



**Cámara
Argentina de
Comercio**



OBSERVATORIO
de Comercio y Servicios
PyMES

OBSERVATORIO de Comercio y Servicios PyMEs

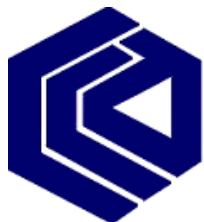
Encuesta de Actividad y Opinión del Comercio Minorista

Nº 126

Marzo de 2010

INFORME DE PRENSA

Departamento de Economía
Cámara Argentina de Comercio



El 50,6% de los comercios estimó una caída interanual de sus ventas en febrero

Sin embargo, el 48% de los encuestados estima que sus ventas mejorarán en los próximos tres meses

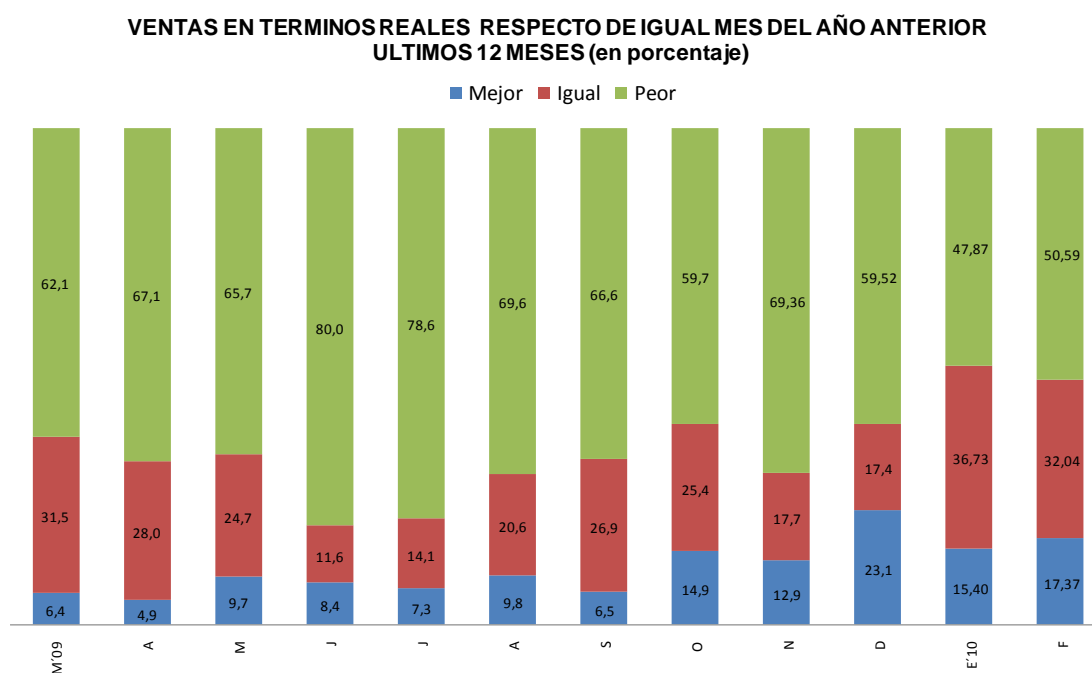
- ☞ En el mes de febrero, el 50,6% de los comercios estimó una caída de sus ventas respecto al mismo mes de 2009. Este resultado, representa un aumento de 2,7 puntos porcentuales con respecto a la misma medición en el mes de enero donde el 47,9% de los encuestados estimó una disminución de sus ventas. Por otro lado, el 17,4% de los encuestados informó que las ventas de febrero mejoraron, mientras que el 32% estimó que sus ventas se mantuvieron en el mismo nivel que en febrero de 2009.
- ☞ En lo que corresponde a la variación mensual, el 23,1% de los encuestados sostuvo que sus ventas aumentaron con respecto a enero de 2009, reflejando un aumento de 15,1 puntos porcentuales con respecto a enero. Asimismo, el 52,1% indicó una caída en sus ventas, mientras que el 24,8% dijo no haber observado variaciones.
- ☞ El 48,05% de los comerciantes consultados se mostró optimista, y afirmó que estima que en los próximos tres meses la actividad de su negocio experimentará una mejoría. Para un 26,58% la actividad de su negocio no mostrará cambios, mientras que para el 25,37% restante sufrirá una retracción.
- ☞ La plantilla de personal no experimentó cambios durante febrero en el 92,42% de los comercios encuestados. En un 6,01% la plantilla se redujo, mientras que en el restante 1,57% se produjo un aumento de la misma.
- ☞ Un 55,75% de los comerciantes declararon que durante el mes de febrero no se modificó su nivel de cobranzas respecto al mes anterior; para un 38,07% las cobranzas empeoraron, y para el restante 6,18% mejoraron.

Nivel de actividad

Comparación febrero de 2009

En el mes de febrero, el 50,6% de los comercios estimó una caída de sus ventas respecto al mismo mes de 2009. Este resultado, representa un aumento de 2,7 puntos porcentuales con respecto a la misma medición en el mes de enero donde el 47,9% de los encuestados había estimado una disminución de sus ventas.

Por otro lado, el 17,4% de los encuestados, informó que las ventas de febrero mejoraron en relación a las de igual mes del año anterior. Por su parte, un 32% estimó que sus ventas se mantuvieron en el mismo nivel que en febrero de 2009.



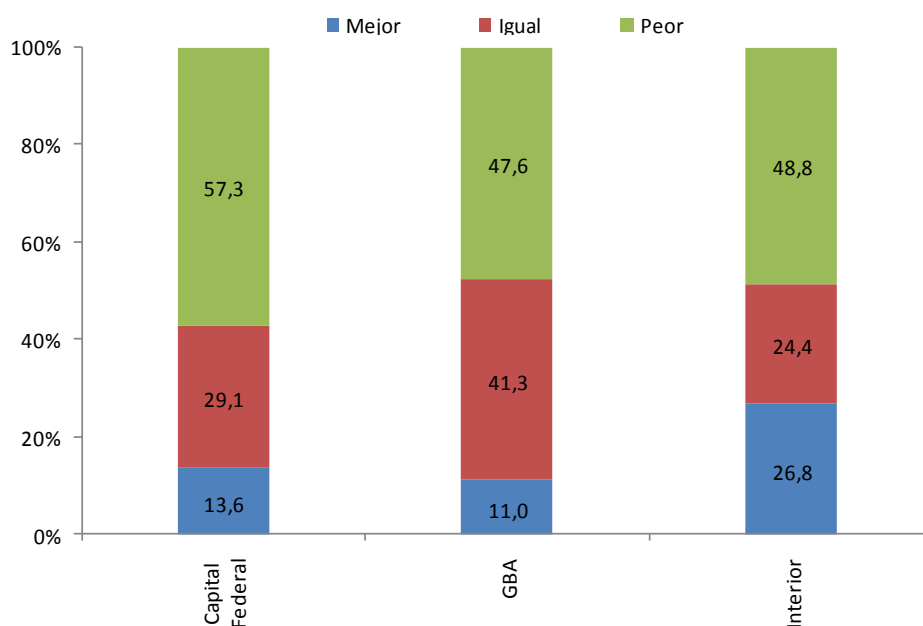
Un deterioro de la comparación interanual de las ventas se observó en las tres zonas consideradas en el relevamiento (Capital Federal, Gran Buenos Aires e Interior), en relación a la encuesta de enero de 2010.

Capital Federal fue la zona con mayor caída de actividad. El 57,3% de los comercios encuestados indicaron que sus ventas disminuyeron, lo que representa una variación de 6,8 puntos porcentuales en relación a la encuesta previa. Contrariamente, el 13,6% expuso una suba de sus ventas. El 29,1% restante no observó variaciones.

Por otro lado, en el Interior, la caída interanual de las ventas fue del 48,8%, mientras que para el 26,8% éstas aumentaron y para el 24,4% restante permanecieron iguales. Cabe destacar que en esta zona el porcentaje de encuestados que percibieron una mejora en las ventas aumentó 11,4 puntos porcentuales con respecto a enero.

En el Gran Buenos Aires el porcentaje de comerciantes que estimó una caída interanual en las ventas se mantuvo prácticamente en el mismo nivel que en enero. Un 47,6% de los encuestados expresó que sus ventas cayeron en febrero de 2010 en relación a mismo mes del año pasado. Al contrario, el 11% de los encuestados observaron un aumento de sus ventas, entretanto que el 41,3% no registró variación alguna.

**VENTAS EN TERMINOS REALES RESPECTO DE IGUAL MES DEL AÑO ANTERIOR
febrero de 2010 vs febrero de 2009**



Analizando a nivel sectorial, se observa que los comercios que mayoritariamente contestaron haber disminuido sus ventas en comparación a febrero de 2009 fueron los pertenecientes a los rubros Alimentos y Bebidas; Productos Farmacéuticos, Médicos, Cosméticos y de Aseo Personal; Flores, Plantas, Semillas y Animales Domésticos; y Óptica, Fotografía, Relojería y Joyería.

Nivel de actividad

Comparación enero de 2010

En lo que corresponde a la variación mensual, el 23,1% de los encuestados sostuvo que sus ventas aumentaron con respecto a enero de 2009, reflejando un aumento de 15,1 puntos porcentuales con respecto a enero. Asimismo, el 52,1% indicó una caída en sus ventas, mientras que el 24,8% dijo no haber observado variaciones.

En la medición regional en las tres zonas relevadas se registraron aumentos en el porcentaje de encuestados que estimó que sus ventas aumentaron con respecto a enero, mes de baja actividad por el período de vacaciones. Sin embargo, siguen siendo mayoría los comercios donde las ventas cayeron.

En Capital Federal el 19,6% de los encuestados dijeron que sus ventas subieron, este resultado es 15,4 puntos porcentuales mayor que en la misma comparación de la encuesta anterior. Por otro lado, el 59,3% señala una caída en su actividad mientras que el 21,3% dice que se sus ventas se mantuvieron iguales.

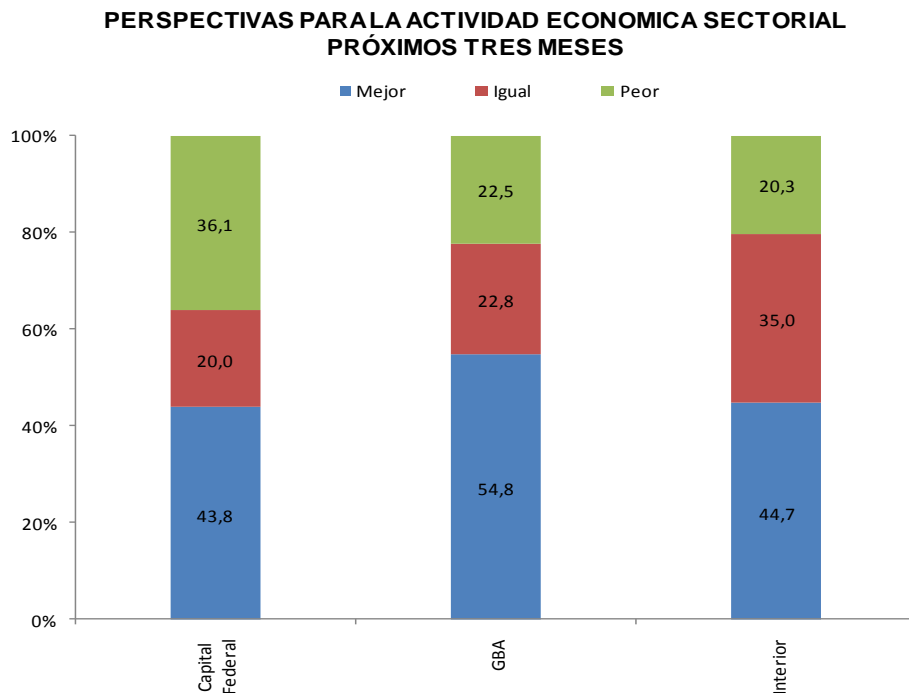
En el Interior el 23,9% de los comercios mejoró sus ventas, en tanto que el 50,1% señaló una caída y el 26% restante no percibió variaciones.

Finalmente, en los comercios de Gran Buenos Aires el 25% de los negocios mostraron un crecimiento en sus ventas, entretanto, un 48,8% experimentó una retracción y un 26,2% no aumento ni disminuyó su nivel de actividad.

Los sectores que expresaron mayores disminuciones en sus ventas fueron principalmente: Óptica, fotografía, relojería y joyería; Flores, plantas, semillas y animales domésticos; Materiales de construcción, artículos de ferretería, pinturas y productos de vidrio y Aparatos, artículos y equipos domésticos

Perspectivas para la actividad económica sectorial para los próximos 3 meses

El 48,05% de los comerciantes consultados se mostró optimista, y afirmó que estima que en los próximos tres meses la actividad de su negocio experimentará una mejoría. Para un 26,58% la actividad de su negocio no mostrará cambios, mientras que para el 25,37% restante sufrirá una retracción.



Capital Federal concentró al mayor nivel de pesimismo: allí un 36,1% de los consultados pronosticó un deterioro del nivel de actividad de su comercio en los próximos tres meses. Por otra parte, un 43,8% de los comerciantes estimó que su actividad mejorará, mientras que un 20% no espera modificaciones.

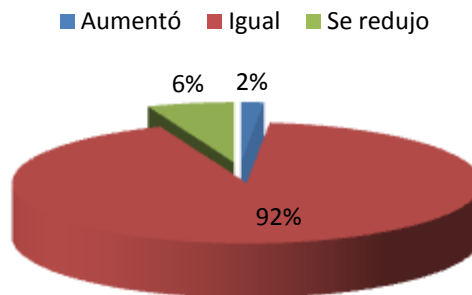
Gran Buenos Aires fue la región con un mayor porcentaje de comerciantes optimistas: allí un 54,8% de los encuestados estimó una mejora del nivel de actividad de su negocio para los próximos tres meses. Un 22,8% estimó que su nivel de actividad no sufrirá modificaciones, mientras que el restante 22,5% pronosticó una contracción.

En el interior del país, un 44,7% de los consultados manifestó que espera un incremento en su nivel de actividad en los próximos tres meses. Un 35% no espera cambios, mientras que un 20,3% espera una retracción.

Empleo

La plantilla de personal no experimentó cambios durante febrero en el 92,42% del los comercios encuestados. En un 6,01% la plantilla se redujo, mientras que en el restante 1,57% se produjo un aumento de la misma.

MODIFICACIONES EN LA PLANTILLA DE PERSONAL FEBRERO 2010



Capital Federal fue la región con mayor nivel de estabilidad en cuanto a su plantilla de personal: en esta región, la totalidad de los comerciantes consultados manifestó no haber realizado modificaciones en su plantilla a lo largo del último mes.

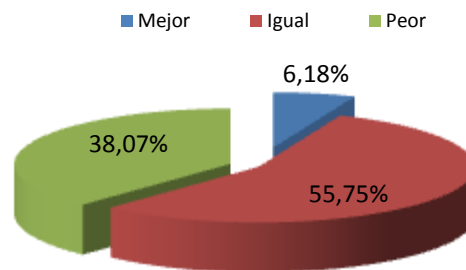
En el Gran Buenos Aires, el 92,1% de los comerciantes no efectuó cambios en su plantilla durante febrero. Un 6,3% de los consultados manifestó haberla reducido, mientras que el restante 1,6% la amplió.

El Interior del país fue la región que tuvo un mayor porcentaje de comercios que efectuó reducciones de su plantilla de personal en el último mes: un 9,8 por ciento. Un 87,6% de los comerciantes de la región manifestó no haber efectuado modificaciones, mientras que un 2,5% declaró haberla incrementado.

Cobranzas

Un 55,75% de los comerciantes declararon que durante el mes de febrero no se modificó su nivel de cobranzas respecto al mes anterior; para un 38,07% las cobranzas empeoraron, y para el restante 6,18% mejoraron.

**MODIFICACIONES EN EL NIVEL DE COBRANZAS
FEBRERO DE 2010**



Capital Federal, al igual que en el mes anterior, fue la región del país que presentó una mayor estabilidad en el nivel de cobranzas: allí el 66% de los comerciantes manifestó no haber experimentado modificaciones en sus cobranzas. Un 28,4% informó un deterioro, mientras que un 5,6% experimentó una mejoría.

En el Gran Buenos Aires el 51,8% de los comercios no percibió modificaciones en su nivel de cobranzas en el último mes. Un 44,2% sufrió una caída, y el restante 4% experimentó una mejora.

En el Interior del país la estabilidad en el nivel de cobranzas alcanzó al 53,8% de los comerciantes consultados. Un 38,5% soportó un deterioro, mientras que un 8,2% experimentó un incremento.

Ficha Técnica

Universo:

Comercios minoristas localizados en las poblaciones de más de 10.000 habitantes de toda la República Argentina.

Unidad de respuesta:

Propietarios, encargados o gerentes de comercios minoristas.

Ponderación:

Se aplica un doble sistema de ponderación para establecer la distribución geográfica de los comercios a encuestar

□ A través del último censo económico del año 1994 se realiza la ponderación por sectores de actividad económica y por provincias. Se tomaron 25 distritos censales (las provincias y la Ciudad de Buenos Aires, manejándose la Provincia de Buenos Aires como dos distritos censales). Se utiliza como ponderador la cantidad de comercios.

□ A través del Censo de Población y Vivienda de los años 1991 y 2001 se realiza la segunda ponderación para la distribución dentro de cada uno de los distritos censales.

Una vez obtenidas las respuestas las mismas se ponderan según la facturación, cantidad de empleados y m² del comercio encuestado.

Tamaño de la muestra: 500 casos

Error estadístico: +/-4%

Período de Relevamiento: 20 al 29 febrero de 2010.

Localidades:

126 ciudades según detalle:

San Miguel de Tucumán, Concepción (TUC), San Roque (TUC), Santiago del Estero, La Banda, Termas de Río Hondo, Metán, Tartagal, S. Ramón de la Nueva Orán, Salta, Chilecito, La Rioja, Palpalá, Libertador Gral. San Martín, San Pedro, San Salvador de Jujuy, San Fernando del Valle de Catamarca, Río Grande, Caleta Olivia, Río Gallegos, Viedma, General Roca (RNEGRO) San Carlos de Bariloche, Cipolletti, Cutral Có - Plaza Huinul, Neuquén, Plottier, Puerto Madryn, Trelew, Comodoro Rivadavia, Puerto Iguazú, El Dorado, Oberá, Posadas, Clorinda, Formosa, Villa Angela (CHACO), Pte. Roque Sáenz Peña, Resistencia, Curuzú Cuatiá, Paso de los Libres, Goya, Corrientes, Villa Mercedes, San Luis, San Juan, General Alvear (MZA), San Martín - La Colonia, San Rafael, Mendoza, Cañada de Gómez, Casilda, Esperanza, Villa Constitución, Venado Tuerto, Reconquista - Avellaneda (STA. FE), Rafaela, Santa FE, Rosario, Gualeguay, Concepción del Uruguay, Gualaguaychú, Concordia, Paraná, Marcos Juárez (CBA), Río Segundo - Pilar, Cosquín, Cruz del Eje, La Falda, Bell Ville, Jesús María - Colonia Caroya, Villa Dolores, Villa Sarmiento, Alta Gracia, Villa Carlos Paz, Río Tercero, San Francisco, Villa María - Villa Nueva, Río Cuarto, Córdoba, Gral. Pico, Santa Rosa - Toay, San Carlos de Bolívar, Baradero, Lincoln, Chascomús, Trenque Lauquen, Pehuajó, 9 de Julio, Chacabuco, Bragado, Balcarce, San Pedro, Tres Arroyos, Chivilcoy, Mercedes, Azul, Punta Alta, Campana, Luján, Necochea - Quequén, Junín, Olavarría, Pergamino, Zárate, Tandil, San Nicolás de los Arroyos, Bahía Blanca, Mar del Plata, La Plata, Vicente López, Tres de Febrero, Tigre San Isidro, San Fernando, Quilmes, Morón, Moreno, Merlo, Lomas de Zamora, Lanús, La Matanza, General Sarmiento, General San Martín, Florencio Varela, Esteban Echeverría, Berazategui, Avellaneda y Distritos Escolares I a XXI de la Capital Federal.

Sectores:

A cuatro dígitos CIU

5211: Venta Minorista en Establecimientos no especializados donde predominan los alimentos, las bebidas o el tabaco.

5219: Venta al por menor en comercios no especializados no especializados con surtido diverso de productos, entre los cuales no predominan alimentos, bebidas ni tabaco.

5220: Venta minorista de alimentos, bebidas, y tabaco en establecimientos especializados.

Productos de almacén, fiambrería, rotisería y productos dietéticos.

Venta al por menor de carnes rojas y de ave.

Venta al por menor de pescado.

Venta al por menor de verduras y frutas frescas.

Despachos al por menor de pan, productos de confitería y pastas frescas.

Venta al por menor de golosinas, cigarrillos y bebidas.

5231: Venta minorista de productos farmacéuticos, médicos, cosméticos y de aseo personal.

5232: Venta minorista de textiles, vestimenta, calzado y ropa de cuero.

5233: Venta minorista de aparatos, artículos y equipos domésticos.

5234: Venta al por menor de materiales de construcción, artículos de ferretería, pinturas y productos de vidrio.

5239: Venta al por menor de flores, plantas, semillas y animales domésticos.

Venta al por menor de productos y materiales de limpieza.

Venta al por menor de juguetes, artículos para esparcimiento y deportes.

Venta al por menor de óptica, fotografía, relojería, joyería y fantasía.

Venta al por menor de papeles para pared y recubrimientos para pisos.

Venta al por menor de libros, revistas, diarios, artículos de librería, papel y cartón.

Venta al por menor de máquinas y equipos para oficina.

Venta al por menor de fuel-oil, gas en garrafas, carbón y leña.

Venta al por menor de otros artículos nuevos no especificados.

5240: Venta minorista de bienes de segunda mano en establecimientos.

5251: Venta minorista por casas de venta por correo.

5252: Venta minorista en ferias y mercados. Puestos de venta al por menor de flores, plantas, semillas, verduras y frutas frescas.

Puestos de venta al por menor de carnes rojas y de ave.

Puestos de venta al por menor de pescado.

Puestos de venta al por menor de verduras y frutas frescas.

Puestos de venta al por menor de golosinas, cigarrillos y bebidas.

Puestos de venta al por menor de otros productos alimenticios y productos de limpieza.

Puestos de venta al por menor de libros, revistas, diarios artículos de librería, papel y cartón.

Puestos de venta al por menor de otros productos.

5259: Otra venta minorista. 5260: Reparación de artículos personales y Domésticos.

Nota Metodológica

El Observatorio de Comercio y Servicios PyMEs se realiza desde el año 1999 y mide sistemáticamente el desempeño de los Comercios y los Servicios, su estructura morfológica y desempeño de variables económicas. El mismo es realizado en base a una Encuesta de Opinión que usa como muestra a 500 comercios minoristas en 126 ciudades a lo largo de todo el país durante los últimos días hábiles de cada mes en donde los comercios seleccionados para dicha encuesta son aquellos situados en localidades de más de 10.000 habitantes.

La encuesta de opinión consta de preguntas que se refieren a la variación del nivel de ventas intermensual e interanual; a la variación en la plantilla de personal y en el nivel cobranzas durante el mes en cuestión y con respecto a las expectativas en relación al próximo trimestre; las cuales son contestadas por los propietarios, encargados o gerentes de cada comercio.

A las respuestas obtenidas se les aplica un sistema de doble ponderación. La primera es a través del último censo económico del año 1994, en donde se realiza la ponderación por sectores de actividad económica y por provincias. Para tal fin, se toman 25 distritos censales (las provincias y la Ciudad de Buenos Aires, manejándose la Provincia de Buenos Aires como dos distritos censales diferentes) y se utiliza como ponderador la cantidad de comercios. La segunda ponderación se realiza a través del Censo de Población y Vivienda de los años 1991 y 2001, la cual impacta sobre la distribución dentro de cada uno de los distritos censales.

Una vez obtenidas las respuestas, las mismas vuelven a ponderarse según la facturación, cantidad de empleados y m² del comercio encuestado.

De esta manera, el Observatorio de Comercio y Servicios PyMEs resulta de suma relevancia en todo el territorio nacional, ya que la información obtenida es de vital importancia para la toma de decisiones a nivel gubernamental, institucional y del empresario argentino

Cuerpo Técnico

	Teléfono	Fax	E-mail
Economista Jefe			
Gabriel Molteni	5300-9028	5300-9059	gmolteni@cac.com.ar
Analista Económico			
Diego Demarco	5300-9076	5300-9059	economia2@cac.com.ar
Responsables Técnicos			
Marcos Cavanagh	5300-9077	5300-9059	economia3@cac.com.ar
Gonzalo de León	5300-9079	5300-9059	economia4@cac.com.ar
Trabajo de Campo			
Sebastián Alfano	5300-9076	5300-9059	economia1@cac.com.ar
Diego Rodriguez	5300-9076	5300-9059	economia1@cac.com.ar
Prensa			
Juana Miñones	5300-9068	5300-9059	prensa@cac.com.ar