

04/11/18 COMUNICADO

6

VENTAS MINORISTAS PYMES: CAYERON 9,4% EN OCTUBRE

Es en relación a igual mes del año pasado y medido en unidades. Son 10 meses consecutivos en declive lo que suma un 4,9% en lo que va del 2018. Todos los rubros relevados bajaron en la comparación anual.

Las ventas minoristas de los comercios Pymes cayeron 9,4% en octubre frente a igual mes del año pasado, medidas en unidades*, y acumulan una baja anual de 4,9% en los primeros diez meses del año.

Todos los rubros que componen la canasta minorista tuvieron caídas muy fuertes en un mercado que vendió lo justo y necesario. La gente controló mucho el gasto con tarjetas y le escapó incluso a las cuotas sin interés por las altas tasas punitivas cuando se paga solo el mínimo. Aunque entre la opción de abonar en un solo pago o en más de uno sin interés, siempre se eligió a plazo.

“Las tasas de financiamiento de las tarjetas de crédito son exageradamente altas lo que está resintiendo mucho el consumo, se nota el miedo de los consumidores a endeudarse”, dijo **Alberto Juan Mazzoni**, prosecretario de la Federación de Centros Comerciales a Cielo Abierto de la ciudad de Corrientes. Según su visión, la situación del mes fue muy mala y “el Día de la Madre fue el peor en muchos años”.

Por cierto, esa celebración en octubre ayudó a mejorar las ventas en relación a septiembre, pero no frente al año pasado. Se vendió muy poco, el regalo fue discreto, y si bien hubo muchísimas promociones, no alcanzaron para salvar la fecha donde las familias hicieron más paseos que compras. La caída en el poder adquisitivo del ingreso familiar es muy visible y la demanda no está pudiéndose sostener siquiera con las oportunidades de financiamiento que ofrecen algunos negocios.

En octubre el 76,4% de los comercios consultados tuvieron bajas anuales en sus despachos, sólo 17,4% crecieron y el 6,2% se mantuvo sin cambios. Hay mucha preocupación entre los empresarios sobre cómo será la venta de fin de año si el mercado no repunta.

Dos efectos que se están dando son el incremento en la venta online. Muchos negocios están sumando esa modalidad para captar especialmente al público joven o participar de eventos de alto alcance como fue el Cyber Monday en los últimos tres días del mes.

Variación interanual de las ventas minoristas en octubre

En unidades vendidas

Rubro	Ventas en locales físicos	
	octubre '18 vs. octubre '17	10 meses de 2018 vs. 10 meses de 2017
Alimentos y Bebidas	-5,2%	-2,5%
Bazar y Regalos	-9,3%	-5,6%
Bijouterie	-10,2%	-5,7%
Calzados	-10,8%	-5,8%
Deportes y Art. de Recreación	-8,4%	-5,4%
Electrodomésticos y Electrónicos	-11,8%	-5,7%
Farmacias	-5,6%	-4%
Ferreterías y Materiales Eléctricos	-12%	-6%
Joyerías y Relojerías	-15,3%	-7%
Juguetería, Rodados y Librerías	-11,8%	-4,1%
Marroquinería	-12,9%	-7,3%
Materiales para la Construcción	-14,1%	-4,3%
Muebles	-11,6%	-6,2%
Neumáticos	-12,5%	-4,6%
Perfumería y Cosmética	-5,1%	-2,5%
Textil – Blanco	-10,6%	-6,6%
Textil – Indumentaria	-8,4%	-5,6%
Promedio Ponderado	-9,4%	-4,9%
Promedio Simple	-10,3%	-5,2%

A partir de este mes se vuelven a informar las ventas en cantidades vendidas por las dificultades para obtener información completa de ventas corrientes en los comercios.

Consideraciones generales

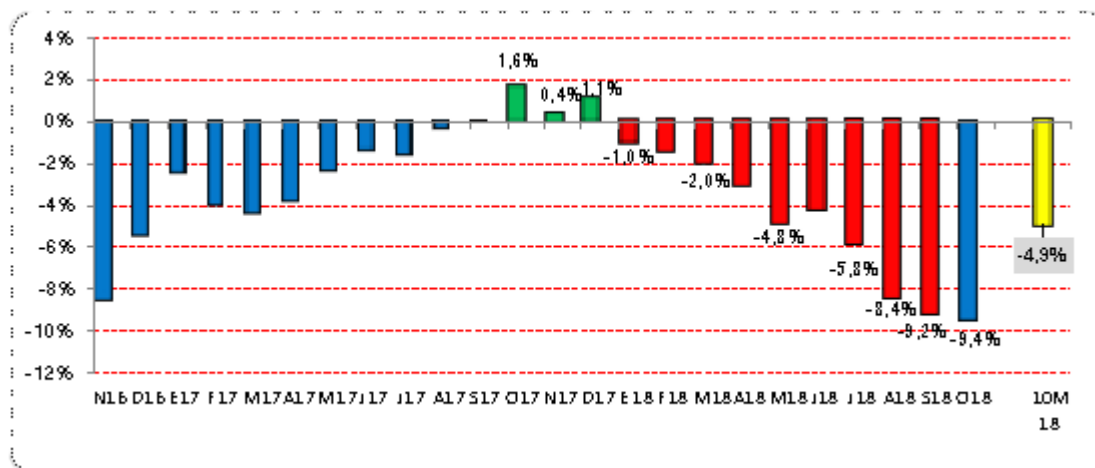
- Las ventas minoristas cayeron 9,4% en octubre 2018 frente a igual fecha de 2017. Los comercios cumplieron así diez meses consecutivos en baja.
- Todos los rubros relevados cayeron en la comparación anual. Los derrumbes llegaron al 15,3% como fue el caso de **“Joyerías y Relojerías”**, que tuvo muy poca salida en los últimos meses, agravado además por el incremento de la venta ilegal en las calles de las grandes ciudades. Otro ramo muy golpeado fue **“Marroquinería”** con un desplome anual de 12,9% en las cantidades vendidas, y una actividad que no reacciona. En algunas provincias, caso Salta, varios negocios del sector comenzaron a abrir de horario corrido (sin siesta) para tratar de que rote más la mercadería.
- En **“Materiales para la Construcción”**, el despacho tuvo un hundimiento del 14,1% en cantidades frente al mismo mes del año pasado. Se vendió con muchos altibajos, los comercios están preocupados a la vez por la cantidad de productos que salen en el mercado informal, afectando las ventas. A eso se suman algunas grandes cadenas que captan ventas con descuentos y ofertas que no pueden igualar. Muchos negocios están planificando comenzar la venta online, para competir en ese espacio que cada vez gana más relevancia también en este sector.
- En **“Alimentos y Bebidas”**, las ventas en cantidades descendieron un 5,2% anual y acumulan una baja de 2,5% en los primeros diez meses del año. El público se inclinó

hacia terceras marcas, recorrió buscando precios entre un local y otro, y armó *pooles* para ir a comprar a mayoristas, ferias, mercados de abastos, y otros lugares para abaratar. Muchos comercios informaron que para no perder ventas mantuvieron precios, pero absorbiendo ellos los aumentos con que llegó la mercadería. Sobre todo, pudieron hacerlo los negocios que son propietarios de los locales y tienen más margen para manejar costos. El resto se vio muy comprometido por los incrementos en los alquileres del mes.

- En **“Indumentaria”**, las ventas declinaron 8,4%, siempre en la medición interanual; y suma un desplome de 5,6% en los diez meses del año (en cantidades). Según las tiendas consultadas, la mayor salida fue en la semana del Día de la Madre y después de eso el consumo se deprimió. Sólo el 18,8% de los comercios del sector tuvieron aumentos en las ventas. El mismo comportamiento tuvo el rubro **“Textil-blanco”** con una caída de 10,6% anual. Hubo muchas ofertas en el mes, pero hubo poca salida. Solo en la semana del Cyber Monday repuntó para aquellos comercios que pusieron ofertas online. Pero en rentabilidad, fue un mes entre “regular y malo”, según las empresas consultadas.

- Por regiones, los mayores derrumbes se obtuvieron en las regiones NOA, Cuyo y Centro del país, con bajas anuales de 15,7%, 14,6% y 16,6% respectivamente. En Provincia de Buenos Aires y Gran Buenos Aires la caída fue de 8,7% mientras que en CABA fue de 9,2%, siempre en la medición en cantidades.

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 septiembre 2018 se realizó entre el martes 30 de octubre y el sábado 3 de noviembre.
- 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 comercios 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 empalme 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.

- A partir de agosto de 2018, se juntaron los rubros materiales eléctricos y ferreterías, ya especialmente en el interior, muchos comercios venden ambos productos juntos. A su vez, el ramo golosinas, que abarca principalmente kioscos y maxikioscos, se integró a Alimentos y Bebidas, ya que muchos de estos negocios vienen incorporando mini almacenes a la oferta cotidiana.

Ventas minoristas en octubre 2018

VENTAS EN LOCALES	Ponderadores	Variación i.a. en unidades vendidas	Comercios relevados
Alimentos y Bebidas	19,7%	-5,2%	200
Bazar y Regalos	3%	-9,3%	100
Bijouterie	3%	-10,2%	100
Calzados	5,1%	-10,8%	100
Deportes	4,5%	-8,4%	100
Electrodomésticos y Art. Electrónicos	8,9%	-11,8%	100
Farmacias	5%	-5,6%	100
Joyería y Relojería	4,7%	-12%	100
Juguetería	3%	-15,3%	100
Marroquinería	5,8%	-11,8%	100
Materiales Eléctricos y Ferreterías	2,8%	-12,9%	80
Materiales para la Construcción	4,3%	-14,1%	100
Muebles de Oficina y Hogar	6,6%	-11,6%	100
Neumáticos	3,5%	-12,5%	70
Perfumería	2,6%	-5,1%	70
Textil – Blanco	4%	-10,6%	100
Textil – Indumentaria	13,5%	-7,4%	200
Promedio Ponderado	100%	-9,3%	2000
Promedio Simple		-10,3%	

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%	D13	272,3	1,6%	80,8%
F09	95,9	-14,6%	-4,1%	E14	118,0	-3,8%	-56,7%
M09	113,6	-14,8%	18,5%	F14	97,8	-6,5%	-17,1%
A00	121,0	-12,2%	7,3%	M14	110,7	-7,2%	13,1%

A09	121,9	-13,3%	7,5%	M14	110,7	-7,2%	13,1%
M09	136,9	-10,5%	12,3%	A14	111,9	-7,5%	1,1%
J09	138,7	-10,6%	1,3%	M14	120,5	-8,3%	7,7%
J09	138,7	-16,1%	0%	J14	137,9	-8,8%	14,4%
A09	130,5	-3,2%	-5,9%	J14	136,9	-9,6%	-0,7%
S09	125,3	-9,8%	-4%	A14	121,6	-9,3%	-11,1%
O09	157,3	-6,6%	25,5%	S14	119,4	-8,2%	-1,8%
N09	140,3	3%	-10,8%	O14	168,1	-5,3%	40,8%
D09	206,9	6,9%	47,5%	N14	143,2	-4,9%	-14,8%
E10	104,4	4,4%	-49,5%	D14	277,7	2%	93,9%
F10	98,7	2,9%	-5,5%	E15	119,8	1,5%	-56,9%
M10	118,0	3,8%	19,5%	F15	100,6	2,8%	-16%
A10	126,3	3,6%	7,1%	M15	113,1	2,2%	12,5%
M10	143,2	4,6%	13,4%	A15	113,7	1,6%	0,5%
J10	155,2	11,9%	8,4%	M15	122,5	1,7%	7,8%
J10	148,4	7%	-4,4%	J15	140,3	1,8%	14,5%
A10	136,4	4,5%	-8,1%	J15	139,2	1,7%	-0,8%
S10	130,4	4,1%	-4,4%	A15	124,5	2,4%	-10,5%
O10	166,5	5,9%	27,7%	S15	122,3	2,4%	-1,8%
N10	150,4	7,2%	-9,7%	O15	172,6	2,7%	41,2%
D10	234,6	13,4%	56%	N15	145,5	1,6%	-15,7%
E11	114,1	9,3%	-51,4%	D15	286,3	3,1%	96,7%
F11	106,1	7,5%	-7%	E16	117,0	-2,3%	-59,1%
M11	126,0	6,8%	18,8%	F16	96,1	-4,5%	-17,9%
A11	134,0	6,1%	6,4%	M16	106,6	-5,8%	10,9%
M11	151,4	5,7%	13%	A16	106,2	-6,6%	-0,4%
J11	165,2	6,4%	9,1%	M16	111,2	-9,2%	4,8%
J11	157,8	6,3%	-4,5%	J16	126,6	-9,8%	13,8%
A11	144,3	5,8%	-8,5%	J16	127,9	-8,1%	1,1%
S11	138,4	6,1%	-4,1%	A16	115,3	-7,4%	-9,9%
O11	176,9	6,2%	27,8%	S16	112,8	-7,7%	-2,1%
N11	159,1	5,8%	-10%	O16	158,4	-8,2%	40,4%
D11	256,9	9,5%	61,5%	N16	133,2	-8,5%	-16%
E12	120,6	5,7%	-53,1%	D16	270,9	-5,4%	103,4%
F12	108,1	1,9%	-10,4%	E17	114,1	-2,5%	-57,9%
M12	123,5	-2%	14,2%	F17	92,1	-4,1%	-19,3%
A12	129,2	-3,6%	4,7%	M17	101,9	-4,4%	10,6%
M12	141,4	-6,6%	9,4%	A17	102,1	-3,8%	0,3%
J12	153,9	-6,8%	8,9%	M17	108,6	-2,4%	6,3%
J12	148,0	-6,2%	-3,9%	J17	124,8	-1,4%	15%
A12	136,8	-5,2%	-7,6%	J17	125,9	-1,6%	0,8%
S12	132,0	-4,6%	-3,5%	A17	115,0	-0,3%	-8,7%
O12	172,8	-2,3%	30,9%	S17	112,7	-0,1%	-1,9%
N12	154,2	-3,1%	-10,8%	O17	161,0	1,6%	42,8%
D12	268,0	4,3%	73,8%	N17	133,7	0,4%	-16,9%
E13	122,7	1,7%	-54,2%	D17	273,8	1,1%	104,8%
F13	104,6	-3,2%	-14,7%	E18	113,0	-1%	-58,8%
M13	119,3	-3,4%	14%	F18	90,7	-1,5%	-19,7%
A13	120,9	-6,4%	1,4%	M18	99,8	-2%	10%
M13	131,4	-7,1%	8,6%	A18	99,1	-3%	-0,8%
J13	151,2	-1,8%	15,1%	M18	103,4	-4,8%	4,3%
J13	151,4	2,3%	0,2%	J18	119,6	-4,2%	15,7%
A13	134,1	-2%	-11,4%	J18	118,6	-5,8%	-0,8%
S13	130,1	-1,5%	-3%	A18	105,3	-8,4%	-11,2%
O13	177,5	2,7%	36,5%	S18	102,4	-9,2%	-2,8%