

EDITORIAL

Proyecciones del comercio

La Navidad y las celebraciones de fin de año son las fechas más importantes para el comercio minorista, concentrando históricamente el 13% de las ventas anuales del retail y superando en cerca de un 40% las ventas promedio de cualquier otro mes. Este período no solo destaca por su relevancia para el sector retail, sino que también juega un papel fundamental en la economía nacional y regional, generando empleo temporal, activando cadenas de valor como la distribución y el transporte y promoviendo ingresos en sectores complementarios.

El factor estacional juega un papel determinante en el desarrollo de la actividad comercial, sirviendo de plataforma para impulsar las ventas. Una decena de efemérides, festividades religiosas, la temporada de vacaciones escolares, el inicio de las clases, y hasta fechas importadas como Halloween y Black Friday se han convertido en motivo para dar impulso a las ventas en el comercio y el turismo.

No obstante, la estación del año ideal es la Navidad y el fin de año, pues fluyen recursos económicos extra, habilitando a las personas con posibilidades adicionales para el consumo, con una mayor holgura que en los meses regulares del calendario, dinamizando la economía mediante el mayor flujo de recursos y de intercambios comerciales. Es tal su relevancia, que para buena parte del comercio minorista local significa salvar -o no- el año.

Por lo mismo, resultan preocupantes las proyecciones que ha hecho el gremio del comercio chillanejo, que advierte una combinación de elementos que generan incertidumbre sobre el comportamiento del consumo, entre ellos, la lenta recuperación del sector durante 2024, con modestas variaciones entre enero y septiembre; el fuerte crecimiento de las ventas online, en desmedro del comercio tradicional; el persistente alto desempleo, que en la provincia de Diguillín alcanzó un 10,6% en agosto-octubre; y el alza del comercio informal, tanto en la vía pública como en plataformas digitales.

Un síntoma de lo anterior lo revela el Índice de Ventas de Supermercados (ISUP), que, según informó el INE, en Ñuble mostró una caída interanual de 2,9% en términos reales durante octubre de 2024, con lo que suma dos meses

consecutivos con números rojos, luego del alivio que representó agosto y de las bajas registradas en junio y julio.

Vale mencionar que en el resto del país el ISUP creció 0,8% real en 12 meses, mientras que en Ñuble se contrajo, confirmando que los hogares de la región tienen menos ingresos que hace un año. La masa salarial, de hecho, es menor a 2023. De acuerdo a las estadísticas de empleo del INE, en el trimestre agosto-octubre el número de desocupados en la región alcanzó a 24.283 personas, anotando un aumento de 17,8% en 12 meses. De esta forma, la tasa de desocupación que conocimos el pasado viernes alcanzó un 10,1%, registrando un alza de 0,8 puntos en 12 meses, con lo que Ñuble ya acumula seis mediciones consecutivas con tasas de dos dígitos.

La Navidad y las celebraciones de fin de año son las fechas más importantes para el comercio minorista, concentrando históricamente el 13% de las ventas anuales del retail y superando en cerca de un 40% las ventas promedio de cualquier otro mes. Este período no solo destaca por su relevancia para el sector retail, sino que también juega un papel fundamental en la economía nacional y regional, generando empleo temporal, activando cadenas de valor como la distribución y el transporte y promoviendo ingresos en sectores complementarios.

Lamentablemente, en un contexto económico marcado por la inflación y la incertidumbre, y a nivel local por todos los factores adversos antes dichos, lo que debería ser una oportunidad estratégica para reactivar el consumo, probablemente nos muestre resultados por debajo de las expectativas y proyecte un opaco comportamiento económico para el año venidero.