



Estudio: los principales gastos y comportamientos en compras de las personas por Fiestas Patrias

Una vitalidad del mercado interno y el entusiasmo por celebrar las Fiestas Patrias es el análisis al que llegó Transbank tras estudiar el comportamiento de las personas vía los movimientos en compras con medios de pago electrónicos y transacciones con tarjetas.

“Las ventas en Fiestas Patrias representan un hito positivo para el consumo y la economía chilena. Hemos visto en nuestro análisis cómo esta fecha año a año impulsa el crecimiento en los rubros relacionados con el abastecimiento de comida”, explicó Maureen Doren, gerenta de la División de productos e inteligencia de negocios de Transbank.

Según el análisis de Transbank sobre el consumo dieciochero, las tradicionales compras representan un alza significativa en las ventas de supermercados y carnicerías. Según el desempeño 2023 revelado por Transbank, el sábado 16 de septiembre fue el día de mayor movimiento, con alzas de 21% en ventas y de 20% en transacciones en supermercados.

En tanto, las carnicerías elevaron en 13% sus ventas y en 11% las transacciones el mismo día. Mientras que, para las ferias libres, el sábado 16 de 2023, las ventas con tarjetas en estos espacios crecieron un 15% y las transacciones 8%, evidenciando la preferencia de los consumidores por este canal de compra.

Otro de los elementos que marca las Fiestas Patrias son los feriados. Este año son tres días feriado y se puede llegar a extender con los días de ese mismo fin de semana posterior la fecha de celebración.

En 2023, se observó que entre el viernes 15 y el martes 19 de septiembre se registró un incremento de 18% en ventas y de 17% en transacciones en el rubro de buses, siendo los días viernes y sábado los más dinámicos de acuerdo con los datos de Transbank.

Los hoteles también se vieron beneficiados en



el período analizado, con un aumento de 12% en ventas y de 15% en transacciones a nivel nacional, resaltando la Región de Valparaíso con un alza de 27% en transacciones, según datos de Transbank. Del mismo modo, las agencias de viajes reportaron un incremento de 25% en ventas y de 10% en transacciones.

MIRADA DE CENCOSUD

Un estudio de Cencosud Media, la unidad de retail media de Cencosud, en base con las operaciones que registran en su negocio, destacó un aumento del gasto promedio del 20% y un alza de clientes una semana antes de las Fiestas Patrias.

En cuanto al canal de venta, Cencosud estima que, en sus e-commerce, más del 50% de la venta se hará en horario de la mañana, mientras que más del 40% de las ventas en el canal físico se realizará en la tarde, posterior a las 17.00 horas. “A pesar del crecimiento del e-commerce, los chilenos siguen prefiriendo hacer sus compras

en tiendas físicas durante este período, con un 90% de las transacciones realizadas en tienda”, dijo la firma en un comunicado.

En detalle sobre los productos que registran un mayor incremento en unidades vendidas en los supermercados de Cencosud, destacan el truto entero de pollo, vino tinto, mote fresco, parrillas a carbón, asado y empanadas de pino.

“Durante estas fechas, se venden aproximadamente 24 mil kilos de carbón -que equivale al 60% del carbón que se vende en septiembre- y más de 27 mil litros de helado de piña. En promedio, cada cliente adquiere más de 15 artículos en una sola compra destinada a Fiestas Patrias”, añadió Cencosud.

En el e-commerce, las palabras más buscadas en las plataformas de Cencosud son cerveza, helado, carne, pollo, vino, pipeño, granadina y pisco. En cuanto a los datos demográficos de los consumidores, el 60% suelen ser mujeres, y por generación, el 41% es parte de la generación X, el 24% son baby boomers y el 20% millennials.