



Festejo guadalupano, 24% más caro

El fervor guadalupano, una de las tradiciones más representativas de México, tendrá este año un costo promedio de 2 mil 300 pesos, un aumento del 24 por ciento anual, según la Alianza Nacional de Pequeños Comerciantes (ANPEC). Esta alza refleja no solo la inflación, sino también el creciente gasto asociado a esta tradicional celebración.

Desde el transporte hacia la Basílica, que oscila entre 100 y 400 pesos, hasta las ofrendas, flores y veladoras, cuyos precios varían entre 50 y 500 pesos, los costos se suman rápidamente para los miles de peregrinos que año con año acuden a rendir homenaje a la Virgen de Guadalupe. Además, los artículos religiosos como imágenes y medallas pueden costar entre 50 y 300 pesos. Todo ello convierte esta festividad en un evento que, además de espiritual, tiene un importante impacto económico.

“Después de reverenciar a la Virgen y presentar su respeto, el pueblo de México aprovecha el momento para realizar una tertulia popular en la periferia de la Basílica”, señala **Cua-**

htémoc Rivera, presidente de la ANPEC. Y es que junto al fervor religioso, las calles se llenan de comercios que ofrecen desde champurrado y tamales hasta tacos y tortas. Vecinos de la zona también sacan provecho de la ocasión al ofrecer servicios como estacionamientos improvisados o la venta de flores.

La celebración del 12 de diciembre marca el inicio del maratón Guadalupe-Reyes-Candelaria, una temporada de alto consumo que se extenderá hasta febrero. Sin embargo, este año,

los bolsillos de los devotos sentirán más que nunca el peso de la tradición.

Los números del Buen Fin 2024

En el Buen Fin 2024, siete de cada diez tiendas participantes fueron negocios locales,

demonstrando la importancia del comercio de proximidad en esta campaña. Según **Octavio de la Torre**, presidente de la Concanaco Servytur, las tiendas físicas concentraron el 75 por ciento de las compras, destacando que los consumidores prefieren ver y tocar los productos antes de adquirirlos.

Con más de 190 mil establecimientos participantes, un 6.78 por ciento más que en 2023, las categorías más vendidas incluyeron ropa, calzado y electrodomésticos. Además, los comercios locales reportaron un aumento de ingresos de entre 15 y 30 por ciento. De la Torre subrayó que para mantener la credibilidad del evento, es crucial garantizar ofertas reales que fortalezcan la confianza del consumidor.

Este Buen Fin no solo impulsó las ventas, sino que confirmó que los negocios locales son

el corazón de la economía en muchas comunidades.

Cancún, sede de un proyecto de vanguardia

Cancún reforzó su posición como epicentro del desarrollo inmobiliario y turístico en México, al ser sede del complejo Nautica Residences, el proyecto a cargo de Naúma Development Group, al mando de **Zonana Saba**, que demandará una inversión de 5 mil millones de pesos y contará con dos torres

que albergarán 400 departamentos de entre 4 y 18 millones de pesos. Asimismo, incluirá diversas amenidades y al ser desarrollado en colaboración con GMB, uno de los *brokers* más reconocidos de la Riviera Maya, representa un avance en infraestructura de alta gama.

Un ‘colchoncito’ navideño

La firma Toka Internacional, de **Hugo Villanueva**, se alzó como ganadora del proceso para la contratación consolidada de vales electrónicos de fin de año, bajo la supervisión de la Función Pública, de Raquel Buenrostro. El descuento de 4.73 por ciento ofrecido por la valera jalisciense representa un ahorro de más de 499.4 millones de pesos para el erario. Así, más de 760 mil burócratas federales recibirán sus vales entre el 3 y el 13 de diciembre, mismos que podrán canjear en más de 13 mil establecimientos, incluidos Soriana, Chedraui, Liverpool y Walmart. Este ahorro representa un “colchoncito” para redirigir recursos hacia sectores sociales más vulnerables, una de las prioridades centrales del gobierno de Claudia Sheinbaum.

“... este año, los bolsillos de los devotos (de la Guadalupeana) sentirán más que nunca el peso de la tradición”



“Este Buen Fin no solo impulsó las ventas, sino que confirmó que los negocios locales son el corazón de la economía...”

