

Ventas navideñas en el *retail* se adelantan con Black Friday y acumulan un alza de 9%

Expertos indican que la mejora en la inflación y rebaja de tasas de interés han impulsado el consumo este año.

N. BIRCHMEIER

A menos de una semana para culminar la temporada navideña en el *retail*, los actores del rubro despliegan sus últimas ofertas para impulsar las compras de los chilenos.

Las ventas de Navidad representan en torno al 20% de la venta anual en el sector, por lo que las firmas minoristas se juegan gran parte del año con esta festividad. Según datos de la Cámara de Comercio de Santiago (CCS), las ventas diarias durante esta época, medidas en términos nominales, pueden llegar a ubicarse cerca de los US\$ 400 millones.

Según una estimación realizada por FollowUp, consultora especializada en *retail*, las ventas efectuadas entre el 25 de noviembre y 15 de diciembre se han elevado 8,9% respecto del 2023. Lo anterior, impulsado por un mayor tráfico en los centros comerciales y locales físicos ubicados en la calle, con un incremento de 5,9% en visitas, y una baja de 3,7% en el precio promedio de los artículos.

Javier Camus, *customer success* de FollowUp, señala que la mejora de factores macroeconómicos en comparación con el año pasado han impulsado las ventas de este año. "Lo atribuimos a la inflación moderada que tenemos hoy en día y los ajustes de la tasa de interés que han generado un aumento del consumo y una confianza en el consumidor en gastar", dice.

Otro aspecto que ha destacado en la actual temporada navideña son las "promociones estratégicas" por parte de los *retailers*, señala Camus. Si bien indica que las cadenas minoristas no están aplicando campañas promocionales agresivas, ase-



ELISA VERDEJO

Según estimaciones de la consultora FollowUp, el tráfico en *malls* y tiendas físicas ha aumentado en torno a 6% previo a la Navidad.

gura que están capitalizando el "interés de los consumidores por ofertas y descuentos atractivos, fomentando un mayor gasto" a través de "ajustes de precios ligados a esta temporada del año".

Por otra parte, el análisis de la consultora advierte que los consumidores adelantaron sus compras navideñas. En la semana 48 de este año (entre el 25 de noviembre al 1 de diciembre) la venta promedio diaria por local fue de \$2.100.000, mientras que en igual período del año pasado fue \$1.800.000.

Efecto Black Friday

Desde la CCS prevén que las cifras del comercio durante diciembre tengan un desempeño superior al del año pasado, considerando los dos días del evento *Black Friday* previo a Navidad.

"Nuestra estimación es que el comportamiento durante Navidad sea consecuente con las tasas de crecimiento que traen las ventas durante los últimos trimestres, que muestran una recuperación después de las fuertes contracciones de los dos años previos", dice George Lever, gerente de Estudio de la CCS. "Las ventas de diciembre estarían creciendo a tasas en torno al 4% aproximadamente en relación con 2023".

Renato Aguilera, ejecutivo de Nuevos Negocios en Kantar IBOPE Media Chile, señala que el aumento de las compras digitales en Navidad se consolidó como una tendencia tras la pandemia. "Esta dinámica se ha mantenido, convirtiendo este tipo de fechas en eventos de alto tráfico para el comercio electrónico, mientras que las compras presenciales han disminuido", indica.