

En julio, cae 4.8% ventas en comercio al por menor Cambiarán tendencias en el carrito del súper

PURI LUCENA

La Encuesta Mensual en Establecimientos Comerciales elaborada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) en 37 ciudades del país arrojó que las ventas en el comercio al por menor disminuyeron 4.8% en términos reales en julio, mientras que al por mayor cayeron 12.9%. Por su parte, la consultora Frost & Sullivan anticipó que los hábitos de consumo en México cambiarán en los próximos cinco años.

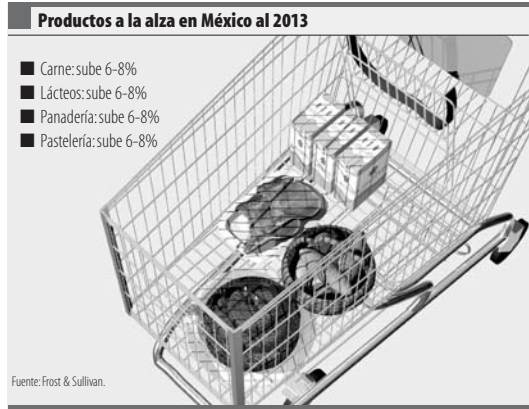
De acuerdo a datos del INEGI, las ventas al por mayor, que disminuyeron en julio 0.59% respecto al mes de junio, se vieron afectadas por un descenso en sectores como camiones, materias primas agropecuarias, productos farmacéuticos, de perfumería, accesorios para vestir y electrodomésticos.

Mientras tanto, los principales artículos que se quedaron en el anaquel en

el comercio minorista, que incrementó sus ventas 0.49% en julio, respecto a junio, fueron enseres domésticos, computadoras, artículos para decoración, vehículos a motor, refacciones, combustibles y lubricantes; ferretería y tlapalería.

Por otra parte, Johanna Dueñas, consultora de Frost & Sullivan, señaló que al 2013, el consumo de alimentos en el país sufrirá un cambio. De este modo, productos como los cárnicos y lácteos aumentarán entre 6 y 8%, lo que supondrá pasar de ventas de aproximadamente diez mil millones a 16 mil millones de dólares. El mismo porcentaje subirá el sector de panadería y pastelería, cuyas ventas incrementarán de seis mil a 10 mil millones de dólares.

El déficit existente en este tipo de productos, de dos millones 245 mil pesos en cárnico, un millón 295 mil en pescados, y de un millón 987 mil en cereales, provoca-



rá un incremento en las importaciones.

Los productos que verán estancadas sus ventas serán las preparaciones de azúcar y confitería, que mantendrán sus

tres mil millones de dólares en ventas y mil 400 millones, respectivamente, debido al interés cada vez mayor por los alimentos saludables.

En lo que resta del año Abrirá Wal Mart más de una tienda al día

DIDIER RAMÍREZ

Al cierre de la primera quincena de septiembre, la transnacional Walmart de México alcanzaba casi un 40% de avance sobre el programa de expansión contemplado para 2009 y que considera la incursión de 254 establecimientos en el año, por lo cual, para cumplirlo la firma tendrá que abrir en promedio 1.6 tiendas en el trimestre que resta.

Según información de Walmart, con las inversiones realizadas al término de la semana que corrió del 14 al 18 de septiembre, con la inauguración de 15 nuevos complejos, la firma superó mil 300 estable-

Formato tienda	Cierre 2008	Número de tiendas	
		Avance Sep 2009 ¹	Proyección al término del 2009
Bodega Aurrerá	442	537	667
Walmart	153	159	166
Sam's Club	91	96	98
Superama	67	67	71
Suburbia	84	84	87
Restaurantes Vips	367	367	n/d

Elaboración propia con información de Walmart de México. ND: Información no disponible.
1/ Con base en la información proporcionada a la tercera semana de septiembre.

cimientos. En tanto, en el programa de expansión planteado para 2009, se estima

cerrar el año con mil 458 unidades de los diversos formatos con que cuenta, por lo

cual, estarán aún pendientes la inauguración de aproximadamente 148 tiendas de los diversos formatos con que cuenta.

"Con la apertura de estas 15 nuevas tiendas, superamos las mil 300 a nivel nacional y llegamos al 40% del Plan de Inversión de Walmart de México para 2009, que contempla la apertura de más de 254 unidades al cierre del año", indicó Raúl Argüelles, vicepresidente senior de Asuntos Corporativos y Recursos Humanos de la compañía.

El programa para 2009 contempla la apertura de 225 Bodegas Aurrerá, 12 Walmarts, cuatro Superama, siete Sam's Club y tres tiendas de ropa Suburbia. En cuanto a las tiendas Bodega Aurrerá, 175 serán Bodega Aurrerá Express, dirigidos a un sector de bajos recursos económicos.

Anaqueles

Estrena Mexichem planta

Mexichem inauguró una planta de fluoruro de aluminio en Matamoros, Tamaulipas, la cual tendrá una capacidad instalada de 60 mil toneladas, que atenderá principalmente los mercados de exportación de Mexichem Fluor. El proyecto, informó la compañía en un comunicado, requirió de una inversión de 60 millones de dólares y fue financiado con recursos propios gracias a "la gran generación de efectivo de la empresa".

Menos inversión en minas

La Cámara Minera México (Camimex) prevé que, como consecuencia de la crisis económica, las inversiones en el sector en 2009 bajen 26%, con un total de dos mil 700 millones de dólares, en comparación de los tres mil 656 de 2008. El director general del organismo, Sergio Almazán, señaló que para 2010 se estima que las inversiones sean aún menores, pues se prevé un total de mil 700 millones y advirtió que de aprobarse el gravamen de 4% a la producción minera, podrían caer aun más.

FEMSA recorta capital

La empresa FEMSA recortó su capital de inversión en el segundo trimestre de 2009 en 2.1% en comparación con el mismo periodo del año anterior, debido a una racionalización y reprogramación de algunas inversiones en FEMSA Cerveza, que contrarrestaron parcialmente las inversiones en manufactura de Coca-Cola FEMSA, así como un mayor ritmo en la apertura de tiendas de FEMSA Comercio, de acuerdo con Banamex Accival.

Comercio T21

Suscríbase a **Comercio T21** y reciba directamente en sus oficinas o domicilio nuestro ejemplar cada 14 días

Cárguelo a su tarjeta American Express, Visa o Master Card, o bien búsquelo en **Sanborns**

Envíe un correo electrónico a suscripciones@t21.com.mx o scruz@t21.com.mx, o llámenos al **8500 • 5787, ext 116**



Promoción de fin de año

En su suscripción anual al periódico reciba gratis el libro

COMERCIO EXTERIOR EN MÉXICO
ASPECTOS PRÁCTICOS
REALIDAD Y RETOS ACTUALES



Suscripción anual \$500.00
Promoción válida hasta diciembre de 2009.