

Sector retail: “Marcas deben reinventarse para no salir del mercado”

Para ser competitivos y prósperos en el largo plazo, los negocios de la industria **retail** deben contar con una estrategia de reinvención. “La marca que no se reinventa, está condenada a quedarse en el pasado y salir del mercado».

Así lo afirmó, la **presidenta del gremio Retail y Distribución de la Cámara de Comercio de Lima (CCL)**, Leslie Passalacqua, durante su participación en el **II Conversatorio: Reinventing Retail 2023**, el cual se llevó a cabo en la sede institucional del gremio empresarial.

Este evento tuvo por objetivo explorar los cambios que deben adoptar las empresas retail para ser competitivas y permanecer en el mercado.

Lea también: Leslie Passalacqua: “Campaña por el Día del Padre genera optimismo en sector retail”

Leslie Passalacqua añadió que el **sector retail está en constante cambio y día a día necesita de diversas herramientas de manera que se pueda aprovechar el posicionamiento de lo digital y el comercio electrónico.**

Por su parte, el **subgerente de ECommerce de Coolbox, Erica Dobidenko**, presentó el desempeño de las ventas **online** del sector **retail** al primer trimestre, el cual registró una leve contracción (-1 %) comparado con el similar periodo del 2022. Ello debido a que el ticket promedio ha disminuido.

En cambio, el desempeño de las órdenes de compras ha reportado un crecimiento de 21 % en el periodo de análisis.

Erica Dobidenko explicó que el retroceso de las **ventas electrónicas** en el rubro **retail**, se debe a una serie de desventajas relacionadas al tema de bancarización, informalidad, logística e infraestructura.

Así también, enfatizó que se requiere de una mayor profesionalización de los equipos de trabajo, considerando que la profesionalización interna resulta un ahorro de costos importante para los negocios.

Otro punto que también destacó fue el **uso de herramientas y plataformas tecnológicas, necesario para alcanzar una mayor escala de ventas y pedidos de compra**. En ese sentido, señaló que entre las nuevas tendencias del e-commerce están el live shopping (compras en directo) y el personal shopper (asesoramiento sobre productos), los que dan buenos resultados a las empresas.

A final de la jornada, tres empresas conversaron sobre su

experiencia visionaria en el sector **retail** y cómo han ido cumpliendo sus metas en el transcurso de los años. Aquí participaron el gerente general de pastelería **San Antonio, Rubén Sánchez**; el **country manager de Miniso, Roberto Prado**; y la gerente general de **VTEX, Yuriko Huayana**.

Cabe mencionar que también se desarrolló una sesión de **networking** entre los asistentes a fin de ampliar su red de contactos identificando el rubro comercial e interés de cada participante. En este espacio participaron la gerente manager de **Distribrands, Claudia Roca**; el fundador y director comercial de **Poken Perú Retail, Gino Mori**; y el director comercial de **Renzo Costa, José Cabanillas**.

“Es el **networking** el que abre puertas, crea sinergias entre las marcas, siendo el objetivo principal de este conversatorio y del futuro del **retail** y el mismo que ha sumado al país por encima de otros sectores”, anotó **José Cabanillas**.