

Análisis sobre la actividad de los supermercados

Síntesis ejecutiva

La Fundación Pueblos del Sur analizó los resultados de la Encuesta de Supermercados que publica mensualmente el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC), la cual releva información de 68 empresas distribuidas en todo el territorio nacional.

Entre los principales datos que brinda la encuesta se encuentran los totales de ventas de los supermercados, tanto de las grandes cadenas como de las medianas, los cuales pueden visualizarse por jurisdicción y por grupos de artículos.

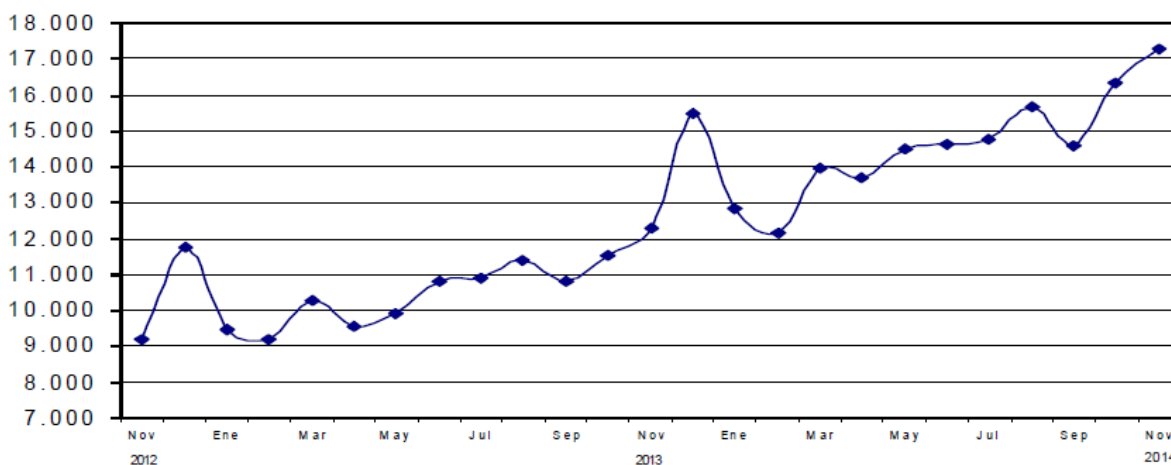
Los resultados de este informe (que puede ser consultado en el sitio web del INDEC) reflejan que en diciembre del año pasado las ventas de los supermercados (a precios corrientes) registró una suba de **33,1%** respecto al mismo mes del año anterior, y si se compara el año 2014 con respecto al 2013, la variación alcanza el **37,4%**.

Un dato que surge de la encuesta es que, si bien el 2014 tuvo 6 meses con caída en las ventas, el último trimestre acumuló un aumento del 33%, aproximadamente, respecto al mes anterior, mostrando cierta recuperación hacia finales del año, en coincidencia con un clima de mayor estabilidad en las variables fundamentales de la economía y, desde luego, el período festivo que tradicionalmente impacta en los guarismos.

Las ventas de los primeros once meses del año 2014 fueron **38%** superiores a las correspondientes al mismo período del año 2013, y las jurisdicciones donde se registraron las subas más importantes fueron Neuquén (53,9%), Chubut (49,2%), Entre Ríos (46,6%), Salta (44,6%) y Mendoza (43,6%).

Esta tendencia creciente se puede observar en el siguiente gráfico, que muestra la evolución mensual del total de las ventas en los supermercados, durante el período noviembre de 2012 a noviembre de 2014.

Gráfico 1. Evolución mensual de las ventas totales a precios corrientes, en millones de pesos.



Fuente: Encuesta de supermercados del INDEC.

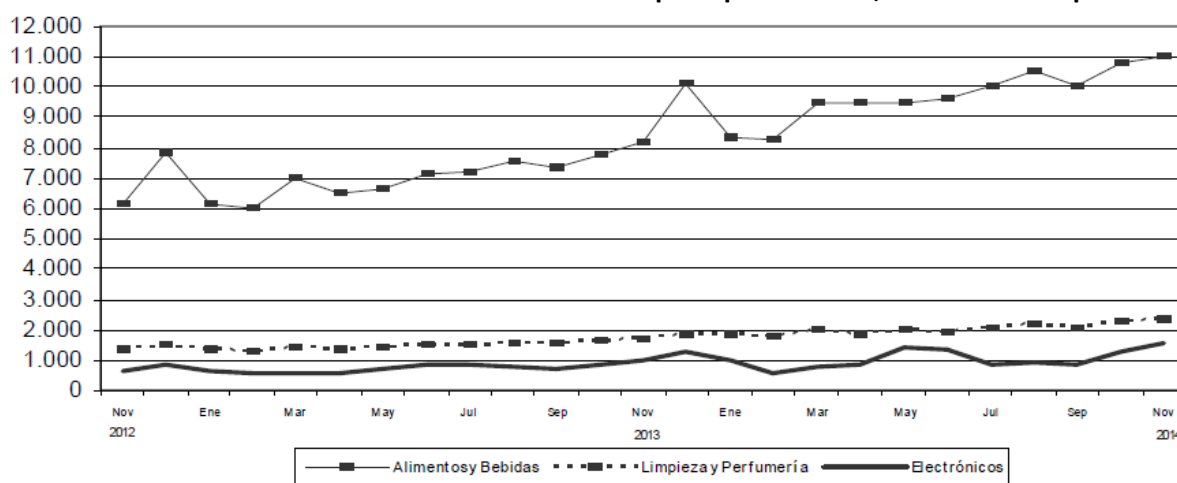
En cuanto a la **provincia de Santa Fe**, el informe refleja que en el período enero-noviembre de 2014, las 69 bocas de expendio relevadas registraron un incremento del 38,1% respecto al mismo período del año anterior; esto significa que el 2014 fue notablemente mejor que el 2013, en sintonía con el promedio a nivel nacional. Asimismo, si se comparan las ventas del mes de noviembre de 2014 con el mismo mes del año anterior, el incremento asciende al 41,2%.

En la provincia de Santa Fe también aumentó el gasto en pesos por compra. En efecto, en promedio los santafesinos gastaron un 43% más por compra que el año anterior. Esto se debe principalmente al aumento promedio en el valor de la compra (precio y cantidad), ya que solamente se registró una caída en la cantidad de compras del 1% aproximadamente.

Por otro lado, el informe muestra la evolución de las ventas por grupo de artículos, de donde se desprende que los rubros que experimentaron más incremento en las ventas fueron “Alimentos y bebidas”, con un aumento acumulado de 38,3%, y “Electrónicos y artículos para el hogar”, con un aumento de 42,3%. Estas variaciones pueden deberse tanto a incrementos en los precios de los bienes, como a aumentos en las cantidades consumidas.

En el siguiente gráfico se puede visualizar con claridad la evolución de las ventas de los principales grupos de artículos, para el período noviembre de 2012 a noviembre de 2014.

Gráfico 2. Evolución mensual de las ventas de los principales rubros, en millones de pesos.



Fuente: Encuesta de supermercados del INDEC.

Además, un dato interesante que presenta la encuesta es que a nivel nacional el **81,5%** de las ventas a precios corrientes del mes de noviembre de 2014 **corresponden a las grandes cadenas**, mientras que el 18,5% restante a las medianas, lo que habla del **poder de mercado** que tienen las grandes superficies comerciales del rubro. **A pesar de ello, las cadenas de supermercado medianas relevadas tuvieron durante el período enero-noviembre de 2014 una mejor performance que las grandes**, ya que totalizaron un incremento en las ventas del 45,7% mientras que en las grandes fue del 36,4%.

El hecho de que más del 80% de las ventas sea explicado por las grandes cadenas de supermercados plantea un desafío a los decisores de política económica, y a los ciudadanos en general, que consiste en establecer ciertos límites a la capacidad de fijar precios que se desprende de su gran poder de mercado.