

Es el cuarto mes consecutivo en baja. Abril no fue bueno para el consumo que se vio afectado por la incertidumbre cambiaria, el menor poder ...

11/05/18 COMUNICADO

2

## VENTAS MINORISTAS PYMES: CAYERON 3% EN ABRIL

Es el cuarto mes consecutivo en baja. Abril no fue bueno para el consumo que se vio afectado por la incertidumbre cambiaria, el menor poder de compra de las familias, los altos niveles de endeudamiento y la mayor tasa de ahorro.

Las ventas minoristas de los comercios Pymes finalizaron abril con una caída de 3% frente a igual mes del año pasado, medidas a precios constantes, y acumulan una baja anual de 1,9% en los primeros cuatro meses del 2018.

Comparadas con marzo también descendieron 0,8%, aunque en general abril suele ser inferior porque tiene menos días hábiles.

El mercado de consumo se mantuvo retraído, afectado por la incertidumbre cambiaria, el menor poder adquisitivo de las familias y los altos niveles de endeudamiento con tarjetas de crédito. Según informaron los comercios consultados, los rechazos por falta de fondos se volvieron más frecuentes. Lo mismo que el desglose de pagos entre dos o más tarjetas.

También, incidió en el declive la mayor tasa de ahorro para acceder a una vivienda, y en el caso de los que tomaron créditos UVA, el temor por la suba del capital de sus cuotas.

En abril sólo el 32,8% de los negocios medidos tuvieron alzas anuales en sus ventas. En cambio, el 61,4% tuvo variaciones negativas y el 5,8% se mantuvo sin cambio.

Los rubros con mayores derrumbes fueron Indumentaria y Textil-Blanco, con bajas anuales de 6,3% y 6,5% cada uno. También, la venta de Bijouterie se retrajo 5,7%, Marroquinería -4,7% y Electrodomésticos y Artículos Electrónicos -3,4%.

Una característica de abril fue la poca gente que circuló por los comercios. Algunas tiendas lanzaron promociones, pero sin atraer demasiado. "Entren chicas aunque sea para mirar", decían las empleadas de un local pyme en plena calle Santa Fe, durante los últimos días del mes, mientras contaban que no había ingresado nadie en todo el día.

El canal online tampoco escapó a la tendencia. Los comercios que venden por esa vía informaron una baja anual promedio de 0,5%.

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

Rubro	Ventas en locales físicos	
	Abril '18 Vs Abril '17	4 meses de 2018 vs 4 meses de 2017
Alimentos y Bebidas	-2%	-1%
Bazar y Regalos	-3,8%	-2,3%
Bijouterie	-5,7%	-2,9%
Calzados	-3,5%	-2%
Deportes y art. de recreación	-1,3%	-1,3%
Electrodomésticos y Electrónicos	-3,4%	-1,3%
Farmacias	-2,5%	-1,6%
Ferretería	-2,4%	-1,7%
Golosinas	-1,9%	-1,6%
Joyerías y Relojerías	-4,4%	-3,1%
Juguetería, rodados y librerías	0,4%	-0,3%
Marroquinería	-4,7%	-3,3%
Materiales Eléctricos	-0,5%	-1,6%
Materiales para la construcción	-0,9%	-0,5%
Muebles	-3,3%	-2,4%
Neumáticos	1,1%	-0,7%
Perfumería y cosmética	-1,5%	-1,2%
Textil – Blanco	-6,5%	-4,2%
Textil – Indumentaria	-6,3%	-3,3%
<b>Promedio Ponderado</b>	<b>-3%</b>	<b>-1,9%</b>
<b>Promedio Simple</b>	<b>-2,8%</b>	<b>-1,9%</b>

## Consideraciones generales

- Las ventas minoristas disminuyeron 3% en abril 2018 frente a igual fecha de 2017. El consumo continuó retraído, afectado por problemas de ingresos de las familias, pero sobre todo, por la incertidumbre del mercado cambiario y financiero.
- De 19 rubros relevados, 17 cayeron en la comparación anual, y dos crecieron ('Jugueterías y Librerías' y 'Neumáticos').
- A pesar del resultado promedio negativo, el 50,5% de los comercios consultados se mantienen optimistas y esperan que en los próximos meses las ventas se recuperen.
- Uno de los rubros más complicados del mes, fue '**Indumentaria**', donde las ventas anuales medidas en cantidades se desplomaron 6,3% y acumulan así una merma de 3,3% en los primeros cuatro meses del año. El 70,6% de las tiendas de este rubro tuvieron descensos anuales. Hubo muchas ofertas pero no lograron compensar la caída, aunque sí les permitió a los negocios hacerse de liquidez para hacer frente a los gastos fijos.
- En '**Electrodomésticos y artículos electrónicos**', las ventas a precios constantes declinaron 3,4% frente al mismo mes del año pasado. En lo que va del 2018 este ramo acumula una caída de 1,3% anual. La compra de bienes durables se vio desfavorecida por la incertidumbre. Pero además, incidió los bajos cupos disponibles para compras en las tarjetas de crédito. Se espera que en la medida que se vayan cancelando pasivos se pueda recuperar este mercado. Hay incertidumbre en cómo incidirán los movimientos del dólar sobre los precios de estos productos. Los comercios sostienen que los consumidores no están en ánimo de avalar subas y cualquier retoque retraerá más las ventas. Todavía no arrancó la venta pre-mundial, que se espera comience sobre mediados de mayo.
- En '**Calzados**', las ventas a precios constantes descendieron 2,5% aunque en cantidades se mantuvieron sin cambios. Eso ocurrió porque muchos locales hicieron promociones como 2x1 o el segundo par a mitad de precio, para hacerse de liquidez. Se trata de un sector que viene muy golpeado, y de no repuntar, se complicará la salida de invierno, donde en algunos casos se consume un zapato de mayor valor (ejemplo: botas).

- En '**Mueblerías**', los despachos de ventas cayeron 3,3% en la comparación anual (siempre hablando a precios constantes). Bajó tanto el segmento de muebles para el hogar, como el de muebles para oficina. Hubo muchas consultas y pocas operaciones. Los comercios del rubro creen que en la medida que vuelva la calma al mercado y se vayan recibiendo los ajustes salariales, comenzará a moverse. Hay provincias donde la situación es más delicada que en otras. En Chubut, por ejemplo, el pago escalonado a los empleados públicos y las deudas de los gobiernos municipales con proveedores afectó la demanda tanto en este ramo como en otros.
- Un sector que escapó al desplome generalizado, fue '**Jugueterías y artículos de librería**', donde las operaciones subieron 0,4% en la comparación anual y medidas a precios constantes. Ayudó Semana Santa, donde el mayor tiempo de ocio llevó a más padres a adquirir productos especialmente para los más pequeños y también el alargamiento de los plazos de pagos de algunos negocios que se pusieron de acuerdo para estimular el consumo. En lo que va del año, este rubro acumula una merma de 0,3%.

### Variación anual de las ventas minoristas en locales físicos (a precios constantes)



### Anexo metodológico

- El relevamiento para evaluar la evolución interanual de las ventas minoristas en abril 2018 se realizó entre el jueves 26 de abril y el viernes 4 de mayo.
- 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 el consumo 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 encuestadores 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 tradicional de cantidades vendidas. La decisión de enlace 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 cantidades, pero se agrega la pregunta de facturación.

## Ventas minoristas en abril 2018

<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%	-2%	200
Bazar y Regalos	3%	-3,8%	100
Bijouterie	3%	-5,7%	100
Calzados	5,1%	-3,5%	100
Deportes	4,5%	-1,3%	100
Electrodomésticos y art. electrónicos	8,9%	-3,4%	100
Farmacias	4,8%	-2,5%	100
Ferretería	2,7%	-2,4%	80
Golosinas	3%	-1,9%	100
Joyería y Relojería	3%	-4,4%	100
Juguetería	5,7%	0,4%	100
Marroquinería	2,8%	-4,7%	100
Materiales eléctricos	2,6%	-0,5%	80
Materiales para la construcción	4%	-0,9%	100
Muebles de Oficina y Hogar	6,6%	-3,3%	100
Neumáticos	3,5%	1,1%	70
Perfumería	2,6%	-1,5%	70
Textil - Blanco	4%	-6,5%	100
Textil - Indumentaria	13,5%	-6,3%	200
<b>Promedio ponderado</b>	<b>100%</b>	<b>-3%</b>	<b>2000</b>
<b>Promedio simple</b>		<b>-2,8%</b>	

## Serie del índice de ventas minoristas

<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%	S13	130,1	-1,5%	-3%
F09	95,9	-14,6%	-4,1%	O13	177,5	2,7%	36,5%
M09	113,6	-14,8%	18,5%	N13	150,6	-2,3%	-15,1%
A09	121,9	-13,3%	7,3%	D13	272,3	1,6%	80,8%
M09	136,9	-10,5%	12,3%	E14	118,0	-3,8%	-56,7%
J09	138,7	-10,6%	1,3%	F14	97,8	-6,5%	-17,1%
J09	138,7	-16,1%	0%	M14	110,7	-7,2%	13,1%
A09	130,5	-3,2%	-5,9%	A14	111,9	-7,5%	1,1%
S09	125,3	-9,8%	-4%	M14	120,5	-8,3%	7,7%
O09	157,3	-6,6%	25,5%	J14	137,9	-8,8%	14,4%
N09	140,3	3,0%	-10,8%	J14	136,9	-9,6%	-0,7%
D09	206,9	6,9%	47,5%	A14	121,6	-9,3%	-11,1%
E10	104,4	4,4%	-49,5%	S14	119,4	-8,2%	-1,8%
F10	98,7	2,9%	-5,5%	O14	168,1	-5,3%	40,8%
M10	118,0	3,8%	19,5%	N14	143,2	-4,9%	-14,8%
A10	126,3	3,6%	7,1%	D14	277,7	2,0%	93,9%
M10	143,2	4,6%	13,4%	E15	119,8	1,5%	-56,9%
J10	155,2	11,9%	8,4%	F15	100,6	2,8%	-16%
J10	148,4	7%	-4,4%	M15	113,1	2,2%	12,5%
A10	136,4	4,5%	-8,1%	A15	113,7	1,6%	0,5%
S10	130,4	4,1%	-4,4%	M15	122,5	1,7%	7,8%
O10	166,5	5,9%	27,7%	J15	140,3	1,8%	14,5%
N10	150,4	7,2%	-9,7%	J15	139,2	1,7%	-0,8%
D10	234,6	13,4%	56%	A15	124,5	2,4%	-10,5%
E11	114,1	9,3%	-51,4%	S15	122,3	2,4%	-1,8%
F11	106,1	7,5%	-7%	O15	172,6	2,7%	41,2%

M11	126,0	6,8%	18,8%	N15	145,5	1,6%	-15,7%
A11	134,0	6,1%	6,4%	D15	286,3	3,1%	96,7%
M11	151,4	5,7%	13%	E16	117,0	-2,3%	-59,1%
J11	165,2	6,4%	9,1%	F16	96,1	-4,5%	-17,9%
J11	157,8	6,3%	-4,5%	M16	106,6	-5,8%	10,9%
A11	144,3	5,8%	-8,5%	A16	106,2	-6,6%	-0,4%
S11	138,4	6,1%	-4,1%	M16	111,2	-9,2%	4,8%
O11	176,9	6,2%	27,8%	J16	126,6	-9,8%	13,8%
N11	159,1	5,8%	-10%	J16	127,9	-8,1%	1,1%
D11	256,9	9,5%	61,5%	A16	115,3	-7,4%	-9,9%
E12	120,6	5,7%	-53,1%	S16	112,8	-7,7%	-2,1%
F12	108,1	1,9%	-10,4%	O16	158,4	-8,2%	40,4%
M12	123,5	-2%	14,2%	N16	133,2	-8,5%	-16,0%
A12	129,2	-3,6%	4,7%	D16	270,9	-5,4%	103,4%
M12	141,4	-6,6%	9,4%	E17	114,1	-2,5%	-57,9%
J12	153,9	-6,8%	8,9%	F17	92,1	-4,1%	-19,3%
J12	148,0	-6,2%	-3,9%	M17	101,9	-4,4%	10,6%
A12	136,8	-5,2%	-7,6%	A17	102,1	-3,8%	0,3%
S12	132,0	-4,6%	-3,5%	M17	108,6	-2,4%	6,3%
O12	172,8	-2,3%	30,9%	J17	124,8	-1,4%	15,0%
N12	154,2	-3,1%	-10,8%	J17	125,9	-1,6%	0,8%
D12	268,0	4,3%	73,8%	A17	115,0	-0,3%	-8,7%
E13	122,7	1,7%	-54,2%	S17	112,7	-0,1%	-1,9%
F13	104,6	-3,2%	-14,7%	O17	161,0	1,6%	42,8%
M13	119,3	-3,4%	14%	N17	133,7	0,4%	-16,9%
A13	120,9	-6,4%	1,4%	D17	273,8	1,1%	104,8%
M13	131,4	-7,1%	8,6%	E18	113,0	-1%	-58,8%
J13	151,2	-1,8%	15,1%	F18	90,7	-1,5%	-19,7%
J13	151,4	2,3%	0,2%	M18	99,8	-2%	10%
A13	134,1	-2%	-11,4%	A18	99,1	-3,0%	-0,8%

Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 11 de mayo de 2018