

Navidad: ventas minoristas cayeron 1,8% interanual

28/12/2022



La Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME) publicó un informe sobre las ventas navideñas en los comercios minoristas pymes. A precios constantes, registraron un 1,8% menos de actividad que el año pasado.

El informe fue elaborado por unos 30 encuestadores de todo el país que relevaron comercios durante el 23 y el 24 de diciembre. De los 6 grandes rubros analizados, crecieron cosmética y perfumería (+2,1%), equipos de audio, video, celulares y accesorios (+4,2%) y jugueterías (+3,4%) y cayeron calzados (-5,1%), indumentaria (-14,4%) y librerías (-7,5%).

«Hubo una medición del 1,8 % menor de ventas con respecto al año pasado. Quizás, esto que sucedió estaba un poco dentro de lo previsto, no teníamos un alto nivel de expectativas. No obstante, esto señala realmente una caída muy fuerte en algunos rubros como textil e indumentaria, calzado y marroquinería», señaló a FM Vos 94.5, a Salvador Femenía, vocero de la Confederación Argentina de la Mediana Empresa.

«Hay un contexto general donde inciden algunos factores que terminan de generar una caída. La ropa y el calzado fueron los productos que más aumentaron con respecto a la inflación. Además, hay faltantes de ciertos insumos que son importados. Otra cuestión que influye es que hay menos cantidad de cuotas en el plan Ahora 12. Este año en todos los rubros nos quedó la sensación de que hubo pocos días hábiles para completar las compras, puesto que estuvo el Mundial de fútbol de por medio y un feriado en la última semana antes de Navidad. Todo esto complicó mucho más las cosas, más allá de los factores económicos de los cuales ya tenemos conocimientos», amplió.

«Sin dudas que también hay inconvenientes por la caída del poder adquisitivo. La fiesta de fin de año, en cuanto a la venta de regalos no genera tanta expectativa como Navidad. Quizás, en el sector juguetería se espera un mayor movimiento que se irá incrementando desde acá hasta Reyes. Este es el rubro que puede recuperar algo de terreno, pero las perspectivas en cuanto a las ventas, en general, son moderadas», añadió.

Después, hizo una lectura sobre esta caída en las ventas en contraposición de la buena temporada turística que se avizora en todo el país. «Esto ha pasado durante todo este año. La gente prefiere dedicar tiempo y dinero al esparcimiento, elige viajar. Creo que tiene que ver más que nada con el cambio de hábito que hubo luego de la pandemia, ya que por algunos momentos el confinamiento fue muy traumático. A esto se le suma que ya no es tan fácil poder viajar al exterior. Fue un año exitoso para el sector del turismo. Sucede en el día a día, más allá de la caída del consumo, las salidas que atañen al entretenimiento tienen movimiento de gente, un ejemplo son los restaurantes», analizó el vocero de CAME.

«Se puede palpar como un cambio cultural. Hay mucha gente joven que no tiene previsto construir una vivienda. No piensa en hacer ese tipo de inversiones, a lo mejor prefieren alquilar y viajar. Hay como un cambio de mentalidad entre las

generaciones. La pandemia profundizó esta clase de cambios de hábito, se hace más deporte y todas las actividades que se relacionan con el esparcimiento», dijo Femenía al cierre del reportaje.