

Día del Padre: a pesar de promociones y cuotas, el consumo cayó 1,2% en relación al año pasado

18/06/2023



Las ventas por el **Día del Padre** cayeron este año 1,2% en comparación con el año pasado, de acuerdo a una estimación hecha por la Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME). La entidad consideró que, si bien existieron promociones para impulsar las ventas, **“no fueron suficientes** para activar la demanda hacia todos los sectores”.

En números, CAME detectó que más allá de la cantidad vendida, el ticket promedio ascendió a **\$15.099**, frente a **\$6.880** el año pasado, lo que implica un aumento real de **2,5 por ciento**. “El 45% de los encuestados intentó promover las ventas a través de alguna promoción especial, mientras que el 55% restante no lo hizo”, apuntó.

En la comparación anual, se destacaron subas en **Calzado y Marroquinería (+2,6%), Cosmético y Perfumería (+1,7%) y Equipos Periféricos, accesorios y celulares (+0,2 por ciento)**. El resto de los rubros, bajaron: **Indumentaria lo hizo en un 1,1%, librería un 7,4% y electrodomésticos y artefactos para el hogar un 8,3%**, de acuerdo al relevamiento realizado por CAME entre sábado y domingo entre 245 comercios del país.

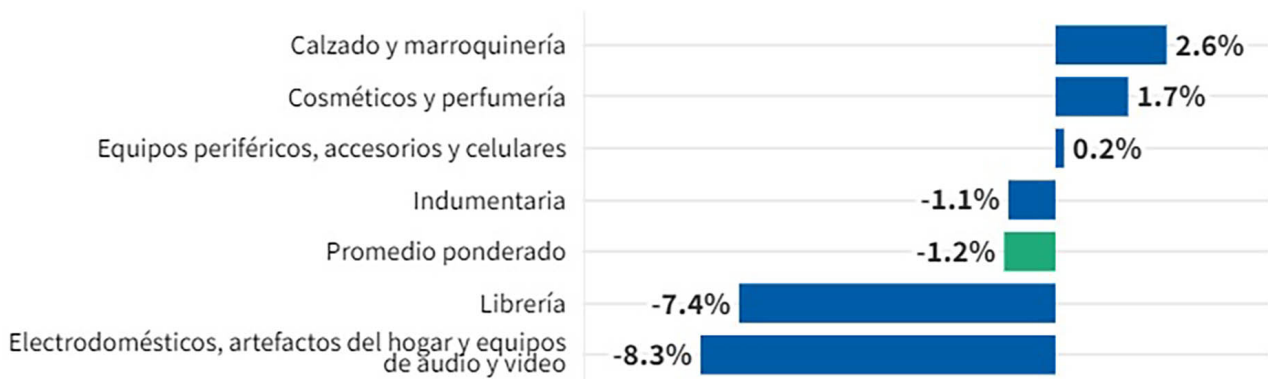
Este año bajaron las ventas por el Día del Padre en rubros como Indumentaria lo hizo en 1,1%, librería un 7,4% y electrodomésticos y artefactos para el hogar un 8,3 por ciento

Sobre el rubro que tuvo más caída, el relevamiento aseguró que la mayor parte de lo que se vendió fue con **tarjetas y en cuotas**. Desde los comercios comentaron que las promociones hicieron posible la fecha, aunque no llegó al nivel de ventas esperadas para una fecha tradicional de alto consumo.

“En cuanto a expectativas de ventas, el **45%** de los encuestados señalaron que **fueron peores a lo esperado**, mientras que para el 11% el consumo fue igual, en tanto, el 44% lo consideró mejor. Solo el 2% de los negocios medidos estimó sus ventas mucho peores a las esperadas”, precisó la entidad que nuclea a entidades pequeñas y medianas de distintos rubros.

Índice de Ventas Minoristas - Día del padre

Variaciones interanuales sectoriales



Fuente: Confederación Argentina de la Mediana Empresa

Fuente: CAME

“Se esperaba una fecha tranquila en la venta comercial, no solo por la **falta de poder adquisitivo** sino porque el festejo de este año coincidió con un fin de semana largo de 4 días, donde muchas familias **se volcaron al viaje** como regalo. El cobro anticipado de aguinaldos en la administración pública y en muchos sectores privados ayudó a dar este impulso”, dice el informe.

En 2021 las ventas del Día del Padre habían crecido **0,4%** y en 2022 tuvieron un incremento interanual de **1,4%**; la contracción de **1,2%** de este año cortó esa tendencia.

“Este año las ventas comenzaron antes de lo habitual. Ocurrió por el aumento de la compra online, que obligó a planificar con antelación el regalo para que llegue a tiempo, por el feriado largo. Es que muchas familias se llevaron el obsequio al viaje, además de aprovechar muchas promociones que estuvieron vigentes solo hasta el jueves 15”, explica CAME.

El 45% de los comerciantes encuestados señalaron que fueron peores a lo esperado, mientras que para el 11% el consumo fue igual, en tanto, el 44% lo consideró mejor

Por su parte, un informe del Instituto de Estudios de Consumo

Masivo (Indecom) señaló que los regalos del Día del Padre registraron subas en los precios de un **175 por ciento en promedio** y también midió que las ventas cayeron en comparación el año pasado.

El sondeo reveló que el promedio de gastos fue de **15.900 pesos** y que el incremento de precios frente al año pasado fue en promedio del 175 por ciento, registrando un piso promedio de un **150 por ciento** (por ejemplo en prendas de vestir como jeans, remeras o ropa interior) y **hasta un 200%** en artículos importados (joyas, alhajas, perfumes y electrónica).

El director del organismo de estadísticas, **Miguel Calvete**, explicó que en el caso de los artículos importados, la suba “se corresponde obviamente con el **incremento que sufrió el dólar** en los últimos meses” y, en el caso de los productos nacionales, detalló que “además del proceso inflacionario que viene atravesando el país, también hay un componente especulativo muy importante por parte de los comerciantes”.

Fuente: Infobae