



Buses interprovinciales ponen foco en rutas cortas y segmento corporativo

Empresas aún no reinician la totalidad de sus rutas y se avanza de manera acotada hacia una recuperación. Demanda por turismo se empieza a recuperar en algunas zonas.



Giovani Alarcón

giovani.alarcon@diariogestion.com.pe

Actualizado el 30/11/2020 a las 05:49

ÚLTIMAS NOTICIAS



Automotores Gildemeister cierra acuerdo con Inchcape...



Telefónica planea vender los 100,000 kilómetros de cable submarino...



Claro y Telefónica empatan por primera vez en participación en...

Luego de un pico importante en el sector de transporte interprovincial, tras la reapertura de operaciones una vez levantada las restricciones por la cuarentena, el tráfico de personas que viajan por medio de buses se estabilizó. Y es que aún queda desconfianza, no solo por parte de los consumidores, sino también de las empresas que, en aún no terminan de reactivar toda su oferta.

“Después de la reactivación, vino una época donde la demanda estuvo muy retraída porque existía el miedo de contagiarse, en tanto la particularidad de los buses es que las horas de viaje son mayores. La demanda estuvo retraída hasta en un 5% respecto al 2019, pero, luego de eso, fuimos por la escalera”, señaló a Gestión Dino Castillo, jefe de Marketing y Venta Digital de **Cruz del Sur**.

“Los únicos segmentos que se han mantenido son el corporativo y el que viaja por motivos familiares. Recién en octubre vimos un incremento en el transporte turístico interno a destinos como Máncora o Paracas, para salir del confinamiento de Lima; sin embargo, la demanda sigue baja ya que, en nuestro caso, un 20% viene por el turismo extranjero. Ahora estamos al 30% de la operación y a diciembre apuntamos a llegar al 50% por ser temporada alta y, en el 2021, queremos llegar al 65% de lo que fue el 2019”, anotó.



Recuperación

En el caso de **Civa**, hasta octubre, ya habrían recuperado el 82% de su facturación y movimiento de pasajeros. Hacia diciembre, según Luis Ciccía, gerente general de la empresa, estarían llegando ya al 95% en ocupabilidad, con lo que estarían regresando a niveles de diciembre de 2019, dijo.

“El 70% de la ocupabilidad de Civa viene de comerciantes que vienen a comprar en Lima desde Tacna, Arequipa, Chiclayo, Piura, Jaén, entre otros. Este tráfico empezó a recuperarse significativamente desde octubre”, comentó.

Oferta

Según redBus, plataforma digital de billetes de buses, la oferta en general de compañías se ha reducido hasta en 40% respecto al período pre pandemia. Así, cuando antes contaban con 1,000 rutas activas, hoy están en 600. No obstante, indicaron, se espera que hacia diciembre el sector esté reactivado ya que la demanda siempre supera a la oferta.

“Hemos recibido comunicación de algunas empresas que no están atendiendo diversas rutas porque no les parece rentable aún. Por ejemplo, hacia el sur solo tenemos 15 empresas operando cuando antes había 40. En la ruta Arequipa–Juliaca se registran 5,000 búsquedas semanales y unas 3,000 no encuentran el itinerario que necesitan”, advirtió Gerardo Reátegui, gerente general de redBus para Latinoamérica.

Parte de este problema responde a que, debido a restricciones por el toque de queda muchos buses de rutas cortas no pueden salir después de las 6 de la tarde. Así, en la ruta Lima–Ica, una de las más demandadas, un 30% de búsquedas semanales no se pueden cubrir, generando que el número de operadores pase de cuatro a solo dos.

La zona del país que más rápido se está recuperando es el norte y hoy concentra el 50% del movimiento actual, cuando antes llegaba al 35%, anotó.

Operación

Por el lado de Cruz del Sur, cuya flota asciende a 170 unidades, aun no restablecen sus ocho rutas internacionales en tanto no cuentan con certeza para su demanda, aunque hoy operan en cerca de 40 destinos a nivel nacional. No obstante, el plan consiste en enfocarse en el ahorro y rutas cortas donde no se compite con el transporte aéreo, por lo que se espera cerrar al menos tres rutas en el corto plazo.

“No estamos operando el 100% de la flota y gran parte está enfocada a la venta corporativa. En carga la venta está cerrando al 70% y esperamos que en 2021 sea hasta 92%. En 2019 el transporte de pasajeros fue el 60% de la venta y el corporativo, representó un 25%, seguido de carga con 15%”, sostuvo Castillo.

Por su parte el gerente general de Civa dijo que sí han podido reiniciar todas sus rutas y cuentan con 58 destinos en 40 concesiones de itinerarios solicitados al MTC.

Venta online

En cuanto al comercio digital, para Civa la venta presencial, pese a que ha bajado su nivel, aún permanece como el canal más fuerte. Así, si antes de la pandemia ascendía al 85% de la venta total, hoy ha bajado al 70%. Esto debido al incremento de la compra online.

“Hoy la gente compra por WhatsApp o Yape y, a fin de año, estimamos que la venta presencial acabará en un 65% y el resto será online. Actualmente, el servicio de carga representa el 20%, pero también creció el servicio corporativo con la concesión por seis años con la minera Chinalco, con lo que dicha línea aumentó en US\$35 millones por ingresos”, explicó.

Para Cruz del Sur, la venta presencial ascendía a un 65% previo al covid; y hoy, llega al 40%, mientras que el canal digital y el call center en menor medida sumaban 35%. Para el 2021, se espera que ambos canales lleguen al menos al 30%, señaló Castillo.