

Resultados de octubre:

El estancamiento de la economía golpea el negocio bancario y el comercio minorista

El débil desempeño económico se reflejó en un escaso movimiento de los préstamos del sistema financiero y un descenso “considerable” en las ventas de tiendas del *retail* en el país.

C. MUÑOZ-KAPPES Y N. BIRCHMEIER

Baja demanda de créditos y menor inflación impactan resultados de la banca

Los resultados de octubre de los principales bancos reflejan la compleja situación económica que atraviesa el país. De acuerdo con sus desempeños preliminares, las ganancias de Itaú Chile en el décimo mes anotaron una disminución interanual de 22,4%. En la misma línea, el resultado de Bci bajó en 21,2%, mientras que el de Banco de Chile cayó en 18,1%. De los principales bancos, el que más retrocedió respecto a octubre de 2022 fue Santander, que vio una baja de 50,1%. Las disminuciones en las ganancias son similares a las observadas en meses anteriores.

El menor resultado de los últimos meses de los bancos se explica principalmente por la menor inflación respecto a lo observado en 2022. Guillermo Araya, gerente de estudios de Renta4, explica que los bancos realizan colocaciones en UF, que está indexada a la inflación. Por lo tanto, en un escenario de menor inflación, las colocaciones son menos rentables.

En la misma línea, Nicolás Libuy, subgerente de renta variable local en Inversiones Security, afirma que el resultado de la banca en el último tiempo se explica principalmente por un menor margen de interés neto, lo que se refleja en una baja de los ingresos que se reajustan con la inflación (es decir, colocaciones en UF).

Débil demanda

Los préstamos de la banca continúan mostrando un crecimiento leve. En el caso de Itaú subieron un 0,8%, mientras que los de Banco de Chile crecieron en 0,9%. Bci y Santander anotaron alzas interanuales de 2,9% y de 2,7%, cada uno. Araya explica que el aumento en las colocaciones de la banca es proporcional al crecimiento económico. Cuando este último es positivo, las colocaciones generalmente “crecen a una tasa de 2 a 2,5 veces el crecimiento del PIB”, dice.

Libuy detalla que el bajo dinamismo local se ha visto mayormente reflejado en caídas para el segmento comercial, con un mayor énfasis en el caso de las pymes. También se refleja en un bajo dinamismo en el caso del consumo, “debido a su mayor sensibilidad al ciclo”.



Las ganancias de los principales bancos en octubre disminuyeron entre 18% y 50% en 12 meses.

Morosidad

Otro factor que ha tenido un impacto en el resultado de la banca es el aumento de la morosidad. Araya afirma que el resultado de la banca en lo que va de 2023 también se refleja en un mayor riesgo por parte de los acreedores. Sin embargo, Libuy asevera que el impacto en los resultados ha sido contenido, durante los últimos meses, debido a las provisiones que realizaron los bancos durante 2022 y los primeros meses de 2023, incluyendo provisiones adicionales, lo que ha permitido ver un menor gasto en provisiones durante el último trimestre.

En octubre se observa un alza de los gastos por pérdidas crediticias de Itaú y de Santander, de 8,7% y de 37,5%, respectivamente. Distinta es la situación de Bci y de Banco de Chile, cuyos gastos por este concepto cayeron en 12,5% y 23,5%, respectivamente.

Pese a esta situación, Libuy indica que “consideramos que se podrían ver alzas en el gasto en provisiones hacia adelante, producto de niveles de cobertura de cartera morosa algo más ajustados, indicador que mide cuántas provisiones se han constituido sobre la morosidad de la cartera”.

Ventas del *retail* se desploman en la mayoría de las regiones

El sector minorista profundiza su mal momento, sin lograr levantar los niveles de ventas durante el año.

Según el termómetro semanal de ventas del *retail*, elaborado por la Cámara Nacional de Comercio (CNC), las semanas del mes de octubre tienen una baja promedio de 11,2% en términos reales, y de 16% sin considerar la actividad de supermercados. En detalle, el gremio indicó que observaron una contracción promedio de 15,6% real en tiendas especializadas, mientras que en locales no especializados el descenso promedio fue de 16,3% real.

Para Bernardita Silva, gerente de Estudio de la CNC, estas cifras revelan que “la recuperación del sector ha sido más lenta de lo que se esperaba, pese a que las bases comparativas ya no son un tema tan fuerte como era antes”, cuando todavía quedaba un impulso de la alta liquidez por los retiros previsionales y apoyos fiscales. “Aun así, vemos que el sector se mantiene débil. Todas las variables que reactivan el consumo todavía están bastante alicaídas”, añadió.

En este escenario, si bien especialistas afirmaron que la recuperación en las ventas del sector tardará más de la cuenta, sostuvieron que la época navideña podría marcar un punto de inflexión para la industria como antesala del repunte estimado para 2024.

“La tendencia que se observa es preocupante. En algunos rubros, como equipamiento del hogar, estamos viendo que las ventas están muy débiles y que los precios están cayendo. Al ser rubros cuyo consumo se puede postergar, la tendencia “deflacionaria” podría volverse una profecía autocumplida, mediante la cual las personas posponen el consumo sabiendo que los precios van a seguir cayendo”, dijo Juan Nagel, académico de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la U. de los Andes. “El hito que hay que seguir es la época navideña. Si observamos una temporada navideña débil, eso sería señal de que la falta de dinamismo de la economía se mantendrá varios meses más. En cambio, si observamos una temporada navideña con ventas robustas, podría señalar que lo peor ha pasado y que el ciclo económico ha pasado sus peores momentos”, afirmó.

Claudio Pizarro, investigador del Centro de Estudios del Retail (Ceret) de Ingeniería Industrial,



Desde la consultora FollowUp advierten fuertes caídas en el comercio de las regiones del sur.

U. de Chile, estimó que la Navidad “debería mejorar en algo lo que se está viendo (...) Si bien creo que va a ser una buena Navidad, será como un veranito de San Juan”.

Desempeño en regiones

Desde la consultora FollowUp señalaron que, al utilizar el criterio de Ventas en Mismas Tiendas (SSS) en octubre, observaron “considerables descensos en las ventas en la mayoría de las regiones de Chile”. Esto, a pesar del incremento en el tráfico a las tiendas ubicadas en centros comerciales y locales ubicados “en calle”.

La consultora indicó que este rendimiento se vio reflejado “específicamente en las regiones del sur del país, que han experimentado las disminuciones más pronunciadas, con una caída impresionante del 29% en la Región de Aysén”. Le siguen Maule, con una merma de 10,6%, y Los Lagos, con una contracción de 9,1%.

“Estos datos alarmantes ponen de manifiesto los desafíos a los que se enfrenta el sector minorista en la nación”, dijo Bernardita Grado, *customer success specialist* de FollowUp. “A pesar de las disminuciones en las ventas, se observa un aumento en el tráfico en todas las regiones, lo que se atribuye al crecimiento del efecto vitrineo. Este fenómeno se traduce en un mayor número de personas que visitan las tiendas, aunque no necesariamente realizan compras”, aseguró.