

# Las ventas por el Día del Padre cayeron 44% pero le dieron un leve respiro a los comercios

21/06/2020

Como era de esperarse, las ventas por el Día del Padre fueron muy flojas en todo el país, incluso en las provincias donde ya se habilitaron las reuniones familiares, pero se sintieron con mayor fuerza en las ciudades donde la cuarentena es más estricta como el AMBA. Según el informe de la CAME, las ventas cayeron 44% en promedio respecto del año pasado, siendo el rubro Calzado y Marroquinería el más afectado con un derrumbe del 56,4%. Se vendieron modelos discontinuos, y productos de bajo valor como pantuflas.

En la otra punta, el rubro con menor declive fue Herramientas y Artículos de ferretería que tuvo una baja del 30,8% anual, señaló la CAME. Y si bien hubo poca gente en la calle y comprando en los locales que atienden al público, la modalidad mayor de venta fue la online: aumentaron 5,8% frente a la misma fecha del año pasado.

En la otra punta, el rubro con menor declive fue Herramientas y Artículos de ferretería que tuvo una baja del 30,8% anual, señaló la CAME. Y si bien hubo poca gente en la calle y comprando en los locales que atienden al público, la modalidad mayor de venta fue la online: aumentaron 5,8% frente a la misma fecha del año pasado.

Al ser consultado por minutouno.com si los números relevados eran los que esperaban, los voceros de la cámara sostuvieron que: «Está dentro de los números que esperábamos. Las ventas venían con caídas del orden del 50% de promedio, en alguno

rubros alcanzaba el 70% como indumentaria y calzado en los meses de mayo y abril. Se suponía que para el Día del Padre iban a mejorar algo, de hecho lo hicieron pero siguen siendo números muy bajos. De hecho son los más bajos desde que tenemos registros».

Los datos surgen del relevamiento realizado por CAME entre el viernes por la tarde y el sábado por la noche en 750 comercios de todo el país, menos en Chaco y Jujuy que trasladaron la celebración al 12 de Julio.

«Tenemos dos situaciones bien diferenciadas, el interior que abrió y tuvo mejores resultados, que el AMBA que al estar cerrado y al haber baja circulación de gente los resultados son peores», agregaron desde CAME.

El informe arroja que predominó la austeridad por la incertidumbre de muchas personas que ven peligrar sus fuentes laborales ante la recesión económica que se atraviesa.

Hubo pocas ofertas y promociones, y a pesar de que la venta se mantuvo floja le dio un leve respiro a los comercios vinculados a la celebración.

Por otro lado, hubo un común denominador en todos los rubros que fue la baja variedad de productos por algunos problemas de abastecimiento.

En indumentaria las cantidades vendidas descendieron 48,7%, con mucha venta sobre la hora y algunos problemas con la mercadería de invierno. Más activo estuvo el e-commerce de ese rubro, que comenzó ya desde una semana antes.

En Accesorios de computación, celulares y productos electrónicos las ventas cayeron un 45,7% anual. Hubo pocos modelos de celulares lo que limitó el expendio en esos productos y la falta de límite en las tarjetas de crédito redujo la demanda de artículos electrónicos. También se demoraron las entregas de tablet y productos de audio. Los

negocios del sector expresan que fue una fecha perdida.

El ticket promedio de venta este año se ubicó en \$1400, un 40% por encima del 2019. Los consumidores no buscaron demasiado, y fueron directamente a las tiendas habituales.

Apenas el 4,9% de los comercios relevados tuvieron aumento en sus ventas, mientras que el 87,8% finalizó con bajas y otro 7,3% sin variación.