



# Dinámica del comercio minorista en el 2do. trimestre de 2014



Informe de resultados **786** 

Octubre de 2014

*“2014 - Año de las letras argentinas”*



# Dinámica del comercio minorista en el 2do. trimestre de 2014

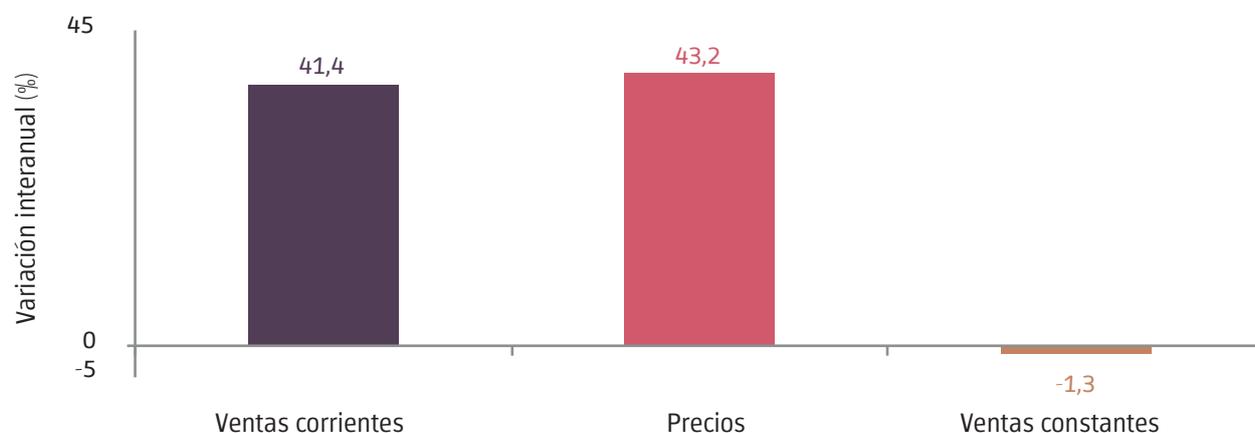
## Resultados

- ▶ El estudio de las variables indicativas de la evolución del comercio minorista durante el segundo trimestre de 2014 reveló una contracción del consumo. Se destaca la caída en términos reales de las ventas de indumentaria, de activos durables (vehículos nuevos y usados) y semidurables (electrodomésticos). En tanto, la comercialización de artículos de consumo masivo (alimentos y bebidas) mostró resistencias a la baja, manteniéndose estable respecto del mismo período del año anterior.
- ▶ Las cadenas de supermercados -de gran importancia por el peso de su facturación- registraron una caída en sus ventas a valores constantes (-1,3%). El alza de las ventas corrientes (41,4%) estuvo impulsada fundamentalmente por la suba de los precios.
- ▶ Las ventas en los shoppings tuvieron una suba del 30,9% a valores corrientes, mientras que a valores constantes registraron una caída del 8,7%. La caída del volumen físico de ventas se evidenció también en la contracción del consumo de indumentaria (rubro que compone más de la mitad de la oferta de los centros de compras).
- ▶ La ocupación de locales en junio de 2014 no presentó variaciones respecto del relevamiento anterior ni tampoco en términos interanuales y se ubicó en el 93,5% del total relevado en los 53 ejes comerciales seleccionados.
- ▶ Las ventas de electrodomésticos y artículos para el hogar se incrementaron a valores corrientes (25,1%), aunque a valores constantes registraron una importante caída (-16,6%). La contracción del volumen físico de las ventas se verificó a pesar del contabilizarse una expansión en la cantidad de locales.
- ▶ Por último, la venta de vehículos automotores también registró una caída tanto en el segmento de 0km. (-39,2%) como en el de usados (-20,3%). En 2013 la Ciudad había alcanzado un valor récord de vehículos nuevos vendidos con 164.740 unidades.

## Supermercados. Facturación, precios y ventas constantes

- ▶ Las ventas corrientes se incrementaron un 41,4% en términos interanuales.
- ▶ La variación de precios de los artículos que se comercializan en los supermercados medida por el IPCBA registró un aumento interanual del 43,2% en el trimestre estudiado, determinando un **descenso de las ventas a valores constantes (-1,3%)**.

<b>2do. trimestre de 2014</b>
<b>Facturación</b>
\$ 6.247 millones



Fuente: CEDEM, Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Hacienda GCBA), sobre la base de datos de DGEyC e INDEC. IPCBA y Encuesta de Supermercados.

## Supermercados. Evolución de la facturación, los precios y las ventas constantes

- ▶ Se observa una marcada incidencia del aumento de los precios en la dinámica de la facturación (ventas corrientes) del sector.
- ▶ A partir de 2014 se destaca la contracción del consumo en los supermercados porteños (caída de las ventas en términos reales).



- Ventas corrientes
- Ventas constantes
- Precios

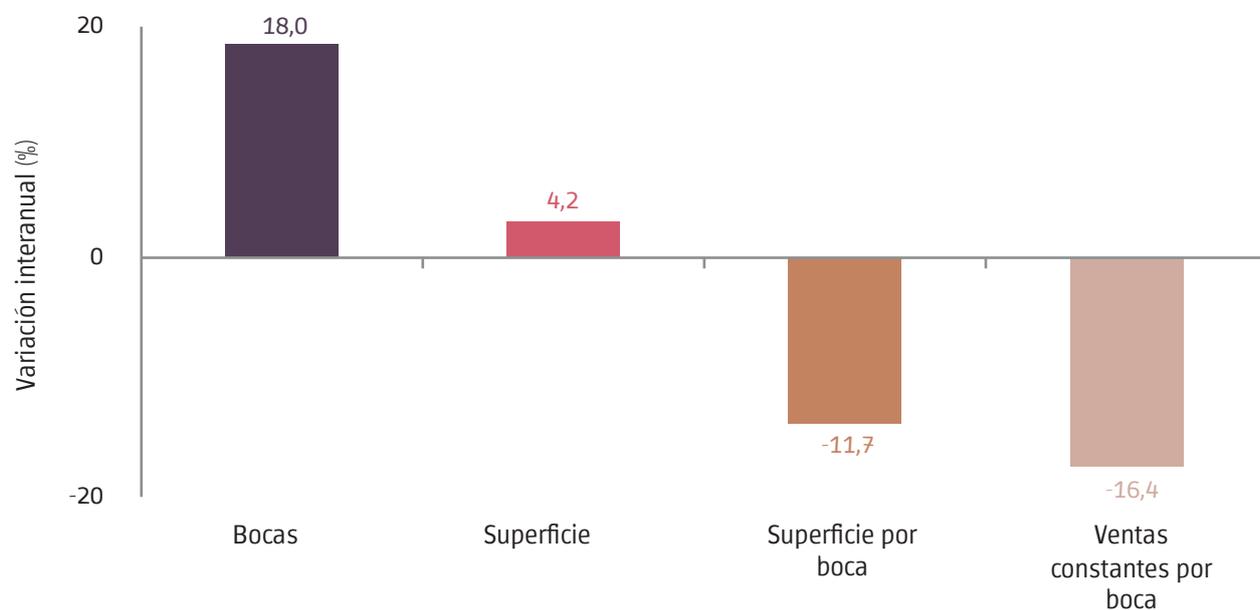
Fuente: CEDEM, Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Hacienda GCBA), sobre la base de datos de DGEyC e INDEC. IPCBA y Encuesta de Supermercados.

## Supermercados. Bocas, superficie y ventas constantes por boca

- ▶ El sector registra una expansión en la Ciudad a través de la apertura de nuevas tiendas (100 locales nuevos con relación al segundo trimestre de 2013).
- ▶ Estos locales responden al formato de minimercados y se caracterizan por tener menores dimensiones.
- ▶ El fenómeno generó una caída de la superficie promedio de las bocas.

- ▶ En línea con la mayor cantidad de sucursales y la caída del volumen de ventas del sector, las ventas constantes por boca cayeron el 16,4% en el trimestre estudiado.

2do. trimestre de 2014	
Bocas	Superficie
655	451.402 m <sup>2</sup>

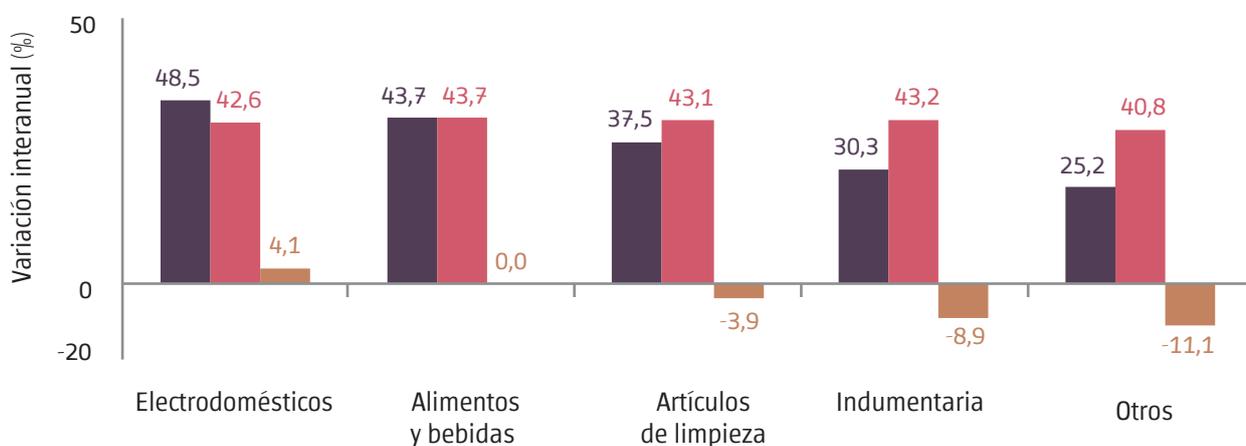


Fuente: CEDEM, Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Hacienda GCBA), sobre la base de datos de DGEyC e INDEC. IPCBA y Encuesta de Supermercados.

## Supermercados. Facturación, precios y ventas constantes por rubro

- ▶ Se observa el sostenimiento de la demanda de *Alimentos y bebidas* (constituido en su mayor parte por bienes de consumo masivo y primera necesidad) que, siendo el rubro mayoritario, incrementó aun más su participación en el trimestre estudiado.
- ▶ La variación interanual del volumen de ventas en unidades físicas del resto de los rubros resultó negativa, a excepción del rubro *Electrodomésticos* que mostró una dinámica de ventas constantes levemente positiva. Lo anterior se debe, probablemente, a los mayores plazos de financiación otorgados por las tarjetas propias de las cadenas supermercadistas, en relación con los plásticos emitidos por las entidades bancarias.

2do. trimestre de 2014	
Ventas constantes Participación por rubro (%)	
Alimentos y bebidas	72,1
Art. de limpieza	13,8
Otros	6,7
Electrodomésticos	5,8
Indumentaria	1,6



- Ventas corrientes
- Precios
- Ventas constantes

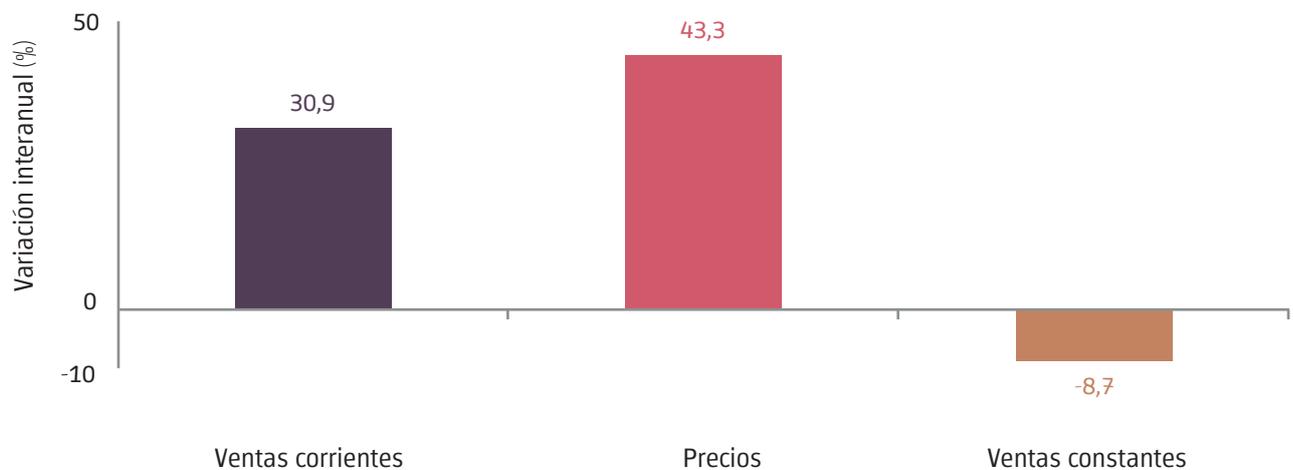
**Nota:** El rubro *Electrodomésticos* incluye muebles y otros artículos para el hogar (bazar, textiles, etc.).

**Fuente:** CEDEM, Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Hacienda GCBA), sobre la base de datos de DGEyC e INDEC. IPCBA y Encuesta de Supermercados.

## Shoppings. Facturación, precios y ventas constantes

- ▶ Las ventas corrientes se incrementaron un 30,9% en términos interanuales.
- ▶ Los precios de los bienes que se comercializan en los centros de compras medidos por el IPCBA registraron un aumento interanual del 43,3%, determinando una **caída de las ventas a valores constantes del 8,7%**.

2do. trimestre de 2014	
Facturación	Shoppings
\$ 3.601 millones	18



Fuente: CEDEM, Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Hacienda GCBA), sobre la base de datos de DGEyC e INDEC. IPCBA y Encuesta de Centros de Compras.

## Shoppings. Evolución de la facturación, los precios y las ventas constantes

- ▶ El incremento de la facturación estuvo impulsado por el aumento de los precios, mientras que las ventas en términos reales mostraron contracciones.
- ▶ La dinámica negativa del consumo en los centros de compras se profundizó en trimestre estudiado.

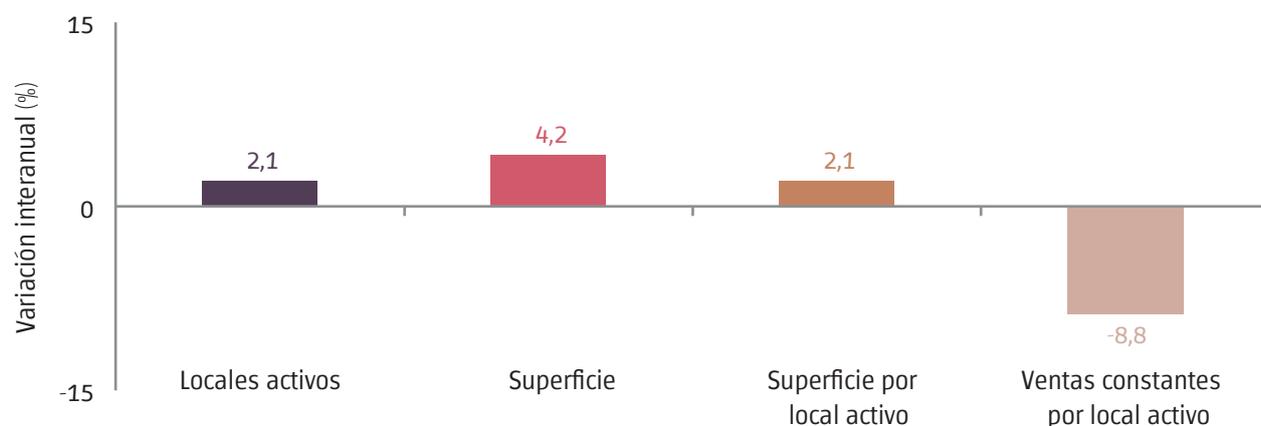


Fuente: CEDEM, Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Hacienda GCBA), sobre la base de datos de DGEYC e INDEC. IPCBA y Encuesta de Centros de Compras.

## Shoppings. Locales, superficie y ventas constantes por local

- ▶ El sector registró un incremento interanual en la cantidad de locales activos (28 en el trimestre).
- ▶ También aumentó la superficie del área de ventas, lo que determinó un leve incremento del tamaño promedio por local (3,2 m<sup>2</sup>).
- ▶ Las ventas constantes por local activo cayeron respecto del mismo trimestre del año anterior, en línea con la disminución del consumo.

2do. trimestre de 2014	
Locales	Superficie
1.360	214.826 m <sup>2</sup>

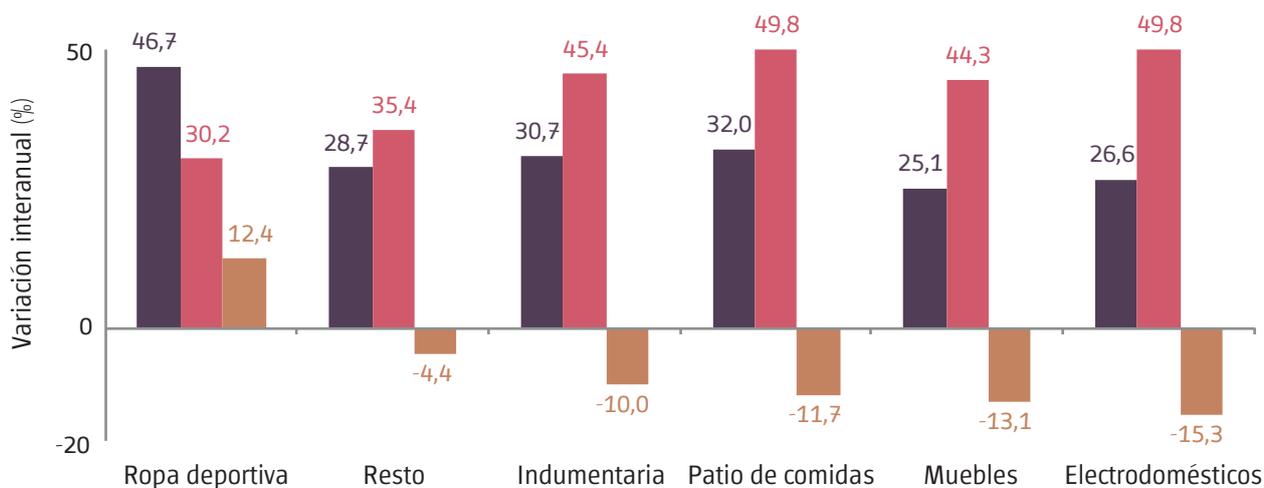


Fuente: CEDEM, Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Hacienda GCBA), sobre la base de datos de DGEyC e INDEC. IPCBA y Encuesta de Centros de Compras.

## Shoppings. Facturación, precios y ventas constantes por rubro

- ▶ La dinámica de las ventas constantes solo resultó positiva en el caso de *Ropa deportiva*, en contraposición a la tendencia registrada para el conjunto de las ventas (-8,7%).
- ▶ La evolución interanual del volumen de ventas de los demás agrupamientos resultó negativa, destacándose el caso de *Indumentaria*, que dio cuenta de una contracción del 10% y representó cerca del 53% del total.

2do. trimestre de 2014	
Ventas constantes Participación por rubro (%)	
Indumentaria	53,0
Resto	13,4
Patio de comidas	10,8
Electrodomésticos	10,7
Ropa deportiva	8,4
Muebles	3,7



- Ventas corrientes
- Precios
- Ventas constantes

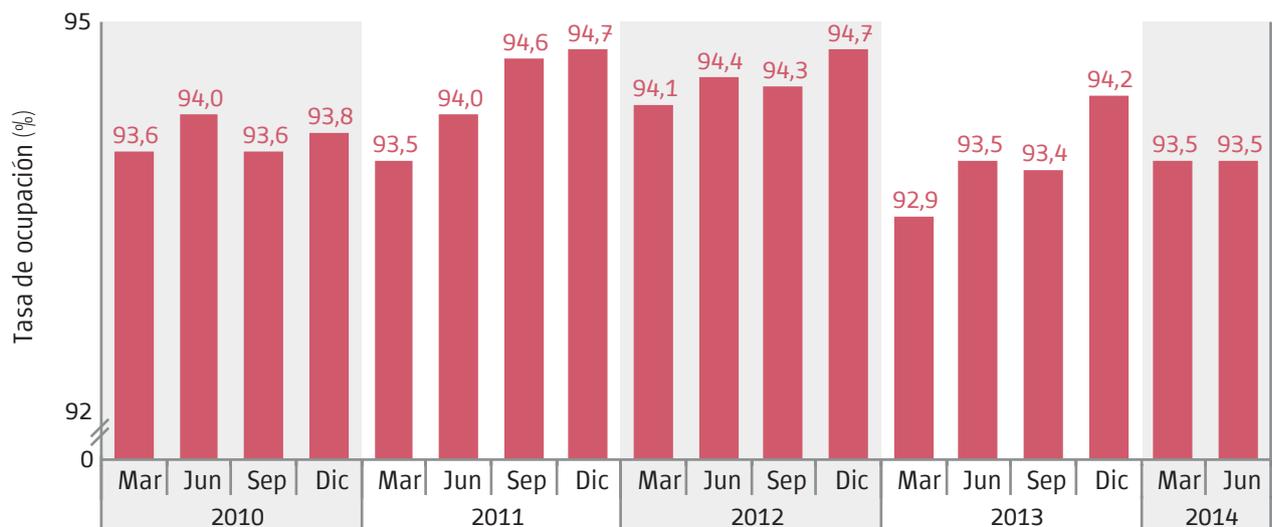
**Nota:** El agrupamiento *Resto* incluye los rubros *Juguetería, Librería y papelería, Diversión y esparcimiento, Perfumería y farmacia y Otros*.

**Fuente:** CEDEM, Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Hacienda GCBA), sobre la base de datos de DGEyC e INDEC. IPCBA y Encuesta de Centros de Compras.

## Ejes Comerciales. Ocupación de locales

- ▶ En junio la tasa de ocupación de locales no presentó modificaciones interanuales ni respecto del relevamiento previo (marzo de 2014).
- ▶ En 2013 se habían registrado los peores niveles de ocupación desde 2009.

Junio de 2014			
Tasa de ocupación	Locales relevados	Locales ocupados	Locales vacíos por cuadra
93,5%	15.906	14.877	1,6



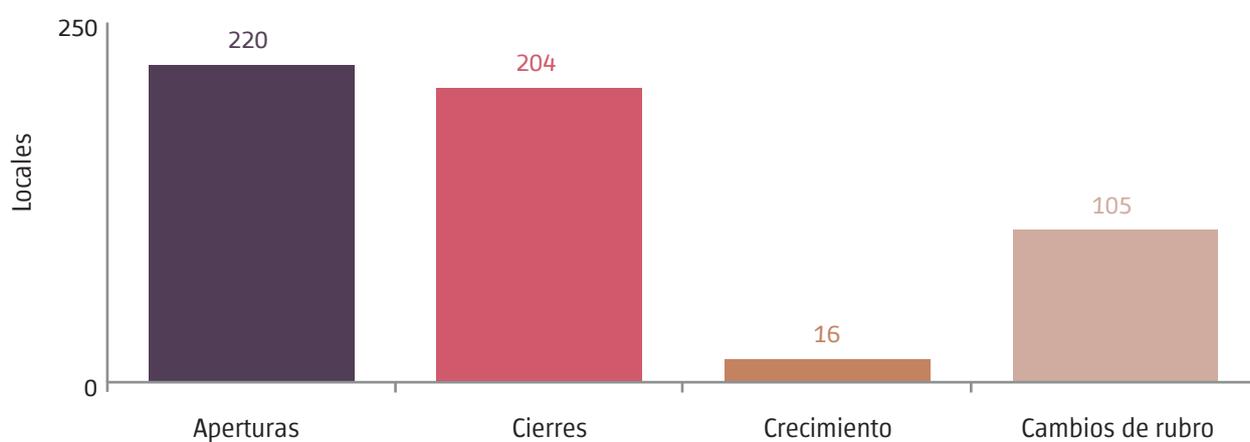
**Nota 1:** El relevamiento comprende 53 ejes comerciales de la Ciudad de Buenos Aires a partir marzo de 2013. Con anterioridad, el operativo contemplaba 39 ejes (desde enero de 2012) y, previo a esa fecha, 37 ejes (desde diciembre de 2006).

**Nota 2:** Para mayor información, véase Dirección General de Estadística y Censos, *Informe de Resultados 767, Ejes Comerciales de Junio de 2014*, Buenos Aires, DGEyC (Ministerio de Hacienda GCBA), disponible en nuestra página web.

**Fuente:** CEDEM, Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Hacienda GCBA), sobre la base de datos de DGEyC. Ejes Comerciales de la Ciudad de Buenos Aires.

## Ejes Comerciales. Apertura y cierre de locales

- ▶ En los 53 ejes comerciales relevados se registraron 220 aperturas y 204 cierres respecto de marzo de 2014, lo que determinó una mínima creación de locales (16).
- ▶ Los locales que abrieron, cerraron y/o cambiaron de rubro se dedican –principalmente– a la comercialización de *Prendas de vestir y textiles para el hogar* (187 comercios).



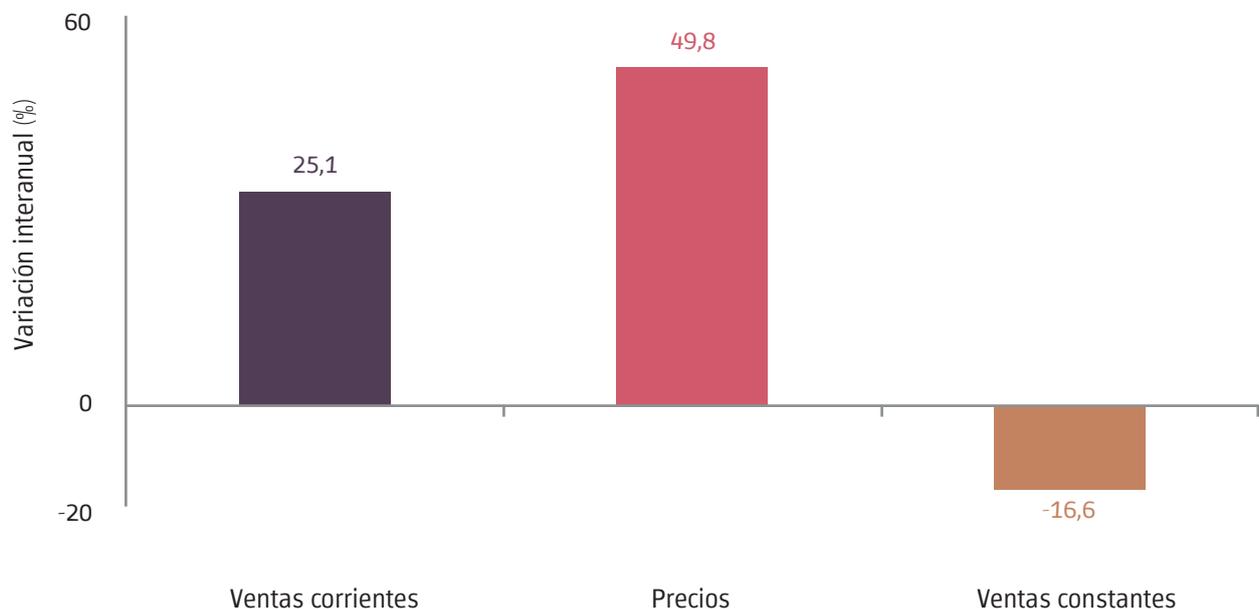
**Nota:** Se considera apertura tanto a la creación de locales por terminación de obra civil (nueva construcción) como a la ocupación de locales ya existentes que se encontraban desocupados.

**Fuente:** CEDEM, Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Hacienda GCBA), sobre la base de datos de DGEyC. Ejes Comerciales de la Ciudad de Buenos Aires.

## Comercios de electrodomésticos. Facturación, precios y ventas constantes

- ▶ Las ventas a precios corrientes de los comercios de electrodomésticos y artículos para el hogar se incrementaron un 25,1% en términos interanuales.
- ▶ Los precios de los bienes que se comercializan en las casas de electrodomésticos y artículos para el hogar medidos por el IPCBA registraron un aumento interanual del 49,8%, determinando una **caída de las ventas a precios constantes del 16,6%**.

<b>2do. trimestre de 2014</b>
<b>Facturación</b>
\$ 1.707 millones

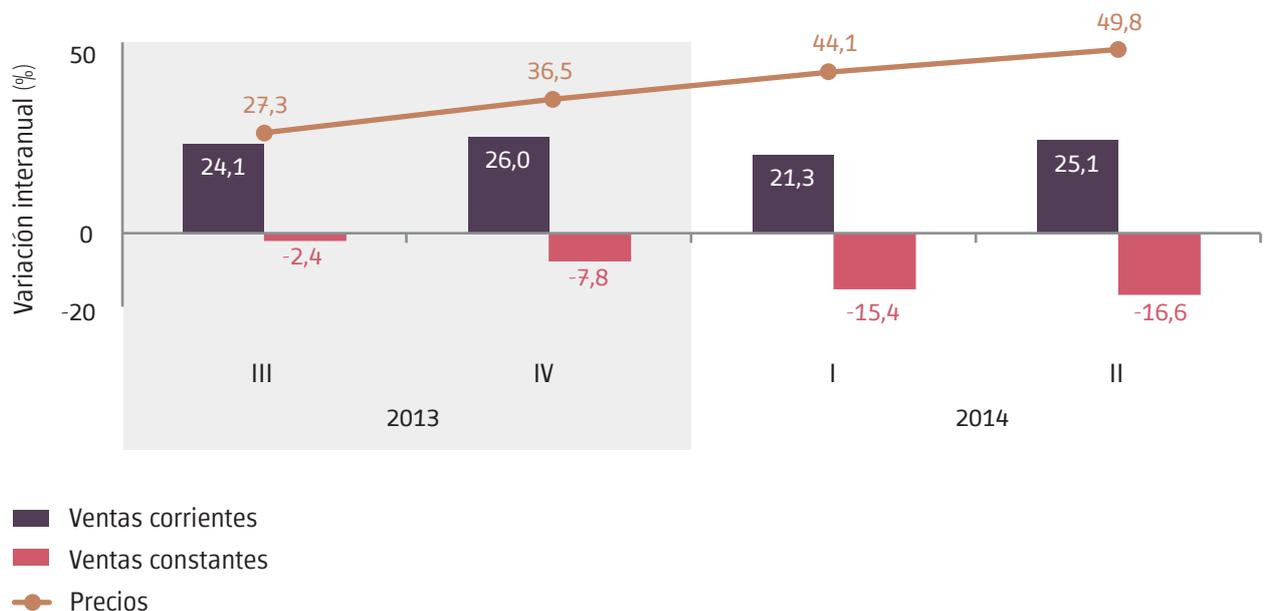


Fuente: CEDEM, Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Hacienda GCBA), sobre la base de datos de DGEyC e INDEC. IPCBA y Encuesta de Comercios de Electrodomésticos y Artículos para el Hogar.

## Comercios de electrodomésticos. Evolución de la facturación, los precios y las ventas constantes

▶ Como resultado agregado del primer semestre de 2014, se observa una baja del 16% en las ventas constantes de bienes semidurables, potenciada por la contracción presupuestaria de los consumidores y explicada por las expectativas económicas y por la caída en el poder de compra.

▶ Sin embargo, al desagregar las operaciones por mes, se observa que en enero las ventas constantes no disminuyeron y que, a pesar de los signos de recuperación en el sector en los meses de mayo y junio -explicados por el aumento en las ventas de televisores en el marco del Mundial de Fútbol-, la tendencia registrada no se modificó en relación con el trimestre anterior.

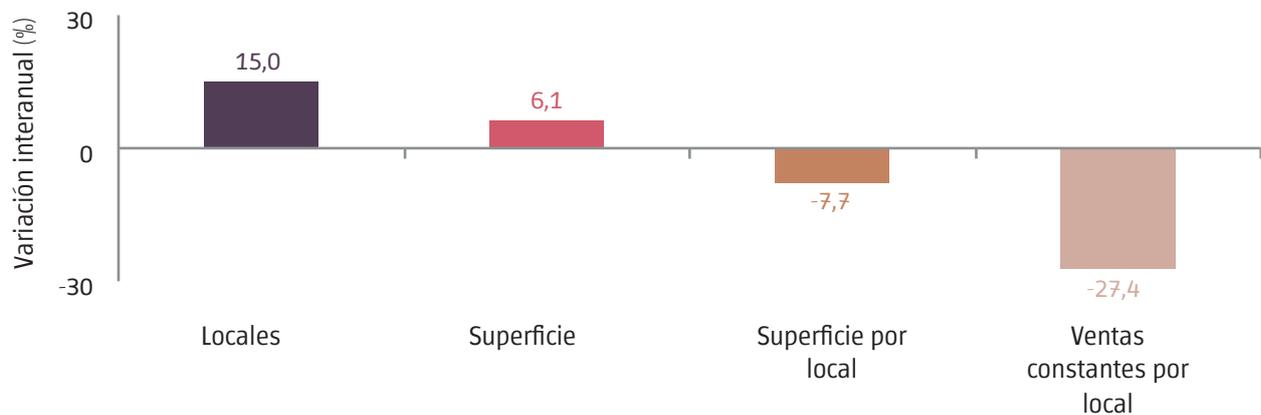


Fuente: CEDEM, Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Hacienda GCBA), sobre la base de datos de DGEyC e INDEC. IPCBA y Encuesta de Comercios de Electrodomésticos y Artículos para el Hogar.

## Comercios de electrodomésticos. Locales, superficie y ventas constantes por local

- ▶ Durante el segundo trimestre se incorporaron 23 nuevas sucursales con relación al primer trimestre y 35 respecto del mismo periodo del año anterior.
- ▶ Estos nuevos locales se caracterizan por tener una menor superficie de ventas, fenómeno que explica una caída en la superficie promedio por local en la Ciudad.
- ▶ Teniendo en cuenta la caída de las ventas a precios constantes y el incremento de los locales, se puede inferir que la contracción en las ventas del sector fue mayor; el indicador ventas por local indica que los comercios están vendiendo tres cuartas partes de lo que vendían en el mismo periodo del año 2013.

2do. trimestre de 2014	
Locales	Superficie
269	123.932

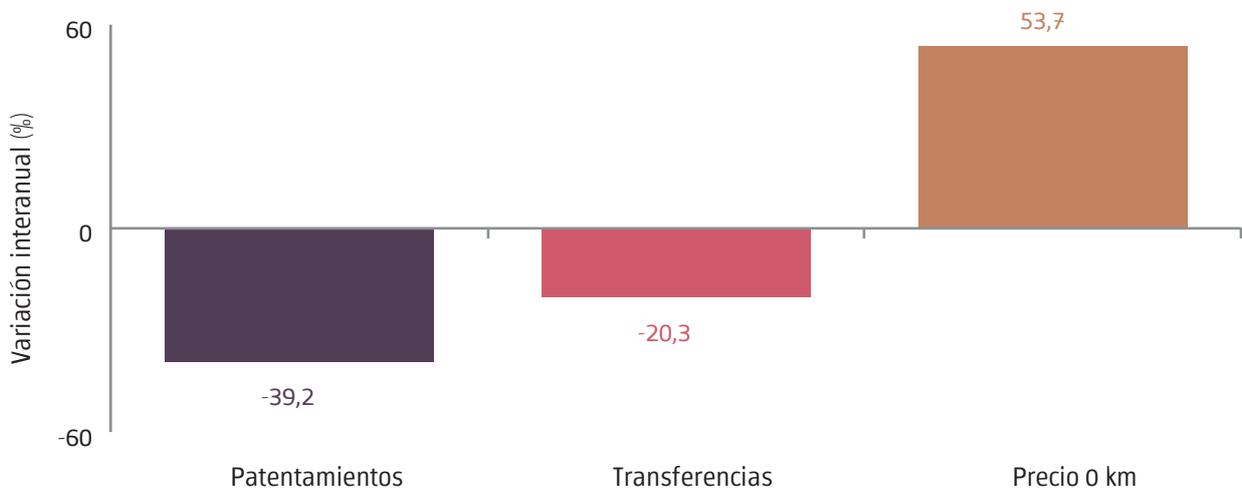


Fuente: CEDEM, Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Hacienda GCBA), sobre la base de datos de DGEyC e INDEC. IPCBA y Encuesta de Comercios de Electrodomésticos y Artículos para el Hogar.

## Vehículos automotores. Patentamientos, transferencias y precio de 0 km

- ▶ Se registró una **caída en la venta de vehículos automotores 0 km (-39,2%)** y en la **adquisición de usados (-20,3%)**.
- ▶ Sin embargo, el parque automotor porteño continúa en expansión, superando 1,4 millones de unidades y acumulando un crecimiento del 4,1% en el segundo trimestre de 2014.
- ▶ Según el IPCBA, que mide la dinámica del precio de los automóviles 0 km (segmento gama pequeña y mediana), el incremento interanual fue del 53,7%.

2do. trimestre de 2014		
Patentamientos	Transferencias	Parque automotor
26.222	37.615	1,4 millones



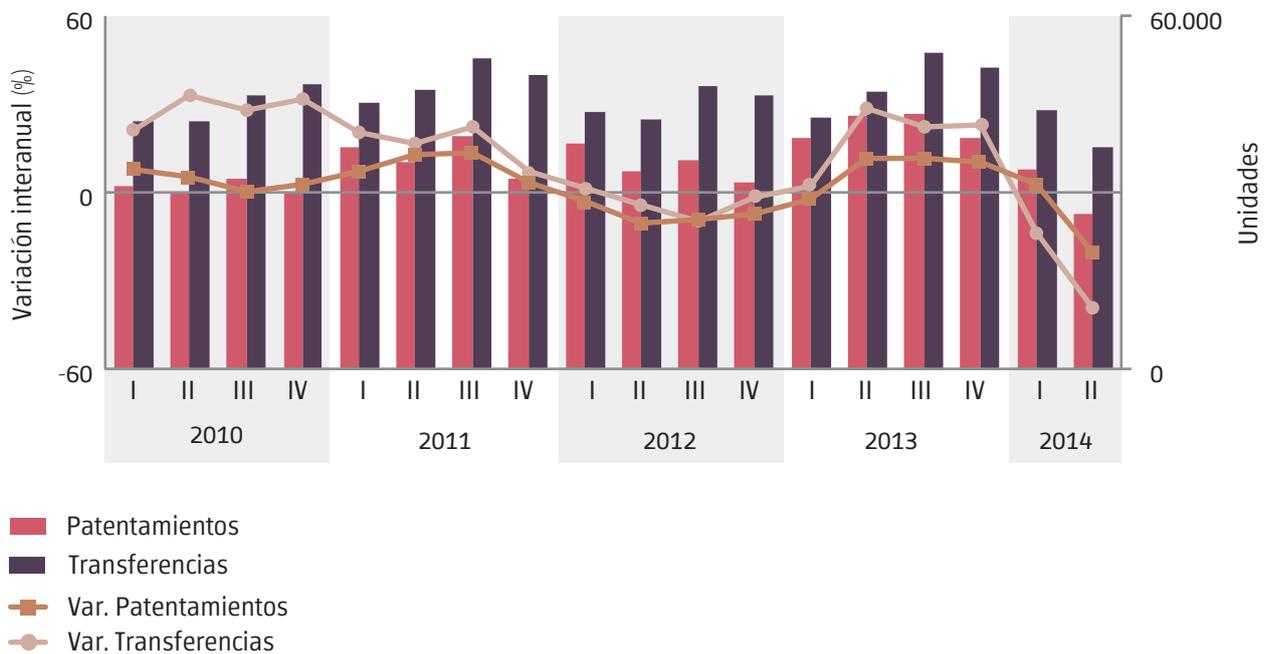
**Fuente:** CEDEM, Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Hacienda GCBA), sobre la base de datos de la Dirección Nacional del Registro de la Propiedad del Automotor (DNRPA) y DGEyC. IPCBA.

## Vehículos automotores. Unidades comercializadas

► El mercado de vehículos automotores 0 km alcanzó el récord en 2013, con 164.740 unidades vendidas, superando ampliamente los valores de 2011; sin embargo la cantidad de patentamientos en el segundo trimestre es la más baja de los últimos 4 años (17 trimestres). También se registra en los últimos dos trimestres un cambio de tendencia en la dinámica de las ventas de vehículos automotores usados y nuevos.

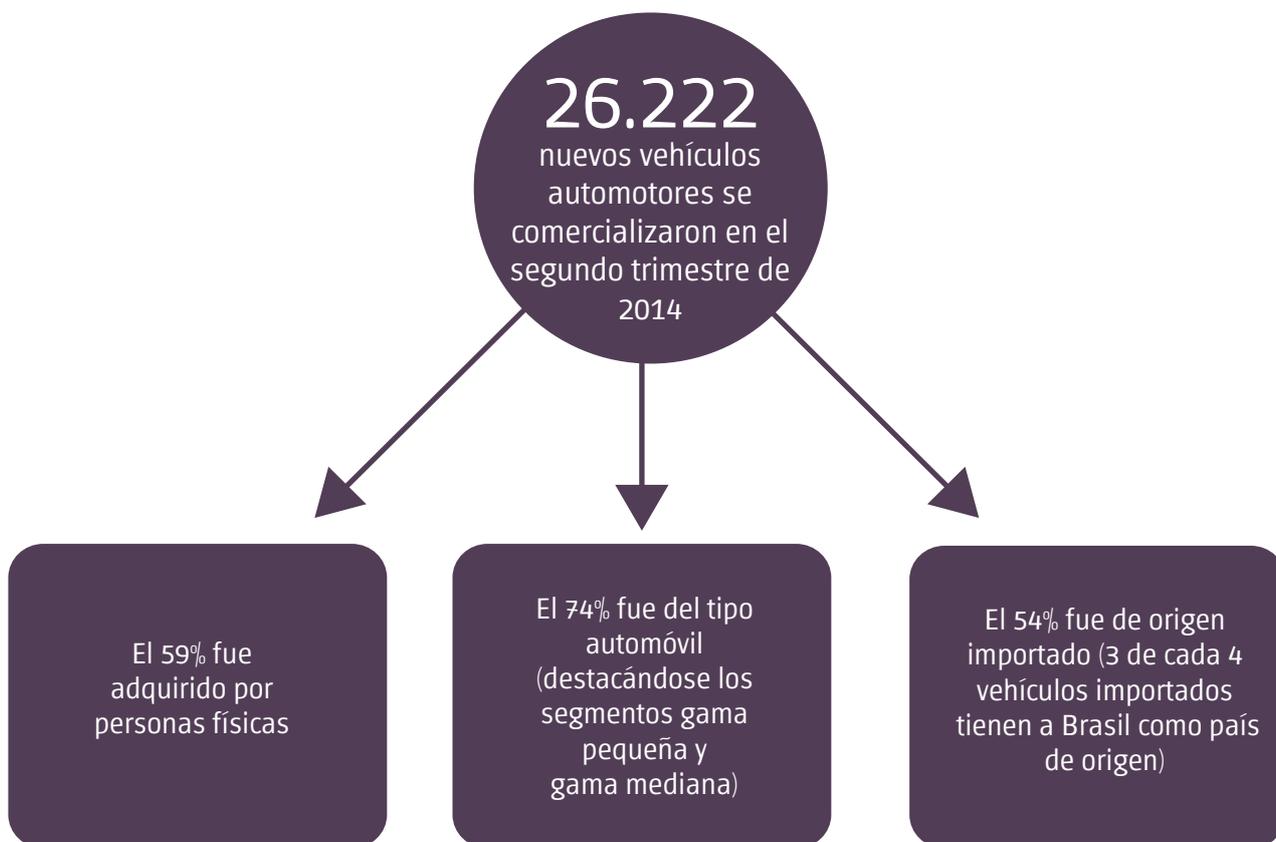
► Entre abril y junio se observan los siguientes guarismos:

- 1 de cada 5 vehículos que se patentaron en el país está radicado en la Ciudad.
- 1 de cada 9 trasferencias de vehículos del país tuvo como destino la Ciudad.
- Por cada 0 km vendido se transfirieron 1,2 vehículos usados.



Fuente: CEDEM, Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Hacienda GCBA), sobre la base de datos de la Dirección Nacional del Registro de la Propiedad del Automotor (DNRPA).

## Vehículos automotores. Características de los patentamientos



► Se observa una importante caída en las ventas de automóviles, reduciendo su participación a la tercera parte del total en relación con 2013. Los descensos más importantes se registraron en los segmentos gama grande (-89%), premium (-87%) y vehículo deportivo utilitario (-79%).

► También se verificó una mayor contracción en la adquisición de vehículos automotores de origen importado (-46%), por sobre los de producción nacional (-27%).

Fuente: CEDEM, Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Hacienda GCBA), sobre la base de datos de la Dirección Nacional del Registro de la Propiedad del Automotor (DNRPA) y la Asociación de Concesionarios de Automotores de la República Argentina (ACARA).

# Ficha técnica

## Período

2do. trimestre de 2014

## Universo

Como aproximación se estudia la dinámica de

### • Supermercados

La información proviene de la Encuesta de Supermercados, publicada por el INDEC. El estudio registra la actividad de las firmas del rubro que cuentan con, al menos, una boca de expendio con una superficie de ventas superior a los 300 m<sup>2</sup>.

### • Shoppings

Los datos surgen de la Encuesta de Centros de Compras, publicada por el INDEC. El operativo excluye las ventas de los supermercados ubicados dentro de los shoppings y la actividad de los stands y góndolas.

### • Ejes Comerciales de la Ciudad de Buenos Aires

Se presenta información proveniente de un relevamiento visual propio mediante el cual se registra la cantidad de locales ocupados en 53 áreas porteñas. A partir de la información obtenida se calcula la tasa de ocupación comercial.

### • Comercios de electrodomésticos y artículos para el hogar

Se utiliza la información de la Encuesta de Comercios de Electrodomésticos y Artículos del hogar, publicada por el INDEC. Se incluyen aquí los datos de 100 empresas. Estos datos contienen a las ventas de los locales ubicados en los shoppings y se excluyen las ventas realizadas por los supermercados.

### • Venta de vehículos

Los datos correspondientes a la venta de vehículos nuevos (también denominada inscripciones iniciales) y usados (transferencias) provienen de la Dirección Nacional del Registro de la Propiedad del Automotor (DNRPA) y de la Asociación de Concesionarios de Automotores de la República Argentina (ACARA).

## Variables estudiadas

• **Facturación:** Ventas a valores corrientes.

• **Ventas a valores constantes:** Ventas a valores corrientes deflactadas (sin tener en cuenta el efecto de los precios).

• **Precios:** Indicador elaborado sobre la base del Índice de Precios al Consumidor de la Ciudad de Buenos Aires (ver Nota Metodológica).

• **Tasa de ocupación comercial:** Cociente de los locales ocupados sobre los locales relevados, expresado en porcentaje.

## Nota Metodológica IPCBA

Para el cálculo del índice de precios correspondiente a Supermercados, Shoppings y Comercios de Electrodomésticos, se procedió a seleccionar del listado de productos que releva el Índice de Precios al Consumidor de la Ciudad de Buenos Aires (IPCBA)<sup>1</sup>, aquellos que se comercializan en cada uno de los sectores estudiados.

Luego, y siguiendo el mismo procedimiento en cada caso, se realizó una clasificación según la nómina de rubros que surge de las respectivas encuestas realizadas por el INDEC.

Para cada rubro, a fines de calcular la participación de los productos seleccionados, se respetó la ponderación por productos del índice original (IPCBA).

<sup>1</sup> Véase Dirección General de Estadística y Censos, *Índice de Precios al Consumidor de la Ciudad de Buenos Aires, Principales aspectos metodológicos*, 2ª edición, Junio de 2013, Buenos Aires, DGEyC (Ministerio de Hacienda GCBA), disponible en nuestra página web.

También es posible acceder a información estadística sobre la Ciudad de Buenos Aires en [www.estadistica.buenosaires.gob.ar](http://www.estadistica.buenosaires.gob.ar)

Para consultas dirijase al Departamento Documentación y Atención al Usuario a [cdocumentacion\\_estadistica@buenosaires.gob.ar](mailto:cdocumentacion_estadistica@buenosaires.gob.ar)



[estadisticaba](https://www.facebook.com/estadisticaba)



[@estadisticaba](https://twitter.com/estadisticaba)