



Black Friday 2021 de la CCS generó casi 10 millones de transacciones y más de US\$ 500 millones según estimaciones preliminares

- ***El evento congregó a más de 1.700 tiendas físicas y online, con gran protagonismo de pymes, regiones y fundaciones.***

Santiago, 30 de noviembre de 2021. Luego de cuatro días de intensa actividad, este lunes finalizó el Black Friday 2021 organizado por la Cámara de Comercio de Santiago (CCS), en conjunto con la Cámara Chilena de Centros Comerciales y las cámaras de comercio de Valparaíso y Puerto Montt, al que se unieron 1.168 tiendas físicas, más de 500 e-commerce y 35 fundaciones de beneficencia.

El evento, que con el tiempo se ha ido convirtiendo en el inicio de la temporada de compras navideñas en nuestro país, habría alcanzado casi 10 millones de transacciones por más de US\$ 500 millones, ratificando la importancia que tiene para los consumidores contar con este tipo de instancias que permiten planificar mejor los gastos de fin de año, ahorrando una cantidad importante de recursos gracias a las ofertas de los participantes. Todo ello, en un ambiente de confianza caracterizado por el cumplimiento de buenas prácticas que dan el sello a los eventos organizados por la CCS y sus asociados.

Entre los principales logros del evento, la CCS destacó precisamente el compromiso de las empresas con las mejores prácticas para brindar a los consumidores una experiencia satisfactoria, en la que, de acuerdo a Carlos Soublette, gerente general del gremio, “pueden tomar decisiones informadas, comparar precios y productos, cuidar sus recursos y relacionarse con proveedores serios y confiables, que se hacen cargo de sus necesidades”.

Desde el gremio también destacaron la alta participación de tiendas físicas, un hecho inédito, al igual que las 35 fundaciones que participaron por primera vez de un Black Friday, abriendo una nueva fecha para la solidaridad que tantos necesitan, particularmente en tiempos difíciles.

De acuerdo a Ricardo Blümel, gerente División Estrategia y Marketing de Transbank, “las compras mediante canales online no han parado de crecer, llegando a representar casi un 30% de pagos con tarjetas al tercer trimestre del año. Este Black Friday reforzó aún más la tendencia del e-commerce como un canal de ventas consolidado en nuestro país, superando los 3 millones de transacciones durante el transcurso del evento. Para profundizar el desarrollo de esta economía digital, es fundamental sumar esfuerzos para

modernizar los hábitos financieros en relación al uso del efectivo, escuchando a los clientes y desarrollando soluciones más simples y seguras”, concluyó.

En el plano internacional, en tanto, las ventas globales del Black Friday habrían superado los US\$60 mil millones, de acuerdo a estimaciones de Salesforce, un 2% más que el año previo.

En el caso de EEUU, cuna de la celebración, las ventas alcanzaron los US\$ 8.900 millones según Adobe, con una leve caída respecto de 2020, lo que se habría debido a un adelantamiento de las compras por parte de los consumidores en ese país, posiblemente debido a la mayor incertidumbre sobre la disponibilidad de inventarios y a la búsqueda activa de oportunidades de precios en tiempos de alta inflación.

Contacto de Prensa

Manuel Barrientos

+56 9 6455 6558

mbarrientos@azerta.cl