Ventas bajan el Viernes Negro en EEUU

30/11/2014



El Viernes Negro, los compradores gastaron 9.100 millones de dólares en las tiendas, según estadísticas que difundió el sábado la firma de investigación ShopperTrak. La cantidad es 7% menor a la del mismo día del año pasado.

Sin embargo, es muy pronto para declarar que fue un fiasco el inicio de la temporada de compras de fin de año, dijo Bill Martin, cofundador de ShopperTrak. Las ventas del Día de Acción de Gracias aumentaron 24% y alcanzaron 3.200 millones de dólares.

Según previsiones, el total de las ventas de ambas jornadas bajará medio por ciento y se ubicará en 12.290 millones de dólares. Las cifras no incluyen las compras por internet.

La información deja entrever que por segundo año consecutivo, un número mayor de personas evitaron las multitudes del Viernes Negro acortando su permanencia con la familia el Día de Acción de Gracias.

Este año, muchas tiendas minoristas importantes decidieron abrir sus puertas a los compradores entusiastas hasta prolongada la noche en el día feriado.

"La gente ha cambiado de proceder", dijo Martin. "Lo hemos visto por dos años consecutivos. Las tiendas que abren el Día de Acción de Gracias simplemente merman las ventas del Viernes Negro", agregó.

A medida que aumenta la popularidad de las compras por internet disminuye la gente que va a las tiendas de verdad. IBM dijo el sábado en un informe que las ventas por internet del Viernes Negro subieron 9,5% en comparación con el mismo día de 2013.

Más de una de cada cuatro transacciones en línea se efectuaron mediante teléfono multifuncional o computadora tipo tableta.

Algunas personas no ven motivo para acudir a toda prisa a las tiendas antes del fin de semana.

En Phoenix, Elaine Vanas y su hija, Christine, salieron el sábado a comprarse unas batas. Dijeron que les disgustan las filas largas del Viernes Negro.

En la tienda JC Penney, ambas encontraron una bata rebajada de 50 a 20 dólares para la abuela de Christine. También compraron otra bata de 200 dólares en 20 dólares.

"No soy tacaña, sino frugal (inteligente)", declaró Elaine Vanas.

Los establecimientos minoristas siempre tienen grandes expectativas en la temporada de compras de fin de año.

De acuerdo con proyecciones de la Federación Nacional de Minoristas, las ventas de los últimos dos meses del año alcanzarán 616.900 millones de dólares, un incremento de 4,1% sobre el mismo periodo de 2013.

La cantidad representaría el mayor incremento para ese periodo de ventas desde 2011, pero todavía sería 6% inferior al ritmo típico de antes de 2007, el año en el que comenzó la Gran Recesión.