



Marketing &
Estadística



La informalidad y consumo de los hogares, otro capítulo más de la Argentina dual

El impacto de la informalidad en el desarrollo de canales comerciales

Informe preparado por Marketing & Estadística

Julio 2021

La informalidad en el Retail

La informalidad funciona como un mecanismo de supervivencia que opera con distintos grados según el sector, pero impacta de manera significativa en el retail de consumo masivo empujada por las necesidades de los estratos más bajos de maximizar sus ingresos.



En los últimos años los canales informales han crecido de manera constante, conviven actores atomizados y organizaciones estructuradas, pero en todos los casos el mercado informal se expresa en una expansión significativa de puntos de venta (PDV).
La información disponible de este canal es opaca.

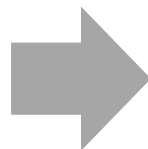
El efecto de la alta presión tributaria

En 2021 la presión tributaria - tomando los tres niveles de gobierno y sin contar los aportes a las obras sociales- rondará el 32% del PIB, nivel semejante a países de la OCDE.



Neto entre los formales el ratio se acerca al 50% del PIB.

La presión fiscal efectiva sobre los sectores formales es cuasi confiscatoria generando una retroalimentación que deriva en una baja tasa de inversión y un mediocre crecimiento de la economía.



La incidencia de los impuestos en cualquier precio de la economía formal oscila entre el 45% y el 55%.



La informalidad desde la demanda

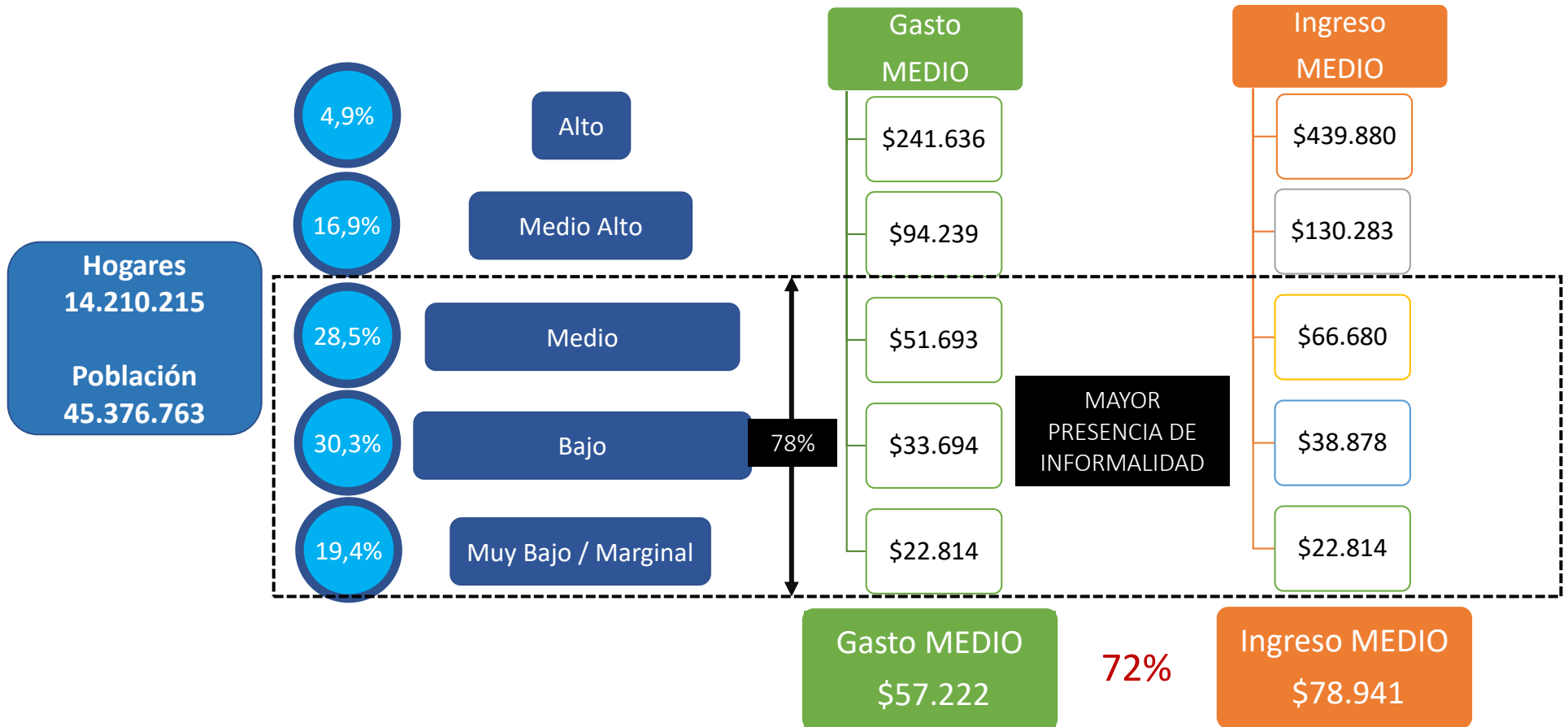
De los 20 millones de personas que componen la población económicamente activa sólo 9,1 tienen un empleo formal (5,8 millones en el sector privado y 3,3 millones en el sector público)

El Ministerio de Trabajo afirma que hay alrededor de 3 millones de personas adicionales que tienen algún grado de “formalidad” con regímenes más flexibles (0,4 millones de trabajadores autónomos, 1,6 millones de monotributistas, 0,6 millones de empleadas domésticas y 0,4 millones de monotributistas sociales)

El resto, cerca de 8 millones de personas, opera en la informalidad laboral total

Ingresos y gastos de los hogares

Promedio mensual - Diciembre 2020



Fuente: MARKETING & ESTADISTICA

Los canales comerciales

El gasto en consumo de los hogares, a valores de diciembre de 2020, es del orden de los \$803.000 millones mensuales, incluye todos los rubros de gastos corrientes de los hogares. El gasto de rubros los alimentos, bebidas, limpieza y cuidado personal se agrupa como Mercado Food y es el 27% del gasto en consumo, unos \$220.000 millones mensuales, también a valores de diciembre de 2020.

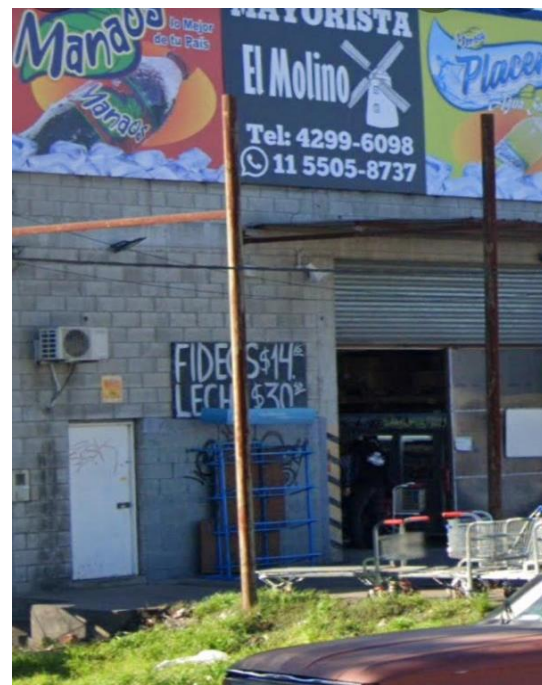
La oferta en el Mercado Food se segmenta en CANAL MODERNO, CANAL TRADICIONAL y otros formatos.

El canal moderno está representado por las cadenas de supermercados y autoservicios y el canal tradicional está compuesto principalmente por comercios de barrio y algunos locales independientes. Es en el canal tradicional donde se concentra una parte importante de la informalidad del mercado Food.



El peso de los canales

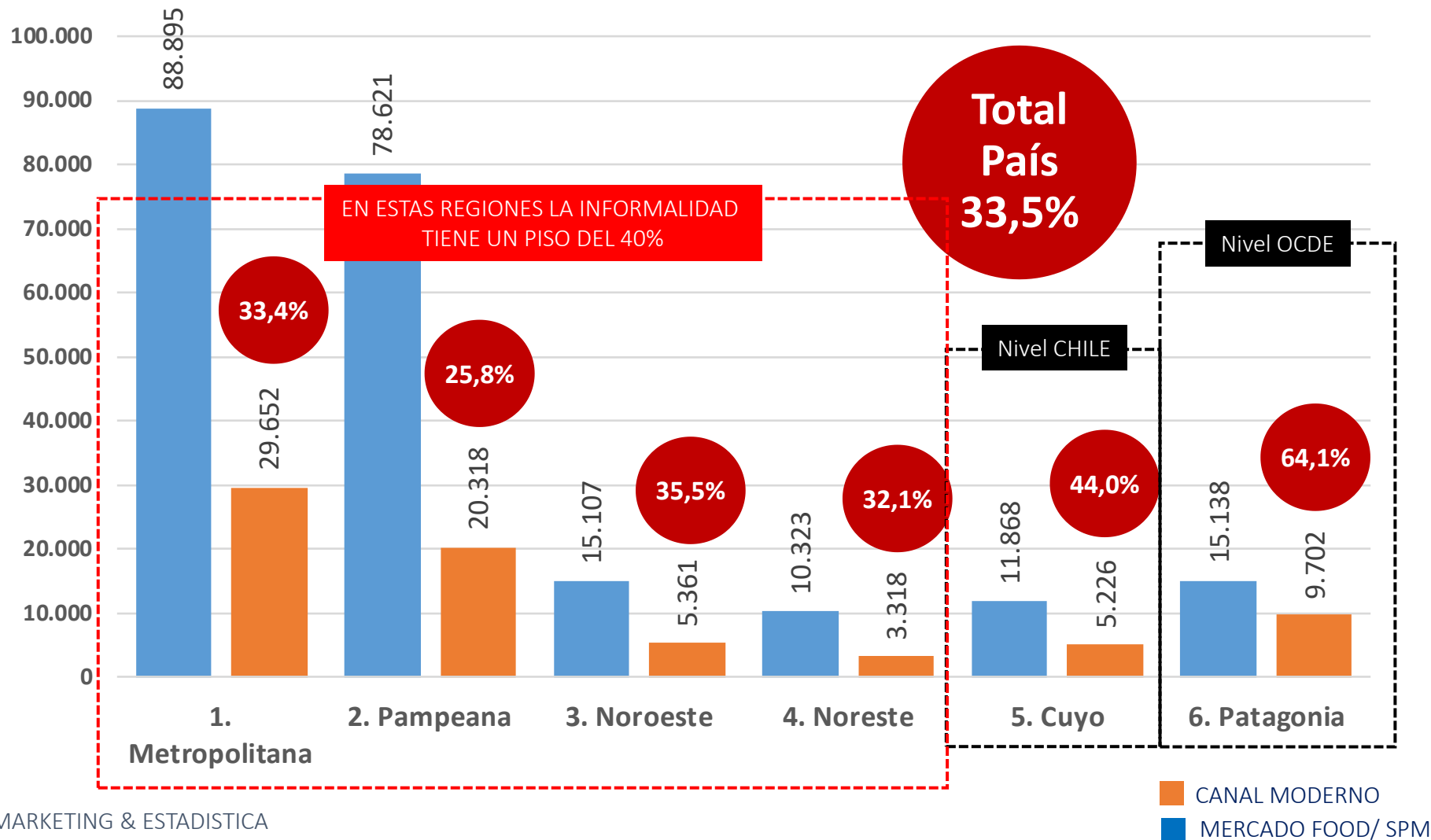
El canal moderno en Argentina es el 33,5% del Mercado Food. A modo de referencia en economías de la OCDE este ratio es del orden del 60%, llegando en Francia al 70%
El canal tradicional se queda entre el 30% y el 50% del Mercado Food, o sea un mercado de \$66.000 a \$110.000 millones mensuales.



En categorías como **frutas y verduras** la informalidad se **estima en el 80%** y en distribuidores del tercer cordón del GBA la informalidad se estima en más del 50%. Por su característica de informal es imposible obtener información sistemática para construir un mapa detallado

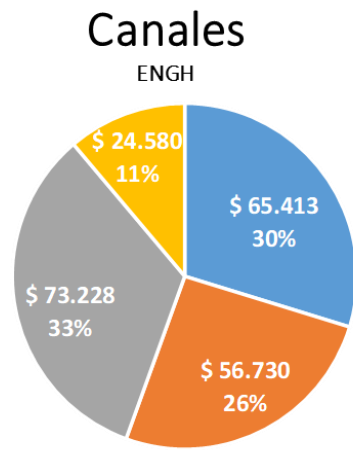
Fuente: EcoGo// MARKETING & ESTADISTICA

Penetración del CANAL MODERNO por región



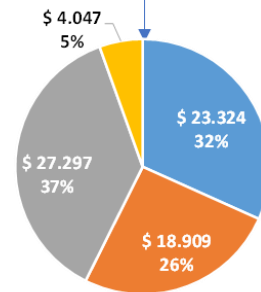
Fuente: MARKETING & ESTADISTICA

Canales y Medios de pago Mercado Food



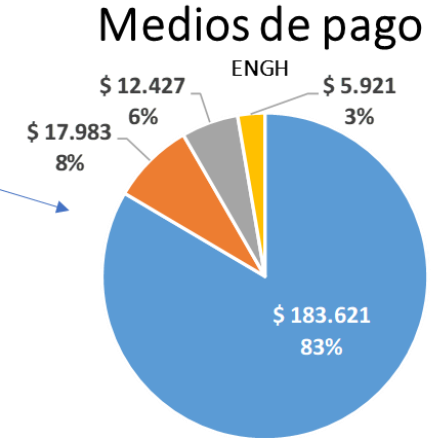
■ Super e Hiper ■ Autoservicio ■ Especializado ■ Otras

Fuente: ENGH INDEC



■ Contado ■ Tarjeta de débito ■ Tarjeta de crédito ■ Otras

Fuente: ENCUESTA SPM INDEC

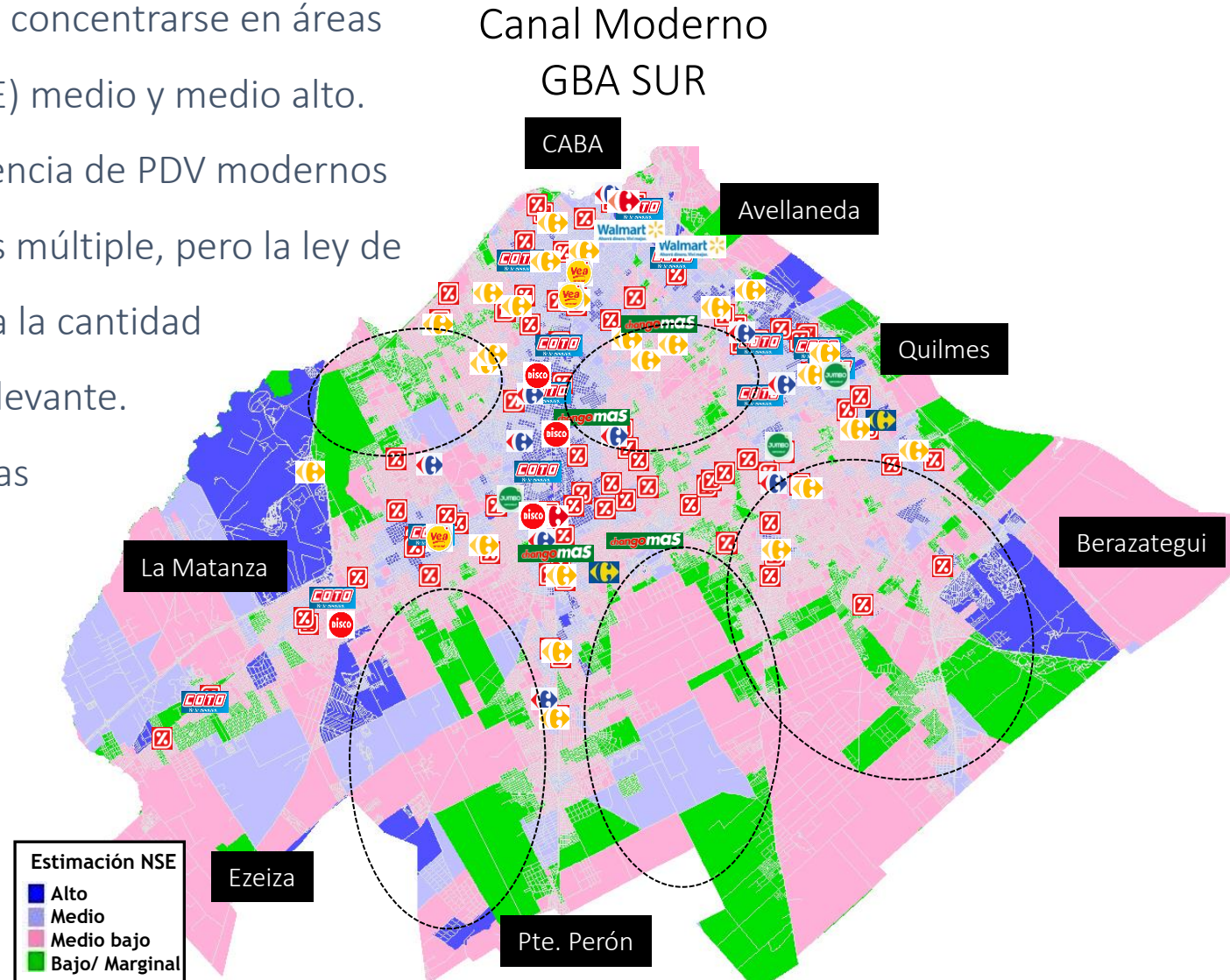


■ Contado ■ Tarjeta de débito ■ Tarjeta de crédito ■ Otras

Fuente: ENGH INDEC

La expresión geográfica de las informalidad en el Gran Buenos Aires

El CANAL MODERNO tiende a concentrarse en áreas de nivel socioeconómico (NSE) medio y medio alto. En zonas de NSE bajo la presencia de PDV modernos es muy baja. La explicación es múltiple, pero la ley de grandes superficies que limita la cantidad de locales ha tenido un rol relevante. Ante la limitación de locales las cadenas priorizaron las zonas de mayor poder adquisitivo. Esta expansión territorial concentrada generó un mercado vacante que ocupó la informalidad.



Impacto de la informalidad

- **Pocas empresas** de distribución cuentan con información sobre PDV informales, lo que genera una fuerte **barrera de entrada** a nuevos jugadores y contribuye a la concentración.
- **Las limitaciones normativas** dejan mercado disponible para la informalidad
- La **baja carga** impositiva del sector informal tiene más impacto en la formación de precios que la economía de escala del canal moderno, generando **bajos incentivos a la inversión**.
- Atomización y falta de registros dificultan la labor de los **organismos de control** para fiscalizar los locales, tanto en el plano impositivo, laboral como en el sanitario.
- La convivencia territorial de la informalidad en los comercios y en el mercado de trabajo en los grupos de mas bajo NSE tienen un **equilibrio del que aún no se conocen sus relaciones** pero sin duda la modificación en una de las partes puede poner en serio riesgo a la otra.
- Conocer la dinámica de precios en el sector informal puede ayudar a entender estrategias de consumo que no llegan a ser visibles en los estudios tradicionales de precios, consumo y hábitos.



Marketing & Estadística

Para obtener más información contáctese con nosotros.

www.marketingyestadistica.com

Argentina Customer Service & Call Center (+54 11) 4214 3194

Wapps +54911 5180 0691

