

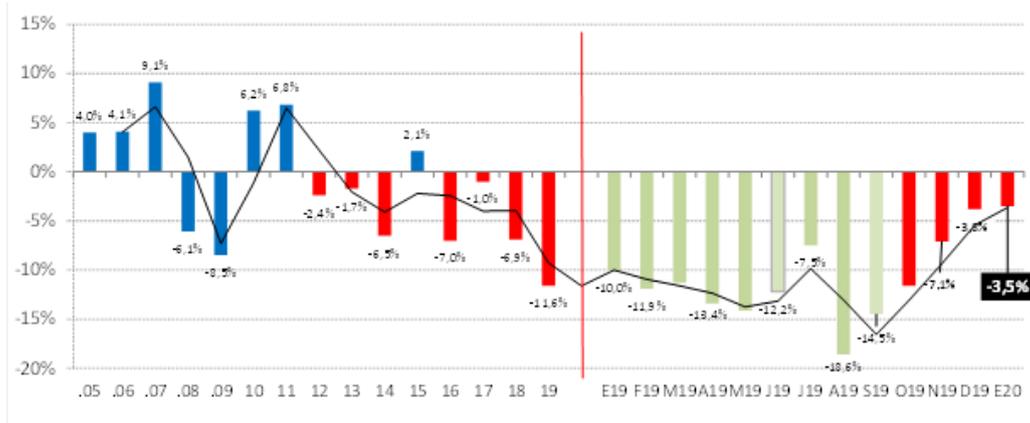


Confederación Argentina de la Mediana Empresa

Ventas minoristas pymes: resultados del mes de enero 2020

Las ventas minoristas cayeron 3,5% anual en enero, medidas en cantidades. En la modalidad online crecieron 1,8% anual y en locales físicos descendieron 4,1%. Aunque solo un 28,8% de los comercios relevados percibe que el clima de consumo mejoró, un 86,1% espera que las ventas mejoren en los próximos tres meses.

- Las cantidades vendidas por los comercios minoristas bajaron 3,5% en enero frente a igual mes de 2019.
- Así surge de la medición de CAME en base a 1100 comercios de todo el país relevados entre el miércoles 29 de enero y el sábado 1 de febrero por un equipo de 27 encuestadores localizados en todas las capitales del país, GBA y CABA.
- Las ventas en locales al público declinaron 4,1% anual y en la modalidad online subieron 1,8% anual. Hace tiempo que las ventas por internet vienen en curva ascendente, captando especialmente la compra de los segmentos más jóvenes.
- El consumo de enero se vio favorecido por los ingresos adicionales que se inyectaron en la economía, donde según una encuesta online realizada por CAME entre 2493 individuos, el 34,4% lo destinó o destinará a consumo corriente. Aun así, las ventas no lograron repuntar (sí se evitó una caída mayor).



- En el caso del comercio electrónico, crecieron 6 de los 12 sectores relevados en la comparación anual y uno se mantuvo sin cambio. En la venta física, cayeron todos los rubros medidos.
- En el primer mes del año, las menores bajas en la comparación anual ocurrieron en Alimentos y Bebidas (-2,5%), Muebles, decoración y textiles para el hogar (-0,4%), e Indumentaria (-2,7%).
- Las bajas más fuertes en el mismo periodo de comparación (enero 2020 vs. enero 2019), se dieron en Bijouterie, relojerías y joyerías (-9,5%) y Ferreterías, materiales eléctricos y para la construcción (-8,4%).
- Como dato positivo, las expectativas de los empresarios tuvieron una leve mejora, y el 86,1% espera que en los próximos tres meses las ventas se mantengan en los niveles actuales (49,6%) o suban (39,5%). Solo un 13,9% de las empresas consultadas considera que pueden seguir cayendo.

Estimador de Variación de Ventas Minoristas (físicas + online)
en cantidades vendidas

Rubros relevados	Ponderación de cada rubro en el EVM	COMERCIOS PYMES		
		Físicos	On line	TOTAL
		Enero 2020 vs Enero 2019		
Alimentos y Bebidas	23,5%	-2,5%	-1,3%	-2,5%
Bazar y Regalos	3,0%	-5,0%	-1,0%	-4,7%
Calzados y Marroquinería	5,5%	-4,9%	0,0%	-4,5%
Ropa y artículos deportivos y de recreación	4,5%	-7,7%	7,5%	-5,8%
Electrodomésticos, Electrónicos, Computación, y Celulares	13,7%	-3,0%	-0,5%	-2,6%
Farmacias, perfumería y cosmética	7,0%	-12,0%	0,3%	-3,9%
Ferretería, materiales eléctricos y materiales para la construcción	6,0%	-9,1%	0,8%	-8,4%
Joyería, Relojería y bijouterie	3,5%	-10,2%	-0,8%	-9,5%
Juguetería, y artículos escolares	5,8%	-2,9%	-5,0%	-3,2%
Muebles, decoración y textiles para el hogar	7,5%	-0,8%	2,5%	-0,4%
Neumáticos y repuestos de autos y motos	4,0%	-4,6%	7,0%	-3,7%
Indumentaria	16,0%	-4,8%	10,5%	-2,7%
Promedio ponderado		-4,1%	1,8%	-3,5%
Promedio simple		-5,6%	1,7%	-4,3%

- Según la encuesta, en enero los comercios recibieron la mercadería de sus proveedores con un aumento promedio de 12,4% en el caso de los productos importados y de 10,2% en los nacionales. Los mayores incrementos se dieron en Indumentaria, con una suba mensual de 16,2% en el caso de los productos importados y 14,8% en los nacionales.

¿Adónde irán los ingresos adicionales de diciembre y enero?

Los ingresos adicionales que cobró o cobrará de diciembre y enero, sea aguinaldo, bono u otro, ¿a qué los destinó o destinará? Hicimos esa pregunta a 2493 personas online y los resultados los resultados fueron los siguientes:

- El 37,3% no recibió nada ni cree que recibirá
- El 34,4% lo destinó o destinará a consumo corriente
- El 19,5% a cancelar deudas financieras o impositivas
- El 4,1% a ahorro y el 1,1% a inversiones
- El 3,6% a vacaciones

Anexo metodológico

- El relevamiento para evaluar la evolución interanual de las ventas minoristas del mes se realizó entre el miércoles 29 de enero y el sábado 1 de febrero 2020.
- Se cubrió un universo de 1.100 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 y tanto con modalidad de venta física como online.
- 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.
- A partir de abril 2019 se realizaron algunas modificaciones metodológicas que responden a los cambios en los patrones comerciales, con una mayor tendencia a ampliar rubros dentro de un mismo comercio y la irrupción de nuevos productos que vienen ganando espacio en la canasta de consumo familiar.

Se realizó para ello un reagrupamiento de los ramos, con la incorporación de algunos nuevos como celulares, cosmética, o decoración del hogar y la fusión de otros. El objetivo fue alcanzar una muestra más consistente en cada grupo (para mayor detalle consultar en CAME).

Ventas minoristas en diciembre 2019 (locales físicos y on line)

	Ponderadores	Variación i.a. en unidades vendidas	Comercios relevados
Alimentos y Bebidas	23,5%	-0,2%	150
Bazar y Regalos	3%	-1,2%	80
Calzados y Marroquinería	5,5%	-3,6%	80
Ropa y artículos deportivos y de recreación	4,5%	-4,8%	80
Electrodomésticos, Electrónicos, Computación, y Celulares	13,7%	-2,3%	80
Farmacias, perfumería y cosmética	7%	-5,7%	80
Ferretería, materiales eléctricos y materiales para la construcción	6%	-9,9%	80
Joyería, Relojería y <u>bijouterie</u>	3,5%	-7,2%	80
Juguetería, y artículos escolares	5,8%	-7,8%	80
Muebles, decoración y textiles para el hogar	7,5%	-9,4%	80
Neumáticos y repuestos de autos y motos	4%	-6%	80
Indumentaria	16%	-1,8%	150
Promedio ponderado	100%	-3,8%	1100
Promedio simple		-5%	