

«Las empresas del sector retail han demostrado su capacidad de resiliencia en tiempos de crisis»

Debido a que el consumo privado creció solamente **0,3 %** en el primer semestre de 2023, esto ha impactado en el avance del sector retail durante el año en curso, señaló **Carlos Parodi**, economista del Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico (UP), durante el **VIII Foro Internacional de Retail**, organizado por la Cámara de Comercio de Lima (CCL).

«La gente ahora está tomando una actitud diferente en el retail debido a que ya no compra como antes. El consumo privado está avanzando muy poco en comparación con años anteriores, cuando crecía 5,1 % anual desde el 2010 al 2019. Esto sucede porque el peruano tiene menos dinero, menos trabajo y ya casi nadie invierte», comentó el docente de Economía de la UP.



Lee también: “El retail moderno se consolidará en el 2028”

Precisamente, en la inauguración del foro que se realizó en momentos que se inicia la **campaña navideña**, la presidenta de la CCL, Rosa Bueno de Lercari, indicó que aun cuando el panorama actual no es el que deseamos, a pesar del escenario de **recesión**, el sector comercial mantiene un crecimiento sostenido, según el Instituto de Economía y Desarrollo Empresarial (IEDEP).

«En periodos recesivos los patrones de consumo tienden a cambiar. Los consumidores ajustan sus presupuestos, priorizando las compras de bienes de primera necesidad, afectando a las tiendas por departamento que ofrecen productos considerados no indispensables. Esta información nos preocupa aún más tomando en cuenta el impacto que tiene el sector comercio en la generación del empleo», expresó la líder del gremio empresarial.

Ante esta situación y en un mundo de constante cambio, Bueno de Lercari dijo que la **innovación** y salir de la zona de

confort son cruciales para el éxito empresarial. «La inquietud para enfrentar los retos es parte del sello que caracteriza a los empresarios de la CCL», enfatizó.

«Las empresas del sector retail han demostrado su capacidad de resiliencia en tiempos de crisis, superando retos significativos como la pandemia. Esta habilidad se debe a la actitud proactiva de sus empresarios, quienes enfrentan el constante cambio con determinación, viendo en cada crisis una oportunidad para transformarse a sí mismos y sus negocios», anotó la representante de la CCL.

Medidas

Frente a este reto para las empresas del sector retail, la presidenta del gremio empresarial sostuvo que como país debemos ver no solo el corto plazo (cuidando la cadena de pagos y el consumo) sino además ver el mediano y largo plazo. Para ello, indicó que se requiere trabajar en reformas estructurales a **nivel laboral y tributario**.

“Según una investigación encargada por la CCL a Macroconsult, proponemos un régimen laboral general y progresivo basado en la productividad, acompañado de una reforma de los regímenes tributarios especiales existentes”.

Asimismo, consideró que la complejidad actual de los regímenes tributarios genera costos significativos de cumplimiento, especialmente para las pequeñas empresas.

“A pesar de la existencia de cuatro regímenes tributarios diseñados para simplificar la formalización y el cumplimiento tributario de las pequeñas empresas, los resultados no han sido los esperados. En un contexto de crisis, la CCL reconoce la necesidad de repensar y ajustar estrategias”, acotó.

Por su parte, **Leslie Passalacqua**, presidenta del Gremio Retail y Distribución de la CCL, destacó que el sector comercio aporta el **10.5%** al Producto Bruto Interno (PBI), emplea a más de 700 000 colaboradores formales y genera trabajo indirecto a más de 1 000 000 personas.

“El tema central del foro es ‘Rompiendo el statu quo’, por lo cual queremos alejarnos de las prácticas tradicionales y lo que buscamos es estar abiertos a nuevas ideas para el emprendimiento de nuestros negocios”, concluyó.



LEER MÁS:

Supermercados sostienen crecimiento del comercio moderno