

Pocas expectativas: luego del Mundial, la venta navideña en jugueterías y supermercados no logró repuntar

24/12/2022



La atención que generó el Mundial Qatar 2022 y los sucesivos festejos propios del triunfo de la Argentina modificó la tradicional estacionalidad que tenía el consumo propio de las Fiestas. Los consumidores recién comenzaron a pensar en los regalos y en el menú navideño el pasado miércoles, y si bien repuntó la demanda, no logró recuperar lo perdido en las últimas semanas.

Todavía queda el festejo de fin de año, en el que también suele haber fuerte venta de productos de almacén, pero en lo que respecta al rubro de juguetes, el sector anticipa que el 2022 cerrará con una baja del 10% en unidades respecto de lo vendido el año previo.

Desde el supermercadismo venían advirtiendo que se había demorado toda la venta de las Fiestas por el evento deportivo, pero en lo que respecta a alimentos, el año cerrará en los mismos volúmenes, o en algunos casos algo por encima, del 2021.

En una de las cadenas detallaron a **Infobae** que “todo lo que es almacén se ubica 2% por encima del año pasado” y que la categoría que está teniendo mejor desempeño por la Navidad es la de budines, lo que se atribuye a que funciona como un sustituto del pan dulce, que es bastante más costoso. Los primeros tienen un valor de entre \$200 y \$300, mientras que los segundos rondan los \$600, los más económicos.



Las ventas de almacén se ubicaron igual o algo más arriba que el año pasado en unidades, afirman desde los supermercados

“La que viene más lenta es la pasta de maní, más conocida como Mantecol, probablemente por el precio”, agregó la fuente. Los 100 gramos de este postre-golosina cuestan aproximadamente \$400. En lo que respecta a bebidas, la fuente resaltó que están 2% por encima del 2021 y que “se vende más sidra que champagne, lo cual tiene lógica por la diferencia de precio”.

Falta de producto importado

En otra cadena coincidieron en que “la venta de productos de almacén viene parecida a la de 2021, es decir, no sufre el efecto Mundial, pero todo lo específico de las Fiestas, y sobre todo juguetes y verano, por falta de mercadería importada, se está viendo muy afectada”.

La falta de dólares y, por ende, de aprobación de permisos de importación (SIRA) redujo fuertemente la oferta de objetos de decoración navideña, juguetes y productos típicos de verano, como los juegos de jardín, por ejemplo.

Los supermercados adjudican la caída en las ventas de estos rubros a la menor oferta, aunque también influye la situación económica, la merma en el poder de compra de gran parte de la población y la decisión de las familias de priorizar los consumos más necesarios en esta época.

“Noviembre fue malo y diciembre también” (Poletto)

Lo que movió el consumo de las categorías de almacén, y particularmente las asociadas a las comidas navideñas, fueron las agresivas promociones que lanzaron los supermercados en los últimos días, como el 2x1 en confituras, pan dulces y budines; o el 70% u 80% de descuento en la segunda unidad. En cambio, en el caso de los juguetes, con valores mucho más altos (especialmente los que tienen licencias) influyó la pérdida de productos importados, pero también la falta de planes de financiación, como el Ahora 12. “El Mundial también complicó porque siempre el domingo anterior es una buena fecha de venta, y justo fue la final. La única subcategoría que crece en juguetes es la de pistolas y lanzadores”, precisaron en una de las grandes cadenas.

“La venta de juguetes viene muy floja en los últimos meses. El Mundial no ayudó demasiado porque toda la atención estuvo

puesta en eso. Nosotros como cámara organizamos la semana pasada la Noche de las Jugueterías y un poco repuntó, con promociones bancarias y cuotas sin interés, pero la atención estuvo puesta en el Mundial y los festejos esta semana”, precisó a **Infobae** el presidente de la Cámara Argentina de la Industria del Jugete (CAIJ), **Emmanuel Poletto**.

El directivo empresario agregó que recién a partir del miércoles último empezó a repuntar, pero “son muy pocos días de venta para recuperar todo los meses malos. Noviembre fue malo y diciembre también”. Por eso, sostuvo que las expectativas de cierre de año son muy moderadas y espera una caída de las ventas de 10% en unidades respecto del año anterior.

Poletto también destacó la “gran competencia desleal que hubo este año producto del contrabando y de la importación que fue habilitada por medidas cautelares”. “Hubo exceso de mercadería que entró al país de forma desleal y eso hizo que el comercio se vea afectado, tanto las jugueterías como los supermercados”, afirmó el industrial. Además, observó que “los bancos no acompañaron tanto como en otras épocas”.

A su vez, desde el sector de almacenes también las fuentes se mostraron con bajas expectativas respecto del cierre del año en materia de consumo. “En principio, venimos de un noviembre tremendo, de caídas de ventas de casi un 15%. Y en diciembre tuvimos el Mundial, por lo que todo lo que es la venta festiva se atrasó. Las compras empezaron el lunes. La mercadería duplicó el valor. La realidad de todo esto pasa por el bolsillo, el bolsillo del consumidor está castigado, agotado”, dijo a **Infobae** **Fernando Savore**, presidente de la Federación de Almaceneros de la provincia de Buenos Aires (FABA).

Fuente: Infobae