Emisoras tuvieron su Buen Fin

A PESAR de que la debilidad en el consumo y la inseguridad que evitaron superar ventas por 200,000 millones de pesos durante El Buen Fin, emisoras como Liverpool y Walmart obtendrán los mayores beneficios por esta iniciativa.

Asociaciones empresariales, como el CCE, la ANTAD y la Concanaco, estimaron que las ventas de los comercios que participaron en el Buen Fin registraron un crecimiento de 10% para llegar a los 190,000 millones de pesos.

Juan Elizalde, analista de Ve por Más, afirmó que si bien la edición de este programa será mejor que la del 2013, "es difícil superar los 200,000 millones de pesos en ventas, debido al entorno de menor crecimiento económico".

Un análisis de Signum Research no descartó "cierta afectación" por el miedo de la población ante un aumento de la inseguridad.

Además, agregó, "no se percibe un cambio en la situación del consumidor", por lo que todavía pasarán meses para una recuperación del poder adquisitivo. La consultora de análisis financiero recalcó que las ventas de Walmart y Liverpool tendrán un impulso importante en el cuarto trimestre del año, debido a un incremento en ventas por el Buen Fin, sin embargo, para la Comercial Mexicana se pronostican bajos resultados.

"Las agresivas promociones hacen prever que los márgenes de rentabilidad para algunas de las cadenas como Walmart podrían verse afectados, aunque una parte se compensará con un estricto control de costos y gastos".

Un análisis de Intercam coincidió en que los establecimientos que reportaron el mejor desempeño en ventas fueron las tiendas departamentales, en particular Liverpool, que ofreció descuento en todos sus departamentos, toda vez que sus productos son aspiracionales y se enfoca a los segmentos de la población que tienen un ingreso disponible más elevado.

(Romina Román)