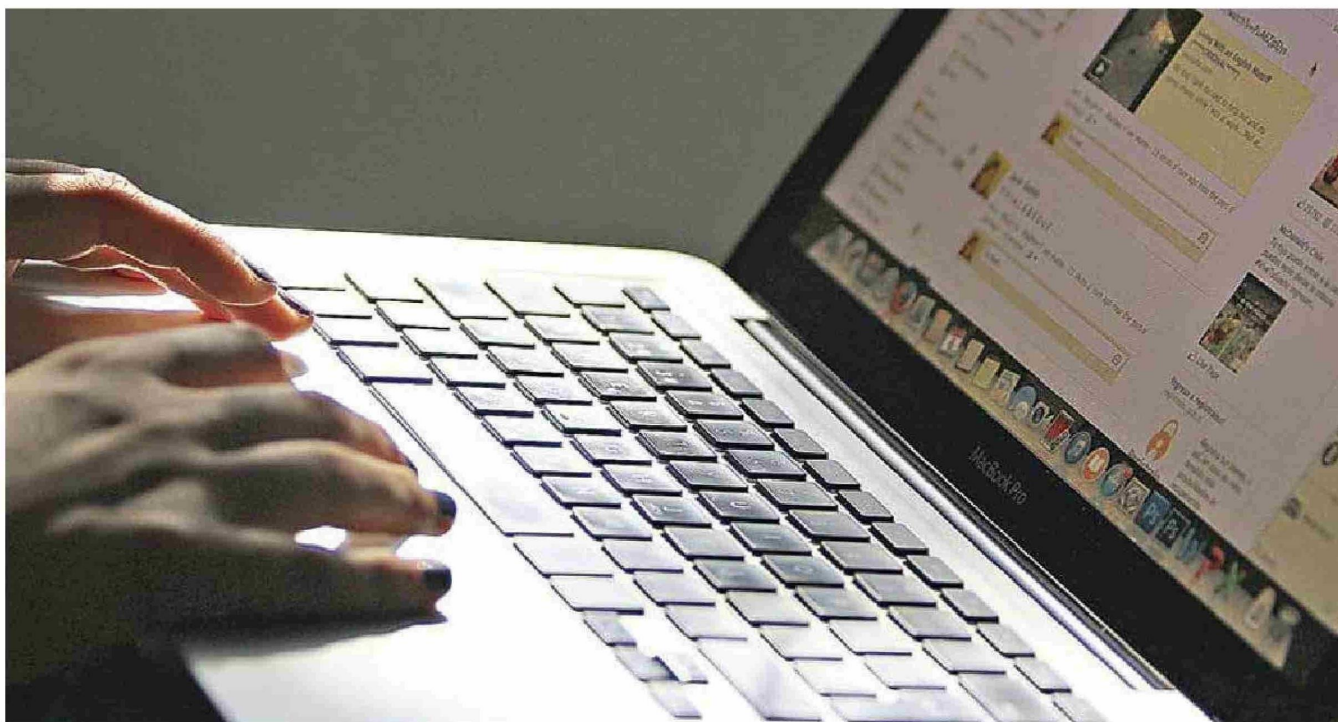


Fecha: 30-01-2024
Medio: La Tercera
Supl.: La Tercera - Pulso
Tipo: Noticia general

Pág.: 10
Cm2: 379,8

Tiraje: 78.224
Lectoría: 253.149
Favorabilidad: ☐ No Definida

Título: Ventas online cierran 2023 con una caída anual de 20,1% con fuerte bajas de electrónicos y muebles



Ventas online cierran 2023 con una caída anual de 20,1% con fuerte bajas de electrónicos y muebles

La Cámara Nacional de Comercio (CNC) informó que el último trimestre del 2023 cerró con una caída del 7% en las ventas del retail online, respecto del mismo periodo del 2022. Con lo anterior, acumuló entre enero y diciembre una baja del 20,1%.

Los datos de la CNC indican que la caída del último cuarto del año fue menor en comparación con la del trimestre anterior (-18,2%), lo que evidencia una desaceleración en las bajas. Esto sigue una tendencia similar a las ventas presenciales, es decir, con bajas en las ventas, pero con cifras que han disminuido de enero a diciembre. El informe precisa que durante los meses de octubre y noviembre, marcados por el CyberDay y el Black Friday,

se observó un alza en las ventas, que sumado a la temporada navideña, marcó un aumento de 44% respecto del tercer trimestre. Las categorías de Artículos Eléctricos y Muebles, fueron las que más bajas tuvieron durante el cuarto trimestre con un -10,9% y un -15,2% respectivamente, lo que implicó el cierre del 2023 con bajas de 25,9% y 23,9%. Vestuario y Línea Hogar también tuvieron una contracción en sus ventas del último trimestre del 2023, con -1,5% y -2,4% respectivamente. Ambas categorías cierran el 2023 con bajas, específicamente del 8,9% y el 18,4%. La única línea que experimentó un crecimiento durante el cuarto trimestre fue Calzado, con un margen del 0,7% real anual,

aunque de igual manera sus ventas de enero a diciembre bajaron a 8,5%

“Tras alcanzar ventas históricas el 2021 y parte del 2022 debido al aumento de liquidez, la desaceleración del consumo el 2023 afectó a todo el comercio minorista, independiente del canal de venta y donde la recuperación ha sido más lenta de lo esperado. La mayor inflación, incertidumbre y un mercado laboral debilitado afectaron las decisiones de consumo, sobre todo de aquellos bienes que no son de primera necesidad, de ahí las fuertes bajas de dos dígitos con que cerraron el año las categorías de Artículos Eléctricos, Muebles y Línea Hogar”, señaló la CNC.