

Ficha Técnica

Análisis Ingresos y Resultados durante la pandemia sector Retail

Diciembre 2020

Carlos García

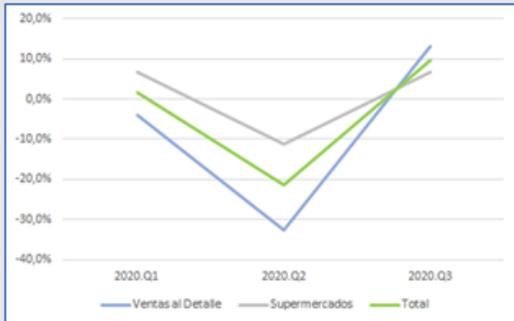
carlos.garcia@humphreys.cl

La pandemia ha significado una fuerte desaceleración de la actividad económica tanto en nuestro país como en el resto del mundo. En el caso del retail, el segundo trimestre de 2020 habría mostrado el fondo de la crisis provocada por el Covid-19, con una facturación total (ingresos de actividades ordinarias más otros ingresos por función, ajustada por efecto de consolidaciones) de la muestra considerada de \$4.447 miles de millones, lo que representa una caída de 21,4% respecto del mismo período del año anterior. No obstante, los datos al tercer trimestre muestran una mejora sustancial, lo que se refleja en una facturación de \$5.821 miles de millones, lo que significa un crecimiento de más de 9,6% respecto al mismo trimestre del año anterior, y de \$1.375 miles de millones respecto al trimestre inmediatamente anterior. Lo anterior respondería a la caída en la tasa de desempleo, el retiro de los fondos previsionales y el paulatino desconfinamiento, lo que ha permitido un repunte de la actividad económica.

Desagregados por rubros, las tiendas por departamento registran una caída de 32,5% de sus ingresos en el segundo trimestre, seguido por un fuerte incremento de 13,1% en el tercer trimestre, influido por el positivo desempeño de Falabella (excluyendo Sodimac), que habría crecido en 15,2% en el tercer trimestre. Por su parte, AD Retail pasa de una caída de 43,7% en el segundo cuarto del año, a un crecimiento de 56% en el tercer trimestre. Los otros participantes de este subsector, aun cuando presentan tasas de crecimiento negativas en el último trimestre, la caída en sus ingresos por actividades ordinarias y por función habría sido inferior a lo registrado en el segundo trimestre. De este modo, el segmento orientado principalmente a vestuario muestra que Hites reduce su caída desde -38,1% a -8,9%; La Polar disminuye su contracción desde -42,4% a -10%; en tanto que Ripley Corp hace lo propio desde -52,6% a -6,2%; estas empresas en conjunto facturaron \$593 miles de millones que se incrementa a \$ 2.811 miles al agregar Falabella.

Ilustración 1
Ingresos

(Variación porcentual anual. 2020.Q1-2020.Q3)

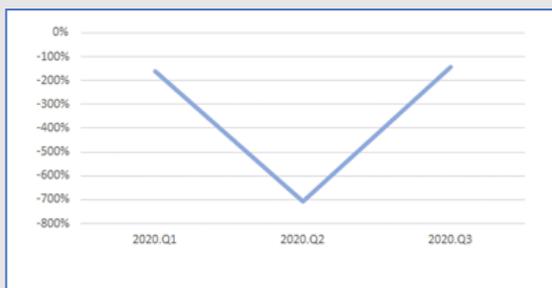


Por su parte, supermercados pasa desde una caída de 11,2% en el segundo trimestre a una expansión de 6,6% de sus ingresos reportados en el tercer trimestre, influido principalmente por el desempeño de Cencosud¹ que registra una variación de 9,3% en la más reciente observación, en tanto que SMU muestra una contracción de 4,1% en el tercer trimestre, la cual, con todo, es de menor magnitud que la caída de 6,1% exhibida en el segundo trimestre de 2020.

Desde otra perspectiva, el cambio de tendencia en el tercer trimestre de las ventas al por menor queda de manifiesto al utilizarse como *benchmark* a la industria de alimentos y bebidas, de naturaleza más resiliente por el tipo de productos que comercializa. Así, si durante el segundo trimestre, en que las ventas de retail cayeron, como se dijo, en 21,4%, las ventas del sector alimentos y bebida decrecieron un 3,4%. No obstante, en el tercer trimestre la variación de la facturación del retail superó en 1,34 veces el crecimiento de alimentos y bebidas, dando cuenta la fuerte recuperación de las ventas del primer sector. Desglosado por segmento, se observa que la facturación de alimentos crece un 6,8% en el segundo trimestre y 3,8% en el tercer trimestre de 2020, en tanto que bebestibles exhibió una caída de 18,2% en el segundo trimestre y un crecimiento de 4,3% en el tercer trimestre del año. Finalmente, las ventas de las empresas vitivinícolas crecieron en 13% y 23,2% en el segundo y tercer trimestre.

Ilustración 2
Ganancias

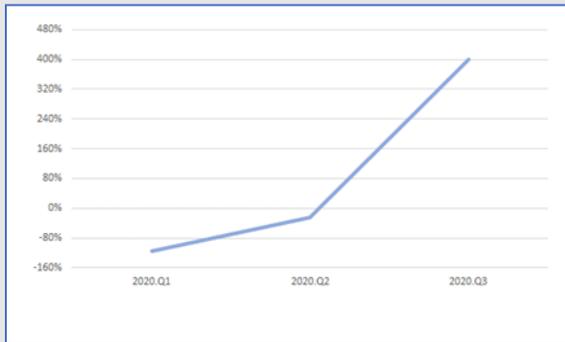
(Variación porcentual anual. 2020.Q1-2020.Q3)



En cuanto a los resultados trimestrales, las empresas de retail, en conjunto, obtuvieron resultados negativos por más de \$ 42 miles de millones en el tercer trimestre de 2020. Con todo, este resultado se compara positivamente con la pérdida de más de \$ 260 miles de millones exhibida por la industria en el segundo trimestre del presente año. En efecto, el desplome durante el segundo cuarto del año de las ganancias de las empresas de retail incluidas en la muestra supera el 707% respecto al mismo trimestre del año anterior, explicado por las rigideces de las estructuras de costos y gastos, en conjunto con ingresos mermados. Hacia el tercer trimestre, y debido a la recuperación de la facturación señalada

¹Compañía que, además de su fuerte presencia supermercadista, participa en tiendas por departamentos, mejoramiento del hogar y centros comerciales, los cuales han sido especialmente afectados por el cierre producto de la pandemia.

Ilustración 3
Flujo Efectivo de la Operación
 (Variación porcentual anual. 2020.Q1-2020.Q3)



más arriba, la caída en los resultados se había moderado, llegando a un valor negativo de 143,7% (ver Ilustración 2).

El flujo de efectivo de la operación, que durante todo el primer semestre de 2020 exhibió disminuciones, registra una sustancial recuperación en la más reciente observación, exhibiendo una tasa de crecimiento anual de más de 400% (ver Ilustración 3).

A modo de conclusión, los indicadores presentados en este documento dan cuenta de una recuperación en los flujos percibidos por la industria del retail. La facturación de esta industria pasa de una contracción de 21,4% en el segundo trimestre, a un crecimiento de 9,6% en el tercer trimestre. Se aprecia, además, que las empresas del rubro supermercadista presentan una mayor estabilidad en los ingresos, que les permitió moderar su caída en el segundo cuarto del año, pero, por otro lado, el resto de las empresas del retail ya exhiben una mayor expansión en la más reciente observación del tercer trimestre.

La recuperación ha estado influida, entre otros, por el desconfinamiento y reapertura que han exhibido las diversas comunas y ciudades del país, la caída en la tasa de desempleo, y, además, el efecto positivo que tuvo el retiro de parte de los fondos previsionales por parte de amplios sectores de la población. Este dinamismo, entonces, depende de que no recrudezca la pandemia que obligue a retroceder en las medidas de desconfinamiento, y que los procesos políticos en curso se mantengan bajo cauces institucionales.

	Ingresos (millones de pesos)		
	Retail	Supermercado	Total
2019.Q1	2.565.685	2.883.992	5.449.677
2019.Q2	2.703.521	2.952.895	5.656.416
2019.Q3	2.485.856	2.824.551	5.310.407
2020.Q1	2.460.079	3.079.307	5.539.385
2020.Q2	1.823.856	2.622.767	4.446.623
2020.Q3	2.810.732	3.010.568	5.821.300
Tasas de variación respecto mismo trimestre año anterior			
	Retail	Supermercado	Retail sin duplicaciones
2020.Q1	-4,1%	6,8%	1,6%
2020.Q2	-32,5%	-11,2%	-21,4%
2020.Q3	13,1%	6,6%	9,6%