

Por el Mundial de Fútbol: el comercio en Argentina creció un 20% en volumen de ventas

14/12/2022



Según se desprende de un informe del Instituto de Estudios de Consumo Masivo (INDECOM) en el marco de un relevamiento sobre los hábitos de los argentinos, el consumo aumentó un 20% como efecto del Mundial que se está desarrollando en Qatar.

«Hemos hecho relevar todos los rubros vinculados al tema del mundial. Sobre todo, aquellos donde se han elevado las ventas tiene que ver con casas de artículos deportivos, cotillón, electrónica. También bares y el sector gastronómico, además del de pirotecnia. Fundamentalmente lo que hemos encontrado en este mundial es que es muy particular porque se está realizando en el mes de diciembre, donde se incrementa el consumo.

Éste siempre está relacionado de manera directa con el humor social, y eso es justo lo que estamos viendo en la actualidad,

a medida que ha avanzado la Selección Argentina, hay una mayor predisposición a lo que tiene que ver con gastos, en aquellos que tienen mayor capacidad de compra y endeudamiento con tarjeta de crédito», afirmó a FM Vos 94.5 Miguel Ángel Calvette, titular de INDECOM.

«Hay un incremento, como dije antes, en el rubro de artículos deportivos, tanto para las casas oficiales como así también para el sector informal, el cual ronda un 25%. En el caso de cotillones un 22%; en lo que es electrónica, fundamentalmente en celulares y televisores, un 19,3 %. Hay que destacar que a fines de noviembre el crecimiento fue superior porque ya estaban vigentes los planes de financiación del gobierno.

En panadería el incremento de las ventas hubo un incremento de 17,7%, mientras que en el sector gastronómico es del 15%, al igual que en la pirotecnia. Lo que vemos es una mayor predisposición a gastos vinculados con el mundial, teniendo en cuenta también que es el mes de diciembre y que, ante situación general del país de descreimiento, de falta de perspectiva y de horizontes, esto funciona como una suerte de atenuante, de placebo a medida que va avanzando Argentina» agregó.

«Por otro lado hay que tener en cuenta que venimos con una perspectiva de caída interanual, según comerciantes y distribuidores, que en consumos navideños se basan en torno al 18% respecto al año pasado. Más allá de ser un mes donde tenemos un complementario, bonos o distintas paritarias que se están ejecutando, la gente tiene un comportamiento mucho más prudente y racional. Obviamente el mundial hace que esto se desapegue un poco» indicó Calvette.

Finalmente, se refirió a cómo los altos niveles de inflación repercuten en el sector. «Independientemente de las medidas que tomó el gobierno, va a haber una tendencia a la baja, sobre todo en lo que es el sector de alimentos. Eso lo vamos a ver reflejado recién en el mes de marzo. Entendemos que hace

falta por lo menos un trimestre para que se pueda evidenciar. La baja no va a ser tan drástica, estamos hablando de una baja que rondará entre un punto y un punto y medio.