

Recesión: la venta de electrodomésticos en el país se ha desplomado

22 agosto, 2024



La caída afecta tanto a tiendas on line como físicas. El rubro más afectado son las telecomunicaciones.

La venta de electrodomésticos en comercios minoristas cayó un 33% en los primeros seis meses del año lo que refleja una nueva vértice en la crisis económica y caída del consumo. Los datos se desprenden de un informe privado donde detalla que la contracción alcanzó tanto a las tiendas físicas como online, siendo telecomunicaciones el rubro más afectado con una baja interanual del 49%.

En lo que respecta a la baja en las ventas, la caída fue del 39% durante el primer trimestre, mientras que en el segundo

hubo una leve moderación y tocó el 27%. Sobre la modalidad de venta, se registraron caídas tanto en el plataformas online (19%), como en las tiendas físicas (37%).

En lo que se traduce en un cambio de hábito por parte de los consumidores, el relevamiento de NielsenIQ sostiene que las compras por Internet incrementaron su participación en el total de ventas en un 5%, lo que refleja un crecimiento del 2% en comparación con la facturación del 2023.

Cuales fueron los rubros más afectados

El informe detalla que el rubro telecomunicaciones fueron uno de los rubros más afectados en la caída de ventas, con una contracción interanual del 49%. Luego le siguieron los sectores de pequeños electrodomésticos (-22%) y climatización (-20%).

“En cuanto a sectores, los más afectados por la caída son Telecom y Línea Marrón, que incluye categorías como Celulares y Televisores, las dos más vendidas. Estos sectores registran disminuciones tanto en unidades como en facturación, contribuyendo significativamente al descenso del 33%”, explicó la gerente de Atención al Cliente de NielsenIQ, Milagros Bin.

“En el mix de ventas, es decir, en la distribución total de las unidades vendidas, también pierden participación tanto en volumen como en ingresos”, explicó luego la ejecutiva.

Para luego cerrar: “Aunque el mercado de electrodomésticos en la Argentina enfrenta una caída significativa, el crecimiento del comercio online y la resiliencia de algunos sectores ofrecen una perspectiva más matizada. La evolución de estas tendencias en los próximos meses será clave para determinar si la recuperación observada en el segundo trimestre se mantendrá”.

Fuente: C5N