

Se frenan las compras en los supermercados mayoristas

23/06/2024



En medio de una recesión que no cede, las ventas al por mayor de productos esenciales cayeron 6% en abril, lo cual refleja como la crisis impacta en todos los niveles de la cadena de comercialización.

El dato fue informado por la Cámara Argentina de Distribuidores y Autoservicios Mayoristas (CADAM).

En cuanto a los hábitos de consumo, en abril se consolidó la tendencia de buscar marcas más económicas y se pospuso la compra de productos no esenciales.

Los sectores más afectados incluyen el cuidado personal, cosmética y perfumería.

El Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC) publicó la «Encuesta de autoservicios mayoristas», que abarca desde alimentos hasta electrónicos, indumentaria y textiles para el hogar.

Pero la CADAM confecciona un monitor específico para productos de consumo masivo esenciales, como bebidas, almacén, panadería, lácteos y artículos de limpieza y perfumería, para proporcionar datos más detallados.

Los resultados indican una caída del 6% en las ventas comparadas mes a mes a precios corrientes.

Según CADAM, además la disminución de las expectativas inflacionarias y la reducción de ventas han generado un proceso de desinflación debido a la competencia entre mayoristas y grandes cadenas.

En ese contexto, los minoristas ya no están haciendo grandes compras, lo que podría explicar la baja del 6% en abril respecto de marzo.

También se observa una menor cantidad de unidades por ticket y una menor frecuencia de compras.

En cuanto a los hábitos de consumo, sigue disminuyendo la venta de postres, yogures, dulces, chacinados y bebidas en general, mientras que aumentan las compras de productos básicos como aceites, harinas y azúcar.

En limpieza, se reduce la variedad de productos y se enfoca el consumo en lo esencial como lavandina, con la mayor caída en cosmética y perfumería.

En el cuidado oral, se nota una disminución en la compra de enjuague bucal, por ejemplo.

Para mayo y junio, los mayoristas están recibiendo listas de precios con aumentos desde las industrias y tratan de ajustar los costos para no trasladar los incrementos a los precios finales, aunque los feriados largos de junio generan una baja en ventas y aumentan los costos de personal.

El 61% de las ventas se realizan a través del canal tradicional de comercio, compuesto por mayoristas que

abastecen a una red de 140 mil almacenes, farmacias, perfumerías y 13 mil autoservicios en todo el país.

Este tipo de tiendas atiende principalmente a las compras diarias de familias de menores recursos, llegando a los más necesitados a través de este canal.