

El año pasado avanzaron la mitad que lo alcanzado en 2022

Ventas de ANTAD crecieron 5.4% en 2023; segundo año en desaceleración

Crecieron la mitad que en el 2022

Pierden gas ventas de la ANTAD en el 2023

• Los ingresos del conjunto de empresas afiliadas se expandieron nominalmente 5.4%; influyeron en la pérdida de ritmo la inflación, la inseguridad y la competencia de minoristas chinos en el canal digital

Lilia González

l.gonzalez@eleconomista.mx

Durante el 2023 las ventas comparables de las cadenas asociadas a la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales (ANTAD) crecieron 5.4% nominal a 1.5 billones de pesos, la mitad del avance conseguido el año pasado.

En el 2023 se presentaron factores que propiciaron un menor dinamismo en ventas de las tiendas de la ANTAD respecto al 2022, como el alto nivel de inflación y algunos sucesos como el huracán Otis en Acapulco, Guerrero, la inseguridad y la competencia desleal en el comercio electrónico, propiciada por empresas chinas como Shein, Alibaba y Temu.

Las ventas iguales de los asociados de la Antad aumentaron 10.6% durante el 2022 y 13% en el 2021.

Diego Cosío, presidente ejecutivo de la ANTAD, mencionó que las empresas invirtieron 1,800 millones de dólares para apertura y expansión de tiendas, y aunque resulta mayor a lo esperado al inicio del 2023, aún se encuentra por debajo de lo que se invirtió en el 2019, cuando se lograron 3,000 millones de dólares.

En perspectiva, el avance nominal de 5.4% de las ventas de los afiliados a la ANTAD resulta inferior al crecimiento de las ventas minoristas a nivel nacional, en vista de que el año pasado cerró con una inflación de 4.7 por

ciento. Y es que los ingresos minoristas en el país marcaron a noviembre una expansión acumulada de 4%, pero en términos reales, de acuerdo con cifras publicadas el viernes pasado por el Instituto Nacional de Geografía y Estadística (Inegi).

Las ventas totales de la ANTAD, las que incluyen nuevas tiendas, aumentaron 8.4%, impulsadas por la comercialización de las tiendas de autoservicio. Por segmento, el supermercado (abarrotes y perecederos), que representó el 34.3% de la venta total ANTAD, tuvo un crecimiento de 7.7% a tiendas iguales y de 11.1% a tiendas totales.

Para el 2024, los asociados de la ANTAD estiman invertir 2,000 millones de dólares. El mayor monto de la inversión (34%) se destinará a remodelaciones, seguido de construcción de nuevas tiendas (29.9%), logística y distribución (21.9%), sistemas y tecnología (10.5%), así como capacitación y desarrollo de capital humano (2.8 por ciento).

En conferencia de prensa sobre los resultados de ventas de la ANTAD, el presidente de la Asociación dijo que el 2024 "inquieta por ser un año de transición electoral", además de la falta del estado de derecho.

Manuel Cardona Zapata, director de Relaciones con Gobierno de la ANTAD, mencionó que el paso del huracán Otis en Acapulco, Guerrero provocó mermas que ascendieron a 196 millones de pesos ante la rapiña que enfrentaron las tiendas de autoservicio y departamentales.

2,000 MDD

prevén invertir los asociados de la ANTAD este 2024, 200 millones más que en el 2023.

EL ECONOMISTA



Cautela

Las mayores desaceleraciones de las ventas de los afiliados a la ANTAD en el 2023 se observaron en dos categorías que van muy ligadas: ropa y calzado y tiendas departamentales.

Ventas de afiliados a la ANTAD e INPC*

| VAR. %

● ANTAD ● INPC



* Variación diciembre/diciembre

ANTAD | Ventas por tipo de tienda y mercancía (tiendas iguales) | VAR. %

● TIPO DE TIENDA

● TIPO DE MERCANCÍA

RENGLÓN	2022	2023
Total	10.6	5.4
Autoservicio	10.2	7.3
Departamental	11.9	4.4
Especializada	9.3	3.9
Supermercado	11.6	7.7
Ropa y calzado	14.4	3.8
General	8.6	4.5

FUENTE: ANTAD E INEGI

GRÁFICO EE



Diego Cosío, presidente ejecutivo de la ANTAD mencionó que sus agremiados invirtieron el año pasado 1,800 millones de dólares, y aunque resultó más que lo esperado al inicio del 2023, aún se encuentra por debajo de lo que se invirtió en el 2019, cuando se lograron 3,000 millones.

