



*H. Cámara de Diputados de la Nación*

*"2019- Año de las Exportaciones"*

## **P R O Y E C T O DE DECLARACIÓN**

**LA HONORABLE CÁMARA DE DIPUTADOS DE LA NACIÓN ARGENTINA**

**DECLARA:**

Que vería con agrado que el PODER EJECUTIVO NACIONAL destine las tarjetas alimentarias como programa de "Compre local", como estímulo de reactivación de las economías regionales, con el objeto de fomentar el desarrollo de los pequeños y medianos comercios, y a su vez, como incentivo de bancarización de las pymes de barrio.

Asimismo, invítese a las provincias -en el marco de esta iniciativa- a generar la promoción de productos de fabricación territorial y a no incrementar los impuestos locales ante la suspensión del Pacto Fiscal.



## H. Cámara de Diputados de la Nación

"2019- Año de las Exportaciones"

### FUNDAMENTOS

Señor Presidente:

El comercio interno es uno de los principales motores económicos en cada localidad. No obstante, son los grandes hipermercados como Carrefour (cadena multinacional de distribución de origen francés), CENCOSUD (consorcio empresarial de origen chileno dueños de Jumbo, Vea y Disco, entre otros), Walmart (multinacional de tiendas de origen estadounidense), La Anónima y Coto de capitales nacionales, los que concentran las ventas de súper e hipermercados.

Según datos del INDEC, las ventas a precios corrientes para septiembre de 2019 (relevadas en la Encuesta de Supermercados) sumaron un total de 57.966,8 millones de pesos. De ese total, 48.438.086 miles de pesos **(83,6%) corresponden a los supermercados que tienen una suma total de la superficie del salón de ventas de todas sus bocas de expendio mayor a 100.000 m<sup>2</sup>**; y 9.528.730 miles de pesos (16,4%) corresponden a los supermercados que tienen una suma total de la superficie del salón de ventas de todas sus bocas de expendio menor o igual a 100.000 m<sup>2</sup>.

Supermercados. Ventas totales a precios corrientes por metro cuadrado según superficie total del salón de ventas, pesos y composición porcentual. Septiembre de 2019

Superficie total del salón de ventas (*)	Cantidad de empresas	Ventas totales a precios corrientes	Variación porcentual respecto al mismo mes del año anterior	Composición porcentual	Superficie del área de ventas	Ventas totales a precios corrientes por m <sup>2</sup>	Variación porcentual respecto al mismo mes del año anterior
		Miles de pesos	%	%		Pesos	%
<b>Total</b>	<b>101</b>	<b>57.966.816</b>	<b>45,2</b>	<b>100,0</b>	<b>3.236.516</b>	<b>17.910</b>	<b>44,8</b>
Mayor a 100.000 m <sup>2</sup>	8	48.438.086	45,7	83,6	2.614.761	18.525	45,6
Menor o igual a 100.000 m <sup>2</sup>	93	9.528.730	42,8	16,4	621.754	15.326	41,0

(\*) Suma de la superficie total del salón de ventas de todas las bocas de expendio medida en metros cuadrados; excluye las playas de estacionamiento, depósitos, sanitarios, área de administración, área de juegos infantiles, cafeterías o similares.

Fuente: INDEC, Dirección Nacional de Estadísticas y Precios de la Producción y el Comercio. Dirección de Estadísticas del Sector Terciario y Precios.

En cuanto a las ventas, el 28,4% de los productos comprados corresponden a Almacén; 12,5% a Lácteos; 11% Carnes; 11% Bebidas; 3,4% Verdulería y frutería y 3,8% Panadería.



## H. Cámara de Diputados de la Nación

"2019- Año de las Exportaciones"

**Supermercados. Ventas totales a precios corrientes por grupo de artículos, composición porcentual. Septiembre de 2019**



Fuente: INDEC, Dirección Nacional de Estadísticas y Precios de la Producción y el Comercio. Dirección de Estadísticas del Sector Terciario y Precios.

**Cuadro 5. Supermercados. Ventas totales a precios corrientes por grupo de artículos, en miles de pesos, variación y composición porcentual. Septiembre de 2019**

Grupo de artículos	Ventas totales a precios corrientes	Variación porcentual respecto al mismo mes del año anterior	Composición porcentual
	Miles de pesos	%	
<b>Total</b>	<b>57.966.816</b>	<b>45,2</b>	<b>100,0</b>
Bebidas	6.364.983	29,5	11,0
Almacén	16.449.168	46,9	28,4
Panadería	2.206.191	46,1	3,8
Lácteos	7.234.323	57,4	12,5
Carnes	6.377.182	51,8	11,0
Verdulería y frutería	1.946.466	46,3	3,4
Alimentos preparados y rotisería	605.807	35,9	1,0
Artículos de limpieza y perfumería	8.895.371	45,8	15,3
Indumentaria, calzado y textiles para el hogar	1.195.842	40,2	2,1
Electrónicos y artículos para el hogar	2.716.348	46,5	4,7
Otros	3.975.134	35,9	6,9

Fuente: INDEC, Dirección Nacional de Estadísticas y Precios de la Producción y el Comercio. Dirección de Estadísticas del Sector Terciario y Precios.

Es por ello que se propone, a través de este proyecto, que el Poder Ejecutivo Nacional destine las tarjetas alimentarias, que según los anuncios alcanzarán a unas 4 millones de personas, para que se utilicen como programa de "Compre local", como estímulo de reactivación de las economías regionales, con el objeto de fomentar el desarrollo de los pequeños y medianos comercios, y a su vez, como incentivo de bancarización de las pymes de barrio.

De esta forma, en lugar de concentrar las ventas en hipermercados (principalmente de capitales extranjeros) el capital distribuido podría movilizar las ciudades o pueblos, puesto que como visibilizó una vez una ingeniosa



## *H. Cámara de Diputados de la Nación*

*"2019- Año de las Exportaciones"*

pizarra en la vía pública: *"Cuando comprás en un pequeño comercio... ayudás a una niña a pagar sus cursos de baile, a un niño a comprar su camiseta de fútbol, y a papá y mamá a traer comida a la mesa"*, es decir **tendría un doble efecto social**.

Además, se sugiere invitar a los gobiernos provinciales –en el marco de esta propuesta- a ampliar la promoción de productos de fabricación territorial y a no incrementar los impuestos locales, ante la suspensión del Pacto Fiscal que habilita la suba de Ingresos Brutos.

Por las razones expuestas, solicito a mis pares el acompañamiento y rápido tratamiento del presente proyecto.