

Sector electrodomésticos registra grandes pérdidas

La crisis sanitaria y económica generada por la pandemia del coronavirus ha impactado significativamente al sector electrodomésticos del Perú, el cual al primer semestre, según el presidente del **Gremio de Comerciantes de Artefactos Electrodomésticos** de la **Cañara de Comercio de Lima (CCL)**, **Javier Butroñ**, registra pérdidas económicas cercanas a los S/ 1.200 millones.

Javier Butroñ manifestó que desde el inicio de la pandemia (en la quincena de marzo) el sector que representa tuvo que enfrentar diferentes situaciones para seguir operando, por lo que, al cierre de abril de este año, las pérdidas ya habían alcanzado a los S/ 600 millones.

“Ahora (las pérdidas) casi se han duplicado hasta llegar aproximadamente a los S/ 1.200 millones, a pesar que en algunas zonas del país se había registrado una importante demanda debido al levantamiento de la cuarentena. A ello se suma que todavía hay regiones que aún no se reactivan, situación que se agrava con la nueva restricción social de los domingos, la cual estimamos que va a generar un retroceso de 20% de las ventas que ya se estaban generando con la reactivación”, informó **Javier Butroñ**.

El directivo precisó que en estos meses de cuarentena, el sector debió afrontar diversas obligaciones, tales como la adecuación de los protocolos de seguridad e higiene para los diferentes aspectos relacionados a la comercialización, lo que

significó a la vez un costo financiero para las empresas.

*“El balance ha sido negativo para el sector, desde el retiro de operaciones del mercado y la disminución de puestos de trabajo, lo que será muy difícil de recuperar”, agregó el presidente del **Gremio de Comerciantes de Artefactos Electrodomésticos** de la CCL.*

Avance del E-commerce

En cuanto a los procesos de compras, **Javier Butroñ** afirmó que las empresas del sector han registrado una mayor cantidad de transacciones mediante sus canales online.

En ese sentido, el ejecutivo señaló que entre los meses de mayo y junio de este año, periodo en que ya estaba permitido el servicio de despachos a domicilio, las compras vía internet llegaron a incrementarse en 150% comparado con similar periodo de 2019.

“Actualmente las compras online registran una tasa de crecimiento acumulada de 70%. Este crecimiento representa un cambio en la tendencia del consumidor el cual está cubriendo sus necesidades y expectativas con transacciones electrónicas más fáciles. De continuar esta dinámica, el e-commerce llegará a representar un canal importante en las ventas del sector”, refirió.

No obstante, el panorama para las compras presenciales en tiendas por departamentos o supermercados es muy diferente, pues, según el representante gremial, estas se han visto limitadas debido a las medidas de seguridad sanitaria que exige el Gobierno, pues se debe aplicar el distanciamiento social y un menor aforo de ingreso de clientes de hasta un máximo de 50%.

“Ello, que es comprensible por la situación sanitaria que atraviesa el país, está haciendo que la experiencia de compra sea más difícil, pues el tiempo de espera prevalece en los locales comerciales generando un menor periodo para seleccionar los productos, minimizando así la adquisición en el punto de venta”, explicó el presidente del **Gremio de Comerciantes de Artefactos Electrodomésticos** de la CCL.

Javier Butroñ comentó que los aforos reducidos y el distanciamiento social van a incidir negativamente en las próximas campañas que restan en el año, generando la necesidad de optimizar la productividad en las ventas, la que sería compensada con opciones de comercio electrónico, y acceso a tiendas individuales que tengan puerta a la calle.

En ese sentido, sostuvo que las empresas del sector están impulsando una mayor calificación en el personal de ventas apuntando a una mayor eficiencia en los procesos de cierre de venta y facturación.

Por otro lado, **Butroñ** indicó que los productos de mayor demanda durante la pandemia fueron inicialmente los aparatos

tecnológicos como laptops, tablets e impresoras, todas ellas requeridas para las actividades de trabajo y clases remotas.

Luego, están las categorías relacionadas a la conservación y preparación de alimentos como refrigeradoras y cocinas; le siguen las lavadoras y pequeños electrodomésticos como hervidores, cafeteras y licuadoras.

Campaña de Navidad

En tanto, para la campaña de Navidad, **Javier Butroñ** estimó que las ventas llegarían a los volúmenes alcanzados en el 2019 cuyo monto se aproximó a los S/ 1.800 millones.

Sin embargo, advirtió que la dinámica de las transacciones dependerá de si este año se logra una óptima recuperación de la economía, del retorno de puestos de trabajo y del empleo estratégico de los canales de distribución, como la venta directa o indirecta, es decir, acceso a tiendas físicas o el comercio electrónico.

Finalmente, para el cierre del año y en un contexto de crisis sanitaria y económica, el Gremio de Comerciantes de Artefactos Electrodomésticos de la CCL proyectó que las ventas tendrán un crecimiento de 0%, contrario al 7% respecto al 2019 que proyectaban antes de la pandemia, cuyo monto se estimaba en S/ 5.500 millones.

En ese sentido, indico´ que en este año se notarán cambios sustanciales en la composición de la venta donde el comercio electrónico tomara´ una mayor participación muy diferente a lo que registraba antes de la COVID-19.

*“Los resultados para este 2020 sera´n similares a lo registrado en el 2019 con un monto de S/ 4.200 millones considerando el año completo y con ventas a nivel nacional”, anoto´ **Javier Butro´n**.*