
Forbes MÉXICO

Black Friday luce más oscuro para algunas empresas por falta de renovación

Empresas como GAP , L Brands -dueño de Victoria Secret- y Kohl's, son las que sufren en el Black Friday debido a su poca adaptación a las ventas en línea.

Reuters.- El período de compras navideñas que inicia el viernes en Estados Unidos puede aumentar la percepción de Wall Street de una creciente brecha entre los minoristas que se adaptan a las ventas en línea y aquellos que no pueden dejar de depender del menguante tráfico de los centros comerciales.

Por un lado hay firmas como Target, Costco y Best Buy, con mayor presencia en línea, y atractivos despachos y retiros en tienda. En el otro extremo, a GAP , L Brands -dueño de Victoria Secret- y Kohl's les ha sido difícil renovar con éxito sus productos y ubicaciones y mantener el interés de los consumidores.

El primer fin de semana después de Acción de Gracias puede ser decisivo para minoristas que elaboran estrategias sobre cuánto y cuándo descontar sus productos a lo largo de la hipercompetitiva temporada de compras, de un mes de duración.

“Las ofertas del martes son muestra de desesperación”, afirma Charlie O’Shea, analista de Moody’s. “Significa que alguien se perdió el fin de semana, tienen que deshacerse de inventario (...). Si van para el otro lado, implica que tuvieron un buen fin de semana y pueden sacar el pie del acelerador”.

Apoyado por la tasa de desempleo más baja en casi 50 años, el gasto del consumidor ha ayudado a aislar a la economía de la guerra comercial con China. Pero cifras oficiales sobre ventas minoristas de octubre apuntan a una desaceleración en ese ítem más rápida de la prevista.

Un gasto menor podría significar menos amortiguación para los minoristas, lo que perjudicaría particularmente a las tiendas que ya están sufriendo.

Al comercio minorista ya le era difícil bajar costos y minimizar el daño a sus resultados por los aranceles ya impuestos a importaciones de Chinas y por las tarifas de próximas imposición.

“Las tiendas que no van a funcionar tan bien son las que tienen una propuesta intermedia. Las que no son demasiado caras pero tampoco tienen un gran valor”, advirtió Neil Saunders, director gerente de la firma de investigación GlobalData Retail.

Dichos comercios en riesgo incluyen a GAP Inc, Macy's, JC Penney y Express Inc, afirmó Saunders.

Los informes trimestrales de la semana pasada subrayaron los beneficios y desventajas de la industria minorista. Target vio un alza récord tras elevar su pronóstico de ganancias para todo el año, mientras que Macy's y Kohl's redujeron sus perspectivas antes de la temporada navideña.

Informes trimestrales recientes muestran que las ganancias de los minoristas “con base en centros comerciales” caerán un 17%, y los minoristas “fuera de centros comerciales” subirán sus ganancias en un 7%, dijo Retail Metrics en un informe reciente.

“El tamaño y la escala son importantes para impulsar inversiones cruciales en remodelaciones de tiendas, actualizaciones de canales digitales, cadena de suministro y capacidades de entrega al día siguiente, el mismo día”, según Retail Metrics.

El índice minorista del S&P 500 ha subido un 20% durante el año, en comparación con el aumento del 24% del S&P 500.