



DIRECCIÓN PROVINCIAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS
PROVINCIA DEL NEUQUÉN



Comercio Mayorista y Minorista

Informe Sectorial

Años 2009/2011

Provincia del Neuquén



Serie **3**



PROVINCIA DEL NEUQUÉN

**Ministerio de Economía
y Obras Públicas
Subsecretaría de Ingresos
Públicos**

Gobernador de la Provincia
Dr. Jorge Augusto SAPAG

Ministro de Economía
y Obras Públicas
Cr. Omar GUTIÉRREZ

Subsecretario de Ingresos Públicos
Lic. Alejandro MONTEIRO

Coordinador Fiscal y Económico
Lic. Mario Alberto PILATTI

DIRECCIÓN PROVINCIAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS DE LA PROVINCIA DEL NEUQUÉN

Directora Provincial:
Mg. en Demografía:
Ana Carolina HERRERO

Dirección de Estadísticas
Sociodemográficas
Directora:
Lic. en Sociología:
María Eugenia ÁLVAREZ

Dirección de Estadísticas
Económicas
Directora:
Contadora Pública:
María Elisa BOESS

Dirección de Informática y
Cartografía Digital
Directora:
Lic. en Turismo:
Silvina KOPPRIO

Dirección de Coordinación
Estadística
Director:
Téc. Sup. en Higiene y
Seguridad en el Trabajo
Dante Roberto STEFANUTO



**DIRECCIÓN PROVINCIAL
DE ESTADÍSTICA Y CENSOS
DE LA PROVINCIA DEL NEUQUÉN**

**Directora Provincial:
Mg. en Demografía:
Ana Carolina HERRERO**

Equipo Técnico

Coordinación

Contadora Pública
María Elisa BOESS

Sra. **Natalia A. CENTURIÓN**

Lic. en Economía
Griselda DOMEETT

Tec. en Adm. de Empresas
Silvia Daniela GONZÁLEZ

Lic. en Turismo
Cynthia MENA

Lic. en Economía
Fernanda SACKS

Control de Edición:

**Dirección de Coordinación
Estadística**

Director:

Téc. Sup. en Higiene y
Seguridad en el Trabajo
Dante Roberto STEFANUTO

**Diseño De Tapa:
Departamento de Diagramación
Dis. Gráfica
Laura RINZAFRI**

Índice General

Introducción	2
Consideraciones generales.....	2
Locales comerciales a junio 2011. Características generales	2
Comercio de automóviles y venta al por menor de combustible	4
Comercio mayorista	9
Comercio minorista	10
Ventas en Supermercados.....	11
Conclusiones.....	14

Índice de cuadros y gráficos

Cuadro 1. Unidades económicas por año según actividad. Diciembre 2009, Diciembre 2010 y Junio 2011	3
Cuadro 2. Permisos y superficie cubierta para construcciones nuevas y ampliaciones con destino comercio según trimestre. Municipios informantes. Años 2009/2011	4
Cuadro 3. Ventas de automóviles 0 Km según segmento. Año 2011.	6
Cuadro 4. Ventas de gasoil y naftas al mercado interno por trimestre. Años 2009/2012.....	9
Cuadro 5. Ventas en supermercados en términos corrientes y constantes según año. Años 2009/2011.....	13
Gráfico 1. Locales de venta al por menor de automóviles y combustibles. Primer semestre 2011.....	5
Gráfico 2. Patentamiento y transferencias de automóviles por trimestre. Primer trimestre 2009/Primer trimestre 2012.....	6
Gráfico 3. Ventas de automóviles 0 Km por tipo de combustible. Años 2009/2011	7
Gráfico 4. Ventas de gasoil al mercado interno. Años 2009/2011	8
Gráfico 5. Ventas de naftas al mercado interno. Años 2009/2011	8
Gráfico 6. Locales de venta mayorista por grupo de productos. Primer semestre 2011	10
Gráfico 7. Locales de venta minorista por grupo de productos. Primer semestre 2011	11
Gráfico 8. Ventas en supermercados a precios corrientes y variación porcentual respecto a igual trimestre del año anterior. Primer trimestre 2009/Primer trimestre 2012	12
Gráfico 9. Ventas en supermercados por año en términos corrientes y constantes y variación anual. Años 2009/2011	13
Gráfico 10. Ventas en supermercados por grupo de artículos. Años 2009/2011	14

Introducción

En esta publicación se presentan un conjunto de indicadores relacionados con la actividad comercial tomando como base la información disponible en la Dirección Provincial de Estadística y Censos de la Provincia del Neuquén a junio de 2012.

El objetivo de la misma es realizar una actualización del Informe Comercio Mayorista y Minorista Provincia del Neuquén 2004/2010. El estudio comprende la evolución del Sector entre los años 2009 y 2011, incorporándose un breve análisis de la dinámica de la actividad en los tres primeros meses del corriente año en función de la información disponible.

Para su elaboración se utilizaron estadísticas provenientes de programas provinciales como Registro Provincial de Unidades Económicas (REPUE) e Índice de Precios al Consumidor de Neuquén capital (IPC) y relevamientos coordinados desde el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC), tales como el Programa Nacional de Estadísticas de Edificación y Encuesta de Supermercados. Asimismo se incorporaron datos publicados por la Dirección Nacional de los Registros de la Propiedad Automotor y de Créditos Prendarios (DNRPA) y la Asociación de Concesionarios de Automotores de la República Argentina (ACARA).

En este sentido, esta publicación se ha hecho posible gracias al valioso aporte de organismos públicos y privados que brindan los datos necesarios para la elaboración del conjunto de las series económicas provinciales disponibles en la Dirección Provincial de Estadística y Censos de la Provincia (DPEyC).

Consideraciones generales

El **sector comercial** comprende todas las actividades relacionadas con la venta sin transformación de productos nuevos o usados. En función del destinatario se establece si se trata de **comercio mayorista** (aquellas que tienen por destinatarios a otros comercios, industrias, instituciones, etc.) o **minorista** (destinada al consumidor final). Se considera también dentro de este sector la reparación de efectos personales y enseres domésticos.

Asimismo incluye las ventas de vehículos automotores, así como sus partes, reparaciones, mantenimiento, y los combustibles y otros insumos necesarios para su funcionamiento.

Locales comerciales a junio 2011. Características generales

La evolución de la actividad comercial es indicativa del nivel de consumo de una población, en vinculación directa con el ingreso per cápita y con el tamaño del mercado. En efecto, los locales comerciales dentro de la Provincia del Neuquén se concentran en los departamentos más densamente poblados, destacándose Confluencia que reúne casi el 70,0% de los locales registrados. En orden de importancia siguen los departamentos de Zapala y Lacar con un 5,8% cada uno y Pehuenches con un 3,5%.

Cabe destacar que más de la mitad de las unidades económicas, registradas al 30 de Junio de 2011 en la Provincia, corresponde al sector comercial y esta proporción se ha mantenido prácticamente constante en los últimos tres años. En su conjunto, el comercio minorista representa respecto al resto de la rama alrededor del 80,0% del total de los locales en el período analizado.

El crecimiento vegetativo de los locales, medido en términos de altas netas de bajas de unidades comerciales, registra un incremento del 8,7% entre los años 2009 y junio de 2011. Al analizar la dinámica del sector por rama de actividad, se observa que aquellos locales

dedicados a la venta al por menor y a la venta al por mayor y menor, mantenimiento y reparación de vehículos automotores y venta al por menor de combustibles para automóviles han tenido una evolución acorde al total de la rama (8,7% y 9,2% respectivamente). Los locales dedicados a la venta al por mayor registraron un incremento del 12,2% debido fundamentalmente a una actualización del REPUE con datos provistos por el Registro de bocas de expendio de combustibles de la Secretaría de Energía de la Nación. Las unidades dedicadas a la reparación de efectos personales y enseres sólo aumentaron un 1,1%.

**Cuadro 1. Unidades económicas por año según actividad
Diciembre 2009, Diciembre 2010 y Junio 2011**

Actividad	Diciembre 2009	Diciembre 2010	Junio 2011
Total de unidades económicas en la provincia	25.659	27.012	27.608
Total de unidades económicas del sector comercio	13.586	14.401	14.770
Comercio al por mayor y menor, mantenimiento y rep. de vehículos automotores y vta. al por menor de combustibles para automóviles	1.665	1.727	1.819
Comercio al por mayor y en comisión (excepto de automotores y motocicletas)	575	597	645
Comercio al por menor (excepto de automotores, motocicletas y sus combustibles)	10.996	11.724	11.952
Reparación de efectos personales y enseres domésticos	350	353	354

Fuente: Elaborado por la Dirección Provincial de Estadística y Censos de la Provincia del Neuquén, en base a datos del Programa de Registro Provincial de Unidades Económicas (REPUE).

Otro indicador representativo de las expectativas empresariales sobre el comercio son los locales comerciales permisados por cada municipio. En este sentido, en el cuadro 2 se refleja la evolución de los permisos, la relación superficie por permiso otorgado y el peso relativo de los metros cuadrados asignados a la actividad comercial en la superficie total, a partir de la serie de Permisos de Edificación. La misma incluye información de los municipios de Aluminé, Centenario, Chos Malal, Cutral Co, Neuquén, Plottier, San Martín de los Andes y Zapala, que representan en su conjunto, el 77,0% de la población estimada al año 2010.

El año 2010 registra los mayores valores de permisos y superficie cubierta con destino comercial de los 3 últimos años, con 307 permisos y 96.442 m² cubiertos para construcciones nuevas y ampliaciones. Si bien no se han superado los valores máximos registrados en 2008 (316 permisos y 113.329 m² cubiertos), este destino impulsó casi el 22,0% de la construcción total autorizada en 2010, destacándose particularmente el segundo trimestre de ese año.

Cabe destacar que en los permisos destinados a comercio no está incluido el nuevo shopping de Neuquén puesto que aún sigue modificándose la obra y el Municipio la ha incluido en otros destinos. Su inclusión, de más de 24.000 m², modificaría la relación Superficie Comercio/Superficie Total Permisada a más del 27,0% para el año 2010.

En el año 2011 se observa en general una disminución de la superficie permisada con respecto al año 2010 y el destino comercial no escapa a esta tendencia. Aún cuando en el tercer trimestre se verifican valores notablemente superiores a los de igual periodo del año

anterior (un 29,3% más de permisos y un 82,4% más de m² cubiertos) el año cerró con una caída del 19,9% en los permisos y del 55,7% en superficie cubierta.

Cuadro 2. Permisos y superficie cubierta para construcciones nuevas y ampliaciones con destino comercio según trimestre Municipios informantes. Años 2009/2011

Año/Trimestre	Permisos	Superficie cubierta	Superficie/Permisos otorgados	Superficie Comercio/Superficie Total
		m ²	m ²	%
2009	283	71.803	254	15,7
1º Trim.	52	12.525	241	18,1
2º Trim.	64	19.166	299	12,1
3º Trim.	80	24.651	308	22,6
4º Trim.	87	15.461	178	12,6
2010	307	96.442	314	21,7
1º Trim.	65	7.112	109	8,4
2º Trim.	104	67.189	646	48,8
3º Trim.	58	6.503	112	7,0
4º Trim.	80	15.638	195	12,1
2011	246	42.766	174	13,1
1º Trim.	50	7.505	150	14,5
2º Trim.	66	12.156	184	17,7
3º Trim.	75	11.864	158	9,7
4º Trim.	55	11.241	204	13,4

Nota: En destino "Comercio" se incluyen permisos clasificados en el Programa de Permisos de Edificación como "Comercio" y aquellos comercios clasificados dentro del destino "Univivienda y Multiviviendas con locales". En "Superficie Total" se incluyen todos los destinos permitidos.

Fuente: Elaborado por la Dirección Provincial de Estadística y Censos de la Provincia del Neuquén, en base a datos de Municipios Aluminé, Centenario, Chos Malal, Cutral Co, Neuquén, Plottier, San Martín de los Andes y Zapala; comprendidos en el Programa de Permisos de Edificación.

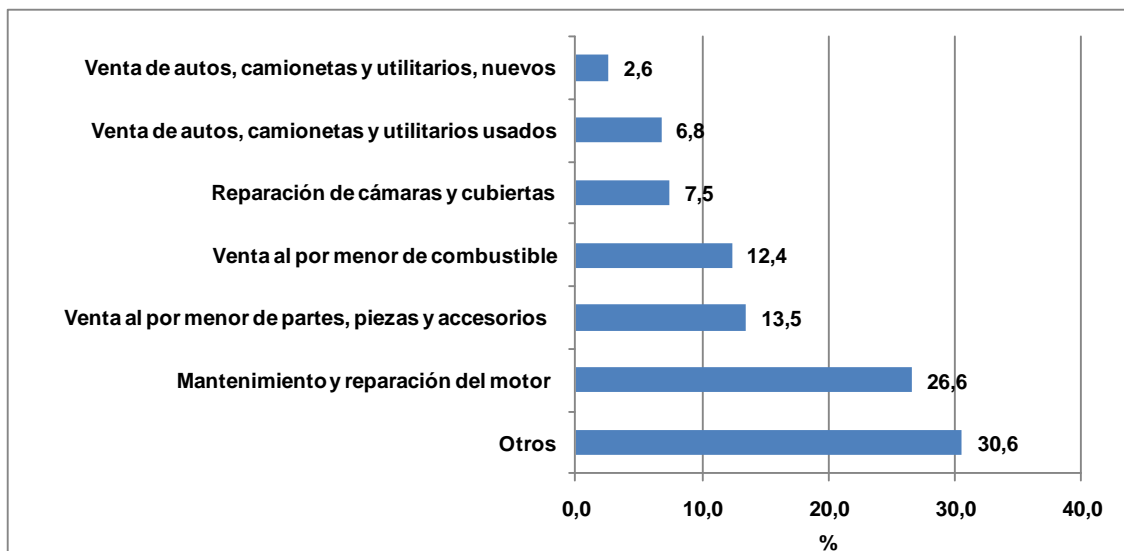
A partir del análisis de los últimos datos disponibles, correspondientes solo al municipio de Neuquén capital, en los primeros meses del año 2012 pareciera revertirse esta disminución, retomándose la tendencia de crecimiento de los últimos años. A Mayo de 2012 este municipio registra un incremento del 243,5% en la superficie permitida para construcciones nuevas y ampliaciones de locales (3.874 m² en 2011 y 13.308 m² en 2012). La superficie para construcciones nuevas de estos primeros cinco meses ya duplica el total anual del año anterior. Aún cuando la tendencia de un municipio aislado no es representativa del total de municipios relevados en la Provincia, la ciudad de Neuquén constituye el mayor centro comercial y alberga a la mitad de la población.

Comercio de automóviles y venta al por menor de combustible

La comercialización de vehículos forma parte de la rama 50 del Clasificador de Actividades Económicas (CLANAE). En la misma se incluye estrictamente la venta, mantenimiento y reparación de vehículos automotores y motocicletas y la comercialización al por menor de combustible para automotores.

A junio de 2011, se encuentran registrados en la Provincia 171 locales dedicados a la venta de autos nuevos y usados representando respectivamente el 2,6% y el 6,8% de los establecimientos de esta rama. Los talleres de mantenimiento y reparación del motor y los locales dedicados a la venta de partes, piezas y accesorios dan cuenta del 40,1% del total.

**Gráfico 1. Locales de venta al por menor de automóviles y combustibles
Primer semestre 2011**



Nota: Locales comerciales a junio de 2011.

Fuente: Elaborado por la Dirección Provincial de Estadística y Censos de la Provincia del Neuquén, en base a datos del Programa Registro Provincial de Unidades Económicas (REPUE).

Desde un punto de vista administrativo, el comercio de automóviles se relaciona directamente con la estadística de patentamiento y transferencias registradas en la Dirección Nacional de los Registros de la Propiedad Automotor y de Créditos Prendarios (DNRPA). La comercialización refiere al momento de la venta del vehículo, mientras que el patentamiento sucede en el momento de la inscripción en la DNRPA.

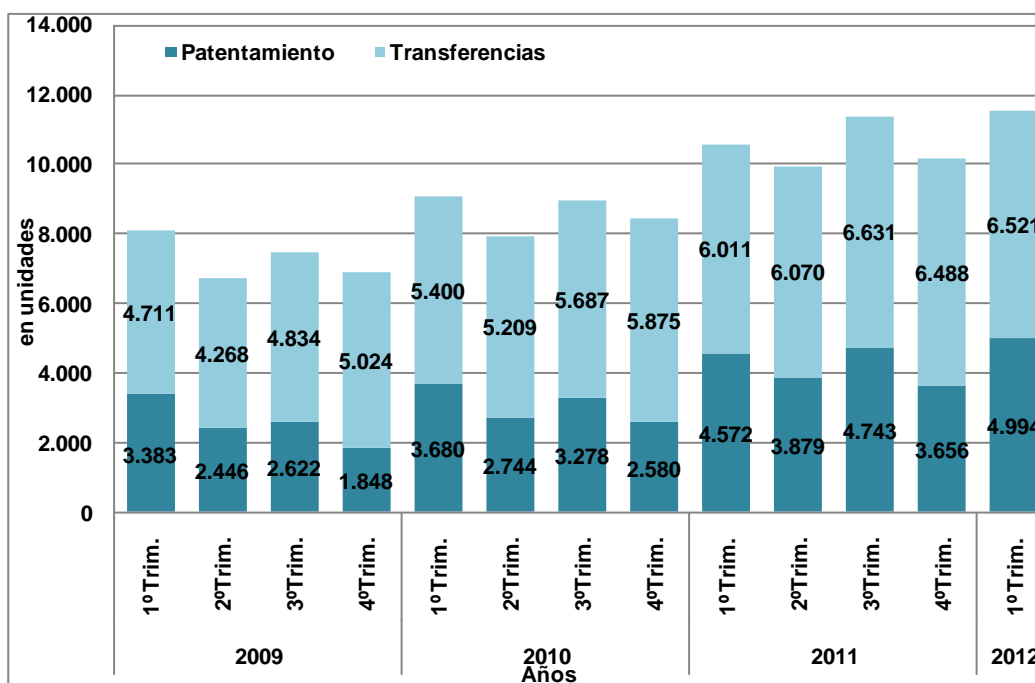
Según datos de la DNRPA las ventas de automóviles nuevos y usados en Neuquén se recuperaron rápidamente después de la disminución registrada en el año 2009, pasando de 29.136 unidades en dicho año a 42.050 unidades en 2011 (un incremento del 44,3 % punta a punta). El año 2011, registró un nuevo record de ventas, principalmente de 0 km, las cuales registraron un incremento del 37,2% respecto del año anterior. De esta forma se superó con creces el techo del año 2008 (35.332 unidades).

En general, el mayor volumen de transacciones se concentra en el 1º trimestre de cada año, excepto en 2011 donde las ventas realizadas durante el 3º trimestre superaron en un 7,5% las del 1º trimestre. En los primeros tres meses del año 2012 las ventas totalizaron 11.515 unidades, un 8,8% más que en igual período del año anterior. Si bien las ventas de automóviles siguen una tendencia en alza, el ritmo de crecimiento se ha desacelerado en el corriente año ya que un año antes dicha variación alcanzó el 16,6%.

Los motivos de esta tendencia pueden ser diversos, entre ellas, las recomposiciones salariales y la falta de créditos hipotecarios que canalizan los ahorros hacia otras formas de capitalización. Asimismo, las decisiones de compra de bienes durables, como los automóviles, pueden verse anticipadas debido a la pérdida del poder adquisitivo de las personas como consecuencia de la inflación. Generalmente, las transacciones de este tipo

son financiadas por las concesionarias o por el sistema financiero en condiciones más favorables. Por caso, cabe mencionar que las tasas de interés de los créditos prendarios han estado por debajo de las de otras líneas crediticias.

**Gráfico 2. Patentamiento y transferencias de automóviles por trimestre
Primer trimestre 2009/Primer trimestre 2012**



Fuente: Elaborado por la Dirección Provincial de Estadística y Censos de la Provincia del Neuquén, en base a datos de estadísticas de inscripciones iniciales de nacionales e importados de la Dirección Nacional de los Registros de la Propiedad Automotor y de Créditos Prendarios (DNRPA).

Si se analizan las ventas de 0 km por segmento de automóviles, durante el año 2011 los autos (sedán 2, 3, 4 y 5 puertas y rural o familiar) representaron el 75,8% del total, los automóviles livianos (furgoneta o utilitario, pick up y todo terreno) el 19,6% y los pesados (camión, acoplado, tractor y transporte de pasajeros) un 4,6%.

**Cuadro 3. Ventas de automóviles 0 Km según segmento
Año 2011**

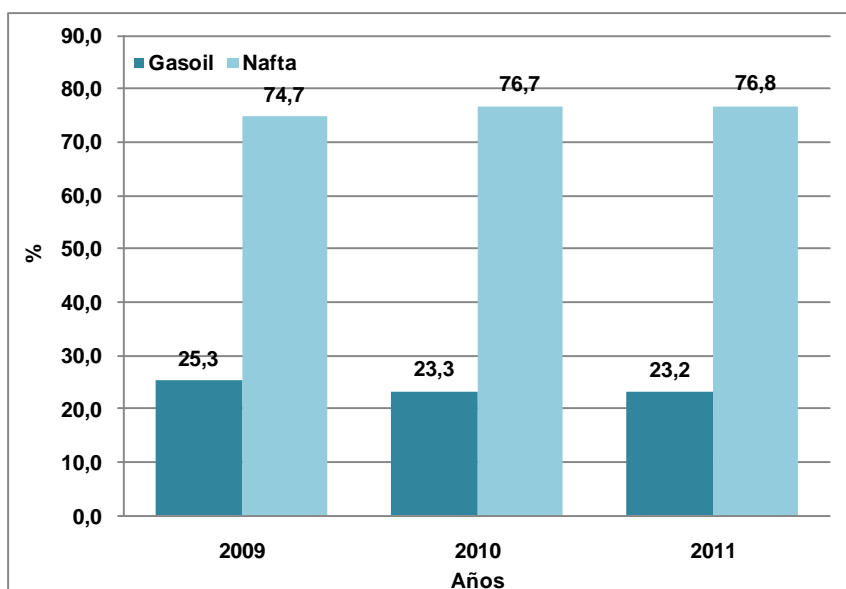
Segmentos	Unidades	%
Total	15.694	100,0
Autos	11.895	75,8
Livianos	3.075	19,6
Pesados	724	4,6

Nota: No incluye las inscripciones realizadas con Formulario 05 (para vehículos importados o subastados), con lo cual el total de ventas por segmento de automóviles es menor que el total de inscripciones iniciales en 2010.

Fuente: Elaborado por la Dirección Provincial de Estadística y Censos de la Provincia del Neuquén, en base a datos de la Dirección Nacional de los Registros de la Propiedad Automotor y de Créditos Prendarios (DNRPA).

En cuanto a la evolución de las ventas por tipo de combustible, los datos publicados por Asociación de Concesionarios de Automotores de la República Argentina (ACARA) muestran que los vehículos nafteros continúan ganando terreno en detrimento de los gasoleros, incrementando su participación del 74,7% al 76,8% de las ventas totales en los últimos 3 años.

**Gráfico 3. Ventas de automóviles 0 Km por tipo de combustible
Años 2009/2011**



Fuente: Elaborado por la Dirección Provincial de Estadística y Censos de la Provincia del Neuquén, en base a datos de la Asociación de Concesionarios de Automotores de la República Argentina (ACARA).

Respecto al comercio de combustibles (incluido las ventas a empresas del Sector), los volúmenes comercializados de naftas de distintos tipos y gasoil en sus distintos grados crecieron un 17,6% en el período 2009/2011. Las ventas al mercado interno de estos combustibles en 2011 totalizaron 408.434 m³ (un 12,7% más que el año anterior), superando el valor máximo registrado hasta ese momento en 2008 (397.773 m³).

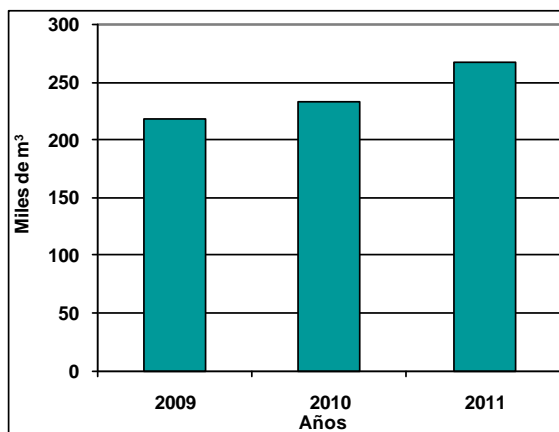
Las ventas de naftas en 2011 alcanzaron los 141.833 m³, un 9,5% más que el año anterior. En el mix de venta se observa un retrainamiento de la nafta común (-68,8%) y un aumento de la súper (4,4%) y de la Ultra (50,5%). Esta situación es el reflejo, por el lado de la demanda, de la necesidad de combustibles de mayor calidad impuesta por las nuevas tendencias en materia ambiental y en la industria automotriz; y por el lado de la oferta, del racionamiento de la oferta de combustibles disponible.

Las ventas de gasoil en 2011 totalizaron 266.601 m³, un 14,6% más que en 2010. El consumo de combustibles en la Provincia, principalmente de gasoil, está íntimamente ligado a las actividades vinculadas a la extracción de hidrocarburos (sector que representa alrededor del 50,0% del PBG de la Provincia). En efecto, el 70,0%¹ de las ventas internas tienen como destino otras actividades productivas, destacándose el sector petróleo y gas tanto por su consumo directo como indirecto, a través del transporte de cargas cuya performance depende significativamente de este sector.

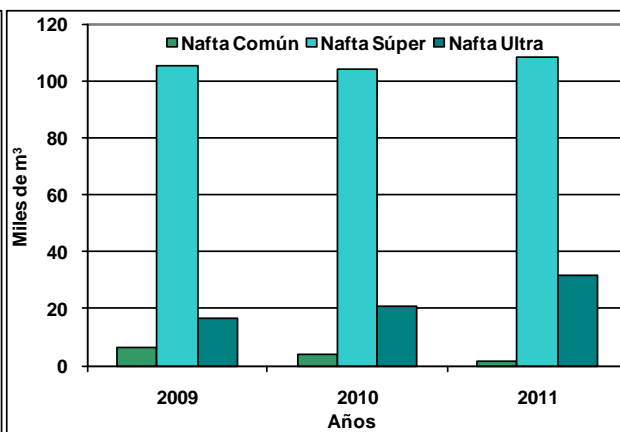
¹ Medido en término de los destinos finales de la oferta de combustible en la Provincia (Matriz Insumo Producto 2004 de la Provincia del Neuquén – MIPNqn '04 <http://www2.neuquen.gov.ar/dgcecyd/matriz.asp>)

Debido a una política que abarató artificialmente el gasoil como una forma de dar competitividad a los sectores productivos, en nuestro país, al igual que en la Provincia, se utiliza en mayor cantidad el gasoil que las naftas. A nivel nacional esto ha provocado un desbalance entre el mix de producción y de demanda, teniéndose que cubrir los faltantes de gasoil con importaciones desde hace varios años. Sin embargo, a partir de 2008 también se incrementaron las importaciones de naftas.

**Gráfico 4. Ventas de gasoil al mercado interno
Años 2009/2011**



**Gráfico 5. Ventas de naftas al mercado interno
Años 2009/2011**



Fuente: Elaborado por la Dirección Provincial de Estadística y Censos de la Provincia del Neuquén, en base a datos de la Secretaría de Energía de la Nación.

En el cuadro 4 se presentan las ventas trimestralizadas por tipo de combustible. En el mismo se observa una mayor demanda durante el 1º trimestre de cada año en las ventas de naftas súper, lo cual podría estar asociado al mayor movimiento turístico en la región. Aún cuando existen ciertas rigideces de oferta, esto contribuiría a explicar las largas colas en las estaciones de servicio durante las temporadas estivales e invernales y los fines de semana largos.

En el 1º trimestre de 2012 se vendieron 71.249 m³ de gasoil y 39.136 m³ de naftas, lo cual representa un incremento interanual del 10,8% y 1,8% respectivamente. Si bien las ventas de combustibles continúan en alza en los primeros meses del año, el ritmo de crecimiento se ha desacelerado (la variación interanual 1º trimestre 2011- 1º trimestre 2010 alcanzó el 18,2% y 13,0% respectivamente).

Por último cabe señalar que la estructura del mercado de comercialización de combustibles presenta rasgos oligopólicos. En efecto, cuatro empresas concentran el 71,4% de las bocas de expendio, operando 2 de ellas a su vez aguas arriba de la cadena (Upstream), en la etapa de producción de petróleo y gas, refinación y transporte de combustibles líquidos².

² Registro de Bocas de Expendio de Combustibles, creado por la Resolución de la Secretaría de Energía N° 1102/2004. Los datos corresponden al 27/7/2011.

**Cuadro 4. Ventas de gasoil y naftas al mercado interno por trimestre
Años 2009/Primer trimestre 2012**

Año/Trimestre	Gasoil	Nafta Común	Nafta Súper	Nafta Ultra
	m ³			
2009	218.458	6.475	105.587	16.562
1º Trim.	58.316	1.773	27.693	4.952
2º Trim.	50.719	1.552	26.095	3.447
3º Trim.	54.201	1.508	26.180	3.826
4º Trim.	55.222	1.642	25.619	4.337
2010	232.695	4.225	104.187	21.110
1º Trim.	54.427	1.158	27.142	5.709
2º Trim.	56.156	1.082	24.377	4.459
3º Trim.	61.434	1.136	25.759	5.202
4º Trim.	60.678	849	26.909	5.740
2011	266.601	1.317	108.745	31.771
1º Trim.	64.329	416	29.584	8.434
2º Trim.	63.933	350	24.826	7.078
3º Trim.	67.901	304	26.484	7.350
4º Trim.	70.438	247	27.851	8.908
2012				
1º Trim	71.249	248	29.613	9.275

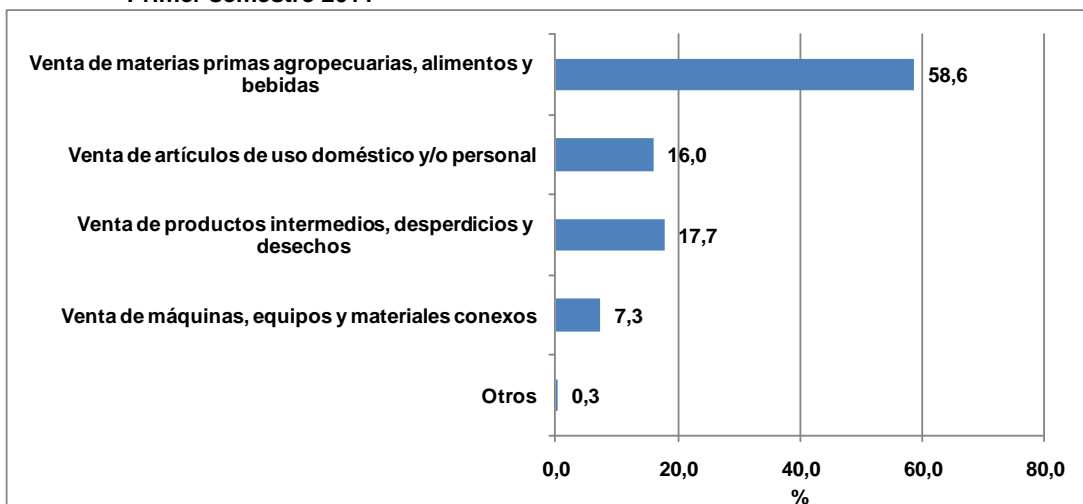
Fuente: Elaborado por la Dirección Provincial de Estadística y Censos de la Provincia del Neuquén, en base a datos de la Secretaría de Energía de la Nación.

Comercio mayorista

El comercio al por mayor, rama 51 del CLANAE, incluye la venta de materias primas agropecuarias, alimentos, bebidas, artículos de uso doméstico y/o personal, equipos intermedios y desechos y maquinarias, equipos y materiales conexos, entre otros.

En el siguiente gráfico se observa que los locales comerciales dedicados a la venta al por mayor de materias primas agropecuarias, alimentos y bebidas representan el 58,6% de los locales de esta rama. Dentro del subgrupo, la venta al por mayor y empaque de frutas, legumbres y hortalizas dan cuenta del 18,2% de los mismos.

**Gráfico 6. Locales de venta mayorista por grupo de productos
Primer semestre 2011**



Nota: Locales comerciales a junio de 2011.

Fuente: Elaborado por la Dirección Provincial de Estadística y Censos de la Provincia del Neuquén, en base a datos del Programa de Registro Provincial de Unidades Económicas (REPUE).

Los locales dedicados a la venta al por mayor de artículos de uso doméstico y/o personal mantuvieron su participación. El aumento registrado en locales dedicados a la venta de productos intermedios y por consiguiente el incremento de su participación de 12,6% en diciembre de 2010 a 17,7% en junio de 2011 obedece a una incorporación en el REPUE de los datos provistos por el Registro de bocas de expendio de combustibles de la Secretaría de Energía, a partir del cual se incluyeron los distribuidores, comercializadores (venta a granel mayorista) y abastecedores agroindustriales.

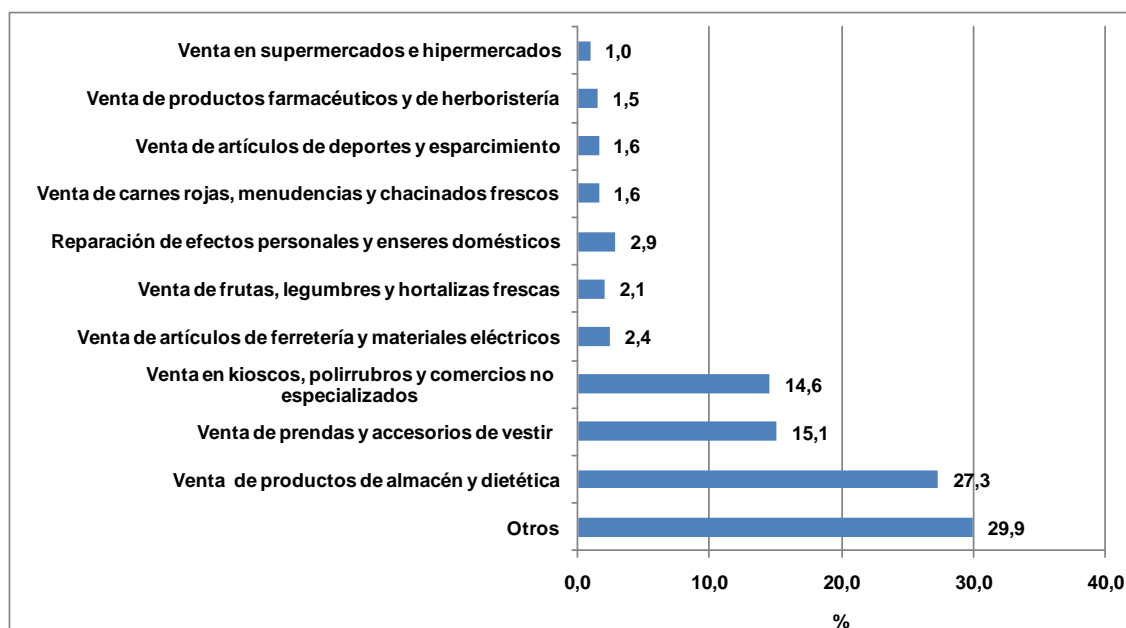
Como fuera mencionado en el Informe anterior, el desempeño del comercio mayorista depende fundamentalmente de la evolución del comercio minorista y en menor medida del sector servicios. En este sentido y dado el carácter de centro regional de la Patagonia norte, existe una fuerte radicación de distribuidores de productos de venta masiva y rubros específicos de la producción regional en la capital neuquina.

Comercio minorista

El comercio minorista, rama 52 del CLANAE, abarca un amplio grupo de locales comerciales que involucran la intermediación directa con el consumidor final. Incluye la venta de alimentos y bebidas, prendas de vestir y accesorios, muebles, artículos y artefactos para el hogar, entre otros.

En el siguiente gráfico se muestra la participación para cada una de las principales actividades en el total de locales comerciales de esta rama:

**Gráfico 7. Locales de venta minorista por grupo de productos
Primer semestre 2011**



Nota: Locales comerciales a junio de 2011.

Fuente: Elaborado por la Dirección Provincial de Estadística y Censos de la Provincia del Neuquén, en base a datos del Programa Registro Provincial de Unidades Económicas (REPUE).

La estructura de las actividades comerciales de venta al por menor no presentó una variación importante en relación al año anterior.

La venta al por menor de alimentos y bebidas en comercios especializados (almacenes y dietéticas, verdulerías y carnicerías) representan aproximadamente el 31,0% de los locales de esta rama, predominando los locales comerciales vinculados con las necesidades más básicas, de relación directa con el crecimiento vegetativo de la población. Si bien los supermercados e hipermercados sólo alcanzan el 1,0% en término de unidades comerciales, su nivel de facturación es un indicador representativo del movimiento comercial de la provincia.

Ventas en Supermercados

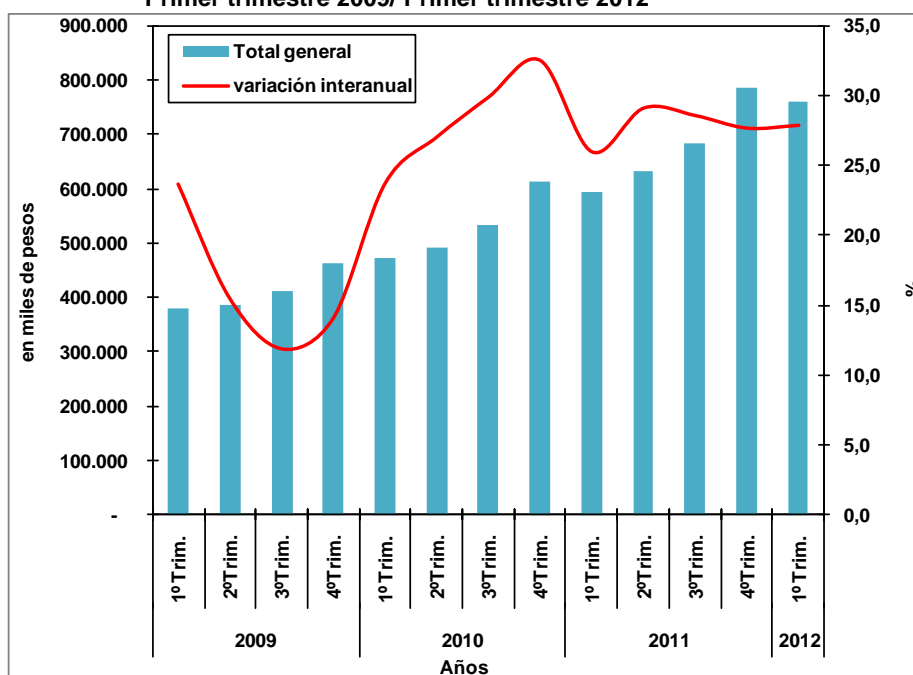
De acuerdo con la información provista por el REPUE, actualmente los supermercados e hipermercados totalizan 33 locales comerciales en Ciudad de Neuquén y 117 en la Provincia. En el interior de la Provincia, en particular en los municipios de Primera Categoría, sólo están presentes las cadenas regionales. La mayoría de los supermercados e hipermercados en las ciudades del interior son empresas unipersonales o sociedades con proyección local solamente.

La información correspondiente al desempeño supermercadista se obtiene a partir de la **Encuesta de Supermercados**, la cual releva las ventas a valores corrientes a nivel jurisdiccional, la cantidad de operaciones realizadas por los consumidores y los metros cuadrados asignados a la venta, entre los indicadores más importantes. Este relevamiento, de periodicidad mensual, es representativo de la actividad de una nómina de empresas que cuentan por lo menos con alguna boca de expendio cuya superficie de ventas supera los 300 m².

El análisis de la evolución de las ventas a precios corrientes revela la consolidación en la tendencia de recuperación iniciada en el 1º trimestre del año 2010, luego de las bajas tasas de incremento registradas durante el año 2009.

En el año 2011 las ventas corrientes totalizaron 2,7 millones, un 27,8% más que el año anterior. Como se puede observar en el gráfico existe una marcada estacionalidad en el último trimestre de cada año asociado a las compras de fin de año y a la percepción del sueldo anual complementario. Las ventas del 4º trimestre de 2011 registraron una variación interanual del 27,7% frente al 32,5% de un año atrás, evidenciando una leve desaceleración del crecimiento. En los primeros tres meses del año 2012 las ventas aumentaron un 27,9% respecto a igual periodo del año anterior, con lo cual se mantiene el ritmo de crecimiento experimentado en los últimos años.

**Gráfico 8. Ventas en supermercados a precios corrientes y variación porcentual respecto a igual trimestre del año anterior
Primer trimestre 2009/ Primer trimestre 2012**



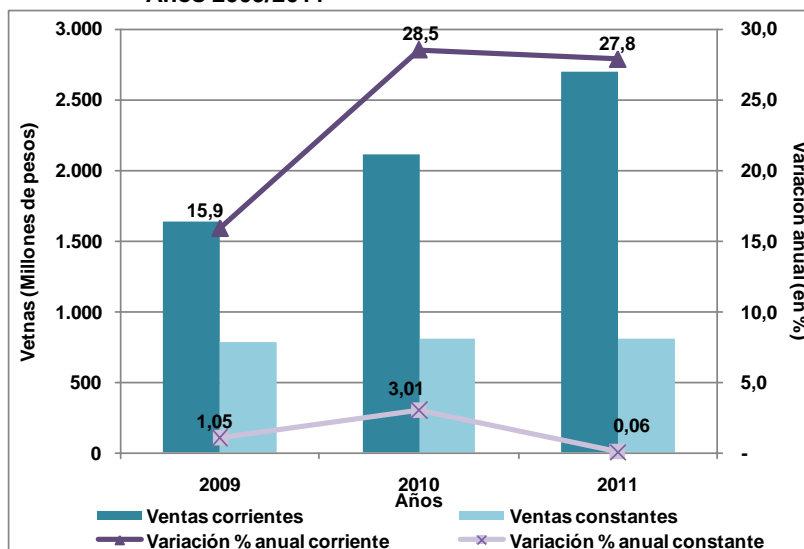
Fuente: Elaborado por la Dirección Provincial de Estadística y Censos de la Provincia del Neuquén, en base a datos de Encuesta de Supermercados

Para analizar la evolución de las ventas a valores constantes, se utilizó la información disponible del Grupo de Bienes del Índice de Precios al Consumidor de Neuquén capital. De acuerdo con este indicador, la tasa de variación anual de los precios de este grupo alcanzó valores similares en los dos últimos años (29,3% en 2011 y 26,7% en 2010), aumentando en relación al 16,2% registrado en 2009.

En efecto, el año 2011 muestra un empuje ascendente de los precios, de características similares al año 2010 en términos generales: entre los Bienes, los grupos que más aumentaron fueron indumentaria para adultos y niños, artículos de librería y otros, equipamiento para el hogar y alimentos.

El siguiente gráfico muestra la evolución de las ventas en supermercados en términos corrientes y constantes (a precios de 2004) y la variación anual de las mismas en el periodo 2009/2011. En tanto que las ventas corrientes mostraron una tendencia creciente (64,3% acumulado), en términos constantes las mismas se mantuvieron prácticamente estables (sólo crecieron un 3,1% en el mencionado período).

Gráfico 9. Ventas en supermercados por año en términos corrientes y constantes y variación anual
Años 2009/2011



Fuente: Elaborado por la Dirección Provincial de Estadística y Censos de la Provincia del Neuquén, en base a datos de Encuesta de Supermercados.

Otro indicador disponible es la cantidad de operaciones, que se refiere a la emisión de tickets por parte de las máquinas registradoras. Al relacionarlo con el volumen total de ventas permite obtener los montos promedio por operación de las compras realizadas por los consumidores. En consonancia con lo expuesto anteriormente, las ventas por operación registraron en el período analizado un incremento del 62,0 % en términos corrientes y del 1,6 % en términos constantes.

Cuadro 5. Ventas en supermercados en términos corrientes y constantes según año
Años 2009/2011

Año	Ventas totales		Ventas por operación	
	corrientes	constantes 2004=100	corrientes	constantes 2004=100
	miles de pesos		pesos	
2009	1.641.766	785.477	77,1	36,9
2010	2.109.936	809.093	95,7	36,7
2011	2.697.466	809.553	124,9	37,5

Fuente: Elaborado por la Dirección Provincial de Estadística y Censos de la Provincia del Neuquén, en base a datos de Encuesta de Supermercados.

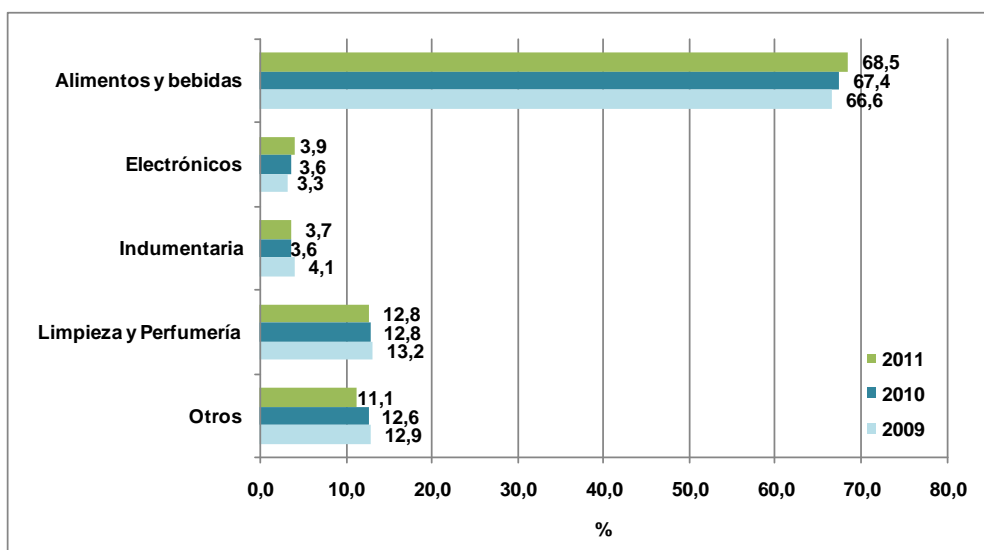
Con respecto a las **ventas en supermercados por grupo de artículos** se observa que las mismas incluyen principalmente la venta minorista de alimentos y bebidas, aunque también abastecen de productos relacionados con la limpieza y mantenimiento del hogar, bienes vinculados con la indumentaria del grupo familiar e incluso electrodomésticos, entre otros.

En el año 2011 los grupos alimentos y bebidas, artículos de limpieza y perfumería e indumentaria exhibieron una evolución acorde al crecimiento de las ventas globales (27,8%) registrando tasas de incremento respecto del año anterior del 29,9%, 27,3% y 31,2%, respectivamente. El grupo electrónico, electrodomésticos y artículos para el hogar ha sido el más dinámico, con una tasa de crecimiento anual del 41,1%, en tanto que el rubro Otros

(que incluye productos de bazar, amoblamientos, libros, juguetes y diversos artículos) sólo creció un 13% anual.

En función de lo expuesto, la composición de las ventas por grupo se modificó levemente respecto del año anterior. El grupo alimentos y bebidas pasó a representar el 68,5% de las ventas totales (un punto porcentual más). Limpieza y perfumería e indumentaria mantuvieron relativamente estable su participación (12,8% y 3,7% respectivamente), en tanto que el grupo electrónico, electrodomésticos y artículos para el hogar pasó de representar el 3,6% al 3,9% y Otros disminuyó a 11,1% (1,5 puntos porcentuales).

Gráfico 10. Ventas en supermercados por grupo de artículos.
Años 2009/2011



Fuente: Elaborado por la Dirección Provincial de Estadística y Censos de la Provincia del Neuquén, en base a datos de Encuesta de Supermercados.

La superficie asignada a ventas es otro indicador importante, ya que mide la expansión en términos de nuevas bocas de expendio y la reestructuración interna de las góndolas en relación con el espacio que se destine a ventas. En el período 2009/2011, dicha superficie se incrementó un 8,2% prácticamente al mismo ritmo que las bocas de expendio que lo hicieron en 8,7%, con cuatro nuevas bocas en el periodo considerado.

Conclusiones

En el presente informe se ha tratado de analizar en términos generales el desempeño del sector comercial de la Provincia del Neuquén atento a la disponibilidad de información de cada indicador y siguiendo los criterios de la Clasificación Nacional de Actividades. El período bajo análisis comprende los últimos tres años, incorporándose la información disponible de los tres primeros meses del corriente año a modo de avizorar la dinámica del sector en 2012.

Las recomposiciones salariales vigentes para el sector privado y público, el mayor financiamiento a las personas físicas desde las entidades bancarias particularmente de préstamos de muy corto plazo, y las asignaciones universales por hijo a partir del mes de diciembre de 2009 han repercutido favorablemente sobre la dinámica del sector comercial de la Provincia del Neuquén.

Las ventas de automóviles continúan en alza en el período analizado traccionadas por la mayor disponibilidad de crédito para este fin y por la carrera contra la inflación, sin embargo el ritmo de crecimiento se ha desacelerado en los primeros meses del corriente año. En consonancia con lo anterior, también se observa un crecimiento más moderado de las ventas de combustibles en el primer trimestre de 2012.

En cuanto al comercio minorista, las ventas corrientes en supermercados muestran una consolidación de la tendencia de recuperación iniciada a principios del año 2010, en tanto se advierte un amesetamiento del crecimiento en el 1º trimestre de 2012 respecto a igual periodo del año anterior.

El mayor flujo de transacciones en la Provincia de Neuquén ha tenido su correlato en los ingresos fiscales provinciales, principalmente en la recaudación del Impuesto sobre los Ingresos Brutos. El comportamiento del mismo depende fundamentalmente del incremento de los precios y de la evolución de la actividad económica, entre ellas la comercial, lo cual evidencia un crecimiento más moderado en el 1º trimestre del corriente año tal como se señaló anteriormente.

Impreso en la Dirección Provincial
de Estadística y Censos

Agosto de 2012