

### TITULARES

Buque hospital de Estados Unidos atiende a migrantes venezolanos

Se inventan un dron que se convierte en un carro

Madre reclama \$60 millones por muerte inmigrante



[https://www.elvocero.com/economia/crecer-n-las-ventas-alrededor-de-un/article\\_cfac0760-f1c7-11e8-8250-e7336c020f5b.html](https://www.elvocero.com/economia/crecer-n-las-ventas-alrededor-de-un/article_cfac0760-f1c7-11e8-8250-e7336c020f5b.html)

CONSUMO

## Crecerán las ventas alrededor de un 30%

Esa es la expectativa para el comercio luego de los resultados positivos del fin de semana

Ileanxis Vera Rosado, EL VOCERO 27/11/2018 Actualizado hace 5 horas



>Brandon Cruz González/EL VOCERO

Luego de un año de recuperación tras el paso de María por la Isla, las ventas durante el fin de semana de Acción de Gracias se dispararon, hasta crecer alrededor de un 35%, motivadas por el deseo de los consumidores para celebrar con mayor normalidad, la oferta de especiales más agresivos y la ampliación en los días de actividad comercial.

Ese auge en ventas, que se anticipa se replicará durante las compras navideñas, suponen un incremento en los recaudos del Impuesto sobre las Ventas y Uso (IVU), que entre los meses de julio a septiembre han reflejado un alza de 13%. Analistas del sector entienden, que una vez los patronos paguen el bono navideño y los empleados cobren la primera quincena de diciembre, las ventas registrarán entre un 25% a un 30% en dicho mes.

El CPA y presidente de la Cámara de Comercio, Kenneth Rivera explicó que el año pasado no se celebró Navidad en la Isla, a la vez que muchos puertorriqueños niquiera estuvieron en Puerto Rico, por lo que se quedó la nostalgia y añoranza de la acostumbrada festividad y ahora se refleja en el consumo de las decoraciones, cenas familiares y regalos, entre otros.



“La gente tiene la necesidad de compensar para tener lo que no tuvieron el año pasado y ahora están más espléndido, desde la decoración hasta en los regalos”, apuntó Rivera, y mencionó que la apertura de comercios desde la mañana del jueves ofreció más tiempo para que la gente fuera de compras y efectivamente se tradujo en consumo, a niveles donde muchas góndolas quedaron vacías en innumerables establecimientos.

“Con ello, muchos más consumidores fueron desde temprano a las tiendas y luego siguieron para sus hogares. Asimismo, se evitaron los revolúes y las largas filas, lo que permitió un tráfico constante, allegando mas personas. Ahora le corresponde a los demás comerciantes que no abrieron el jueves evaluar, acorde con los resultados obtenidos por aquellos que abrieron, si les conviene hacer lo propio el año que viene. Entiendo que vamos a ver muchos más comercios abiertos desde tempranas horas”, analizó Rivera.

Para el presidente del Centro Unido de Detallistas (CUD), Jorge Argüelles, este crecimiento comercial responde a una mayor confianza por parte de los consumidores, al haber recibido dinero de la Agencia Federal para el Manejo de Emergencias (FEMA, por sus siglas en inglés) para la recuperación, la ampliación del Programa de Asistencia Nutricional (PAN), los desembolsos de seguros y los préstamos de la Administración de Pequeños Negocios (SBA). Añadió que más personas han podido incursionar en el mercado laboral, debido al auge en la construcción, entre otros.



Según Argüelles, nuevamente los pequeños y medianos comerciantes (Pymes) celebraron el Miércoles Naranja con especiales, y otros optaron por abrir el jueves y extender sus ofertas todo el fin de semana. Dijo que la acogida comercial superó las expectativas y se agotó el inventario.

“Si no existiera el impuesto al inventario hubiese mayor cantidad de mercancía disponible para satisfacer la demanda. Algunos comerciantes aprovecharon la ocasión para salir del inventario en existencia y productos discontinuados quedando ahora espacio disponible para la nueva mercancía que se encuentra en tránsito”, expuso Argüelles.

En cuanto a la presidenta de la Asociación de Empresarios Puertorriqueños, Enid Monge, aunque estima como desleal la apertura de comercios el jueves de Acción de Gracias, comentó que fluyeron bien las ventas, ya que el consumidor está ansioso por celebrar. “El consumidor sigue patrocinando y adquiriendo relativamente lo mismo, televisores, equipos electrónicos, juegos electrónicos y muchos artículos de decoración. Una vez más hacemos el llamado a patrocinar los negocios locales, de manera que el dinero se quede en la Isla”, expresó Monge, y recalcó que una vez más quedó demostrado que es necesario eliminar el impuesto al inventario para que haya más mercancía disponible.

### **Confían en un excelente mes de diciembre**

El sector comercial apuesta a un mes de diciembre de excelentes ventas, y que deberá superar la tendencia de los pasados meses.

Para Iván Báez, presidente de la Asociación de Comercio al Detall, es necesario que los comerciantes se sigan atemperando a las necesidades del consumidor y a la tecnología, de manera que se puedan mantener compitiendo contra la Internet, que opera todo el tiempo. Anticipó que diciembre será muy positivo, y comentó que una vez los trabajadores reciban sus bonos navideños tendrán mayor poder adquisitivo para los regalos y demás compras para la temporada.

“Si queremos seguir fomentando desarrollo económico tenemos que eliminar el impuesto al inventario y convertir a la Isla en el almacén del Caribe. Las ventas van excelentemente bien y se pudiese vender más si existiera mayor cantidad de inventario. El nuevo inventario demora un tiempo en llegar, lo que pudiese generar algún disloque en los comercios. Sin embargo, para el fin de semana de ventas hubo el inventario suficiente para suplir la demanda”, declaró Báez.

### **Estudio reafirma la tendencia**

El resultado de las ventas del pasado fin de semana quedó anticipado en el más reciente estudio de Arteaga & Arteaga, el cual evidenció que el consumidor boricua regresa a su comportamiento tradicional de compras navideñas. Acorde con el estudio, el 90% de los encuestados comprará regalos este año y el 100% de ellos mantiene su presupuesto de compra. Este año, se contempla la compra tanto para familiares inmediatos como para la familia extendida. Aunque dominan los centros comerciales y las tiendas por departamentos para hacer sus compras, los cascos urbanos cobran mayor importancia.

Las expectativas de que seguirán las ventas se revalidan, cuando el estudio revela que siete de cada diez harán sus compras navideñas después del viernes negro. Asimismo, las compras por Internet siguen su tendencia alcista, cuando seis de cada diez planifica comprar regalos en línea.

***Analistas del sector comercial anticipan que una vez los patronos paguen el bono navideño y los empleados cobren la primera quincena de diciembre, las ventas registrarán entre un 25% a un 30% en dicho mes.***

Ileanexis Vera, EL VOCERO

reportera

