

## VENTAS EN SUPERMERCADOS

### NOVIEMBRE 2009

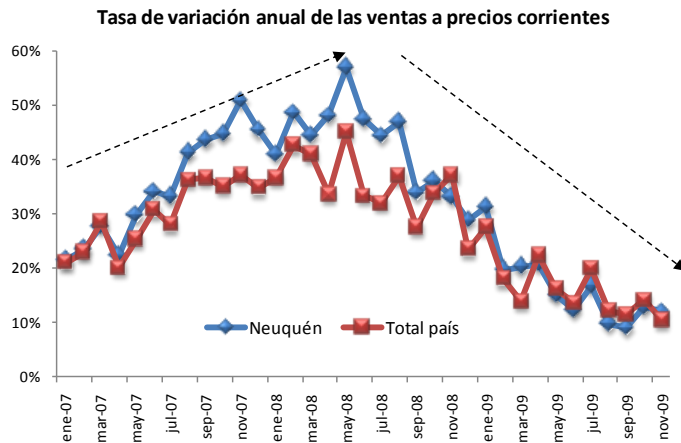
La encuesta de supermercados realizada mensualmente por el INDEC, releva información sobre 69 empresas distribuidas en todo el territorio nacional. Durante el mes de noviembre, las ventas en supermercados correspondientes a la provincia de Neuquén continuaron con la tendencia observada a lo largo del año. Esto es, se observó cierta estabilidad en las mismas. A pesar de que el monto vendido fue superior al promedio anual, este no alcanzó el valor máximo del año, el cual se registró durante el mes de julio.

Este resultado, corta un período de dos años de crecimiento sostenido de las ventas, y fue producto de los hechos ocurridos durante el año 2009. Estos se enmarcan en la crisis económica internacional, con el consecuente impacto sobre el nivel de actividad y el empleo, tanto a nivel nacional como regional. Incluso, al corregir el valor de las ventas por el incremento en el nivel de precios y la superficie encuestada, se aprecia una caída de las ventas en términos reales.

En Noviembre, el total de ventas en supermercados en la provincia de Neuquén fue de \$ 141,2 millones. De esta manera se obtiene un incremento mensual por segundo mes consecutivo, alcanzando el segundo mayor registro del año. Así, al comparar con el mes de octubre, se observa un leve crecimiento, siendo el mismo del 0,9%. En el siguiente gráfico, que muestra las ventas desde el año 2006 puede verse lo mencionado. Un período de crecimiento sostenido entre 2007 y 2008, seguido por una estabilidad en las ventas durante el año 2009.



Fuente: Subsecretaría de Ingresos Públicos, en base a INDEC



Fuente: Subsecretaría de Ingresos Públicos, en base a INDEC

En este gráfico puede observarse una desaceleración importante en la tasa de crecimiento a partir del segundo trimestre de 2008. En los últimos meses puede verse que la tasa de crecimiento, tanto en Neuquén, como en el total del país, tiene a estabilizarse en valores cercanos al 10%.

Dadas las ventas del mes de noviembre, y comparando con el mismo mes de 2008, se observa un crecimiento del 12%, ligeramente inferior al 12,9% registrado durante el mes de octubre. De esta manera, durante noviembre se vendieron casi \$16 millones más que en el mismo mes de 2008.

Si estos resultados se corrigen por la evolución del nivel de precios correspondiente a la encuesta de supermercados, que en noviembre registró una variación anual del 5,4%, se obtiene el crecimiento en términos reales, es decir, en el volumen de ventas. Al realizar dicha corrección, se observa que entre noviembre de 2009 y el mismo mes del año anterior, las ventas en términos reales se incrementaron un 6,6%.

Por último, durante el último año, la superficie del área de ventas relevada se incrementó un 15,4%. Como consecuencia, si se analiza la evolución de las ventas por m<sup>2</sup> entre noviembre de 2008 y el mismo mes del año pasado, se observa una reducción del -2,9%, al pasar de \$1.938 a \$1.882. De nuevo, si se corrigieran por el efecto del aumento en los precios, la caída sería aún mayor.

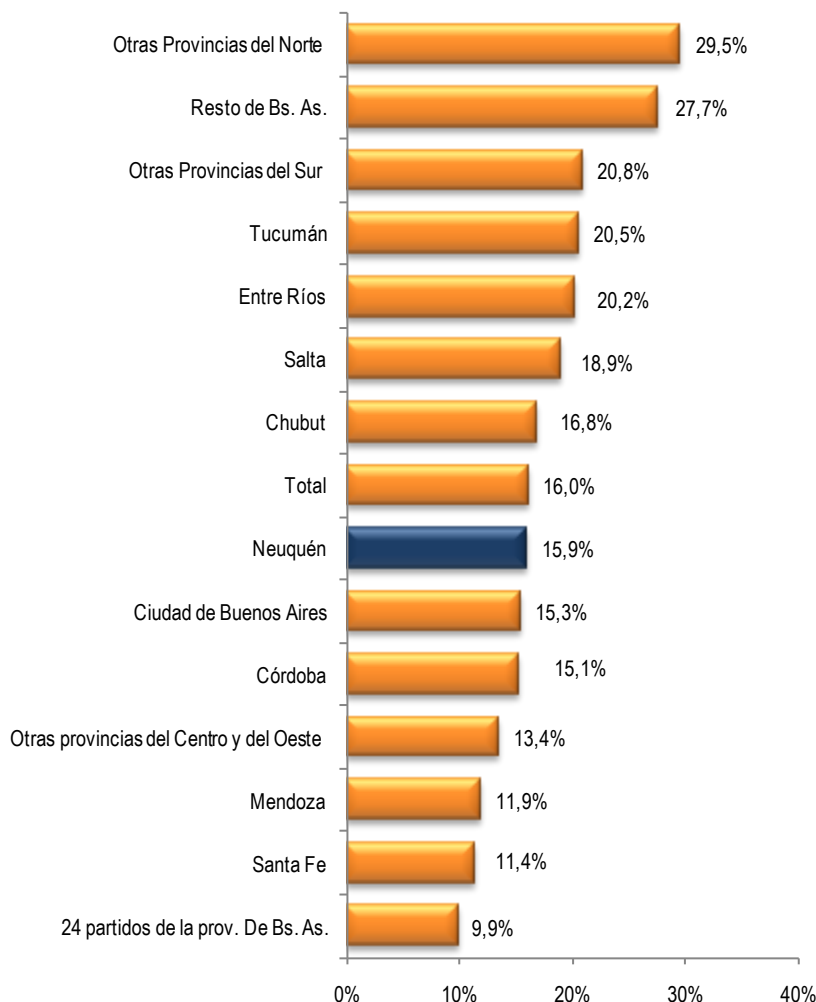
Por otra parte, las ventas en el total del país alcanzaron un total del \$4.328,4 millones durante noviembre, registrando de esta manera una reducción del -2,1% en relación al mes de octubre. En términos anuales, las mismas se incrementaron un 10,4%, lo que representa el valor más bajo de todo el año, y cuatro puntos porcentuales por debajo del resultado de octubre. En términos de ventas por m<sup>2</sup>, se obtuvo un valor de \$1.735, lo que implica un aumento del 6,2% en relación a noviembre de 2008.

Por último, las ventas acumuladas durante los primeros once meses del año muestran una variación positiva del 16% y 15,9% en el total del país y Neuquén respectivamente.

En cuanto a la situación en el resto de las provincias, se observa que en todas ellas, las ventas acumuladas a noviembre muestran una variación anual positiva. Pero existen diferencias entre las mismas. La región que

presenta el mayor crecimiento corresponde, al igual que en los últimos cuatro meses, a Otras provincias del norte, donde en relación al año pasado, las ventas se incrementaron un 29,5%. En segundo lugar se ubicó el Resto de Buenos Aires, cuya variación alcanzó al 27,7%, seguida por Otras provincias del sur y Tucumán con el 20,8% y 20,5% respectivamente. Por otro lado, entre las que menos crecieron se encuentran los 24 partidos de la provincia de Buenos Aires, cuyas ventas acumuladas a noviembre de 2009 se incrementaron un 9,9% interanual. Le sigue Santa Fe, con una variación del 11,4%. En el siguiente gráfico se observan las distintas tasas de variación para las diferentes provincias.

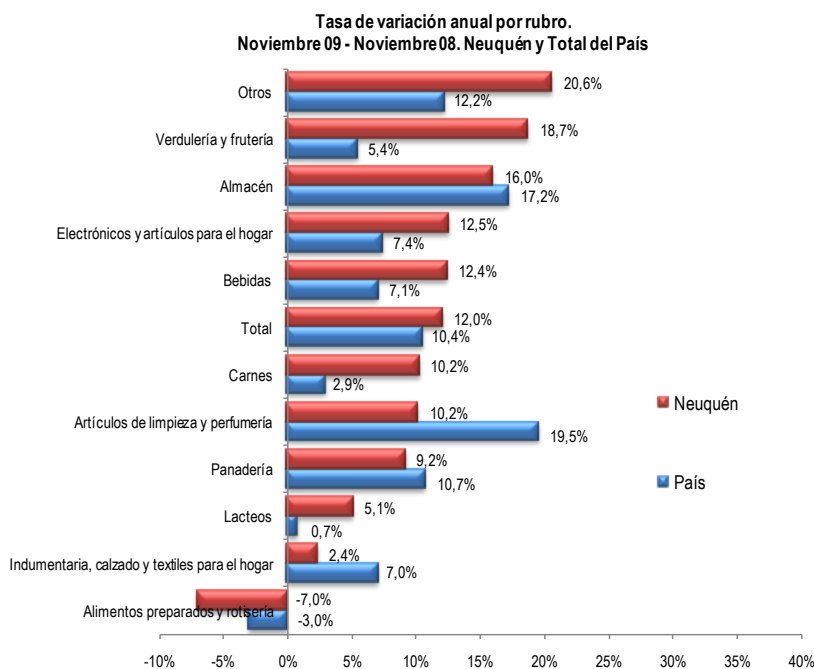
### Tasa de crecimiento anual de las ventas acumuladas por jurisdicción Noviembre 09 - Noviembre 08



Fuente: Subsecretaría de Ingresos Públicos, en base a INDEC

## Ventas por rubros

Al analizar las ventas por rubros, se puede observar una importante diferencia en la evolución de las mismas en Neuquén y el total del país. Este resultado puede verse en el siguiente gráfico.



Fuente: Subsecretaría de Ingresos Públicos, en base a INDEC

En el mismo se observa que el rubro que muestra el mayor crecimiento, en Neuquén, es el correspondiente a Otros artículos. El mismo muestra un crecimiento anual del 20%. Este resultado marca una importante desaceleración, ya que durante octubre, este mismo rubro lideró los aumentos con una tasa el 36,4%. En segundo lugar se ubican las Verduras y Frutas, con una tasa de variación anual del 18,7%. En el otro extremo, se puede ver que un solo rubro registra una caída anual, y es el mismo tanto a nivel nacional, como en Neuquén. Este corresponde a los

Alimentos preparados y rotisería, que entre noviembre de 2009 y el mismo mes de 2008 se redujo un -7% y -3% en Neuquén y el total del país respectivamente. Las variaciones en las ventas por grupo de artículo para el conjunto de provincias pueden verse en el gráfico.

En función de las tasas de crecimiento de los diferentes rubros y del peso relativo de cada uno en el total, se puede analizar la contribución al crecimiento total de cada conjunto de artículos. Dada su alta participación y al registrar la segunda mayor tasa de variación, el rubro Almacén es el que explica la mayor parte del aumento. El mismo es responsable de 3,6 puntos, es decir, uno de cada tres pesos del crecimiento total. En segundo lugar se encuentra el rubro Otros, con 2,4 p.p. De esta manera, la mitad del incremento total puede explicarse por estos dos grupos de artículos.