Negocios de verano: ¿Qué expectativas se tienen para la temporada?

Pese a que ingresamos al tercer año de la crisis sanitaria de la COVID-19 la temporada de verano es una campaña que permite a las empresas mejorar sus ventas. Al respecto, el profesor investigador de ESAN, Edmundo Lizarzaburu, advierte que en el camino se tiene la tercera ola a puertas, y la inestabilidad local e internacional que hace complicada la situación.

Por ello, indica que **los negocios para el 2022 deben tener en consideración que pueden ser buenos meses, pero es importante que estas empresas tengan una estrategia de aseguramiento en el control de costos, gastos y establecer flujos de micro plazo, es decir, semanales o quincenales para enfrentar una posible caída.**

“La búsqueda de alianzas y uso de tecnología será fundamental para atender un primer trimestre incierto con mucha volatilidad. Se debe controlar el gasto financiero y optimizar las decisiones operativas”, explica.

Sobre las ventas en esta temporada, el especialista menciona que en promedio estas no alcanzarán los niveles prepandemia, pero sí podrían superar al 2020 y 2021, sobre todo por efecto rebote.

“Por ello, recomiendo que las empresas tengan en consideración

un adecuado análisis de costos y un ciclo de negocio eficiente, lo que representa rotar rápido la mercadería (no tener el famoso *aging*), mantener ventas con margen y negociar adecuadamente con las fuentes de financiamiento que sus negocios tengan", subraya Lizarzaburu.

Asimismo, precisa que **todos los negocios que consideran la venta por internet son potencialmente viables, considerando, además, la incorporación de los mismos en la cadena de pagos y flujo tributario.**

"El dinamismo debería venir por las actividades recreativas, que permiten integración y contribuyan a la salud emocional de las personas y sobre todo de las siguientes generaciones", puntualiza.

Manejo de stock

Con respecto al stock de las empresas, el catedrático de ESAN sostiene que se está manejando con precaución no solo por la volatilidad del tipo de cambio, sino, sobre todo, por el alto costo de los fletes, pues los precios internacionales siguen subiendo y eso es algo que no se puede controlar.

"Pero lo que sí pueden hacer las empresas es coberturar con productos o instrumentos que aligeren su gasto financiero", detalla.

Al respecto, el presidente del Gremio de la Pequeña Empresa (Cope) de la CCL, Percy Krapp, menciona que las empresas que en el verano del 2021 no lograron el volumen de ventas que hubieran deseado, implica que hoy tengan que ofertar o liquidar ese stock.

“Los que tuvieron capacidad de producir o importar para este 2022 sufrieron el alza del dólar, por lo que los precios se verán afectados y el usuario final es quién pagará los desaciertos del Gobierno”, agrega Krapp, de otro lado.

Sobre las ventas de las pymes en esta campaña de verano, indica que “definitivamente” se van a incrementar dado que el movimiento comercial se va normalizando.

“Las estadísticas señalan que el 2022 será un mejor año en ventas para las pymes. Pero el precio que se está pagando por ello es muy alto. En ese sentido, en el sector hotelero se perdieron 175.000 puestos de trabajo, dado que en el 2020 cerraron 8.000 empresas y 3.800 durante el 2021”, apunta.

Cervezas con ediciones limitadas

Si bien la venta de cerveza industrial aumenta en la estación del verano, en el caso de las cervezas artesanales peruanas, no ocurre lo mismo. Lo que si sucede es que muchas de estas cervecerías para esta campaña (verano) sacan ediciones limitadas con cervezas más ligeras.

“Muchas cervecerías tienen acciones puntuales. Por ejemplo, algunas sacan ediciones limitadas con cervezas más ligeras, frutadas, con frutas de estación que pueden ser mango, maracuyá y piña, que justamente están disponibles en estos meses de verano y que van muy bien con la cerveza”, precisa el vocero de la Unión de Cerveceros Artesanales del Perú, Marco Málaga.

Además, explica que en años anteriores a la pandemia algunas de las cervecerías artesanales se enfocaban en el mercado de playas del sur y ponían puntos de venta, por ejemplo, en el Boulevard de Asia y otras playas. “En el verano del 2021 no se dio por la pandemia, pero para el 2022 podría haber alguna”, subraya.

Respecto a la reactivación de las ventas, Málaga refiere que este 2021 las cervecerías artesanales están produciendo a una capacidad mayor a la que tuvieron en el 2019. “Estimamos que vamos a vender en total todas las cervecerías artesanales peruanas 2,5 millones de litros, lo que representa un récord”, destaca. Se debe precisar que el 2019 se negociaron dos millones de litros.

La razón principal, según refiere, es que cada vez más en el Perú los consumidores demandan cervezas con más sabor e identidad.

¿Qué verano nos espera el 2022?

Según la subdirectora de Predicción Climática del Senamih, Grinia Arévalo, el 21 de diciembre a las 10:59 horas se entrará a una estación de verano “bastante confortable”.

Explica que las temperaturas durante la estación “fácilmente” pueden cruzar el umbral de los 30° sobre todo en las zonas de los distritos del Este. “Nuestras estaciones de referencia son La Molina, Cieneguilla y San Juan de Lurigancho, donde las temperaturas del aire suelen cruzar el umbral de los 30°, principalmente entre febrero y marzo”, reitera.

Arévalo añade que los distritos costeros como Miraflores que son los más ventilados por su cercanía al mar y las temperaturas estarían en alrededor de los 24° a 25° durante el

día y unos 20° a 22° grados durante la noche, que también es llamado como temperatura mínima.