

Evolución del comercio minorista 2019–2024

1. Introducción

Entre 2019 y 2024, el comercio minorista chileno experimentó un proceso de transformación estructural, impulsado por la pandemia, la aceleración digital, cambios en los hábitos de consumo y la expansión de formatos alternativos. El análisis de la base tributaria permite observar tres tendencias clave: más empresas, mayor volumen de ventas y una composición distinta del empleo y del tamaño empresarial.

El total de empresas del comercio minoristas aumenta desde 294.486 en 2019 a 355.415 en 2024, lo que representa un crecimiento de 60.929 empresas (+21%). Este aumento no implica necesariamente un fortalecimiento del comercio tradicional; por el contrario, se observan caídas en rubros especializados, como calzado, artículos eléctricos, papelerías y botillerías y una expansión significativa en segmentos alternativos, incluyendo ferias, multiproducto¹, venta online, ropa usada y comercio por redes sociales. Es decir, el comercio minorista crece en número, pero también se atomiza y muta, desplazándose hacia actividades de baja barrera de entrada y menor formalización promedio.

Las mayores alzas en ventas se concentran nuevamente en ferias y multiproducto, que registran incrementos entre 300% y 500% en los cinco años, por su expansión y mayor participación en el gasto de los hogares. También aumentan fuertemente segmentos como ópticas, equipo de sonido y video, venta online entre otros, reflejando cambios en preferencias, sustitución de productos y el avance del canal digital.

En contraste, las caídas más profundas se observan en sectores desplazados por la digitalización o la sustitución tecnológica: tabaco tradicional, antigüedades, diarios y revistas, música y video físico, videojuegos físicos y telas y lanas. También retroceden actividades alimentarias en ferias y rubros vinculados al carbón y combustibles del hogar.

El empleo formal muestra una tendencia distinta: los mayores crecimientos se dan en actividades que combinan especialización, servicios intensivos y formalidad, destacando ópticas, perfumerías y cosmética, farmacias, gas licuado, artículos deportivos, alimentos especializados, comercio formal de mascotas y multiproducto. Estas actividades responden a tendencias de consumo estables y requieren mayor dotación dependiente, apoyando un mercado laboral más formal y con servicios de mayor valor agregado.

¹ categoría *amplia* del SII y del CIU que agrupa comercios no especializados que venden muchos tipos de productos distintos, pero que no califican como supermercado, ni como tienda especializada, ni como minimarket.

2. Evolución por tamaño de empresa entre 2019 y 2024

Los cambios en el tamaño empresarial son críticos para entender la recomposición del comercio.

	n° de empresas			ventas milloenes UF			empleo dependiente		
	2019	2024	cambio %	2019	2024	cambio %	2019	2024	cambio %
Grande	1.245	1.501	21%	1.131,1	1.598,7	41%	390.908	386.629	-1%
Mediana	3.864	5.076	31%	150,0	202,8	35%	86.128	102.423	19%
Pequeña	39.314	53.276	36%	264,5	362,3	37%	156.771	171.533	9%
Micro	214.785	238.051	11%	102,5	115,4	13%	46.880	47.047	0%
Sin Ventas/Sin Info.	35.278	57.511	63%				1.668	1.749	5%
TOTAL	294.486	355.415	21%	1.648,1	2.279,2	38%	682.355	709.381	4%

2.1. Microempresas

- Número de empresas: +11%
- Ventas totales: +13%
- Empleo dependiente: crecimiento marginal (0%)

Las microempresas muestran un crecimiento acotado pero sostenido en número y ventas, en línea con su fuerte atomización. Su expansión se explica por actividades de muy baja barrera de entrada y con predominancia de trabajo unipersonal o semiinformal. Ejemplos de rubros que impulsan este crecimiento:

- Ferias y comercio ambulante, con un incremento explosivo en presencia, reflejando una mayor preferencia por canales de bajo costo.
- Ropa usada y reciclaje, impulsada por tendencias de economía circular y consumo accesible.
- Multiproducto de bajo costo, que atrae emprendimientos vinculados a importaciones de pequeña escala.
- E-commerce de baja escala, especialmente venta en redes sociales.
- Accesorios pequeños y artículos del hogar, donde el capital inicial es mínimo.

Este crecimiento es extensivo: más empresas vendiendo, pero poca generación de empleo formal y limitada productividad promedio.

2.2. Pequeñas empresas

- Número de empresas: +36%
- Ventas totales: +37%
- Empleo dependiente: alza moderada pero significativa +9%

El segmento de pequeñas empresas muestra una expansión mucho más marcada, tanto en número como en ventas, lo que indica una transición real hacia modelos más formales y estructurados. Entre las actividades que explican este salto destacan:

- E-commerce estructurado, con sistemas de entrega y oferta más diversificada.
- Perfumería y cosmética, con fuerte dinamismo postpandemia y alta demanda de productos de bienestar.
- Rubro mascotas, especialmente alimentos y accesorios, donde proliferan tiendas formales de nueva generación.
- Ópticas, uno de los segmentos de mayor crecimiento en empresas y empleo gracias al aumento de la demanda en servicios de salud visual.
- Gas licuado y servicios asociados, que exigen infraestructura mínima, pero mayor formalización.
- Multiproducto, que crece tanto en número como en ventas por su buena adaptación al consumo sensible al precio.

Este grupo avanza en ventas y empleo, con un modelo que combina comercio tradicional y digital, alojando buena parte del dinamismo del comercio formal emergente.

2.3. Medianas empresas

- Número de empresas: +31%
- Ventas totales: +45% aprox.
- Empleo dependiente: fuerte crecimiento +19%

Las medianas empresas son el tramo más robusto del período, porque combinan un crecimiento en número, expansión significativa en ventas y un aumento importante en empleo formal.

Esto indica procesos de formalización, profesionalización y escalamiento en sectores donde se requieren mayores estándares operativos y capacidad de inversión. Los rubros que lideran este comportamiento son:

- Ópticas, una de las actividades más dinámicas tanto en ventas como en empleo.
- Perfumería y cosmética, consolidada como un segmento en expansión tras la normalización post-COVID.
- Gas licuado, con mayor demanda y regulación que favorece la formalidad.
- Tiendas especializadas de mascotas, donde la creciente profesionalización del rubro exige más personal y oferta estable.
- Multiproducto (no ferias), que combina precios accesibles con formatos más formales que los microemprendimientos.
- Artículos deportivos y salud, con alzas consistentes en ventas y empleo.

El segmento mediano refleja el crecimiento “saludable” del comercio: formal, especializado y con mayor creación de empleo dependiente.

2.4. Grandes empresas

- Número de empresas: +21%
- Ventas totales: +41%
- Empleo dependiente: -1%

Este tramo muestra un patrón distinto al de los otros tamaños. Si bien el número de grandes empresas crece, su comportamiento interno revela una mayor concentración del mercado. Los actores grandes explican una proporción muy alta de las ventas totales, especialmente en:

- supermercados y minimarkets grandes.
- farmacias y perfumerías.
- mejoramiento del hogar.
- vestuario y grandes tiendas.
- e-commerce avanzado.

Las ventas creciendo más que el número de empresas. Esto evidencia mejoras de productividad, omnicanalidad, uso intensivo de tecnología, mayor eficiencia logística y ampliación de oferta en línea.

Por su parte, el empleo cayendo levemente (-1%), resultado, en parte, por la automatización logística y del autoservicio, digitalización de procesos, reducción de cajas presenciales, fusión o racionalización de tiendas, externalización de servicios.

Ejemplos de actividades donde se observa mayor ajuste laboral:

- Grandes tiendas y supermercados, con mayor autoatención.
- Farmacias, que digitalizan parte de sus operaciones.
- Retail de electrónica y hogar, fuertemente automatizado.
- Grandes operadores de e-commerce, que crecen más en capital y tecnología que en dotación.

3. Principales alzas y caídas por actividad minorista

3.1. Principales alzas y caídas en número de empresas (2019–2024)

Por el lado de las expansiones, destacan con fuerza las ferias libres, tanto en la venta de varios productos, como en rubros textiles y de calzado, que exhiben alzas explosivas superiores a 300%. Este crecimiento refleja el avance de formatos de menor costo fijo y menor formalidad, con alta flexibilidad para adaptarse a un entorno económico más ajustado. A esto se suma la expansión del multiproducto, que crece más de 400%, consolidándose como uno de los formatos ganadores del

período, impulsado por la proliferación de bazares, tiendas low cost e importadores de artículos diversos.

También sobresalen rubros de mayor especialización, como equipo de sonido y video, tapices y alfombras y ópticas), junto con el crecimiento del e-commerce, que duplica su número de empresas. Este grupo combina crecimiento orgánico de demanda con ampliación de canales digitales y mayor presencia de micro y pequeñas empresas.

En contraste, las principales caídas se concentran en actividades que enfrentan competencia digital, cambios en los patrones de consumo o pérdida de relevancia. Entre ellas, destacan venta de mascotas (no accesorios) en comercios tradicionales, que retrocede más de 50% por la migración hacia tiendas modernas y venta online; antigüedades y diarios y revistas, afectadas por el cambio tecnológico; además de rubros como videojuegos físicos, calzado, librerías y papelerías y telas y lanas, todos con bajas entre 17% y 24%.

En conjunto, la evidencia muestra que crecen los formatos low cost, multiproducto y digitales, mientras que retroceden rubros tradicionales, especializados y vinculados a productos físicos desplazados por la digitalización.

Top 10 en alza de número de empresas:

	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2019-2024 %
Venta al por menor de otros productos en puestos de venta y mercados (incluye ferias)	601	1.151	2.308	2.611	3.150	3.776	528%
Otras actividades de venta al por menor en comercios no especializados n.c.p.	3.639	8.084	12.365	15.885	18.021	19.854	446%
Venta al por menor de equipo de sonido y de video en comercios especializados	41	96	132	147	173	192	368%
Venta al por menor de productos textiles, prendas de vestir y calzado en puestos de venta y mercados	546	844	1.529	1.870	2.189	2.436	346%
Venta al por menor de tapices, alfombras y cubrimientos para paredes y pisos	39	52	88	100	127	139	256%
Venta al por menor por correo, por internet y vía telefónica	5.124	8.669	13.711	14.319	15.525	16.833	229%
Venta al por menor de armas y municiones en comercios especializados	6	12	12	18	17	17	183%
Venta al por menor de tabaco y productos de tabaco en comercios especializados	170	288	418	392	398	412	142%
Venta al por menor de artículos ópticos en comercios especializados	1.410	1.747	2.336	2.592	2.695	2.846	102%
Venta al por menor en comercios de vestuario y productos para el hogar (grandes tiendas)	1.429	1.572	1.974	2.371	2.545	2.710	90%

Top 10 en bajas de número de empresas:

	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2019-2024 %
Venta al por menor de mascotas en comercios especializados	409	319	303	274	215	201	-51%
Venta al por menor de antigüedades en comercios	262	223	220	209	199	199	-24%
Venta al por menor en comercios especializados de huevos, confites y productos alimenticios n.c.p.	15.419	14.570	14.080	13.778	13.265	12.551	-19%
Venta al por menor de otros productos en comercios especializados n.c.p.	29.826	26.940	25.622	24.333	23.922	24.409	-18%
Venta al por menor de diarios y revistas en comercios especializados	377	341	343	334	332	309	-18%
Venta al por menor de telas, lanas, hilos y similares en comercios especializados	3.473	3.075	3.152	3.240	3.116	2.933	-16%
Venta al por menor de carbón, leña y otros combustibles de uso doméstico en comercios especializados	2.651	2.512	2.611	2.378	2.329	2.257	-15%
Otras actividades de venta por menor no realizadas en comercios, puestos de venta o mercados n.c.p.	9.707	9.583	9.328	8.923	8.448	8.398	-13%
Venta al por menor de otros artículos de segunda mano en comercios n.c.p.	522	428	413	431	456	452	-13%
Venta al por menor de aparatos eléctricos, textiles para el hogar y otros enseres domésticos n.c.p.	10.547	9.462	9.857	9.886	9.564	9.493	-10%

3.2. Principales alzas y caídas en ventas (2019–2024)

La evolución de las ventas también revela un cambio estructural en el comercio minorista. Entre 2019 y 2024, los mayores incrementos se concentran en actividades con bases más pequeñas pero con fuerte dinamismo reciente. Vuelven a encabezar el ranking las ferias en rubros textiles/calzado

y ferias multiproducto, cuya venta crece entre 300% y 500%, impulsadas por una mezcla de mayor presencia empresarial y cambios de preferencia hacia formatos económicos.

El multiproducto (no feria) también registra un incremento extraordinario en ventas, coherente con su expansión en número de locales. A ello se suman aumentos relevantes en actividades como equipo de sonido y video, ópticas y venta online, que consolidan el tránsito hacia un comercio más digitalizado, fragmentado y orientado al bajo costo.

Destaca también el crecimiento en tabaco no tradicional y armas y municiones, aunque con bases de comparación muy bajas, segmentos donde cambios regulatorios, sustitución de productos y nuevas preferencias de mercado han impulsado el dinamismo.

Las variaciones extraordinariamente altas observadas en algunos rubros, con crecimientos de varios miles por ciento entre 2019 y 2024, deben interpretarse con cautela, ya que responden principalmente a bases iniciales muy bajas en 2019, negocios de menor tamaño con poca participación en la venta total minorista donde pesa fuertemente las grande (sobre 70%). En muchos casos se trata de actividades con presencia formal incipiente antes de la pandemia, o que operaban mayoritariamente en la informalidad y comenzaron a registrarse con mayor intensidad en los años posteriores, como ocurre con ferias multiproducto, ferias textiles, multiproducto económico y algunos segmentos de comercio especializado emergente. En estos rubros, el salto de ventas obedece más a un proceso de formalización y expansión de la base empresarial que a un aumento proporcional de su escala o productividad. Por lo tanto, aunque los porcentajes capturan correctamente el cambio matemático, la interpretación más precisa es que estos rubros “se multiplican” respecto de un punto de partida muy reducido, más que un crecimiento explosivo comparable al de actividades consolidadas.

Por el contrario, las bajas en ventas se concentran en rubros que enfrentan sustitución tecnológica, cambios de hábito o reducción estructural de demanda. Entre los mayores retrocesos aparecen tabaco tradicional, con una caída superior al 80%; antigüedades, diarios y revistas, música/video físico, videojuegos físicos y telas y lanas, todos con descensos entre 38% y 66%.

También muestran contracciones significativas las ferias de alimentos y bebidas, donde parte del consumo migra a formatos más especializados o a comercio informal no declarado, y el rubro carbón y combustibles para el hogar, afectado por sustitución tecnológica.

Estas tendencias revelan que el crecimiento se concentra en formatos económicos y digitales, mientras que retroceden categorías de productos físicos susceptibles a digitalización o desplazados por cambios en el estilo de vida.

Top 10 en alza en ventas (miles en UF):

	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2019-2024 %
Otras actividades de venta al por menor en comercios no especializados n.c.p.	2.875.215	6.268.761	20.332.487	21.685.368	29.162.418	263.584.621	9067%
Venta al por menor de tapices, alfombras y cubrimientos para paredes y pisos	7.207	18.474	97.026	32.444	39.679	193.918	2591%
Venta al por menor de productos textiles, prendas de vestir y calzado en puestos de venta y mercados	95.930	147.524	303.044	376.417	459.919	1.272.148	1226%
Venta al por menor de otros productos en puestos de venta y mercados (incluye ferias)	69.055	368.558	399.466	478.675	548.292	674.641	877%
Venta al por menor por correo, por internet y vía telefónica	13.020.256	26.078.050	42.743.620	47.485.935	42.009.764	37.965.510	192%
Venta al por menor de tabaco y productos de tabaco en comercios especializados	343.431	435.983	786.505	768.496	885.891	858.028	150%
Venta al por menor de ropa usada en comercios	305.957	241.957	349.316	724.153	361.361	759.267	148%
Venta al por menor de gas licuado en bombonas (cilindros) en comercios especializados	7.149.367	7.969.334	17.679.090	18.300.527	8.447.329	17.677.085	147%
Venta al por menor de alimentos, bebidas y tabaco en puestos de venta y mercados (incluye ferias)	251.625	290.943	439.468	482.457	499.977	572.785	128%
Venta al por menor en comercios de vestuario y productos para el hogar (grandes tiendas)	62.914.756	57.222.174	118.581.192	166.789.239	146.655.586	137.456.570	118%

Top 10 en baja en ventas (miles en UF):

	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2019-2024 %
Venta al por menor de muebles y colchones en comercios especializados	10.804.797	2.928.189	10.038.652	3.265.590	10.301.627	2.831.722	-74%
Venta al por menor de mascotas en comercios especializados	123.900	80.983	76.829	56.848	58.447	54.232	-56%
Venta al por menor de diarios y revistas en comercios especializados	381.514	245.035	89.088	75.822	238.166	197.012	-48%
Venta al por menor de antigüedades en comercios	61.581	40.759	34.165	35.830	37.780	38.798	-37%
Venta al por menor de alimento y accesorios para mascotas en comercios especializados	55.128.634	22.934.800	36.168.088	36.506.130	39.595.017	39.286.683	-29%
Venta al por menor de carbón, leña y otros combustibles de uso doméstico en comercios especializados	3.274.711	2.967.886	7.144.230	7.657.461	2.465.114	2.416.562	-26%
Venta al por menor de otros artículos de segunda mano en comercios n.c.p.	137.341	85.679	77.811	77.277	103.825	104.345	-24%
Venta al por menor de telas, lanas, hilos y similares en comercios especializados	4.044.159	3.385.395	3.873.773	11.340.777	3.450.604	3.267.677	-19%
Venta al por menor de grabaciones de música y de video en comercios especializados	97.695	63.367	73.511	97.991	85.840	85.762	-12%
Venta al por menor de artículos de papelería y escritorio en comercios especializados	6.910.780	11.038.842	16.554.871	13.344.474	11.656.130	6.163.826	-11%

3.3. Principales alzas y caídas en empleo (2019–2024)

El empleo formal muestra un patrón distinto al de empresas y ventas, aquí el crecimiento se concentra en actividades que combinan mayor escala, formalización y especialización. Entre los rubros que más aumentan su dotación destacan ópticas, perfumerías y cosmética, tiendas formales del rubro mascotas, multiproducto, gas licuado, farmacias, alimentos especializados, artículos deportivos y grandes tiendas de vestuario y hogar.

Estos segmentos han fortalecido su presencia gracias a la recuperación del consumo post-pandemia, el crecimiento de la demanda por servicios especializados y la expansión de formatos de mayor formalidad que requieren personal dependiente. En el caso del rubro mascotas y de ópticas, por ejemplo, el dinamismo responde a tendencias estructurales, como el aumento del gasto en bienestar del hogar y cuidado personal, que impulsan operaciones más profesionales y con mayor dotación.

En contraste, las mayores caídas de empleo se concentran en rubros tradicionales de bajo dinamismo, alta competencia digital o sustitución estructural. Disminuyen de manera relevante los puestos de trabajo en librerías y papelerías, calzado, telas y lanas, diarios y revistas, artículos eléctricos del hogar, botillerías, antigüedades, videojuegos físicos, música/video físico y rubro de ferias tradicionales, todos con descensos sostenidos 2019–2024.

La evidencia muestra que los rubros más intensivos en formalidad y servicio especializado ganan empleo, mientras que los segmentos tradicionales, afectados por digitalización o cambios de consumo, ven reducida su capacidad de contratación.

Top 10 en alza en empleo:

	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2019-2024 %
Venta al por menor de equipo de sonido y de vídeo en comercios especializados	12	94	115	190	263	247	1958%
Venta al por menor de otros productos en puestos de venta y mercados (incluye ferias)	58	296	634	356	373	389	571%
Venta al por menor de armas y municiones en comercios especializados	4	3	13	46	13	19	375%
Venta al por menor de tapices, alfombras y cubrimientos para paredes y pisos	27	36	113	82	152	104	285%
Otras actividades de venta al por menor en comercios no especializados n.c.p.	4.335	4.538	8.449	9.656	13.818	10.653	146%
Venta al por menor de productos farmacéuticos y medicinales en comercios especializados	34.449	49.574	55.195	63.804	76.544	81.225	136%
Venta al por menor de productos textiles, prendas de vestir y calzado en puestos de venta y mercados	2.050	1.366	3.403	2.614	3.771	3.905	90%
Venta al por menor de pinturas, barnices y lacas en comercios especializados	605	886	659	772	1.046	1.042	72%
Venta al por menor de artículos de ferretería y materiales de construcción	33.910	59.453	69.134	71.795	59.486	57.578	70%
Venta al por menor de artículos ortopédicos en comercios especializados	1.351	2.205	2.336	2.207	2.383	2.169	61%

Top 10 en baja en empleo:

	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2019-2024 %
Venta al por menor de tabaco y productos de tabaco en comercios especializados	3.031	768	966	1.110	492	510	-83%
Venta al por menor de antigüedades en comercios	105	86	64	67	43	35	-67%
Venta al por menor de diarios y revistas en comercios especializados	247	122	196	104	96	85	-66%
Venta al por menor de alimentos, bebidas y tabaco en puestos de venta y mercados (incluye ferias)	2.784	468	969	1.058	847	1.202	-57%
Venta al por menor de carbón, leña y otros combustibles de uso doméstico en comercios especializados	2.712	2.350	2.709	2.024	1.786	1.514	-44%
Venta al por menor en comercios especializados de pescado, mariscos y productos conexos	4.795	3.568	4.393	2.421	1.950	2.774	-42%
Venta al por menor de telas, lanas, hilos y similares en comercios especializados	5.107	3.974	3.917	4.706	3.600	3.130	-39%
Venta al por menor de grabaciones de música y de vídeo en comercios especializados	233	161	89	148	469	144	-38%
Venta al por menor por comisionistas (no dependientes de comercios)	2.307	1.572	1.990	2.653	1.608	1.454	-37%
Venta al por menor de juegos y juguetes en comercios especializados	4.296	2.782	3.376	3.612	3.260	2.912	-32%

Conclusión general

El comercio minorista entre 2019 y 2024 transita hacia un ecosistema más fragmentado, digitalizado y orientado al bajo costo, donde proliferan nuevos actores en ferias, multiproducto y comercio online, mientras retroceden categorías tradicionales fuertemente desafiadas por la digitalización. Al mismo tiempo, el empleo se desplaza hacia sectores más formales y especializados, reforzando la necesidad de políticas que acompañen la reconversión productiva, la competencia leal y la modernización del sector.

El análisis por tamaño de empresa muestra una transformación profunda del comercio minorista en los últimos cinco años, donde coexisten tres dinámicas estructurales: expansión por las de menor tamaño, profesionalización del segmento medio y consolidación en la parte alta del sector.

Por un lado, las micro y pequeñas empresas lideran el crecimiento en número, impulsadas por la mayor penetración del comercio digital, la proliferación de ferias y canales de bajo costo, y el ingreso de nuevos actores atraídos por menores barreras de entrada. Su expansión en ventas es proporcional al aumento en el número de empresas, lo que confirma que se trata de un crecimiento extensivo: más actores participando, pero con niveles de venta promedio relativamente estables. En materia laboral, este segmento aporta poco empleo dependiente, reflejando el carácter unipersonal o semiformal de gran parte de estas unidades económicas.

En contraste, las medianas empresas muestran el desempeño más equilibrado y robusto del período, combinando crecimiento en número, ventas y empleo. Este grupo concentra el proceso de mayor formalización y modernización del comercio, con actividades que requieren escala operativa, oferta especializada y dotaciones más estables de trabajadores. Su avance refleja la consolidación de

negocios formales emergentes, como ópticas, perfumerías, gas licuado, mascotas profesionalizadas y multiproducto, capaces de captar demanda postpandemia y responder a nuevas preferencias de consumo.

En el tramo superior, las grandes empresas mantienen su liderazgo en ventas y empleo, aunque con dinámicas distintas: su número crece moderadamente, las ventas aumentan por encima de ese crecimiento, evidenciando concentración y eficiencia, pero el empleo disminuye levemente, coherente con la digitalización, automatización y reorganización operativa del comercio de gran escala. Esta evolución confirma un sector que se vuelve más productivo, pero también más intensivo en tecnología y menos intensivo en puestos tradicionales.

En conjunto, los datos revelan que el comercio chileno no crece de manera homogénea, sino que se reconfigura en distintas direcciones: crece en amplitud por la base (micro y pequeñas), gana solidez por el centro (medianas) y concentra valor y eficiencia por arriba (grandes). Esta triple dinámica redefine la estructura competitiva del sector y plantea desafíos relevantes para la política pública, la formalización, la competencia leal y el desarrollo de capacidades productivas dentro de las empresas.