

La cena que no será reprogramada

Encuesta. En esta Navidad, el 68% de peruanos prevé gastar menos que el año pasado. Destinarán mayor gasto en la preparación de la cena navideña.

LORELY REQUEJO

La cuenta regresiva para la Noche Buena ha empezado y, según una reciente encuesta de Ipsos, el 71% de los peruanos afirma que gastará su dinero en la preparación de la cena navideña.

Se trata de una cifra que tiene lugar en medio del contexto de pandemia del COVID-19, en donde –por los efectos de esta– un 68% de peruanos indica que prevé reducir sus gastos en esta fecha. Pese a ello, y además de la cena, el 40% de encuestados señala que destinará dinero a la compra de regalos.

“Normalmente, en años pasados, también había una mayor preocupación por la decoración del hogar (ahora

solo un 15% indica que invertirá en ello)”, refiere Javier Álvarez, director de tendencias del consumidor de Ipsos Perú.

Al respecto, el especialista considera que la entrega de obsequios se convertirá en un hecho comparativamente más importante este año. “Yo creo que [ante el distanciamiento social] la gente va a tratar de hacerse presente con los regalos”, apunta.

PROMOCIONES Y DEMANDA

De otro lado, ante la reducción de los ingresos familiares por efectos del coronavirus, la búsqueda del ahorro se ha manifestado en una mayor demanda por promociones para las compras de esta Navidad.

Para Álvarez, las promociones tangibles como, por ejemplo, el 2x1 (paga

uno, lleva dos) o aquellas en las que se ve un ahorro efectivo en el momento son las que generan impacto.

A nivel de la oferta y, en línea con los resultados de la encuesta de Ipsos, esta campaña navideña podría focalizarse en los productos de primera necesidad y para la Nochebuena, sostiene Jorge Luis Ojeda, profesor de Finanzas de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC).

“Yo apuntaría a [la venta] de abarrotes y productos de consumo masivo. [...] Habrán cenas y reuniones; eso elevará el consumo de bebidas y alimentos”, añade.

Según el experto, otro de los factores a tomar en cuenta es que los productos a ofrecer deben tener un bajo precio y contar con una alta rotación. “Si no se venden en esta campaña, se van a quedar con el stock”, enfatiza.

A su turno, Rolando Arellano, gerente general de Arellano Consultoría para Crecer, señala que en la canasta familiar peruana,



CHOREOGRAPH

Según Ipsos, un 73% de personas entre los 40 y 60 años de edad invertirá su dinero en la cena navideña.

24%

Invertirá en ropa

En este grupo, destacan, principalmente, los jóvenes entre los 18 a 24 años.

el alimento “es una partida económica muy fuerte”.

Por el lado de los canales de consumo, el especialista anticipa que, pese a lo observado en relación al crecimiento del canal online como plataforma de ventas, ahora se evidenciará una vuelta a lo tradicional.

“Por más que esté crecien-

do mucho [el canal digital], sigue siendo limitado a un sector aún pequeño. La mayoría sigue yendo al canal tradicional”, observa. No obstante, indica que pese a que el ascenso del canal digital pudiera desacelerar un poco, los empresarios deben hacer sinergia entre ambos canales de venta.



colliers.com

Valorización inmobiliaria

Te ayudamos a comprender y optimizar el valor de tus activos. Contamos con información privilegiada para entender los escenarios de inversión y su incidencia en el precio de mercado. Tenemos experiencia en valuaciones inmobiliarias que involucran portafolios en Latinoamérica y la capacidad de adaptarnos según lo que realmente necesitas.



Equipo de expertos



Entendemos tu necesidad



Utilizamos la metodología más adecuada según tu objetivo



Proponemos una solución acorde a la realidad actual

Sandro Vidal
Gerente de Consultoría e Investigación
Sandro.Vidal@colliers.com
+51 994 276 420

