

Las ventas minoristas cayeron 7,7 % en septiembre

jueves, 06 de octubre de 2016

Las cantidades vendidas por los comercios minoristas cayeron 7,7 % en septiembre, frente al mismo mes del año pasado, afectadas por el menor poder adquisitivo de las familias. Es el noveno mes consecutivo en que las ventas bajan agresivamente, en una tendencia que comenzó a principios de año y no muestra por ahora señales de cambio.

Septiembre fue un mes muy tranquilo. El público miró pero compró poco y, aunque las posibilidades de financiamiento en cuotas sin interés ayudaron, especialmente el programa Ahora 12 para productos nacionales, mucha gente prefirió mantenerse fuera del mercado de consumo para acomodar sus deudas con tarjetas y racionalizar sus gastos.

Los comercios de algunos rubros como indumentaria, textiles, calzados, jugueterías, joyerías, bazares, o mueblerías lanzaron ofertas tentadoras para generar liquidez, logrando con eso captar algo más de demanda, pero aun así las ventas fueron débiles y las posibilidades de competir con las ofertas agresivas de las grandes cadenas de hipermercados fueron escasas.

Las caídas anuales más pronunciadas en el mes ocurrieron en: ‘Electrodomésticos y artículos electrónicos’ (-16,8 %), ‘Neumáticos’ (-12,4 %), ‘Ferreterías’ (-10,9 %), ‘Textil e indumentaria’ (-9,6 %) y ‘Materiales para la construcción’ (-7,9 %). A diferencia de agosto no hubo ningún rubro en alza.

Como noticia positiva, sobre fin de mes comenzó a observarse más gente en los locales, aunque no lo suficiente como para anticipar un cambio de tendencia en octubre.

Con el resultado de septiembre, las ventas minoristas medidas en cantidades registraron una tasa de caída promedio anual de 6,8 % en los primeros nueve meses del año.

Las siguientes fueron las principales variaciones en los volúmenes físicos vendidos en septiembre frente a igual mes de 2015, relevadas en 1.365 comercios minoristas del país:

Consideraciones Generales

Las cantidades vendidas por los comercios minoristas cayeron por noveno mes consecutivo, al registrar un retroceso anual de 7,7 % en septiembre. Todos los rubros sin excepción cayeron en el mes en la comparación anual.

El rubro más resentido continuó siendo ‘Electrodomésticos y artículos electrónicos’, donde las ventas bajaron 16,8 % anual (medidas en cantidades). Los locales se movieron durante todo el mes con muy poca gente. Sobre fin de septiembre hubo más consultas pero no alcanzaron a traducirse en más ventas. En general, al ser productos de mayor valor son los que más postergados se ven en épocas recesivas como la actual, donde la gente posterga esas compras. Incide que el mes encontró a las familias con poco resto financiero y sus tarjetas de crédito con altos montos de consumo. Hubo intentos de compras que quedaron trunco por falta de límites en las tarjetas y compras que se fraccionaron con más de un medio de pago.

En ‘Indumentaria’, las cantidades vendidas tuvieron una baja anual de 9,6 % y acumulan una tasa de caída promedio anual de 7,3 % en el año. El mercado se movió principalmente con cazadores de oferta que aprovecharon los descuentos y ofertas especiales, que alcanzaron los comercios en la búsqueda de liquidez para pagar sueldos y gastos corrientes. Lo mismo sucedió en el rubro ‘Textil-blanco’, donde las cantidades vendidas cayeron 7,7 % en el mes y acumulan un retroceso anual promedio de 7,2 % en el año.

Otros rubros muy afectados fueron los vinculados al de la construcción. La venta de ‘Materiales para la construcción’ cayó 7,9 % anual en el mes, la de ‘Materiales eléctricos’ bajó 9,2 % y ‘Ferreterías’ (-10,9 %).

En mueblerías, en tanto, se observaron las tasas de caídas anuales más bajas, en buena medida por los precios atractivos que lanzaron algunos comercios que liquidaron mercadería para generar movimiento y renovar modelos. Así, las cantidades vendidas de ‘Muebles de oficinas’ cayeron 4,1 % anual y las de ‘muebles para el hogar’ (-3,9 %). De todos modos, hubo mucha dispersión de precios entre los diferentes comercios consultados, en algunos casos con desplomes muy profundos y en otros con repuntes suaves.

En ‘Alimentos y bebidas’ las cantidades vendidas se derrumbaron 3,1 % anual frente al año pasado, empujada especialmente por el menor consumo de bebidas. En alimentos la venta también fue muy controlada pero se mantuvo más estable. La gente continuó buscando segundas y terceras marcas, o haciendo más compras controladas, ayudando de esa manera a los comercios de barrios. Pero al mismo tiempo las empresas del rubro deben competir con las ofertas agresivas que lanzan de viernes a domingo los hipermercados para atraer público y eso les quita consumo, ya que no tienen capacidad de igualar esas promociones. Aun así, hay muchos precios que se consiguen más baratos en los comercios chicos y las familias están atentas a eso.

Anexo metodológico

El relevamiento para evaluar la evolución interanual de las ventas minoristas se realizó entre el lunes 26 y el viernes 30 de septiembre.

Se cubrió un universo de 1.365 comercios pequeños y medianos de la Ciudad de Buenos Aires, Gran Buenos Aires, y el Interior del país, de los principales 20 rubros que concentran la venta minorista familiar. El relevamiento se efectuó exclusivamente en comercios chicos y medianos, localizados en calles y avenidas comerciales.

De las unidades comerciales relevadas, 1260 empresas fueron relevadas por las cámaras, federaciones y entidades comerciales regionales adheridas a CAME. El resto de las unidades (105), fueron sondeadas en forma directa por el equipo de encuestadores de CAME.

Para calcular la variación anual promedio de las ventas, se utilizó un promedio ponderado. La ponderación de cada rubro se estimó de acuerdo a datos del Censo Económico 2004/05 y datos de CAME.

En la siguiente tabla se detalla, además de las variaciones anuales, la participación de cada rubro y la cantidad de empresas relevadas.

Las ventas minoristas en septiembre 2016

Circular CAME. Buenos Aires, 4 de octubre de 2016