

El INDEC publica mensualmente la Encuesta Nacional de Centros de Compra, la cual es una interesante base para analizar la evolución de las compras en dichos espacios a nivel nacional.

Se toman los rubros “Indumentaria, calzado y marroquinería” y “Ropa y accesorios deportivos” como representativos del sector de la indumentaria.

Los datos del presente informe hacen referencia a febrero de 2021. Se comparan con febrero de 2020, último mes que no fue afectado por el aislamiento social, preventivo y obligatorio.

## **EVOLUCIÓN MENSUAL DE LAS VENTAS DE INDUMENTARIA POR REGIONES A PRECIOS CORRIENTES**

En febrero de 2020 se registró una suba interanual del 8,3% de las ventas a precios corrientes para los rubros de “Indumentaria, calzado y marroquinería” y “Ropa y accesorios deportivos” en todo el país respecto del mismo mes de año anterior. Se observa una desaceleración respecto a enero 2021, cuando se había registrado una suba interanual del 13,2%.

Para el primer bimestre de 2021 la suba de la facturación fue de 10,6% para todo el territorio nacional en comparación al mismo período del año anterior, pero se registraron fuertes divergencias entre regiones.

Los centros de compras de CABA<sup>1</sup> fueron los más golpeados por la caída del consumo en enero y febrero pasados, con una reducción de las ventas del -5,1% respecto de 2020, seguidos por los del Gran Buenos Aires<sup>2</sup>, que si bien tuvieron un desempeño positivo del 7,9%, fue por debajo del promedio. Así, estas dos regiones (AMBA) pasaron de representar el 63,6% de las ventas en el primer bimestre de 2020 al 58% en 2021.

Las regiones Pampeana<sup>3</sup> y Patagónica<sup>4</sup>, registraron una mejor evolución en las ventas de prendas de vestir que en el AMBA para el primer bimestre del año, con incrementos del 21,7% y 12,1% respectivamente.

Los mejores resultados fueron proporcionados por el Norte<sup>5</sup> y Cuyo<sup>6</sup> con variaciones positivas del 48,3% y 48,1%, respectivamente.

De esta manera, las regiones Pampeana, Cuyo y Norte ganaron participación en las ventas totales en centros de compras para el primer bimestre de 2021 comparado con el mismo período de 2020 y 2019.

Como se venía señalando con anterioridad se observa un comportamiento heterogéneo entre regiones, influido por las variaciones en las condiciones epidemiológicas y sanitarias de cada región, lo que termina por definir las restricciones a la circulación y aperturas que afectan las posibilidades de compra y también influyen y moldean nuevos comportamientos de consumo.

Asimismo, puede haber impactado positivamente durante los meses de enero y febrero en las regiones por fuera del AMBA el flujo de turismo interno y la reducción del turismo emisivo. Por el otro lado, el bajísimo nivel de recepción de turistas del extranjero impulsó a la baja los indicadores en general, pero principalmente habría afectado al AMBA.

---

<sup>1</sup> Ciudad Autónoma de Buenos Aires

<sup>2</sup> 24 partidos del Gran Buenos Aires

<sup>3</sup> Región Pampeana: comprende resto de la provincia de Buenos Aires, Córdoba, Entre Ríos, La Pampa y Santa Fe

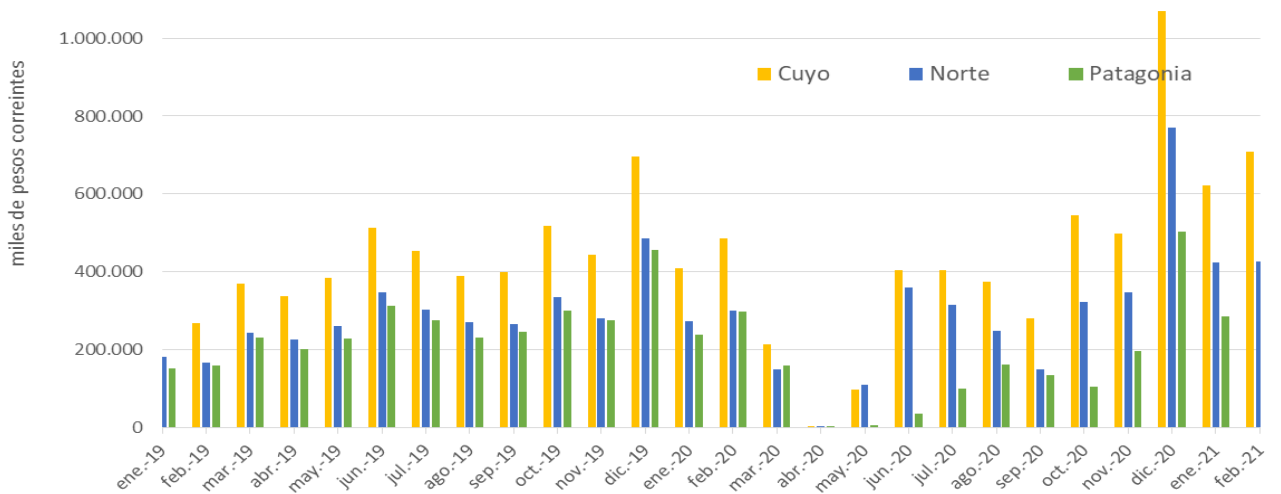
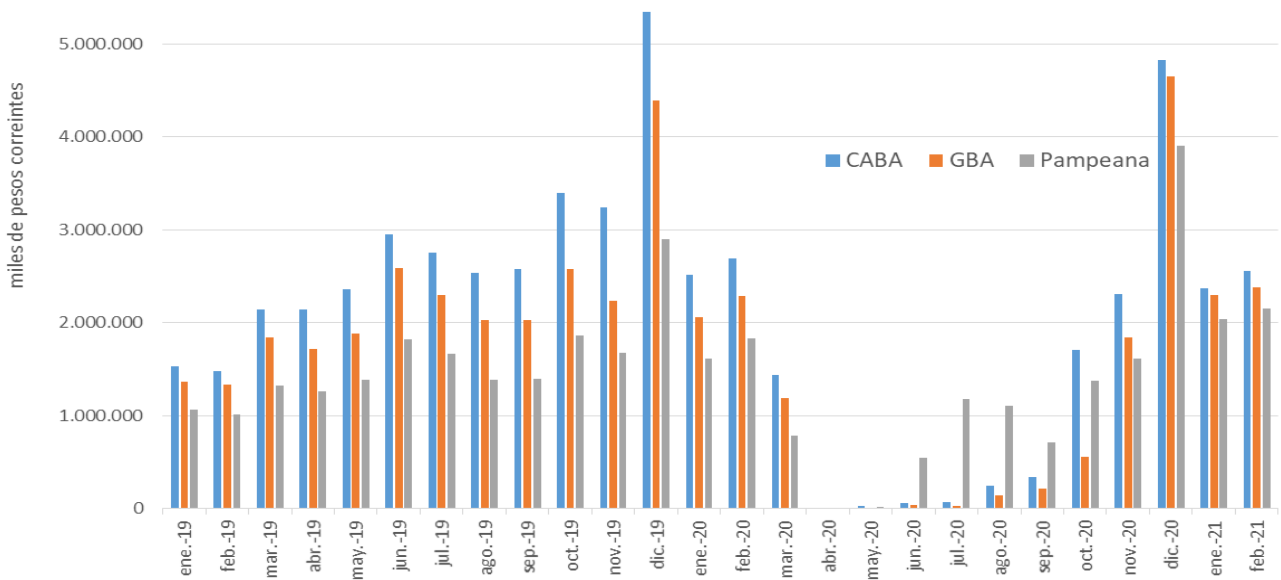
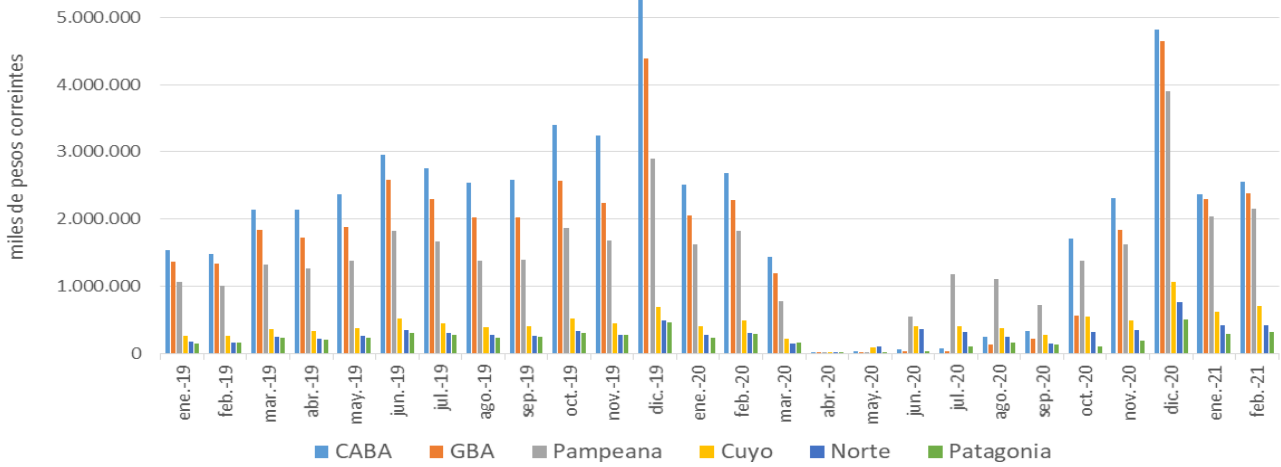
<sup>4</sup> Región Patagonia: Chubut, Neuquén, Río Negro, Santa Cruz y Tierra del Fuego

<sup>5</sup> Región Norte: Catamarca, Chaco, Corrientes, Formosa, Jujuy, La Rioja, Misiones, Salta, Santiago del Estero y Tucumán.

<sup>6</sup> Región Cuyo: Mendoza, San Juan y San Luis.

**Ventas mensuales de indumentaria en centros de compras a precios corrientes por regiones - enero 2019 a febrero 2021**

Fuente: CIAI en base a INDEC- Encuesta nacional de centros de compras



### Ventas de indumentaria en centros de compras a precios corrientes por regiones: ene-feb 2021 vs 2020

Valores en miles de pesos corrientes

ENE-FEB	CABA	GBA	Pampeana	Cuyo	Norte	Patagonia	Total
2021	4.935.089	4.677.650	4.191.854	1.328.544	852.314	600.945	16.586.396
2020	5.202.441	4.335.973	3.444.100	896.987	574.835	536.287	14.990.623
Var. 21 vs 20	-5,1%	7,9%	21,7%	48,1%	48,3%	12,1%	10,6%

Fuente: CIAI en base a INDEC- Encuesta nacional de centros de compras

### PERSPECTIVAS CIAI

A partir de marzo 2021 la comparación con los datos de 2020 se verán afectados por el impacto del aislamiento social, preventivo y obligatorio (inició el 20 de marzo de 2020).

Adicionalmente, el gobierno nacional decretó el cierre de los centros comerciales y shoppings en el AMBA a partir del 16 de abril del corriente. La reapertura y/o extensión de la medida a otras regiones dependerá de la evolución de las condiciones sanitarias y epidemiológicas.

En marzo del corriente se observó una menor circulación de consumidores, lo que implicará menores ventas. Asimismo, desde abril no rige más la financiación en 12 y 18 cuotas con tres meses de gracias para las compras de indumentaria nacional dentro del Programa Ahora 12. Sólo es factible el pago en 3 y 6 cuotas. Claramente es un factor que afectará negativamente las compras de prendas de vestir en los centros comerciales, lugar donde se utiliza frecuentemente el pago con tarjeta de crédito.

Se viene corroborando que los shoppings más grandes y tradicionales de CABA y GBA sufren más el impacto de la reducción de la afluencia de personas, mientras que los del interior del país presentan una menor disminución relativa. Asimismo, el turismo extranjero que implica una fuente importante de compras en el AMBA se ha visto y verá duramente reducido.

El e-commerce será importante otra vez como alternativa para afrontar las nuevas restricciones que surgen o pudieran surgir. En este sentido, si bien ya venía creciendo antes de la pandemia, se remarca las inversiones que muchas marcas de ropa están realizando para potenciar esta herramienta comercial.

Para recuperar el consumo de indumentaria en los centros de compras es necesario que se recomponga el poder adquisitivo de los ingresos (salarios y jubilaciones), como así también que retornen las 12 y 18 cuotas en el Programa Ahora 12 con los tres meses de gracia.

Por último, se señala nuevamente que en la actualidad las restricciones no solo son de demanda de los consumidores sino que también hay problemas de oferta, generados por la falta de insumos del sector. No obstante las empresas continúan realizando grandes esfuerzos a través de fuertes promociones y liquidaciones anticipadas para generar el capital de trabajo necesario para nuevas temporadas.