

Actividad

Ventas minoristas – noviembre 2019

- **Las ventas en supermercados cayeron 2,3% ia real, acelerándose contra la caída evidenciada el mes previo. En lo que va del año acumulan una baja de 10%.**

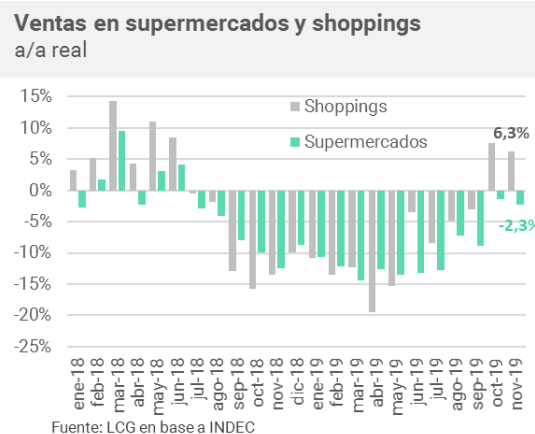
El consumo masivo acumula 17 meses seguidos de caída. Si bien la variación de este mes se encuentra muy por debajo del promedio del año (-10,7% ia), lo cierto es que el consumo no logra rebotar para pegar la vuelta. Las causas de la escasa demanda se centran en la recesión que atraviesa la economía y en una gran pérdida de poder adquisitivo, sumado a una aceleración de la inflación en el mes de noviembre.

- **Las ventas en cadenas mayoristas crecieron 4,1% ia. Acumulan una baja real de 10% ia en 11M-19.**

Aceleran el crecimiento respecto a lo evidenciado en octubre, y tuvieron su mejor registro de 2019. La variación positiva se vio traccionada principalmente por un aumento en las ventas de Artículos de limpieza y perfumería (+9,8% ia real) y de los productos de Almacén (+5% ia real). Si bien, la base de comparación para el mes de noviembre es una de las más bajas del año (influyendo en las mejoras que se observaron este mes), lo cierto es que los descuentos y la posibilidad de financiamiento en cuotas también traccionan positivamente este segmento.

- **Las ventas en shoppings repiten el desempeño positivo del mes pasado y avanzaron 6,3% ia. En el año registran caída de 7,4% ia.**

Si bien desacelera la suba respecto a octubre, con este dato se confirma el segundo mes consecutivo de crecimiento interanual de este segmento. Los planes para financiamiento en cuotas y los incentivos a consumir dados los pocos canales de ahorro, motivan un redireccionamiento de los pesos hacia la compra de bienes que se comercian en estos centros.



Hacia adelante

- 2019 no terminará con indicadores positivos de consumo. En el mes que queda, es posible que se mantengan registros similares a los evidenciados en noviembre, con caída en algunos segmentos y mejoras marginales en otros, aunque un tema estacional y la cercanía de las fiestas podrían mostrar un mes de mejores resultados.
- Para el 2020, se espera que el consumo interno comience a repuntar cerca de la mitad de año, en la medida que la mayor liquidez de la economía y la recuperación marginal de salario así lo permitan. Algunas medidas ya anunciadas por la nueva administración, como la reducción de tasas y los planes de pago para aliviar a las pymes de las deudas impositivas, podrían operar en el rebote de la actividad e influir positivamente en el consumo. De todas formas, será importante conocer el resultado en la renegociación de la deuda, ya que una prolongación en los acuerdos o resultados no esperados podrían postergar la reactivación de la economía.