



EVOLUCIÓN DE SUPERMERCADOS Y CENTROS DE COMPRAS

	EVOLUCIÓN MENSUAL	VARIACIÓN ACUMULADO ANUAL	VOLUMEN DE LAS VENTAS A PRECIOS CORRIENTES	EVOLUCIÓN MENSUAL INTERANUAL
 venta en supermercados	-0,5%	+37,5%	\$14.737,1 MILLONES	+35,0%
 venta en shoppings y centros comerciales	-7,8%	+ 31,3%	\$2.670,7 MILLONES	+17,5%

DINAMICA DEL SECTOR SUPERMERCADISTA Y CENTROS DE COMPRAS



LOS SECTORES DE SUPERMERCADOS y CENTROS DE COMPRAS PRESENTAN EN EL ULTIMO REGISTRO UN MENOR DESEMPEÑO RELATIVO AL REGISTRADO EN PERIODOS ANTERIORES.

AUNQUE LOS VOLUMENES DE VENTA CORRIENTES SIGUEN MOSTRANDO CRECIMIENTO, EL ANALISIS DE LA VENTA A PRECIOS CONSTANTES (DESESTACIONALIZADOS) EL COMPORTAMIENTO DEL SECTOR EVIDENCIA REFERENCIAS DESACELERACION.

TANTO EN EL ÚLTIMO REGISTRO ESTADÍSTICO COMO EN EL PROMEDIO ANUAL DE 2013 SE OBSERVA QUE LA EVOLUCIÓN DEL SECTOR SUPERMERCADISTA Y DEL SECTOR DE CENTROS COMERCIALES SE MUESTRA MENOS DINÁMICA QUE EN AÑOS ANTERIORES.

ESTA SITUACION MARCA UN ASPECTO DE INTERES ESPECÍFICO PARA NUESTRA REPRESENTACION MERCANTIL: EL LUGAR QUE HASTA ESTE MOMENTO VENÍA TENIENDO EL CONSUMO INTERNO EN EL APUNTALAMIENTO Y CRECIMIENTO DE LOS SECTORES Y LOS EFECTOS QUE ELLO TIENE EL PROCESO INFLACIONARIO AFECTANDO TANTO LOS BOLSILLOS DE LOS TRABAJADORES EN GENERAL COMO EL DE LOS MERCANTILES EN PARTICULAR NO SÓLO COMO CONSUMIDORES -DE PRODUCTOS CADA VEZ MÁS CAROS- SINO COMO TRABAJADORES DEL SECTOR DE COMERCIALIZACION DE LOS MISMOS.

EVOLUCIÓN DE LOS PRINCIPALES INDICADORES

	SUPERMERCADOS		CENTROS DE COMPRAS	
				
VENTAS				
Ventas a precios corrientes	\$14.737,1	Las ventas a precios corrientes en julio de 2014 sumaron \$14.737,1 millones.	\$2.670,7	Las ventas a precios corrientes en julio de 2014 alcanzaron los \$2.670,7 millones.
Variación anual	+35,0%	Las ventas a precios corrientes en julio de 2014 representaron una suba de 35,0% respecto al mismo mes del año anterior.	+17,5%	Las ventas a precios corrientes en julio de 2014 significaron un incremento de 17,5% respecto al mismo mes del año anterior.
Acumulado	+37,5%	La variación interanual de las ventas de los primeros siete meses del año 2014 fue de 37,5%.	+31,3%	La variación interanual de las ventas de los primeros siete meses del año 2014 fue de 31,3%.
Ventas a precios constantes	+35,5%	Las ventas en el último mes registrado a precios constantes tuvieron un incremento de 35,5%.	-9,1%	Las ventas a precios constantes totalizaron 2.373,0 millones lo que resulta una variación negativa de -9,1% con respecto al mes anterior.
Variación mensual	-0,5%	La tendencia ciclo registró una variación negativa de -0,5% con relación al mes anterior.	-7,8%	La tendencia ciclo en el mes de diciembre registró una variación de -7,8% respecto al mes anterior.
AMBITO				
Ventas a precios corrientes	+ 35,3%	La variación interanual de las ventas totales a precios corrientes registró un aumento de 35,3%. En este caso, las jurisdicciones donde se registraron las subas más importantes fueron Neuquén (51,3%), Chubut (43,7%), Entre Ríos (38,7%), Otras prov. del Sur (38,6%) y Ciudad de Buenos Aires (37,4%).	+ 25,8%	La variación interanual de las ventas totales a precios corrientes registró un aumento de 25,8% respecto al mismo mes del año anterior. En particular, las ventas aumentaron un 20,3% en Ciudad de Buenos Aires y en los 24 partidos de la provincia de Buenos Aires en un 30,7%.
	+37,9%	Las ventas del primer semestre del año 2014 fueron 37,9% superiores a las correspondientes al mismo período del año 2013. Las jurisdicciones donde se reflejó un mayor incremento fueron Otras provincias del Norte (46,3%), Chubut (44,1%), Neuquén (43,8%), 24 partidos de la provincia de Buenos Aires (43,2%) y Entre Ríos (42,1%).	+34,3%	Las ventas del primer semestre del año 2014 rondaron el 25% superior a las correspondientes al mismo período del año 2013. En particular, las ventas aumentaron un 31,8% en Ciudad de Buenos Aires y un 36,5% en los 24 partidos de la provincia de Buenos Aires.
ARTICULOS				
Ventas a precios corrientes	Panadería +54,9% Lácteos +42,3%	En la variación interanual de las ventas a precios corrientes por grupo de artículos, se observan aumentos en Panadería (54,9%), Lácteos (42,3%), Verdulería y frutería (39,4%) y Almacén (33,8%).	Indumentaria +38,5% Ropa y accesorios deportivos +23,2%	En las ventas totales a precios corrientes se observa que, por rubros, hubo un mayor incremento en Indumentaria, calzado y marroquinería (38,3%), Ropa y accesorios deportivos (23,2%), Librería y papelería (14,4%).

VOLUMEN PERSONAL

Del total de las ventas a precios corrientes del mes de junio de 2014, \$11.939 millones (81,6%) corresponden a las grandes cadenas y \$2.685 millones (18,4%), a las medianas.

Del total de las ventas a precios corrientes del mes de junio de 2014, \$2.670 millones, el 44,7% correspondió a las ventas en los centros comerciales de la Ciudad de Buenos Aires mientras que el 55,3% de los 24 partidos de la provincia de Buenos Aires.

Venta por m²

Las ventas de las cadenas grandes y medianas registraron en el mes de junio de 2014, con respecto a junio de 2013, incrementos de 33,5% y 44%, respectivamente

Las ventas por metro cuadrado a precios corrientes del mes de junio en las cadenas grandes y medianas totalizaron \$4.723 y \$4.936, respectivamente, registrándose en la variación interanual alzas de 30,4% en el caso de las grandes cadenas y de 39% en lo que respecta a las medianas

La ocupación global de los centros de compras se distribuye en locales comerciales (65,5%), administrativos (26,6%), tareas de vigilancia (3,9%), tareas de limpieza (3,5%) y otras tareas (0,5%).

Personal

El personal ocupado total en el mes de junio de 2014 ascendió a 99.099 personas.

En el mes de junio de 2014, el total del personal dependiente de las administraciones de los centros de compras es de 1.158 personas.

Salarios

Los salarios brutos promedio en el mes de junio de 2014 fueron \$27.518 para Gerentes, supervisores y otro personal jerárquico y \$13.409 para Cajeros, administrativos, reposidores y otros.

Los ingresos obtenidos por la administración de los centros de compras sumaron \$215,4 millones, correspondiendo \$101,8 millones a Ciudad de Buenos Aires y \$113,6 millones a 24 partidos de la provincia de Buenos Aires.

Fuente: SEyE en base a INDEC

RECORRIDO 2014

A mediados de enero, las estrategias de control y regulación gradual del mercado de cambio debieron enfrentar una convulsión: la disparada del dólar blue frente al valor del dólar oficial. Ante eso, entre el 20 y 21 de Enero de 2014, el BCRA dispuso una devaluación de \$1,3 que ajustó el valor del dólar en torno a los \$8. Los precios de la economía volaron y durante una semana la incertidumbre fue generalizada: no había precios ni productos a disponibilidad; pero las reservas comenzaron a recuperarse lentamente y el dólar se estabilizó. Como efecto de este proceso, se produjo un remarcación desmedida por parte de los sectores concentrados con alta capacidad de formación de precios¹ que afectó el poder adquisitivo de los trabajadores rápidamente.

En ese marco, se azotaron diagnósticos de alta dinamización inflacionaria y estancamiento o caída en el nivel de actividad². En efecto, si bien la devaluación del peso fue sorpresiva varios agentes del mercado tendieron a coincidir en algo para el corto plazo: que la economía entraría en un proceso de desaceleración o incluso recesión.

Con los datos del 2013, los economistas estimaban una suba del PBI en torno al 1,5%³ para 2014, pero la depreciación del peso a inicios de año cambió el panorama rápidamente. Para algunos, la desaceleración económica del año será moderada (entre ellos destacan las estimaciones en torno al 0,5% de la consultora ACM, Bein y Asociados e incluso el gobierno nacional en su estimación del presupuesto nacional 2015) y otros más pronunciada en torno al 1% (como las de las consultora FIEL y Ecoviews).

En este marco de desaceleración económica con alta dinámica de precios se plantea un horizonte sensible para el consumo y para el desempeño del sector de comercio. Es que una desaceleración económica puede contraer una retracción del consumo y con ello de puestos de trabajo. Sin embargo, por ahora, los datos no muestran registros de alerta aunque si se observa una desaceleración del impulso del consumo interno observado tiempo atrás. Es decir, sigue registrándose una suba del consumo interanual, pero que no sólo puede estar hablando de un aspecto positivo del crecimiento del consumo sino también puede estar asociado a la pulsión por el consumo frente al deterioro de la capacidad adquisitiva producto de la suba de precios constante.

Así, los sectores de supermercados y centros de compras mostraron en el último tiempo un desempeño menos destacado que lo observado en periodos anteriores, aunque con crecimiento interanual.

Aunque los volúmenes de venta corrientes siguen mostrando crecimiento interanualmente, el análisis de la venta a precios constantes (desestacionalizados) el comportamiento del sector evidencia referencias desaceleración.

En efecto, tanto los datos provistos por el INDEC como de otras fuentes privadas, vienen mostrando que las **ventas minoristas** han enfrentado un proceso de desaceleración (tanto en los hipermercados, supermercados y locales de cercanía, como en los centros comerciales) que pone al centro la necesidad de atender la situación de cara a reconocerla como un factor contextual o una tendencia que podría acarrear consecuencias en el corto o mediano plazo.

En efecto, esta situación marca un aspecto de interés específico para nuestra representación mercantil: el lugar que hasta este momento venía teniendo el consumo interno en el apuntalamiento y crecimiento de los sectores y los efectos que ello tiene el proceso inflacionario afectando tanto los bolsillos de los trabajadores en general como el de los mercantiles en particular no sólo como consumidores -de productos cada vez más caros- sino como trabajadores del sector de comercialización de los mismos.

¹ La suba de precios se aplicó extensivamente. Es decir, se expandió sobre la mayoría de los productos de la economía, incluidos aquellos sin requerimientos de insumos importados)

² Es el proceso conocido como *estanflación*, que refiere al momento de la economía de un país con estancamiento o decrecimiento junto a aumentos de precios constantes. La forma de determinar si un país se encuentra en esta situación es cuando su Producto Bruto Interno presenta un decrecimiento durante dos trimestres seguidos. Luego de este periodo, el país entra en *recesión*. La recesión por su parte remite al estancamiento o decrecimiento a la depresión de las actividades **económicas**. La recesión suele implicar la caída del consumo y de la producción de bienes. La inversión también retrocede y el desempleo aumenta. El espiral descendente de la actividad económica exhibe fenómenos interrelacionados: al caer consumo, cae la producción y las empresas, en consecuencia, despiden trabajadores y aumenta el desempleo.

³ De acuerdo al promedio que efectúa *Consensus Economics* con datos de 20 consultoras privadas y bancos.

FUENTES

ASU. *Asociación de Supermercadistas Unidos*. ASU

CAS. *Cámara Argentina de Supermercados*. CAS

CCR AUDIT (2013). *El consumo masivo en la Argentina*. CABA: CCR.

INDEC (2013). *Encuesta de Supermercados*. Informe de Prensa. CABA: INDEC.

INDECOM (2013). *Encuesta*. Instituto de Estudios de Consumo Masivo.

SEyE (2010). *Relevamiento sobre supermercados en argentina*. CABA: FAECYS.

SEyE (2012). *El sector supermercadista: composición y evolución reciente*. Boletín Digital Agosto 2012. CABA: FAECYS.

SEyE (2013). *Formadores de precios*. CABA: FAECYS.

SEyE (2013). Boletín digital. Junio 2013. *Evolución del sector Supermercadista y Centros de Compras*. CABA: FAECYS.

SEyE (2014). Boletín digital. Febrero 2014. *Evolución del sector Supermercadista y Centros de Compras*. CABA: FAECYS.

FAECYS

FEDERACIÓN ARGENTINA
DE EMPLEADOS DE
COMERCIO Y SERVICIOS

INFORMACIÓN DE CONTACTO

SEyE - Secretaría de Estudios y Estadísticas

Secretario Miguel A. Santellan

Julio A. Roca 644 - 4to. Piso - CP 1067 | Tel. 011-43432783 /43425486

Correos electrónicos: seestadisticas@faecys.org.ar

sec.eye.faecys@gmail.com | www.faecys.org.ar

SEYE

SECRETARÍA
DE ESTUDIOS
Y ESTADÍSTICAS