

ECONOMÍA

¿Qué tan buen fin es el Buen Fin? ¿Ganan empresas o consumidores?

Por Xanath Lastiri noviembre 13, 2015 - 00:00h 6 Comentarios

PESE A LA CRISIS ECONÓMICA QUE HOY ENFRENTAN LOS MEXICANOS, PREVÉN QUE EL BUEN FIN TENGA UNA DERRAMA ECONÓMICA DE 205 MIL MILLONES DE PESOS. SIN EMBARGO ESPECIALISTAS AFIRMAN QUE LOS MÁS BENEFICIADOS CON EL PROGRAMA SON LAS EMPRESAS Y NO LOS CONSUMIDORES.



El Buen Fin 2015 se llevará a cabo del 13 al 16 de noviembre. Walmart fue una de las tiendas que más

quejas recibió durante la edición pasada. Foto: Cuartoscuro

Ciudad de México, 13 de noviembre (SinEmbargo).— Para el semanario The Economist, los mexicanos viven un tipo de “terapia de compras”, pues pese al entorno económico pesimista, son consumidores alegres. La publicación pone de ejemplo el incremento en las ventas minoristas de Walmex (excluyendo las nuevas tiendas) en los primeros nueve meses de este año, después de que el año pasado creció uno por ciento.

El Banco de México (Banxico) bajó su previsión de crecimiento económico de un rango entre 1.7 y 2.5 a uno de 1.9 y 2.4 por ciento, debido a un desempeño disparado en los diversos sectores de la economía, aseguró el Gobernador de la institución Agustín Carstens Carstens. Por su parte, el titular de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), Luis Videgaray Caso, reconoció que México se encuentra en un momento de inestabilidad financiera y lo que impulsa el crecimiento es el consumo de las familias.

En ese contexto, la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales (ANTAD) reportó un crecimiento de 9.8 por ciento en términos nominales y 7.1 por ciento en reales, su mejor desempeño desde noviembre del 2011.

En medio de las cifras, llega el Buen Fin, una estrategia comercial que se llevará a cabo del 13 al 16 de noviembre y promete ofrecer al consumidor precios bajos y ofertas de una gran variedad de productos, pero que —a decir de especialistas— podría ser engañoso y sólo para beneficiar a las empresas y no a los consumidores.

De acuerdo con la Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo (Concanaco), organizadora del evento, el Buen Fin es “un programa de colaboración entre los sectores público y privado destinado a ayudar la economía familiar, incentivar la actividad del mercado interno y fortalecer el comercio formal”. Para este año se espera un aumento de ventas entre 5 y 12 por ciento más respecto al año pasado.

“No estamos pasando por la mejor etapa económica del país y esto se está reflejando en el bolsillo de la gente. Las personas empiezan a conservar su dinero y a meditar mejor su consumo”, afirmó Abraham Vergara Contreras, del departamento de Estudios Empresariales de la Universidad Iberoamericana, al explicar que se espera un crecimiento de ventas menor.

El académico detalló que este año se espera que las ventas de este fin de semana dejen una derrama económica de más de 200 mil millones de pesos “pero si compramos con 2013 a 2014, cuando un incremento del 13 por ciento, la caída es muy significativa”.

El especialista en mercado empresarial explicó que las bajas expectativas se deben a la situación económica que hoy enfrenta el país y muy probablemente al tipo de cambio.

Vergara Contreras agregó que amas de casa y trabajadores que más consumen en este periodo, se sitúan en niveles económicos del primero al quinto decil, cuyos ingresos van desde 48.75 pesos por día hasta los 154.16 pesos.

En ese sentido también coincidió Izalia Nava Bolaños, del Instituto de Investigaciones de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM).

“Esto se debe a que hay un problema económico global y algunas familias tienden a reservarse más en sus gastos, pero no dejan de efectuarlos porque a veces se dejan llevar por las ofertas”, consideró.

La investigadora de la UNAM comentó que, en resumen, “el Buen Fin es una práctica que, sobre todo, tiene una fuerte carga publicitaria, que cuando se revisan las ventas, damos cuenta de que beneficia más los comerciantes y a las grandes empresas. En 2014 se habló de 197 mil millones de pesos en ventas y esto es porque lo único que se hace es flexibilizar las modalidades de pago”.

EMPRESAS ENGAÑOSAS



Este año se llevará a cabo la quinta edición del Buen Fin, esta práctica intenta simular el evento que también se realiza cada año en Estados Unidos llamado “Black Friday” (viernes negro). Sin embargo la manera en cómo se opera en México rompe con el principal objetivo: beneficiar al consumidor.

Al respecto, Nava Bolaños dijo que “en México, a diferencia de Estados Unidos, las promociones son agresivas porque en lugar de ofrecer descuentos como los de allá que son de hasta del 70 por ciento, lo que hace es únicamente facilitar las modalidades de pago”.

De acuerdo con un estudio realizado por el Centro de Análisis Multidisciplinario de la UNAM, en este país apenas el 12 por ciento corresponden a verdaderos descuentos, mientras que el resto de las “promociones”, sólo se tratan de comodidades de pago.

La especialista en temas sobre consumo y demografía comentó que en países como Panamá o Brasil también se ha implementado este programa comercial, pero el resultado ha sido el mismo que aquí: sólo diversidad en las formas de pago.

“Los descuentos en Estados Unidos tienden a ser menores porque las promociones sí están encaminadas a que el consumo sea mayor y que el precio de los productos sea menor”, dijo.

Lo anterior queda demostrado por la Procuraduría Federal del Consumidor, que al cierre del Buen Fin de 2014, informó que recibió 560 denuncias, y clausuró 74 establecimientos.

Algunas de las tiendas que incurrieron en faltas con las que adjudicaron sellos de suspensión fueron Coppel, Elektra, Chedraui, Comercial Mexicana, Famsa, Salinas y Rocha, Walmart y Soriana, localizadas en el Distrito Federal, estado de México, Zacatecas, Durango, Aguascalientes, Tlaxcala, Coahuila, Baja California, Baja California Sur, Chihuahua, Quintana Roo, Querétaro y Guerrero.

De acuerdo con la Profeco, en este año, a dos meses de que arrancara el programa, se registró el aumento de entre 10 y 32 por ciento en el costo de electrónicos, sobre todo en televisores, computadoras y teléfonos móviles, por lo que lanzó una serie de recomendaciones al consumidor para no caer en engaños.

Asimismo, advirtió que aplicará multas de hasta por 3 millones de a los comercios con publicidad engañosa que perjudiquen el bolsillo del consumidor, monto que podría duplicarse en caso de reincidencia.

“Es común que la población se deje llevar por la publicidad y cuando se hacen estas compras hay que considerar los elementos como el costo de envío que en el momento de la compra no se que compensan y después tengan un efecto negativo en la economía de los consumidores”, agregó la especialista de la UNAM.

Lorena Martínez, titular de la Profeco, recordó que el año pasado se reportó un total de ventas de 70 mil 700 millones de pesos y de acuerdo con expertos este año podría incrementarse hasta un 12 por ciento; además que se registraron 70 cadenas comerciales, entre ellas: Walmart, Palacio de Hierro, Sanborns, Sears y casas de empeño.

Por lo anterior, la Profeco anunció en días pasados que puso a disposición del público el programa Quién es Quién en los Precios donde se pueden consultar más tres mil precios que han sido verificados permanentemente, además de 460 artículos electrónicos y electrodomésticos, catalogados como los de mayor consumo durante esta temporada.

EL MODELO DEL “ENGANCHE”

Ambos especialistas coincidieron que las empresas operan de distintos modos para que aumentar sus ventas durante este fin de semana y que la clave del “enganche”, está en las modalidades de pago y la publicidad.

Publicidad engañosa: cuando se oferta un producto a un “precio bajo”, pero en realidad éste se incrementó con anterioridad y las supuestas rebajas pueden llegar al costo original del producto o incluso hasta más.

Meses sin intereses: las tiendas departamentales, sobre todo, tienden a utilizar estrategia para que el consumidor realice sus compras a corto, mediano y largo plazo. “Este es uno de los principales ganchos que tiene el Buen Fin, pero hay que tener cuidado con la cantidad final que hay que pagar”, agregó el economista de la Universidad Iberoamericana.

Oferta de tarjetas de crédito: durante este fin de semana las empresas ofrecen tarjetas de pago con meses sin intereses, sin embargo el especialista advirtió que “aquí lo que hay que tener cuidado es con la letra ‘chiquita’ y tratar de no de endeudarse”.

En ese sentido, detalló que lo importante son las condiciones y tasas que ofrecen las tiendas “porque muchas veces ponen el Costo Anual Total cero por ciento de intereses, pero a veces sólo se refieren al costo del interés por día, pero lo ideal ver el interés que sí es anual”.

Agregó que esta estrategia puede llevar al consumidor a adquirir una deuda que sobre pasa sus límites de pago “se puede considerar sobre endeudamiento cuando el 30 por ciento de los ingresos corrientes se deben”.

Por su parte, la investigadora de la UNAM dijo que “cada vez es mayor el uso de tarjetas de crédito para adquirir productos y servicios, pero la población termina endeudada, pero en el afán de aprovechar la oferta se adquieren bienes que no se necesitan”.

En lo anterior coincidió Vergara Contreras al considerar que “la gente se endeuda, compra hasta 18 meses sin intereses y puede que su calzado se desgaste en seis meses. Entonces este tipo de formas de pagos son convenientes siempre y cuando sea una verdadera oferta hay que aprovecharlas para los bienes duraderos”, agregó.

Políticas de venta: De acuerdo con la Concanaco, los consumidores tienen durante el Buen Fin la opción de realizar compras con tarjeta de crédito y débito, con las cuales participa en el sorteo que les reembolsa hasta 10 mil pesos.

Al respecto, la académica del Instituto de Investigaciones Económicas comentó:

“Ellos [las empresas] lo que hacen es incentivar el consumo, es una forma de hacer que este evento comercial sea atractivo para el público porque consumidor seas seleccionado y te reembolsen el pago que se hizo con la tarjeta bancaria”.

Incentivo al consumo: tal como lo señala la Concanaco, se trata de un evento donde participa el sector público y privado, en el Caso de México participan actores como la Lotería Nacional que a través de publicidad incentiva a realizar compras durante este fin de semana.

ADVERTENCIAS Y RECOMENDACIONES

Para esta edición del Buen Fin, la Profeco puso a disposición de los interesados un sitio para evaluar precios, denunciar abusos y algunos consejos. Todos estos detalles se encuentran en el buenfin.profeco.gob.mx

Entre las recomendaciones que hizo la Procuraduría están: tomar en cuenta las necesidades más que los deseos, no hacer un uso inadecuado del aguinaldo a algunos empleados se los dan en estas fechas—, tener un consumo responsable, dar prioridad al esfuerzo que haces para conseguir el dinero, comparar precios, aprovechar opciones de ahorro e inversión, reflexionar sobre el bienestar de tus recursos entre otros.

Isalia Nava explicó que “se trata de que haya un gran consumo en esa fecha”, por lo que coincidió con algunos de estos datos, por ejemplo utilizar el aguinaldo para pago de deudas.

“Los consumidores deben poner atención en lo que les ofrecen, verificar los precios y evitar compras innecesarias y si las realizan que sean de bienes duraderos”, agregó la economista.

Asimismo, la empresa especializada en prevención y disminución de delitos patrimoniales, ALTO México, detalló que ante la gran afluencia de consumidores, el “robo hormiga” se incrementa hasta en 100 por ciento, por lo que recomiendan tomar algunas medidas de prevención para evitar que los amantes de lo ajeno aprovechen la oportunidad.

Aconsejó mantener las pertenencias a la vista, no descuidar la bolsa en el carrito de compras, procurar llevar una sola tarjeta de crédito y evitar retirar dinero en cajeros automáticos en estas fechas.

Asimismo, dijo, en caso de ser víctima de robo o presenciarlo en una tienda deberá informar al personal de seguridad o comunicarse al 060 en el Distrito Federal y al 066 en el Estado de México.

De acuerdo con la empresa los artículos más robados son: mercancía de salud y belleza con 21 por ciento, ropa 20; vinos y licores 10; electrónicos siete; alimentos 19 y varios es el más alto con 23 por ciento.

En tanto, de los incidentes reportados por sustraer artículos sin pagar, se registró que el 62 por ciento fue por el género masculino; mientras que las mujeres el otro 38 por ciento.

Detalló que el promedio de edades osciló entre 18 y 27 años, del 60 por ciento del total reportado.