

## Ventas del Comercio Minorista Región Metropolitana

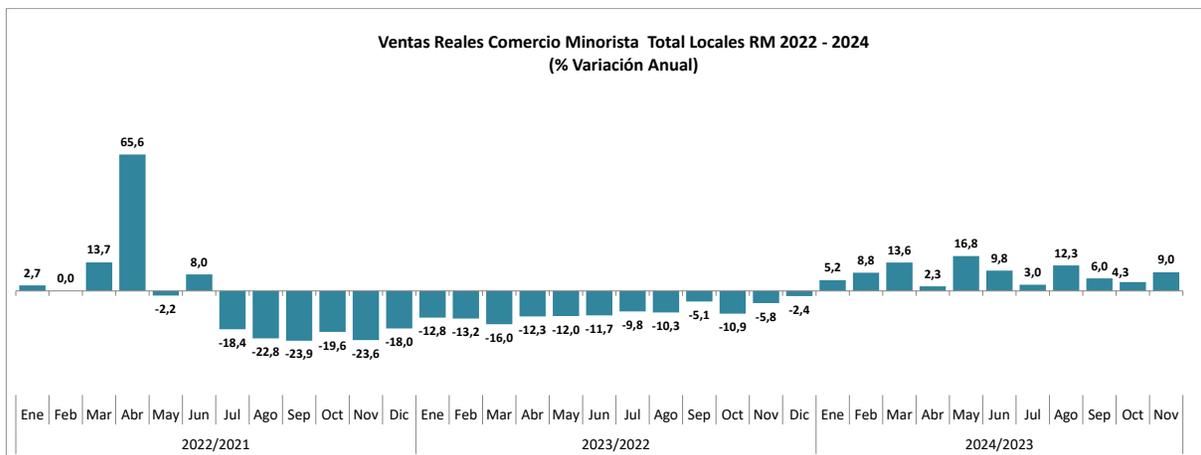
Noviembre 2024

### Ventas del Comercio - Región Metropolitana

Según el Índice que elabora mensualmente el Departamento de Estudios de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile, las ventas presenciales minoristas de la Región Metropolitana marcaron en noviembre un alza real anual de 9,0%<sup>1</sup>, acelerándose frente a octubre y cerrando el período enero-noviembre con un crecimiento anual de 8,2%.

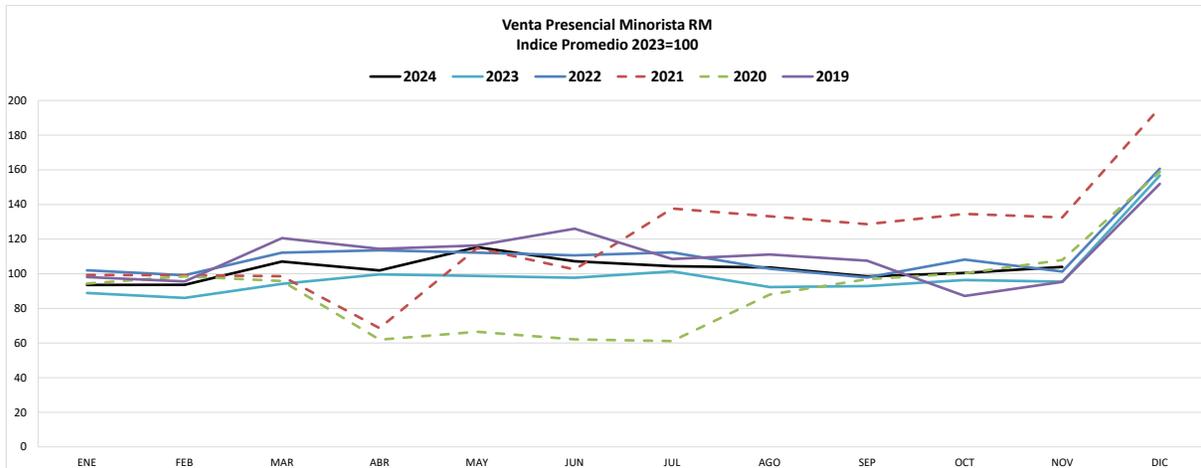
En términos de locales equivalentes el indicador marcó en el décimo primer mes del año un crecimiento de 9,1% real anual, cerrando a noviembre con un aumento de 8,7%.

Al observar los trimestres móviles se ve un alza de 6,4% en septiembre-noviembre marginalmente por debajo del resultado anterior, reafirmando una tendencia más bien plana durante el 2024, con una leve desaceleración en el segundo semestre.

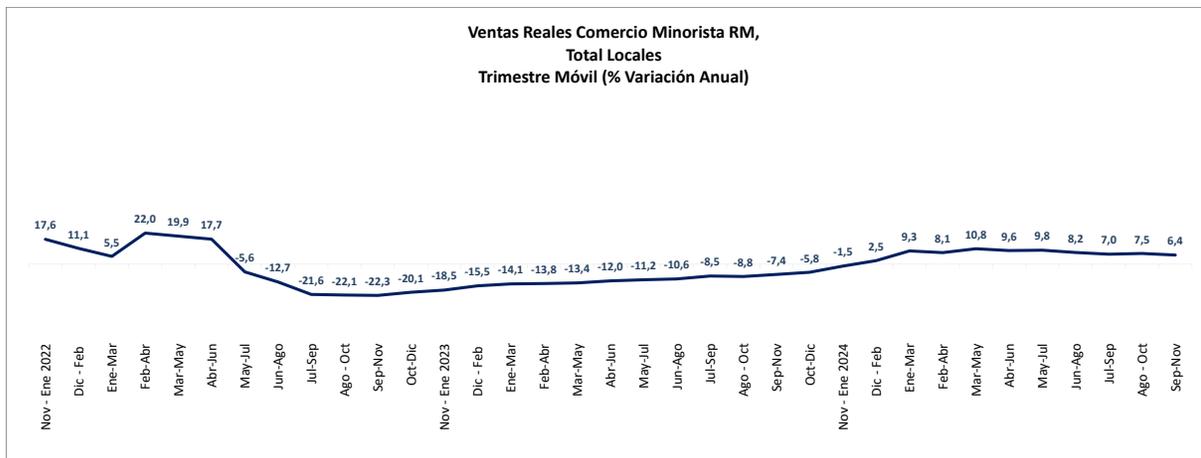


Fuente: Departamento de Estudios CNC

<sup>1</sup> Para llegar al resultado real, el índice de cada categoría analizada se deflacta por separado de acuerdo con su IPC sectorizado anual correspondiente, luego se pondera cada una para llegar al resultado real final.



Fuente: Departamento de Estudios CNC



Fuente: Departamento de Estudios CNC

## Perspectivas

En el mes de noviembre, influido en parte por una menor base de comparación, se evidenció un crecimiento de 9%, en las ventas presenciales del retail en la Región Metropolitana. Este desempeño refleja una aceleración frente a los meses previos, impulsado por factores estacionales y de consumo. Todas las categorías destacaron con positivos resultados, donde Artefactos Eléctricos lideró el crecimiento, resaltando Electrónica muy por sobre el resto de las otras categorías.

En el penúltimo mes del año influyó en el resultado el efecto calendario, ya que este año hubo un viernes y sábado más que en 2023, días importantes para el retail, junto con eventos promocionales que, cercanos a Navidad, potenciaron el canal físico.

Los eventos promocionales que ocurren cerca de Navidad, como por ejemplo el Black Friday, son usados por los consumidores justamente para sus compras navideña. Según nuestra encuesta de

Navidad 2024, un 62% de los consumidores menciona que compra de forma planificada sus regalos y también hay un 58% que compra de acuerdo con ofertas y promociones; luego, un 11% menciona que aprovechó el cyber y un 14% el Black Friday para compras navideñas. Entonces cuando hablamos de compras de Navidad ya no es solo el mes de diciembre; de hecho, un 39% de los encuestados nombra la segunda quincena de noviembre como período de compras.

Aunque el sector muestra resiliencia, se enfrentan desafíos derivados de un mercado laboral débil, presiones inflacionarias y pesimismo del consumidor. En su IPoM de diciembre el Banco Central ajustó a la baja en el crecimiento del consumo privado para este y el próximo año, lo que podría impactar el ritmo de expansión del comercio minorista.

## **Evolución por Categorías<sup>2</sup>**

En el mes de noviembre se evidencian resultados positivos en todas las categorías, con alzas de dos dígitos en la mayoría de ellas.

Vestuario marcó un crecimiento de 12,2% real anual, donde Vestuario Mujer destacó con un alza de 18,3%, seguido de Vestuario Hombre con un crecimiento 10,3% e Infantil con un incremento de 7%. Por su parte, Calzado registró un alza real anual de 14%. De esta manera, Vestuario acumuló en el período enero-noviembre un alza real de 14,9% y Calzado un crecimiento de 7,3%.

Artefactos Eléctricos marcó un crecimiento de 18,5% real anual en el undécimo mes del año, destacando el alza de 35,6% en Electrónica, mientras que Línea Blanca creció un 3% y Electrodomésticos evidenció un incremento de 8,9%. Dado estos resultados, la categoría de eléctricos cierra el período enero-noviembre con un crecimiento de 16,9%.

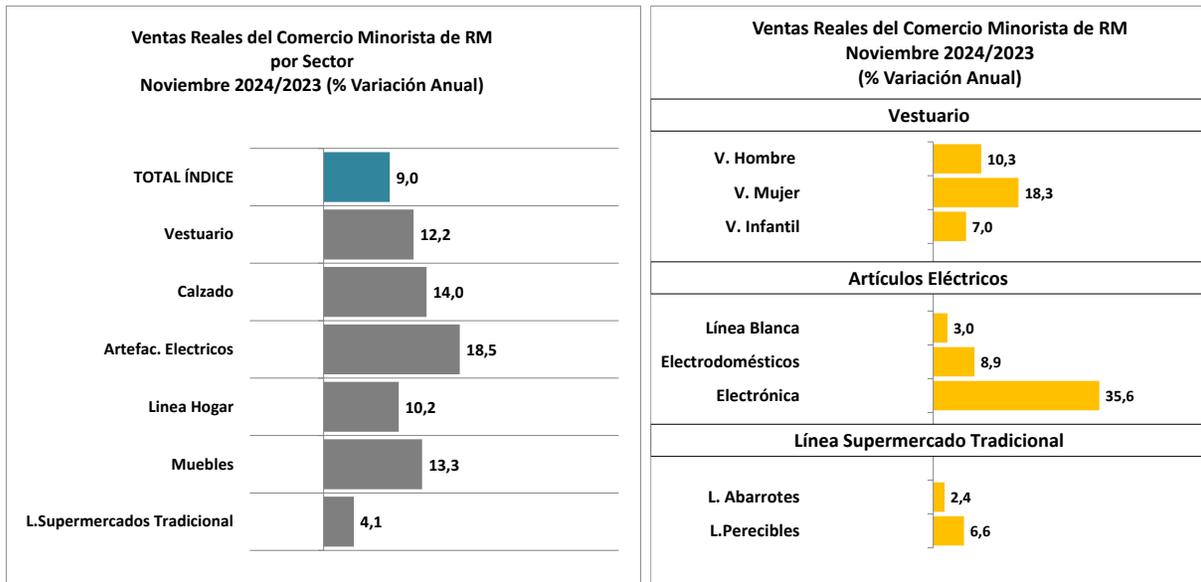
Línea Hogar evidenció en noviembre un incremento real anual de 10,2% y Muebles un alza de 13,3% acumulando ambas categorías en los once meses crecimientos de 10,9% y 8,4% respectivamente.

Finalmente, la Línea Tradicional de Supermercados marcó un incremento de 4,1% real anual en sus ventas de noviembre, con alzas de 2,4% en Abarrotes y de 6,6% en Perecibles. La categoría cierra a noviembre con un crecimiento de 2,9%, donde Abarrotes acumuló un aumento de 2,9% y Perecible un alza real anual de 3,5%.

---

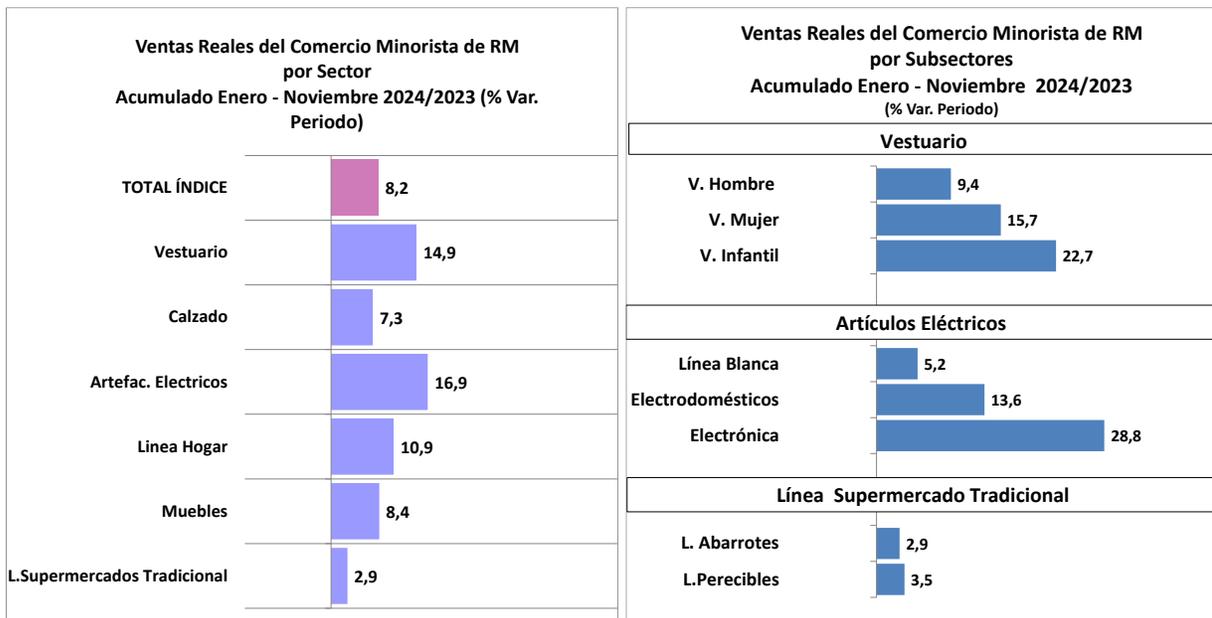
<sup>2</sup> Para llegar al resultado real cada categoría se deflacta por separado de acuerdo con su IPC sectorizado anual correspondiente, donde se han producido caídas anuales en los precios de la mayoría de las categorías.

### Ventas Presenciales del Comercio Noviembre 2024 – Evolución Categorías



Fuente: Departamento de Estudios CNC

### Ventas del Comercio Acumuladas Enero – Noviembre 2024 – Evolución Sectores



Fuente: Departamento de Estudios CNC

### Variaciones Ventas Totales Presenciales del Comercio Minorista RM por Categoría (%)

Var. Anual (%)	Total Índice	Vestuario	Calzado	Artefac. Eléctricos	Línea Hogar	Muebles	Línea Tradicional Supermercados		
							Abarrotos	Percibles	Total
Ene.2022/2021	2,7	13,9	26,9	-5,0	-13,2	-15,4	4,6	-3,9	1,2
Feb	0,0	3,2	27,8	-13,2	-25,3	-27,8	9,7	-5,4	3,5
Mar	13,7	73,4	71,1	15,7	3,6	-2,4	2,9	-10,7	-2,7
Abr	65,6	426,7	641,7	65,8	139,2	156,0	19,5	-1,9	10,6
May	-2,2	24,1	47,0	-14,8	-15,2	-11,8	-8,1	-19,7	-12,8
Jun	8,0	84,4	101,4	-10,7	33,3	-2,1	-9,6	-20,6	-14,1
Jul	-18,4	-27,4	-17,8	-34,1	-26,2	-30,2	-3,9	-5,4	-4,3
Ago	-22,8	-29,9	-25,2	-39,7	-35,9	-49,1	-9,2	-9,8	-9,2
Sep	-23,9	-27,1	-32,8	-42,9	-38,8	-51,5	-13,2	-12,5	-12,7
Oct	-19,6	-21,2	-31,0	-36,3	-24,5	-43,2	-11,8	-11,3	-11,5
Nov	-23,6	-26,8	-30,4	-40,7	-31,9	-40,5	-19,3	-3,5	-13,0
Dic	-18,0	-16,0	-13,5	-33,5	-24,5	-32,2	-17,3	-8,8	-13,8
Ene.2023/2022	-12,8	3,7	1,9	-34,8	-23,7	-32,0	-16,9	-6,1	-12,5
Feb	-13,2	-7,8	-1,2	-27,7	-22,2	-28,1	-16,6	-2,9	-11,4
Mar	-16,0	-22,7	-18,4	-27,7	-19,4	-24,5	-15,9	3,6	-8,5
Abr	-12,3	-17,7	-19,4	-23,3	-19,2	-33,3	-12,7	12,9	-3,3
May	-12,0	-14,9	-19,6	-23,0	-21,2	-26,0	-12,6	12,4	-3,3
Jun	-11,7	-14,9	-16,8	-21,5	-20,9	-31,4	-7,5	-0,9	-5,1
Jul	-9,8	-13,5	-19,2	-12,2	-15,2	-20,9	-9,3	1,0	-5,4
Ago	-10,3	-12,6	-17,3	-9,6	-14,0	-18,9	-12,0	-2,3	-8,4
Sep	-5,1	-9,7	-10,2	-2,5	5,4	-6,6	-7,3	2,5	-3,7
Oct	-10,9	-12,6	-22,5	-5,3	-5,9	-4,7	-14,5	-4,0	-10,6
Nov	-5,8	-7,9	-17,0	-6,7	-2,5	-3,3	-6,9	1,6	-3,7
Dic	-2,4	-3,4	-13,5	2,3	3,4	-7,0	-4,2	3,1	-1,5
Ene.2024/2023	5,2	10,8	-2,1	21,0	-0,9	-2,8	1,4	-0,4	0,5
Feb	8,8	11,9	0,0	21,3	8,3	8,1	7,6	2,7	5,3
Mar	13,6	24,3	9,2	14,0	10,4	5,7	14,6	7,5	11,2
Abr	2,3	11,3	6,6	13,7	1,5	-1,6	-5,8	-3,6	-5,3
May	16,8	34,3	34,6	29,8	29,1	-3,3	2,5	1,7	1,8
Jun	9,8	17,3	9,6	17,0	23,2	28,4	2,8	2,3	1,9
Jul	3,0	4,2	-3,8	6,9	3,9	8,2	1,0	2,8	1,2
Ago	12,3	17,5	2,4	23,4	22,0	30,7	5,8	8,0	6,3
Sep	6,0	11,0	-0,2	8,0	8,6	10,9	2,3	6,5	3,9
Oct	4,3	8,7	6,7	12,0	4,7	2,4	-1,9	4,2	0,6
Nov	9,0	12,2	14,0	18,5	10,2	13,3	2,4	6,6	4,1

Fuente: Departamento de Estudios CNC

### Variaciones Ventas del Comercio Minorista RM (%)

	Índice Total Locales - Variación (%)				Índice Local Equivalente - Variación (%)			
	Anual	Trimestral	Semestral	Acumulada	Anual	Trimestral	Semestral	Acumulada
2019				-4,5				-5,3
2020				-18,0				-21,3
2021				32,3				28,9
2022				-7,8				-6,4
2023				-10,0				-8,6
ENE.2022	2,7			2,7	0,9			0,9
FEB	0,0			1,3	-2,6			-0,8
MAR	13,7	5,5		5,5	13,6	4,0		4,0
ABR	65,6			16,7	84,9			18,2
MAY	-2,2			12,2	0,9			14,1
JUN	8,0	17,7	11,5	11,5	15,8	25,9	14,4	14,4
JUL	-18,4			5,8	-20,8			7,4
AGO	-22,8			1,3	-23,1			2,6
SEP	-23,9	-21,6		-2,0	-23,1	-22,3		-0,8
OCT	-19,6			-4,1	-18,3			-2,9
NOV	-23,6			-6,2	-20,9			-4,8
DIC	-18,0	-20,1	-20,8	-7,8	-16,2	-18,2	-20,1	-6,4
ENE.2023	-12,8			-12,8	-11,4			-11,4
FEB	-13,2			-13,0	-11,5			-11,4
MAR	-16,0	-14,1		-14,1	-13,5	-12,2		-12,2
ABR	-12,3			-13,6	-13,1			-12,4
MAY	-12,0			-13,3	-10,0			-11,9
JUN	-11,7	-12,0	-13,0	-13,0	-9,6	-10,9	-11,5	-11,5
JUL	-9,8			-12,5	-6,7			-10,8
AGO	-10,3			-12,3	-7,5			-10,4
SEP	-5,1	-8,5		-11,5	-4,4	-6,3		-9,8
OCT	-10,9			-11,5	-10,2			-9,9
NOV	-5,8			-11,0	-5,3			-9,5
DIC	-2,4	-5,8	-7,1	-10,0	-2,3	-5,5	-5,8	-8,6
ENE.2024	5,2			5,2	7,0			7,0
FEB	8,8			7,0	9,7			8,4
MAR	13,6	9,3		9,3	13,7	10,3		10,3
ABR	2,3			7,4	4,4			8,7
MAY	16,3			9,3	15,4			10,1
JUN	9,8	9,6	9,5	9,5	9,5	10,0	10,1	10,1
JUL	3,0			8,5	3,7			9,1
AGO	12,3			8,9	13,1			9,6
SEP	6,0	7,0		8,6	5,3	7,3		9,2
OCT	4,3			8,2	3,9			8,6
NOV	9,0			8,2	9,1			8,7

Fuente: Departamento de Estudios CNC