

# **Crisis política afectó al 33% de las ventas navideñas del sector retail**

La crisis política en el país y los diversos actos de violencia vienen afectando a las familias y a las empresas. Debido a ello, las ventas navideñas del sector retail habían retrocedido 25% este año, pero en el transcurso de los días esta afectación ya llegó al 33%, informó la Cámara de Comercio de Lima (CCL).

“La campaña navideña era la esperanza de empresas y familias para recuperarse económicamente después de la pandemia. En el caso del retail su importancia radica en la generación de 250.000 puestos de trabajo y su aporte del 12,9% al PBI”, manifestó la presidente del Gremio Retail y Distribución de la CCL, Leslie Passalacqua.

Del mismo modo, señaló que los actos de violencia han generado el cierre y reconstrucción de tiendas afectadas, menores inversiones del sector; y mayor endeudamiento por préstamos, que, por la falta de liquidez, los negocios no podrían cumplir con las fechas de pago.

Ante esta crisis política, la ejecutiva empresarial instó al gobierno de turno a tener una postura firme para evitar más violencia en el país.

## **Doce regiones afectadas**

Precisamente, se elevó a 12 las regiones afectadas por esta ola de protesta generando una pérdida económica diaria de S/ 1.973 millones. Entre las regiones perjudicadas figuran: Apurímac, Arequipa, Ayacucho, Cajamarca, Cusco, Huancavelica, Huánuco, Ica, La Libertad, Madre de Dios, Puno y Piura.

Al respecto, Leslie Passalacqua sostuvo que estas regiones concentran el 24,3% del PBI terciario (comercio y servicios). Advirtió que, si no se pone un alto a esta ola de violencia, la campaña navideña – cuyos mejores días se dan en la quincena diciembre por el pago de gratificaciones- no alcanzará las ventas requeridas ni visitas a los malls debido a la crisis política y la inseguridad.

“De igual manera sino se da una solución efectiva, se afectarán los stocks e inventarios al cierre de año, puesto que no se logrará vender los importes estimados, y, por ende, la producción de prendas y manufacturas que se producen en Perú se tendrán que reducir para las siguientes campañas del 2023”, comentó.

Indicó que ello afectará directamente a las micro, pequeñas y medianas empresas que viven de la producción textil, calzado, entre otros, generando una eminente reducción de mercadería y mano de obra.

Anotó que el cierre de carreteras, no solo afecta al sector turismo, sino también al comercio retail y mayorista, pues los negocios se verán forzados a enviar sus productos por vía aérea a fin de no perder la campaña.