

Es el décimo mes consecutivo con progreso, aunque la proporción de empresas en alza se redujo a 44,3%. Menos fábricas registraron rentabi...

03/06/18 COMUNICADO

5

VENTAS MINORISTAS PYMES: CAYERON 4,8% EN MAYO

La comparación es interanual pero con respecto a abril aumentaron 4%. En lo que va de 2018 suman un descenso de 2,5%. Algunas comercios lanzaron ofertas o promociones tentadoras, así hubo casos donde las cantidades de despacho crecieron pero en facturación se mantuvieran apenas por encima del año pasado.

Las ventas minoristas de los comercios Pymes finalizaron mayo con una baja de 4,8% frente a igual mes del año pasado, medidas a precios constantes, y acumulan una declive anual de 2,5% en los primeros cinco meses del año.

Comparadas con abril, subieron 4%, que se explica por la estacionalidad del mes. Para la mayoría de los negocios, mayo fue mejor que abril pero peor que mayo del 2017, que de por sí las ventas ya habían descendido 2,3%.

Fue un mes de mucha tensión económica y eso le restó fuerza al consumo. Especialmente en los primera quincena, donde la suba del dólar desconcertó al público. A eso se sumaron los problemas reales de ingresos, donde se notó la pérdida en el poder adquisitivo.

Hubo notorios altibajos en las ventas, de pronto la gente desaparecía de las calles y de pronto volvía. “Ya no hay días buenos y días malos de la semana fijos, todo es muy cambiante”, coincidieron algunos comerciantes.

No ayudó el tiempo, hubo muchos días de lluvia y se sumaron los primeros días de frío, donde la gente se quedó en sus casas.

Algunas tiendas sacaron ofertas o promociones tentadoras que atrajeron al cliente. Eso provocó casos donde las cantidades de salida crecieron pero en facturación se mantuvieran apenas por encima del año pasado.

En mayo sólo el 25,8% de los comercios consultados tuvieron alzas anuales en sus ventas (en abril el 32,8%). En cambio, el 62,5% tuvo variaciones negativas y el 11,6% se mantuvo sin cambio.

En un mes de baja rentabilidad y altas tasas de interés como mayo, donde los negocios debieron asumir subas de tarifas, de alquileres, mercadería con aumento, y de costos en general, las comisiones que cobran las tarjetas, posnet y bancarias, pesaron.

Para los comercios que venden online, la venta por ese canal se mantuvo firme, en aumento.

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

del país:

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

Consideraciones Generales

- Las ventas minoristas disminuyeron 4,8% en mayo 2018 frente a igual fecha de 2017. En los sectores de ingresos altos y medios, la incertidumbre cambiaria y financiera retrajo el consumo, ya sea porque la gente se resguardó en dólares, compró Lebac o porque decidió esperar un panorama más cierto sobre lo que viene en la Argentina. No ayudaron los rumores o temores que circularon de boca en boca sobre posibles escenarios críticos.
- En mayor o menor medida, los 19 rubros relevados retrocedieron en la comparación anual. Hubo incluso 8 ramos con desplomes mayores al 6%.
- Donde menos se sintió el descenso fue en el rubro '**Alimentos y Bebidas**', donde las ventas a precios constantes declinaron un 1,8% anual. Se buscaron con más intensidad las segundas y terceras marcas, y también la gente dividió su consumo en diferentes comercios, dependiendo el importe, ya que se observaron diferencias importantes en determinados productos entre un local y otro.
- Este mes se notó a los empresarios menos optimistas que en abril. Sólo el 45% de los comercios consultados esperan que en los próximos meses las ventas se recuperen (en abril 50,5%).
- Fue un mal periodo también para la rama '**Indumentaria**', donde las ventas volvieron a derrumbarse 6,5% frente al mismo mes del 2017 y acumulan una baja de 3,9% en los primeros cinco meses del año (siempre medidas a precios constantes). Se despachó

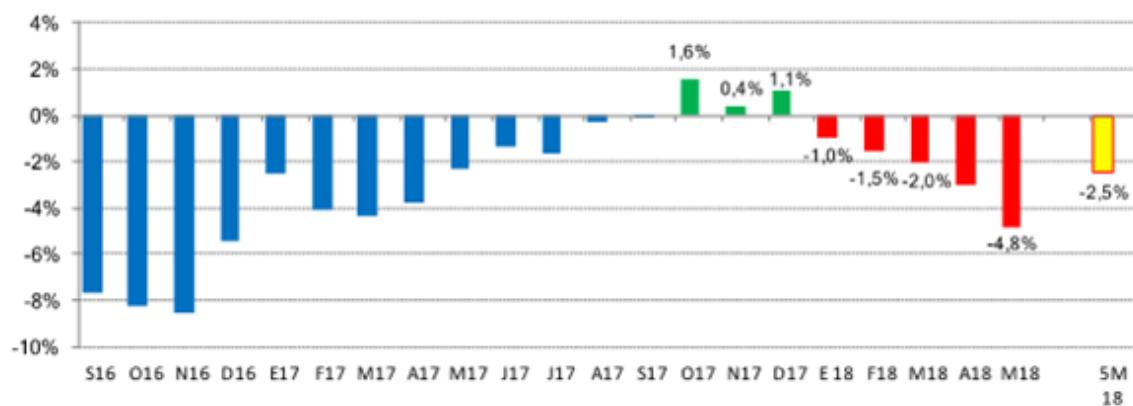
algo más que en abril, pero bastante menos que en mayo del año pasado, que tampoco había sido un buen mes. El tiempo no ayudó y la ropa de temporada otoño-invierno todavía no despierta interés. Para las tiendas es un problema porque en junio estiman que, por el mundial, de por sí se venderá menos. Aunque se espera que el Día del Padre y la llegada del frío ayude a levantar. El 60% de los negocios de este sector tuvieron bajas anuales.

•En '**Electrodomésticos y artículos electrónicos**', las ventas a precios constantes se redujeron 3,2% frente al mismo mes del año pasado. En lo que va del 2018 este rubro acumula una declinación de 1,7% anual. La cercanía del mundial alentó la salida de televisores y eso generó a su vez efecto rebote en algunos otros productos pequeños. Fue lo que salvó el mes en ese rumo, que como el resto de los comercios, se vio complicado por la incertidumbre económica, y la suba de tasas de interés que incrementó los costos de financiamiento. En los barrios y ciudades de mayor poder adquisitivo se notó más la merma, posiblemente porque es la gente que más se refugió en el dólar y otros instrumentos financieros aprovechando las altas tasas.

•El ramo de mayor desplome en mayo fue '**Golosinas**', donde las ventas a precios constantes se desmoronaron un 8,5% y suman un declive de 3% en lo que va del año. Los kioscos, maxi-kioscos y lugares de expendio de estos productos sintieron muy fuerte la merma en el consumo. El 68,8% de los negocios expusieron bajas en la comparación anual.

•Ni siquiera el ramo '**Bijouterie**', que al tener artículos de menor valor suele a veces escapar a las tendencias bajistas, pudo zafar. Al contrario, 89 de los 100 tiendas relevadas tuvieron descensos en la comparación anual. En promedio, la baja fue de 6,1% anual, pero ya había caído 3,8% en mayo de 2017 y 13,1% en mayo de 2016. Con lo cual, el desplome se vuelve más que significativo.

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 mayo 2018 se realizó entre el lunes 28 de mayo y el viernes 1 de junio.
- 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 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 vincular se tomó tras analizar durante meses que la información que brindan los negocios 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 Mayo 2018

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

Serie del Índice de Ventas Minoristas

Mes	IVM Ene 09 =100	Variación i.a.	Variación mensual	Mes	IVM Ene 09 =100	Variación i.a.	Variación mensual
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%	-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	-2,0%	14,2%	N16	133,2	-8,5%	-16%
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	-2,0%	-11,4%	A18	99,1	-3%	-0,8%
				M18	103,4	-4,8%	4,3%

Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 3 de junio de 2018