

Campaña por Fiestas Patrias a la vista

Fiestas Patrias es una de las campañas más importantes del año porque es una fecha en la que aumenta la demanda y muchos negocios se preparan para intentar recuperar sus ventas, pese a la coyuntura sanitaria y electoral que atraviesa el país.

Al respecto, la presidenta del Gremio de Retail y Distribución de la CCL, **Leslie Passalacqua**, asegura que la campaña por Fiestas Patrias se va adelantar por la coyuntura que vive el país y que tiene muy distraído al consumidor.

“Viene una campaña distinta, incluso a la del 2020, cuando abrimos las tiendas y malls. Adelantamos la campaña del Cyber Days, que antes se daba después de la quincena y coincidía con la gratificación. Los retailers la adelantamos porque el consumo se está dando antes de la fecha prevista porque el mismo 28 no se va dar”, explica.



El comportamiento del precio del maíz amarillo y sus efectos en el Perú



El sector turismo necesita mayor impulso



Una mirada al comercio entre Latinoamérica y Estados Unidos y China

Respecto a las ventas, **espera una recuperación a niveles de entre un 70% a 80% versus el 2019. Reitera que no se lograrán alcanzar a las cifras prepandemia porque la economía peruana está muy golpeada y que ahora los consumidores utilizarán la gratificación en compromisos financieros, salud y productos de primera necesidad antes que en temas de distracción.**

“Los economistas señalan que la recuperación del rubro comercio recién se dará a finales del 2022. Falta mucho para volver a las cifras del 2019, ya que el desempleo en este sector sigue en menos del 14% porque no hay nuevas tiendas o malls para seguir creciendo”, detalla.

Seguirá tendencia positiva

Por su parte, el presidente del Gremio de Comerciantes de Artefactos Electrodomésticos de la CCL, Javier Butrón, espera seguir con una tendencia positiva en esta nueva campaña ya que tendrán mayores aforos en las tiendas físicas y por el desarrollo experimentado de los canales online.

Butrón advierte que si bien existe un efecto en el mercado por el alza de la cotización del dólar –que está ocasionando ajustes en los precios, que incide, además, en la menor disponibilidad de cash–, esto se vería compensado por un crecimiento en las ventas a crédito.

“Estimamos que en esta campaña se superen los S/ 800 millones en ventas. El crecimiento esperado está entre el 25% y 30%,”

debido a la fuerte influencia en las facilidades de acceso a los locales físicos y un mayor uso del crédito que podría superar en 5% a las ventas del 2019”, estima el representante de la CCL.

Además, señala que las categorías más demandadas dependiendo del rubro serán electrónica-video; línea blanca y pequeños electrodomésticos, teniendo un ticket promedio de entre S/ 900 y S/ 1.200.

Mayor optimismo en turismo

Por su parte, la presidenta de la Sociedad Hoteles del Perú (SHP), Tibisay Monsalve, ve con mucho optimismo el desempeño del sector turismo en estas Fiestas Patrias debido a que cada vez hay más personas vacunadas y han bajado las alertas, permitiendo movilizar una mayor cantidad de personas.

“Eso nos da mucha esperanza porque tendremos una mejora en la ocupabilidad de los hoteles, alcanzando entre un 60% hasta 75% en destinos cercanos a Lima como Paracas, Ica, Nazca, Trujillo, Chiclayo, entre otros”, explica.

Monsalve agrega que en esta campaña se beneficiarán los hoteles en todas sus modalidades y ofertas que están ofreciendo, como cabañas, bungalows y en modelos tipo campamento.

“Ahora los usuarios buscan el campo, la naturaleza, espacios abiertos para disiparse del encierro que ha generado la pandemia».

Asimismo, explica que, **con el objetivo de incentivar el turismo interno, la SHP está trabajando la campaña Las Estrellas a tu Alcance, a través de la cual brinda tarifas promocionales referentes a la estadía y consumo gastronómico en sus diversos hoteles asociados.**

“Esta campaña tiene como objetivo reactivar no sólo la industria hotelera, sino también la economía local del destino turístico elegido”, puntualiza.

Monsalve anota que, como parte de esta campaña, **también organizan el Tour Gastronómico 2021**, para difundir la riqueza y calidad de la gastronomía hotelera del país.

Gastronomía aprovechará fiestas

A su turno, la presidenta del sector Gastronomía de la Cámara de Comercio de Lima (CCL), Michele Barton, afirma que el sector intentará aprovechar al máximo la campaña de Fiestas Patrias, ya que es una excelente oportunidad para recuperar ventas.

“Aunque estamos aún lejos de años previos ya que los costos de operación siguen elevados por las acciones de bioseguridad que

se deben mantener en los restaurantes”, precisa.

Sobre las perspectivas de venta, afirma que indudablemente el objetivo es incrementar en un porcentaje interesante la facturación, tanto por la cantidad de comensales, como en valor de ticket promedio, ya que en estas fiestas no solo un grupo de la población recibe aguinaldo, sino se crea un clima de festejo y por ende de gasto.

Además, agrega que la ampliación del horario del toque de queda en la noche permite un segundo turno y que Fiestas Patrias caiga a mitad de semana añade un par de días de consumo fuerte.

Respecto a la recuperación del sector, afirma que este probablemente mejore recién a partir del 2023 y con suerte a fines del 2022, si la recuperación económica del país se da más allá de los cálculos macroeconómicos difundidos y acciones del nuevo gobierno entrante.

Movimiento cultural

Por su parte, el presidente del Sector de Espectáculos Artísticos, Culturales y Afines (Arena) del Gremio de Servicios de la CCL, Jorge Fernández, asegura que el rubro que representa es el más afectado porque se encuentra paralizado desde el año pasado pese a que el Gobierno abrió las puertas de los centros culturales.

“Estamos completamente parados. El año pasado se dijo que se podía abrir con un 30% de aforo, pero a los 15 días pararon y se puso nuevamente en cuarentena. Luego estuvimos en 40% y volvió a pasar lo mismo y ahora prácticamente desde el 21 de junio dijeron con un 50%, pero creo que eso no va durar más que un suspiro por la tercera ola (de la COVID-19) que se nos viene”, subraya.

Sostiene que desde que empezó la pandemia el sector ha perdido al menos 100.000 puestos de trabajo y el 70% de ellos en Lima.

“Detrás de los artistas hay una masa enorme de servicios, como los que ponen el sonido, la pantalla, los escenarios, camerinos, entre otros”, precisa.

Menciona que, pese a que la campaña por Fiestas Patrias es una de las más importantes, son un sector carente de infraestructura, ya que en total cuentan con 20 o 22 teatros y, de esos, unos pocos tienen aforo de más de 1.000 personas.

Refiere que el sector podría levantarse cuando haya un 70% de gente vacunada y “con suerte” espera que se pueda llegar a esta cifra a fin de año.

“La pérdida monetaria es incalculable. En el primer semestre del 2020 se cancelaron 53 conciertos que no se han retomado”, puntualiza.

Por ello, Fernández piden la colaboración del Gobierno para

que en los próximos dos años suprima el IGV a los espectáculos. Que no se olvide que nosotros pagamos el 18% del IGV y entre 7% y 10% a los derechos de autor”, agrega.

Expansión casas de campo

Otro sector que se dinamiza por la campaña de Fiestas Patrias es el del alquiler de casas de campo. Para Verónica Pachas, de Villa Loka Bungalows & Lounge, si bien esta temporada están relativamente con una ocupación de 100%, a diferencia de otros años en los que los bungalows se alquilan casi con dos meses de anticipación, esta vez se han separado con menor antelación.

“Para la temporada que viene esperamos mantener nuestra ocupación al 100%. Sin embargo, sabemos que esto es un reto, pues la inestabilidad política y una posible tercera ola podría envolvernos nuevamente”, subraya.

Asimismo, sostiene que el alquiler de casas de campo, desde julio del 2020, fecha en la que se les permitió abrir cumpliendo con las normas, ha experimentado un crecimiento sostenido, exceptuando los periodos cortos en los que tuvieron que cerrar debido a los nuevos rebrotes y variantes de la pandemia.

“Durante el 2021 la ocupación de nuestros bungalows se ha mantenido a un 100%, incluso mayor a la que teníamos antes de la pandemia. Nuestro crecimiento en este primer semestre

comparado a similar periodo del 2019 antes de la pandemia ha sido de 50%", subraya Verónica Pachas.

En cuanto al ticket promedio, refiere que está en S/ 85,5 por noche en días de semana y S/ 95 por noche los fines de semana.

Alquiler por airbnb

Otra de las modalidades es el alquiler de casas o departamentos vía airbnb, es así que el gerente general de Wayrabnb, David Ballón, confirma que en esta modalidad tienen reservas para julio y agosto como estadía a largo plazo.

Precisa que aún están a tiempo para obtener reservas en esa semana puntual (28 de julio) ya que muchas personas reservan faltando siete días de la visita a Lima.

"Normalmente en fiestas (julio y diciembre) los tickets suben un 12% en promedio, y la ocupabilidad de la cartera es de 70%, en esos meses sube a niveles de 82%, aproximadamente", puntualiza.

En cuanto al crecimiento de este segmento, Ballón señala que en los últimos cinco años se ha expandido más del 20% anualmente.

Incluso, añade que hoy este ritmo es mayor porque los

arriendos a largo plazo están siendo desplazados por el corto plazo debido a la coyuntura. Asimismo, el ticket promedio de la cartera de Wayrabnb es de US\$ 39,5 por noche.

“El mundo cambió debido a la pandemia. Antes el turista buscaba lugares pequeños ahora lo que quieren son espacios grandes”, finaliza.