



RICARDO FUENTES LAMA
Director Ingeniería Comercial,
Universidad Andrés Bello.

Día de la Niñez y su impacto en el comercio

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. El consumo de juguetes sigue siendo una de las principales fuentes de ingresos para las marcas, pero se observa una transformación en la demanda.

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. Esta inclinación hacia productos que fomentan el aprendizaje y la creatividad refleja la evolución de las expectativas de los padres, que buscan artículos que aporten al desarrollo de sus hijos más allá del simple entretenimiento. 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, un comportamiento que se expande de forma significativa en el mercado infantil.

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



CARTA AL
DIRECTOR

Señor director:

En su edición del 6 de agosto, el consejero regional, Manuel Morales, expresa su preocupación por retrasos en obras de infraestructura sanitaria. Como gerente regional de Essbio, compartimos el interés de que O'Higgins avance en materia de cobertura de alcantarillado en las zonas urbanas donde estamos presentes. Sin duda, éste es uno de sus principales desafíos para alcanzar cifras de acceso similares a otras regiones del país. Con ese espíritu venimos trabajando hace bastantes años en coordinación con autoridades comunales y regionales para aportar, desde nuestro ámbito de acción, a facilitar la materialización de proyectos de agua potable y saneamiento. Quisiera destacar la donación de estudios de ingeniería para dotar de alcantarillado a Pichilemu o las asesorías que hemos brindado a una veintena de municipios como Coinco, Chépica, Coltauco, Doñihue y Quinta de Tilcoco. Es importante destacar los esfuerzos desde el gobierno regional para impulsar mesas público-privadas, técnicas y sectoriales, que buscan abordar estas brechas con la celeridad que requiere la magnitud de este desafío y que de otra manera tomarían mucho más tiempo.

Respecto al caso particular del alcantarillado de Nogales, donde fuimos aludidos por el consejero, queremos dar tranquilidad que seguimos trabajando con el municipio para definir un nuevo emplazamiento para la planta elevadora de aguas servidas, avanzaremos con las obras según el nuevo cronograma.

Hernán Berríos
Gerente Regional (I) Essbio