

de 0,3% en la industria pyme. Hacía cinco años que ese segmento industrial no crecía. La mayor...

04/02/18 COMUNICADO

4

VENTAS MINORISTAS: CAYERON 1% EN ENERO

"El comienzo del año tuvo un mes irregular para los comercios que sintieron la fuga de turistas al exterior y la mayor demanda de autos y viviendas. Eso resintió el consumo corriente", dijo **Fabián Tarrío**, presidente de CAME.

Las ventas minoristas de los comercios Pymes finalizaron enero con una caída de 1% frente a igual mes del año pasado, medidas a precios constantes. El resultado no sorprende si se tienen en cuenta un conjunto de factores que le restaron público a los negocios.

Dos componentes que incidieron en este desenlace mensual fueron la buena temporada turística local, que incrementó el gasto en servicios, y la mayor cantidad de familias que este año eligieron veranear en el exterior, frente a los precios más convenientes de otros destinos.

También el incremento en los patentamientos de autos que fue récord en enero, y la mayor demanda de viviendas le restaron liquidez a las familias para destinar a consumo corriente. Si bien son todos agentes positivos para la economía, salvo la fuga de turistas, afectaron al consumo minorista.

En enero, el 45,1% de los comercios consultados tuvieron caídas interanuales en sus ventas, el 39,9% registró aumentos y el 15% se mantuvo sin cambios.

A su vez, de los 19 rubros relevados, 14 disminuyeron, 4 crecieron y 1 continuó sin cambios (Electrodomésticos y artículos electrónicos). Los ramos en alza fueron Juguetería y Librerías, Materiales para la construcción, Farmacias y Neumáticos.

Los negocios cercanos a las fronteras con Paraguay siguieron muy afectados por el declive de ventas ya que muchas familias cruzaron a comprar, especialmente indumentaria, calzados, lencería y electrónicos. No así con Chile, donde los precios a enero presentaban más similitudes con los argentinos.

En cambio, en las ciudades turísticas hubo buenos volúmenes de ventas y el mes terminó con un resultado moderado. Incluso hubo comercios que se quedaron sin stocks porque los niveles de expendio fueron más fluidos de lo esperado.

Los locales lanzaron muchas ofertas y descuentos para atraer público y resultaron buenas estrategias en algunos casos. Pero no todos tuvieron resto financiero para sostener el ritmo de los descuentos.

Las siguientes fueron las principales variaciones en los volúmenes físicos vendidos en enero de 2018 frente a igual fecha de 2017 relevadas en 2000 comercios del país:

Rubro	Ventas en locales físicos
	Enero'18 Vs Enero'17
Alimentos y Bebidas	-1,2%
Bazar y Regalos	-1,6%
Bijouterie	-2,8%
Calzados	-3,4%
Deportes y art. de recreación	-2,3%
Electrodomésticos y Electrónicos	0,0%
Farmacias	0,9%
Ferretería	-0,9%
Golosinas	-1,7%
Joyerías y Relojerías	-1,6%
Juguetería, rodados y Librerías	1,7%
Marroquinería	-2,2%
Materiales Eléctricos	-2,0%
Materiales para la construcción	1,5%
Muebles	-1,1%
Neumáticos	1,5%
Perfumería y cosmética	-0,2%
Textil - Blanco	-2,3%
Textil - Indumentaria	-1,5%
Promedio Ponderado	-1,0%
Promedio Simple	-1,0%

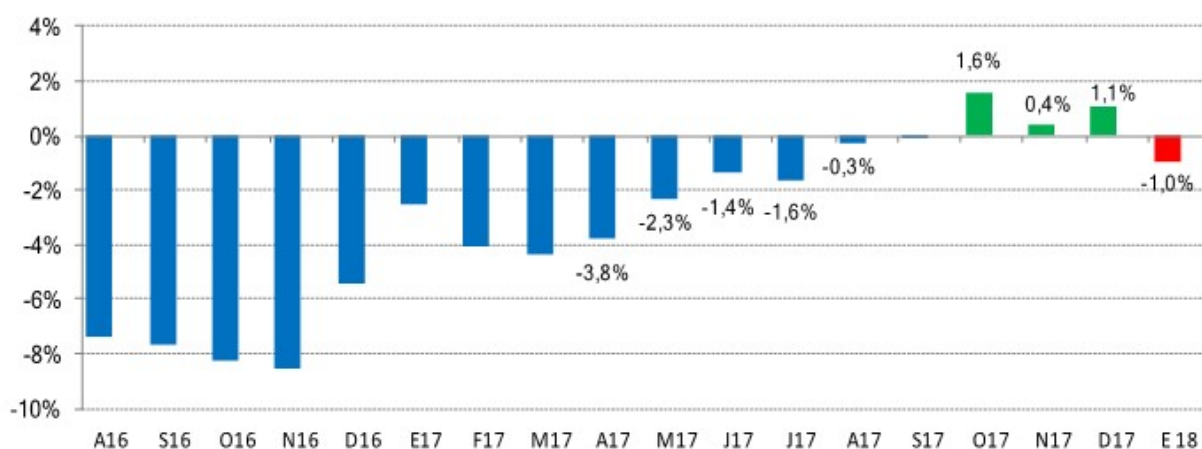
Consideraciones Generales

- Las ventas minoristas cayeron 1% en enero 2018 frente a igual fecha de 2017. Hay que tener en cuenta que se está comparando contra un mes en baja como fue enero 2017, cuando las ventas habían descendido 2,5% anual. Con lo cual el declive a pesar de ser leve, se vuelve más relevante.
- En 'Electrodomésticos y artículos electrónicos', el despacho a precios constantes permaneció sin cambios frente al mismo mes del año pasado. La venta hubiera sido mejor si no fuera por las miles de familias que hicieron turismo de consumo en Brasil, Chile y Estados Unidos este año y aprovecharon para traer productos especialmente del rubro electrónico desde esos mercados. Según las tiendas consultadas, en la última semana del mes se notó un repunte en el consumo, pero en general enero fue muy calmo, malo para algunos y bueno para otros. Los negocios que trajeron nuevos artículos lanzaron descuentos o invirtieron en publicidad, tuvieron mejores resultados, aunque no necesariamente mejor rentabilidad. La apuesta

especialmente para los que venden televisores está hecha para los próximos meses, que comienza las operaciones vinculadas al mundial de fútbol.

- En 'Jugueterías, librerías y rodados', las ventas subieron 1,7%. Hubo buena demanda por reyes, pero después el consumo se apagó y se mantuvo en general muy similar al año pasado. Se notó la mayor cantidad de gente que salió de vacaciones porque se observaron ciudades más vacías que otros años. Pero tampoco en los lugares turísticos el consumo de estos elementos fue explosivo, prosiguió parecido al 2017, con días mejores que otros. A pesar de la performance tranquila y por momentos inestables, las expectativas a partir de fines de febrero son muy buenas.
- En Indumentaria, las ventas (siempre a precios constantes) bajaron 1,5% interanual en enero. Hubo muchas liquidaciones y los comercios debieron adecuarse a eso o de lo contrario tener poca salida. Es una rama donde hay mucha competencia, por la cantidad de locales de ese tipo. Y se suma además la pugna con mercados externos y el comercio ilegal. Por eso muchos aun vendiendo no la están pasando bien en términos de rentabilidad. La gente busca cosas diferentes, nuevas, dentro de los patrones de la moda, y los que logran encontrar esos productos estrellas, tienen mejores resultados. Los negocios con mejores resultados este mes, fueron los que se orientaron a la venta de ropa interior, mallas, y remeras.
- En Alimentos y bebidas las ventas declinaron 1,2% (siempre frente a enero del año pasado). Después de las fiestas el consumo se aplacó. Incidió, otra vez, la buena temporada turística donde hubo más desplazamiento de ventas hacia restaurantes y bares. En los almacenes, se buscaron primeras marcas pero aquellas con mejores precios. En las carnicerías, se llevaron los cortes más baratos.
- En Joyerías y relojerías el expendio se redujo 1,6%, medido a precios constantes y en forma interanual. Se trata de un rubro que está sintiendo la falta de poder adquisitivo de la gente, y el movimiento consumista a otros sectores, sobre todo las que venden artículos de alta gama. En las de escala más baja, perjudica el comercio informal.

Variación anual de las ventas minoristas en Locales Físicos (a precios contantes)



Anexo metodológico

- El relevamiento para evaluar la evolución interanual de las ventas minoristas en enero 2018 se realizó entre el lunes 29 de enero y el sábado 3 de febrero.
- Se cubrió un universo de 2.000 negocios 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 locales 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 del ensamble se tomó tras analizar durante meses que la información que brindan los comercios sobre ventas en cantidades es una proxy intuitiva de su venta a precios constantes. En la nueva metodología se le continúa preguntando por la cuantía, pero se agrega la pregunta de facturación.

Ventas minoristas en enero 2017

VENTAS EN LOCALES	Ponderadores	Variación i.a. en unidades vendidas	Comercios relevados
Alimentos y Bebidas	16,7%	-1,2%	200
Bazar y Regalos	3%	-1,6%	100
Bijouterie	3%	-2,8%	100
Calzados	5,1%	-3,4%	100
Deportes	4,5%	-2,3%	100
Electrodomésticos y art. electrónicos	8,9%	0%	100
Farmacias	4,8%	0,9%	100
Ferretería	2,7%	-0,9%	80
Golosinas	3%	-1,7%	100
Joyería y Relojería	3%	-1,6%	100
Juguetería	5,7%	1,7%	100
Marroquinería	2,8%	-2,2%	100
Materiales eléctricos	2,6%	-2,0%	80
Materiales para la construcción	4,0%	1,5%	100
Muebles de Oficina y Hogar	6,6%	-1,1%	100
Neumáticos	3,5%	1,5%	70
Perfumería	2,6%	-0,2%	70
Textil – Blanco	4,0%	-2,3%	100
Textil – Indumentaria	13,5%	-1,5%	200
Promedio ponderado	100.0%	-1%	2000
Promedio simple		-1%	

Serie del Índice de Ventas Minoristas

Mes	IVM Ene =100	09 Variación i.a	Variación mensual	Mes	IVM Ene =100	09 Variación i.a	Variación mensual
E09	100	-12,1%	-48,3%	J13	151,4	2,3%	0,2%
F09	95,9	-14,6%	-4,1%	A13	134,1	-2%	-11,4%
M09	113,6	-14,8%	18,5%	S13	130,1	-1,5%	-3,0%
A09	121,9	-13,3%	7,3%	O13	177,5	2,7%	36,5%
M09	136,9	-10,5%	12,3%	N13	150,6	-2,3%	-15,1%
J09	138,7	-10,6%	1,3%	D13	272,3	1,6%	80,8%
J09	138,7	-16,1%	0%	E14	118	-3,8%	-56,7%
A09	130,5	-3,2%	-5,9%	F14	97,8	-6,5%	-17,1%
S09	125,3	-9,8%	-4,0%	M14	110,7	-7,2%	13,1%
O09	157,3	-6,6%	25,5%	A14	111,9	-7,5%	1,1%
N09	140,3	3,0%	-10,8%	M14	120,5	-8,3%	7,7%
D09	206,9	6,9%	47,5%	J14	137,9	-8,8%	14,4%
E10	104,4	4,4%	-49,5%	J14	136,9	-9,6%	-0,7%
F10	98,7	2,9%	-5,5%	A14	121,6	-9,3%	-11,1%
M10	118,0	3,8%	19,5%	S14	119,4	-8,2%	-1,8%
A10	126,3	3,6%	7,1%	O14	168,1	-5,3%	40,8%
M10	143,2	4,6%	13,4%	N14	143,2	-4,9%	-14,8%
J10	155,2	11,9%	8,4%	D14	277,7	2%	93,9%
J10	148,4	7,0%	-4,4%	E15	119,8	1,5%	-56,9%
A10	136,4	4,5%	-8,1%	F15	100,6	2,8%	-16%
S10	130,4	4,1%	-4,4%	M15	113,1	2,2%	12,5%
O10	166,5	5,9%	27,7%	A15	113,7	1,6%	0,5%
N10	150,4	7,2%	-9,7%	M15	122,5	1,7%	7,8%
D10	234,6	13,4%	56%	J15	140,3	1,8%	14,5%
E11	114,1	9,3%	-51,4%	J15	139,2	1,7%	-0,8%
F11	106,1	7,5%	-7,0%	A15	124,5	2,4%	-10,5%
M11	126,0	6,8%	18,8%	S15	122,3	2,4%	-1,8%
A11	134,0	6,1%	6,4%	O15	172,6	2,7%	41,2%
M11	151,4	5,7%	13,0%	N15	145,5	1,6%	-15,7%
J11	165,2	6,4%	9,1%	D15	286,3	3,1%	96,7%
J11	157,8	6,3%	-4,5%	E16	117	-2,3%	-59,1%
A11	144,3	5,8%	-8,5%	F16	96,1	-4,5%	-17,9%
S11	138,4	6,1%	-4,1%	M16	106,6	-5,8%	10,9%
O11	176,9	6,2%	27,8%	A16	106,2	-6,6%	-0,4%
N11	159,1	5,8%	-10,0%	M16	111,2	-9,2%	4,8%
D11	256,9	9,5%	61,5%	J16	126,6	-9,8%	13,8%
E12	120,6	5,7%	-53,1%	J16	127,9	-8,1%	1,1%
F12	108,1	1,9%	-10,4%	A16	115,3	-7,4%	-9,9%
M12	123,5	-2,0%	14,2%	S16	112,8	-7,7%	-2,1%
A12	129,2	-3,6%	4,7%	O16	158,4	-8,2%	40,4%
M12	141,4	-6,6%	9,4%	N16	133,2	-8,5%	-16,0%
J12	153,9	-6,8%	8,9%	D16	270,9	-5,4%	103,4%
J12	148,0	-6,2%	-3,9%	E17	114,1	-2,5%	-57,9%
A12	136,8	-5,2%	-7,6%	F17	92,1	-4,1%	-19,3%
S12	132,0	-4,6%	-3,5%	M17	101,9	-4,4%	10,6%
O12	172,8	-2,3%	30,9%	A17	102,1	-3,8%	0,3%
N12	154,2	-3,1%	-10,8%	M17	108,6	-2,4%	6,3%
D12	268,0	4,3%	73,8%	J17	124,8	-1,4%	15,0%
E13	122,7	1,7%	-54,2%	J17	125,9	-1,6%	0,8%
F13	104,6	-3,2%	-14,7%	A17	115,0	-0,3%	-8,7%
M13	119,3	-3,4%	14,0%	S17	112,7	-0,1%	-1,9%
A13	120,9	-6,4%	1,4%	O17	161,0	1,6%	42,8%
M13	131,4	-7,1%	8,6%	N17	133,7	0,4%	-16,9%
J13	151,2	-1,8%	15,1%	D17	273,8	1,1%	104,8%
				E18	113,0	-1%	-58,8%

Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 4 de febrero de 2018