

Actividad

Ventas minoristas – diciembre 2019

- **En diciembre, las ventas en supermercados cayeron 6,3% ia real, acelerando la caída en 3,9 pp contra el registro del mes pasado. En 2019, cayeron 10%.**

El consumo masivo ya lleva 18 meses seguidos de caída. Octubre, mes en el que se registró la menor baja (-1,3% ia), parecía dar señales de cierta recuperación, pero desde entonces el indicador ha empeorado; más aun si se considera que las bases de comparación de los últimos dos meses del año fueron muy bajas.

2019 finalizó con caída del consumo todos los meses, producto de la menor demanda en el mercado interno, en línea con el contexto recesivo que atraviesa la actividad. A esto se suma la erosión salarial debido al elevado registro inflacionario con que finalizó 2019 (+54% ia).

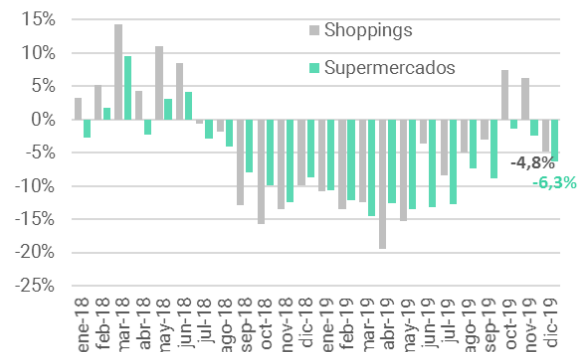
- **Las ventas en cadenas mayoristas crecieron 7,4% ia. En el total del año, sin embargo, registraron una caída de 8,4% ia.**

Aceleran el crecimiento respecto al mes anterior y mostraron el mejor registro de, al menos, los últimos dos años. Al igual que en noviembre, la variación positiva se vio traccionada principalmente por un aumento en las ventas de Artículos de limpieza y perfumería (+9,7% ia real) y de los productos de Almacén (+9% ia real). También se destaca el crecimiento de Bebidas y Carnes, que revirtieron la dinámica del año, donde mostraron caída todos los meses.

La diferencia con el registro que mostraron las ventas en supermercados parece indicar preferencia por las compras mayoristas. La aceleración inflacionaria sufrida en 2019 generó el incentivo para stockearse, en vista de proteger los ingresos ante futuros aumentos. Asimismo, las compras con tarjeta de crédito registraron un crecimiento del 84% anual (a precios corrientes), lo que evidencia el impacto positivo de las mejores condiciones de financiamiento, como el aumento de cuotas o caída de tasas.

- **Las ventas en shoppings se alinearon con la dinámica de los supermercados y retrocedieron 4,8% ia en Gran Buenos Aires, revirtiendo el crecimiento de los últimos dos meses.**

Ventas en supermercados y shoppings
a/a real



Fuente: LCG en base a INDEC

- **Las ventas de electrodomésticos y artículos para el hogar crecieron en el 4T 5% en términos interanuales reales.**

La variación positiva se vio principalmente traccionada por las mayores ventas de heladeras y freezers (+79% ia en precios corrientes) y equipos de aire acondicionado y climatizadores (+75% ia). El crecimiento de la venta de este tipo de productos tiene un fuerte componente estacional, debido a que en diciembre comienzan las mayores temperaturas. A esto se suma el buen registro de telefonía (+74% ia) y televisores, video y fotografía (+68% ia).

Sin embargo, si se considera la variación en unidades vendidas, el dato es menos alentador ya que sólo las heladeras han evidenciado un crecimiento interanual.

Hacia adelante

- Esperamos que los primeros meses de 2020 muestren un tímido repunte del consumo. Esto estará asociado con los impulsos que busca otorgar el BCRA a través de una baja rápida y sostenida de tasas. Asimismo, la desaceleración de la inflación en los primeros meses del año podría motivar una recuperación en el poder adquisitivo que fomente el consumo.
- Las mejoras en el financiamiento, a partir de los planes Ahora 12/18 y de la norma del BCRA que pone topes a las tasas que se cobran por el refinanciamiento de las tarjetas de crédito también podrían impactar positivamente en el consumo.
- Los bonos de \$5.000 a jubilados en enero y los aumentos salariales decretados para el sector privado en enero y febrero también buscan incrementar el consumo interno y podrían tener algún efecto, pero marginal.
- Si bien estas políticas podrán tener algún efecto en los meses que siguen, la reactivación de la actividad está fuertemente ligada al éxito que tenga el proceso de reestructuración de la deuda. Recién a partir de abril, si el camino se encuentra despejado y la inflación mantiene una dinámica de desaceleración, se verán mejoras en los indicadores de consumo.