



Dinámica del comercio minorista en el 3er. trimestre de 2014

Informe
de resultados | 832



Febrero de 2015

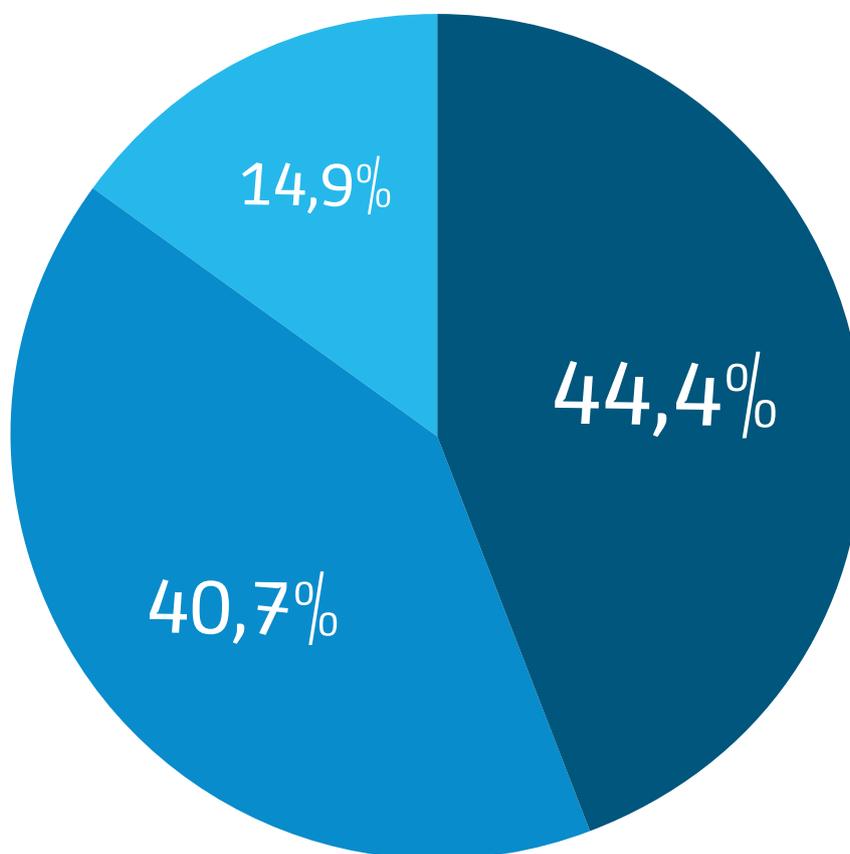
Dinámica del comercio minorista en el 3er. trimestre de 2014

Resultados

- ▶ El estudio de las variables indicativas de la evolución del comercio minorista durante el tercer trimestre de 2014 reveló una contracción del consumo. Se destaca la caída en términos reales de las ventas de activos durables (vehículos nuevos y usados), semidurables (electrodomésticos) y prendas de vestir. En particular, en los dos últimos casos el ajuste lleva, al menos, cinco trimestres consecutivos.
 - ▶ La comercialización de artículos de consumo masivo (alimentos y bebidas) mostró una leve baja, tal como sucede desde el inicio del año.
 - ▶ En términos generales se observó una pequeña desaceleración en el incremento de los precios.
 - ▶ Las cadenas de **supermercados**-de gran importancia por el peso de su facturación- registraron nuevamente una **caída en sus ventas a valores constantes (-2,9%)**. El alza de las ventas corrientes (37%) estuvo impulsada fundamentalmente por la suba de los precios.
 - ▶ Las ventas en los *shoppings* tuvieron una suba del 30% a valores corrientes, mientras que a valores constantes registraron una **caída del 8,1%**. La merma del volumen físico de ventas se explica fundamentalmente por 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 septiembre de 2014 se incrementó levemente** en relación con el relevamiento anterior realizado en junio (0,2%) y también en términos interanuales (0,3%), y se ubicó en el 93,7% del total relevado en los 53 ejes comerciales a cielo abierto seleccionados.
 - ▶ La facturación por la venta de **electrodomésticos y artículos para el hogar** continuó en aumento, con una suba del 10,9%. Mientras que la venta a valores constantes continuó en baja, esta vez con una disminu-
- ción **del 19,9%**. La contracción del volumen físico de las ventas se profundiza teniendo en cuenta la expansión de locales registrada en el período.
- ▶ Por último, la venta de vehículos automotores también da cuenta de un **importante ajuste** en relación con el año anterior, **tanto en el segmento de 0 km (-35,3%) como en el de los usados (-18,9%)**. Sin embargo los guarismos evidencian una mejora respecto del segundo trimestre.

El sector Comercio de la Ciudad

- ▶ Aporta el 15,3% del PGB¹, con una facturación de \$ 100.745 millones².
 - ▶ Compuesto por 27.938 empresas³ (el 16,2% de las registradas para el sector en el país).
 - ▶ Genera 233.800 puestos de trabajo formales (el 20,3% del total nacional del sector), con una remuneración promedio mensual de \$ 9.143⁴.
- ▶ Si se toma además el empleo informal⁵, los puestos de trabajo ascienden a 332.600 y la remuneración promedio mensual cae a \$ 5.839.



- Comercio mayorista
- Comercio minorista
- Venta, mantenimiento y reparación de vehículos

¹ PGB 2012 a precios constantes (2004) según división ClaNAE 2004.

² VPB 2012 en pesos corrientes.

³ Empresas que declaran al menos un trabajador asalariado formal durante 2013, MTEySS.

⁴ Salario bruto en 2013, promedio anual, MTEySS.

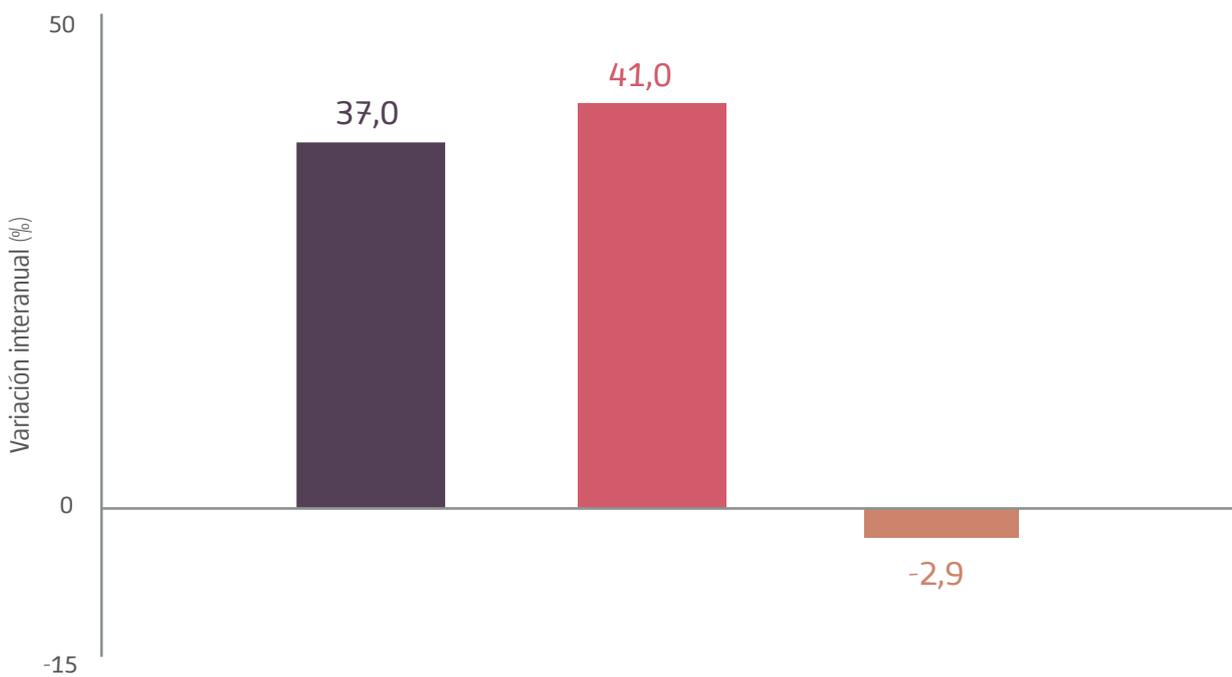
⁵ EPH, cuarto trimestre de 2013.

Fuente: CEDEM, Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Hacienda GCBA), sobre la base de datos de la DGEyC. Producto Geográfico Bruto.

Supermercados. Facturación, precios y ventas constantes

- ▶ Las ventas corrientes se incrementaron un 37% 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 41% en el trimestre estudiado, determinando una **contracción de las ventas a valores constantes (-2,9%)**.

| 3er. trimestre de 2014 | |
|------------------------|----------------|
| Facturación (\$) | 7.724 millones |



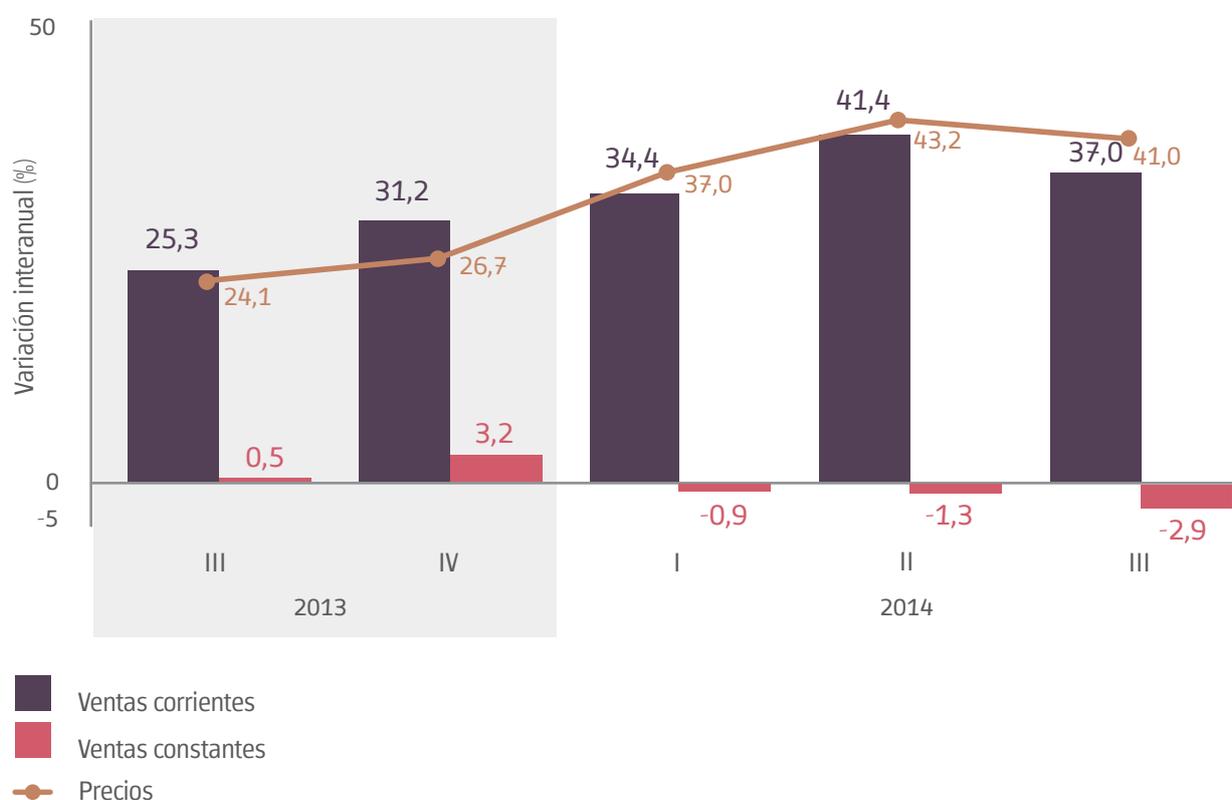
- Ventas corrientes
- Precios
- Ventas constantes

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

▶ A partir de 2014 se destaca la caída del consumo en los supermercados porteños (contracción de las ventas en términos reales).

▶ En el tercer trimestre se observa una leve aceleración en la dinámica negativa de las ventas constantes.

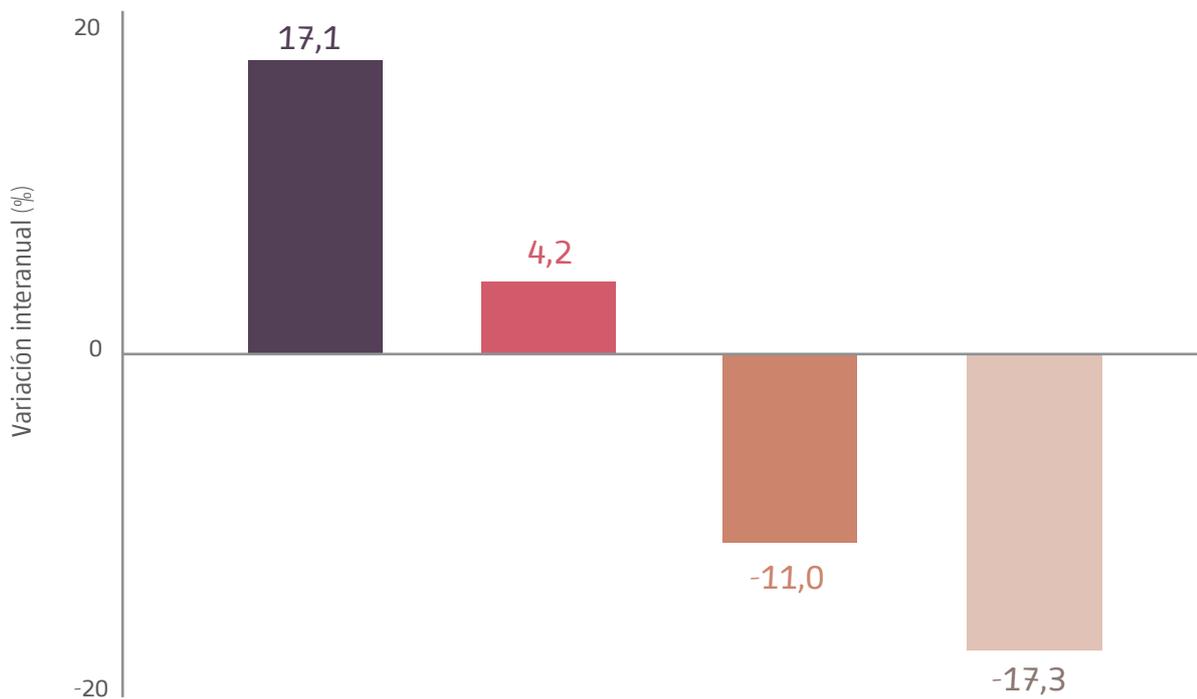


Fuente: CEDEM, Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Hacienda GCBA), sobre la base de datos de DGEyC e INDEC. IPCBA y Encuesta de Supermercados.

Supermercados. Bocas, superficie y ventas constantes por boca

- ▶ El sector continúa su expansión en la Ciudad a través de la apertura de nuevas tiendas (99 locales nuevos con relación al tercer trimestre de 2013).
- ▶ Estos locales responden, en general, al formato de minimercados y se caracterizan por tener dimensiones inferiores al promedio.
- ▶ El fenómeno generó una caída de la superficie promedio de las bocas.
- ▶ En línea con la mayor cantidad de sucursales y la caída del consumo, las ventas constantes por boca cayeron el 17,3% en el trimestre estudiado.

| 3er. trimestre de 2014 | |
|------------------------|------------------------------|
| Bocas | Superficie (m ²) |
| 678 | 455.017 |



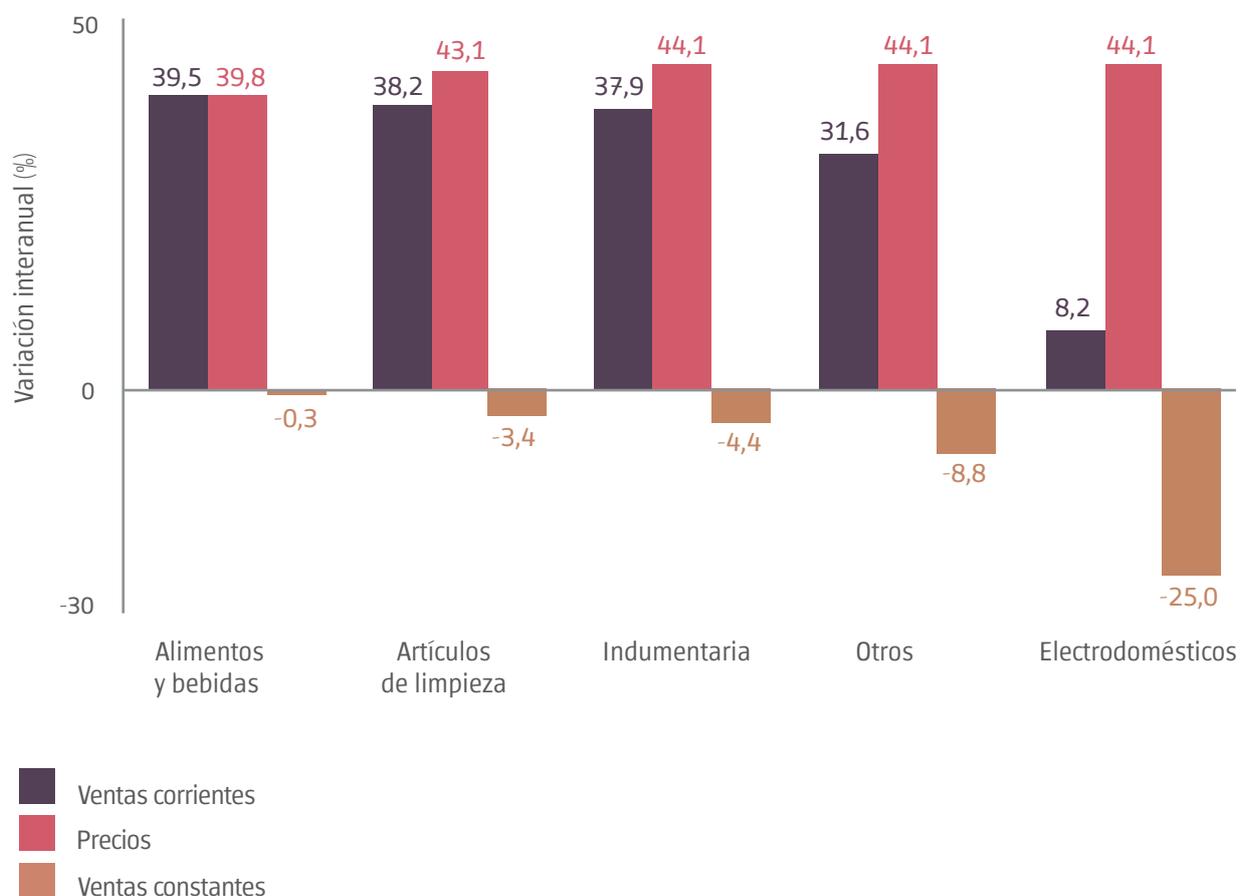
- Bocas
- Superficie
- Superficie por boca
- Ventas constantes por boca

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

- ▶ La demanda de *Alimentos y bebidas* (constituido en su mayor parte por bienes de consumo masivo y primera necesidad) marcó una mínima contracción.
- ▶ La evolución interanual del volumen físico de ventas resultó negativa para todos los rubros, destacándose el caso de los *Electrodomésticos*.

| 3er. trimestre de 2014 | |
|-----------------------------|------|
| Ventas constantes | |
| Participación por rubro (%) | |
| Alimentos y bebidas | 72,8 |
| Artículos de limpieza | 14,1 |
| Otros | 7,1 |
| Electrodomésticos | 4,5 |
| Indumentaria | 1,5 |



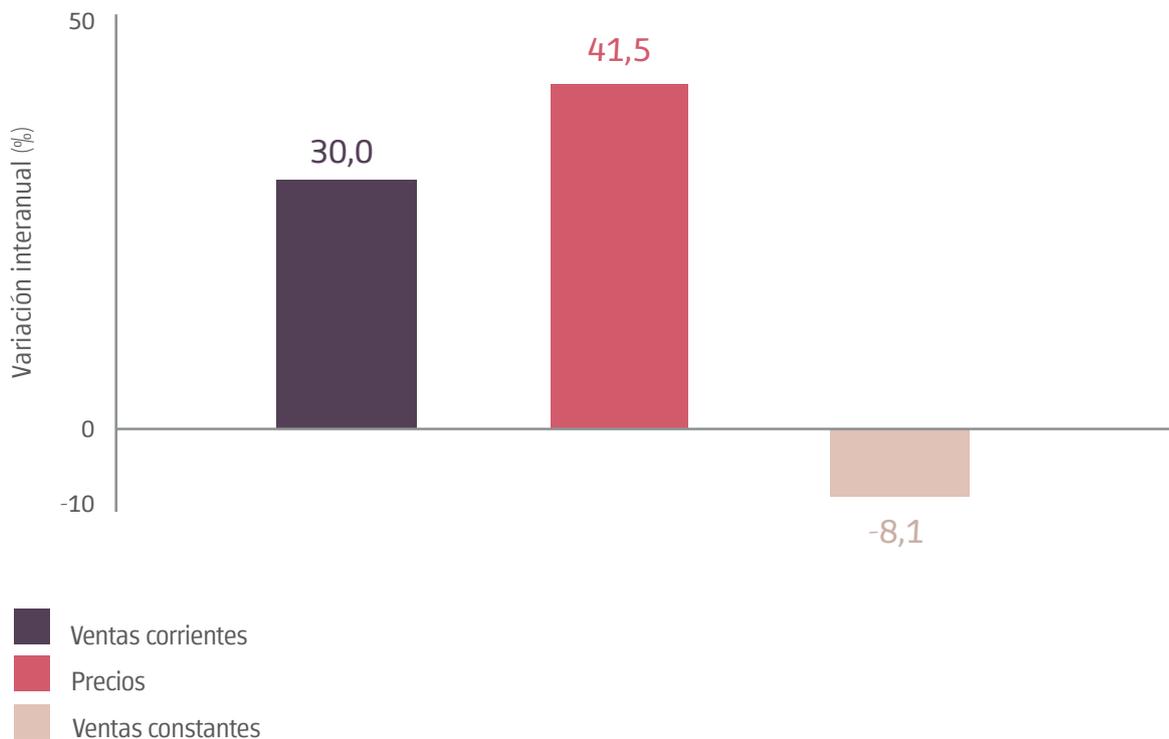
Nota: el rubro *Electrodomésticos* incluye muebles y otros artículos para el hogar (bazar, textiles, etc.).

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% 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 41,5%, determinando una **caída del 8,1% de las ventas en términos reales.**

| 3er. trimestre de 2014 | |
|------------------------|-----------|
| Facturación (\$) | Shoppings |
| 3.695 millones | 18 |

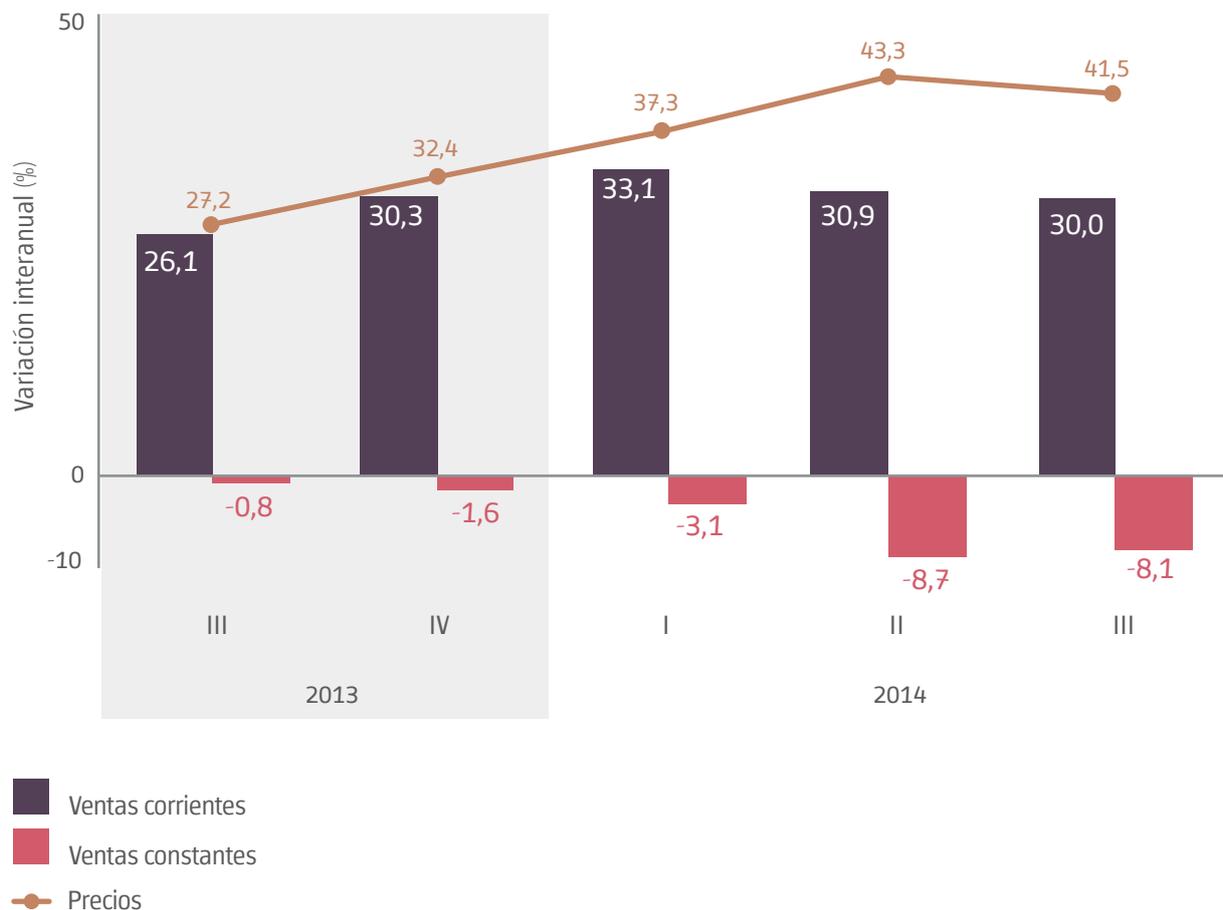


Fuente: CEDEM, Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Hacienda GCBA), sobre la base de datos de DGEyC e INDEC. IPCBA y Encuesta de Centros de Compras.

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

► La dinámica negativa del consumo en los centros de compras se mantuvo en el trimestre estudiado.

► En tanto, la trayectoria ascendente de precios se desaceleró levemente.

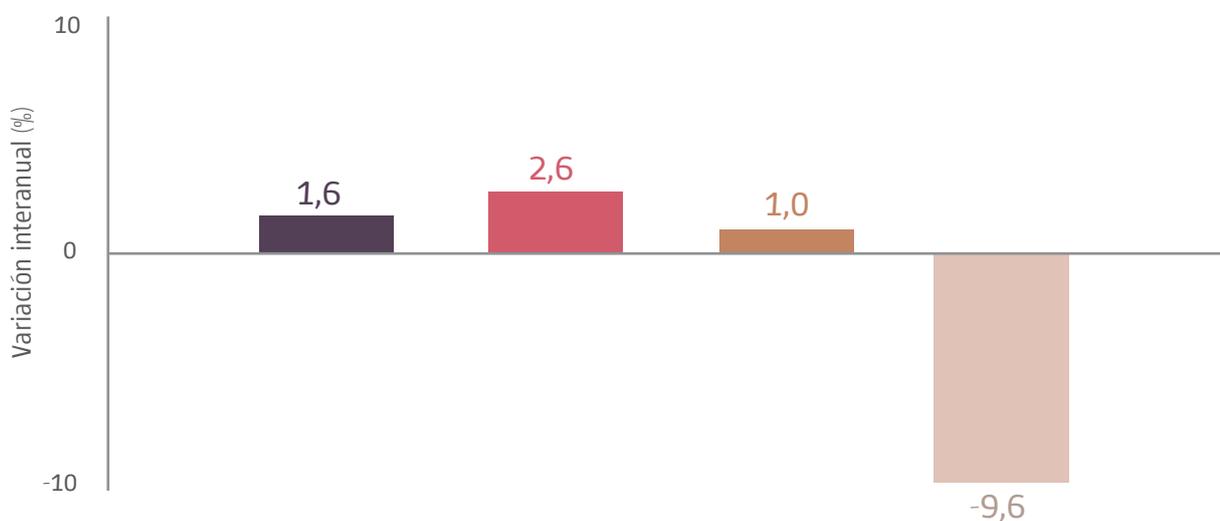


Fuente: CEDEM, Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Hacienda GCBA), sobre la base de datos de DGEyC e INDEC. IPCBA y Encuesta de Centros de Compras.

Shoppings. Locales, superficie y ventas constantes por local

- ▶ Se registró un incremento interanual en la cantidad de locales activos en los centros de compras (21 en el trimestre).
- ▶ También aumentó la superficie del área de ventas, lo que determinó una suba del tamaño promedio de los locales (1,6 m²).
- ▶ Las ventas constantes por local activo cayeron respecto del mismo trimestre del año anterior, en línea con la disminución del consumo.

| 3er. trimestre de 2014 | |
|------------------------|------------------------------|
| Locales | Superficie (m ²) |
| 1.350 | 214.318 |



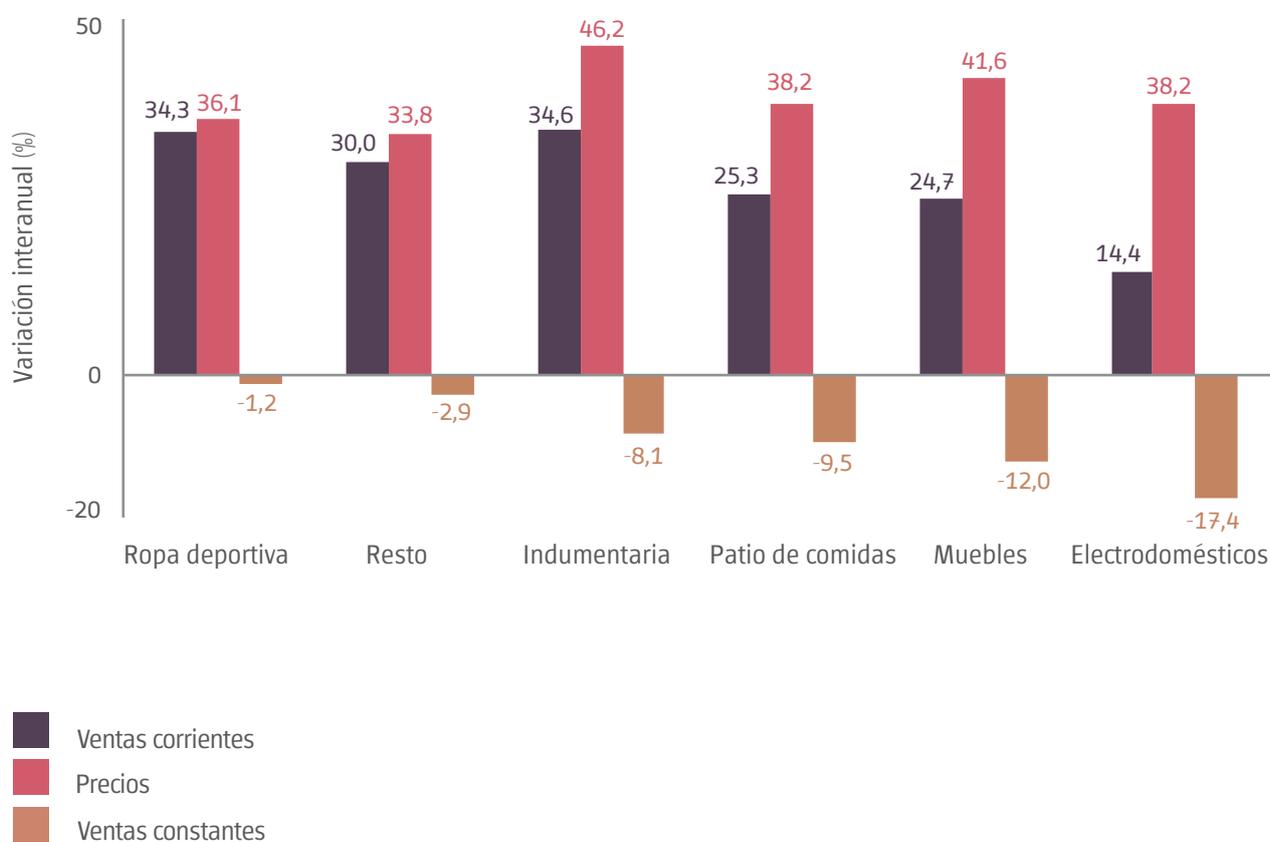
- Locales activos
- Superficie
- Superficie por local activo
- Ventas constantes por local activo

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 del consumo fue descendente para todos los rubros, destacándose los casos de *Patio de comidas*, *Muebles* y *Electrodomésticos*, cuya tendencia negativa superó la caída de las ventas en su conjunto (-8,1%).
- ▶ Cabe destacar la contracción de la demanda de *Indumentaria*, que representó más de la mitad del total vendido.

| 3er. trimestre de 2014 | |
|-----------------------------|------|
| Ventas constantes | |
| Participación por rubro (%) | |
| Indumentaria | 50,4 |
| Resto | 15,8 |
| Patio de comidas | 12,4 |
| Electrodomésticos | 9,6 |
| Ropa deportiva | 8,0 |
| Muebles | 3,8 |



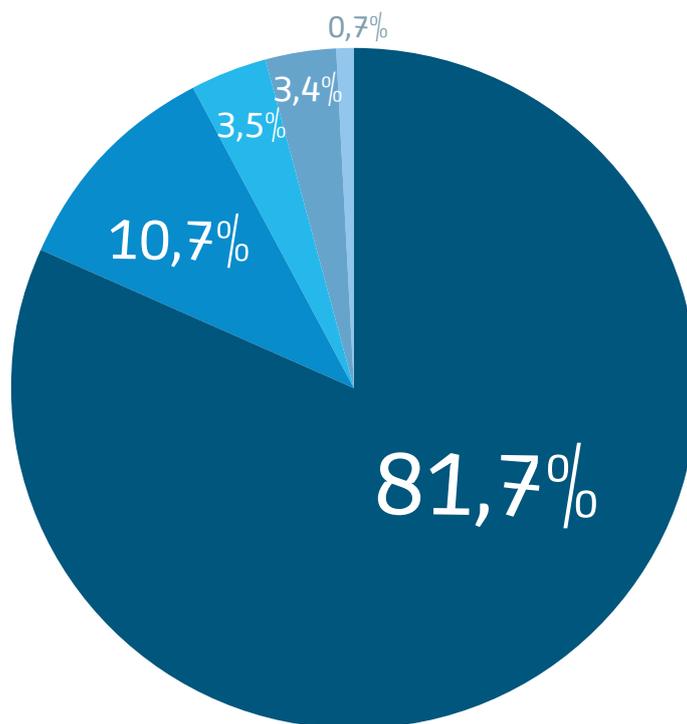
Nota: el agrupamiento *Resto* incluye los rubros *Juguetería, Librería y papelería, Diversión y esparcimiento, Perfumería y farmacia y Otros*.

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.

Shoppings. Puestos de trabajo ocupados según función

- ▶ La cantidad de ocupados cayó un 7,1% en relación con julio de 2013.
- ▶ Más del 80% de los puestos de trabajo ocupados en los *shoppings* porteños corresponde a locales comerciales.
- ▶ Sin embargo, esta proporción se redujo un 15,4% (más de 2.100 puestos) respecto de un año atrás. En tanto la cuantía de ocupados que desarrolla funciones administrativas prácticamente se triplicó.

| Julio de 2014 | |
|---------------|-----------------------|
| Ocupados | Ocupados por shopping |
| 14.396 | 800 |

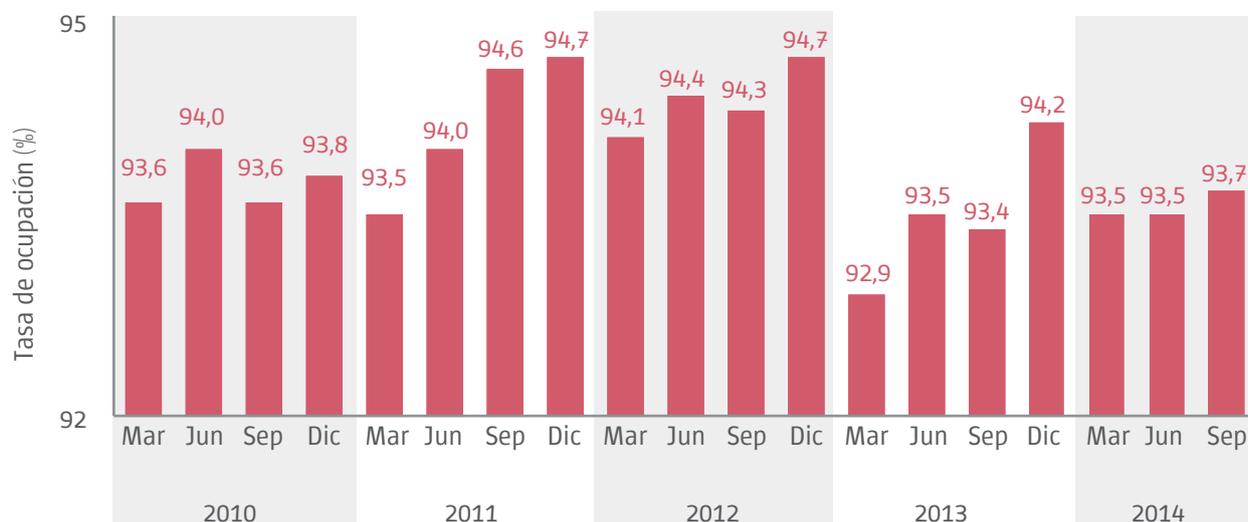


Fuente: CEDEM, Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Hacienda GCBA), sobre la base de datos de INDEC. Encuesta de Centros de Compras.

Ejes Comerciales. Ocupación de locales

- ▶ En septiembre de 2014 la tasa de ocupación se incrementó levemente en relación con el relevamiento anterior realizado en junio (0,2%) y también en términos interanuales (0,3%).
- ▶ La ocupación se encuentra en un bajo nivel si se tiene en cuenta que las mediciones correspondientes a 2013 constituyen los peores registros de ocupación comercial con posterioridad a la crisis de 2009.

| Septiembre de 2014 | | | |
|-----------------------|-------------------|------------------|---------------------------|
| Tasa de ocupación (%) | Locales relevados | Locales ocupados | Locales vacíos por cuadra |
| 93,7 | 15.899 | 14.899 | 1,5 |



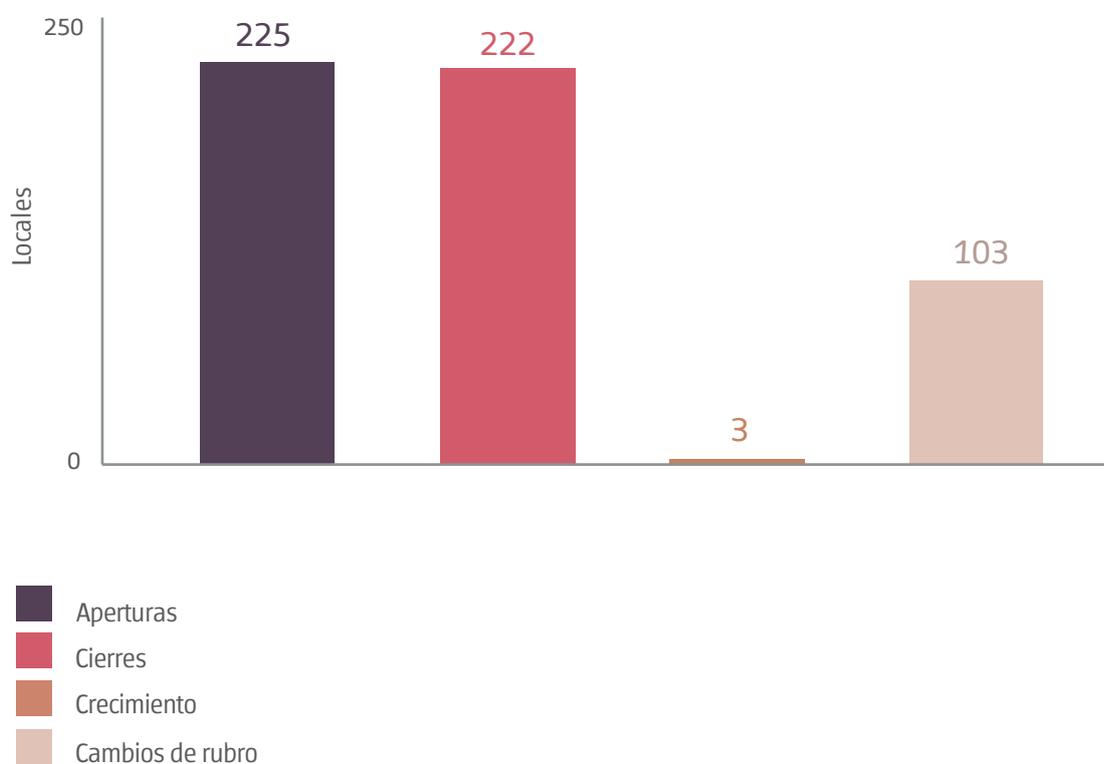
Nota 1: el relevamiento comprende 53 ejes comerciales a partir marzo de 2013. Con anterioridad, el operativo contemplaba 39 ejes (desde enero de 2012) y, previo a esa fecha, 37 ejes (desde diciembre de 2006).

Nota 2: para mayor información, véase Dirección General de Estadística y Censos, *Informe de Resultados 809. Análisis de los principales Ejes Comerciales de la Ciudad, Septiembre 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 225 aperturas y 222 cierres respecto de junio de 2014, lo que determinó una mínima creación de locales (3).
- ▶ Los cambios de rubro ascendieron a 103.



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.

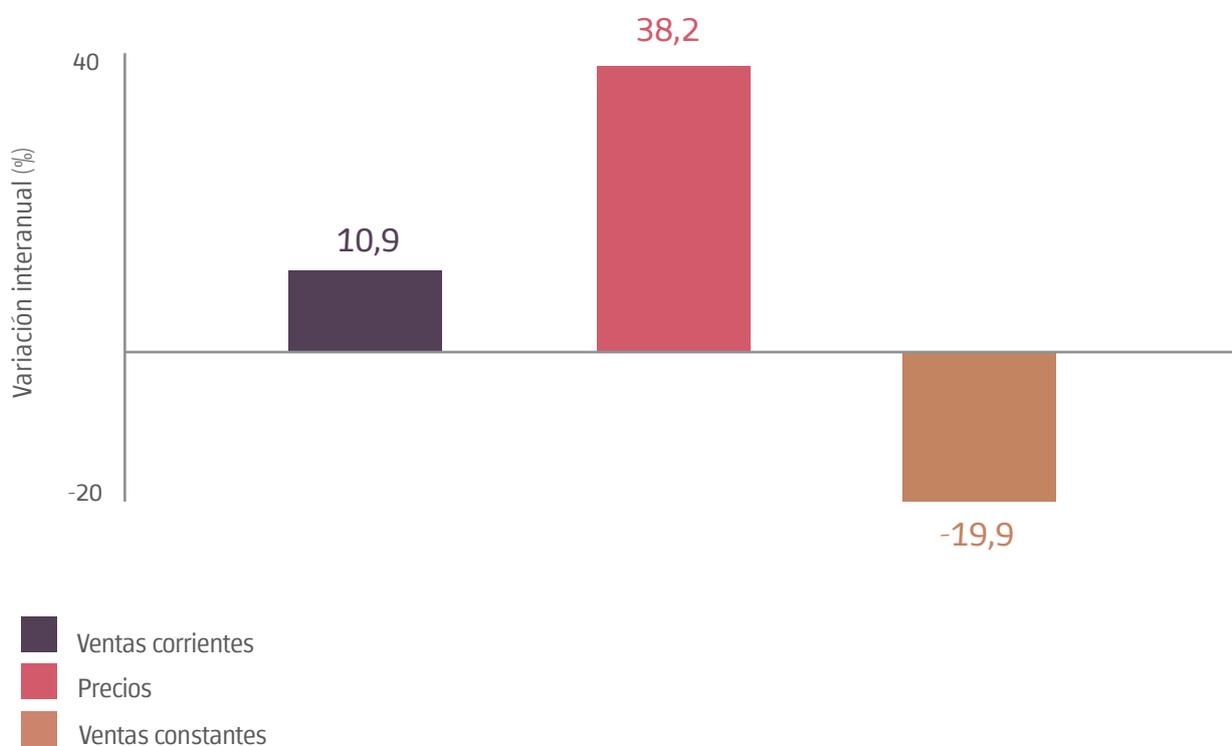
Fuente: CEDEM, Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Hacienda GCBA), sobre la base de datos de DGEyC. Ejes Comerciales de la Ciudad de Buenos Aires.

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 10,9% 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 38,2%, determinando una **caída de las ventas a precios constantes del 19,9%**.

| 3er. trimestre de 2014 | |
|------------------------|----------------|
| Facturación (\$) | 1.610 millones |

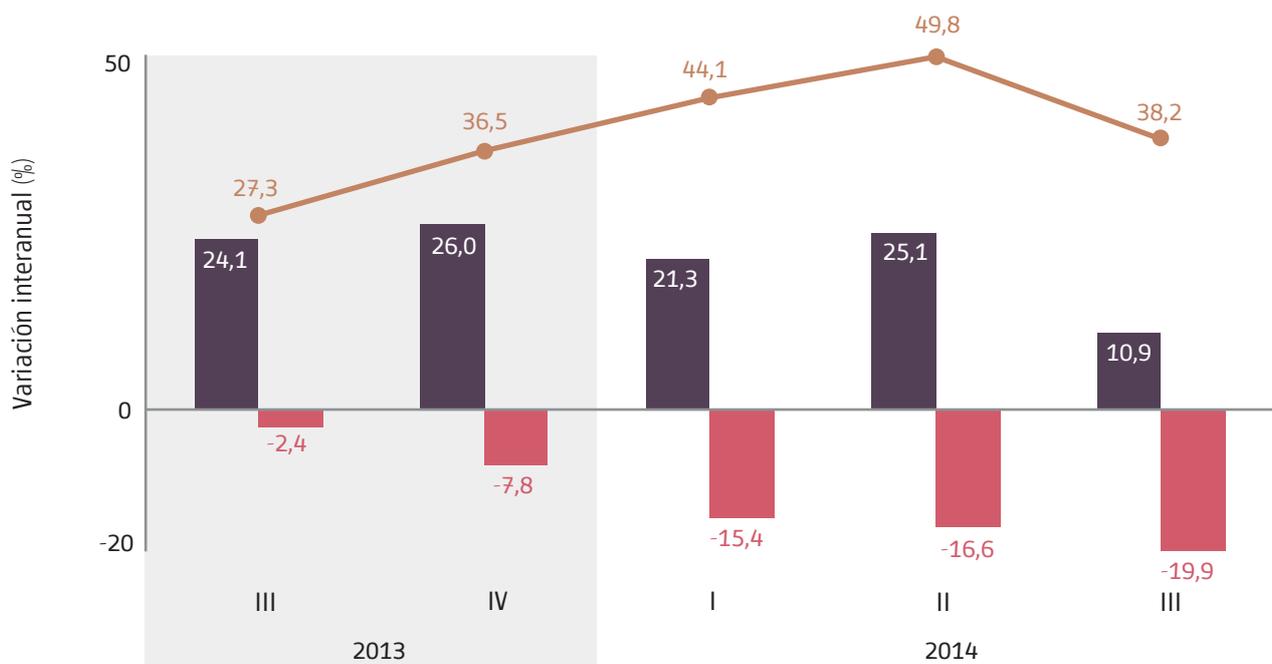


Fuente: CEDEM, Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Hacienda GCBA), sobre la base de datos de DGEyC e INDEC. IPCBA y Encuesta de Comercios de Electrodomésticos y Artículos para el Hogar.

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

► El sector viene registrando caídas en el volumen físico de ventas y aumentos importantes en los precios de los artículos. Sin embargo, en el tercer trimestre, la serie da cuenta de una desaceleración en el alza de los precios.

► Como resultado de los primeros nueve meses de 2014, se observa una contracción en las ventas constantes potenciada por la contracción presupuestaria de los consumidores y explicada por las expectativas económicas y por la caída en el poder de compra.



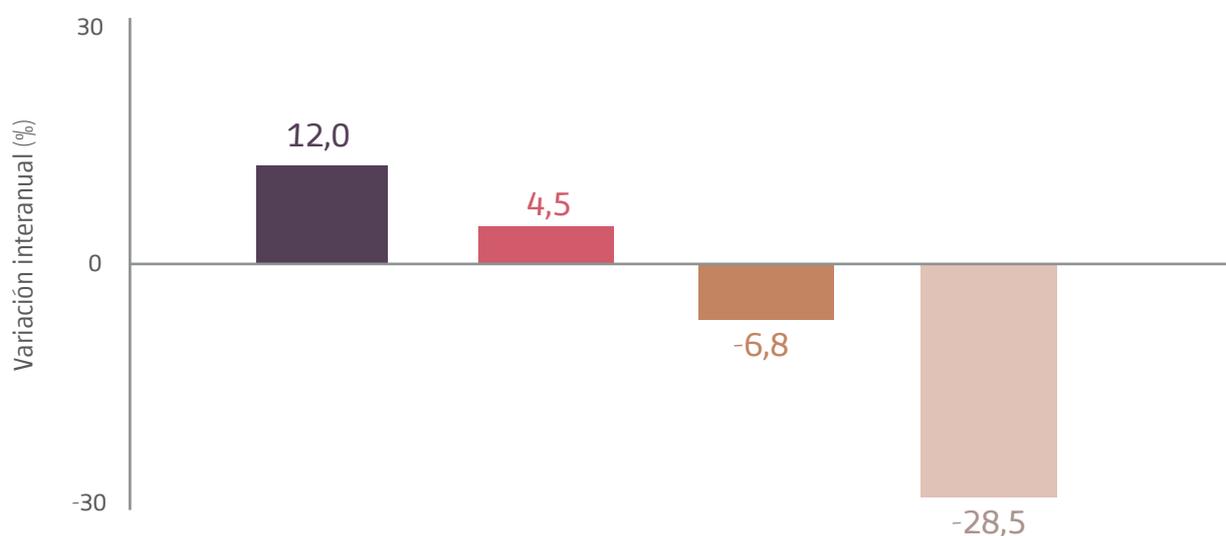
- Ventas corrientes
- Ventas constantes
- Precios

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 Comercios de Electrodomésticos y Artículos para el Hogar.

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

- ▶ Durante el tercer trimestre la incorporación de nuevas sucursales de venta fue casi nula (solo se abrió un local) en relación con el parcial anterior; sin embargo contra el mismo período de 2013 se han sumado 23 nuevas sucursales, que dan cuenta de un aumento del 12%.
- ▶ Teniendo en cuenta el incremento de los locales, la contracción de las ventas por local fue mayor a la registrada por el sector en forma agregada; cada boca vendió las tres cuartas partes de lo comercializado en el mismo período del año anterior.
- ▶ La superficie de los locales registró un crecimiento interanual del 4,5%.
- ▶ Estos guarismos indican que la superficie promedio por local se redujo y que los nuevos locales se caracterizan por tener una superficie de ventas menor.

| 3er. trimestre de 2014 | |
|------------------------|------------------------------|
| Locales | Superficie (m ²) |
| 270 | 124.432 |



- Locales
- Superficie
- Superficie por local
- Ventas constantes por local

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.

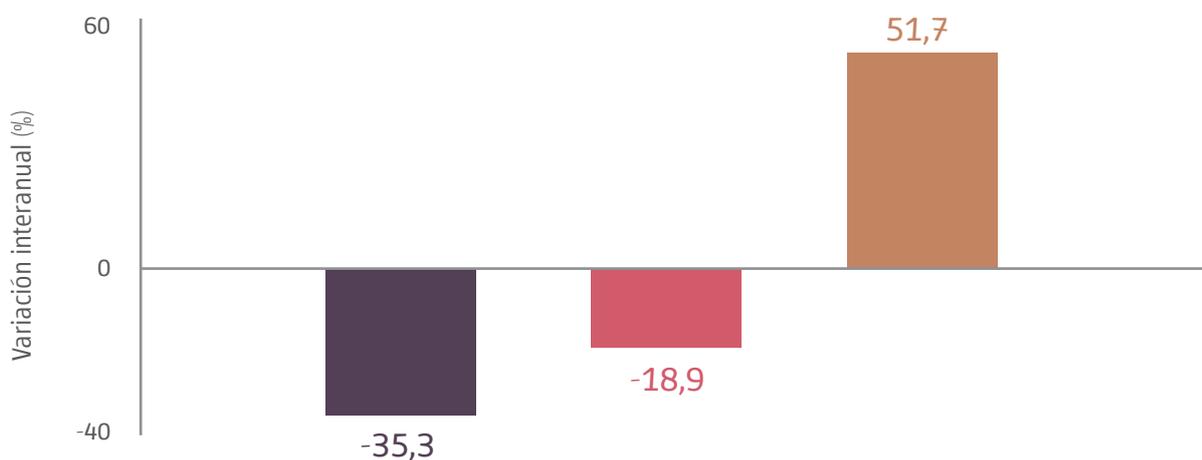
Vehículos automotores. Patentamientos, transferencias y precio de 0 km

► El trimestre registró una caída interanual en la venta de vehículos automotores 0 km (-35,3%) y en la adquisición de usados (-18,9%). Sin embargo en el período se comercializaron 71.567 vehículos en la Ciudad, 7.700 unidades más que en el segundo trimestre.

| 3er. trimestre de 2014 | | |
|------------------------|----------------|------------------|
| Patentamientos | Transferencias | Parque automotor |
| 28.079 | 43.488 | 1,4 millones |

► El parque automotor porteño acumuló un crecimiento del 3,2% en el tercer trimestre de 2014.

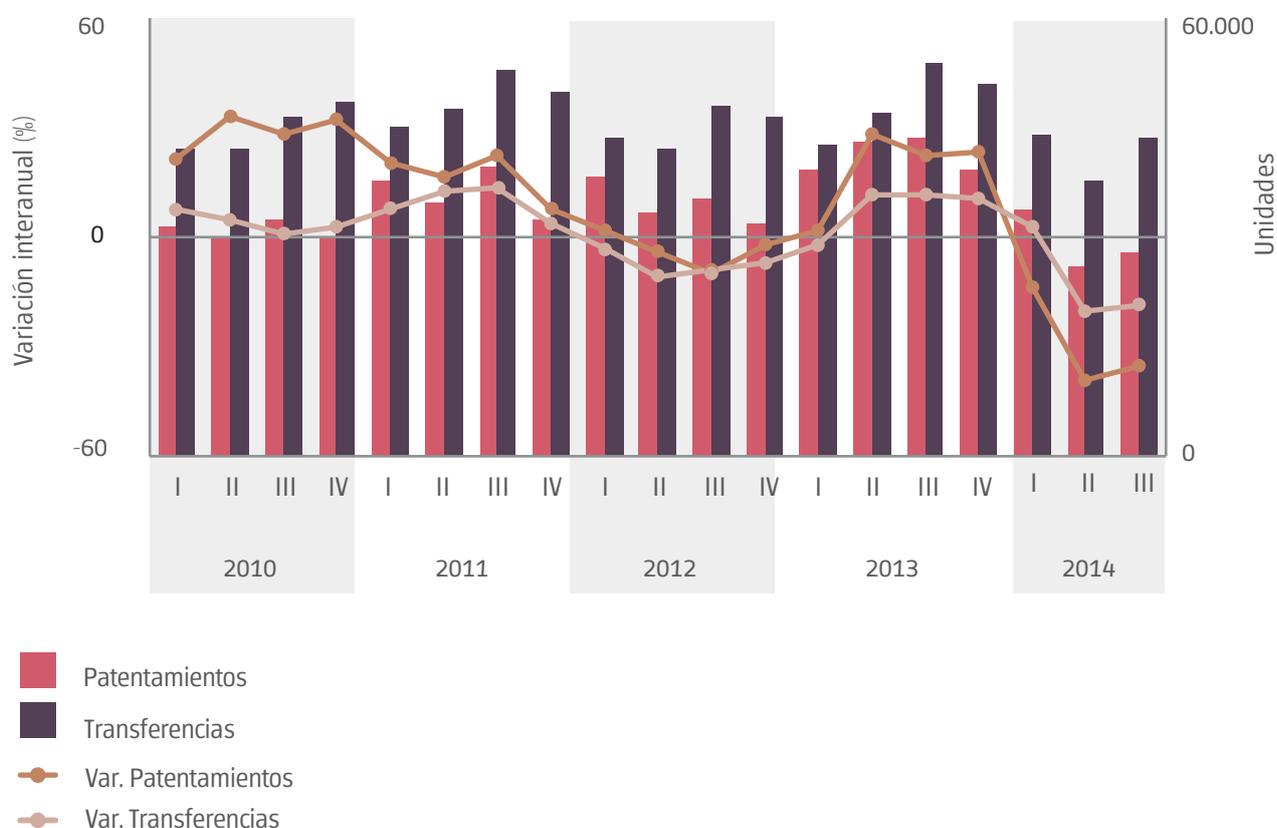
► Según el IPCBA, que mide la dinámica del precio de los automóviles 0 km (segmento gama pequeño y mediano), el incremento interanual en los precios fue del 51,7%.



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

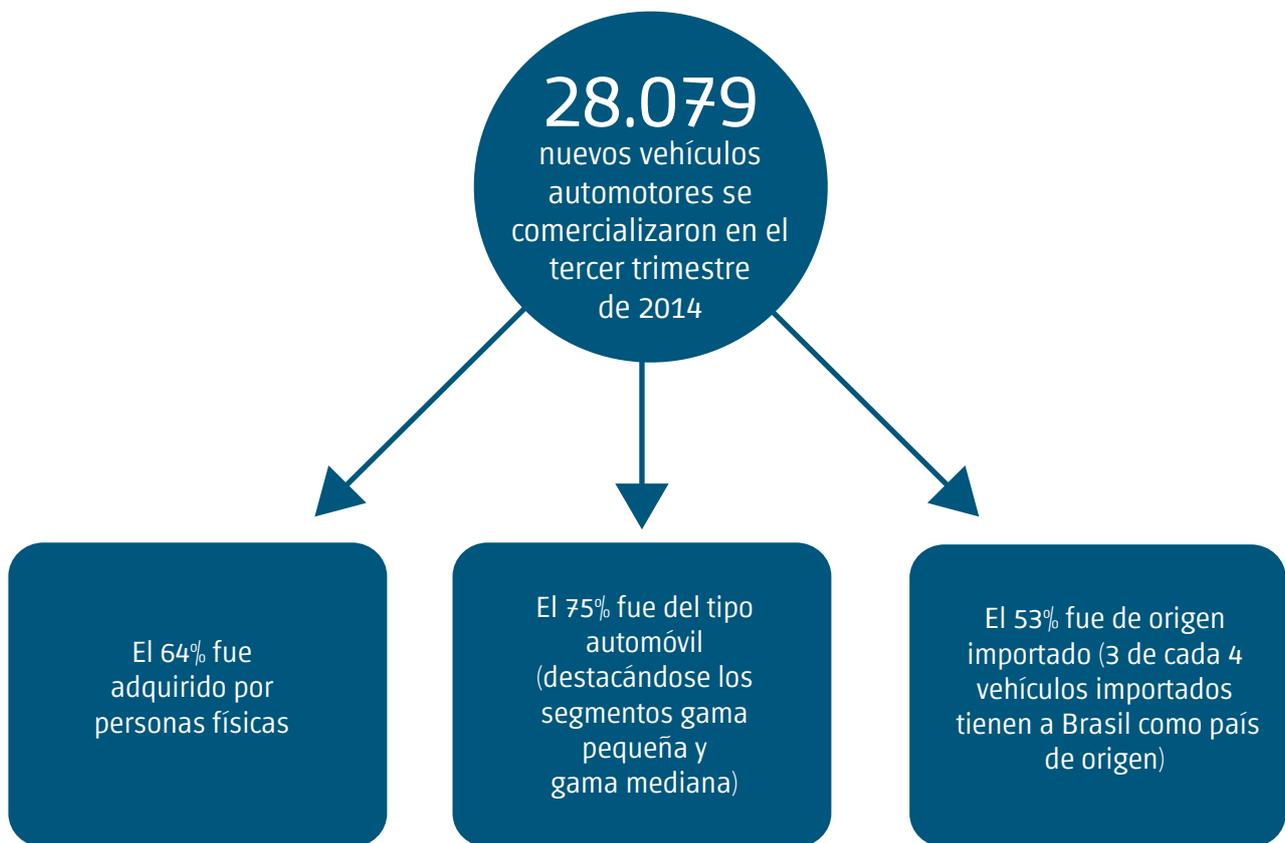
- ▶ La cantidad de vehículos patentados entre julio y septiembre es el registro más bajo, para ese período, de los últimos 5 años. Cabe recordar que el mercado de vehículos automotores 0 km alcanzó el récord en 2013, con 164.740 unidades patentadas, superando ampliamente los valores de 2011.
- ▶ También se registra en los últimos tres trimestres un cambio de tendencia de las ventas de vehículos, registrando el comercio de vehículos usados la mejor dinámica de ventas, superando la de los nuevos patentamientos.
- ▶ Entre julio y septiembre se observan los siguientes guarismos:
 - 1 de cada 6 vehículos que se patentaron en el país está radicado en la Ciudad.
 - 1 de cada 10 transferencias de vehículos del país tuvo como destino la Ciudad.
 - Por cada 0 km vendido se transfirieron 1,5 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 (39,9%) por sobre los comerciales livianos (-18,9%) y comerciales pesados (-18,8%). Los descensos más importantes del sector se registraron en los segmentos *premium* (-83,9%), gama grande (-79,7%) y vehículo deportivo utilitario (-71,7%).
- ▶ También se verificó una mayor contracción en la adquisición de vehículos automotores de origen importado (-46%) por sobre los de producción nacional (-17,8%).

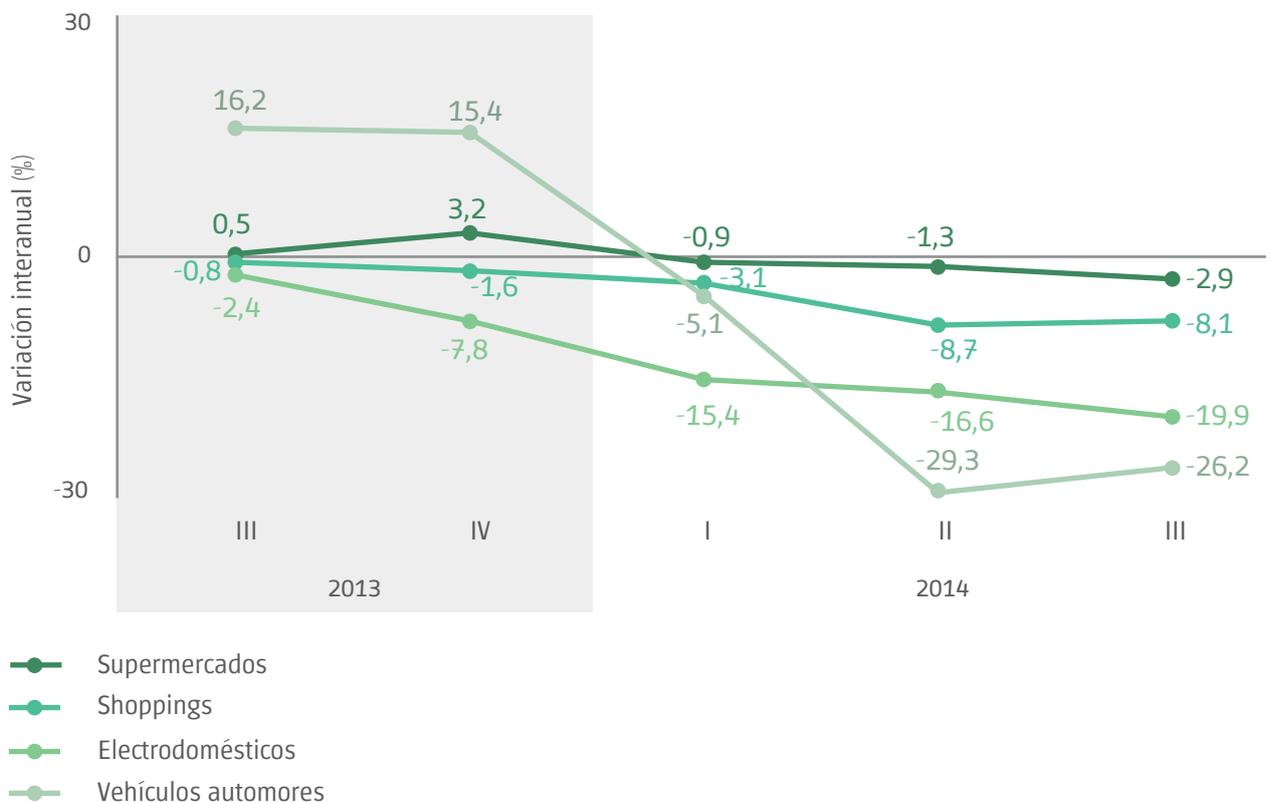


Fuente: CEDEM, Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Hacienda GCBA), sobre la base de datos de la Dirección Nacional del Registro de la Propiedad del Automotor (DNRPA) y la Asociación de Concesionarios de Automotores de la República Argentina (ACARA).

Síntesis. Evolución del comercio en la Ciudad

- ▶ Los sectores que componen el comercio acumulan una dinámica negativa para los tres trimestres de 2014.
- ▶ Las ventas de bienes durables (vehículos nuevos y usados) y semidurables (electrodomésticos e indumentaria) marcaron las contracciones más importantes.
- ▶ El volumen despachado por los *shoppings* y los comercios de electrodomésticos porteños lleva, al menos, cinco trimestres consecutivos de caídas interanuales.
- ▶ La comercialización de artículos de consumo masivo (alimentos y bebidas y artículos de limpieza) expresó el ajuste más moderado consecuencia de la inelasticidad que naturalmente presenta la demanda de esos productos.

| Septiembre de 2014 | | | |
|----------------------|-----------|-------------------|-----------------------|
| Variación interanual | | | |
| Supermercados | Shoppings | Electrodomésticos | Vehículos automotores |
| -1,7 | -6,8 | -17,3 | -20,8 |



Nota 1: la variación interanual de las ventas constantes de vehículos automotores refiere a las unidades vendidas e incluye tanto 0 km como usados.

Nota 2: el indicador de ventas constantes se calcula a partir del tercer trimestre de 2013.

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

Ficha técnica

Período

Tercer 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 m².

• 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 las ventas de los locales ubicados en los *shoppings* y excluyen las ventas realizadas por los supermercados.

• Venta de vehículos

Los datos correspondientes a la venta de vehículos nuevos (también denominada inscripción inicial) 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 en términos reales o 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 relevantes, 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)¹, 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 se respetó la ponderación por productos del índice original (IPCBA).

¹ Véase Dirección General de Estadística y Censos, *Índice de Precios al Consumidor de la Ciudad de Buenos Aires, Principales aspectos metodológicos*, 2da. 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
Para consultas dirijase al Departamento Documentación y Atención al Usuario a cdocumentacion_estadistica@buenosaires.gob.ar



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



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