

Dudan analistas cumpla El Buen Fin con metas

- Comerciantes prevén un aumento de 10% en ventas contra 2013
- Hogares mantuvieron gasto moderado por impuestos: experto

**GUSTAVO DE LA ROSA
Y MIGUEL ÁNGEL PALLARES**

—cartera@eluniversal.com.mx

La cuarta edición de la campaña comercial El Buen Fin terminó ayer en medio de una demanda interna que no termina de consolidarse, un consumo local moderado y un gasto de los hogares que se vio afectado por nuevos impuestos que se aplican desde principio de año por la reforma fiscal, por lo que se estima que los resultados no sean tan optimistas, de acuerdo con analistas.

“Con El Buen Fin da inicio la temporada en que se impulsan las ventas para el cierre del año y con ello una reactivación del consumo, pero los hogares tuvieron un inicio de 2014 complicado por los nuevos impuestos, su gasto fue moderado”, indicó Juan Elizalde analista de Grupo Financiero Ve por Más.

“Muchas familias esperan este tipo de promociones para realizar un gasto importante, pero depende qué tan atractivos sean los descuentos; además, guardan una parte para los gastos de la temporada navideña”.

La iniciativa empresarial de descuentos y promociones logró impulsar las ventas del 80% de las empresas participantes y el tráfico en sus tien-

das, en medio de bloqueos que buscaron boicotear las ventas en comercios ubicados en Oaxaca, Guerrero, Michoacán, Chiapas y el Distrito Federal, de acuerdo con representantes del sector detallista.

El viernes pasado, la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales (ANTAD) advirtió que el boicot contra las tiendas que se presentó desde el inicio de la campaña de descuentos representaba un riesgo para la meta de ventas.

Vicente Yáñez, presidente del organismo, reportó bloqueos en tiendas de Guerrero, Oaxaca, Michoacán, Chiapas, y hasta en el DF.

“El 80% de las empresas están reportando una actividad superior en El Buen Fin en comparación al año pasado, otro 10 a 12% dice que fue igual y 8% menciona que fue inferior”, manifestó Enrique Solana, presidente de la [Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo \(Concanaco\)](#).

En entrevista con EL UNIVERSAL, el representante empresarial destacó que mantienen la expectativa de lograr un 10% de crecimiento, para alcanzar ventas por cerca de 190 mil millones de pesos durante el periodo del Buen Fin. Sin embargo, las previsio-

nes para la edición de este año se ubicaban entre 200 y 220 mil millones de pesos, un alza de hasta 27% contra los 173 mil millones de pesos de 2013.

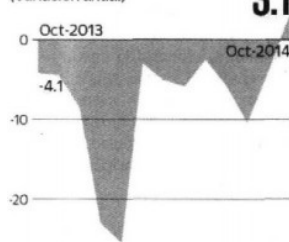
El directivo explicó que los bloqueos contra las tiendas se concentraron en Oaxaca, por lo que no hubo una afectación nacional.

Walmart de México y Centroamérica (Walmex) reportó ayer cierres temporales de 16 tiendas en el transcurso de este lunes en Oaxaca y Guerrero, zonas donde también tuvo cierres el pasado viernes 14 de noviembre. El domingo, la cadena cerró su unidad en Copilco por disturbios.

“Hemos tenido y continuamos buena afluencia, no sabemos cómo vayan las ventas porque no vamos a revelar como parte del Buen Fin, por lo que nos esperaremos al reporte de noviembre. La verdad los incidentes que hemos tenido han sido bien focalizados y hasta cierto punto temporales”, manifestó Antonio Ocaranza, vocero de Walmex.

Para Ignacio Cedillo, analista de la firma Bursamétrica, se pueden esperar resultados positivos de la campaña, ya que hay una recuperación gradual del consumo, pero parte de una base muy baja, por lo cual difícilmente habrá sorpresas. ●

Confianza del consumidor para bienes duraderos



Fuente: Inegi, Antad y Walmart

Ventas a tiendas iguales

(Variación anual, 2014)

