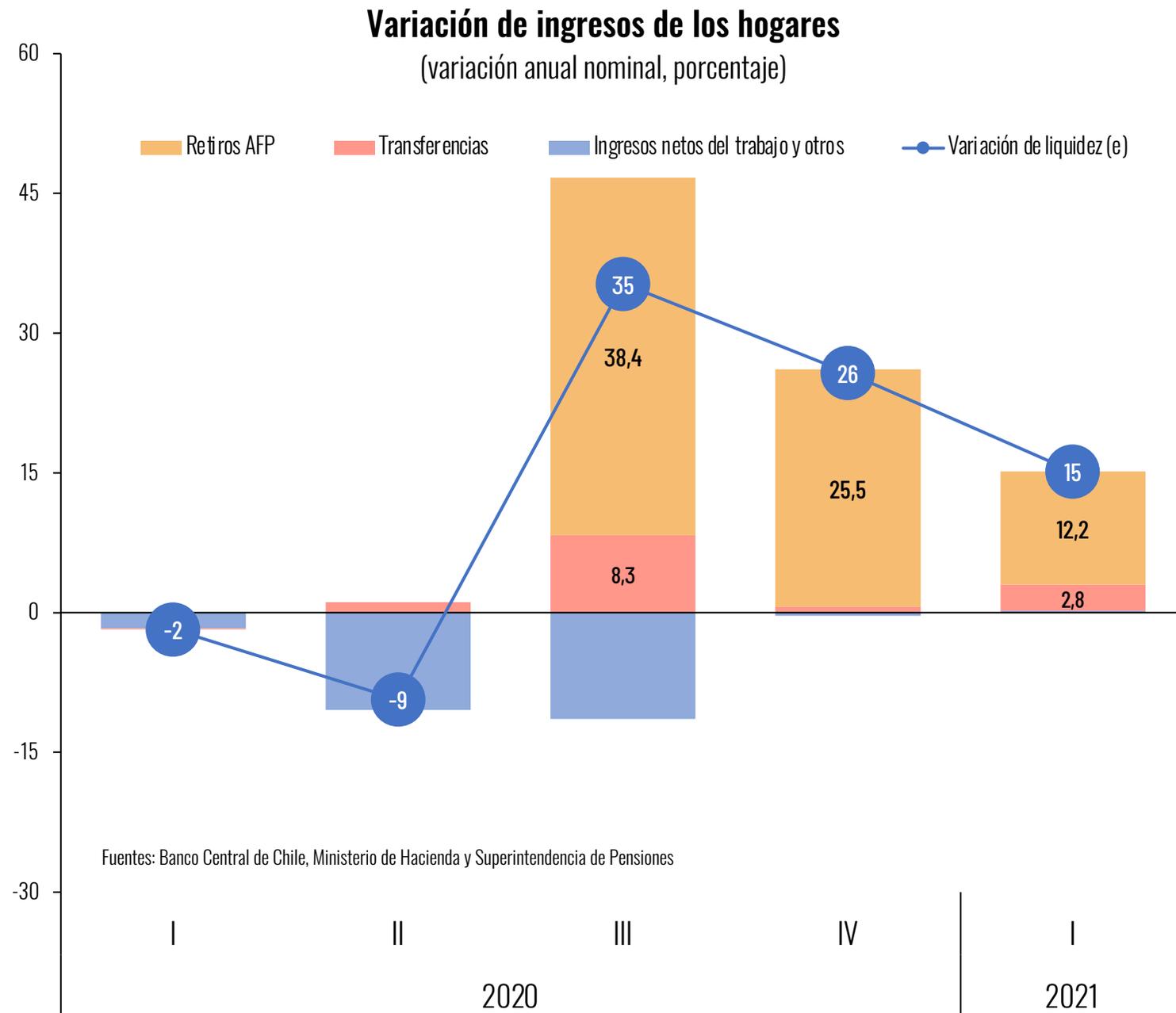
# Recuperación del empleo contribuye a la recuperación del comercio

- Pero se produce una gran brecha a partir del Q3 de 2020, explicada por recursos adicionales a los hogares

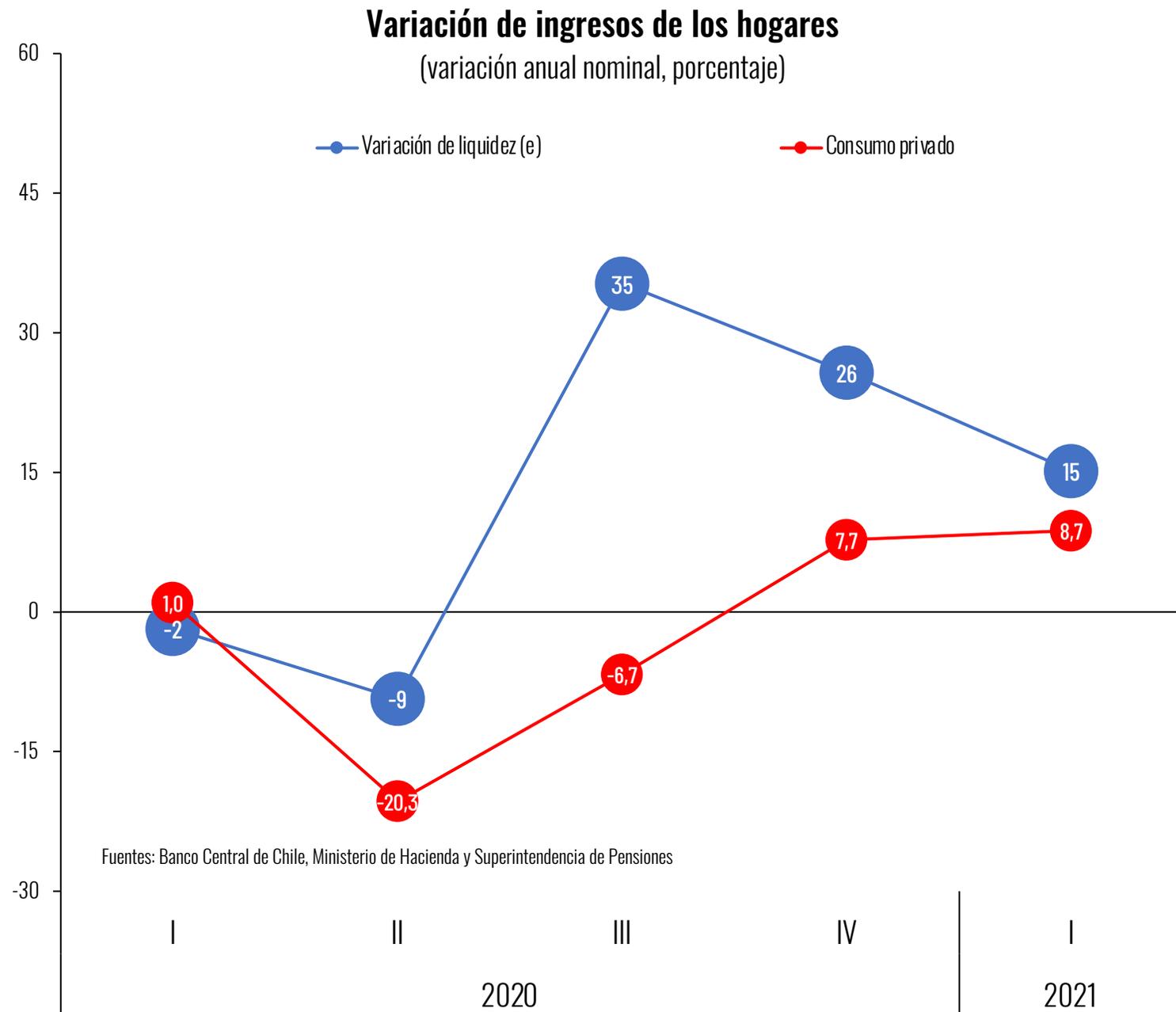


## Altas transferencias de liquidez a los hogares ha impulsado la demanda

- La liquidez de los hogares ha sido superior muy a lo que hubiese sido un 'año normal'
- Esto ocurre en todos los quintiles de ingresos



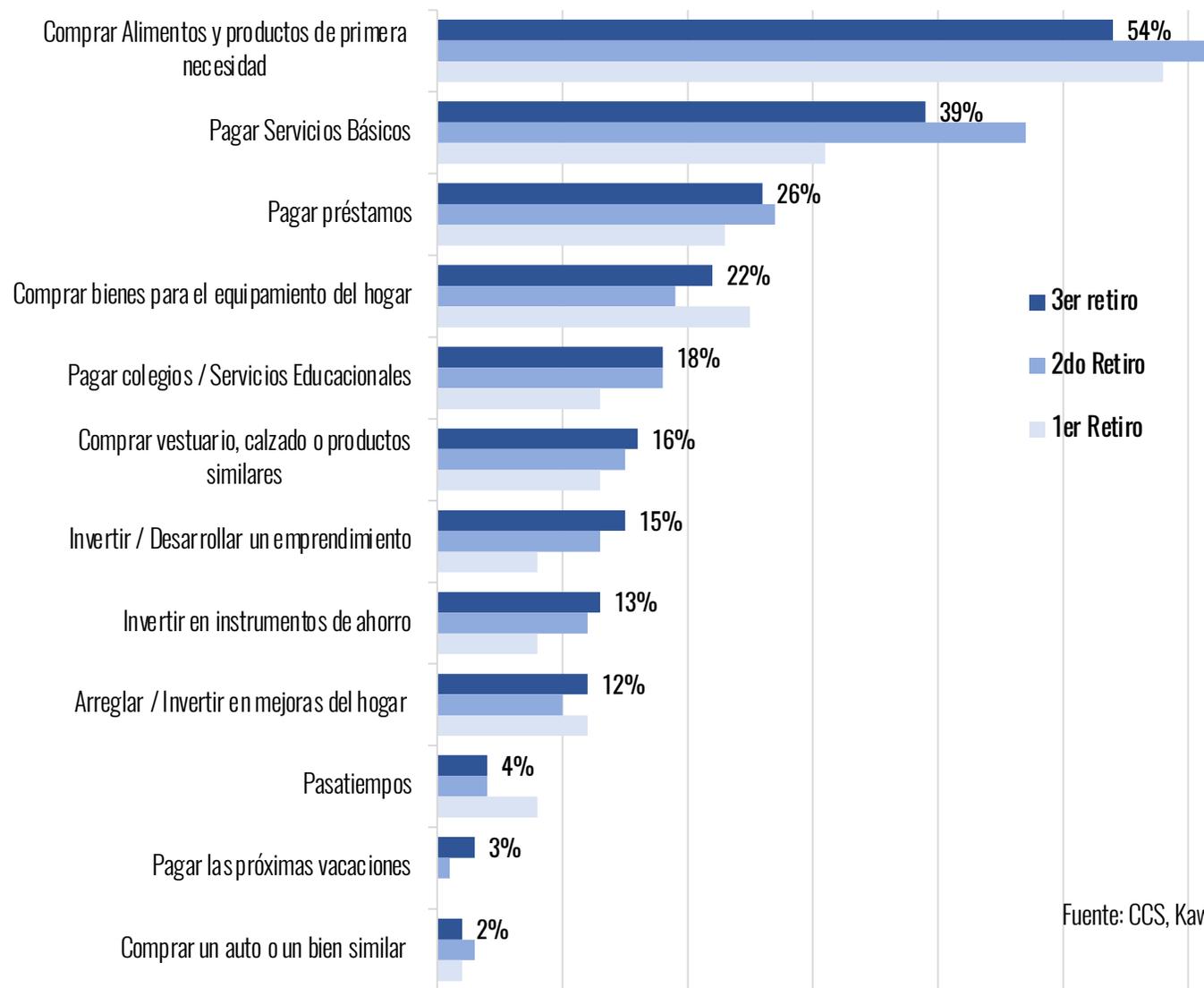
**Esta mayor liquidez  
explica la recuperación  
del consumo**



# Retiro de AFPs sigue alimentando consumo

- Alimentos y primera necesidad sigue siendo lo más importante, pero pierde 10 puntos respecto del 2° retiro
- Aumenta intención de uso de los recursos en la compra de bienes durables y semi-durables

¿En qué utilizó los dos primeros retiros y en qué ha utilizado o utilizará el tercero?



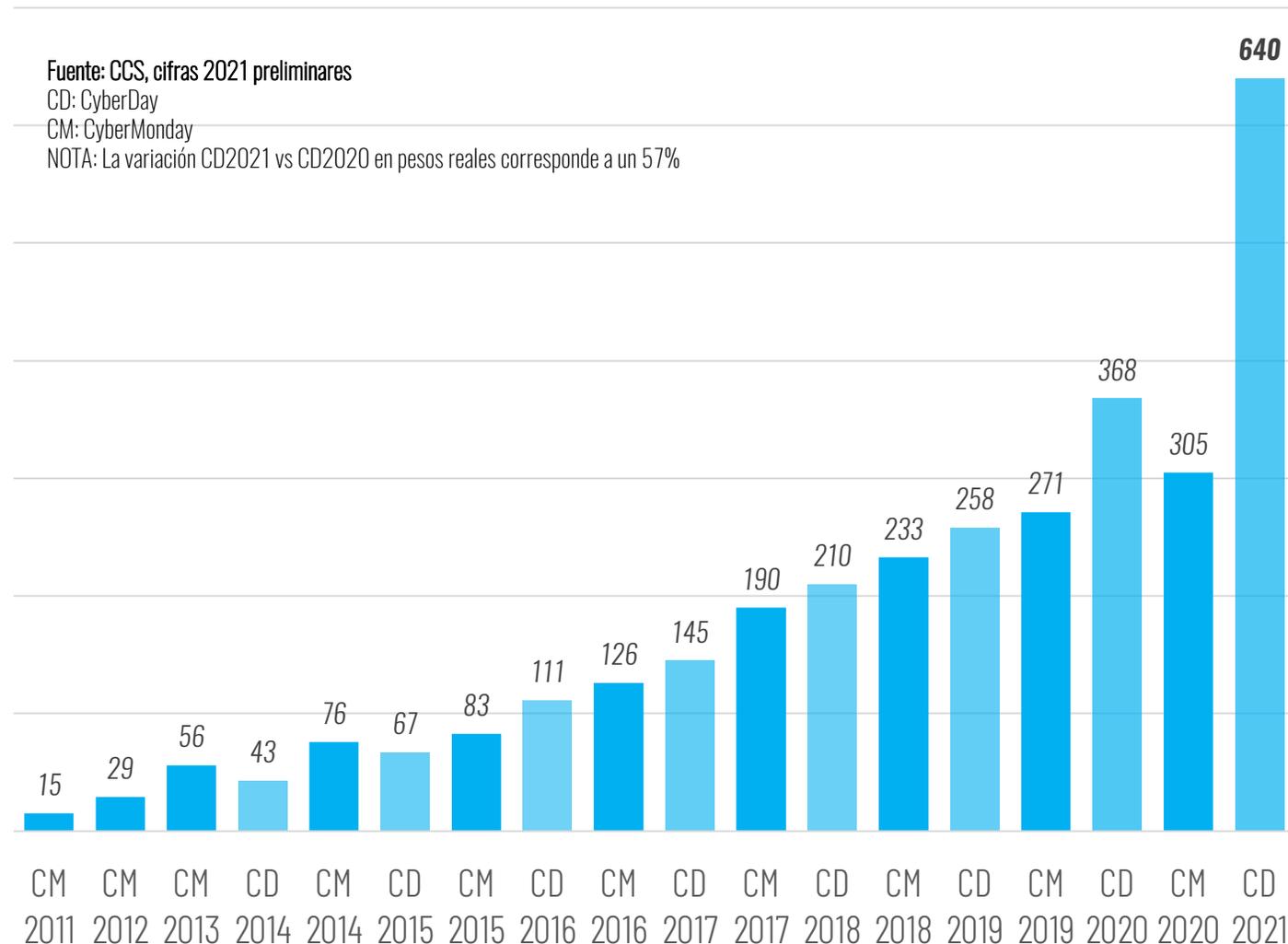
Fuente: CCS, Kawesqar

# El CyberDay anticipa alto crecimiento en mayo y junio

- La propensión al consumo del 3er retiró resultó ser mucho más alta
- Sumado a los nuevos anuncios de bonos estatales
  - Al cansancio psicológico del encierro
- Y a lo habitual que se ha vuelto en nuestra vida el eCommerce

## VENTAS HISTÓRICAS EVENTOS CYBER

En millones de dólares

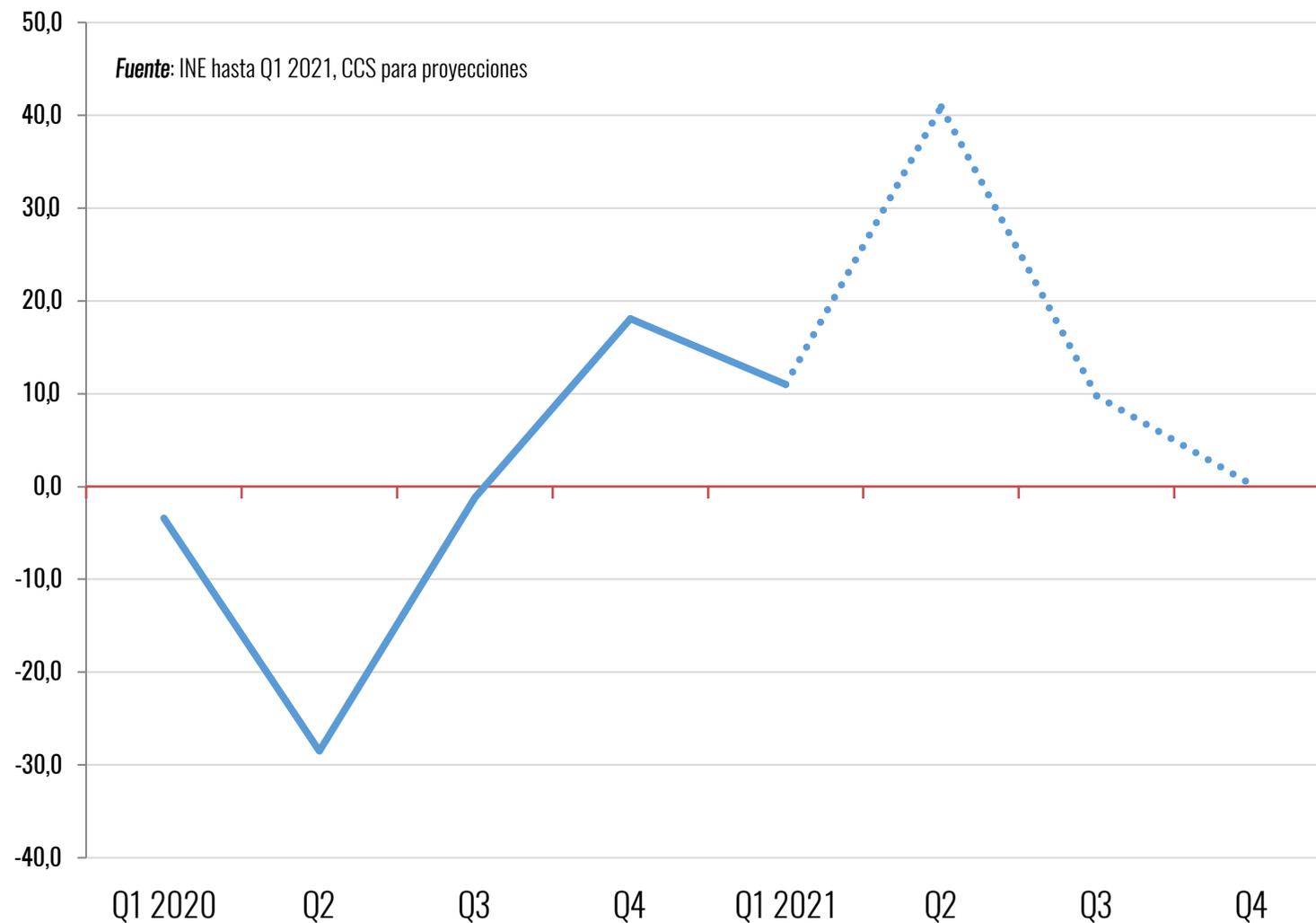


# Vienen meses de alto crecimiento en el comercio, que se moderará en el 2º semestre

- El segundo trimestre será el más dinámico, luego, suben las bases de comparación

## Trayectoria probable de las ventas del comercio 2021

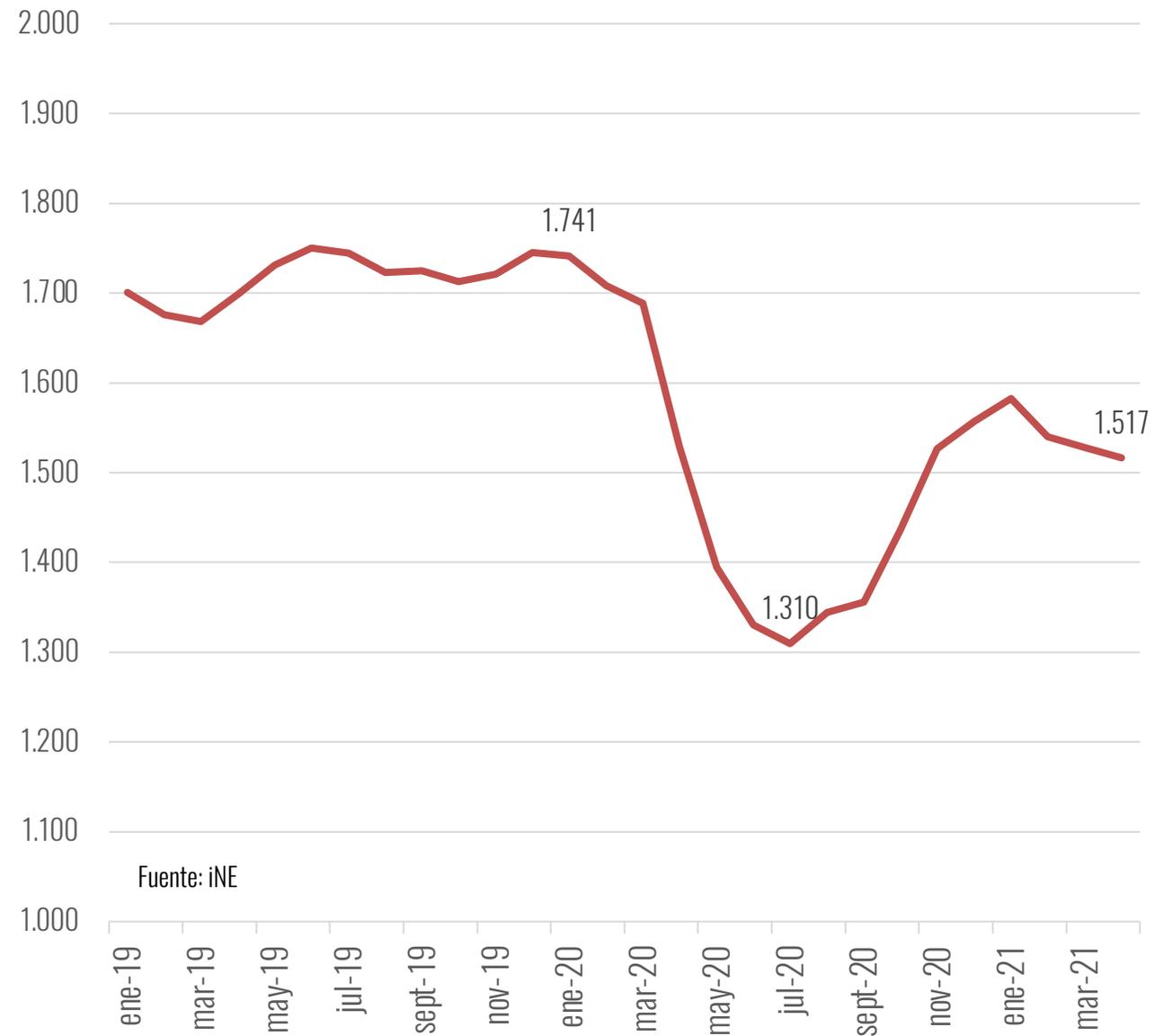
(var. 12 meses)



## También el empleo sectorial

- El sector perdió aprox. 400 mil empleos en el momento más crítico
- A la fecha se ha recuperado la mitad

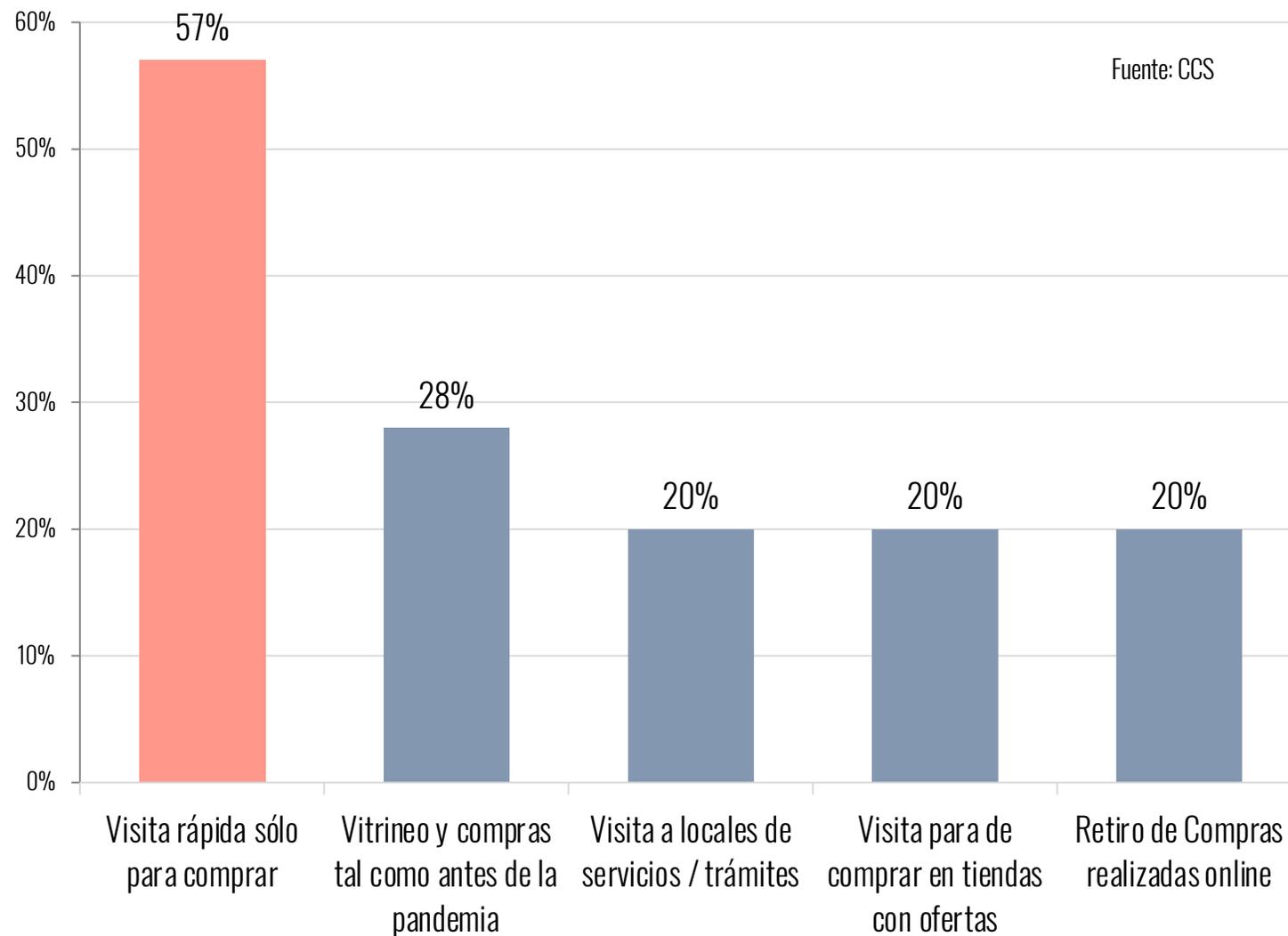
Ocupados en el Comercio (miles de personas)



# Cambian los hábitos en el comercio físico

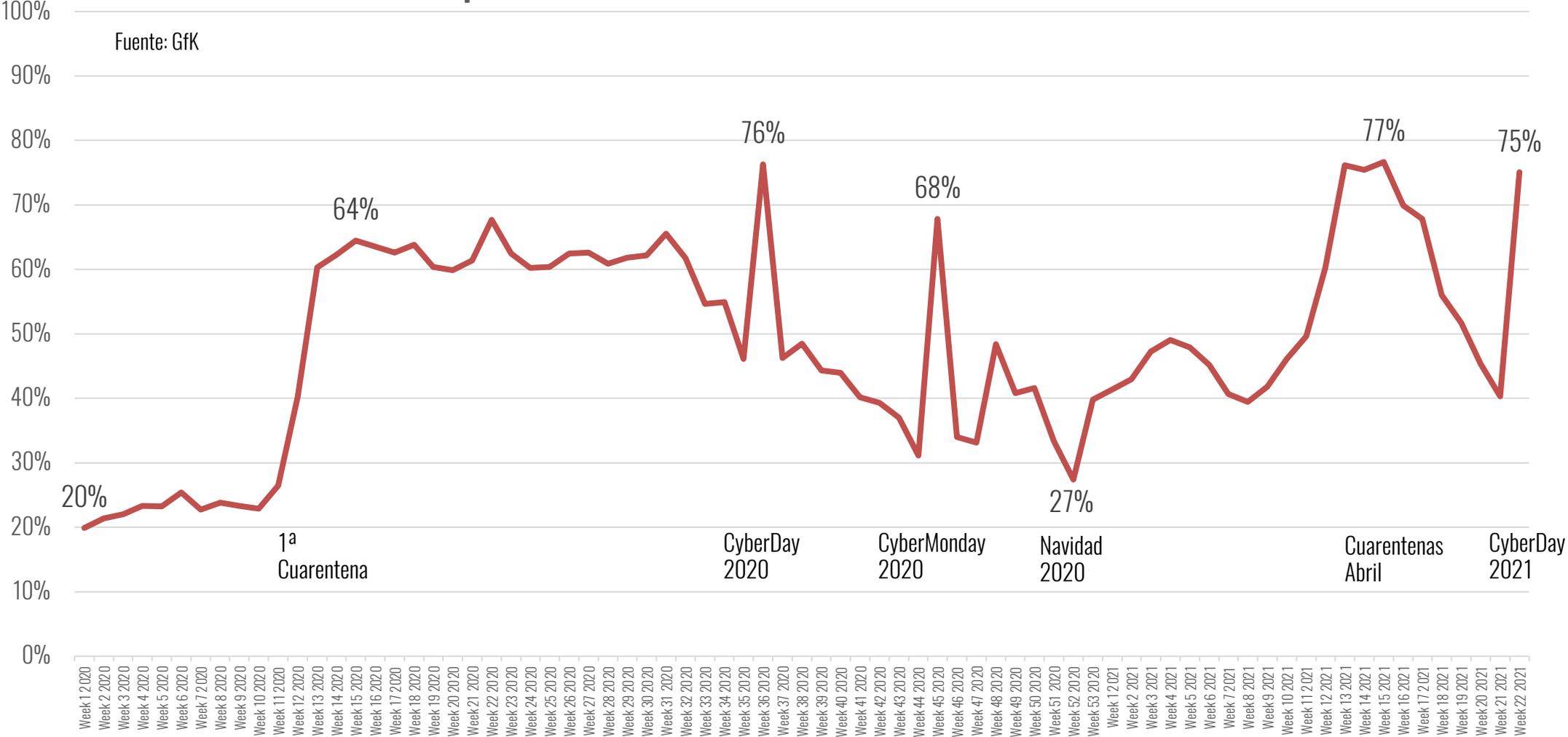
- Las visitas al comercio físico se vuelven más funcionales: la mayoría trata de ir sólo lo necesario
- Aumentan las tasas de conversión de las visitas

Tipo de visita que realizará a un centro comercial  
(Mayo 2021)



# Participación de Internet en las ventas de Bienes Durables

Fuente: GfK



2020

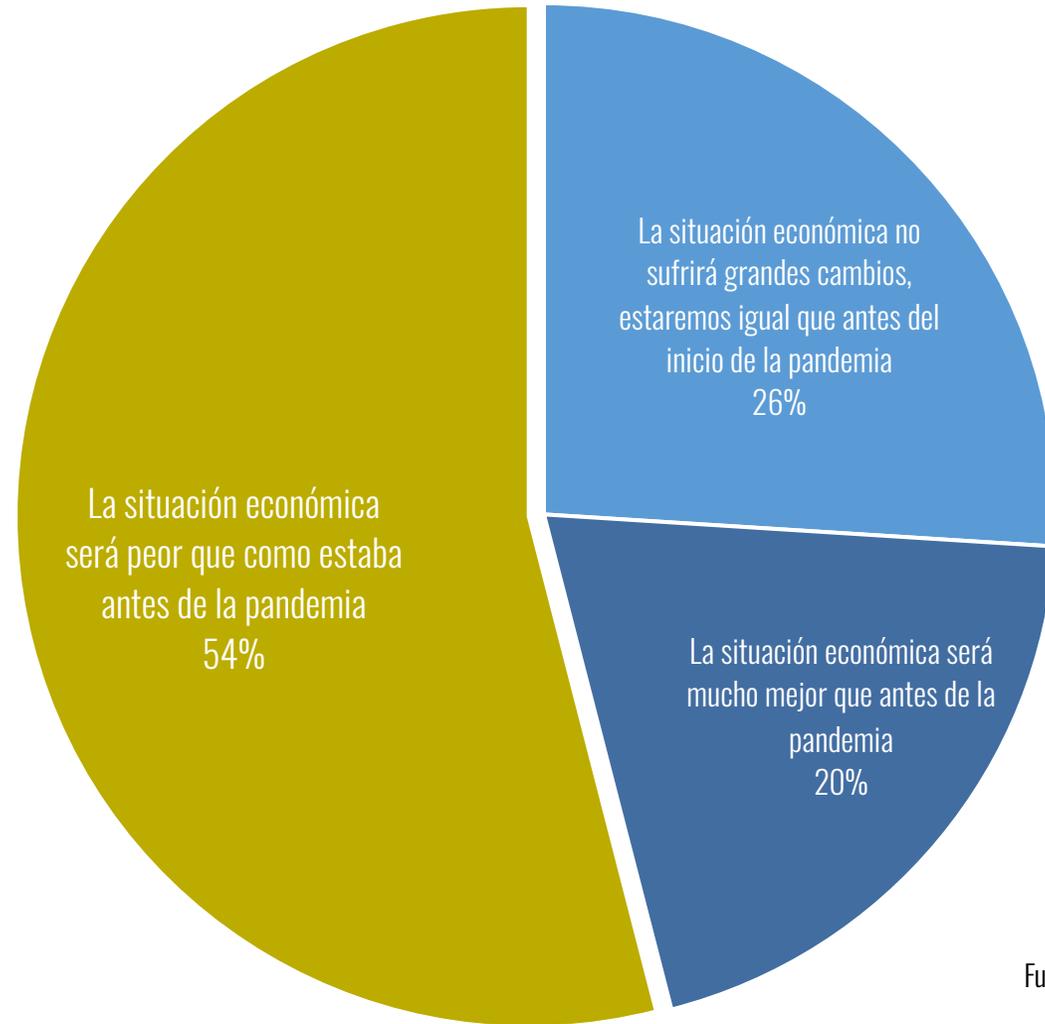
2021

# Índice de Percepción de la Economía, Consumidores



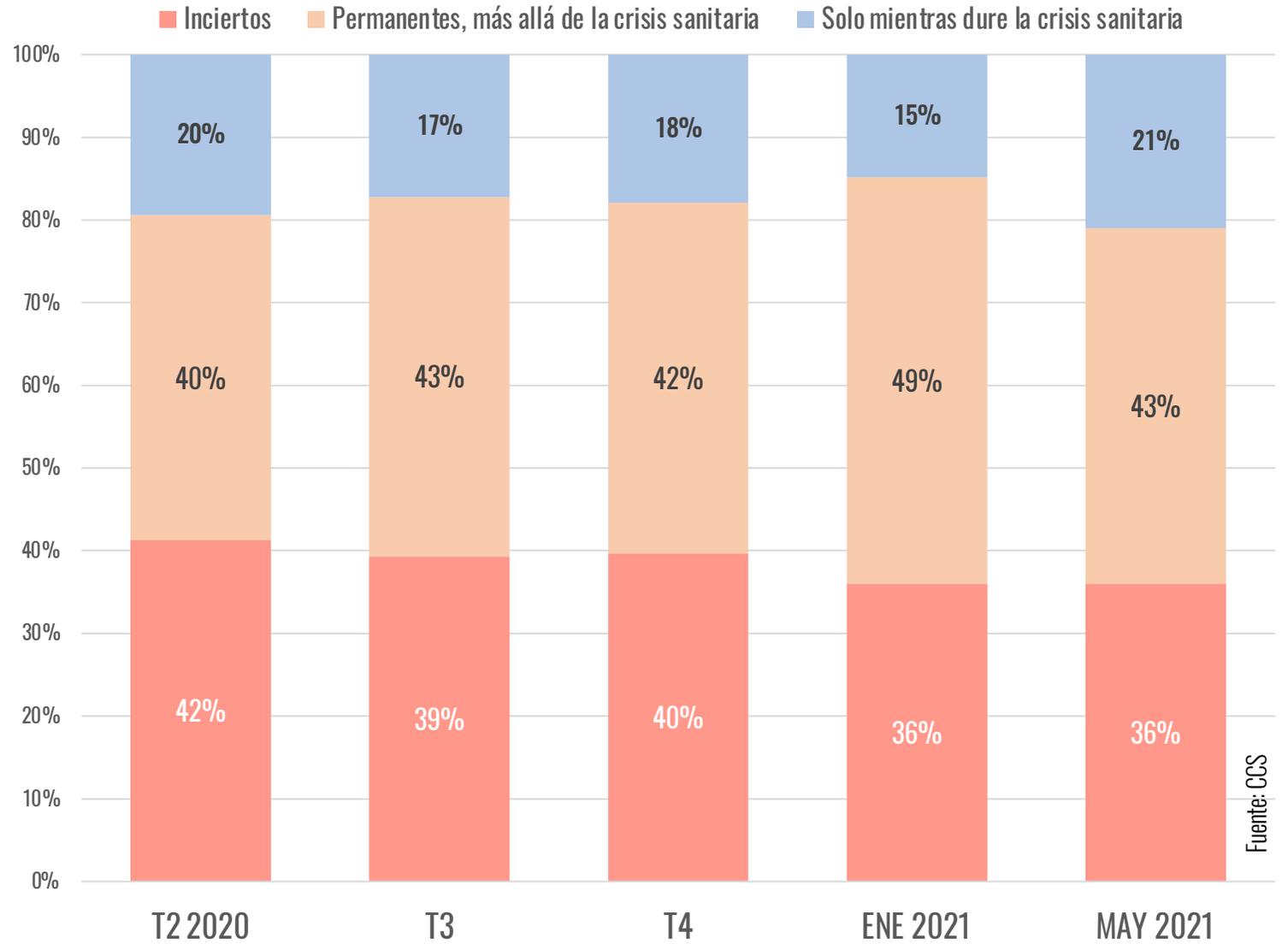
Fuente: GfK

Después de finalizada la pandemia  
¿Cómo cree usted que será el panorama económico del país?



Fuente: CCS, Kawesqar

## Los cambios en los hábitos de consumo serán:



# Resumiendo

## Algunos factores relevantes

1. **Bonos y retiros AFP han impulsado el consumo privado y ajustan al alza previsión de crecimiento**
2. **La irrupción del Legislativo en la provisión de liquidez plantea dudas e incertidumbre a futuro**
3. **La erosión de los ahorros para la vejez tendrá un alto costo en el mediano plazo**
4. **Bajas bases de comparación también contribuye al alto crecimiento en 12 meses del comercio**
5. **Presión de costos eleva la inflación, TMP con sesgo alcista**
6. **El eCommerce ha sido clave en la continuidad sectorial y acceso al consumo**
7. **Actual escenario de cuarentenas deteriora expectativas y ralentiza la recuperación**
8. **El agotamiento de ese modelo es evidente y se requiere urgente estrategias de contención más eficientes y menos dañinas**
9. **El proceso de vacunación debe apalancar políticas de reapertura económica**
10. **El comercio crecerá en torno a un 12% este año, pero perderá velocidad a partir del tercer trimestre. El próximo año la expectativa desciende a poco más del 2%**