

# Las Pymes minoristas siguen sintiendo la fuerte recesión: las ventas cayeron 7,3% en abril

06/05/2024



Las ventas minoristas pymes cayeron 7,3% anual en abril y acumulan una baja del 18,4% en el primer cuatrimestre del año. En la comparación mensual, repuntaron 1,6% respecto de marzo.

El comercio minorista sigue sintiendo la dinámica decreciente del poder adquisitivo de los consumidores, que recortaron gastos en todos los rubros.

El único sector que salió de esta tendencia es indumentaria y textil, favorecido por la proliferación de ofertas; la muy baja base de comparación, ya que el ramo viene muy debilitado desde la pandemia; y la desaceleración de los precios en este rubro en particular.

En el cuarto mes del año se observó el regreso de las cuotas

sin interés en algunos locales de electrodomésticos y materiales para la construcción, sobre todo, que ayudaron a mejorar la venta.

Así surge del Índice de Ventas Minoristas Pymes de la Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME), elaborado sobre la base de un relevamiento mensual entre 1.276 comercios minoristas del país, realizado del 2 y 3 de mayo.

## **EL SECTOR TEXTIL LA EXCEPCION**

En abril, seis de los siete rubros registraron caídas interanuales en sus ventas. La mayor retracción anual se detectó en Perfumerías (-23,3%) y el único incremento estuvo en Textil e indumentaria (+8,8%).

**alimentos y bebidas:** las ventas bajaron 8,5% anual en abril, a precios constantes y acumulan una caída de 23,8% en los primeros cuatro meses del año frente al mismo periodo de 2023.

En la comparación intermensual, subieron 2,7%. Comercios de las grandes ciudades consultados señalaron que en abril se perdieron ventas en manos de los hipermercados, que atraieron público con algunos descuentos muy agresivos.

En los almacenes de barrio, la mayor demanda se focalizó en marcas alternativas, buscando abaratar la canasta alimentaria.

«La venta del mes mejoró bastante, pero todavía estamos muy abajo del año pasado, en facturación y en unidades vendidas» (Comercio de Las Heras, Mendoza).

«Fue un mes muy complicado, con poca venta y estimo que mayo y junio serán iguales, la gente compra lo necesario y nada más» (Comercio de Mar del Plata en Provincia de Buenos Aires).

**Bazar, decoración, textiles para el hogar y muebles:** el declive en abril fue del 9,4% anual, a precios constantes para llevar la caída del cuatrimestre a 17,6%, frente al mismo periodo de 2023.

En la comparación con el mes pasado se retrajeron 1,6%. Las ventas estuvieron muy frenadas, con locales vacíos y compras más vinculadas a realizar algún obsequio. Los negocios medidos destacaron que lo que más salió fueron productos de decoración económicos y textil de invierno, como acolchados y mantas polares

Una opinión consensuada fue que, para los actuales niveles de ventas, los costos fijos son muy altos.

«Mejóro abril frente a marzo por todos los descuentos que realizamos en algunos artículos, pero la situación no es buena, la gente está muy endeudada con las tarjetas y solo compra lo que le alcanza el efectivo» (comercio de Rosario, Santa Fe).

«Las ventas fueron muy malas, la gente está usando el poco dinero que tiene para comer y no para comprar los objetos que vendemos nosotros» (comercio de la ciudad de Salta).

**Calzado y marroquinería:** las ventas tuvieron una disminución del 2,4%, siempre a precios constantes, y acumulan un retroceso del 12,5% en el primer cuatrimestre comparado a los mismos meses de 2023. En la comparación intermensual subieron 2,6%.

El cambio de temporada no favoreció al calzado porque los precios son más elevados, pero el rubro amortiguó la caída con liquidación de artículos de temporadas anteriores y el programa Cuota Simple que ofrecieron algunos comercios. La venta de calzado informal, especialmente zapatillas, fue mejor que la del formal.

«Fue muy difícil pagar los sueldos de abril porque se vendió muy mal, si no recuperamos en mayo o junio a más tardar, la continuidad del comercio está en duda» (negocio de la ciudad de Catamarca).

«Abril mejoró muy levemente, nuestro comercio vende productos

de buena calidad con precios altos, por eso la situación actual nos complica más» (Tienda de la ciudad de Santiago del Estero).

**Farmacia:** el desplome de abril fue del 18% anual, a precios constantes, y suman una retracción del 31,3% en los primeros cuatro meses, siempre en comparación al mismo periodo de 2023.

En el contraste intermensual descendieron 4,8%. Las farmacias tienen una base de comparación alta y eso acentúa la caída con relación a otros rubros. Igual, no atraviesan su mejor momento, tanto por el freno en las ventas como por las demoras en los pagos de las obras sociales.

Hubo faltantes de medicamentos y los precios siguieron llegando con subas fuertes, a pesar de la desaceleración generalizada en la mayoría de los rubros de venta minorista.

«La venta viene recuperándose muy lentamente, nuestro objetivo es llegar a los niveles del año pasado, pero estamos lejos todavía» (Farmacia de la ciudad de La Rioja).

«Hay muchos aumentos, pocas ventas y la gente está comprando con más cautela, lo mínimo indispensable» (farmacia de San Salvador de Jujuy).

**Perfumería:** las ventas se hundieron 23,3% anual en abril, y acumulan un descenso de 31,1% en los primeros cuatro meses, frente al año pasado. En la comparación con marzo, la merma fue de 4,8%. Es el rubro más afectado por la situación económica porque son productos más prescindibles. Además, muchos de ellos se venden en farmacias y supermercados.

Desde los comercios consultados se marcó que la gente busca en la perfumería algo más exclusivo, pero el cliente posterga o descarta la compra al descubrir los precios.

«Tuvimos que mudarnos a una zona más económica porque no podíamos pagar el alquiler del local con estos volúmenes de

ventas» (perfumería de Ciudad de Buenos Aires).

**Ferretería, materiales eléctricos y materiales de la construcción:** las ventas retrocedieron 11,2% anual en abril, a precios constantes, y la baja acumulada en el cuatrimestre es del 22,5%, contra el mismo periodo de 2023. En cambio, frente al mes anterior subieron 1,5%. El sector sigue sin reactivarse, moviéndose con pequeñas obras privadas, refacciones, y algún recambio de mobiliario o luminarias. La gente está postergando decisiones de compras más costosas porque no tiene límite en las tarjetas o porque no tiene certeza de poder pagar las cuotas en el futuro.

«A pesar de las promociones de tarjetas y descuentos por pago en efectivo, las ventas no se reactivan, veremos mayo como va, esperamos que algo repunte» (local de la ciudad de Córdoba).

«Los proveedores están manteniendo precios y hasta bajando algunos, ofrecen muchas promociones para reposición, pero cuesta comprar porque no vendemos» (comercio de la ciudad de Santa Fe).

**Textil e indumentaria:** las ventas subieron 8,8% anual en abril, a precios constantes y acumulan un incremento de 5,9% en los primeros cuatro meses del año frente al mismo periodo de 2023. En la comparación intermensual, subieron 1,4%. Se vende todo lo que está en oferta, lo que tiene cuotas o descuentos.

Desde las tiendas encuestadas señalaron que siguen vendiendo la ropa de verano, que tiene precios más accesibles. Mientras tanto, apuntaron que la gente se va acostumbrando a los valores de la indumentaria de temporada, especialmente tapados, pulóveres, y ropa de abrigo en general, que llegó con valores muy altos con relación a los ingresos familiares.

«Nuestras ventas subieron comparadas con marzo por el cambio de temporada y estamos un poquito mejor que el año pasado, pero se vende poco y mal. Los costos subieron mucho y la

rentabilidad está al límite» (comercio de la ciudad de Paraná, en Entre Ríos).

«La nueva colección de temporada vino con precios muy altos y los clientes todavía no se adaptan a estos valores, veremos mayo como viene» (Partido de San Martín, Provincia de Buenos Aires).