



Dinámica del comercio minorista en el 4to. trimestre de 2014

Informe de resultados | 860 



Mayo de 2015

Dinámica del comercio minorista en el 4to. trimestre de 2014

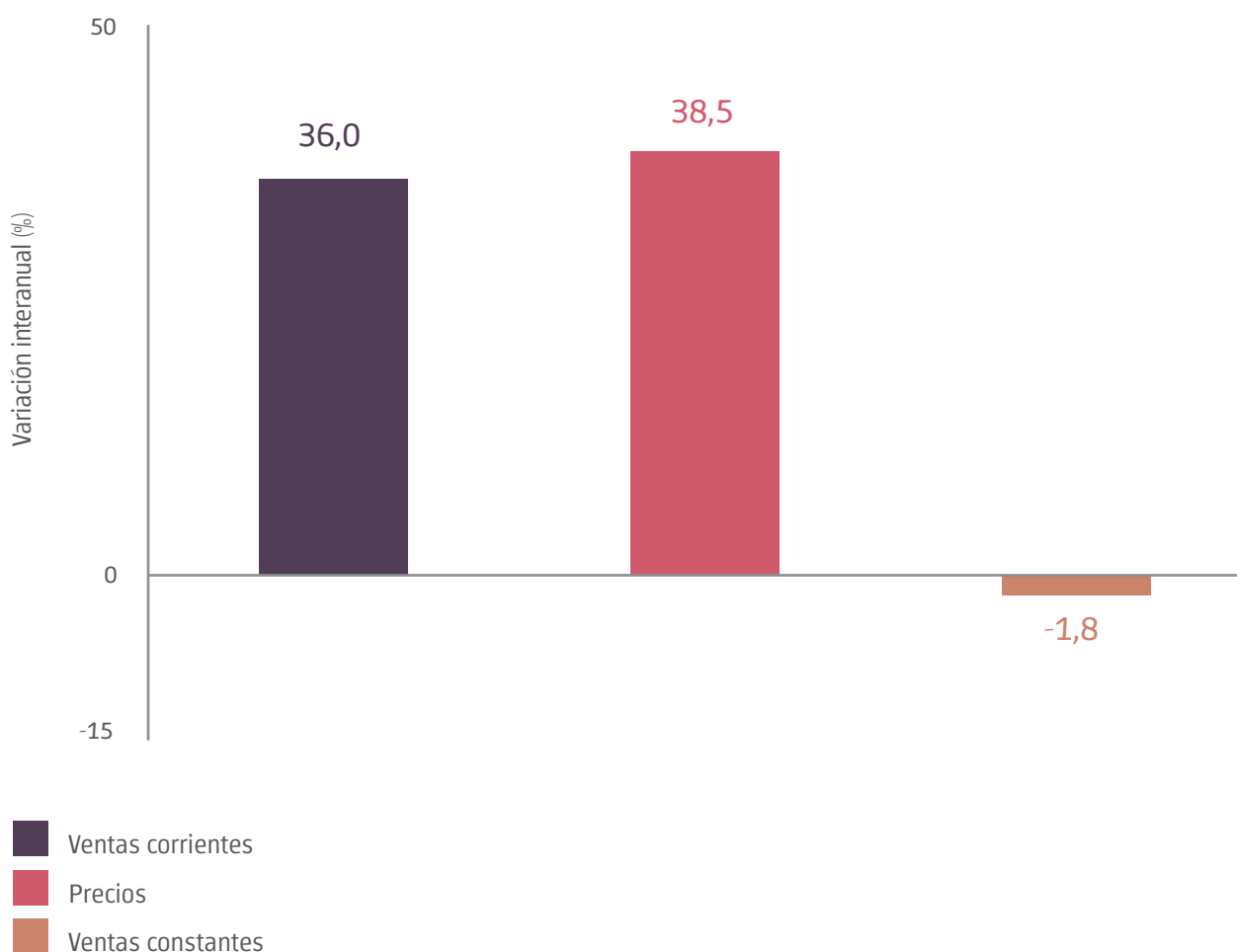
En resumen

- ▶ El estudio de las variables indicativas de **la evolución del comercio minorista durante 2014 reveló una contracción del consumo**. Se destaca la disminución en términos reales de las ventas de activos semi durables (electrodomésticos). El ajuste fue menor en el caso de la comercialización de artículos de consumo masivo (alimentos y bebidas).
- ▶ Durante el **cuarto trimestre, la dinámica negativa del volumen físico despachado** en supermercados, *shoppings* y cadenas de electrodomésticos de la Ciudad **fue algo menor que en los trimestres previos**, observándose además una **desaceleración en el incremento de precios**.
- ▶ Entre octubre y diciembre de 2014, las cadenas de **supermercados** registraron nuevamente una **caída en sus ventas a valores constantes (-1,8%)**. El alza de las ventas corrientes (36%) estuvo impulsada por la suba de los precios.
- ▶ Las ventas en los *shoppings* tuvieron una suba del 36,5% a valores corrientes en el último parcial del año, mientras que mostraron un **deterioro a valores constantes (-2,3%)**. 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 facturación por la venta de **electrodomésticos y artículos para el hogar** continuó en aumento en el cuarto trimestre del año anterior, con una suba del 14,4%, mientras que **la venta a valores constantes volvió a contraerse (-10,6%)**.
- ▶ La **ocupación de locales en diciembre de 2014 se incrementó levemente** en relación con el relevamiento anterior realizado en septiembre (0,5%) y se ubicó en el 94,2% del total relevado en los 53 ejes comerciales a cielo abierto seleccionados. En términos interanuales no mostró variaciones.

Supermercados. Facturación, precios y ventas constantes

- ▶ Las ventas corrientes se incrementaron un 36% en términos interanuales.
- ▶ Los precios de los artículos que se comercializan en los supermercados medidos por el IPCBA registraron un aumento interanual del 38,5% en el trimestre estudiado, determinando una **contracción de las ventas a valores constantes (-1,8%)**.

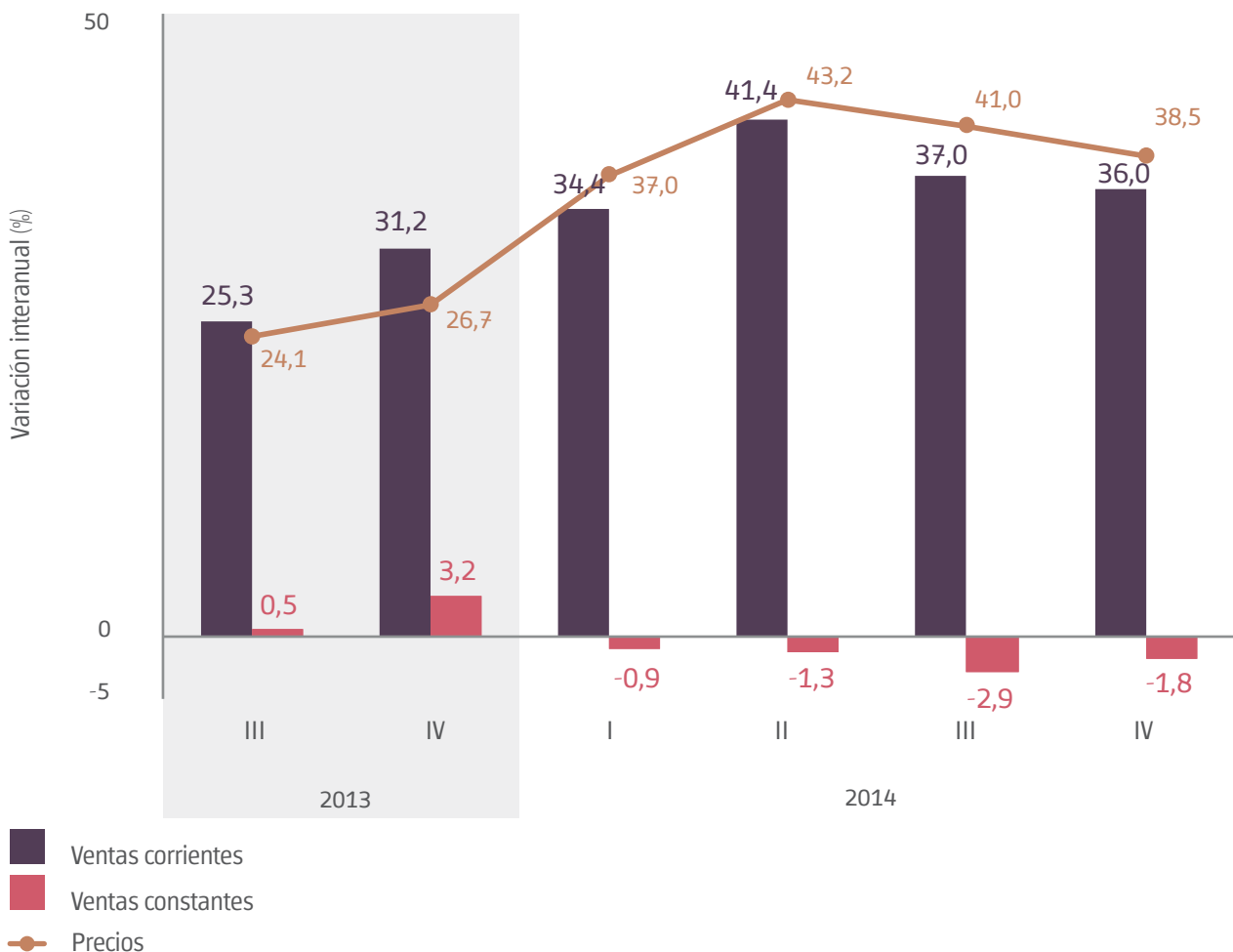
4to. trimestre de 2014
Facturación (\$)
8.763 millones



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

- ▶ Continúa la caída del consumo en los supermercados porteños (contracción de las ventas en términos reales), iniciada en 2014.
- ▶ Sin embargo, en el cuarto trimestre se observa una leve desaceleración de los precios y de la dinámica negativa de las ventas constantes.

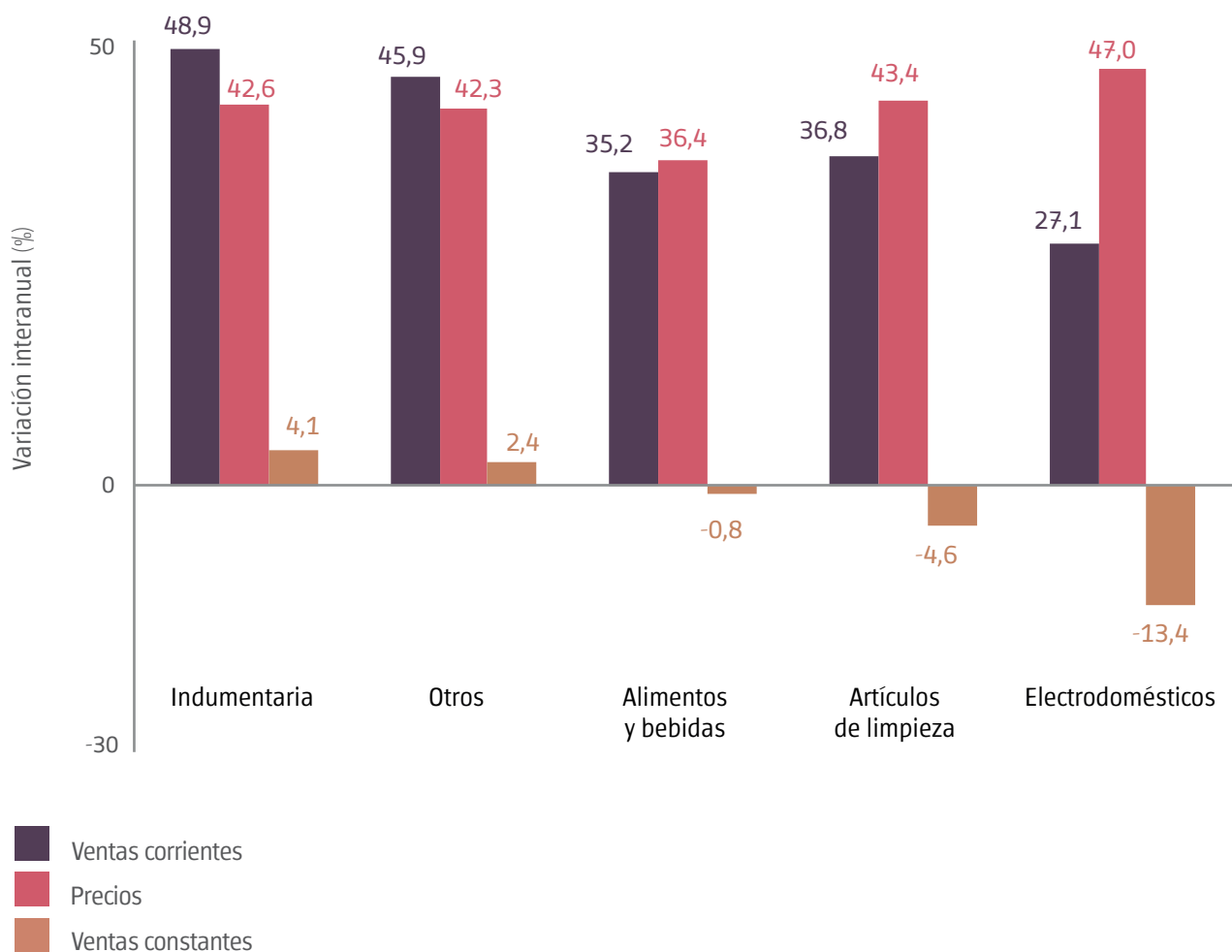


Fuente: CEDEM, Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Hacienda GCBA), sobre la base de datos de DGEyC e INDEC. IPCBA y Encuesta de Supermercados.

Supermercados. Facturación, precios y ventas constantes por rubro

- ▶ La demanda de *Alimentos y bebidas* marcó una mínima contracción. El agrupamiento está constituido en su mayor parte por bienes de consumo masivo y primera necesidad, que compusieron el 71,2% de la demanda total.
- ▶ Se destaca la caída del consumo de *Electrodomésticos* en los supermercados porteños (-13,4%).
- ▶ La evolución interanual de las ventas en términos reales resultó positiva en el rubro *Indumentaria* y el residual *Otros*.

4to. trimestre de 2014	
Ventas constantes	
Participación por rubro (%)	
Alimentos y bebidas	71,2
Artículos de limpieza	13,3
Otros	7,9
Electrodomésticos	5,9
Indumentaria	1,7



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

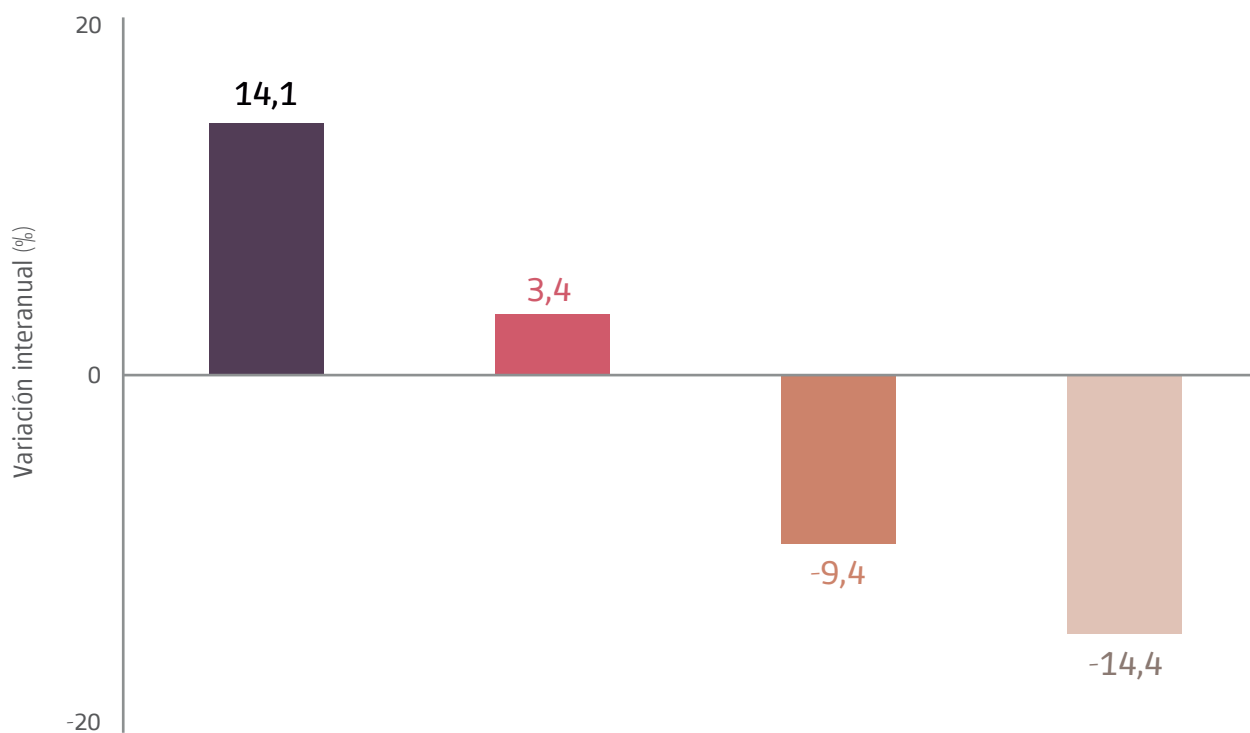
Fuente: CEDEM, Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Hacienda GCBA), sobre la base de datos de DGEyC e INDEC. IPCBA y Encuesta de Supermercados.

Supermercados. Bocas, superficie y ventas constantes por boca

- ▶ El sector continúa su expansión en la Ciudad a través de la apertura de nuevas tiendas (87 locales nuevos con relación al cuarto trimestre de 2013).
- ▶ Las inauguraciones responden, en general, al formato de minimercados y se caracterizan por tener dimensiones inferiores al promedio.
- ▶ El fenómeno generó una caída cercana al 10% en la superficie promedio de las bocas (68 m²).

- ▶ En línea con la mayor cantidad de sucursales y la caída del consumo, las ventas constantes por boca cayeron el 14,4% en el trimestre estudiado.

4to. trimestre de 2014	
Bocas	Superficie (m ²)
704	459.182



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

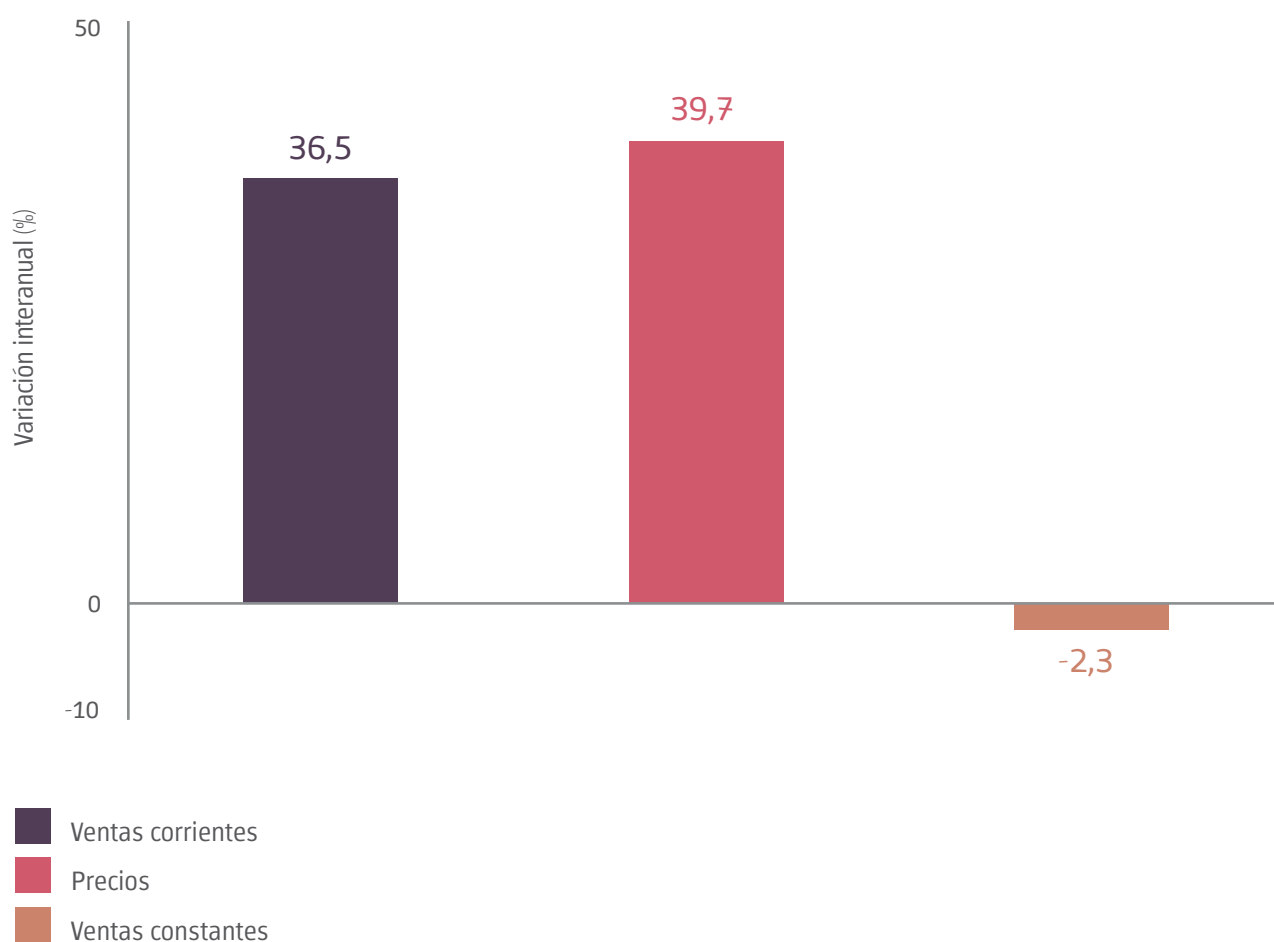
Fuente: CEDEM, Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Hacienda GCBA), sobre la base de datos de DGEYC e INDEC. IPCBA y Encuesta de Supermercados.

Shoppings. Facturación, precios y ventas constantes

- ▶ Las ventas corrientes se incrementaron un 36,5% 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 39,7%, determinando una **caída del 2,3% de las ventas en términos reales**.

- ▶ Cabe mencionar la apertura del nuevo centro comercial *Distrito Arcos* que comenzó a operar a mediados del mes de diciembre de 2014 y cuenta con más de 60 locales.

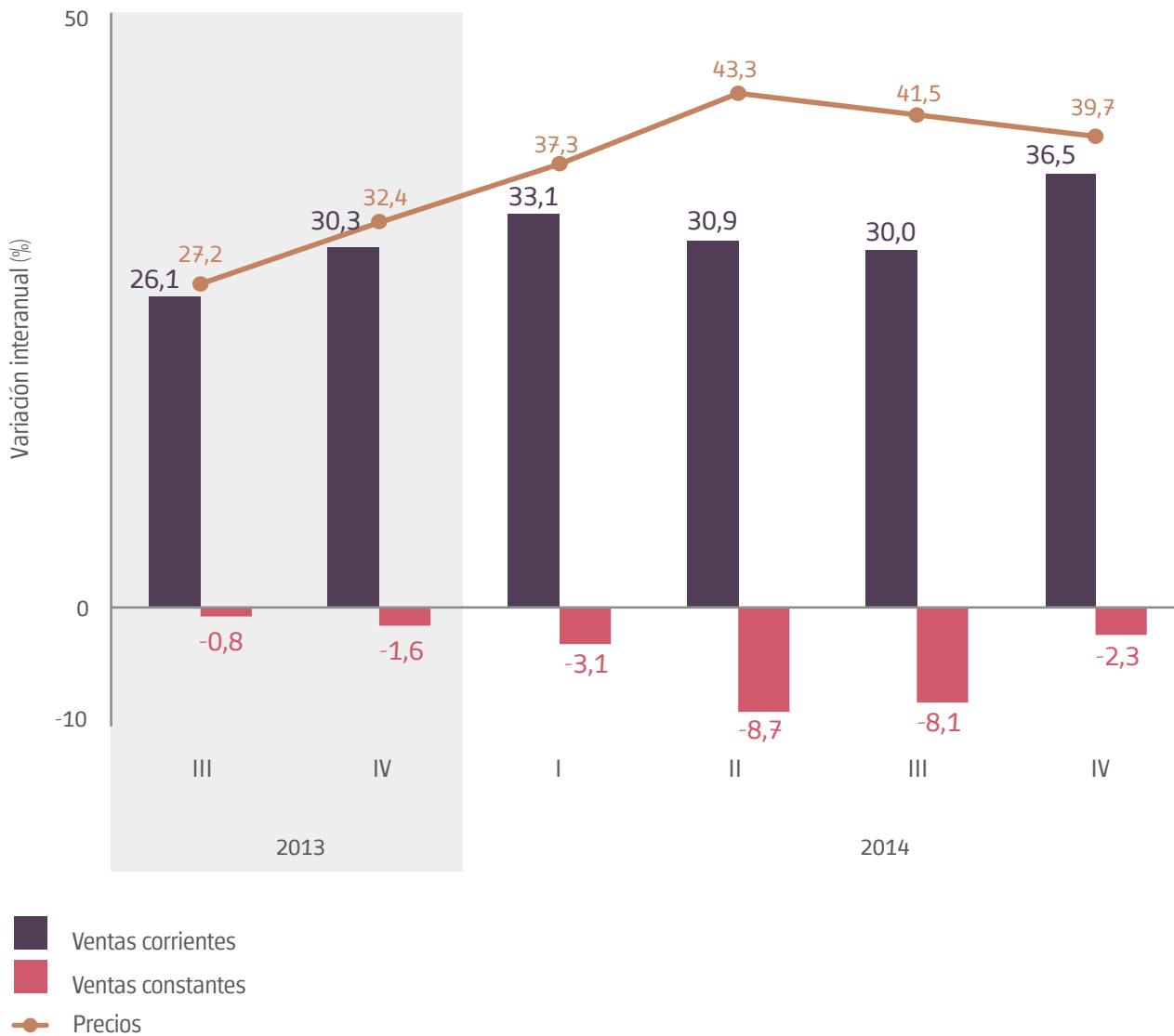
4to. trimestre de 2014	
Facturación (\$)	Shoppings
5.030 millones	19



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 descendente del consumo en los centros de compras se mantuvo en el trimestre estudiado.
- ▶ El alza de precios se desaceleró levemente, junto con la caída de las ventas constantes, que se vio amortiguada.

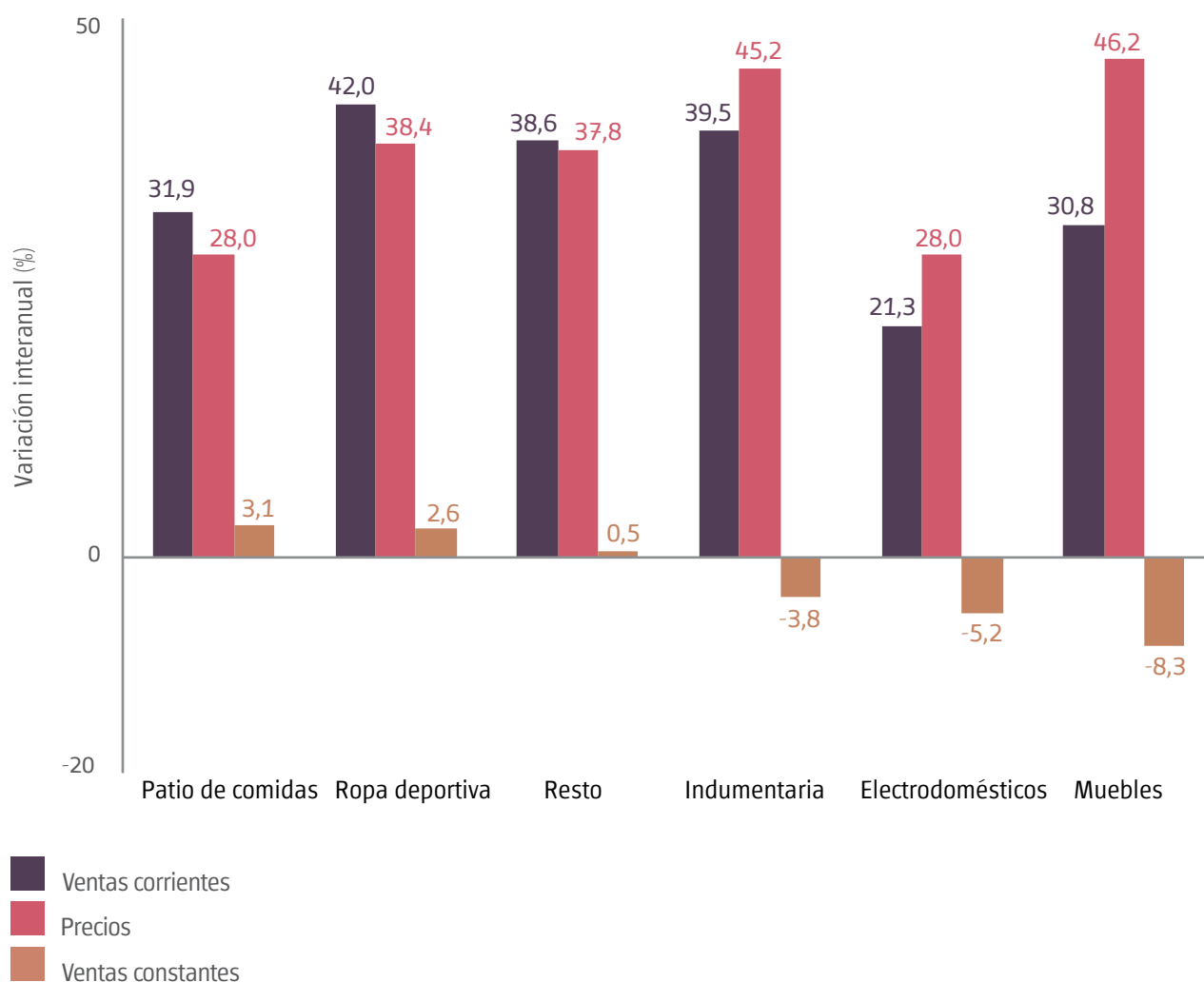


Fuente: CEDEM, Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Hacienda GCBA), sobre la base de datos de DGEyC e INDEC. IPCBA y Encuesta de Centros de Compras.

Shoppings. Facturación, precios y ventas constantes por rubro

- ▶ La contracción del consumo de *Indumentaria* (-3,8%), rubro que representa más de la mitad del total vendido, superó a la verificada para el conjunto de las ventas.
- ▶ Se destaca además la caída de la demanda de bienes semi durables (*Electrodomésticos* y *Muebles*).
- ▶ La dinámica del volumen físico de ventas resultó levemente ascendente en el caso de *Patio de comidas*, *Ropa deportiva* y el residual *Resto*.

4to. trimestre de 2014	
Ventas constantes	
Participación por rubro (%)	
Indumentaria	52,8
Resto	15,5
Patio de comidas	10,6
Electrodomésticos	9,9
Ropa deportiva	7,8
Muebles	3,4



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

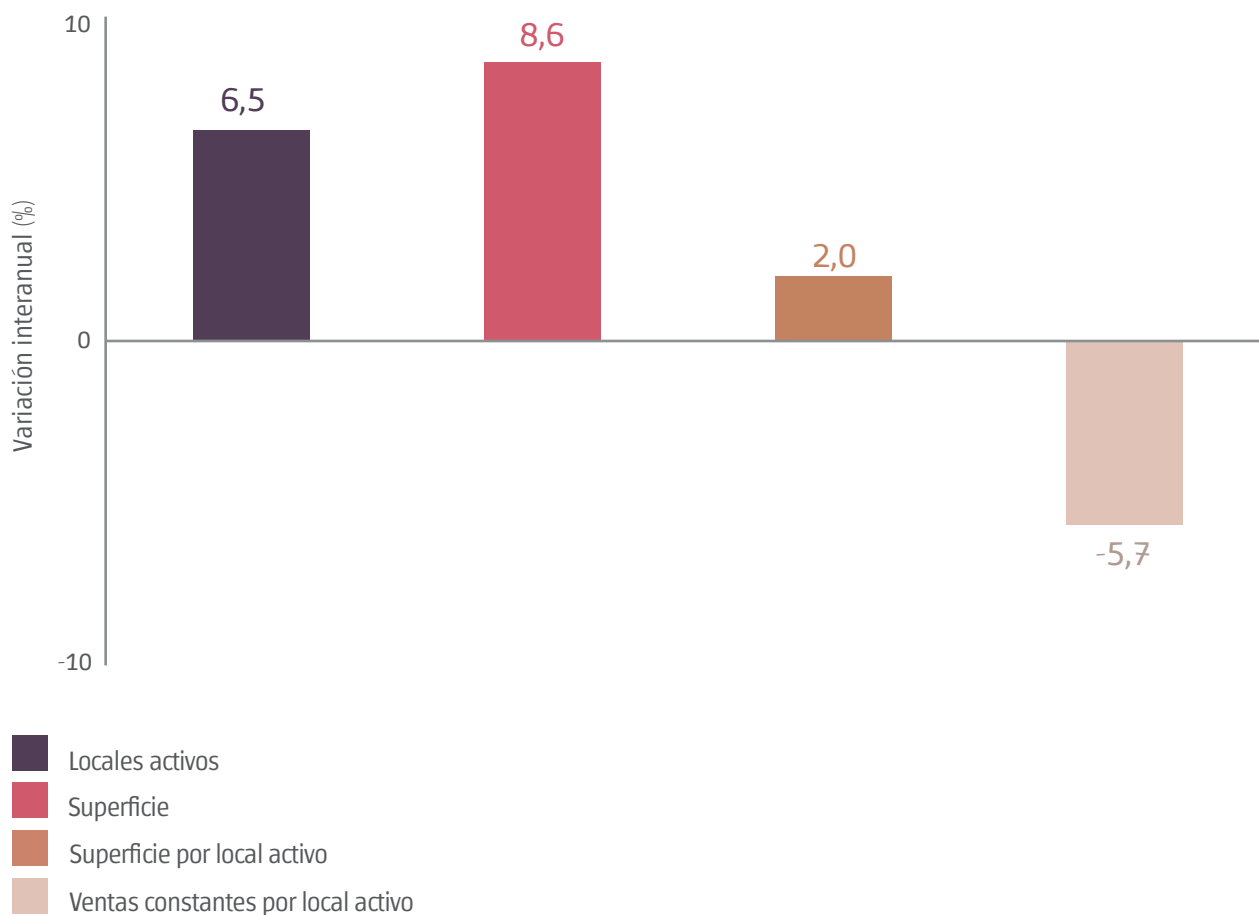
Fuente: CEDEM, Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Hacienda GCBA), sobre la base de datos de DGEyC e INDEC. IPCBA y Encuesta de Centros de Compras.

Shoppings. Locales, superficie y ventas constantes por local

- ▶ En concordancia con la inauguración del nuevo centro comercial, se registró un excepcional incremento interanual en la cantidad de locales activos en los centros de compras (87 en el trimestre).
- ▶ También aumentó la superficie del área de ventas, lo que determinó una suba del 2% en el tamaño promedio de los locales (3,1 m²).

- ▶ Las ventas constantes por local activo cayeron respecto del mismo trimestre del año anterior, en línea con la disminución del consumo y la expansión del sector.

4to. trimestre de 2014	
Locales	Superficie (m ²)
1.416	226.856



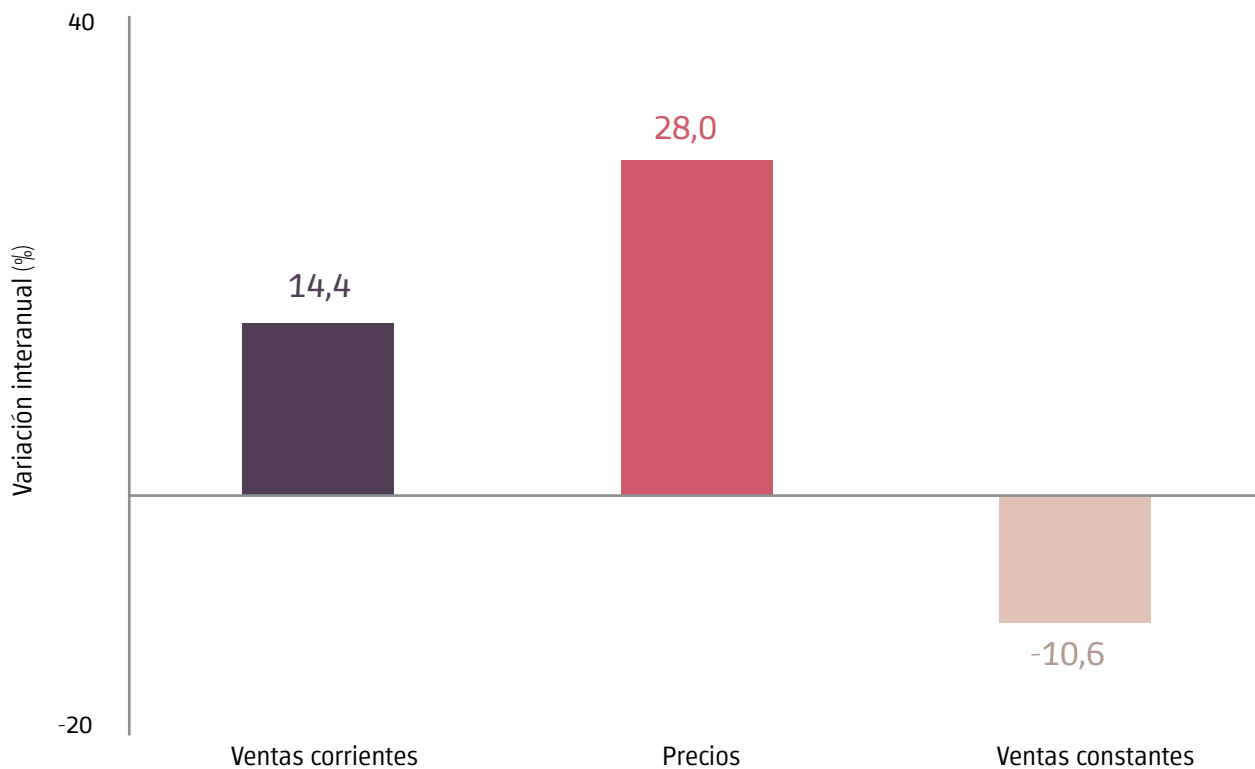
Fuente: CEDEM, Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Hacienda GCBA), sobre la base de datos de DGEyC e INDEC. IPCBA y Encuesta de Centros de Compras.

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 **14,4%** en términos interanuales.

▶ Los precios de los bienes que se comercializan en las tiendas de electrodomésticos y artículos para el hogar medidos por el IPCBA registraron un aumento interanual del **28%**, determinando una **caída de las ventas a precios constantes del 10,6%**.

4to. trimestre de 2014
Facturación (\$)
2.092 millones

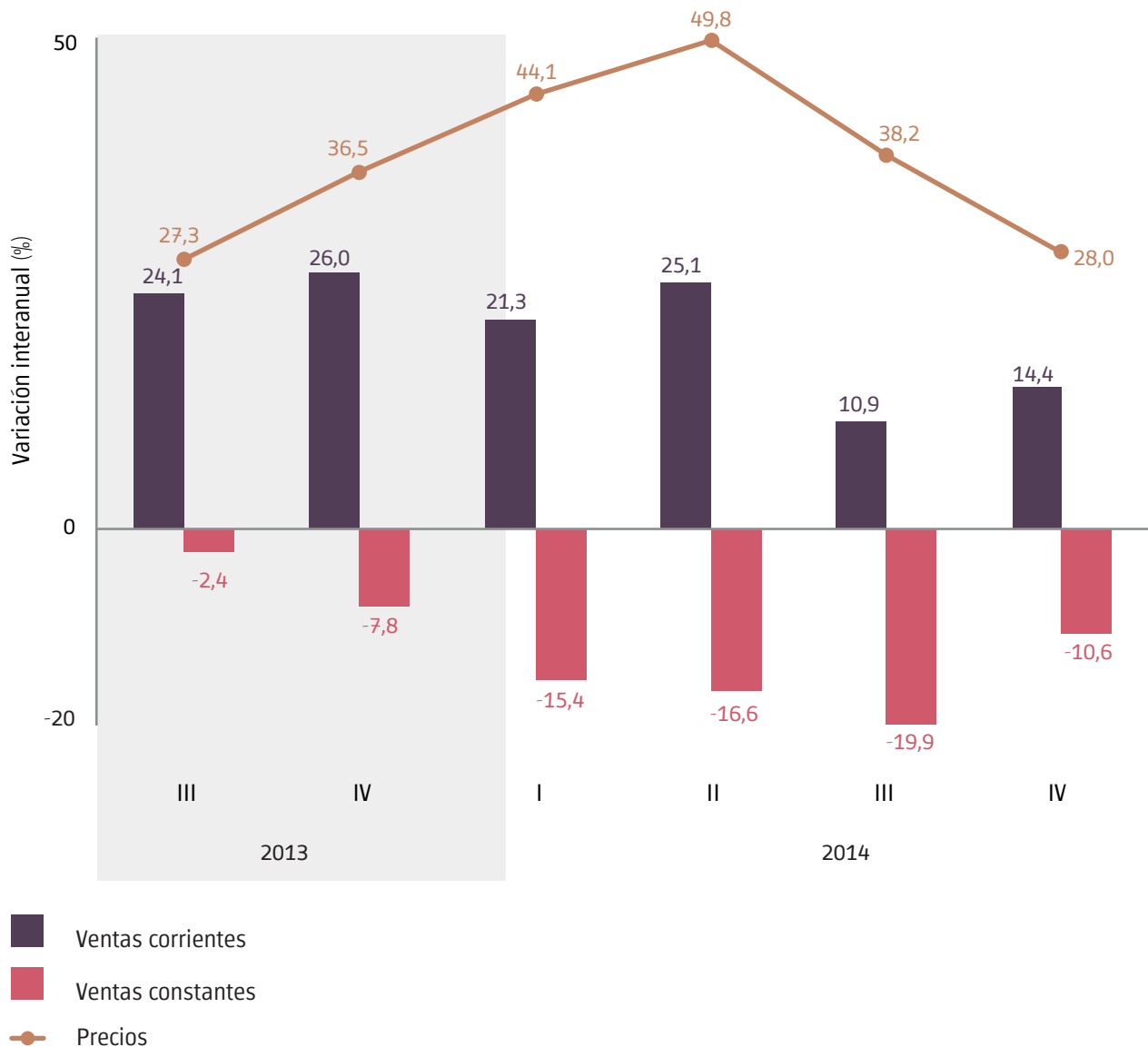


- Ventas corrientes
- Precios
- Ventas constantes

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 Comercios de Electrodomésticos y Artículos para el Hogar.

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

- ▶ El consumo de bienes semi durables continúa con la dinámica negativa de los trimestres previos.
- ▶ Sin embargo se observa una suavización de la caída del volumen físico de ventas y una marcada desaceleración en el alza de precios.

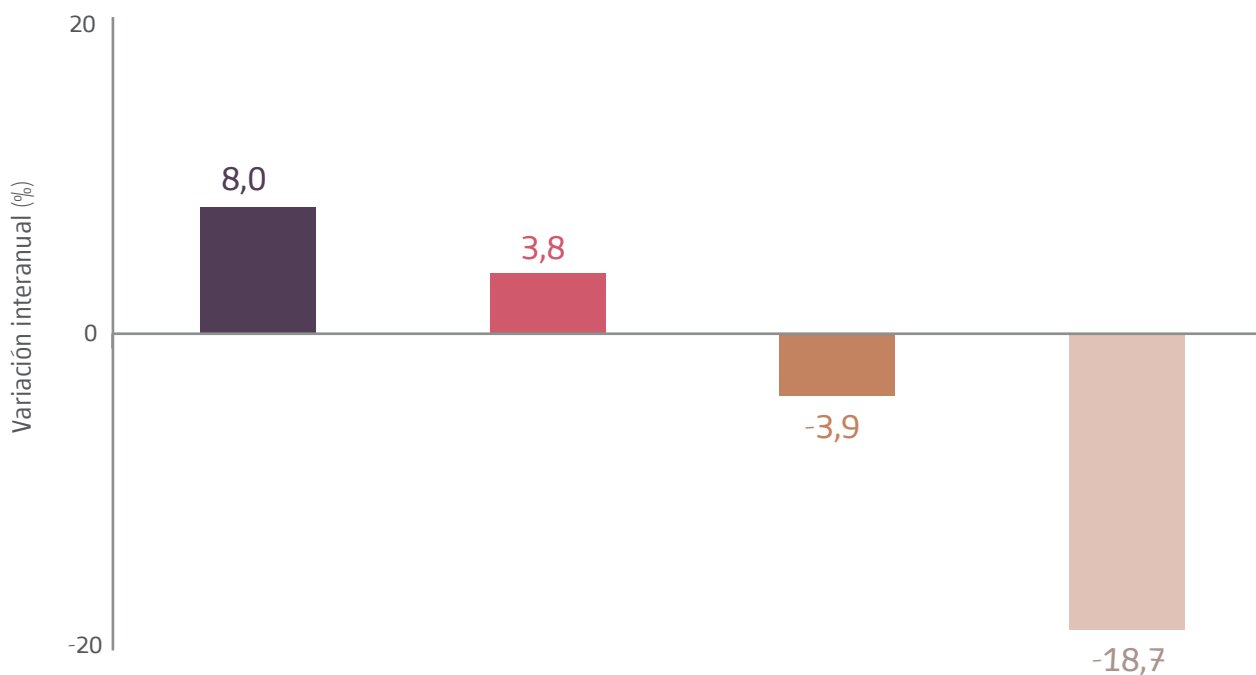


Fuente: CEDEM, Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Hacienda GCBA), sobre la base de datos de DGEyC e INDEC. IPCBA y Encuesta de Comercios de Electrodomésticos y Artículos para el Hogar.

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

- ▶ Durante el cuarto trimestre no se abrieron nuevas sucursales; sin embargo se contabilizaron 20 nuevas tiendas en relación con el mismo período del año previo, lo que significó un aumento del 8%.
- ▶ La superficie del área de ventas registró un crecimiento interanual del 3,8%.
- ▶ En tanto, la superficie promedio por local se redujo, lo que significa que los nuevos locales se caracterizan por sus menores dimensiones.
- ▶ Teniendo en cuenta la apertura de tiendas y la contracción del consumo, la caída de las ventas constantes por local ascendió al 18,7%.

4to. trimestre de 2014	
Locales	Superficie (m ²)
270	125.525



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

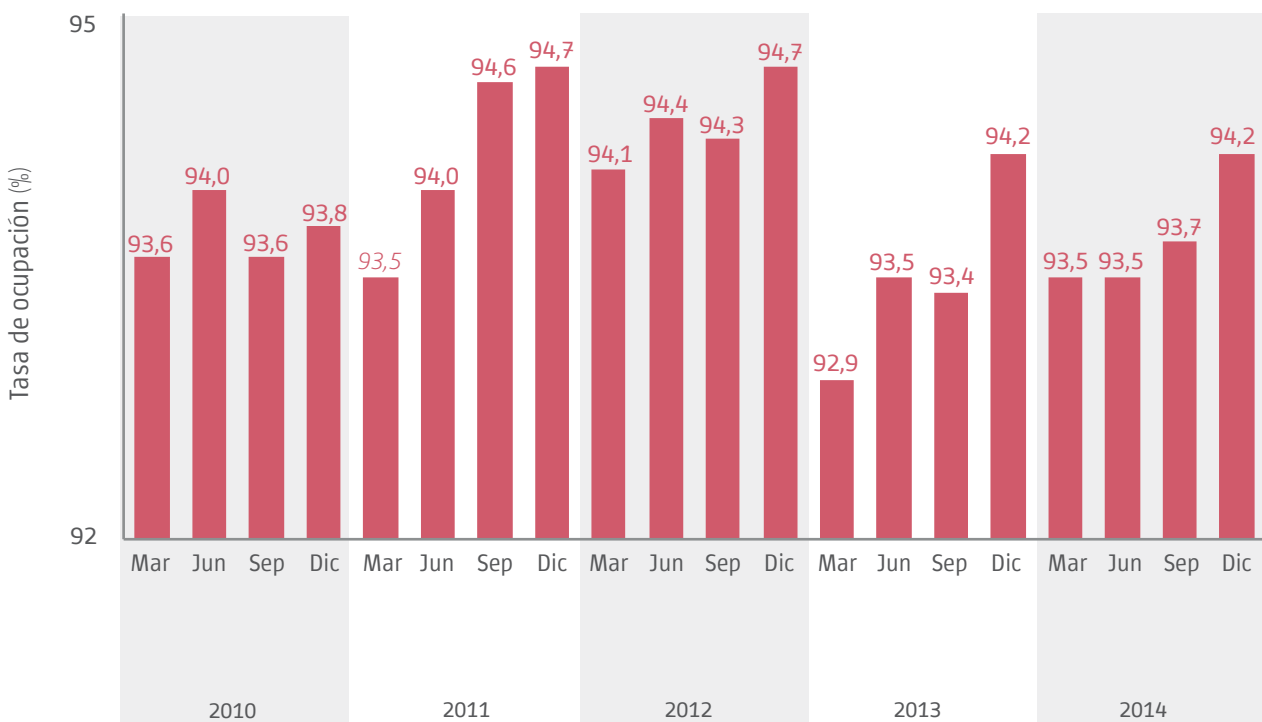
Fuente: CEDEM, Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Hacienda GCBA), sobre la base de datos de DGEyC e INDEC. IPCBA y Encuesta de Comercios de Electrodomésticos y Artículos para el Hogar.

Ejes Comerciales. Ocupación de locales

▶ En diciembre de 2014 la tasa de ocupación se incrementó en relación con el relevamiento anterior realizado en septiembre (0,5%), mientras que en términos interanuales no mostró variaciones.

▶ La ocupación comercial se encuentra en un bajo nivel si se tiene en cuenta que las mediciones correspondientes a 2013 constituyen los peores registros con posterioridad a la crisis de 2009.

Diciembre de 2014			
Tasa de ocupación (%)	Locales relevados	Locales ocupados	Locales vacíos por cuadra
94,2	15.897	14.974	1,4



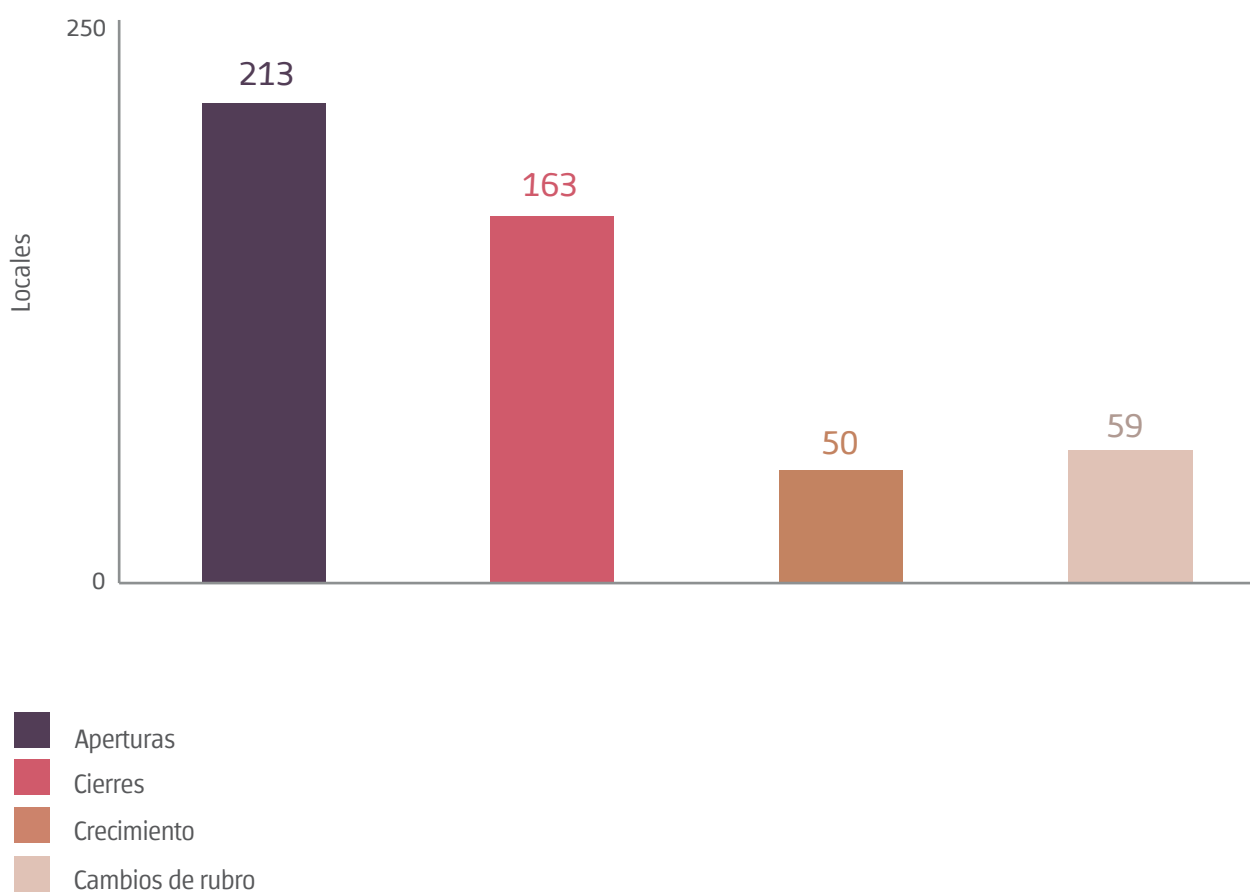
Nota 1: el relevamiento comprende 53 ejes comerciales a partir marzo de 2013. Con anterioridad, el operativo contemplaba 39 ejes (desde enero de 2012) y, previo a esa fecha, 37 ejes (desde diciembre de 2006).

Nota 2: para mayor información, véase Dirección General de Estadística y Censos, [Informe de Resultados 835, Análisis de los principales Ejes Comerciales de la Ciudad, Diciembre 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 213 aperturas y 163 cierres respecto de septiembre de 2014, lo que determinó la creación de 50 comercios.
- ▶ Los comercios que cambiaron de rubro ascendieron a 59.



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.

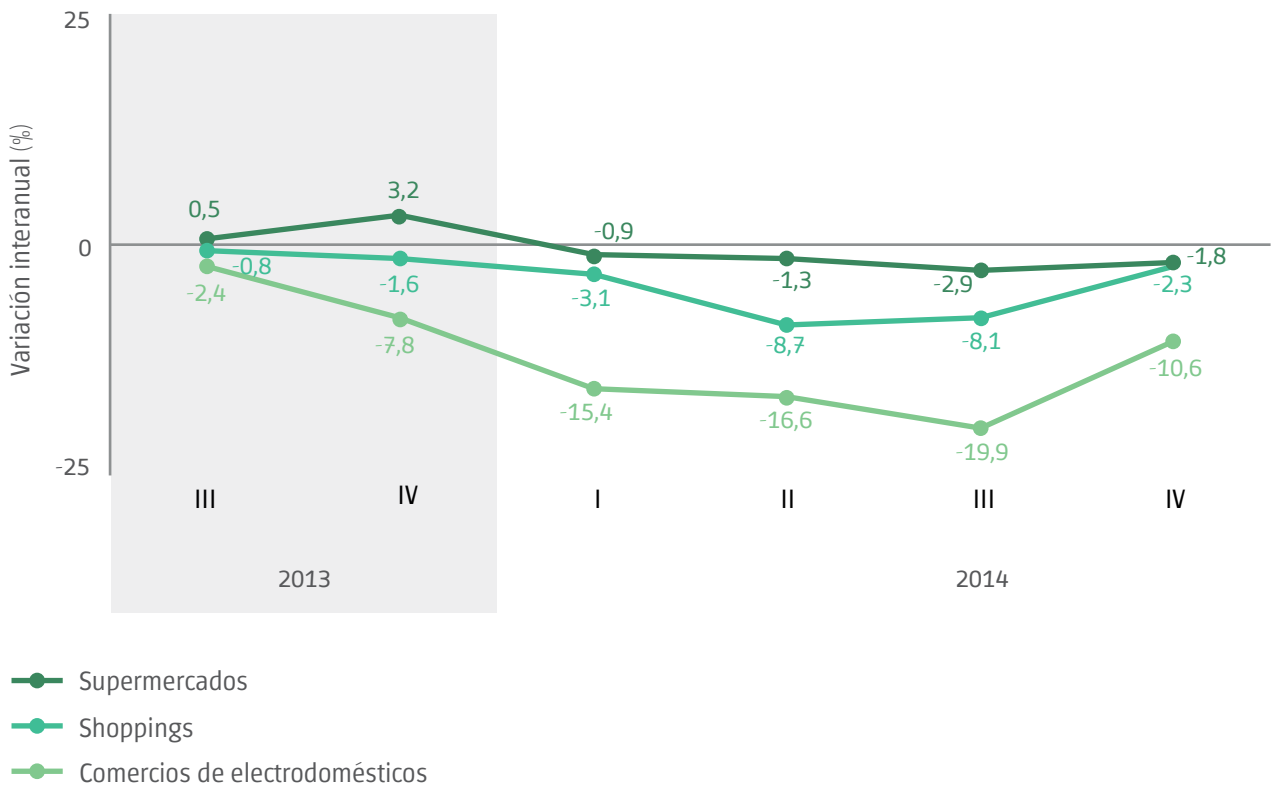
Fuente: CEDEM, Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Hacienda GCBA), sobre la base de datos de DGEyC. Ejes Comerciales de la Ciudad de Buenos Aires.

Síntesis. Evolución del comercio en la Ciudad

- ▶ Durante el 2014, los sectores que componen el comercio minorista acumularon una dinámica negativa derivada de caídas del consumo verificadas en los cuatro trimestres del año.
- ▶ El deterioro más importante se dio en las ventas de bienes semi durables (electrodomésticos).
- ▶ 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.

- ▶ Cabe destacar que la contracción del consumo fue menor en el cuarto trimestre, verificándose además una desaceleración en el alza de los precios.

Acumulado 2014	
Ventas constantes	
Variación interanual (%)	
Supermercados	-1,7
Shoppings	-5,5
Comercios de electrodomésticos	-16,2



Nota: 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 e INDEC.

Ficha técnica

Período

Cuarto 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.

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 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), 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).

Nota: para mayor información sobre IPCBA, 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
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)