

Fecha 21.11.2014	Sección Urbes y Estados	Página 26
---------------------	----------------------------	--------------

VENTAS SE INCREMENTARON 30%

# La economía de BC se reactivó con el Buen Fin

Reporta la Canaco local una derrama equivalente a 5,000 millones de pesos durante el pasado fin de semana

Sandra Cervantes

**EL ECONOMISTA**

Tijuana, BC. LOS RESULTADOS del Buen Fin 2014 en la frontera arrojaron un incremento en ventas de casi 30%, equivalente a 5,000 millones de pesos, informó Gilberto Leyva Camacho, presidente de la Cámara Nacional de Comercio (Canaco) en Tijuana, donde la electrónica fue lo más demandado por los consumidores.

“Esto representó un respiro para el sector, luego de lo golpeado que ha estado tras la homologación del IVA (Impuesto al Valor Agregado) a 16% y por otras medidas instrumentadas por la federación”, indicó el dirigente.

Mencionó que según datos de la Confederación de Cámaras de Comercio, en Baja California el Buen Fin dejó una derrama de poco más de 5,000 millones de pesos.

**ELECTRÓNICA, EL GANADOR**

Comentó que el denominado fin de

semana más barato del año logró incentivar las ventas en casi 30% en el caso de Tijuana, aunque hubo rubros que tuvieron un repunte mayor, como es el caso de los electrónicos, con un incremento de hasta 70% en ventas.

“El Buen Fin fue positivo, vimos que el comercio se logró reactivar, algunas áreas con un importante porcentaje”, manifestó.

Giros como electrodomésticos tuvieron un incremento en ventas de 50%, mientras que ropa y accesorios registró 40%; estéticas 30%; ferreterías 25%; farmacias 20%; zapaterías 20%, y restaurantes entre 10 y 20 por ciento.

Leyva Camacho recordó que en Tijuana se registraron cerca de 200 empresas al programa Buen Fin, no obstante que participaron alrededor de 10,000 unidades de negocio, así como más de 20 plazas comerciales.

De acuerdo con informes de la administración de Plaza Río Tijuana, la de mayor tradición en Tijuana,

el sábado 15 de noviembre se tuvo una afluencia de 16,622 autos, 15.98% más a un fin de semana regular.

Las ofertas y promociones oscilaron en descuentos desde 10 y 70 por ciento.

**HIDALGO**

Por su parte, Jesús Gutiérrez, consejero nacional de la **Concana**, reportó que las ventas superaron las expectativas en el estado en esta cuarta edición del programa, con un aumento de 22% en comparación con el año pasado.

De acuerdo con los reportes de los comerciantes de la mayor parte de los municipios del estado los artículos más vendidos durante el Buen Fin fueron: pantallas, equipos de audio y video, celulares, tabletas, computadoras, electrodomésticos, ropa y calzado.

En Hidalgo la venta que se generó con tarjeta de crédito fue de 80% y con débito 20 por ciento.

scervantes@eleconomista.com.mx



Fecha <b>21.11.2014</b>	Sección <b>Urbes y Estados</b>	Página <b>26</b>
----------------------------	-----------------------------------	---------------------

*“El Buen Fin fue positivo, vimos que el comercio se logró reactivar, algunas áreas con un importante porcentaje”.*

**Gilberto Leyva**, presidente de la Canaco en Tijuana.



**Buena conexión.** Las ventas de electrónicos aumentaron hasta 70 por ciento.  
 FOTO ARCHIVO EE: ARACELI LÓPEZ