



Confederación Argentina de la Mediana Empresa

## Ventas minoristas pymes - Resultados del mes de abril 2020

En un mes marcado por una cuarentena que fue flexibilizándose de a poco, las ventas minoristas cayeron 57,6% anual, medidas en cantidades. Incluye tanto modalidad online como en locales físicos. Pero mientras los rubros esenciales descendieron 31% anual, el resto tuvo una baja promedio de 75%. El 94,5% de los comercios pymes relevados tuvieron declives en sus ventas y no cubrieron sus costos operativos.

- Las cantidades vendidas por los comercios minoristas cayeron 57,6% en abril frente a igual mes de 2019, medidas en cantidades.
- Mientras los rubros esenciales (**Alimentos y Bebidas, Farmacias, y Ferreterías**) disminuyeron **31% anual**, los que permanecieron en cuarentena tuvieron una baja promedio de **75%**. Incluso si al resto se le quita **Neumáticos y repuestos (-63,1%)** y **Librerías y Juguetes (-67,6%)** donde se observaron más locales abiertos, el desplome de los demás fue de **80% anual**.
- Así surge de la medición de **CAME** en base a 1100 comercios de todo el país relevados entre el miércoles 29 de abril y el sábado 2 de mayo por un equipo de 30 encuestadores localizados en las capitales del país, GBA y CABA.
- Las ventas volvieron a estar marcadas por la restricción de circulación de gente que generó la cuarentena. Si bien con el correr del mes se fueron flexibilizando rubros, sobre todo en la modalidad online, no alcanzó para amortiguar el drástico derrumbe.
- Hay que tener en cuenta que se compara con un mes de baja venta, como fue abril 2019, cuando cayeron 13,4% anual.
- Los comercios que abrieron o vendieron por internet tuvieron serios problemas de abastecimiento y faltas de precios de referencias, con algunos proveedores que comenzaron a pasar los precios con subas importantes o en dólares.

Variación anual de las ventas minoristas pymes  
En cantidades vendidas



Fuente: CAME

- Uno de los rubros de mayor declive en las ventas del mes fue **Electrodomésticos y artículos electrónicos (-78,3% anual)**. Casi todo despacho fue online, mayormente de productos electrónicos donde muchas familias y comercios invirtieron en tecnología para realizar actividades cotidianas desde su hogar. **Electrodomésticos** casi no tuvo salida. Fue un sector muy marcado por la pérdida en el poder adquisitivo familiar. En abril 2019 las ventas ya habían declinado 18,3% anual, lo que estadísticamente contribuyó a no mostrar una baja incluso mayor.

- En **Ropa y artículos de deportivos** las ventas disminuyeron 77,4% anual. Los comercios se manejaron mayormente por whatsapp, sobre todo en el caso de los localizados en barrios o ciudades más chicas, y venta por Internet. Se despacharon atípicamente elementos de gimnasio como pesas, colchonetas y máquinas de caminar o correr.

- Si bien todos los ramos bajaron, el menor declive se registró en **Alimentos y Bebidas** (-16,6%), con un incremento de 3,6% anual en la venta online. De todos modos, la cantidad de comercios pymes de este rubro con comercio electrónico fue muy baja. Donde más se sintió la caída de ventas fue en **panaderías y verdulerías**. Un problema generalizado que informaron los empresarios de este ramo consultados fueron faltantes de mercadería para ciertos productos.

- En **Farmacias, perfumerías y cosméticas** las ventas totales descendieron 26,9% anual con un aumento de 32,8% en el e-commerce. Igualmente, la participación de esa modalidad continúa siendo escasa, a pesar de que se incrementó con la cuarentena en cosmética y perfumería sobre todo.

- En abril hubo mucha disparidad de ventas, entre rubros, entre ciudades y entre comercios de un mismo ramo, según la política seguida frente a la cuarentena. Hubo negocios que cerraron al 100% y no facturaron nada, ni siquiera online, otros que se abocaron a esta modalidad electrónica y también aquellos que abrieron sus puertas.

- En general los comercios que abrieron igualmente vendieron poco, por la baja circulación de gente en las calles. Para casi todos los negocios fue un mes muy difícil porque aun vendiendo 16% menos, como fue el promedio del sector alimentos y bebidas, no se alcanzan a cubrir los gastos operativos.



Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 3 de mayo de 2020