

VENTAS MINORISTAS PYMES: RESULTADOS DEL MES DE NOVIEMBRE 2019

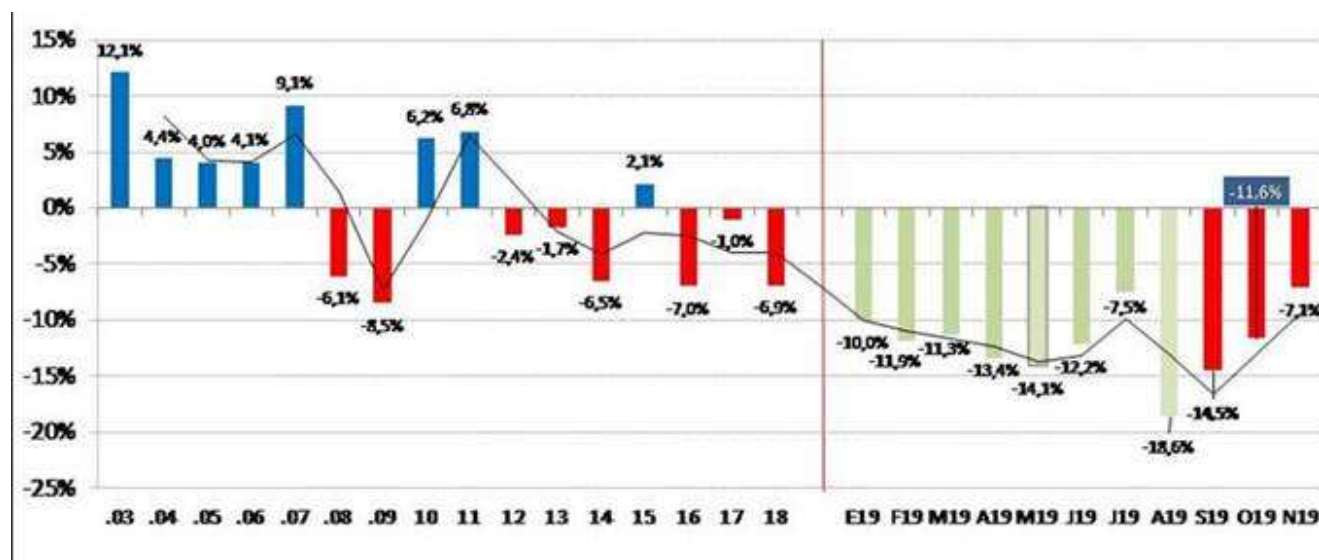
Las ventas minoristas cayeron 7,1% anual en noviembre. En la modalidad *online* crecieron 2,1% anual y en locales físicos cayeron 8,4%. A pesar de la caída, mejoraron las expectativas y el 51% de los comercios espera que aumenten en los próximos tres meses. Se espera buena venta de fin de año.

- Las cantidades vendidas por los comercios minoristas cayeron 7,1% en noviembre frente a igual mes del año pasado. Así surge de la medición de CAME en base a 1100 comercios de todo el país, relevados entre el miércoles 27 y el sábado 30 de noviembre, por un equipo de 27 encuestadores localizados en todas las capitales del país, GBA y CABA.
- Acumulan en el año una baja de 12,3%, cuando se compara enero-noviembre de 2019 con iguales meses de 2018.
- Las ventas en locales al público cayeron 8,4% anual y en la modalidad *online* subieron 2,1% anual.
- En el caso de la venta por internet, crecieron 8 de los 12 sectores relevados en la comparación anual. Si bien el peso de ese sector en la venta total aún es baja, sigue acrecentándose el desplazamiento hacia esos canales de consumo.
- A pesar del resultado negativo, los empresarios del sector comercio mejoraron las expectativas: para los próximos tres meses, el 50,9% espera un aumento anual en sus ventas, mientras que el 36,2% espera que se mantengan sin cambios, y 12,9% que sigan cayendo.
- Un dato del mes fueron las mayores consultas luego del cepo. Las restricciones para comprar dólares estarían alentando sólo levemente las ventas. De los empresarios consultados, el 10,2% sostiene que con el cepo duro se están moviendo más sus ventas, el 14,1% afirma que se notaron más consultas, aunque se vende lo mismo, y el resto (75,7%) asevera que se vende igual cantidad.
- En la comparación mensual, sin desestacionalizar, las ventas en noviembre cayeron 18,7%, que se explica porque la actividad ese mes suele ser menor, además de tener un día menos.

Estimador de variación de ventas minoristas (físicas + *online*)
Noviembre 2019 vs. noviembre 2018 – en cantidades vendidas

Rubros relevados	Ponderación de cada rubro en el IVM	COMERCIOS			Enero-Noviembre 2019 vs Enero-Noviembre 2018
		Físicos	on line	TOTAL	
Alimentos y Bebidas	23,5%	-2,8%	-8,8%	-3,0%	-7,7%
Bazar y Regalos	3,0%	-9,7%	-3,3%	-9,3%	-14,8%
Calzados y Marroquinería	5,5%	-9,3%	0,0%	-8,6%	-16,1%
Ropa y artículos deportivos y de recreación	4,5%	-12,2%	1,7%	-10,4%	-12,6%
Electrodomésticos, Electrónicos, Computación, y Celulares	13,7%	-12,1%	0,8%	-10,2%	-15,0%
Farmacias, perfumería y cosmética	7,0%	-12,0%	10,0%	-7,9%	-12,1%
Ferretería, materiales eléctricos y materiales para la construcción	6,0%	-11,3%	5,8%	-10,1%	-13,4%
Joyería, Relojería y bijouterie	3,5%	-8,9%	-10,0%	-9,0%	-15,8%
Juguetería, y artículos escolares	5,8%	-9,5%	2,0%	-7,8%	-13,4%
Muebles, decoración y textiles para el hogar	7,5%	-7,9%	6,7%	-6,0%	-14,1%
Neumáticos y repuestos de autos y motos	4,0%	-15,8%	9,5%	-13,8%	-13,4%
Indumentaria	16,0%	-8,4%	15,0%	-5,1%	-12,0%
Promedio ponderado		-8,4%	2,1%	-7,1%	-12,3%
Promedio simple		-10,0%	2,5%	-8,4%	-13,4%

Variación anual de las ventas minoristas (en cantidades)



Anexo metodológico

- El relevamiento para evaluar la evolución interanual de las ventas minoristas del mes se realizó entre el miércoles 27 y el sábado 30 de noviembre.

- Se cubrió un universo de 1.100 comercios pymes de Ciudad de Buenos Aires, Gran Buenos Aires y el interior del país, en los principales rubros que concentran la venta minorista familiar, tanto con modalidad de venta física como *online*.
- El relevamiento se efectuó en los comercios chicos y medianos, localizados en calles y avenidas comerciales de ciudades pequeñas, medianas y grandes a través de un equipo de 30 encuestadores localizados en las capitales de cada provincia, en CABA y en Gran Buenos Aires (con encuestadores en las zonas norte, sur y oeste).
- Para calcular la variación anual promedio de las ventas se utilizó un promedio ponderado. La ponderación de cada rubro se estimó de acuerdo al Censo Económico 2004/05 y datos relevados por CAME para conocer la distribución del consumo.
- A partir de abril de 2019 se realizaron algunas modificaciones metodológicas que responden a los cambios en los patrones comerciales, con una mayor tendencia a ampliar rubros dentro de un mismo comercio y la irrupción de nuevos productos que vienen ganando espacio en la canasta de consumo familiar. Para ellos se realizó un reagrupamiento de los rubros, con la incorporación de algunos nuevos como celulares, cosmética o decoración del hogar y la fusión de otros. El objetivo fue alcanzar una muestra más consistente en cada grupo (para mayor detalle consultar en CAME).

Ventas minoristas en noviembre 2019 (locales físicos y *online*)

Rubros	Ponderadores	Variación i.a. en unidades vendidas	Comercios relevados
Alimentos y bebidas	23,5%	-3%	150
Bazar y regalos	3%	-9,3%	80
Calzados y marroquinería	5,5%	-8,6%	80
Ropa y artículos deportivos y de recreación	4,5%	-10,4%	80
Electrodomésticos, electrónicos, computación y celulares	13,7%	-10,2%	80
Farmacias, perfumería y cosmética	7%	-7,9%	80
Ferretería, materiales eléctricos y materiales para la construcción	6%	-10,1%	80
Joyería, relojería y bijouterie	3,5%	-9%	80
Juguetería y artículos escolares	5,8%	-7,8%	80
Muebles, decoración y textiles para el hogar	7,5%	-6%	80
Neumáticos y repuestos de autos y motos	4%	-13,8%	80
Indumentaria	16%	-5,1%	150
Promedio ponderado	100%	-7,1%	1100
Promedio simple		-8,4%	