

Día de la Niñez y su impacto en el comercio

Señor Director:

El Día de la Niñez es una de las fechas claves para el comercio. De acuerdo con cifras de la Cámara Nacional de Comercio y Turismo, las ventas minoristas crecen entre un 8 y un 11% en la semana previa, con un foco especial en juguetes, ropa y artículos electrónicos y un gasto promedio de 14 mil pesos.

Si bien los productos tradicionales mantienen su popularidad, existe una tendencia creciente hacia opciones tecnológicas, como videojuegos, dispositivos inteligentes y juguetes que incorporan elementos educativos.

El comercio en línea también se beneficia de esta tendencia, con plataformas digitales que amplían su participación en el mercado del Día del Niño. Las marcas han aprendido a adaptarse a esta necesidad, creando experiencias de compra más ágiles, ofreciendo promociones atractivas y facilitando opciones de pago flexibles, lo que a su vez genera un ciclo virtuoso para el comercio digital.

En paralelo, también se convierte en una fecha estratégica para el impulso de la economía circular, un concepto que han incorporado ya algunas empresas ofreciendo productos reciclados o reacondicionados como alternativa a la compra de nuevos artículos. Este cambio responde a un consumidor más consciente del impacto ambiental de sus decisiones de compra.

La responsabilidad de las empresas no solo se limita a ofrecer productos atractivos, sino también a crear cons-

ciencia sobre las prácticas sostenibles que ayudan a mitigar el impacto ambiental de la actividad comercial, en una fecha que marca uno de los principales hitos de consumo.

Ricardo Fuentes Lama
Director Ingeniería Comercial UNAB