

**PRENSA** | INICIO | QUÉ ES CAME | ENTIDADES ASOCIADAS | SECTORES | SECRETARÍAS | **PRENSA** |

Inicio > [Prensa](#)

NOVEDADES | ACTIVIDADES | CONTACTO

Buscar en todo el sitio...

**18/06/2017**

LAS VENTAS POR EL DÍA DEL  
PADRE CAYERON 3,6%

Nuevamente hubo una retracción en la  
comparación interanual. El ticket  
promedio se ubicó en \$570, un 18,7%  
por encima del 2016, aunqu...

**13/06/2017**

PROPUESTAS DE CAME PARA  
DISMINUIR LA LITIGIOSIDAD EN  
LAS PYMES

“Los juicios laborales ponen en jaque la  
supervivencia de las pymes”, manifestó  
el titular de la Confederación Argentina  
de la Mediana...

**11/06/2017**

MAPA DE LA ARGENTINA ILEGAL:  
HAY 662 SALADITAS Y 86.728  
VENDEDORES INFORMALES

El comercio irregular ascendió a \$ 5.958 millones en mayo de 2017. El dato corresponde a una muestra de 465 ciudades del territorio naciona...

18/06/17 COMUNICADO

10

## LAS VENTAS POR EL DÍA DEL PADRE CAYERON 3,6%

**Nuevamente hubo una retracción en la comparación interanual. El ticket promedio se ubicó en \$570, un 18,7% por encima del 2016, aunque la inflación fue superior, lo que muestra un cauteloso consumo. “Los comercios hicieron un gran esfuerzo de promociones para recuperarse y poder competir”, dijo Fabián Tarrío, presidente de CAME.**

Las cantidades vendidas por los comercios minoristas por el Día del Padre 2017 cayeron 3,6% frente a igual fecha del año pasado. La caída es importante si se tiene en cuenta que en 2016 para esta misma fecha las ventas se habían retraído 7,5%.

De todos modos, hubo gran diversidad en los resultados. “Muchos comercios lanzaron promociones muy interesantes para captar público y tuvieron mejores ventas. Hicieron un gran esfuerzo para poder competir”, aseveró Fabián Tarrío, presidente de Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME). Se destacaron rebajas de entre 35% y 50% en indumentaria, calzados, vinos, restaurantes, y artículos electrónicos principalmente, o negocios que ofrecían por cada compra sorteos con la posibilidad de ganar pasajes en avión, cupones de descuentos, cenas, y otros regalos.

Los que no elaboraron estrategias para abaratar precios, se quedaron con pocos clientes. Pero se trata de alternativas que muchas pymes no pudieron ofrecer, y que aun haciéndolas, a menudo no alcanzaron para competir con los grandes firmas que tuvieron acuerdos generosos con los bancos por compras con tarjetas.

En líneas generales, el mercado de consumo siguió afectado por la pérdida de poder adquisitivo de las familias y la retracción que persiste en la economía. Hubo prudencia en los gastos y se eligieron regalos con ofertas o de costos más pequeños.

El ticket promedio este año se ubicó en \$570, un 18,7% por encima del año pasado, pero la inflación anual fue superior, lo que muestra el cuidado del consumo.

Continuaron ganando relevancia este año las ventas por Internet. Según el análisis de demanda realizado por Focus Market para CAME sobre una encuesta en 2364 consumidores, el 15% de las ventas del Día del Padre fueron on line, el 43% se realizaron en comercios a cielo abierto, el 11% en supermercados y el 31% en shoppings. En la opción por Internet se destacaron también los sitios de descuento, que ofrecieron muy buenas promociones bajo esa modalidad de compra.

Las tiendas que comercian electrónicamente tuvieron mejores resultado frente al año pasado que los que vendieron en comercios a la calle. Este año más gente usó esa

opción, lo que provoco que la mayor demanda se distribuyera entre un mayor número de oferentes.

**Las principales variaciones en las cantidades vendidas en la semana del Día del Padre 2017 frente a igual fecha de 2016 relevadas en 850 comercios del país fueron las siguientes:**

Rubro	Variación % En unidades vendidas	
	2016 / 2015	2017/2016
Accesorios de computación, electrónicos y audio	-6,4%	<b>-2,2%</b>
Artículos deportivos y de recreación	-7,8%	<b>-5,6%</b>
Artículos para el hogar y para uso personal	-13,9%	<b>-1,5%</b>
Calzados	-6,3%	<b>-5,5%</b>
CD y DVD	-7,1%	<b>-5,7%</b>
Gastronomía y Restaurantes	-11,9%	<b>0,0%</b>
Herramientas y artículos de ferretería	-8,4%	<b>-4,3%</b>
Indumentaria	-5,3%	<b>-4,3%</b>
Joyería y Relojería	-8,6%	<b>-8,0%</b>
Librería	-9,4%	<b>-2,4%</b>
Marroquinería	-7,7%	<b>-4,9%</b>
Perfumerías	-6,5%	<b>-4,5%</b>
Regalerías	-4,9%	<b>-3,3%</b>
Vinos y Licores	-1,9%	<b>-2,8%</b>
<b>Promedio Ponderado</b>	-7,5%	<b>-3,6%</b>
<b>Promedio Simple</b>	-7,6%	<b>-3,9%</b>

### Consideraciones Generales

Las ventas por el Día del Padre no tuvieron la fuerza esperada, especialmente en provincias como Buenos Aires, Río Negro, Misiones y las zonas de frontera que compiten con la oferta de los países vecinos. Como el fuerte de la demanda para esta fecha se concentra en 'Indumentaria' y 'Electrónicos', las provincias limítrofes perdieron espacio frente a Paraguay y Chile.

De los 14 rubros relevados 13 finalizaron la fecha con bajas anuales y uno, 'Gastronomía y Restaurantes' se mantuvo sin cambios frente al año pasado. Las caídas anuales más fuertes (medidas en cantidades) se produjeron en 'Joyería y Relojería' (-8,0%), 'CD y DVD' (-5,7%) y 'Artículos deportivos y de recreación' (-5,6%).

En Mendoza, la situación crítica de los comercios los llevó a lanzar promociones con descuentos de hasta el 50% y reducir así la gente que compra en Chile. Las ofertas se ofrecieron tanto por operaciones de contado como con tarjetas de crédito. En tanto, el gobierno provincial adelantó el pago del medio aguinaldo, para fomentar el consumo y mitigar parte del descontento local porque se autorizó a los shoppings chilenos a realizar

publicidad en Mendoza, tanto gráfica como audiovisual. Igualmente, el paso Cristo Redentor estuvo cerrado por nevadas por lo que el “efecto Chile” casi no se sintió.

En Córdoba la situación fue algo compleja y diversa. En la ciudad capital, como hubo paro de transporte durante 9 días, se retrasaron muchas ventas que se realizaron justo en los días de compra por el Día del Padre, especialmente viernes y sábados. Los negocios frente a esta coyuntura decidieron trabajar el sábado todo día, hasta las 20 horas de corrido. Pero en las ciudades más turísticas del interior provincial, el escenario fue opuesto, porque el menor turismo retrajo el consumo para esta fecha.

En Salta el 21% de los locales encuestados indicaron que aumentaron sus ventas con respecto al 2016, mientras que para un 50% se mantuvieron en el mismo nivel. Sin embargo, estos porcentajes pueden mejorar ya que ahí el movimiento fue intenso durante todo el sábado hasta el cierre del presente sondeo. Encabezaron el despacho los rubros de ‘Indumentaria’, ‘Perfumería’ y ‘CD-DVD’. Mientras que también se esperaba un incremento en ‘Gastronomía’, para las cenas de la noche del sábado y los desayunos de hoy.

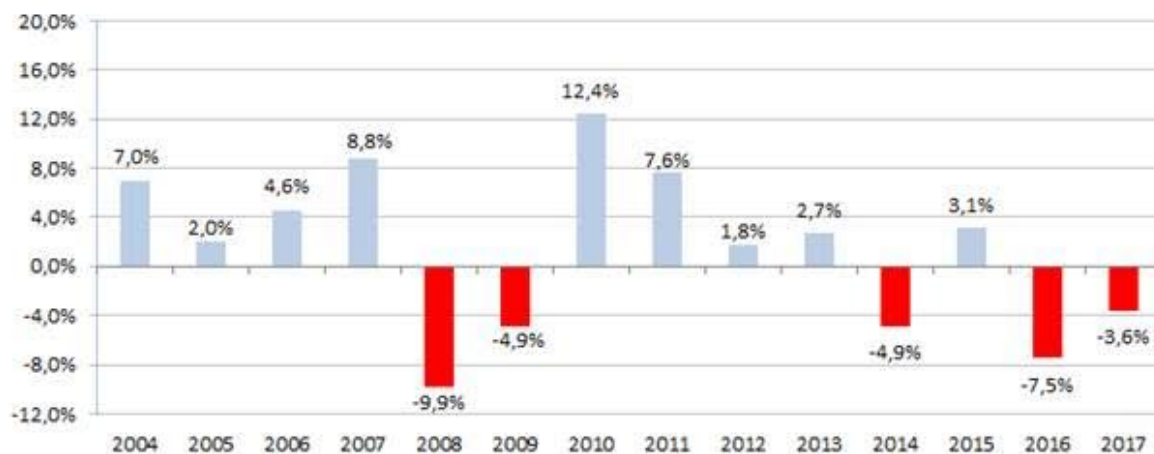
En provincia de Buenos Aires, mientras los comercios medianos y grandes ofrecieron descuentos agresivos con la tarjeta de crédito del Banco Provincia, los más chicos perdieron ventas frente a esas ofertas. Si bien lanzaron promociones y rebajas para captar consumo, esas estrategias no tuvieron los resultados esperados ya que la competencia con los grandes fue muy fuerte e imposible de igualar. Además, las altas temperaturas contribuyeron para que la indumentaria de la temporada otoño-invierno saliera menos.

Uno de los rubros con mejor performance este año fue ‘Gastronomía y Restaurante’, que se mantuvo sin cambios frente al 2016. Fue una elección por la que eligieron muchas familias este año, porque permitía hacer un regalo colectivo entre todos los miembros del hogar que se complementaba con alguna otra cosa, pero más modesta.

En ‘Indumentaria’, las cantidades vendidas cayeron 4,3% a pesar que abundaron las planes de ventas. En parte porque ese ramo compitió con artículos electrónicos y pequeños electrodomésticos, donde las ofertas fueron muy buenas y menos comunes que en el rubro ropa, por eso se aprovecharon más.

## **Cantidades Vendidas por el Día del Padre 2017**

Variación vs Día del padre 2016



Fuente: CAME

Buenos Aires, 18 de junio de 2017

Inicio	Qué es CAME	Entidades Asociadas	Sectores	Secretarías	Prensa
	Definición Hitos Banderas Autoridades		Industria Comercio Turismo Mujeres Empresarias CAME Joven Economías Regionales Parques Industriales	RSE CAME Educativ@ Programas de Financiamiento Comercio exterior Rondas de Negocios	
Novedades	Actividades	Preguntas frecuentes	Contacto		
Circulares Notas de interés			Formulario		

TRABAJÁ CON NOSOTROS

Confederación Argentina de la Mediana Empresa  
60 años de compromiso con las PYMES  
Leandro N. Alem 452 (C1003AAR), C.A.B.A. - Argentina  
Tel./Fax: (011) 5556-5556/02

[INGRESAR AL WEBMAIL](#)