

25/12/17 COMUNICADO

4

## NAVIDAD 2017: LAS VENTAS MINORISTAS CRECIERON 0,8%

Es la medición interanual a precios constantes. Esta vez, las compras comenzaron mucho más tarde y los últimos dos días definieron la tendencia en alza. El ticket promedio se ubicó en \$660, un 24,5% por encima de la celebración de 2016. Otra vez, el comercio ilegal le restó clientes al mercado formal.

Las ventas navideñas se movieron con mucha tranquilidad y finalizaron con un aumento de 0,8% frente a la misma fecha del año pasado. Así surge de la medición a precios constantes realizada por CAME entre el 22 y 24 de diciembre en 1.800 comercios pequeños y medianos del país.

Fue una navidad poco habitual para el comercio, las compras comenzaron mucho más tarde que otras veces. Lo que finalmente terminó definiendo la tendencia positiva de la fecha, fueron las ventas a última hora del sábado y media tarde del domingo.

Fue la consecuencia de una previa particular debido a que el lunes se sucedieron disturbios en Capital Federal mientras el martes hubo paro. Esto derivó en que la gente se movilizara en los últimos días a comprar ya que en la semana regresó muy tarde, sumado a algunos cortes de luz que se sucedieron en los últimos días. Además, muchos esperaron hasta el final especulando captar las mejores ofertas.

Los negocios que no tuvieron promociones generosas, descuentos adicionales o cuotas sin interés, tuvieron poca dinámica. El resto, mientras pudo resignar rentabilidad, vendió muy bien.

Durante el sábado y domingo, en una recorrida por los centros comerciales a cielo abierto o calles de barrios y avenidas de grandes y medianas ciudades, se podían ver locales repletos de gente. Por un lado, se observaron colas hasta la puerta para pagar, y al lado, otro local del mismo rubro vacío o menos concurrido.

Aun así, la fecha no fue mala, aunque es cierto que los empresarios esperaban más. Sobre todo con muchos trabajadores que ya cobraron el aguinaldo y la mejora en el empleo y el poder adquisitivo del sueldo de los últimos meses. Pero hubo mucha competencia de las grandes cadenas con precios imbatibles para los negocios más chicos. Lo mismo sucedió con los miles de vendedores ilegales instalados en saladas y saladitas que acapararon buena parte del mercado y los manteros que, por ejemplo, en la Ciudad de Buenos Aires, coparon las veredas en el barrio de Liniers y regresaron a la Av. Avellaneda en Flores, para aprovechar el periodo navideño.

En algunas ciudades fronterizas a Paraguay, Chile y Bolivia, ayudó a recuperar consumo los controles más estrictos sobre lo que ingresaba de esos países, especialmente en electrodomésticos. Las tiendas locales ayudaron a desanimar la importación hormiga poniendo a disponibilidad del

público financiamiento de 6, 12 y 18 cuotas sin interés. En este sentido, se destaca el plan diseñado especialmente por CAME-ATACYC que permitió ofrecer 12 cuotas sin interés todos los días para todos los rubros.

El público aprovechó la financiación todo lo que pudo. El ticket promedio se ubicó en \$660 esta navidad, un 24,5% por encima de 2016

**Las siguientes fueron las principales variaciones en las cantidades vendidas durante la Navidad 2017**

**frente a igual fecha de 2016 relevadas en 1800 comercios de todo el país:**

<b>Rubro</b>	<b>Variación % A precios constantes Navidad 2017 / 2016</b>
Alimentos y Bebidas	3,1%
Artículos deportivos y de recreación	-2,6%
Bazar y Regalos	3,2%
Bijouterie y accesorios	3,6%
Calzados	-3,5%
Electrodomésticos y artículos electrónicos	4,2%
Indumentaria	0,0%
Joyería y Relojerías	-1,4%
Jugueterías y rodados	2,6%
Librerías	-3,0%
Marroquinería	-2,3%
Perfumería y cosméticos	2,8%
Textil - Blanco y ropa de cama	-1,6%
Videojuegos, consolas e informática	1,8%
<b>Promedio Ponderado</b>	<b>+0,8%</b>
<b>Promedio Simple</b>	<b>+0,5%</b>

### Consideraciones Generales

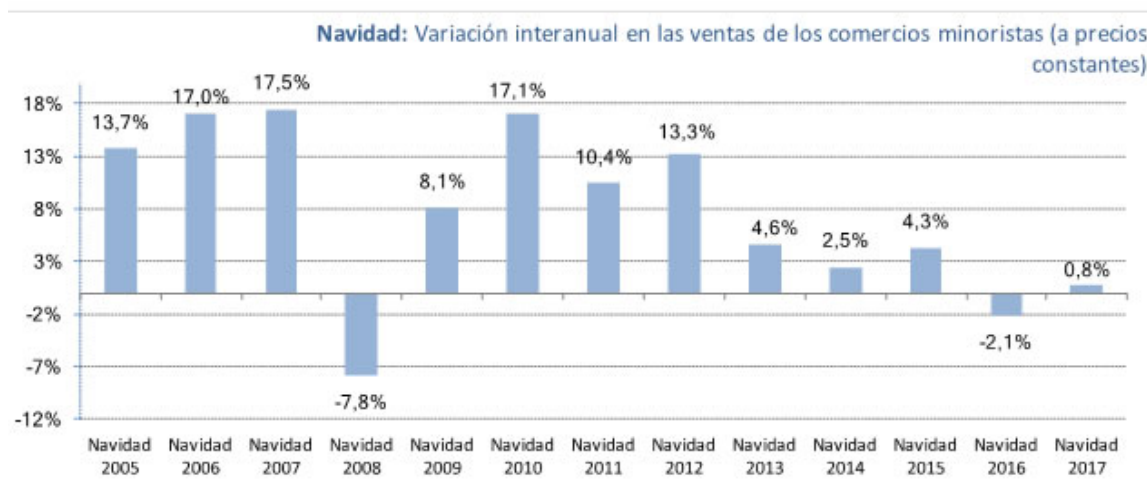
- Las ventas minoristas finalizaron la Navidad 2017 con un aumento de 0,8% frente a la de la temporada pasada. El resultado no es malo pero tampoco tan bueno, si se tiene en cuenta que en la Navidad 2016 las mismas habían caído 2,1%.
- De los 14 rubros que componen la canasta navideña relevados, 7 finalizaron en alza, 6 en baja y 1 sin cambios. Los ramos en alza fueron: 'Electrodomésticos y electrónicos' (4,2%), 'Bijouterie y Accesorios' (3,6%), 'Alimentos y Bebidas' (3,1%), 'Juguetería, librerías y rodados' (2,5%), 'Bazares y regalos' (3,2%), 'Perfumerías y Cosméticos' (2,8%) y 'Consolas, videojuegos, e informática' (1,8%).
- De los 1800 negocios consultados, el 51% declaró mejora frente a la navidad pasada (siempre midiendo a precios constantes), 37%

declaró declive y el 12% restante se mantuvo sin cambios.

- Un canal de venta que continuó ganando protagonismo este año fue Internet. Según un sondeo entre 3000 consumidores realizado por la consultora Focus Market para CAME, el 26% de la gente tenía intenciones de adquirir vía online en esta celebración. En 2016 en el mismo relevamiento el 23% de la gente planeaba comprar de ese modo y en 2015 era solo el 11%.
- En 'Jugueterías, librerías y rodados' las ventas crecieron 2,6% frente a la Navidad 2016, un crecimiento que no está mal si se tiene en cuenta que el año pasado ese sector fue de los pocos que se amplió (4,8%). Todos los segmentos de juguetes tuvieron buen desempeño destacándose los de aire libre como andadores, monopatines, pelotas inflables, globos de agua, barrenadores, los lanza-agua y artículos de playa y pileta como los inflables, muy demandados en esta etapa de temperaturas más cálidas. Asimismo, los juegos y juguetes didácticos desde primera infancia hasta los tres años y también los clásicos como muñecas, bebetes, masas para modelar, saltarines y camiones fueron otra opción de regalo por sus accesibles precios. La salida hubiera sido mejor si no fuera por los supermercados y el comercio ilegal, que quitaron muchos clientes al negocio formal. El ticket promedio en ese rubro fue de \$400 para operaciones en efectivo y de \$1.700 con tarjetas.
- En 'Indumentaria' las cifras se mantuvieron en los mismos niveles del año pasado. Fue de los rubros con más promociones. En algunas tiendas había descuentos del 50%, que se podían acumular con rebajas de tarjetas, otros ofrecieron 3x2, 2x1, 50% en la segunda prenda, pero aun así la venta no explotó. Otra vez, manteros, saladas y saladitas fueron un gran competidor en este sector, especialmente en los segmentos de ingresos bajos y medios. Además, las grandes cadenas tenían mejores condiciones de financiamiento y mayor espalda para ofrecer bonificaciones, llevándose parte del consumo. La mayor parte de las ventas se realizó con tarjetas.

En 'Electrodomésticos y artículos electrónicos', las ventas subieron 4,2% frente a la Navidad pasada (siempre medidas a precios constantes). La fecha fue positiva pero no terminó de satisfacer al sector. Hay que tener en cuenta que el 2016 había sido muy malo (desplome del 9,2%). Las preferencias se orientaron a productos de bajo valor y Chile fue un gran competidor en esta ocasión. Igual se logró mejorar las ventas y eso ayuda en la recuperación de la actividad.

- En 'Joyerías y relojerías', el despacho disminuyó 1,4% frente a la Navidad 2016, pero con resultados ambiguos. Los ingresos de artículos importados a valores más bajos permitieron darle más interés a ese rubro, aunque la falta de promociones fue un limitante. Así, hubo negocios con muy buen resultado y otros a los que no les fue bien.



### Anexo metodológico

- El relevamiento para evaluar la evolución interanual de las ventas minoristas en la Navidad 2017 se realizó entre el viernes 22 de diciembre y el domingo 24.
- Se cubrió un universo de 1800 comercios pequeños y medianos de la Ciudad de Buenos Aires, Gran Buenos Aires y el interior del país, en los principales 14 rubros que concentran el mercado minorista familiar para esa fecha. El estudio se efectuó especialmente en los negocios chicos y medianos, localizados en calles y avenidas comerciales.
- De las unidades comerciales sondeadas, el 20% fueron medidas por las cámaras, federaciones y entidades comerciales regionales adheridas a CAME. El resto de las unidades fueron relevadas en forma directa por un equipo de encuestadores de CAME.
- Para calcular la variación anual promedio de las ventas, se utilizó un promedio ponderado. La consideración de cada ramo se estimó de acuerdo a datos del Censo Económico 2004/05 y datos que viene sondeando CAME para conocer la distribución del consumo en esa fecha.
- En la siguiente tabla se detalla, además de las variaciones anuales, la participación de cada rubro en la ponderación y la cantidad de empresas medidas.

Ventas Navideñas	Participación	Resultado	Comercios Relevados
Alimentos y Bebidas	17,0%	3,1%	297
Artículos deportivos y de recreación	6,5%	-2,6%	120
Bazar y Regalos	4,8%	3,2%	86
Bijouterie y accesorios	4,8%	3,6%	85
Calzados	6,5%	-3,5%	117
Electrodomésticos y artículos electrónicos	9,5%	4,2%	172
Indumentaria	15,5%	0,0%	285
Joyería y Relojerías	3,8%	-1,4%	68
Jugueterías y rodados	8,0%	2,6%	143
Librerías	3,8%	-3,0%	69
Marroquinería	3,8%	-2,3%	70
Perfumería y cosméticos	3,8%	2,8%	67
Textil - Blanco y ropa de cama	5,2%	-1,6%	94
Videojuegos, consolas e informática	7,0%	1,8%	126
<b>Promedio Ponderado</b>	<b>100,00%</b>	<b>0,8%</b>	<b>1.800</b>
<b>Promedio Simple</b>		<b>0,5%</b>	

Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 25 de diciembre 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