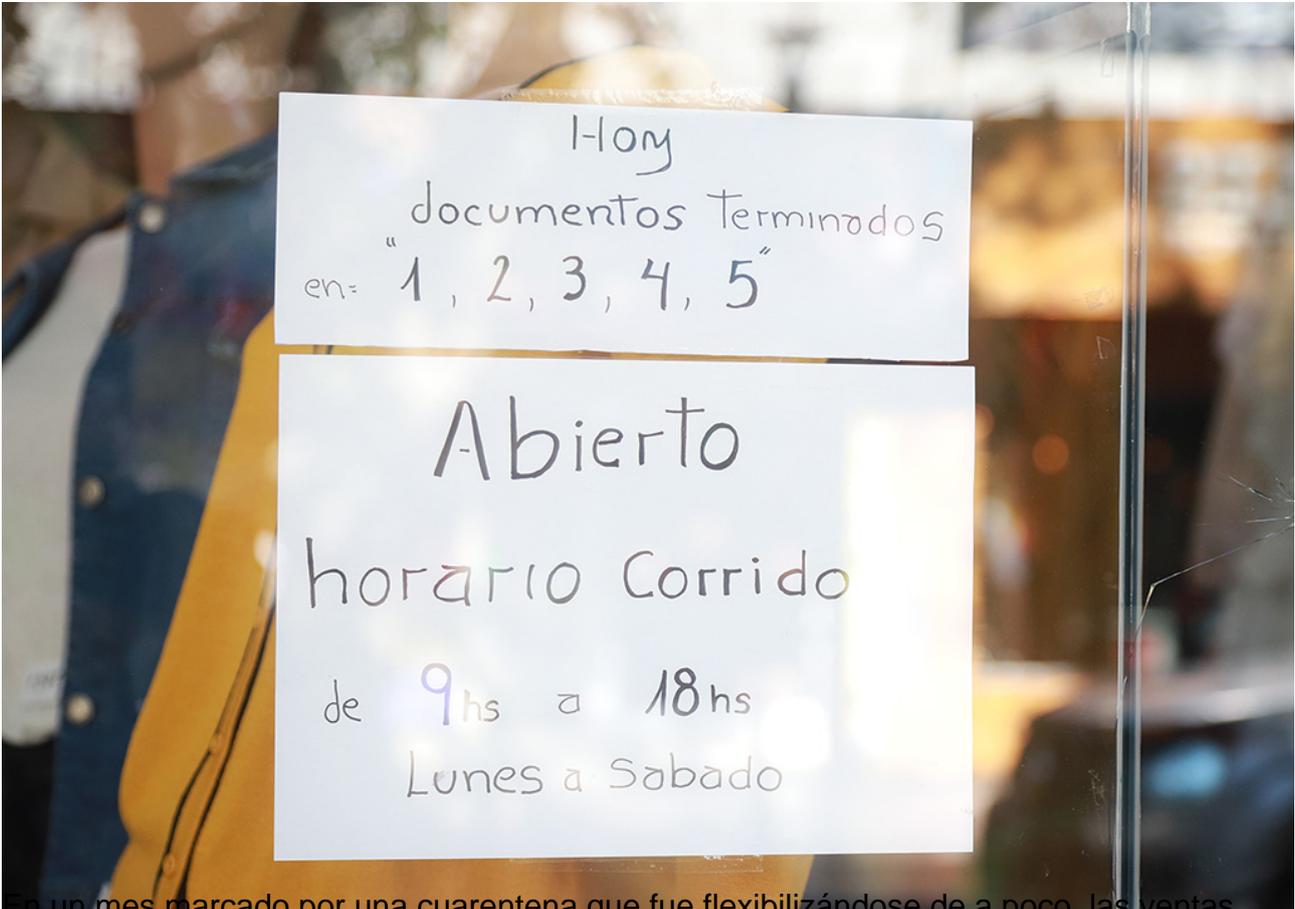


## Desplome: en abril las ventas cayeron 57%



En un mes marcado por una cuarentena que fue flexibilizándose de a poco, las ventas minoristas cayeron 57,6% medidas en forma anual en cantidades. El dato incluye tanto modalidad online como en locales físicos.

Poniendo el foco en los números, se observa que los rubros esenciales descendieron 31% anual, pero el resto tuvo una baja promedio de 75%. El 94,5% de los comercios pymes relevados tuvieron declives en sus ventas y no cubrieron sus costos operativos. Así surge de la medición de la Cámara de la Mediana Empresa (CAME) en base a 1.100 comercios de todo el país relevados entre el miércoles 29 de abril y el sábado 2 de mayo por un equipo de 30 encuestadores localizados en las capitales del país, GBA y CABA.

“Las ventas volvieron a estar marcadas por la restricción de circulación de gente que generó la cuarentena. Si bien con el correr del mes se fueron flexibilizando rubros, sobre todo en la modalidad online, no alcanzó para amortiguar el drástico derrumbe. Hay que tener en cuenta que se compara con un mes de baja venta, como fue abril de 2019, cuando cayeron 13,4%”, señaló el informe.

Los comercios que abrieron o vendieron por internet tuvieron serios problemas de abastecimiento y falta de precios de referencia. Algunos proveedores comenzaron a pasar los precios con subas importantes o en dólares.

Uno de los rubros de mayor declive en las ventas del mes fue Electrodomésticos y artículos electrónicos (-78,3% anual). Casi todo despacho fue online, mayormente de productos electrónicos, pues muchas familias y comercios invirtieron en tecnología para

---

realizar actividades cotidianas desde su hogar. Electrodomésticos casi no tuvo salida. Fue un sector muy marcado por la pérdida en el poder adquisitivo familiar. En abril 2019 las ventas ya habían declinado 18,3% anual, lo que estadísticamente contribuyó a no mostrar una baja incluso mayor.

En Ropa y artículos de deportivos las ventas disminuyeron 77,4% anual. Los comercios se manejaron mayormente por Whatsapp, sobre todo en el caso de los localizados en barrios o ciudades más chicas, y venta por Internet. Se despacharon atípicamente elementos de gimnasio como pesas, colchonetas y máquinas de caminar o correr.

El informe precisó que si bien todos los ramos bajaron, el menor declive se registró en Alimentos y bebidas (-16,6%), con un incremento de 3,6% anual en la venta online. De todos modos, la cantidad de comercios pymes de este rubro con comercio electrónico fue muy baja. Donde más se sintió la caída de ventas fue en Panaderías y verdulerías. Un problema generalizado que informaron los empresarios de este ramo fue el de faltantes de mercadería para ciertos productos.

En Farmacias, perfumerías y cosméticas las ventas totales descendieron 26,9% anual, con un aumento de 32,8% en el e-commerce. Igualmente, la participación de esa modalidad continúa siendo escasa, a pesar de que se incrementó con la cuarentena en cosmética y perfumería sobre todo.