

CAME analizó las ventas por Navidad y la suba desmedida de precios

27/12/2023



Tal como se preveía, en virtud de la alta inflación y de la cada vez más profunda caída del poder adquisitivo de la población, las ventas navideñas han decrecido respecto al año pasado. Desde la Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME) así lo certifica Salvador Femenía, vocero de la entidad.

“Respecto del año 2022 tuvimos una caída promedio del 2.8% con un ticket -también promedio- de \$ 25.260.- en el 44% de los negocios que declararon que habían vendido peor de lo que suponían, dentro del contexto en que hay que enmarcar esto que tiene un cambio presidencial en el medio, cambio del tipo de cambio oficial, remarcaciones que vienen desde las PASO, donde hubo también una devaluación previa del 22%. En este difícil contexto la novedad es que el consumo no haya caído más de lo que cayó. Las ventas se recuperaron un poco en los últimos

días por la aplicación de descuentos y promociones que ayudaron a que la caída no fuera más pronunciada aún”, expresó.

Respecto de los porcentuales que se manejaron, Femenía comentó que “Hubo dos rubros que dieron para arriba, que fueron textil e indumentaria con un aumento del 9.2%, y librería con un 8.8%, a pesar de los fuertes aumentos que también impactaron en el rubro. En las librerías la gente encontró un regalo con un ticket no tan alto, y en el caso de indumentaria hay que remarcar que el 9.2% contrasta con el 2022 y 2021 donde habían tenido una fuertes caída, o sea que no hay que dejar de tener en cuenta esto para sopesar este incremento. El 2022 había sido muy malo. El resto de los rubros medidos, jugueterías incluido, han ido para abajo, con un punto que se destaca, cosméticos y perfumerías, con una fuerte caída del 23.5% respecto del año pasado. En lo referido al aumento de precios debemos decir que para todos ha sido igual; obviamente el impacto se ha sentido mucho en alimentos y bebidas porque se han sincerado y remarcados muchos precios. También algunos han comenzado a aflojar un poquito los aumentos porque la demanda dijo basta. Hay un tema de legitimación de los precios por parte del consumidor. En algunos rubros de alimentos y bebidas directamente no se consume a los precios vigentes y creo que con la acumulación de stock que hay en algunos productos hay precios que han bajado un poco. Hay que sacar los stocks de lo que la gente está dejando de consumir. Por este lado las cosas algo se van a acomodar, pero reitero que la variación ha sido muy pareja en cuanto a porcentajes de aumentos”.

Se advierte que en algunos sectores hay una baja de precios ya que no se están convalidando incrementos desproporcionados, por ejemplo, en la carne; al respecto Femenía cree que en otros sectores pasó lo mismo: “Yo creo que hubo un aumento de precios sincerando valores, pero también hubo -por decirlo de alguna manera- un exceso de cobertura. El caso del precio de la carne es un claro ejemplo. En el mercado de Cañuelas hubo una baja del precio del kilo vivo en tanto había habido por efecto de la devaluación, un impacto alcista muy importante.

Aquí también hubo una cobertura de precios excesiva, pero se frenó la venta y esto hizo que para que el sistema de alguna manera pudiera seguir funcionando los valores bajaran. Esto ha pasado también en el tema de la construcción, al igual que en algunos alimentos de primeras marcas. Creo que seguirán acomodamientos algo más para abajo y vas a ir apareciendo promociones. Hay que ir viendo día a día porque creo que van a seguir pasando cosas con el anuncio de las medidas, y su impacto en el mercado”.