

“El e-commerce chileno atraviesa una etapa de maduración”

Según la gerente de Estudios de la CNC, Bernardita Silva, “el e-commerce chileno atraviesa una etapa de maduración, ya no crece a tasas de dos dígitos, pero mantiene un ritmo estable y con bases sólidas, transformándose en un pilar permanente del retail formal. La compra online se ha integrado al comportamiento habitual del consumidor, que hoy se mueve con naturalidad entre lo físico y lo digital”. De esta forma, opinó sobre los resultados de las ventas online del retail (sin contar alimentos), que marcaron un alza anual de 2,6% nominal en el segundo trimestre del año. En el análisis por mes, se ven distintos resultados, donde abril marca un crecimiento de un 4,3% nominal anual, luego mayo se desacelera con una baja de 2,4% y junio, con evento cyber, vuelve a tomar fuerza con un incremento anual de 4,3%.