

### Ventas de ANTAD, con la mayor alza en 7 años

Durante el primer trimestre del año, las ventas de las tiendas afiliadas a la ANTAD crecieron 5.2 por ciento en términos nominales y 2.1 por ciento en términos reales, la cifra más elevada de los últimos siete años para un lapso semejante. Para marzo, el incremento fue de 2 por ciento real.

De acuerdo con los expertos, el alza se debió a la recuperación del consumo y las bajas bases de comparación del año pasado.

—Jesús Ugarte / Fernanda Celis

# Tiendas de ANTAD tienen el mejor desempeño en ventas desde 2008

En términos reales las ventas comparables crecieron 2% en marzo y 2.1% en el 1T15

JESÚS UGARTE  
jugarte@elfinanciero.com.mx

FERNANDA CELIS  
mcelis@elfinanciero.com.mx

Apoyado por bases de comparación fáciles y sobre todo, la recuperación que muestra el consumo, las ventas a tiendas comparables de los grupos comerciales afiliados a la ANTAD crecieron sobre bases nominales un 5.2 ciento en marzo de 2015 respecto al mismo mes de un año antes, para acumular un alza de 5.2 por ciento en el primer trimestre.

En términos reales, es decir, descontando la inflación, los incrementos fueron de 2 por ciento en el mes y de 2.1 por ciento en el trimestre. En el primer caso, se trata de la tasa de crecimiento más alta en tres años y en el segundo, la más elevada desde 2008. Algunos indicadores del consumo siguen mejorado en México. El índice de confianza del consumidor avanzó 4.8 por ciento en marzo de 2015 contra el mismo mes de un

año antes. Además, el empleo formal creció 6.5 por ciento en febrero, la tasa más alta desde diciembre de 2012. Las remesas de dinero aumentaron 7 por ciento contra el segundo mes del año pasado, en tanto que el crédito de la banca al consumo creció 5.9 por ciento.

Para Verónica Uribe, analista de Monex Casa de Bolsa, si bien los comparativos fueron fáciles, lo importante es que se está viendo una mejora del consumo. “Se está viendo una recuperación ligera en el consumo, aunque todavía habría que esperar unos meses más para que se confirme”, consideró.

Para los próximos meses, agregó, los comparativos no serán tan fáciles, sobre todo, en el segundo semestre. “Sería conveniente esperar los resultados de los siguientes meses, en los que la base de comparación no es tan sencilla, para realmente definir si hubo recuperación del consumo”, dijo Rubén López, analista de Ve por Más.

En marzo de 2014 las ventas a unidades iguales cayeron 2.4 por ciento y 1.5 por ciento en los primeros tres meses del año, esto en términos nominales.

### DEPARTAMENTALES, A LA CABEZA

Por tipo de tienda, el reporte de ANTAD de este lunes revela que las cadenas departamentales (incluyendo Sears, Liverpool y Palacio de Hierro) lideraron una vez al sector con incrementos en marzo y en el trimestre de 10.7 y 9.2 por ciento, respectivamente, en ventas a tiendas comparables sobre bases nominales.

Le siguieron las especializadas (Home Depot, Oxxo, Martí y Benavides, entre otras) con alzas de 4.6 y 4.7 por ciento, en el mismo orden, en tanto que los autoservicios (como Walmart, Casa Ley, Chedraui y Soriana) observaron avances de 3.9 y 4.3 por ciento, respectivamente. Esto estuvo un poco abajo del mostrado por Walmart en México, el cual tuvo incrementos de 4.5 en marzo y 4.9 por ciento en el trimestre. Según el organismo que preside Vicente Yáñez, a tiendas totales (incluyendo la apertura al tercer mes del presente año) los negocios de ANTAD observaron un alza de 8.6 por ciento en sus ventas de marzo, acumulando un aumento de 8.9 por ciento en el trimestre.



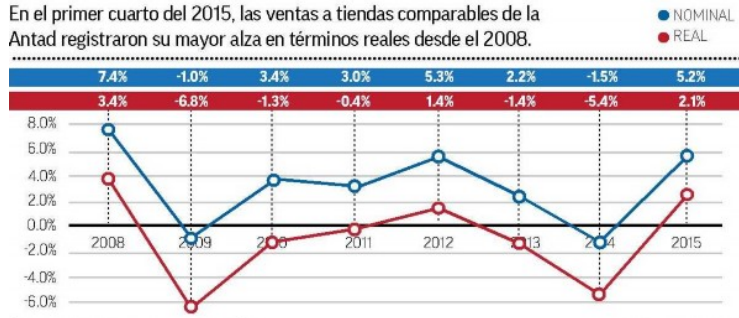


**LIDERAN.** Departamentales como Palacio de Hierro lideran los crecimiento en ventas.

### Con el pie derecho

Variación a tasa anual de las ventas a unidades comparables de ANTAD

En el primer cuarto del 2015, las ventas a tiendas comparables de la Antad registraron su mayor alza en términos reales desde el 2008.



DATOS DEL PRIMER TRIMESTRE DE CADA AÑO

FUENTE: ANTAD E INEGI