



Informe de Ventas Minoristas

CONSUMO MASIVO – A NIVEL NACIONAL

Cadenas de Hipermercados, Supermercados y Locales de Cercanía (H+S+LC)

Canal Tradicional (Almacenes y Autoservicios)

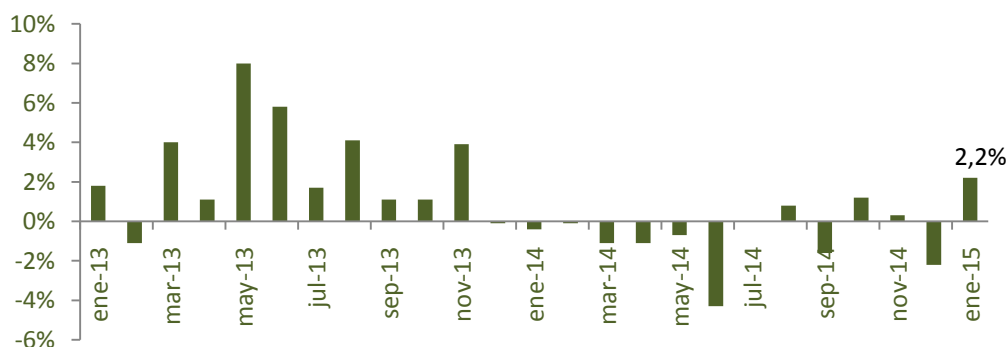
Febrero de 2015

El año 2015 comenzó con un comportamiento dispar de las ventas minoristas

En el mes de enero las ventas minoristas en hipermercados, supermercados y locales de cercanía registraron una suba de 2,2% en relación a igual período del año anterior. En el canal tradicional (autoservicios y almacenes) se detectó una caída de 2,3%, lo que implicó que el total de canales registrara una merma de 0,2 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 los 31 días del mes de enero. 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 25 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)



Las ventas minoristas en hipermercados, supermercados y locales de cercanía (H-S-LC) mostraron en enero una variación positiva de 2,2% en relación a igual período del año previo. El crecimiento observado en el primer mes del año es resultado de subas simultáneas registradas en el Área Metropolitana de Buenos Aires y en el Interior del país. Asimismo, en enero se produjo un retroceso intermensual de las ventas de 11,3% a nivel país, explicable por cuestiones estacionales, dado que las fiestas de fin de año suelen implicar alto nivel de ventas en diciembre –mes que se toma como base de comparación en esta variación–.

Resultados por regiones

Distinguiendo por regiones del país, se observa que en enero en el Área Metropolitana (Capital Federal y Gran Buenos Aires) las ventas en hipermercados, supermercados y locales de cercanía cayeron intermensualmente 14,1% mientras que en el Interior mermaron 9,1 por ciento. Con respecto a enero de 2014, se observó una suba de 2,4% en el Área Metropolitana y un incremento de 2% en el Interior. La siguiente tabla presenta el detalle de diversas variaciones por regiones.

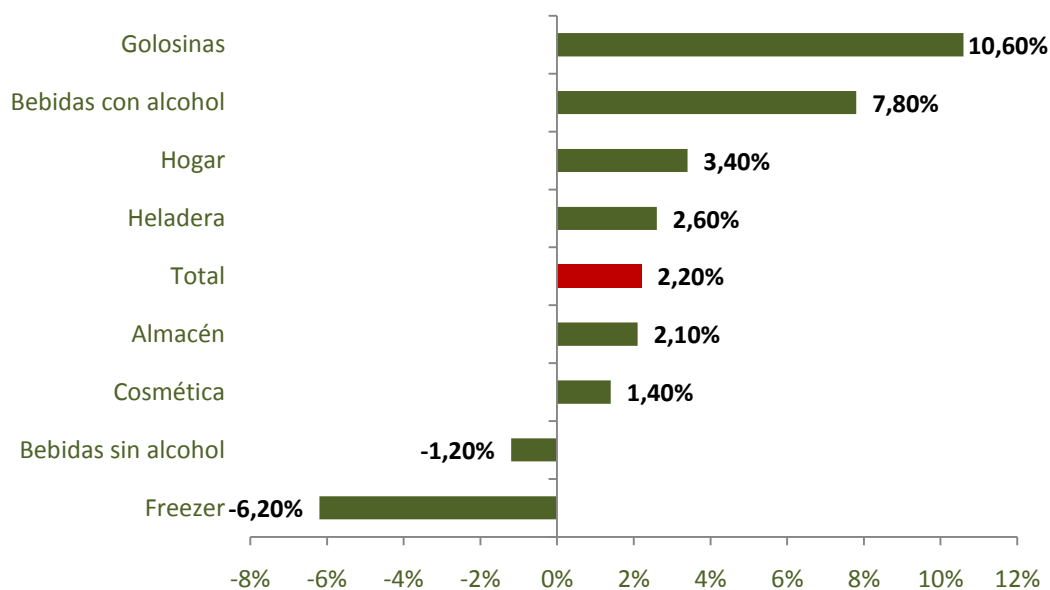
Variación respecto a	dic-14	ene-15	Acumulado
Nacional	-11,3%	2,2%	2,2%
CABA y GBA	-14,1%	2,4%	2,4%
Interior	-9,1%	2%	2%

Fuente: CCR

Resultados por rubros

A nivel nacional, se observa que en el mes de enero la mayor suba en hipermercados, supermercados y locales de cercanía correspondió a Golosinas, con un avance de 10,6 por ciento. En el otro extremo se ubicaron los productos de Freezer y las Bebidas sin alcohol, con mermas de 6,2 y 1,2%, respectivamente.

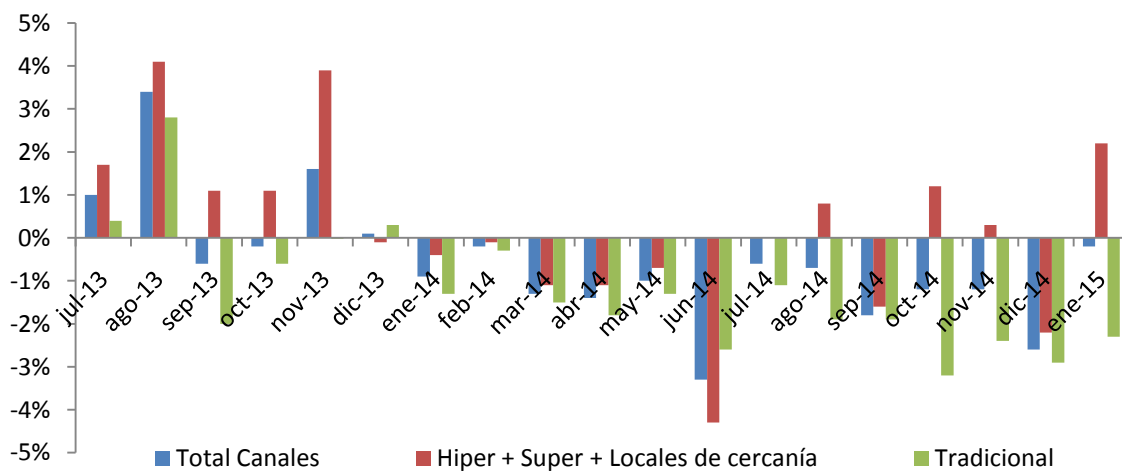
Ventas en volumen (variación interanual en porcentaje)



Total canales

Por otra parte, en el primer mes del año los volúmenes vendidos en el canal tradicional (autoservicios y almacenes) tuvieron una baja interanual de 2,3%, lo que dio por resultado una merma promedio de 0,2% 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

Economista Jefe

Gabriel Molteni
gmolteni@cac.com.ar
+5411-5300-9028

Analistas

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

Alejo Krasnopol
economia3@cac.com.ar

Martín Matiazzi
economia5@cac.com.ar



CCR Audit

Director de Trade

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