



Confederación Argentina de la Mediana Empresa

COMUNICADO DE PRENSA

Las ventas descendieron 5,2% en septiembre y por tercer mes consecutivo se redujo la caída

06 de Octubre 2024 | 09:30

Las ventas minoristas pymes disminuyeron 5,2% interanual en septiembre, a precios constantes, y acumulan un declive del 15% en los primeros nueve meses del año. En tanto, en la comparación mensual desestacionalizada retrocedieron 0,5%; merma menor a la del mes anterior (1,6%). Asimismo, se confirma una baja por tercer mes consecutivo, en los porcentajes de caída: del 21,9% de retroceso de junio, al 17,7% en julio, 10,5% en agosto, hasta el actual 5,2% en septiembre.

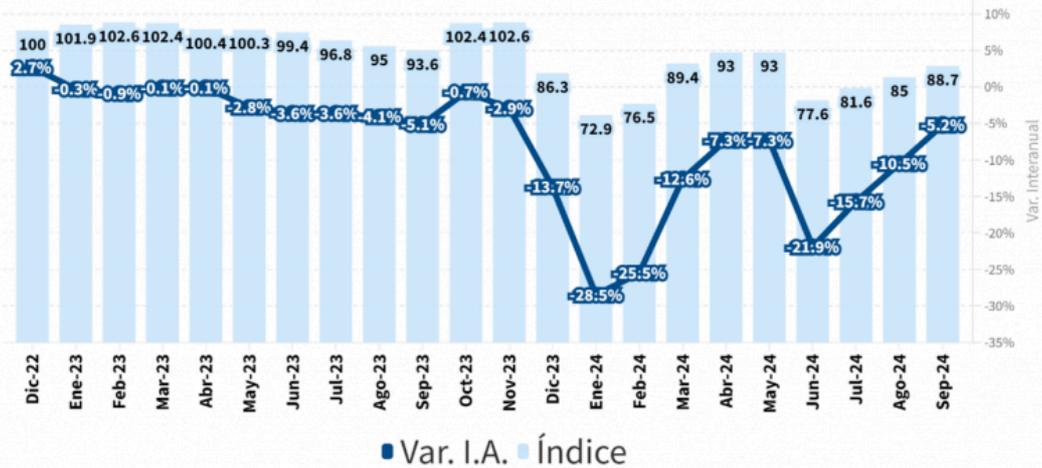


El comercio pyme volvió a tener un mes con poco movimiento, incluso hubo días con casi nula circulación de gente. La estabilidad de precios permitió planificar liquidaciones muy agresivas en algunos rubros como calzado, indumentaria y textiles para el hogar, y las cuotas a largo plazo contribuyeron a que se concreten operaciones en otros ramos como electrodomésticos, electrónicos, informáticos y muebles.



Índice de Ventas Minoristas

Variación interanual. Diciembre 2022 - Septiembre 2024 - Dic 2022 = 100



Fuente: Confederación Argentina de la Mediana Empresa

Aun así, el movimiento final resultó menor al del año pasado y también al de agosto, que de por sí fueron meses malos. En el análisis por rubro, los siete sectores evaluados volvieron a tener disminuciones en comparación con el mismo período del 2023.

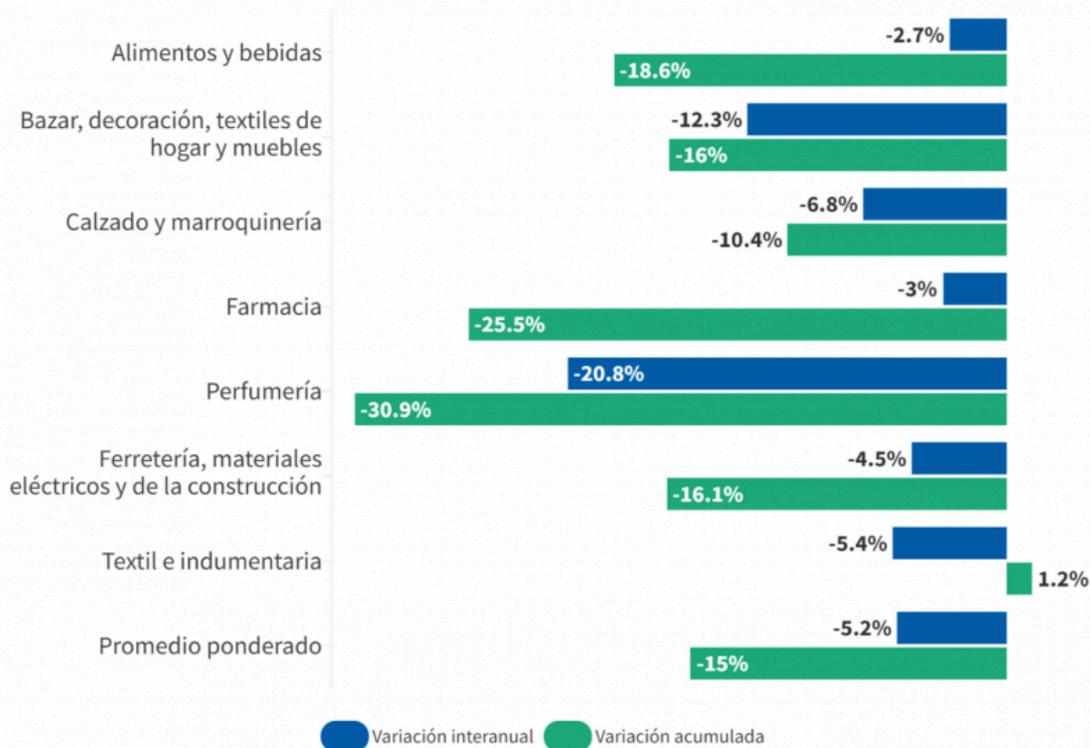
Así surge del Índice de Ventas Minoristas Pymes de la Confederación Argentina de la en Mediana Empresa (CAME), elaborado en base a un relevamiento mensual entre 1.300 comercios minoristas del país, realizado del 1 y 4 de octubre.

Análisis sectorial

En septiembre, los siete rubros relevados registraron descensos interanuales en sus ventas. La mayor retracción anual se detectó en Perfumerías (-20,8%), seguido por Bazar, decoración, textiles de hogar (-12,3 %). En el acumulado del año, la mayor baja la llevan también Perfumerías (-30,9%) y Farmacias (-25,5%).

Índice de Ventas Minoristas

Variación interanual, septiembre 2024. Variación acumulada, enero a septiembre 2024.



Fuente: Confederación Argentina de la Mediana Empresa

Alimentos y bebidas



Las ventas disminuyeron 2,7% interanual en septiembre, a precios constantes y acumulan una caída de 18,6% en los primeros nueve meses del año frente al mismo periodo de 2023. En cambio, en la comparación intermensual crecieron 0,1%.

Si bien el sector atraviesa una fase de contracción, los datos mensuales podrían estar señalando que se encontró un piso al declive y estar más cerca del inicio de un sendero de recuperación. El mes trajo algunas reducciones de precios, pero aun así fue muy visible la pérdida de poder adquisitivo de las familias que generó cambios en la demanda del consumidor, con más peso en las segundas marcas y más búsqueda de ofertas. Igualmente, en los comercios consultados manifestaron preocupación porque hay muchas compras de consumidores directas a mayoristas y los más chicos no pueden competir con las ofertas de las grandes cadenas.

Bazar, decoración, textiles para el hogar y muebles



Las ventas retrocedieron 12,3% en septiembre, siempre a precios constantes, y suman una reducción del 16% en los primeros nueve meses del año contra el mismo periodo de 2023. En la comparación intermensual se retrajeron 0,3%.

En los negocios encuestados expresaron que la situación del mes fue muy difícil y que incluso las cuotas y promociones ya no generaron entusiasmo en el mes. Para octubre hay mejores perspectivas por el Día de la Madre, que siempre promueve a regalar y este rubro es fuerte en esa temática.

Calzado y marroquinería



Se registró un descenso del 6,8% interanual en septiembre y se acumulan un retroceso de 10,4% en los primeros nueve meses comparado al año pasado. En el contraste intermensual cayeron 0,5%.

Se renovaron vidrieras, se bajaron precios, sobre todo los locales más necesitados de liquidez. Igualmente, las operaciones estuvieron paradas. Lo que más se vendió fue el calzado deportivo para niños.

Farmacia



Hubo una disminución del 3% en septiembre, que suma una retracción de 25,5% en el segmento de los nueve meses respecto al año pasado. En tanto, en la comparación intermensual mejoró 0,1%.

Fue un mes malo para el rubro, no solo por los bajos niveles de operaciones sino también por la caída de los márgenes de ganancias. La leve mejora frente a agosto solo mostró cierta tranquilidad en los comercios de que la venta en los próximos meses podría repuntar. Desde los negocios medidos observaron que, en medicamentos, la gente pedía la marca más económica.

Perfumería



Las ventas cayeron 20,8% interanual, a precios constantes, con una acumulación en la merma de 30,9%, frente a los mismos nueve meses de 2023. Con relación al intermensual hubo un alza de 3%.

Hubo más demanda de productos para cuidado personal que en meses anteriores y perfumes, que fue lo que dinamizó la actividad en el mes. Los comercios incrementaron la variedad de productos para captar ventas, pero igual observaron que si bien la salida está más estable, no se ve la manera de crecer.

Ferretería, materiales eléctricos y materiales de la construcción



Las ventas se achicaron 4,5% en el mes, y acumulan una caída de 16,1% hasta septiembre, siempre frente al mismo periodo de 2023. En la comparación intermensual subieron 0,6%.

En los locales encuestados señalaron que la gente consulta, pero para las compras grandes espera hasta último momento. Hubo demoras en las entregas de productos importados y eso perjudicó al sector. En las empresas medidas se mostraron optimistas sobre lo que puedan ser los últimos meses de fin de año.

Textil e indumentaria



Las ventas descendieron 5,4% interanual en septiembre, a precios constantes, pero aún acumulan un incremento de 1,2% en los primeros nueve meses del año, frente al mismo periodo del año pasado. En la comparación intermensual bajaron 3,2%.

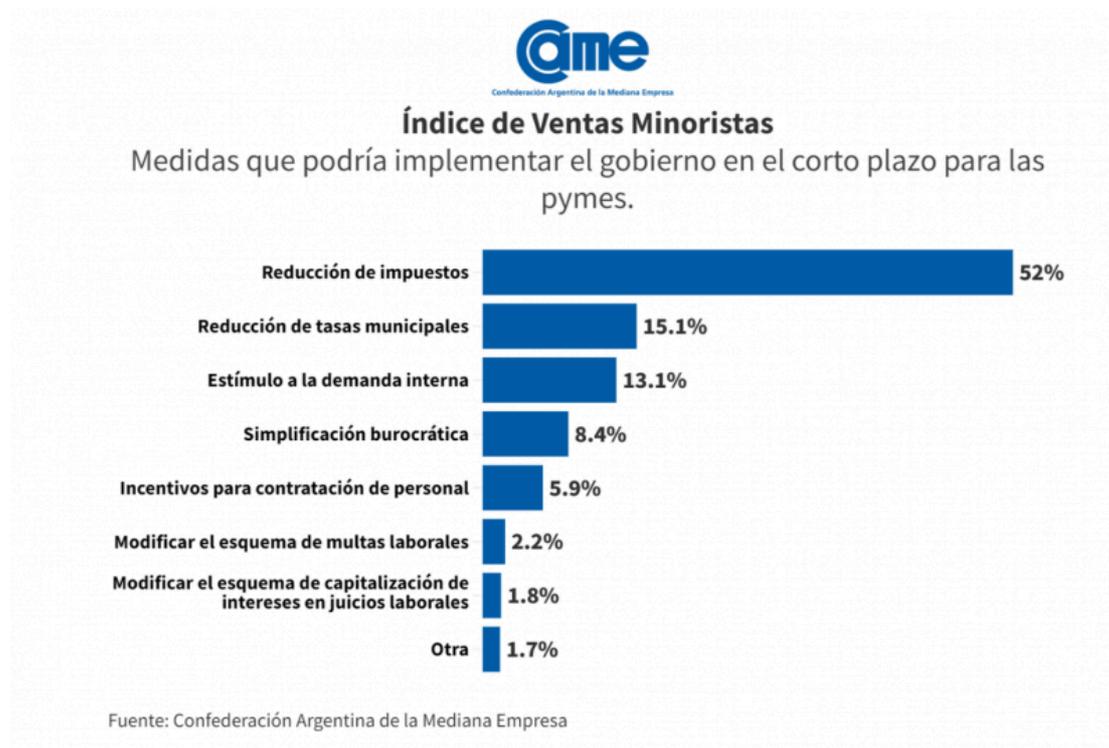
Se compró lo necesario, las ofertas tuvieron poco atractivo a pesar de ser muy generosas. Se observó poca predisposición a adquirir productos fuera de las

necesidades más urgentes.

Reclamos, obstáculos y acomodamientos

La carga impositiva continuó siendo en septiembre una de las mayores mochilas para el comercio. Así, entre las principales políticas que esperarían del gobierno los encuestados, el 29,2% se refirió a una baja de los impuestos nacionales. La reducción de impuestos provinciales se llevó el 22,8% de las respuestas, y 15,1% apuntó a la disminución de tasas municipales.

Saliendo de ese tópico, sobresalió el reclamo de medidas que fortalezcan la demanda interna (13,1% de las respuestas) y que se generen incentivos para la contratación de personal (5,9%).



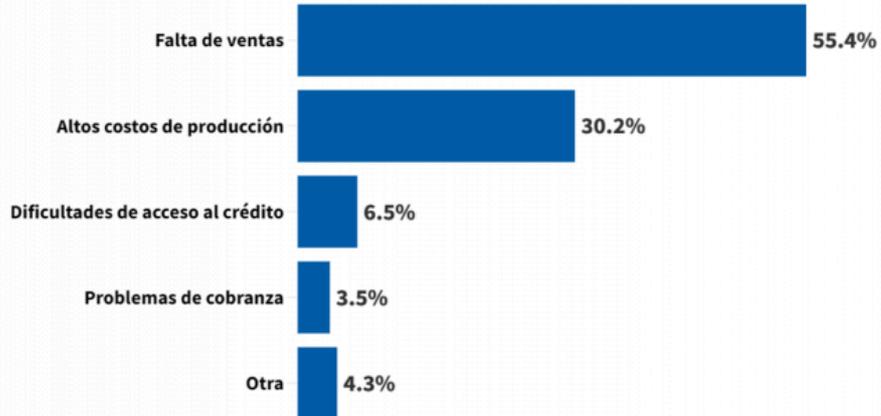
Al momento de mencionar los obstáculos que enfrenta hoy la pyme, el 55,4% mencionó la falta de ventas que se mantiene como la principal dificultad de la actividad y se mantiene en el primer lugar. En tanto, el 30,2% ubicó seguidamente a los altos costos de producción y logísticos, el 6,5% los obstáculos para acceder al crédito y 3,5% problemas de cobranzas, que se mantiene en el último lugar.



Confederación Argentina de la Mediana Empresa

Índice de Ventas Minoristas

Principales obstáculos que enfrenta su comercio.



Fuente: Confederación Argentina de la Mediana Empresa

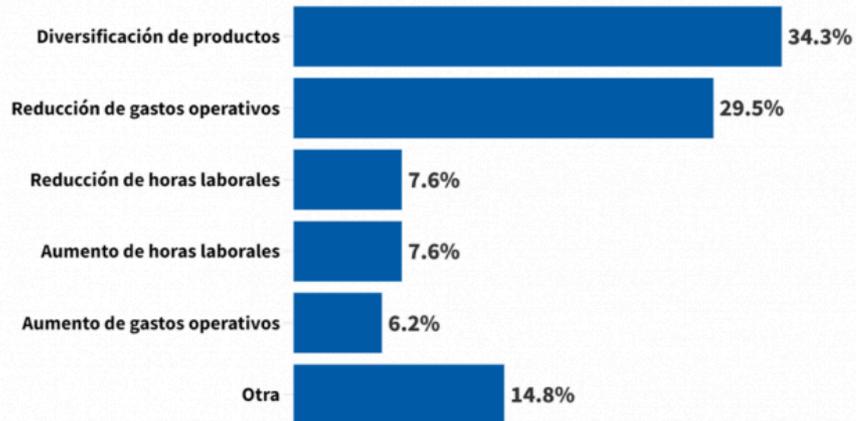
Para paliar la coyuntura actual, el 34,3% de las empresas consultadas incorporó nuevos productos y otro 29,5% redujo sus costos operativos.



Confederación Argentina de la Mediana Empresa

Índice de Ventas Minoristas

Medidas tomadas por su comercio en los últimos 6 meses.



Fuente: Confederación Argentina de la Mediana Empresa