

Superan 10% las ventas objetivo de El Buen Fin

Las ventas de El Buen Fin superaron 10 por ciento la meta que se tenía de 200 mil millones de pesos; 80 por ciento de los negocios participantes reportó que la comercialización fue mayor a lo esperada, informó el presidente de la **Concanaco**, Enrique Solana.—Isabel Becerril—

Buen Fin 2014 supera en 10% el objetivo de 200 mil mdp

➤ 80 por ciento de los negocios reportaron ventas mayores a las esperadas: **Concanaco**

➤ Los pequeños comerciantes de tecnología ganaron 53 por ciento más

ISABEL BECERRIL

ibecerril@elfinanciero.com.mx

El objetivo en ventas durante el Buen Fin 2014, de 200 mil millones de pesos se rebasará hasta en un 10 por ciento, aseguró Enrique Solana Sentís, presidente de la **Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio**, Servicios y Turismo (**Concanaco**).

Señaló que un día después de culminada la cuarta edición de este programa, 80 por ciento de los negocios que participaron superaron sus expectativas de ventas; 14 por

ciento reportaron menos ventas; y 5 por ciento no registraron cambios respecto al Buen Fin de 2013.

Subrayó que los resultados finales del Buen Fin serán dados a conocer por el Centro de Estudios Económicos del Sector Privado (CEESP) este viernes o en los primeros días de la próxima semana.

En tanto, Gerardo Cleto López Becerra, presidente de la Cámara de Comercio, Servicios y Turismo en Pequeño de la Ciudad de México (Canacope-DF), indicó que con el Buen Fin no sólo se da el banderazo de salida a las ventas navideñas, sino que también inicia el ajuste al alza de los precios de algunos productos.

Apuntó que en noviembre, como cada año, empezará el aumento de 3 a 5 por ciento en artículos como ropa y calzado, entre otros.

Sobre los resultados del Buen

Fin en el pequeño comercio, dijo que hubo negocios que registraron muy buena actividad, sobre todo los especializados en electrónica y tecnología, cuyas ventas crecieron hasta 53 por ciento más que sus ventas normales.

“Hubo otra categoría de establecimientos con ventas 30 por ciento superiores a las de un día normal, que comercializan ropa, calzado y vinos”.

El tercer segmento que obtuvo un crecimiento de 8 por ciento en sus ventas fueron las tiendas de abarrotes, añadió.

Explicó que empresas y comercios esperan a que concluya el año para incrementar precios.

“2014 fue particularmente difícil para los negocios, al enfrentarse no sólo a los aumentos de impuestos, sino también al alza mensual de combustibles como la gasolina y las tarifas eléctricas”, puntualizó.



Fecha 19.11.2014	Sección Economía	Página pp-10
---------------------	---------------------	-----------------



VENTAS. Reportaron las mismas ventas que en 2013, 5% de los establecimientos.