

¿Buen Fin o Gato Encerrado?

- *En épocas de inflación alimentaria es imprescindible priorizar el consumo de lo esencial.*
- *Se debe promover una ética de consumo responsable entre la población que la ayude a distinguir y priorizar lo necesario sobre lo suntuario.*
- *El “Buen Fin”, campaña de mercadotecnia promocionada por el gobierno y una parte del sector empresarial, convoca a la población a realizar consumos a crédito que los endeuda y termina por ahogar su economía.*

Ciudad de México a 13 de noviembre de 2023.- La Alianza Nacional de Pequeños Comerciantes (ANPEC) ha venido dando testimonio de las adversidades que viven las familias mexicanas al buscar garantizar la alimentación cotidiana en sus hogares ante la inflación alimentaria que se vive en el país (9%) por el encarecimiento sistemático de los productos de consumo obligado, indispensables en la vida de los mexicanos. “Por esto, resulta difícil entender que se insista en campañas consumistas que convocan al endeudamiento y a la adquisición de lo suntuario antes que necesario. Este consumismo promovido va a contraflujos de la promoción de una ética de consumo responsable en donde el consumidor sepa distinguir y priorizar sus opciones de compra y ponga por delante lo que realmente le es importante adquirir”, explicó Cuauhtémoc Rivera, presidente de ANPEC.

Todo esto a propósito del “Buen Fin”, coyuntura de mercado que surgió en el sexenio de Felipe Calderón buscando imitar el *Black Friday* norteamericano, anunciando descuentos de hasta un 70%, compras a meses sin intereses, venta de saldos e inventarios, créditos blandos, entre otros. Con ello se ha logrado incluso que el gobierno y las empresas adelanten el pago del aguinaldo para que la gente tuviera con qué comprar en esta campaña.

“El Buen Fin resultó ser una mala copia de lo que ocurre en Estados Unidos. Los precios no resultaron ser más bajos, se cobran los intereses de las compras a plazos y los créditos no son nada blandos sino hasta leoninos. De forma tal que el Buen Fin se ha convertido en un gran trabuco que termina por complicar y endeudar a los consumidores que caen presos de esta mercadotecnia”, refirió Rivera.

En 2020, empresas como Sam's y Walmart decidieron salirse tras el cobro "extraordinario" durante la pandemia para participar del Buen Fin. También restaurantes como Italiannis, Vips, Chili's, Domino's y Burger King se sumaron a esta decisión, acabando de debilitar esta campaña de mercadotecnia y consumo, restándole valor al disminuir su cobertura de mercado.

En el mejor de los casos, los descuentos de las mercancías llegan a ser de un 15%. Sólo el 40% de los comercios participantes otorgan facilidades de crédito y el 16% no cobra los envíos. El gasto promedio es de 6 mil pesos. Las principales compras son de ropa y calzado. El 30% tardará más de un año en pagar y más del 30% comprará a crédito. Se debe señalar que también se hacen presentes los fraudes, clonación de tarjetas, robo de identidad, compras no honradas, mercancía dañada y servicios no otorgados son los más recurrentes.

Ya el 40% ha decidido no realizar sus compras en el Buen Fin y sólo el 12% ve adelantado el pago de su aguinaldo en noviembre. Pese a este entorno enrarecido del Buen Fin, el gobierno, a través del Servicio de Administración Tributaria (SAT), continúa financiando esta campaña al rifar 500 millones de pesos para estímulos por el uso de tarjetas de crédito, promoviendo el consumo a crédito sin importar endeudar a la gente en estos momentos.

Cada vez son menos las bondades que ofrece esta campaña, por lo que cabe preguntarse: ¿Buen Fin o Gato Encerrado?

#PorUnaÉticaDeConsumoResponsable

#PrioridadALoNecesarioPorSobreLoSuntuario



BUEN FIN 2023

Surgió durante el sexenio de Felipe Calderón en 2011 anunciando descuentos del 50% o 70% menos del precio original, meses sin intereses y créditos blandos.

Objetivo



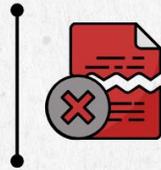
- Reactivar economía.
- Venta de inventario rezagado.
- Empleos temporales.
- Adquisición de bienes y servicios más baratos.

Actualidad.



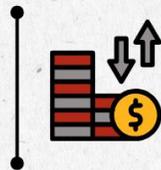
- Los descuentos oscilan entre el 7-15%.
- Las ventas rondan los 100 millones de pesos.
- Sólo 52% de los productos disminuyen realmente sus precios.

Gato encerrado.



- Los precios suben antes del buen fin.
- Las compras a “meses sin intereses” terminan costando hasta un 40% más. Realmente se cobra el financiamiento.
- Al comprar a plazos la deuda se extiende hasta más de un año.

Formatos de compra.



- Del universo inicial, ya sólo el 60% compra en el buen fin.
- 6,000 pesos es el ticket promedio.
- 30% paga con crédito.
- 33% paga a 12 meses sin intereses.
- 43% paga a 6 meses.

Daños colaterales.



- 6% sufren robo o clonación de tarjeta.
- 34% prefiere comprar en otras épocas.
- 12% recibe su aguinaldo para estas compras.
- 43% se endeuda en estas fechas.



ANPEC MX



55 5531 5989

anpec.com.mx



RIO VOLGA 87, COL. CUAUHTEMOC
ALC. CUAUHTEMOC, CP 06500, CDMX