

Nuevos horizontes para el retail chileno: oportunidades en una economía en renovación

En los últimos años, la industria del retail en Chile ha navegado por aguas turbulentas, enfrentando desafíos que han puesto a prueba su resiliencia. Esta crisis, marcada por la incertidumbre económica post pandemia y los cambios en los patrones de consumo, ha llevado a constantes movimientos en las altas cúpulas, en una búsqueda incansable por la estabilidad y el crecimiento. Hoy, conforme nos adentramos en 2024, el panorama parece tomar un giro prometedor, dibujando un escenario con oportunidades para una industria que está en una constante búsqueda de reinvencción.

La economía chilena muestra signos de renacer. En los últimos días, el Gobierno de Chile celebraba el crecimiento del PIB del 0,2% en 2023, impulsado entre otras cosas por un optimismo de los consumidores, que, según el Índice de Confianza del Consumidor de Ipsos, se encuentra en los niveles más altos de los últimos dos años, lo que refleja un optimismo palpable entre los chilenos.

Otro dato concreto es aportado por la Cámara Nacional de Comercio (CNC), la cual sostiene que el sector del retail va mostrando potentes señales de repunte en los primeros meses de 2024. Esto se corrobora con el hecho de que las ventas del sector tuvieron un alza real anual de 4,9% en enero y de 8,5% en febrero. En los dos primeros meses, se acumula un avance de 6,7%.

Ante este escenario, es crucial reconocer el papel de los líderes que dirigirán este renacer. Las organizaciones requieren visionarios que no sólo entiendan la complejidad del contexto actual sino que también sean capaces de guiar a sus equipos hacia la capitalización de estas nuevas oportunidades. Los ejecutivos de hoy tienen que incluir en



Bernardita Mena, Managing Director at Stanton Chase Chile

el corazón de su negocio la transformación digital, la gestión del cambio y la sostenibilidad. La razón es clara: la reinvencción del retail no sólo pasa por entender al consumidor de hoy sino también por anticiparse a las tendencias futuras, garantizando una operación ágil y sostenible.

La transformación del retail chileno no sólo debe enfocarse en la incorporación de mayor tecnología, productividad e innovación en los procesos. La sustentabilidad y la responsabilidad social empresarial emergen como componentes fundamentales para conectar con un consumidor cada vez más consciente de su impacto en el mundo. En este sentido, las empresas del sector están llamadas a liderar con el ejemplo, adoptando prácticas sostenibles y éticas en toda su cadena de valor.

El camino que queda sigue en pendiente; pero las oportunidades que se veían nubladas hace unos años, hoy se están viendo con mayor claridad y serán los nuevos líderes quienes tendrán la misión de volver a posicionar a la industria en el lugar que ostentaba.