

La Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME) manifiesta su preocupación por el gravamen del 17% para las bebidas azucaradas est...

03/12/17 COMUNICADO

5

## LAS VENTAS MINORISTAS CRECIERON 0,4% EN NOVIEMBRE

**La recuperación tiene altibajos. “Hay sectores como construcción, vivienda y automóviles que están canalizado parte del consumo, también se siente el desplazamiento hacia países vecinos y las subas de tasas de interés”, detalló Fabián Tarrío, presidente de la entidad.**

Con muchos altibajos en noviembre, las ventas minoristas de los pequeños y medianos comercios crecieron 0,4% frente a igual mes del año pasado en la medición a precios constantes.

Si bien en octubre parecía que se afirmaba la recuperación, en el siguiente mes la demanda se notó más cauta, con un ritmo de consumo más lento. Hubo fuerte desvío de compras hacia Chile y Paraguay, con colas de autos de hasta 4 kilómetros en los pasos de frontera. El consumo minorista corriente también se vio afectado por las subas de tasas de interés que está restando dinero disponible al comprador, la mayor demanda de autos y el aumento en las decisiones de ahorro de muchas familias para acceder a los créditos hipotecarios.

El rubro “Alimentos y bebidas” cayó 2% observándose un desplazamiento importante de ventas hacia las grandes superficies comerciales, que tentaron al consumidor con muy buenas promociones, sobre todo en las grandes ciudades.

Como contrapartida, se movió bien el ramo “Materiales para construcción”, mientras que “Indumentaria”, “Calzados” y “Electrodomésticos” tuvieron un mes positivo y crecieron alrededor de 3% anual.

El comercio enfrentó un cliente muy cuidadoso con sus gastos, que si detectó aumentos no los convalidó, y aprovechó las opciones de crédito pero sólo si necesitó el producto.

Muchos negocios lanzaron promociones y dieron facilidades de pagos que se sumaron al Ahora 12 y a las 12 Cuotas, en ciudades de frontera del acuerdo CAME-ATACYC.

En la modalidad on line, las ventas se incrementaron 5,1% anual, pero la proporción de comercios que usa esa vía de venta es muy baja.

Con el resultado de noviembre en los once meses de 2017 las ventas minoristas pymes acumulan una baja anual de 1,5%.

Para fin de año, los empresarios mantienen buenas expectativas, pero hay alerta por la apertura de los cruces internacionales, como el Paso de Agua Negra que une Chile con San Juan, que abre en los próximos días. Se estima que en 2017 viajaron 3,7 millones de turistas al país trasandino, 26% más que en 2016 y en la mayoría de los casos con el objetivo de realizar compras.

**Las siguientes fueron las principales variaciones en las ventas relevadas en 2.000 comercios del país**

Rubro	Ventas en locales físicos	
	Noviembre '17 Vs. Noviembre '16	Acumulado 11 meses 2017 vs. 11 meses 2016
Alimentos y Bebidas	-2,0%	-0,5%
Bazar y Regalos	-2,5%	-2,3%
Bijouterie	-1,0%	-2,6%
Calzados	3,2%	-2,5%
Deportes y art. de recreación	-0,5%	-1,0%
Electrodomésticos y Electrónicos	2,6%	-2,2%
Farmacias	-1,3%	-0,6%
Ferretería	2,6%	-1,1%
Golosinas	1,5%	-1,9%
Joyerías y Relojerías	-2,5%	-3,7%
Juguetería y Librerías	1,7%	-1,7%
Marroquinería	-2,3%	-2,8%
Materiales Eléctricos	2,2%	-1,9%
Materiales para la construcción	5,0%	-0,5%
Muebles	-1,2%	-2,1%
Neumáticos	-2,9%	-2,5%
Perfumería y cosmética	1,3%	-1,0%
Textil - Blanco	0,0%	-2,4%
Textil - Indumentaria	3,3%	-1,8%
<b>Promedio Ponderado</b>	<b>0,4%</b>	<b>-1,5%</b>
<b>Promedio Simple</b>	<b>0,4%</b>	<b>-1,8%</b>

Fuente: CAME

## Consideraciones Generales

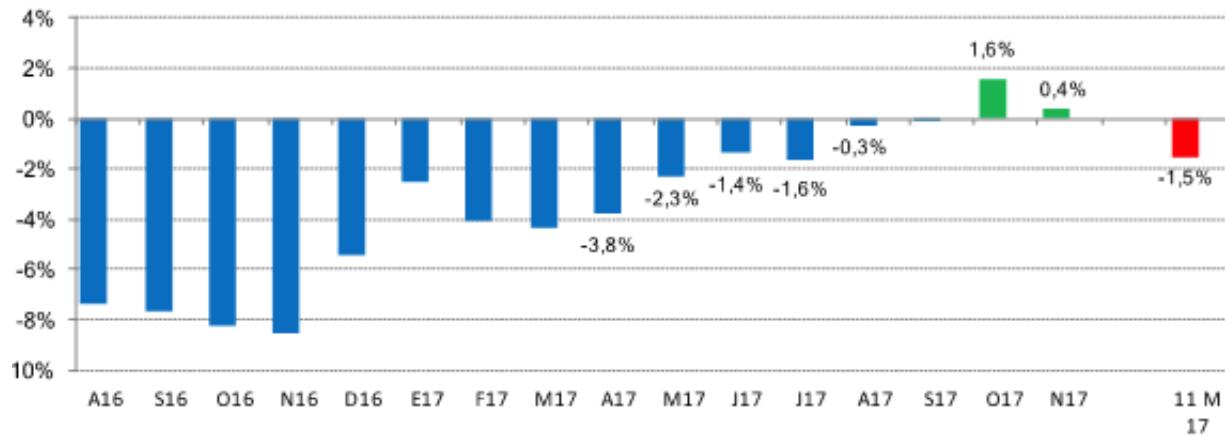
- Las ventas a precios constantes del comercio minorista pyme crecieron apenas 0,4% en noviembre 2017, frente a igual fecha de 2016, desacelerando la tasa de recuperación que se registró en octubre.
- De los 2000 negocios relevados, el 48% aumentó mientras que el 52% se mantuvo sin cambios o continuó declinando (siempre en la comparación anual). A su vez, de los 19 rubros sondeados en el mes, 9 tuvieron caídas, 9

progresos y 1 se mantuvo sin cambios.

- La suba de noviembre fue traccionada por tres sectores: “Materiales para la construcción”, que creció 5% anual alentada por la recuperación de la demanda de viviendas principalmente; y “Calzados e Indumentaria” con evoluciones de 3,2% y 3,3% anual respectivamente, alentados por la venta de temporada que venía muy demorada y las buenas promociones que se lanzaron.
- La buena performance del sector construcción y reparaciones impulsó a demanda de materiales eléctricos y ferreterías. En el primer caso, los despachos (siempre medidos a precios constantes) subieron 2,2% y en el segundo 2,6% (ambas anuales). Las perspectivas de los empresarios de esos ramos a futuro, son muy buenas.
- Para los negocios pequeños y medianos del rubro ‘Alimentos y bebidas’, noviembre no fue un buen periodo. Las ventas cayeron 2% anual básicamente porque hubo mucho desplazamiento de compras hacia las grandes superficies. Los hipermercados lanzaron muy buenos descuentos, con rebajas del 50% en el caso del acuerdo del Banco Provincia con diversos super, o devolución del 100% de la compra en checks (vales), entre otras grandes ofertas. Para los más chicos fue imposible competir con esas propuestas y los más cercanos a esas grandes cadenas tuvieron derrumbes muy pronunciados en los despachos del mes.
- Un rubro que anduvo bien fue “Electrodomésticos y productos electrónicos”, donde las ventas levantaron 2,6% frente a noviembre del 2016 (siempre medidas a precios constantes). Para lo que va del año, el sector acumula una baja anual de 2,2%. El mes fue muy bueno para los comercios que participaron de iniciativas como el Cyber Monday o que implementaron el expendio por Internet a través de plataformas. A su vez, se notó una demanda tranquila pero más focalizada en productos de mayor valor, donde la salida venía postergada y en este periodo se concretaron compras aprovechando descuentos y financiamiento, lo que elevó los volúmenes de despachos. También, se observa cómo los artículos electrónicos más chicos en tamaño, se compran más fuera del país, mientras que los más grandes, especialmente electrodomésticos, en el mercado local.
- En “Jugueterías”, las ventas aumentaron 1,7% anual pero con mucha

disparidad. Para el 54% de los negocios consultados la salida del mes fue buena, mejor al año pasado, mientras que para el resto fue igual o peor. Los comercios que venden online, que son pocos, tuvieron mejor performance por esa vía que en los locales físicos. Hay mucha competencia de venta ilegal que resta consumo a ese sector, y especialmente las compras realizadas en países vecinos.

### Variación anual de las ventas minoristas en Locales Físicos (precios constantes)



Fuente: CAME

### Anexo metodológico

- El relevamiento para evaluar la evolución interanual de las ventas minoristas se realizó entre el martes 28 de noviembre y el viernes 1 de diciembre.
- Se cubrió un universo de 2.000 comercios pymes de Ciudad de Buenos Aires, Gran Buenos Aires y el interior del país, en los principales rubros que concentran la venta minorista familiar. El estudio se efectuó en los negocios chicos y medianos, localizados en calles y avenidas comerciales de ciudades pequeñas, medianas y grandes a través de un equipo de 30 encuestadores localizados en las capitales de cada provincia, en CABA y en Gran Buenos Aires (con sondeos en zona Norte, Sur y Oeste).
- Para calcular la variación anual promedio de las ventas, se utilizó un promedio ponderado. La consideración de cada rubro se estimó de acuerdo al Censo Económico 2004/05 y datos relevados por CAME para conocer la distribución del consumo.
- Desde septiembre 2017 se comenzó a medir a precios constantes

empalmándola con la serie traicional de cantidades vendidas. La decisión de vinculación se tomó tras analizar durante meses que la información que brindan los comercios sobre despacho en cantidades es una proxy intuitiva de su venta a precios constantes. En la nueva metodología se le continúa preguntando por cantidades, pero se agrega la pregunta de facturación.

### Ventas minoristas en Noviembre 2017

<b>VENTAS EN LOCALES</b>	<b>Ponderadores</b>	<b>Variación i.a. en unidades vendidas</b>	<b>Comercios relevados</b>
Alimentos y Bebidas	16,7%	-0,5%	200
Bazar y Regalos	3,0%	-2,3%	100
Bijouterie	3,0%	-2,6%	100
Calzados	5,1%	-2,5%	100
Deportes	4,5%	-1,0%	100
Electrodomésticos y art. electrónicos	8,9%	-2,2%	100
Farmacias	4,8%	-0,6%	100
Ferretería	2,7%	-1,1%	80
Golosinas	3,0%	-1,9%	100
Joyería y Relojería	3,0%	-3,7%	100
Juguetería	5,7%	-1,7%	100
Marroquinería	2,8%	-2,8%	100
Materiales eléctricos	2,6%	-1,9%	80
Materiales para la construcción	4,0%	-0,5%	100
Muebles de Oficina y Hogar	6,6%	-2,1%	100
Neumáticos	3,5%	-2,5%	70
Perfumería	2,6%	-1,0%	70
Textil - Blanco	4,0%	-2,4%	100
Textil - Indumentaria	13,5%	-1,8%	200
<b>Promedio ponderado</b>	<b>100,0%</b>	<b>0,4%</b>	<b>2000</b>
<b>Promedio simple</b>		<b>0,4%</b>	

### Índice de Ventas Minoristas Pymes (IVM)

Variaciones en cantidades vendidas

<b>Mes</b>	<b>IVM Ene 09 =100</b>	<b>Variación i.a.</b>	<b>Variación mensual</b>	<b>Mes</b>	<b>IVM Ene 09 =100</b>	<b>Variación i.a.</b>	<b>Variación mensual</b>
E09	100	-12,1%	-48,3%	J13	151,2	-1,8%	15,1%
F09	95,9	-14,6%	-4,1%	J13	151,4	2,3%	0,2%
M09	113,6	-14,8%	18,5%	A13	134,1	-2,0%	-11,4%
A09	121,9	-13,3%	7,3%	S13	130,1	-1,5%	-3,0%
M09	136,9	-10,5%	12,3%	O13	177,5	2,7%	36,5%
J09	138,7	-10,6%	1,3%	N13	150,6	-2,3%	-15,1%
J09	138,7	-16,1%	0,0%	D13	272,3	1,6%	80,8%
A09	130,5	-3,2%	-5,9%	E14	118,0	-3,8%	-56,7%
S09	125,3	-9,8%	-4,0%	F14	97,8	-6,5%	-17,1%
O09	157,3	-6,6%	25,5%	M14	110,7	-7,2%	13,1%
N09	140,3	3,0%	-10,8%	A14	111,9	-7,5%	1,1%

D09	206,9	6,9%	47,5%	M14	120,5	-8,3%	7,7%
E10	104,4	4,4%	-49,5%	J14	137,9	-8,8%	14,4%
F10	98,7	2,9%	-5,5%	J14	136,9	-9,6%	-0,7%
M10	118,0	3,8%	19,5%	A14	121,6	-9,3%	-11,1%
A10	126,3	3,6%	7,1%	S14	119,4	-8,2%	-1,8%
M10	143,2	4,6%	13,4%	O14	168,1	-5,3%	40,8%
J10	155,2	11,9%	8,4%	N14	143,2	-4,9%	-14,8%
J10	148,4	7,0%	-4,4%	D14	277,7	2,0%	93,9%
A10	136,4	4,5%	-8,1%	E15	119,8	1,5%	-56,9%
S10	130,4	4,1%	-4,4%	F15	100,6	2,8%	-16,0%
O10	166,5	5,9%	27,7%	M15	113,1	2,2%	12,5%
N10	150,4	7,2%	-9,7%	A15	113,7	1,6%	0,5%
D10	234,6	13,4%	56,0%	M15	122,5	1,7%	7,8%
E11	114,1	9,3%	-51,4%	J15	140,3	1,8%	14,5%
F11	106,1	7,5%	-7,0%	J15	139,2	1,7%	-0,8%
M11	126,0	6,8%	18,8%	A15	124,5	2,4%	-10,5%
A11	134,0	6,1%	6,4%	S15	122,3	2,4%	-1,8%
M11	151,4	5,7%	13,0%	O15	172,6	2,7%	41,2%
J11	165,2	6,4%	9,1%	N15	145,5	1,6%	-15,7%
J11	157,8	6,3%	-4,5%	D15	286,3	3,1%	96,7%
A11	144,3	5,8%	-8,5%	E16	117,0	-2,3%	-59,1%
S11	138,4	6,1%	-4,1%	F16	96,1	-4,5%	-17,9%
O11	176,9	6,2%	27,8%	M16	106,6	-5,8%	10,9%
N11	159,1	5,8%	-10,0%	A16	106,2	-6,6%	-0,4%
D11	256,9	9,5%	61,5%	M16	111,2	-9,2%	4,8%
E12	120,6	5,7%	-53,1%	J16	126,6	-9,8%	13,8%
F12	108,1	1,9%	-10,4%	J16	127,9	-8,1%	1,1%
M12	123,5	-2,0%	14,2%	A16	115,3	-7,4%	-9,9%
A12	129,2	-3,6%	4,7%	S16	112,8	-7,7%	-2,1%
M12	141,4	-6,6%	9,4%	O16	158,4	-8,2%	40,4%
J12	153,9	-6,8%	8,9%	N16	133,2	-8,5%	-16,0%
J12	148,0	-6,2%	-3,9%	D16	270,9	-5,4%	103,4%
A12	136,8	-5,2%	-7,6%	E17	114,1	-2,5%	-57,9%
S12	132,0	-4,6%	-3,5%	F17	92,1	-4,1%	-19,3%
O12	172,8	-2,3%	30,9%	M17	101,9	-4,4%	10,6%
N12	154,2	-3,1%	-10,8%	A17	102,1	-3,8%	0,3%
D12	268,0	4,3%	73,8%	M17	108,6	-2,4%	6,3%
E13	122,7	1,7%	-54,2%	J17	124,8	-1,4%	15,0%
F13	104,6	-3,2%	-14,7%	J17	125,9	-1,6%	0,8%
M13	119,3	-3,4%	14,0%	A17	115,0	-0,3%	-8,7%
A13	120,9	-6,4%	1,4%	S17	112,7	-0,1%	-1,9%
M13	131,4	-7,1%	8,6%	O17	161,0	1,6%	42,8%
				N17	133,7	0,4%	-16,9%

Fuente: Departamento de Estadísticas, CAME

Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 3 de diciembre de 2017