



# Dinámica reciente del Comercio Minorista en la Ciudad de Buenos Aires. 4to. trimestre de 2013

Junio de 2014



Informe de resultados **705** 

*“2014 - Año de las letras argentinas”*



## Dinámica reciente del Comercio Minorista en la Ciudad de Buenos Aires. 4to. trimestre de 2013

### Resultados

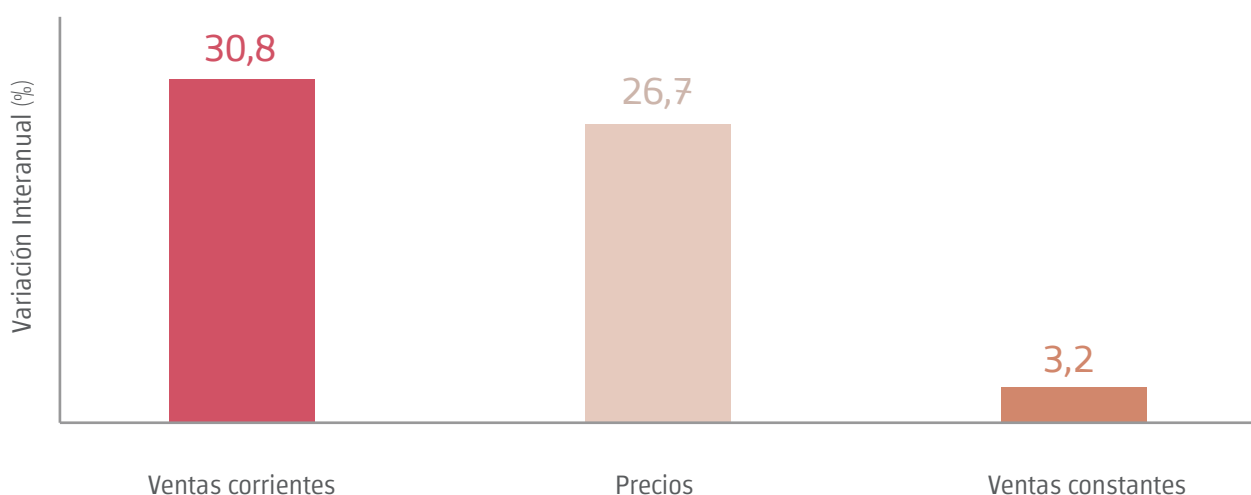
- ▶ El estudio de las variables indicativas de la evolución del comercio minorista durante el cuarto trimestre de 2013 reveló un comportamiento heterogéneo. Se destaca el crecimiento de las ventas de bienes de consumo masivo y de activos durables como los rodados; mientras que se registró una contracción en la adquisición de indumentaria y electrodomésticos.
- ▶ Las cadenas de supermercados -de gran importancia por el peso de su facturación- registraron un aumento en sus ventas tanto a valores corrientes (30,8%) como a valores constantes (3,2%). El alza de la facturación estuvo impulsada fundamentalmente por la suba de los precios. Por su parte, el crecimiento real del sector fue producto de la expansión en los canales de comercialización y de la mayor dinámica de los rubros *Alimentos y bebidas* y *Artículos de limpieza*.
- ▶ Las ventas en los *shoppings* tuvieron una suba del 30,3% a valores corrientes, mientras que a valores constantes registraron una caída del 1,6%. Nuevamente el crecimiento de la facturación fue explicada por el fuerte aumento de los precios, que alcanzó el 32,4%. La caída del volumen físico de ventas se evidenció también en la merma de la cantidad de locales activos y 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 diciembre de 2013, se ubicó en el 94,2% del total relevado en los 53 ejes comerciales seleccionados, marcando un aumento (0,9%) en relación al relevamiento anterior.
- ▶ Las ventas llevadas a cabo por las cadenas de electrodomésticos y artículos para el hogar se incrementaron a valores corrientes (26%), aunque a valores constantes registraron una importante caída (-7,8%). El ajuste 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 registró un alza, tanto en el segmento de 0 km (23%) como en el de usados (10,2%). En 2013 la Ciudad alcanzó un valor record de vehículos nuevos vendidos con 164.740 unidades.
- ▶ Cabe destacar que según datos de la Encuesta Permanente de Hogares (EPH), en el período estudiado no se registraron cambios interanuales relevantes en la cantidad de trabajadores ocupados ni en el poder de compra de los salarios.

## Supermercados. Facturación, precios y ventas constantes

▶ Las ventas corrientes se incrementaron un 30,8% en términos interanuales, mientras que la variación de precios de los artículos que se comercializan en los supermercados medida por el IPCBA registró un aumento interanual del 26,7% en el trimestre estudiado, determinando una suba acotada de las ventas a valores constantes (3,2%).

▶ Sin embargo, en el trimestre anterior, las ventas en volumen físico prácticamente no se modificaron (crecimiento del 0,5%), con un alza de los precios equivalente al 24,1%.

<b>4to. trimestre de 2013</b>
<b>Facturación</b>
\$ 6.444 millones

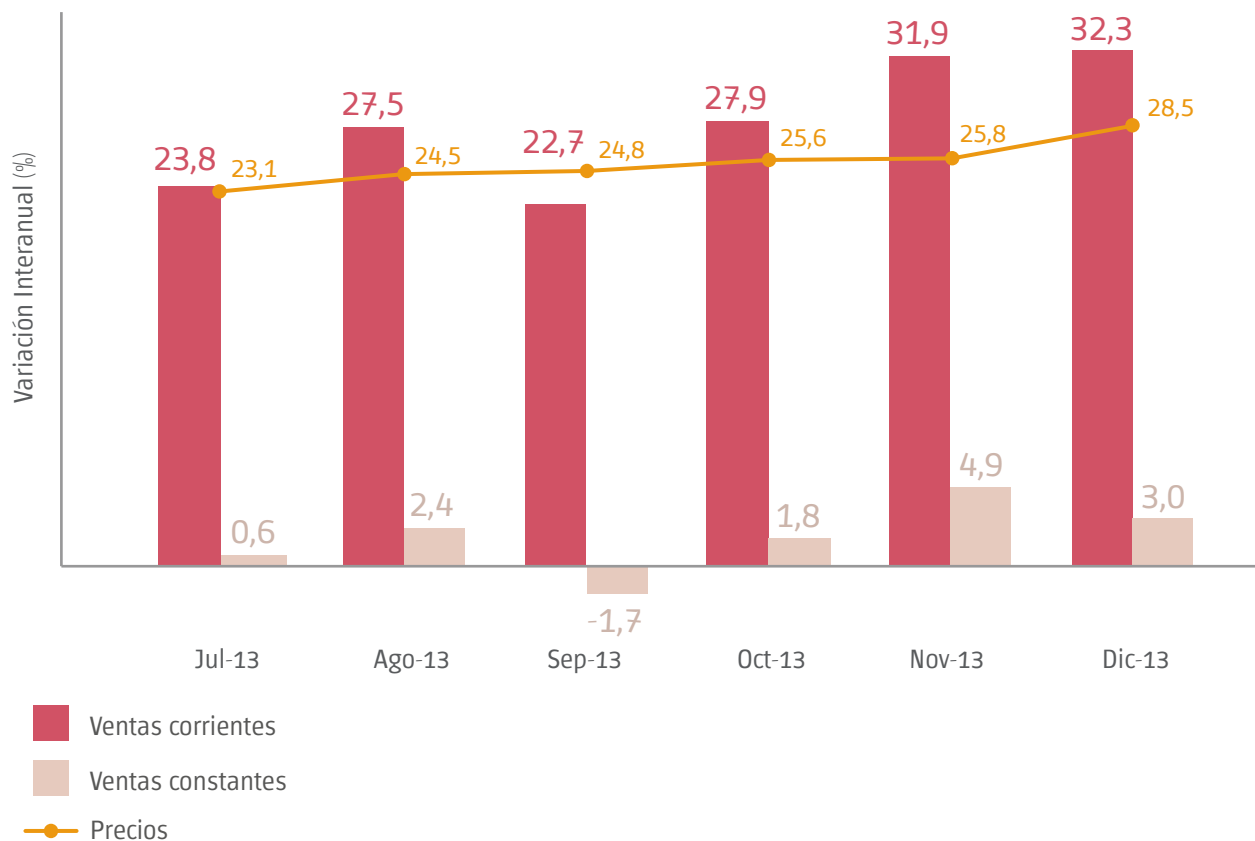


**Nota:** Según el INDEC el incremento del nivel de precios en los supermercados ascendió al 8,3%, lo que determinó un crecimiento de las ventas constantes del 20,7% en el cuarto trimestre de 2013.

**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 mensual de la facturación, los precios y las ventas constantes

- ▶ En la segunda mitad de 2013, se observa la incidencia del aumento de los precios en la dinámica de la facturación (ventas corrientes) del sector.
- ▶ En septiembre se destaca la contracción del consumo en los supermercados porteños (caída de las ventas en términos reales).

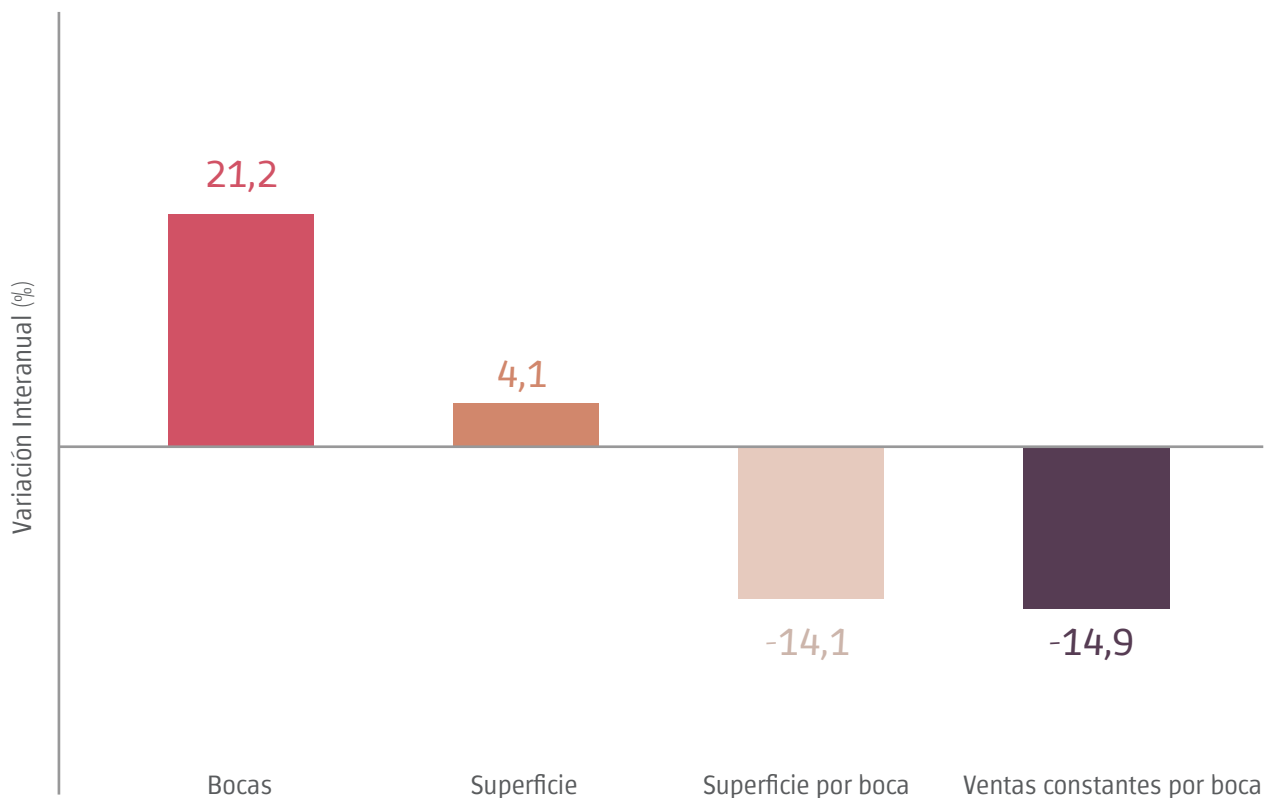


Fuente: CEDEM, Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Hacienda GCBA), sobre la base de datos de DGEyC e INDEC. IPCBA y Encuesta de Supermercados.

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

- ▶ El sector registra una expansión en la Ciudad a través de la apertura de nuevas tiendas (108 locales nuevos en relación al cuarto trimestre de 2012).
- ▶ Estos locales se caracterizan por tener menores dimensiones, respondiendo al formato de mini mercados.
- ▶ El fenómeno generó una caída de la superficie promedio de las bocas.
- ▶ En línea con la mayor cantidad de sucursales y el acotado incremento del volumen de ventas del sector, las ventas constantes por boca cayeron el 14,9% en el último trimestre.

4to. trimestre de 2013	
Bocas	Superficie
617	444.107 m <sup>2</sup>

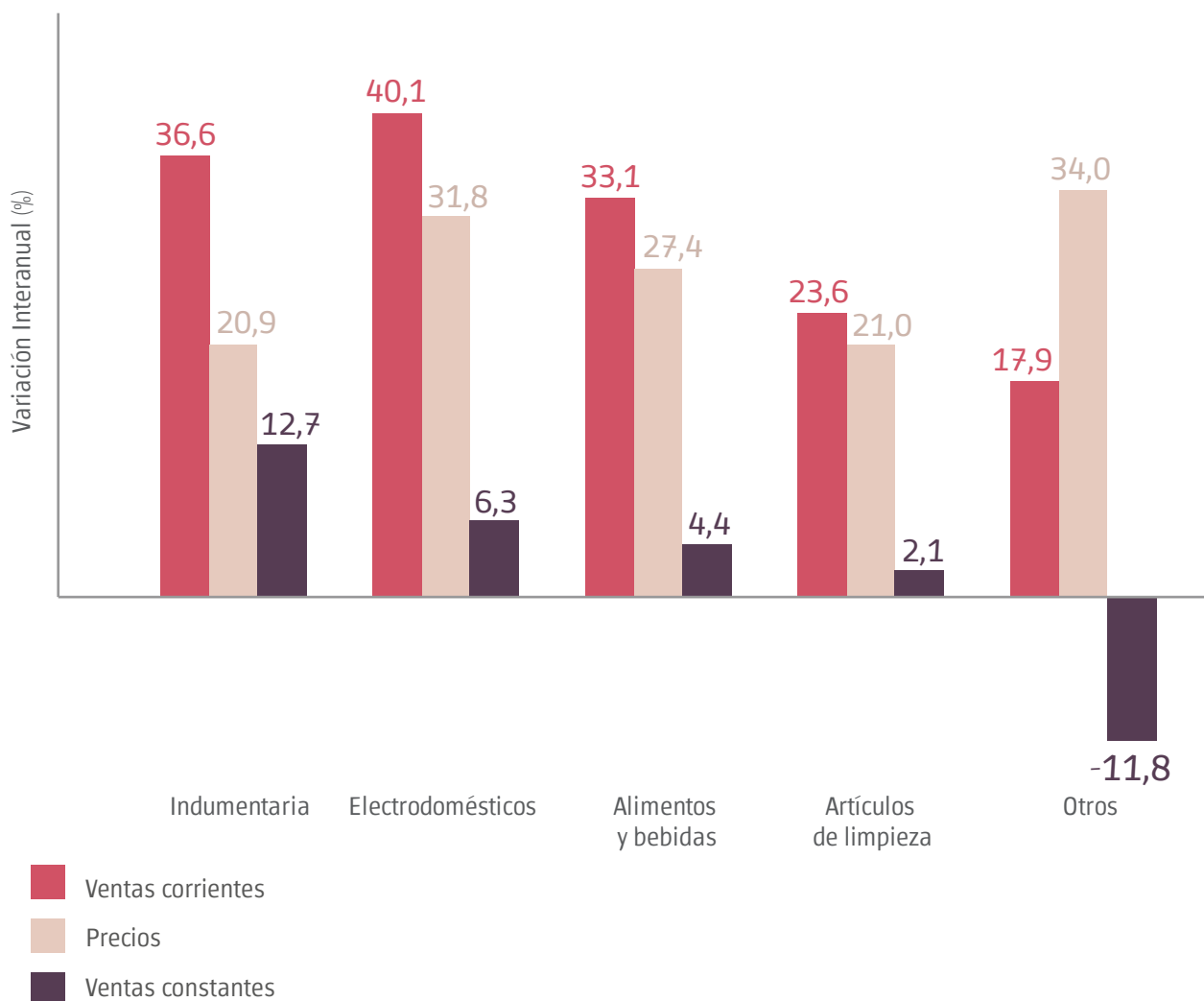


Fuente: CEDEM, Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Hacienda GCBA), sobre la base de datos de DGEyC e INDEC. IPCBA y Encuesta de Supermercados.

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

- ▶ La dinámica de las ventas constantes de *Indumentaria, Electrodomésticos y Alimentos y bebidas* se ubicó por encima del promedio del sector (3,2%) en el cuarto trimestre de 2013.
- ▶ En contraposición, la variación interanual del volumen de ventas del rubro residual *Otros* (libros, juguetes, bazar, etc.), resultó negativa; lo cual resulta razonable considerando que la expansión de los supermercados priorizó los formatos de mini mercados, en los cuales no existe oferta de este tipo de artículos.

2013	
Ventas constantes Participación por rubro (%)	
Alimentos y bebidas	70,5
Art. de limpieza	14,1
Otros	7,9
Electrodomésticos	5,9
Indumentaria	1,6



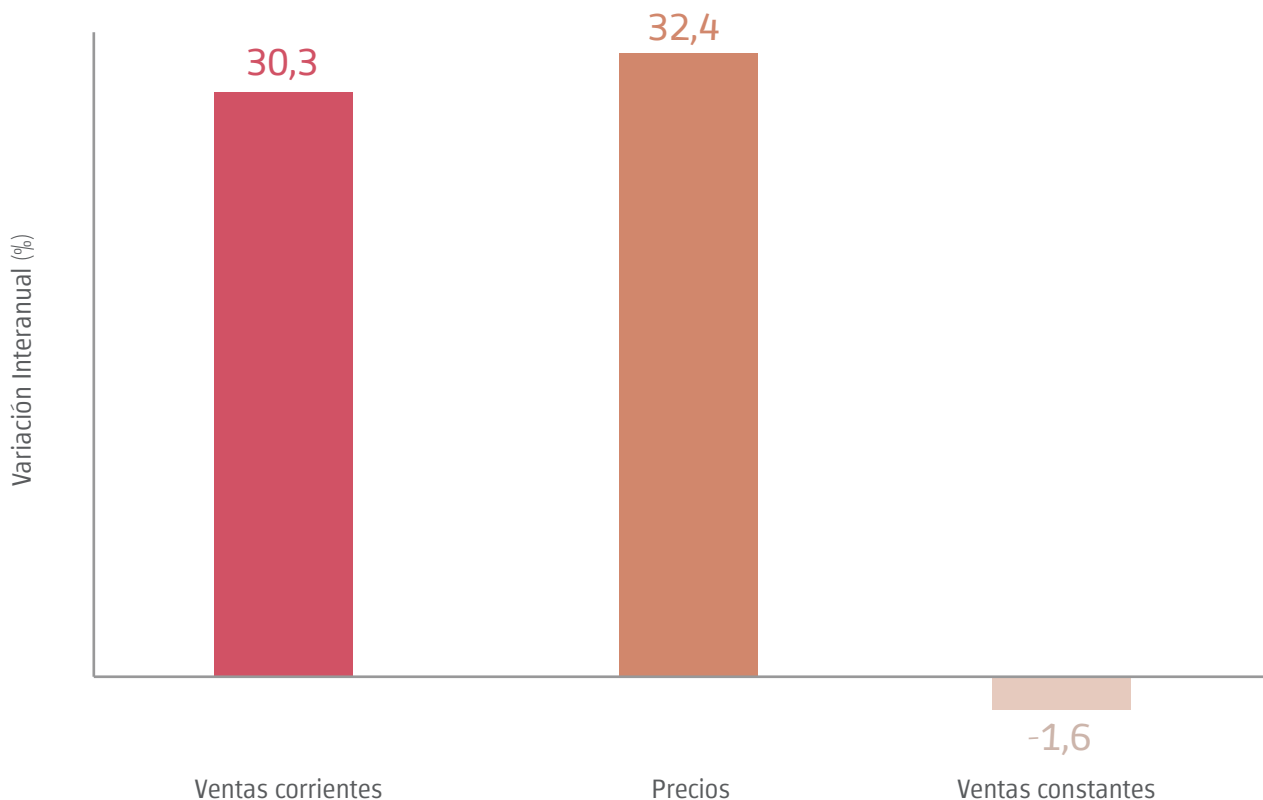
Fuente: CEDEM, Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Hacienda GCBA), sobre la base de datos de DGEyC e INDEC. IPCBA y Encuesta de Supermercados.

## Shoppings. Facturación, precios y ventas constantes

▶ Las ventas corrientes se incrementaron un 30,3% en términos interanuales, mientras que los precios de los bienes que se comercializan en los centros de compras medida por el IPCBA registró un aumento interanual del 32,4%, determinando una caída de las ventas a valores constantes del 1,6%.

4to. trimestre de 2013	
Facturación	Shoppings
\$ 3.685 millones	18

▶ Por su parte, en el tercer trimestre las ventas en volumen físico también registraron una mínima caída (-0,8%), con un alza de los precios equivalente al 27,2%.

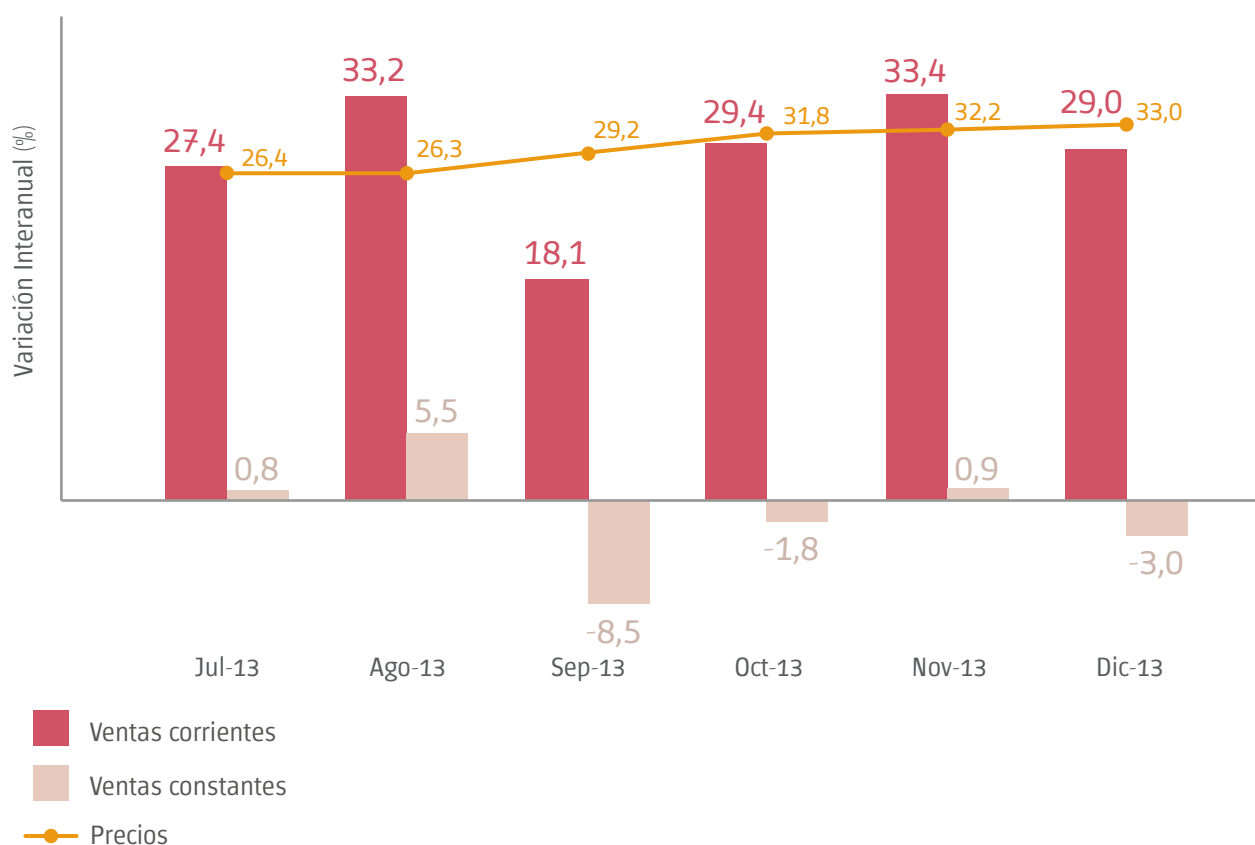


Fuente: CEDEM, Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Hacienda GCBA), sobre la base de datos de DGEyC e INDEC. IPCBA y Encuesta de Centros de Compras.



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

- ▶ En el segundo semestre de 2013, se observa que el incremento de la facturación estuvo fuertemente influenciado por el aumento de los precios, mientras que las ventas en términos reales, registraron una contracción.
- ▶ Se destaca que en el mes de agosto, las ventas constantes en los centros comerciales mostraron un crecimiento moderado.

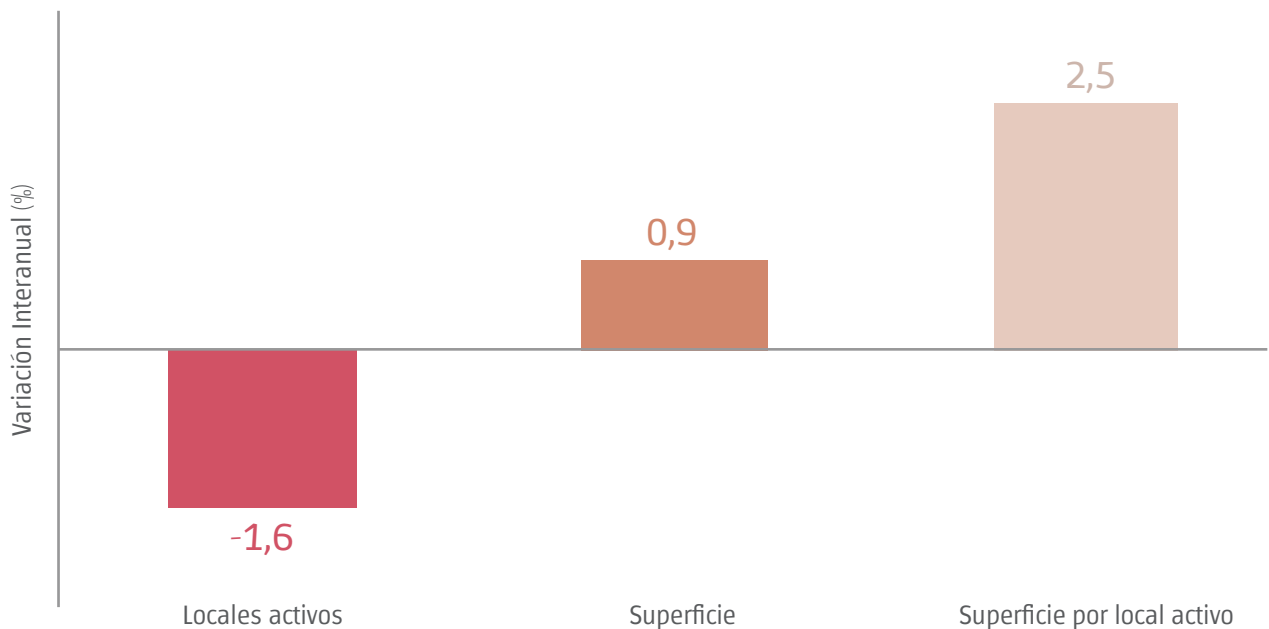


Fuente: CEDEM, Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Hacienda GCBA), sobre la base de datos del INDEC. Encuesta de Centros de Compras.

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

- ▶ El sector registra una caída neta en la cantidad de locales activos (22 en el trimestre).
- ▶ Sin embargo, la superficie del área de ventas se incrementó levemente, lo que determinó un aumento del tamaño promedio por local.
- ▶ Puede inferirse que debido a la caída del volumen de ventas y al cierre de locales, los centros comerciales porteños han optado por incrementar la superficie de los existentes.
- ▶ Las ventas constantes por local activo no se modificaron respecto del mismo trimestre del año anterior.

4to. trimestre de 2013	
Locales	Superficie
1.329	208.811 m <sup>2</sup>

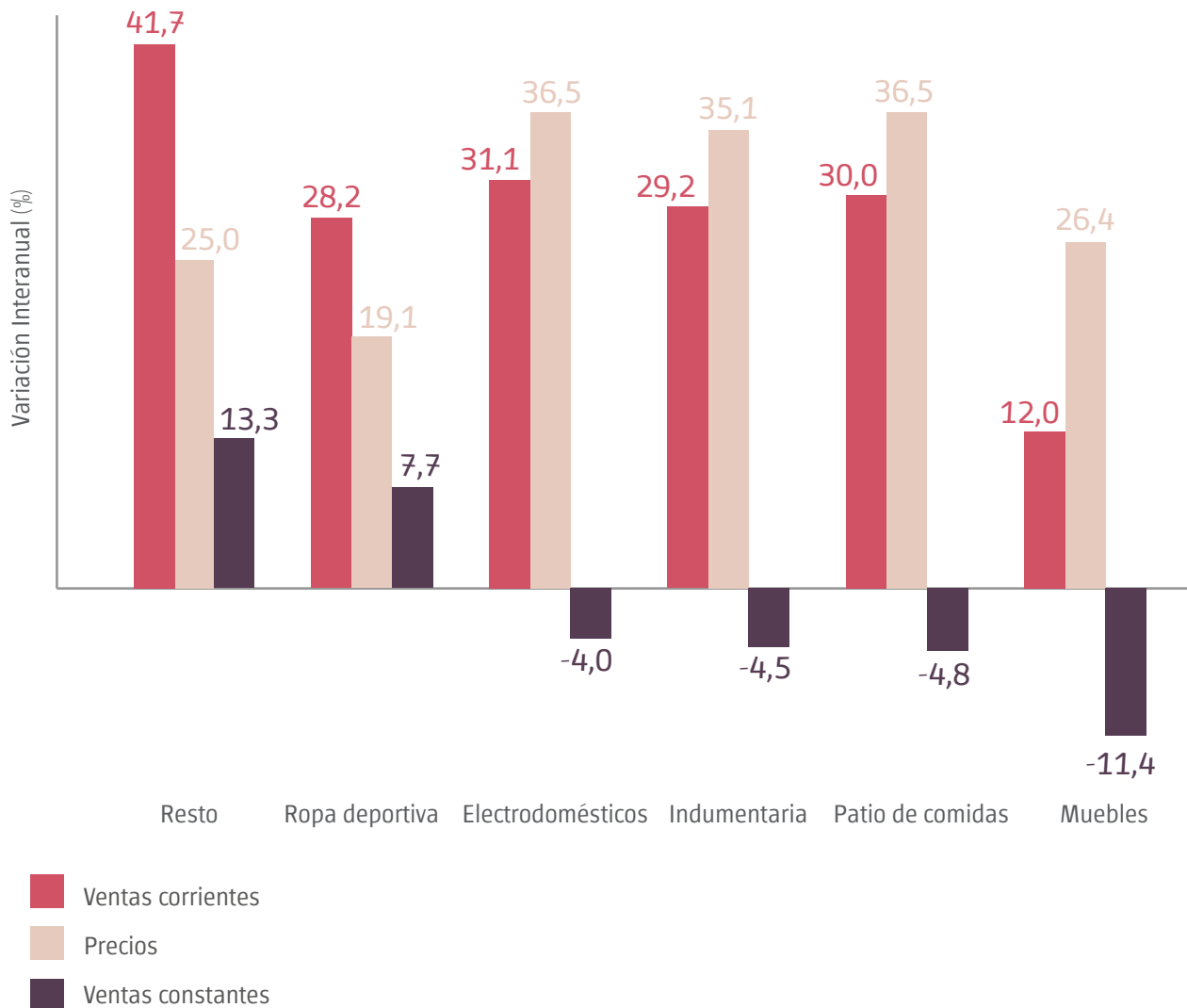


Fuente: CEDEM, Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Hacienda GCBA), sobre la base de datos de DGEyC e INDEC. IPCBA y Encuesta de Centros de Compras.

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

- ▶ La dinámica de las ventas constantes de *Ropa deportiva* y del rubro residual *Resto* fue positiva en el último trimestre de 2013, en contraposición a la tendencia registrada para el conjunto de las ventas (-1,6%).
- ▶ 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 4,5% y representó cerca del 52% del total.

2013	
Ventas constantes Participación por rubro (%)	
Indumentaria	51,9
Resto	14,3
Patio de comidas	11,7
Electrodomésticos	11,1
Ropa deportiva	7,1
Muebles	3,9



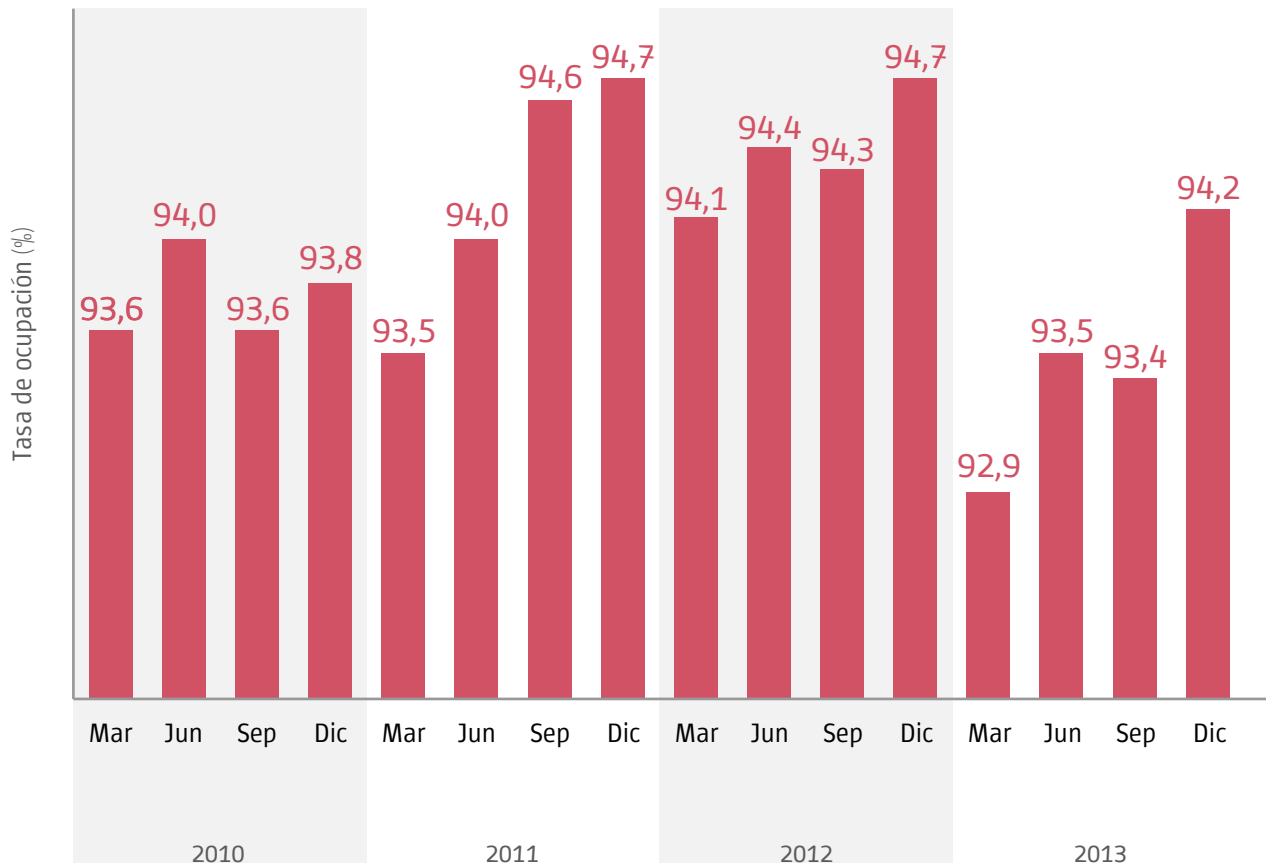
**Nota:** El agrupamiento *Resto* incluye los rubros *Juguetería, Librería y papelería, Diversión y esparcimiento, Perfumería y farmacia* y *Otros*.

**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 diciembre la tasa de ocupación de locales se incrementó un 0,9% respecto del relevamiento anterior (septiembre 2013).

Diciembre de 2013			
Tasa de ocupación	Locales relevados	Locales ocupados	Locales vacíos por cuadra
94,2%	15.875	14.954	1,4



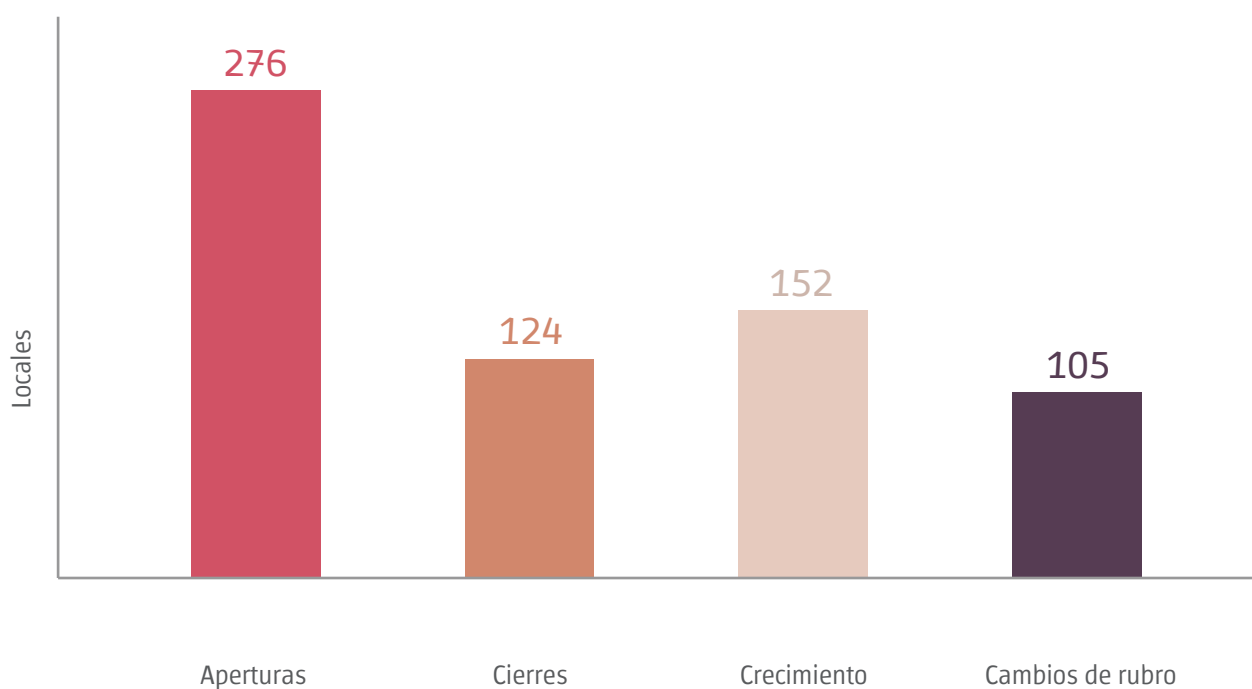
**Nota 1:** El relevamiento comprende 53 ejes comerciales de la Ciudad de Buenos Aires a partir marzo de 2013. Con anterioridad, el operativo contemplaba 39 ejes (desde enero de 2012) y, previo a esa fecha, 37 ejes (desde diciembre de 2006).

**Nota 2:** Para mayor información, véase Dirección Nacional de Estadística y Censos, *Informe de Resultados 686, Ejes Comerciales de Diciembre de 2013*, 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 276 aperturas y 124 cierres, respecto de septiembre de 2013, lo que determinó una creación neta de 152 locales.
- ▶ 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*.



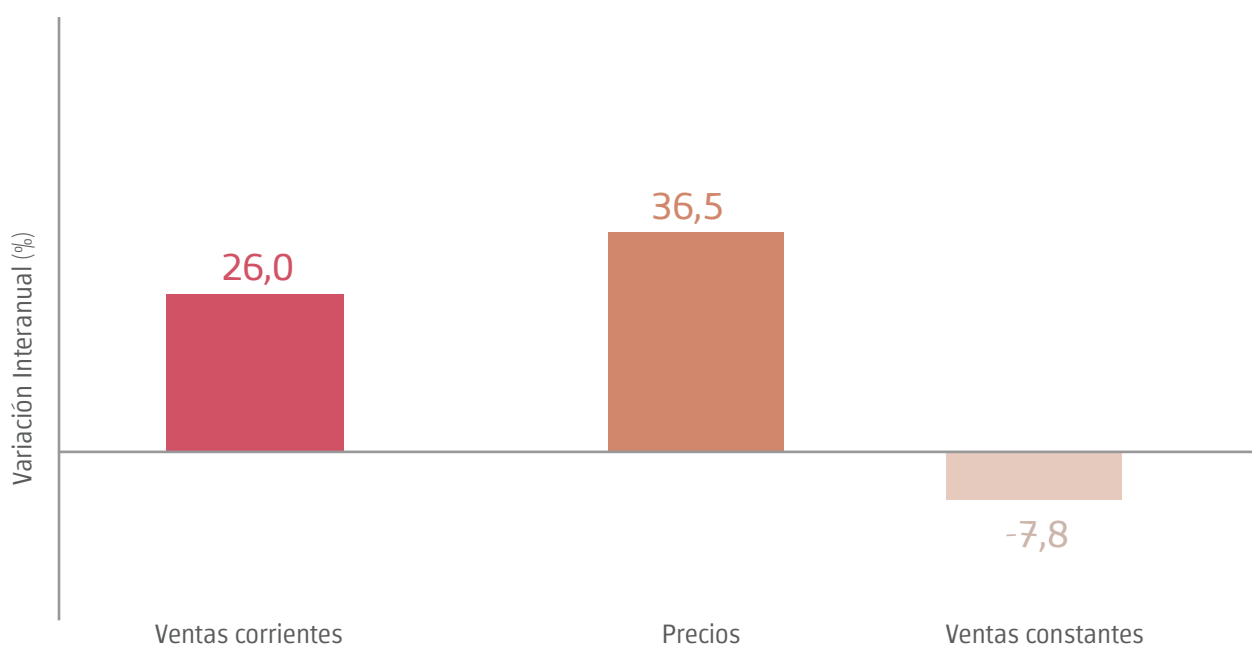
**Nota:** Se considera apertura tanto a la creación de locales por terminación de obra civil (nueva construcción), como a la ocupación de locales ya existentes que se encontraban desocupados.

**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.

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

- ▶ Las ventas corrientes se incrementaron un 26,0% en términos interanuales, mientras que los precios de los bienes que se comercializan en las cadenas de electrodomésticos y artículos para el hogar medida por el IPCBA registró un aumento interanual del 36,5%, determinando una caída de las ventas a valores constantes del 7,8%.
- ▶ Por su parte, en el tercer trimestre las ventas en términos reales también registraron una caída (-2,4%), con un alza de los precios equivalente al 27,3%.

4to. trimestre de 2013
<b>Facturación</b>
\$ 1.832 millones

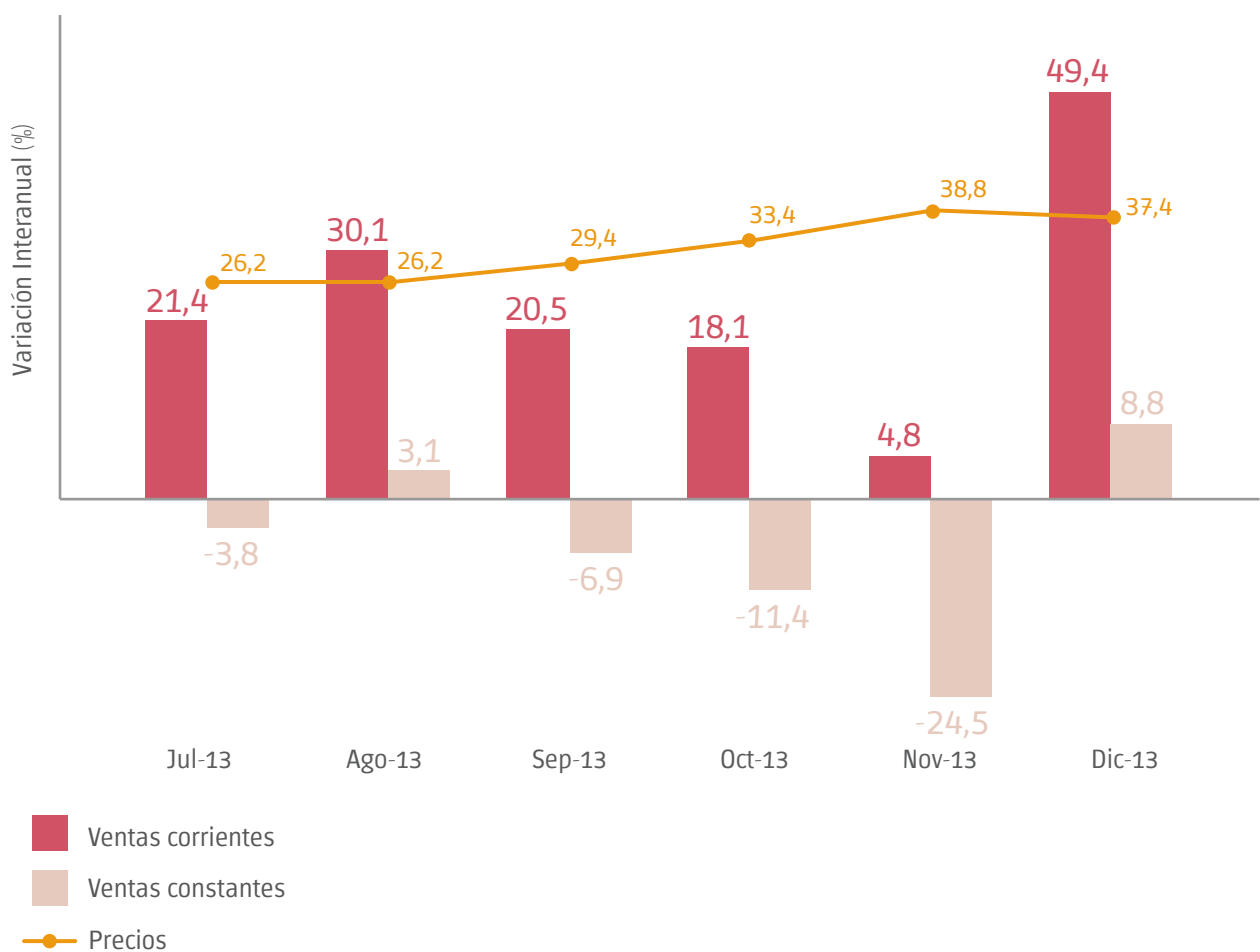


**Nota:** Según el INDEC el incremento del nivel de precios en las cadenas de electrodomésticos ascendió al 11,7%, lo que determinó un crecimiento de las ventas constantes del 12% en el cuarto trimestre de 2013.

**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 Electrodomésticos y Artículos para el Hogar.

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

- ▶ Como resultado agregado del último semestre de 2013, se observa una contracción del 5% en las ventas constantes de bienes semidurables, potenciada por la interrupción del financiamiento sin interés y la menor oferta de descuentos por acuerdos entre los bancos y las cadenas.
- ▶ Sin embargo, en el mes de diciembre las ventas constantes registraron un crecimiento, del mismo modo que la cantidad de sucursales.

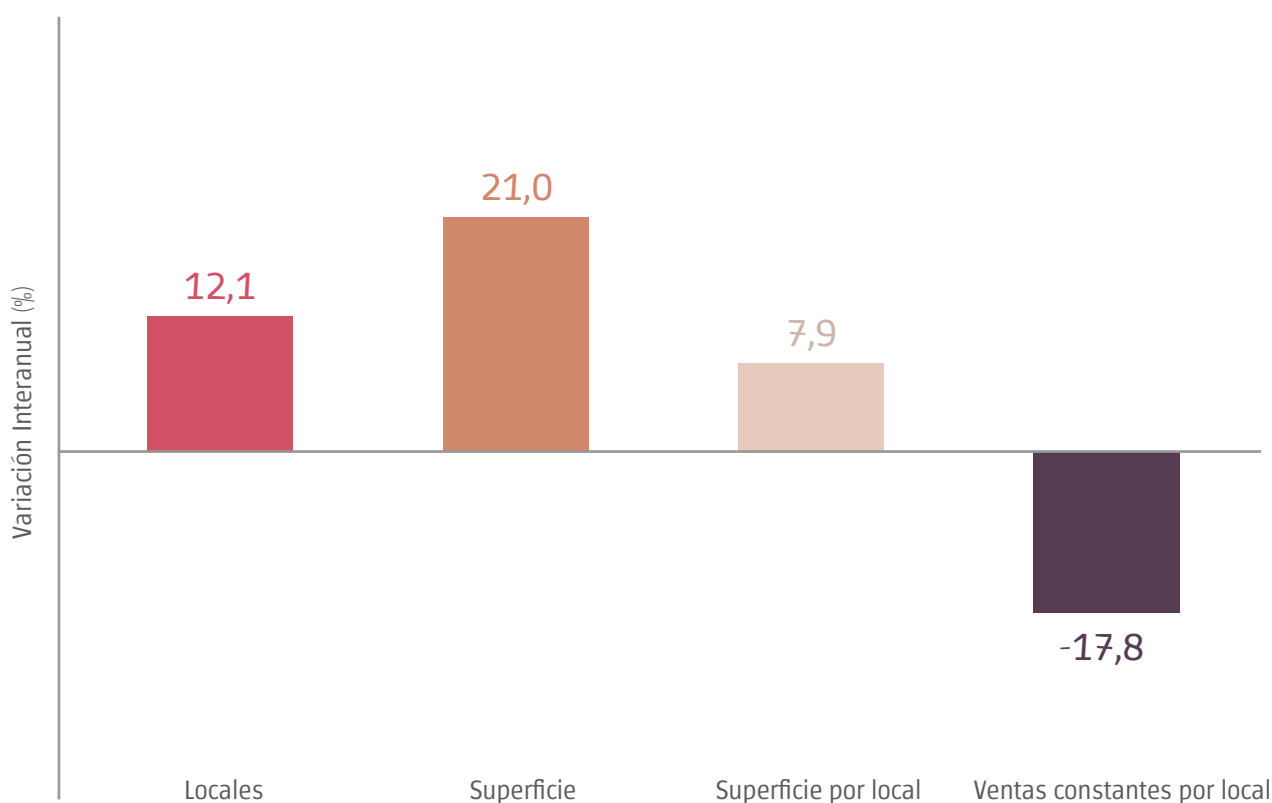


Fuente: CEDEM, Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Hacienda GCBA), sobre la base de datos de DGEyC e INDEC. IPCBA y Encuesta de Electrodomésticos y Artículos para el Hogar.

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

- ▶ Durante 2013 se incorporaron más de 27 nuevas sucursales en la Ciudad.
- ▶ Estos locales se caracterizan por tener una mayor superficie de ventas.
- ▶ Este fenómeno generó un aumento en la superficie promedio por local.
- ▶ La caída en términos constantes de las ventas por local fue potenciada por el incremento de bocas registrado principalmente en el mes de diciembre.

4to. trimestre de 2013	
Locales	Superficie
250	120.953 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 Electrodomésticos y Artículos para el Hogar.



## Vehículos. Unidades vendidas

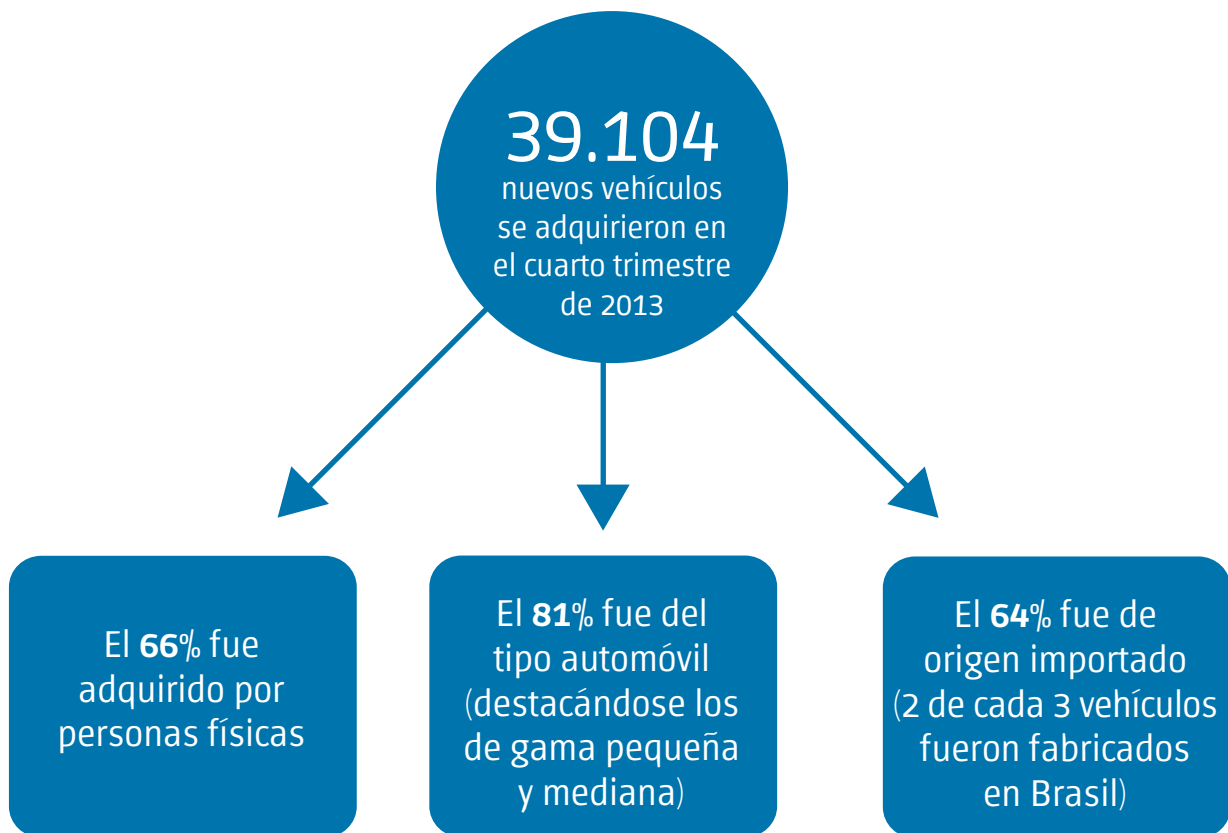
- ▶ El mercado de vehículos 0 km alcanzó el record de 164.740 unidades vendidas en 2013, superando ampliamente los valores de 2011.
- ▶ En el cuarto trimestre se observan los siguientes guarismos:
  - 1 de cada 5 vehículos que se patentaron en el país está radicado en el Ciudad.
  - 1 de cada 9 trasferencias de vehículos del país tuvo como destino la Ciudad.
  - Por cada 0 km vendido se transfirieron 1,2 vehículos usados.

4to. trimestre de 2013		
Variables	Patentamientos de 0 km	Transferencias de usados
Unidades	39.104	51.172
Variación Interanual	23,0%	10,2%



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. Composición de los 0 km vendidos



- ▶ Se observó un crecimiento en la adquisición de vehículos del tipo automóvil por sobre los comerciales.
- ▶ Se destaca un gran dinamismo en el segmento de vehículos importados (43,5%).

# Ficha técnica

## Período

4to. trimestre de 2013

## 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 no incluye las ventas de los supermercados ubicados dentro de los shoppings ni 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.

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

Se utiliza la información de la Encuesta de Electrodomésticos y Artículos del hogar, publicada por el INDEC. Se incluyen aquí los locales ubicados dentro de los shoppings y se excluyen las ventas realizadas por los supermercados.

### • Venta de vehículos

Los datos correspondiente a la venta de vehículos nuevos y usados 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 del período 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 Cadenas 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 Nacional de Estadística y Censos, *Índice de Precios al Consumidor de la Ciudad de Buenos Aires, Principales aspectos metodológicos, 2ª edición, Agosto 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)