



Informe de Ventas Minoristas

Cadenas de Hipermercados y Supermercados

y locales tradicionales

A nivel nacional

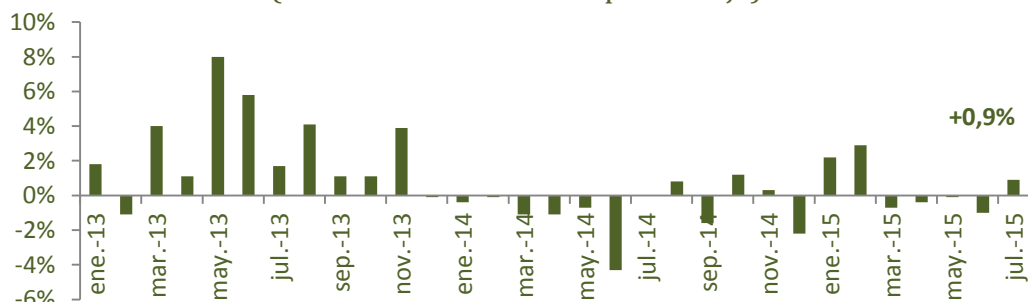
Septiembre de 2015

Julio registró un comportamiento positivo de las ventas minoristas

En el mes de julio las ventas minoristas en hipermercados, supermercados y locales de cercanía registraron una suba de 0,9% en relación a igual período del año anterior. En el canal tradicional (autoservicios y almacenes) se detectó un avance de 0,4%, lo que hizo que el total de canales registrara un crecimiento de 0,6 por ciento.

Lo anterior se desprende de una medición nacional, que alcanza a 143 categorías de productos de consumo masivo y que fue efectuada durante todos los días del mes. La obtención de los datos y su procesamiento, de acuerdo a estándares metodológicos que garantizan la seriedad y calidad de la información publicada, requiere aproximadamente 30 días, lo que explica la demora en la difusión de los resultados.

Ventas en el canal H-S-LC, en volumen
(variación interanual en porcentaje)



Fuente: CCR

Las ventas minoristas en hipermercados, supermercados y locales de cercanía (H-S-LC) mostraron en julio una variación positiva de 0,9% en relación a igual período del año previo. El crecimiento observado en el séptimo mes del año es resultado de un avance de

2,9% en el Área Metropolitana de Buenos Aires, parcialmente compensado por el retroceso de 0,6% registrado en el Interior. Por otra parte, en julio se produjo un crecimiento intermensual de las ventas de 4,4% a nivel país

Resultados por regiones

Distinguiendo por regiones, se observa que en junio en el Área Metropolitana (Capital Federal y Gran Buenos Aires) las ventas en hipermercados, supermercados y locales de cercanía avanzaron intermensualmente 4% mientras que en el Interior crecieron 4,8 por ciento. Considerando el acumulado de los primeros siete meses del año, se observa una suba de 1,2% en CABA y Gran Buenos Aires, y un estancamiento en el Interior (caída de 0,1%). La tabla siguiente presenta los resultados por regiones.

Variación respecto a	jun-15	jun-14	Acumulado
Nacional	4,4%	0,9%	0,5%
CABA y GBA	4%	2,9%	1,2%
Interior	4,8%	-0,6%	-0,1%

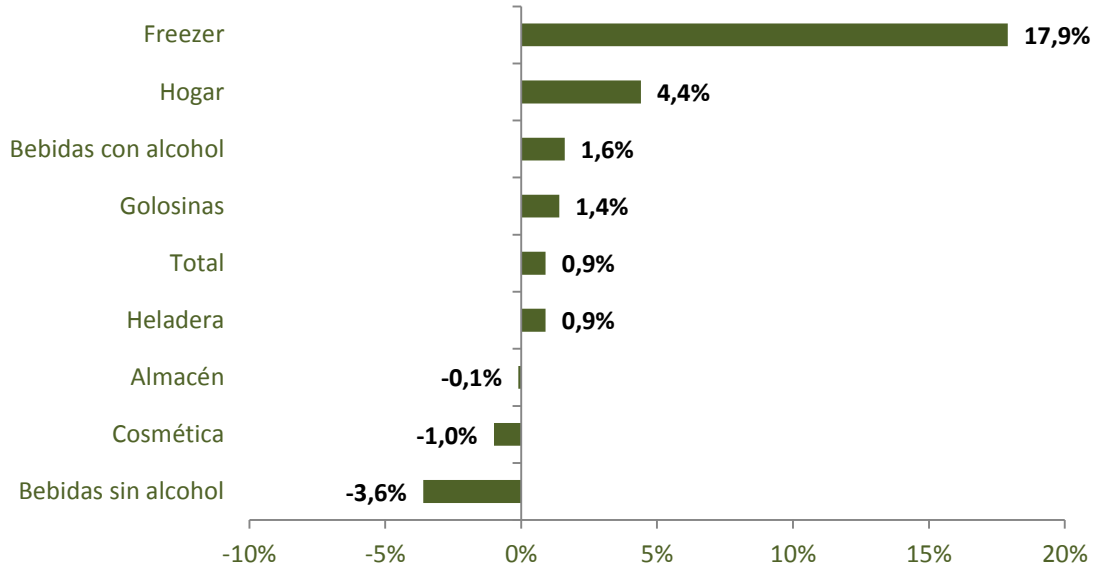
Fuente: CCR

Resultados por rubros

A nivel nacional, se observa que en el mes de julio la mayor suba interanual en hipermercados, supermercados y locales de cercanía correspondió a Freezer, con un avance de 17,9 por ciento. En el otro extremo se ubicó Bebidas sin alcohol, con una retracción de 3,6 por ciento.

Ventas en volumen

(variación interanual en porcentaje)

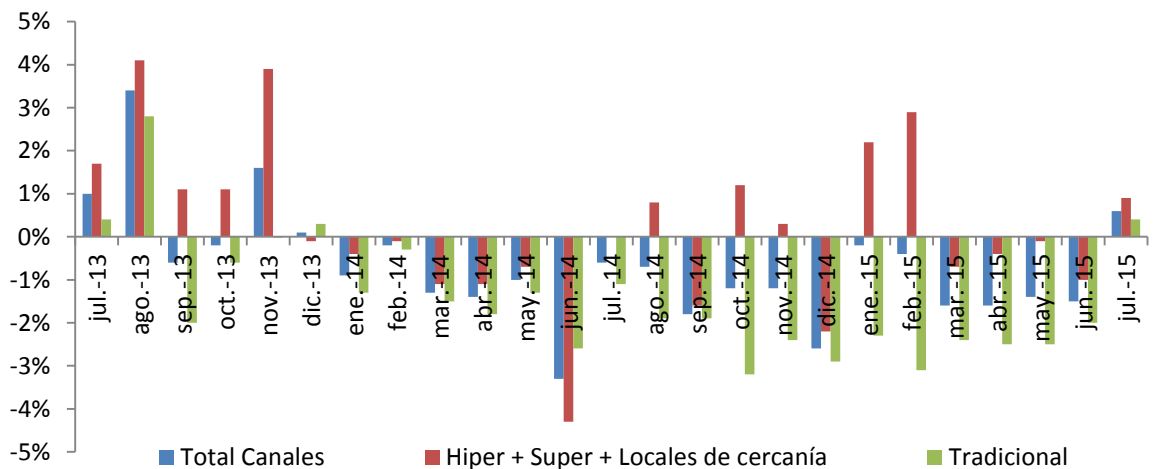


Total canales

Por otra parte, en el séptimo mes del año los volúmenes vendidos en el canal tradicional (autoservicios y almacenes) tuvieron una suba interanual de 0,4%, lo que dio por resultado un avance promedio de 0,6% para el total de los canales.

Evolución de los Canales de Comercialización

(variación en volumen intermensual; en porcentaje)



Aspectos metodológicos

El relevamiento de información del canal H-S-LC es SCAN e incluye 143 categorías de los siguientes 8 rubros de consumo masivo: a) Alimentos secos envasados; b) Bebidas sin alcohol; c) Bebidas con alcohol; d) Golosinas; e) Heladera (Lácteos); f) Freezer; g) Cosmética y tocador; h) Limpieza. No incluye perecederos ni otras categorías como Indumentaria o Electrodomésticos. Las categorías cubiertas son Hipermercados (más de 2500 metros cuadrados; 40 a 70 cajas; surtido amplio y profundo); Supermercados (500 a 2500 metros cuadrados; menos de 40 cajas; surtido amplio y profundo en PGC; influencia de 15 a 30 cuadras); y Locales de Cercanía (menos de 500 metros cuadrados; máximo de seis cajas; surtido reducido en PGC; influencia en menos de 15 cuadras).



**Cámara
Argentina de
Comercio**

Departamento de Economía

Gonzalo de León
economia4@cac.com.ar
+5411-5300-9077

Alejo Krasnopol
economia3@cac.com.ar



CCR Audit

Director de Trade

José Ignacio Amodei
JAmodei@ccrлатam.com
+5411-4546-7100 int 336