

122 2j3



REPUBLICA ARGENTINA
MINISTERIO DE ECONOMIA
Y OBRAS Y SERVICIOS PUBLICOS
SECRETARIA DE PROGRAMACION ECONOMICA
INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA Y CENSOS



INDEC

18 OCT 1996

INFORMACIÓN DE PRENSA

Buenos Aires, 17 de octubre de 1996

SÍNTESIS METODOLÓGICA

I.- INTRODUCCIÓN

El comercio minorista se caracteriza por un alto grado de atomización, así como por un elevado nivel de rotación de empresas. Esta situación obstaculiza permanentemente una adecuada medición del sector.

Sin embargo, en los últimos años se registró una rápida expansión de comercios pertenecientes a cadenas de supermercados - particularmente en el ramo de alimentos y bebidas, artículos de limpieza y perfumería, indumentaria, calzado y textiles para el hogar y electrodomésticos- sobre la base de importantes rebajas de precios, mayor variedad de oferta y celeridad de atención al cliente.

Este proceso originó un significativo crecimiento de la importancia de los supermercados en el total del comercio minorista y, al mismo tiempo, un aumento de la concentración de las ventas en un reducido número de empresas con amplia distribución geográfica.

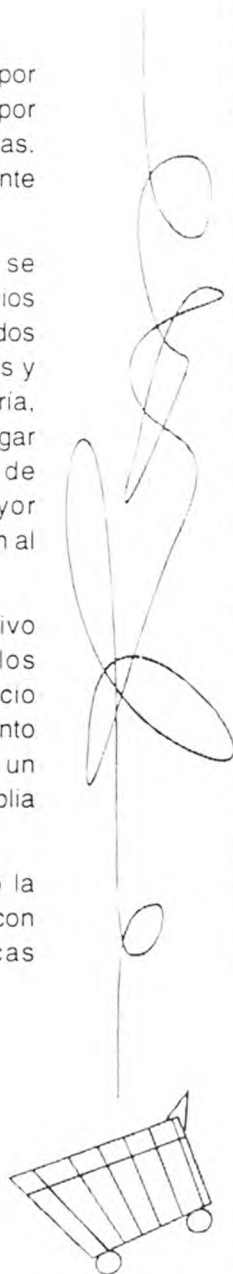
En este contexto, el INDEC asumió la tarea de implementar un relevamiento con el fin de investigar las características

estructurales del sector de supermercados y de proveer información estadística continua para el análisis de coyuntura tanto del sector comercial como del consumo de la población.

II.- COBERTURA DE LA INVESTIGACIÓN

En esta primera etapa se esta relevando información sobre un conjunto altamente representativo de empresas (cadenas de supermercados) cuya administracion central está ubicada en el Gran Buenos Aires (G.B.A.)¹ y que cuentan por lo menos con alguna boca de expendio cuyo salón de ventas supera los 300 m².

La encuesta se inició en mayo de 1996 y estuvo dirigida a 62 cadenas de super-



¹ Comprende la Capital Federal y los siguientes 24 partidos de la provincia de Buenos Aires : Almirante Brown, Avellaneda, Berazategui, Esteban Echeverria, Ezeiza, Florencio Varela, General San Martin, Hurlingham, Ituzaingo, José C. Paz, La Matanza, Lanus, Lomas de Zamora, Malvinas Argentinas, Merlo, Moreno, Moron, Quilmes, San Fernando, San Isidro, San Miguel, Tigre, Tres de Febrero y Vicente Lopez.

Encuesta de

Supermercados

mercados que abarcan 406 bocas de expendio con la siguiente distribución geográfica:

| | Cantidad de bocas |
|-------------------------|-------------------|
| Total | 406 |
| Buenos Aires | 206 |
| - 24 Partidos del G B A | 159 |
| - Resto de Buenos Aires | 47 |
| Capital Federal | 118 |
| Catamarca | 1 |
| Córdoba | 12 |
| Corrientes | 1 |
| Chaco | 1 |
| Chubut | 16 |
| Entre Ríos | 2 |
| Formosa | 1 |
| Jujuy | 1 |
| La Pampa | 2 |
| La Rioja | 1 |
| Mendoza | 3 |
| Misiones | 1 |
| Neuquén | 3 |
| Rio Negro | 14 |
| Salta | 3 |
| San Juan | 1 |
| San Luis | 1 |
| Santa Cruz | 4 |
| Santa Fe | 4 |
| Santiago del Estero | 1 |
| Tierra del Fuego | 6 |
| Tucumán | 3 |

La nómina de empresas con administración central en el Gran Buenos Aires se ajustará periódicamente considerando nuevas altas o el cierre de alguna de ellas. Por otra parte, en un futuro próximo se prevé extender la encuesta a las principales cadenas que tienen su administración central en el interior del país.

III.- DIRECTORIO DE EMPRESAS

En esta primera etapa el directorio de empresas ha sido elaborado a partir de información proporcionada por la Cámara Argentina de Supermercados, la cual ha sido complementada con datos surgidos del Censo Nacional Económico 1994.

IV.- DEFINICIONES UTILIZADAS

- **Cadenas grandes:** Son aquellas que habitualmente facturan más de 20 millones de pesos por mes.

- **Cadenas medianas:** Son aquellas que habitualmente facturan hasta 20 millones de pesos por mes.

- **Ventas totales:** Corresponde al monto total en pesos de las ventas efectuadas a lo largo de cada mes, valuadas al precio de venta en el establecimiento vendedor, incluyendo el IVA y neto de bonificaciones o descuentos de cualquier tipo. No se incluyen cargos ni intereses por financiación.

- **Número de operaciones:** Corresponde al número de tickets emitidos.

- **Personal ocupado asalariado:** Indica la cantidad de personal ocupado propio que cumple tareas en la empresa al último día del mes, incluyendo los que estuvieron con licencias de cualquier tipo (enfermedad, vacaciones u otras circunstancias). No incluye el personal provisto por agencias de trabajo temporario ni por empresas contratadas para la prestación de servicios tales como vigilancia, limpieza u otros.

- **Sueldos y salarios y contribuciones patronales:** Se incluye salario básico, aguinaldo, comisiones, premios, bonificaciones, horas extras, vacaciones, enfermedad y toda otra retribución, tanto remunerativa como no remunerativa, abonada a los asalariados. Las contribuciones patronales comprenden los aportes a los regímenes nacionales de Seguridad Social y de Obras Sociales y otros que correspondan jurisdiccionalmente.

- **Compras de mercaderías:** Indica las compras efectivamente realizadas durante el mes, sean éstas de mercaderías para revender en el mismo estado en que fueron adquiridas o para utilizar en la producción de otras en el mismo establecimiento. Se las valúa al valor de entrega en la empresa, incluidos gastos de transporte, seguros, impuestos, IVA y cualquier otro importe que pudiera incrementar el valor de compra de las mercaderías. No se incluyen los gastos de financiamiento de las compras.

V. - INDICADORES SOBRE EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS

La actividad de los supermercados ha experimentado un constante crecimiento durante los últimos años por el dinamismo de la demanda y también en detrimento de las ventas de otros comercios minoristas. Por esa razón, la evolución de las ventas totales que surge de la encuesta probablemente contenga un "efecto absorción" sobre otros comercios minoristas y, por lo tanto, no se lo debe considerar aisladamente como un indicador macroeconómico del consumo. Atento a ello, se continúa investigando sobre la elaboración de indicadores complementarios al de las ventas totales.

Por otra parte, para un mejor análisis de la coyuntura sectorial se presentan, además de la serie de evolución mensual de las ventas totales, indicadores referidos al valor de las ventas por metro cuadrado y el monto promedio de cada compra, los cuales pueden resultar más apropiados para el análisis de la coyuntura sectorial.

VI.- MÁRGENES COMERCIALES

El margen comercial se determina por la diferencia entre los ingresos por ventas y el costo de la mercadería vendida. Este último se obtiene, a su vez, deduciendo del valor de las compras de mercaderías de reventa, la variación de existencias de las mismas.

En esta primera etapa, sólo se dispone del valor de las ventas mensuales y de las compras, mientras que las variaciones de existencias se relevarán de acuerdo con las fechas de cierre de balance de las empresas comprendidas.

No obstante, se muestra la relación entre el valor de las ventas y de las compras, como indicador aproximado del margen comercial. A efectos de atenuar el efecto de las variaciones de existencias, se presenta sólo para los valores acumulados de los meses relevados.

VII.- VALORACIÓN DE LAS VENTAS Y LAS COMPRAS

En la valoración de las ventas y las compras se incluye el Impuesto al Valor Agregado (IVA) correspondiente. Este tratamiento se aparta del utilizado por las empresas en la preparación de sus estados contables o de otros operativos del INDEC tal como el Censo Nacional Económico (CNE'94), en donde se excluye el IVA tanto de las ventas como de las compras.

El motivo del tratamiento alternativo adoptado responde al objetivo adicional de medir el gasto de los consumidores en donde sí corresponde incluir el IVA. Además, para estimaciones de las ventas a precios constantes es usual utilizar el Índice de Precios al Consumidor, que también incluye el IVA en los precios relevados.

VIII.- RELEVAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Se utilizaron dos tipos de cuestionarios para el relevamiento de la información, cuyos ejemplares se anexan a la presente Síntesis Metodológica. Uno de ellos está referido al relevamiento permanente por el que se solicita información mensual a nivel de empresa sobre ventas por grupos de productos, compras de mercaderías, personal ocupado y remuneraciones al personal asalariado, entre otras variables.

El otro cuestionario, utilizado solamente en el mes de inicio de la encuesta (mayo de 1996), está referido a datos para cada una de las bocas integrantes de las empresas, tales como la superficie del área de ventas, el valor de las ventas, la disponibilidad de playas de estacionamiento, la cantidad de cajas registradoras con y sin scanner, y el personal ocupado según categoría. Este relevamiento sobre características generales del sector se reiterará anualmente.

IX.- PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS

La información que será publicada mensualmente es de especial importancia para el análisis de coyuntura. En esta primera entrega se incluyen los meses de mayo, junio, julio y agosto de 1996. Revisten particular interés los cuadros referidos a la evolución mensual de las ventas, desagregadas por tipo de cadena (grandes y medianas), jurisdicción y grupos de artículos. Además, se presentan datos referidos a la evolución mensual del personal ocupado, sueldos y salarios, contribuciones patronales, compras de mercaderías y número de operaciones realizadas.

Del relevamiento inicial referido a mayo de 1996, se presenta información sobre número de bocas y atributos de las mismas, tales como monto de las ventas, superficie cubierta del área de ventas, disponibilidad de playas de estacionamiento, cantidad de cajas registradoras con y sin scanner y personal ocupado según categoría, y además distintas relaciones entre esas variables.

X.- ALCANCE DE LOS RESULTADOS

Se estima de utilidad confrontar los datos agregados de este relevamiento (1996) con los correspondientes al CNE '94 referidos al año 1993. Según este último, existían durante 1993 en todo el país, 1.868 locales comerciales con cuatro o más cajas registradoras (rama 52110 del clasificador utilizado en el Censo). Dichos locales, que pueden asimilarse a la categoría de supermercados, realizaron ventas de mercaderías durante ese año por un valor de 8.395 millones de pesos, que representaron 19% del total de las ventas del comercio minorista. El costo de las mercaderías vendidas fue de 6.647 millones de pesos, por lo que el margen comercial fue de 26%. Además, tuvieron un promedio mensual de 54.547 puestos de trabajo asalariados.

La proyección anual de los datos relevados hasta el momento por la encuesta, da un resultado del orden de los 7.800 millones de pesos de ventas (excluido el IVA) y de 6.400 millones de pesos de compras. Además, el personal ocupado asalariado -siempre según la encuesta- es aproximadamente de 47.000 personas.

Si bien de un primer análisis surge una alta representatividad de la información de la encuesta, corresponde aclarar que los resultados obtenidos no son estrictamente comparables con los del Censo, habida cuenta de la apertura de nuevos locales y, en menor medida, de la evolución de los precios minoristas.



ENCUESTA DE SUPERMERCADOS

Carácter Estrictamente Confidencial y Reservado Ley 17.622

Artículo 10: Las informaciones que se suministran a los organismos que integran el Sistema Estadístico Nacional, en cumplimiento de la presente ley serán estrictamente secretas y sólo se utilizarán con fines estadísticos. Los datos deberán ser suministrados y publicados en compilaciones de conjunto, de modo que no pueda ser violado el secreto comercial o patrimonial, ni individualizarse las personas o entidades a quienes se refieren. Quedan exceptuados del secreto estadístico los siguientes datos de registro: nombre y apellido o razón social, domicilio y rama de actividad.

Artículo 15: Incurrirán en infracción y serán pasibles de multas conforme al procedimiento que se establezca en la reglamentación de la presente ley, quienes no suministren en término, falseen o produzcan con omisión maliciosa las informaciones necesarias para las estadísticas y los censos a cargo del Sistema Estadístico Nacional.

El presente formulario cumplimentado debe ser devuelto al encuestador en un plazo no superior a los 20 días posteriores al término del mes de referencia.

| Mes | | Año | |
|-----|--|-----|--|
| | | | |

| Para uso del INDEC | | | |
|--------------------|--------------|----------|------|
| Código | Departamento | Fracción | Rama |
| | | | |

1- IDENTIFICACION DE LA EMPRESA

2- Altas

Indicar si durante el mes que se informa se han habilitado nuevas bocas.

Cantidad

Identificación y localización de las nuevas bocas:.....

3- Bajas

Indicar si durante el mes que se informa se han producido cierres de bocas.

Cantidad

Identificación y localización de las bocas cerradas:.....

4- VENTA DE MERCADERIAS Y CANTIDAD DE OPERACIONES

Se debe indicar el monto total en pesos de las ventas realizadas durante el mes, separadamente para cada uno de los grupos de artículos, y el número de operaciones efectuadas, según la ubicación geográfica de la boca donde se produjeron las ventas. Las mismas deberán valuarse al precio de venta en el establecimiento vendedor, neto de bonificaciones o descuentos de cualquier tipo. Se debe incluir el valor del I.V.A. No deben incluirse los cargos por financiación de la ventas ni los intereses de financiación.

| Grupos de Artículos | Agrupamiento de bocas según jurisdicción | | | | |
|---|--|-----------------|-------------------|-----------------------|--------------|
| | Total | Capital Federal | Gran Buenos Aires | Resto de Buenos Aires | Provincia de |
| Bebidas Total Alcohólicas ¹ Sin alcohol ¹ | | | | | Provincia de |
| Almacén | | | | | |
| Panadería Total Elaboración de terceros ¹ Elaboración propia ¹ | | | | | |
| Lácteos | | | | | |
| Carnes Total Vacuna ¹ Pollo ¹ Pescados ¹ Otras carnes ¹ | | | | | |
| Verdulería y frutería | | | | | |
| Alimentos preparados y rotisería | | | | | |
| Artículo de limpieza y perfumería | | | | | |
| Indumentaria, calzado y textiles para el hogar | | | | | |
| Electrónicos y artículos para el hogar | | | | | |
| Otros | | | | | |
| Total | | | | | |

¹Items de llenado opcional.

| | | | | | |
|------------------------------|--|--|--|--|--|
| Número de operaciones | | | | | |
|------------------------------|--|--|--|--|--|

5- PERSONAL OCUPADO ASALARIADO PROPIO Y SUELDOS Y JORNALES BRUTOS

Personal ocupado asalariado propio

Indicar la cantidad de personal ocupado propio que cumplió tareas en esta empresa al último día del mes, incluyendo los que estuviesen con licencias de cualquier tipo (enfermedad u otras circunstancias). Se debe incluir tanto al personal permanente como a los contratados por la empresa.

En términos generales, se debe incluir en la categoría Gerentes, supervisores y otro personal jerárquico al personal que se encuentra en la situación denominada "fuera de convenio". Por otra parte, la categoría cajeros, administrativos, repositores y otros incluye al personal considerado como "dentro de convenio". Excluir al personal provisto por agencias de trabajo temporario, así como al personal que cumple tareas de vigilancia o limpieza en el local a las órdenes de terceras empresas contratadas para la provisión de esos servicios.

Sueldos y jornales y contribuciones patronales del personal propio

Incluye salario básico, aguinaldo, comisiones, premios, bonificaciones, horas extras, vacaciones, enfermedad y toda otra retribución (en dinero o en especie), tanto remunerativa como no remunerativa. Las contribuciones patronales comprenden los aportes a los regímenes nacionales de Seguridad Social y de Obras Sociales y otros que correspondan jurisdiccionalmente, relativos a los sueldos y salarios brutos declarados en este mismo cuadro. Consignar el importe en pesos.

| Concepto | Categorías | |
|---------------------------|---|--|
| | Gerentes, supervisores y otro personal jerárquico | Cajeros, administrativos repositores y otros |
| Número de personas | | |
| Sueldos y jornales brutos | | |
| Contribuciones patronales | | |

6 - PAGOS A AGENCIAS DE TRABAJO TEMPORARIO

Se debe consignar el monto de las facturas pagadas a lo largo del mes en concepto de los servicios de agencias de trabajo temporario por el suministro del personal temporario que cumplió funciones en la empresa. Consignar el importe en pesos.

| | |
|--|------------------|
| Pagos a agencias de trabajo temporario | Importe en pesos |
| | |

