

Ventas del fin de año caerán hasta 20% si hay rebrote de Covid

Datos. El consumo de los mexicanos reporta siete meses consecutivos de pérdidas anuales; y a pesar de que se han moderado, en julio tuvieron una caída superior a 15%

Alertas. El Día de Muertos será el primer evento del fin de año con mermas; el turismo no se recupera y sólo las empresas que se adapten a lo digital podrán vender

Afectaciones. Las pérdidas por falta de ventas de negocios que se ubican alrededor de panteones, por ejemplo, se estiman en más de 3 mil millones de pesos

Mario Mendoza

Las ventas en México caerían hasta 20% en los últimos meses de 2020, en caso de un rebrote de Covid-19, cuyo impacto será más grave para el turismo, servicios y empresas que no migren hacia el mercado digital.

Especialistas consultados por *Publímétro* explicaron que, aún cuando las mermas serían

menores a las registradas al inicio de la pandemia, cuando el consumo cayó 23.5%; los daños provocarían cierre de empleos y quiebre de empresas.

El director del área Global Strategy Group de KPMG en México, José Nahúm Cortés, explicó que el consumo es uno de los motores más importantes de la economía mexicana, con un valor de 9.9% del Producto Interno Bruto (PIB).

Por ello, indicó que un eventual rebrote del Covid-19 durante los últimos meses del año provocaría afectaciones importantes en la recuperación del país, aunque éstas serían menores a las observadas en los meses más álgidos de la pandemia.

Ello, refirió, significaría que el consumo —expresado por las ventas al mayoreo y menudeo de productos y servicios— tendría una reducción general de 20% o menos, respecto al nivel observado en el mismo periodo del año pasado.

El especialista de KPMG destacó que las pérdidas económicas serán diferentes para cada sector productivo, y estarán sujetas a tres factores: la intensidad de los contagios, las zonas del país con más casos y las medidas restrictivas que apliquen las autoridades federales, estatales y municipales.

Detalló que, en lo particular, dichas afectaciones serán más graves para las empresas y ne-

gocios que no han migrado hacia los canales digitales de consumo o *e-commerce*, donde el cliente debe ser el centro de cualquier estrategia de venta.

Ventas para este fin de año

El coordinador del Laboratorio de Análisis en Comercio, Economía y Negocios de la UNAM, Ignacio Martínez Cortés, explicó que el Día de Muertos será la primera fecha de alto consumo de este fin de año que resulte afectada por la crisis del coronavirus.

Precisó que, sólo por la venta de flores y artículos o servicios alrededor de los panteones, habrá una pérdida de tres mil millones de pesos, y “a partir de ahí vendrán impactos diferentes para cada sector”.

“Es muy difícil dar cifras por la incertidumbre que rodea a la pandemia; pero El Buen Fin, las ventas navideñas y las compras durante el famoso Maratón Guadalupe-Reyes serán más virtuales y, junto con los festejos de fin de año, se mantendrán gracias a la entrega del aguinaldo.

“El turismo y los restaurantes se van a mantener igual; con aforos mínimos de 30% que no dan paso a una recuperación sólida. El consumo de electrodomésticos y manufacturas seguirán con algunos repuntes, mientras que los servicios tendrán que reinventarse para no sufrir más pérdidas”, indicó Martínez Cortés.

LAS CLAVES

Inegi reportó que en 2020 el consumo de los mexicanos mostró avances de entre 4% y 5% en junio y julio; pero en términos anuales muestra estas cifras:

■ 7 meses consecutivos de pérdidas; que iniciaron en enero, con un retroceso de 0.2%, y que en julio llegó a una contracción de 15.3%.

■ Abril y mayo fueron los meses más álgidos; con caídas anualizadas de 22.2% y 23.5%, respectivamente.

■ Por sectores, las ventas de productos importados tuvieron los mayores retrocesos, con caídas de 33.5% en mayo y 22.7% en julio.

■ Los servicios son el segundo mayor afectado; con mermas de 23.4% en mayo y 20.3% en julio. Mientras que el consumo de bienes de origen nacional en general muestra menores pérdidas; con bajas de 22.4% en mayo y 14.3% en julio.



Fecha 12.10.2020	Sección Primera	Página 8
----------------------------	---------------------------	--------------------



Cifra. Las ventas minoristas acumulan una merma de 30% durante la pandemia. /NICOLÁS CORTE