



En la Cámara de Comercio de Santiago estiman preliminarmente un crecimiento de 4% real:

Sector *retail* celebra una mejor temporada navideña tras señales de mejora del consumo

Cadenas minoristas apuntan a un desempeño superior al del año pasado. Mientras que operadores de los centros comerciales afirman que el alto número de visitas a sus recintos, que partió desde noviembre, refleja el repunte de las ventas.

NICOLÁS BIRCHMEIER, JAVIERA BAEZA Y GABRIELA GEISSE

El comercio minorista se encamina a una recuperación este año, con un positivo balance de las ventas en la temporada navideña de 2024.

De acuerdo con estimaciones parciales realizadas por la Cámara de Comercio de Santiago (CCS) el desempeño de la Navidad de 2024 muestra "una mejora en relación al año previo, considerando que diciembre de 2023 había anotado una disminución, por lo que la base de comparación es baja". Así lo señala George Lever, gerente de Estudio del gremio minorista.

Lever detalla que el año pasado la economía "venía saliendo de un proceso inflacionario extremo, con tasas de interés de política monetaria cercanas al 9% e ingresos de los hogares menos estables y más bajos que los actuales". Sostiene que "ese conjunto de factores explica en gran medida la recuperación que estamos viendo en esta temporada navideña".

En este contexto, Lever afirma que la estimación preliminar que manejan en el gremio es de un "aumento en torno al 4% real" para la actual temporada navideña en el comercio.

Según un análisis de FollowUp, consultora especializada en *retail*, entre las semanas 48 y 51 de este año (período que abarca entre el 25 de noviembre y 22 de diciembre), las ventas han aumentado un 1,2% en relación con 2023 en *malls* y tiendas ubicadas a la calle en la Región Metropolitana.

INVENTARIOS SANOS

En general, las tiendas han sabido manejar mejor sus inventarios para esta temporada navideña.

Javier Camus, director comercial de FollowUp, detalla que este leve incremento de las ventas se debe a un factor de calendario. "La semana 51 de este año (del 16 al 22 de diciembre) incluyó siete días completos antes de la Navidad, con un domingo 22 cercano al festivo. Mientras que en 2023, la semana 51 (18 al 24 de diciembre) coincidió con la víspera navideña, lo que impulsó ventas de última hora", explica. "Este efecto favoreció las ventas del 2023, ya que muchas familias realizaron compras de emergencia o regalos pendientes", dice.

Camus plantea que, a raíz de este efecto, la tasa de conversión (que mide cuántas de las visitas se transforman en venta) afectó el desempeño en el período analizado. "Un punto en la tasa de conversión puede significar hasta un 15% o 20% en aumento en ventas", afirma. De todas formas, señala que para el comercio también son relevantes los días posteriores al 24 de diciembre, dado que los consumidores aprovechan las liquidaciones de este período.

Mirada de las cadenas

Karim Hodali, gerente comercial de Falabella Retail, afirma que en la multi tienda han observado que, a la fecha, "esta Navi-



En la Cámara de Comercio de Santiago afirman que el comercio se recupera de una temporada 2023 en que presentaron caídas en los niveles de ventas debido a las condiciones económicas.

dad ha sido mejor que la anterior". "Factores externos como un mayor flujo en nuestras tiendas físicas, en parte impulsado por turistas argentinos, junto con factores internos como una atractiva oferta de productos y una mejor disponibilidad de *stock*, han sido claves para estos resultados positivos", asegura.

Desde Ripley comparten esta mirada. Señalan que para la cadena ligada a la familia Calderón "ha sido una buena Navidad; hemos tenido un nivel de actividad por sobre la del año pasado".

Herman Osses, gerente comercial de Hites, sostiene que han registrado una "muy buena Navidad, con mejores números que 2023". "Hemos podido ver el éxito de nuestras apuestas comerciales y, además, administrado inventarios mucho más sanos que el año pasado, lo que se traduce en mejores márgenes para la compañía (...); creemos y esperamos que deje un mejor escenario de consumo de cara al 2025. En el escenario económico actual, resulta muy relevante para la recuperación económica del país que la industria del *retail* esté pujante y con buenos resultados", afirma.

Valentina Pichara, gerente comercial y Operaciones Pichara, indica que las ventas de la firma "vienen superando las expectativas desde el segundo semestre de este año; de hecho, a principios de noviembre superamos la meta anual que habíamos proyectado a inicios del 2024". "Con estos resultados ya podemos decir que la Navidad de este año va mejor que la del 2023, lo que se refleja en el alto flujo de clientes en nuestras tiendas y también en el *e-commerce*, el cual se duplicó durante los últimos



La consultora FollowUp asegura que las ventas posteriores al período navideño podrían dar un segundo empujón al comercio. En Costanera Center, la asistencia fue masiva incluso ayer.

meses". Desde Walmart indican que "después de tres años (pospandemia), hemos visto un crecimiento sostenido en todas las categorías de bienes durables", dice Alejandro König, vicepresidente comercial de la cadena. "En este sentido, en las más importantes como vestuario, electrónica, infantil y hogar, los crecimientos han sido a doble dígito".

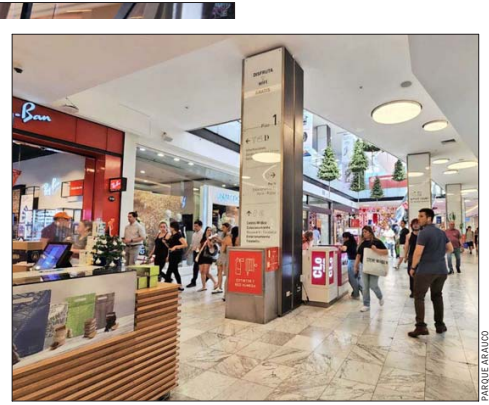
El ritmo de los *malls*

En el mundo de los centros comerciales afirman que la época navideña es clave para los operadores y el comercio. "Diciembre supera en un 40% las ventas promedio de cualquier otro mes. Esto tiene un impacto en el sector, pero también en la economía en general y en el empleo, por-

que se genera más trabajo temporal y se activan cadenas de valor como la distribución", apunta Katia Trusich, presidenta de la Cámara de Centros Comerciales.

El análisis de FollowUp, entre el 25 de noviembre y 22 de diciembre, reporta que los principales centros comerciales que suben en ventas son Parque Arauco (13,9%), Portal Osorno (11,9%), Portal Temuco (11,1%) y Costanera Center (9,1%).

Uri Wurman, gerente general Open Plaza, señala que "desde noviembre hemos notado un crecimiento sostenido en las ventas de nuestros operadores, marcando una clara tendencia al alza". "Dado el flujo de visitantes que hemos visto en lo que va de diciembre, estamos convencidos de que esta tendencia se mantendrá, consolidando un



En Parque Arauco hubo público hasta este martes.

Sandra Fredes, de Bozzo Chocolates, lleva 31 años en el negocio y señala que las compras de clientes "han estado más o menos parejitas", mientras que lo que ha observado en cuanto al flujo de gente es "incluso un poquito menos".

No obstante, Bellaluz Santiago, de la marca de joyas Marcela Coggiola, dice que "este año han incrementado las ventas, se ha vendido mucho más que el año pasado". Y agrega: "Hay muchísima más gente que viene a comprar; de hecho, el movimiento comenzó a fines de noviembre".

Sin embargo, en el mismo negocio pero en el Costanera Center indican que "a diferencia del año pasado, las personas están buscando todos los productos más económicos".

Aníbal Bravo, de la tienda de cuchillos Knife Store de Parque Arauco, indica que hay mucho más flujo de gente, "las ventas relativamente como número, al haber más flujo de gente, se hicieron más regalos, pero más pequeños. El año pasado, alguien venía y decía 'quiero ese juego', y se llevaba 400 lucas. En cambio, ahora vienen 10 clientes por un monto de 40 lucas".

En números, en todo caso, expresa que "la cosa está casi igual, muy poca variación, variación hacia abajo".

Antonia, que atiende en Izipizi, marca francesa de anteojos que lleva dos años en el Costanera Center, señala que han visto un desempeño similar al año anterior, impulsado por las compras de último minuto. "Llegan clientes buscando alguna oferta, que nosotros no tuvimos, e igualmente pagan el precio del anteojo", expresó.

En Benny Vintage, *corner* de accesorios para celulares en el Costanera, notan que el consumidor está prefiriendo productos que sean más baratos.

En Louis Antoine, marca de ropa con un *corner* en el Costanera, mencionan que el *mall* ha recibido bastante gente y que ha sido "locura total" durante estos últimos días. A diferencia de otras tiendas observan que "en estas fechas el cliente no ha estado regateando los precios. Le gusta algo y lo compra".

cierre de año positivo", agrega.

En tanto, desde Parque Arauco también remarcan que el impulso en las visitas a sus recintos los ha llevado a proyectar una temporada navideña positiva. "Desde mediados de noviembre, y con mayor fuerza en diciembre, hemos registrado un incremento considerable en el flujo de visitantes respecto a un mes normal", señala Aníbal Huneeus García, gerente comercial de Parque Arauco División Chile. "En este sentido, los aumentos de flujo estuvieron consistentemente por sobre los del año pasado", indica.

No obstante, el balance entre locatarios es más dispar. Cristian Muñoz, de la tienda de accesorios de celulares Benny Folk del Parque Arauco, manifiesta que durante este año "las ventas han disminuido harto".