



Presentarán niveles “robustos” el próximo año

El comercio minorista viene de vuelta: analistas

Para 2014 y 2015 se ve a un consumidor muy cauteloso, cuidando de cada compra que realiza, señala Walmart

Silvia Rodríguez y Miriam Martínez/México

Luego de un año difícil para el sector del *retail* por impuestos y el bajo nivel del consumo, la industria enfrenta un escenario de recuperación y depende del desempeño económico, consideran analistas y empresas. Advirtieron, sin embargo, que la recuperación no será para todos.

“Las ventas minoristas tendrán niveles robustos el próximo año”, dijo Alonso Sánchez, analista senior de Moody’s Investor Service.

De acuerdo con un estudio realizado por la calificadora, las ventas minoristas alcanzarán entre 2015 y 2017 tasas de crecimiento anual de 4.5 a 4.8 por ciento y hacia 2018 cercanas a 5.5. Esto será más elevado que lo que diversas instancias (desde el Banco de México a instituciones privadas) pronostican para el producto interno bruto.

El año pasado los minoristas facturaron más de 26 mil millones de pesos y la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio (Antad) calculaba un crecimiento en ventas de 1.7 por ciento entre sus afiliados.

Sin embargo, a fines de octubre el crecimiento acumulado era de apenas 0.6 por ciento. La asociación dice que sus afiliados terminarán el año con inversiones por 4 mil millones de dólares para modernizar el sector.

A decir de Sánchez, un repunte económico beneficiará a las tiendas minoristas de comestibles en términos generales, pero establecimientos como Comercial Mexicana, Walmart y Organización Soriana y Chedraui seguirán haciendo frente a la competencia de tiendas tradicionales de comercio al por menor, que representan más de la mitad de las ventas minoristas en México y cuya participación de mercado aumentó durante el primer semestre del año.

“En la medida que se evidenció una disminución de los ingresos disponibles, los consumidores se volcaron a la compra en tiendas minoristas tradicionales, donde el gasto promedio es casi 44 por ciento menor que en los supermercados modernos”

Según un reporte de PwC, las cadenas comerciales compiten contra



SANDRA PERDOMO

Si crece la economía, crecerá el consumo, dice Moody’s.

2.3 millones de establecimientos tipo tiendita y locales en mercados tradicionales. Con todo, la firma calcula que el crecimiento per cápita de consumo crecerá en 30 por ciento a 2017, superando el promedio regional en América Latina, de 27 por ciento.

Para Sánchez, de Moody’s, la “competencia entre los minoristas modernos seguirá siendo intensa, con campañas de mercadotecnia agresivas para ganar participación no sólo de otros grandes minoristas, sino también de tiendas tradicionales”, indicó Moody’s.

Por su parte, Walmart de México, la cadena minorista que concentra 40 por ciento de las ventas del sector, apuesta a invertir en 2015 para ampliar su presencia.

En entrevista, Antonio Ocaranza, director de comunicación del minorista, dijo que en 2014 y 2015 se ha visto a un consumidor muy cauteloso, con actitudes de cuidado en cada una de las compras que realiza. Indicó que si bien, actualmente no se han visto cambios en el comportamiento de los consumidores a lo largo de 2014, resaltó que la compañía prevé para 2015 un mejor panorama. **M**

LAS TIENDAS MINORISTAS INVIERTEN

4 MIL

millones de dólares
para modernizar el
sector, informó la
Antad.