

Importación de artículos navideños cayó 31% a noviembre

Sin duda, la Campaña Navideña es la más importante del año para miles de empresas, pues genera un gran pico en las ventas y, por lo tanto, dinamiza la economía del país. ¿Cómo se han comportado las importaciones de artículos navideños para esta temporada? Los resultados, considerando los efectos de la pandemia de la COVID-19, no han sido positivos.

Entre agosto y noviembre de este año estas alcanzaron los US\$ 13,54 millones, registrándose, de esta manera, una caída nunca antes vista del 31% con respecto al mismo periodo del año 2019 (US\$ 19,49 millones). Vale decir, la reducción alcanzó los US\$ 5,9 millones.

Artículos

Analizando en detalle los principales artículos navideños que se importaron, podemos apreciar que **los adornos navideños –accesorios para el árbol, muñecos, cerámicas, entre otros– representaron el 44% del total de compras del grupo de productos navideños y registraron una disminución del 27% con respecto al año anterior.**

Le siguen los árboles navideños en sus distintas medidas, con una concentración del 21% y también con un descenso del 43%

del valor importado.

En tercera posición se encuentran las esferas navideñas, que representaron el 11% del total, con una reducción del 25%. Finalmente, un grupo más pequeño integrado por guirnaldas, nacimientos y luces, representan el 24% del total importado.

Hay que tener en consideración que la mayoría de los artículos mencionados provienen de China, que acapara el 97% del total de las compras.

Adicionalmente, si bien no es considerado como un artículo navideño, es relevante mencionar que la importación de panetones entre agosto y noviembre ascendieron a US\$ 2,6 millones, lo que representa una caída del 29% (más de US\$ 1 millón) respecto al mismo periodo del año pasado.

Nuestros principales proveedores fueron Brasil, con el 88%; e Italia, con 11%.