

La tendencia de consumo mejora en relación a 2014, analista

Ventas en misma tienda crecen 5.2% en marzo

Miriam Ramírez/México

La Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales (Antad) dijo que en marzo las ventas de más de un año de operación crecieron 5.2 por ciento respecto al mismo periodo de 2014.

La Antad indicó que las ventas totales registraron un crecimiento de 8.6 por ciento, al acumular ingresos por 294.5 mil millones de pesos.

Verónica Uribe, analista de Grupo Financiero Monex, destacó que los crecimientos en términos reales por arriba de 5 por ciento de los últimos tres meses reportados por las minoristas, muestran un crecimiento importante a diferencia del año pasado; uno de los factores que ayudó a este repunte es el comparativo entre el panorama actual con la entrada en vigor de impuestos a algunos productos en 2014.

“Los primeros meses fueron los más débiles del año pasado, porque se acababa de implementar el impuesto especial sobre productos y servicios (IEPS) y la reforma hacendaria, y todo esto mermó el consumo y por eso el comparativo todavía es fácil”, afirmó.

Las ventas en misma tienda de la Antad en marzo de 2014 registraron un descenso de 2.4 por ciento, mientras que en tiendas totales el crecimiento

fue apenas de 2 por ciento.

Destacó que a estas cifras positivas ayudó el incremento en las ventas de la cadena de tiendas Walmart —uno de los principales socios— y las tiendas departamentales, las cuales juegan un papel relevante pues desde el año pasado este formato ha reportado crecimientos superiores al promedio de la asociación y de los autoservicios.

“En esta ocasión —en marzo— el crecimiento de las departamentales fue de 10.7, y fueron las que estuvieron apoyando principalmente el crecimiento de las ventas”, detalló.

De acuerdo con la especialista, estas cifras son reflejo de un mejor desempeño económico, aunque éste sigue siendo muy ligero, por lo que consideró precipitado creer que existe una recuperación por completo del consumo en el país.

“Es importante considerar que la tendencia sí ha sido mejor que la del año pasado; sin embargo, conforme vayan pasando los meses el comparativo será un poco menos fácil, por lo que ahí se podrá percibir de manera más directa si hay una mejoría más palpable en el consumo”, consideró.

Refirió que el aumento en el ticket de compra no es en todos los casos el factor más importante en estos crecimientos de venta, aunque re-

conoció que esto se pudiera ver reflejado en los autoservicios; dijo que en este trimestre las tiendas de conveniencia como Oxxo podrían reflejar también un crecimiento en el número de operaciones.

Al cierre de 2014 la Antad que incluye a tiendas como Soriana, Chedraui, Suburbia, Cotsco, entre otras, sumó un total de 40 mil 56 tiendas, de las cuales 5 mil 428 pertenecen al formato de autoservicios; 2 mil 55 a departamentales y 32 mil 573 especializadas.

La superficie total de venta de dichos establecimientos ascendió a 24.9 millones de metros cuadrados.

LAS CADENAS DE ANTAD ACUMULARON MÁS DE 294.5

mil millones de pesos, para un crecimiento de 8.6 por ciento

