

Dinámica del comercio minorista. 1er. trimestre de 2017

Informe
de resultados

| 1181



Agosto de 2017

“2017: año de las energías renovables”

Resumen ejecutivo

El estudio de las variables indicativas de la evolución del comercio minorista durante el primer trimestre de 2017 reveló una caída interanual del consumo de artículos de consumo masivo (alimentos, bebidas y artículos de limpieza) y de indumentaria. En cambio, la demanda de bienes semidurables (electrodomésticos y artículos para el hogar) mostró una recuperación, siempre teniendo en cuenta que el primer trimestre de 2016 –período de referencia para la comparación– había mostrado un importante descenso de las ventas constantes.

En el primer trimestre de 2017, las cadenas de supermercados registraron una contracción interanual en sus ventas a valores constantes (-7,1%), mayormente impulsada por la dinámica negativa del segmento alimentos y bebidas (-5,3%). En tanto, la facturación ascendió el 19,5% en relación con el mismo período de 2016, por debajo del incremento nominal alcanzado en el trimestre anterior.

Las ventas en los *shoppings* tuvieron una suba del 17,3% a valores corrientes. En términos reales, se verificó una caída del consumo del 7,9%. La trayectoria del volumen físico de ventas se explica fundamentalmente por el comportamiento negativo de indumentaria y calzado (-11,0%) y ropa deportiva (-11,2%).

Por último, la facturación de los comercios de electrodomésticos y artículos para el hogar de la Ciudad aumentó el 18,6%, en tanto que las ventas a precios constantes se incrementaron (7,8%).

Índice

1	Introducción	1
2	Supermercados	1
2.1	Facturación	1
2.2	Ventas a precios constantes	2
2.3	Bocas de expendio	4
3	Shoppings	5
3.1	Facturación	5
3.2	Ventas a precios constantes	5
3.3	Locales	7
4	Comercios de electrodomésticos y artículos para el hogar	8
4.1	Facturación	8
4.2	Ventas a precios constantes	9

Dinámica del comercio minorista. 1er. trimestre de 2017

1. Introducción

El presente trabajo analiza la evolución del comercio minorista en la Ciudad de Buenos Aires. Para ello, se considera el desempeño del sector supermercadista, los centros de compras (*shoppings*) y las empresas comercializadoras de electrodomésticos y artículos del hogar, con datos provenientes de diferentes relevamientos realizados por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC).

Específicamente, la información de supermercados proviene de la *Encuesta de Supermercados*. El estudio registra mensualmente la actividad de las firmas del rubro que cuentan con, al menos, una boca de expendio con una superficie de ventas superior a 300 m².

Los datos de *shoppings* surgen de la *Encuesta de Centros de Compras*, de frecuencia mensual. El operativo excluye las ventas de los supermercados y de los *stands* y góndolas, radicados en los centros de compras.

Las cifras sobre comercios de electrodomésticos son recogidas de la *Encuesta de Electrodomésticos y Artículos para el Hogar*, que se realiza de forma trimestral, y exhibe la evolución del consumo de estos bienes semidurables mediante el seguimiento de más de 100 empresas del sector.

Entre las variables estudiadas se encuentran las ventas a precios corrientes (facturación) y las ventas a precios constantes, las cuales se obtienen deflactando la facturación por el índice de precios¹. Asimismo se analizan otros indicadores de relevancia, como la cantidad de bocas de expendio o locales, la superficie del área de ventas y las ventas por local.

1 Para el cálculo del índice de precios correspondiente a supermercados, *shoppings* y comercios de electrodomésticos y artículos para el hogar, se utilizan datos del Índice de Precios al Consumidor de la Ciudad de Buenos Aires (IPCBA); mediante la selección de aquellos productos que se comercializan en cada uno de los sectores mencionados. Para mayor información sobre IPCBA véase, *Índice de Precios al Consumidor de la Ciudad de Buenos Aires. Principales aspectos metodológicos. Mayo de 2013*, Buenos Aires, Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Hacienda GCBA), disponible en nuestra página web. http://www.estadisticaciudad.gob.ar/eyc/wp-content/uploads/2015/04/ipcba_aspectos_metodologicos_2013_junio.pdf [01-06-2017].

2. Supermercados

2.1 Facturación

El valor de las ventas de los supermercados de la Ciudad expresado a valores corrientes alcanzó \$ 12.583 millones en el primer trimestre de 2017, lo que significó un incremento interanual del 19,5% y una marcada desaceleración en el margen, de 7,5 puntos porcentuales –p.p.–. En particular, la facturación del sector registró el desempeño menos favorable en relación con las mediciones del año previo.

Cuadro 2.1 Facturación en supermercados (millones de pesos) y variación porcentual interanual. Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2016/1er. trimestre de 2017

Trimestre	Millones de \$ (valores corrientes)	Variación interanual (%)
1/2016	10.527	29,0
2/2016	11.815	28,8
3/2016	12.658	28,6
4/2016	13.959	27,0
1/2017	12.583	19,5

Nota: datos provisorios.

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

En cuanto a la facturación desagregada por grupo de artículos, si bien todos marcaron ascensos, se destaca el desempeño de los rubros *Alimentos y bebidas* (22,8%) –rubro mayoritario–, *Indumentaria, calzado y textiles* (21,2%) y *Artículos de limpieza y perfumería* (18,7%). En tanto, el agrupamiento *Electrónicos y artículos para el hogar* (4,7%) mostró una dinámica acotada en el período.

Cuadro 2.2 Facturación en supermercados por grupo de artículos (millones de pesos) y variación porcentual interanual. Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2017

Grupo de artículos	Millones de \$ (valores corrientes)	Variación interanual (%)
Total	12.583	19,5
Alimentos y bebidas	8.974	22,8
Artículos de limpieza y perfumería	1.827	18,7
Electrónicos y artículos para el hogar	461	4,7
Indumentaria, calzado y textiles	191	21,2
Otros	1.130	4,6

Nota: datos provisorios.

La suma de los parciales puede no coincidir con el total por procedimientos de redondeo.

El rubro *Electrónicos y artículos para el hogar* incluye muebles y productos de bazar y decoración, entre otros.

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

2.2 Ventas a precios constantes

Las ventas de los supermercados de la Ciudad medidas a valores constantes verificaron una caída del 7,1% en el primer trimestre de 2017. La baja del consumo se suavizó levemente en comparación con el período previo (el cuarto parcial de 2016 había mostrado una contracción del 8,5%).

Por grupo de artículos, el consumo de *Electrónicos y artículos para el hogar* volvió a caer (-8,4%), aunque en menor

Cuadro 2.3 Índice de ventas a precios constantes en supermercados y variación porcentual interanual. Base 3er. trimestre de 2012=100. Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2016/1er. trimestre de 2017

Trimestre	Índice (3er. trimestre de 2012=100)	Variación interanual (%)
1/2016	89,5	-3,0
2/2016	91,9	-6,8
3/2016	91,6	-8,7
4/2016	96,4	-8,5
1/2017	83,1	-7,1

Nota: datos provisorios.

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

medida que el período previo. Vale la pena mencionar que la demanda de semidurables en los supermercados (artículos para el hogar, muebles y bazar) evidencia un deterioro desde mediados de 2014. Asimismo, las ventas a valores constantes del rubro residual *Otros* (-21,7%) marcaron una importante reducción. También disminuyó el consumo de *Artículos de limpieza y perfumería* (-6,5%), del mismo modo que *Indumentaria, calzado y textiles* (-5,4%). Por último, completando el contexto generalizado de reducción del consumo en el sector, *Alimentos y bebidas* (-5,3%) también contrajo su demanda. Este segmento, que se compone en su mayor parte de bienes de consumo masivo y primera necesidad, representó el 71,5% del total de las ventas en supermercados entre enero y marzo.

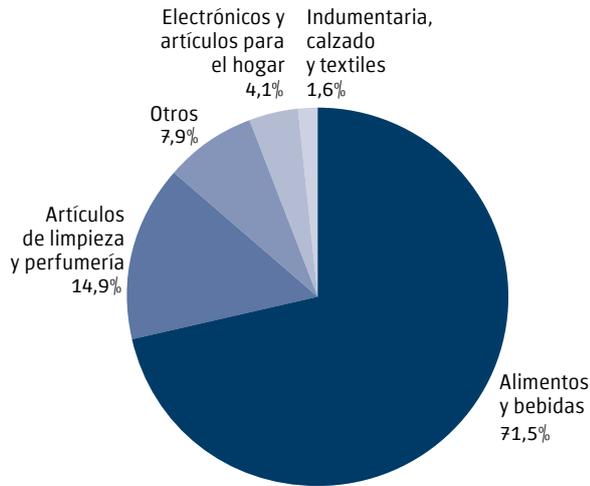
Gráfico 2.1 Variación porcentual interanual de las ventas a precios constantes en supermercados por grupo de artículos. Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2017



Nota: datos provisorios.

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

Gráfico 2.2 Distribución porcentual de las ventas a precios constantes en supermercados por grupo de artículos. Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2017

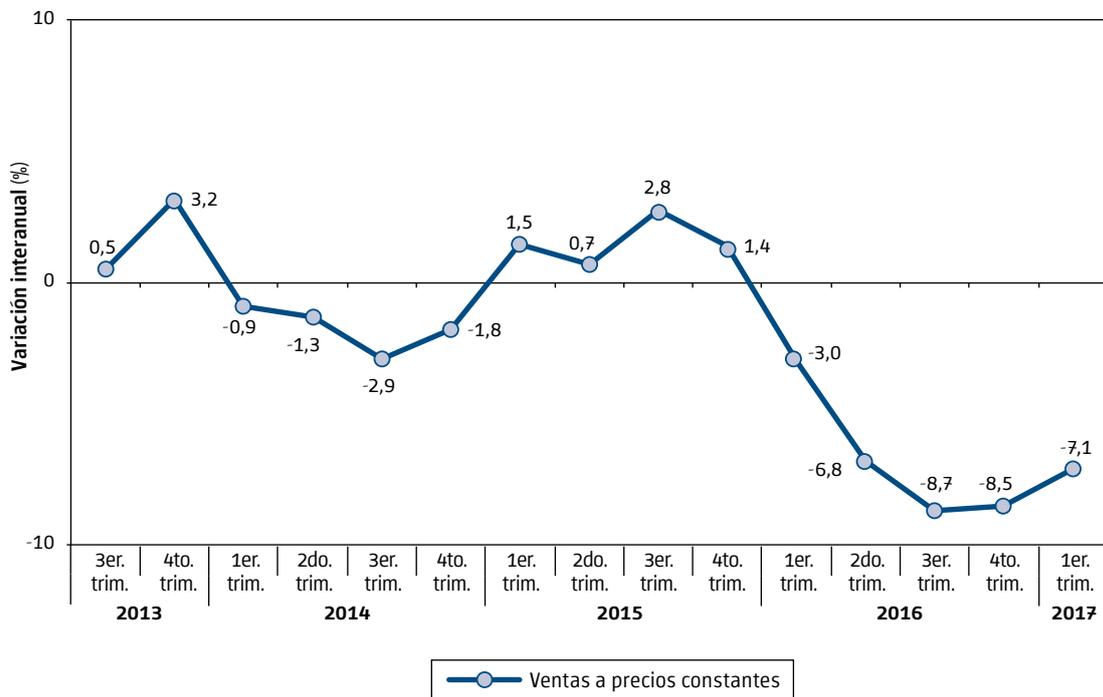


Nota: datos provisorios.

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

Tal como se mencionó al comienzo del apartado, en el primer trimestre de 2017 el indicador de ventas a precios constantes marcó una caída (-7,1%) algo más suave que las mediciones previas, cuando se habían registrado deterioros del 8,7% y 8,5%, en el tercer y cuarto trimestre de 2016, respectivamente. Cabe recordar que durante el segundo semestre de 2013, el desempeño del consumo en los supermercados porteños había mostrado una dinámica levemente positiva. A la disminución de 2014 le siguió una recuperación transitoria en 2015, que no pudo sostenerse a partir de 2016. El comportamiento en baja del inicio de 2017 consolida un período de contracción que se extiende por cinco trimestres consecutivos.

Gráfico 2.3 Variación porcentual interanual de las ventas a precios constantes en supermercados. Ciudad de Buenos Aires. 3er. trimestre de 2013/1er. trimestre de 2017



Nota: datos provisorios.

El indicador de ventas a precios constantes se calcula a partir de julio de 2012.

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

2.3 Bocas de expendio

La expansión del sector en el territorio de la Ciudad verificó una dinámica positiva a través de la apertura de nuevas bocas de expendio (41 locales nuevos en relación con el primer trimestre de 2016, con un alza interanual del 5,2%). El incremento en la cantidad de locales se verifica desde fines de los años noventa, cuando comenzó a registrarse la serie, con incrementos del 25,1% en 2013 y 16,8% en 2014. Sin embargo, cabe destacar que en 2015 la dinámica interanual de apertura de bocas se ubicó en promedio en 11,3%, tornándose más moderada en relación con los años previos. En tanto, en comparación con el trimestre anterior, se produjo la inauguración de un único local.

A su vez, se verificó una disminución interanual del 2,7% en la superficie promedio por sucursal, aunque el área total de ventas de los supermercados se incrementó levemente en base a las nuevas aperturas. Lo anterior indica que, en términos generales, las inauguraciones siguen respondiendo al formato minimercado, fenómeno iniciado en 2011.

Cuadro 2.4 Bocas de expendio, superficie (m²) del área de ventas por boca en supermercados y variación porcentual interanual. Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2016/1er. trimestre de 2017

Trimestre	Bocas		Superficie por boca	
	Cantidad	Variación interanual (%)	m ²	Variación interanual (%)
1/2016	792	10,6	597,4	-6,8
2/2016	794	8,9	595,7	-5,4
3/2016	810	8,0	586,0	-4,3
4/2016	832	7,5	583,0	-4,8
1/2017	833	5,2	581,3	-2,7

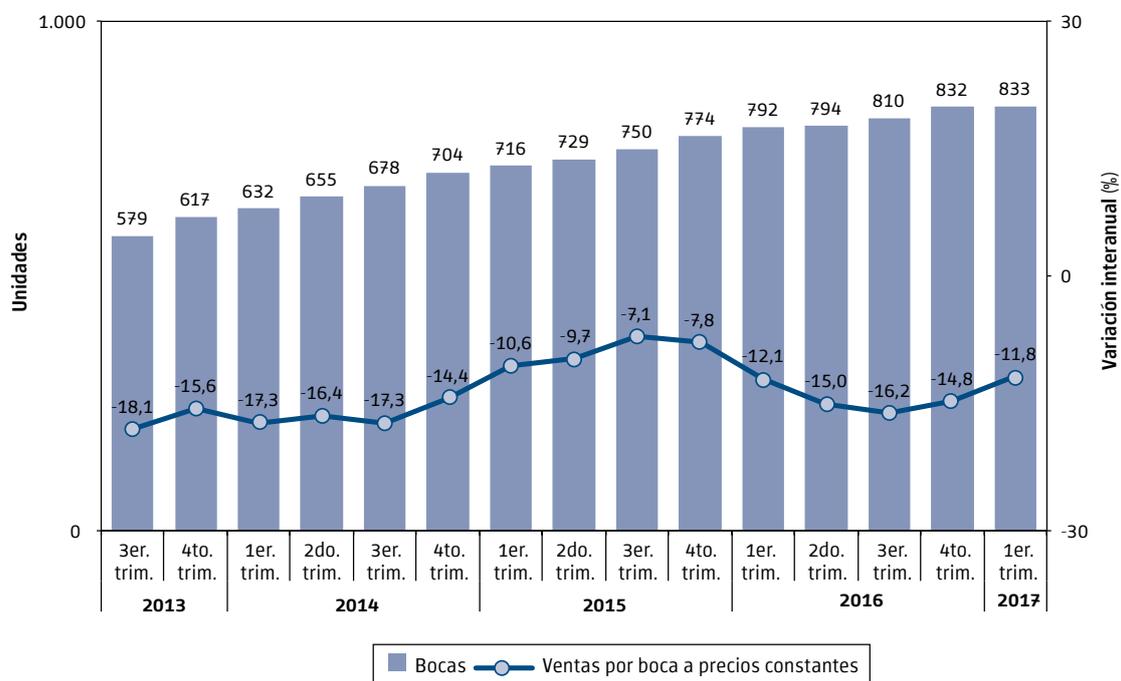
Nota: datos provisorios.

La información corresponde al último mes de cada período.

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

Si se analiza la evolución de las ventas por boca o sucursal supermercadista a precios constantes, la caída alcanzó el 11,8% en términos interanuales en el primer trimestre de 2017. El deterioro superó al observado en el total de ventas (-7,1%) al tiempo que el sector se expandió territorialmente mediante la inauguración de nuevas tiendas.

Gráfico 2.4 Bocas y variación porcentual interanual de las ventas por boca a precios constantes en supermercados. Ciudad de Buenos Aires. 3er. trimestre de 2013/1er. trimestre de 2017



Nota: datos provisorios.

El indicador de ventas a precios constantes se calcula a partir de julio de 2012.

La información sobre bocas corresponde al último mes de cada período.

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

3. Shoppings

3.1 Facturación

En el primer trimestre de 2017, los centros de compras –*shoppings*– de la Ciudad de Buenos Aires² facturaron \$ 5.483 millones, lo que implicó un alza interanual del 17,3%. La dinámica de las ventas a valores corrientes marcó una nueva desaceleración en el margen, ubicándose 3,0 p.p. por debajo de la medición correspondiente al cuarto trimestre de 2016 (20,3%).

Cuadro 3.1 Facturación en *shoppings* (millones de pesos) y variación porcentual interanual. Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2016/ 1er. trimestre de 2017

Trimestre	Millones de \$ (valores corrientes)	Variación interanual (%)
1/2016	4.675	27,5
2/2016	6.146	30,3
3/2016	6.150	21,3
4/2016	7.864	20,3
1/2017	5.483	17,3

Nota: datos provisorios.

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

En cuanto al desempeño por rubro, los segmentos que mostraron un dinamismo muy superior a la variación interanual de la facturación total fueron: *Juguetería* (38,2%),

Cuadro 3.2 Facturación en *shoppings* por grupo de artículos (millones de pesos) y variación porcentual interanual. Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2017

Grupo de artículos	Millones de \$ (valores corrientes)	Variación interanual (%)
Total	5.483	17,3
Indumentaria, calzado y marroquinería	2.642	13,9
Patio de comidas y kioscos	861	34,1
Electrónicos, electrodomésticos y computación	448	6,1
Ropa y accesorios deportivos	386	11,4
Muebles, decoración y textiles para el hogar	227	21,7
Diversión y esparcimiento	225	29,6
Perfumería y farmacia	207	27,7
Librería y papelería	105	20,0
Juguetería	68	38,2
Otros	314	9,8

Nota: datos provisorios.

La suma de los parciales puede no coincidir con el total por procedimientos de redondeo.

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

Patio de comidas y kioscos (34,1%), *Diversión y esparcimiento* (29,6%) y *Perfumería y farmacia* (27,7%). En tanto, *Muebles, decoración y textiles para el hogar* (21,7%) y *Librería y papelería* (20,0%) mostraron un crecimiento que superó por poco al promedio. Por su parte, *Indumentaria, calzado y marroquinería*, principal rubro comercializado, mostró un alza acotada (13,9%). *Electrónicos, electrodomésticos y computación* también incrementó sus ventas corrientes (6,1%).

3.2 Ventas a precios constantes

Las ventas medidas a valores constantes evolucionaron negativamente en el primer parcial del año, con una caída interanual del 7,9%. El consumo en los *shoppings* porteños viene mostrando bajas consecutivas desde el comienzo de 2016 con una intensificación del deterioro en el segundo semestre de dicho año.

Cuadro 3.3 Índice de ventas a precios constantes en *shoppings* y variación porcentual interanual. Base 3er. trimestre de 2012=100. Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2016/ 1er. trimestre de 2017

Trimestre	Índice (3er. trimestre de 2012=100)	Variación interanual (%)
1/2016	76,0	-5,8
2/2016	89,8	-6,1
3/2016	86,2	-12,6
4/2016	102,1	-12,4
1/2017	70,0	-7,9

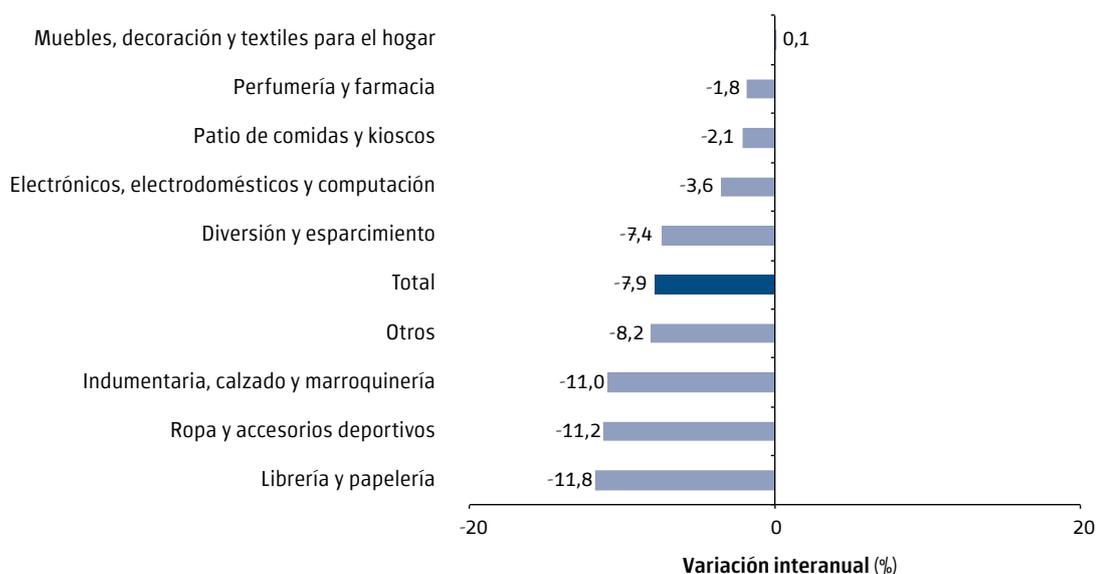
Nota: datos provisorios.

Fuente: 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, respectivamente.

Al considerar el volumen despachado (ventas constantes) por grupo de artículos se observa que todos los rubros, excepto *Muebles decoración y textiles para el hogar* (que mantuvo sus ventas con un alza del 0,1%), tuvieron un desempeño desfavorable. En este contexto, las categorías con mayores contracciones fueron *Librería y papelería* (-11,8%), *Ropa y accesorios deportivos* (-11,2%) e *Indumentaria, calzado y marroquinería* (-11,0%) –el más importante con el 46,6% de las ventas–. El resto de los rubros verificó reducciones de la demanda más suaves que la media del sector. En particular, *Electrónicos, electrodomésticos y computación* marcó una contracción más acotada en relación con los períodos previos (-3,6%).

2 En el período estudiado, la *Encuesta de Centros de Compras* (INDEC) relevó información sobre 19 *shoppings* radicados en la Ciudad.

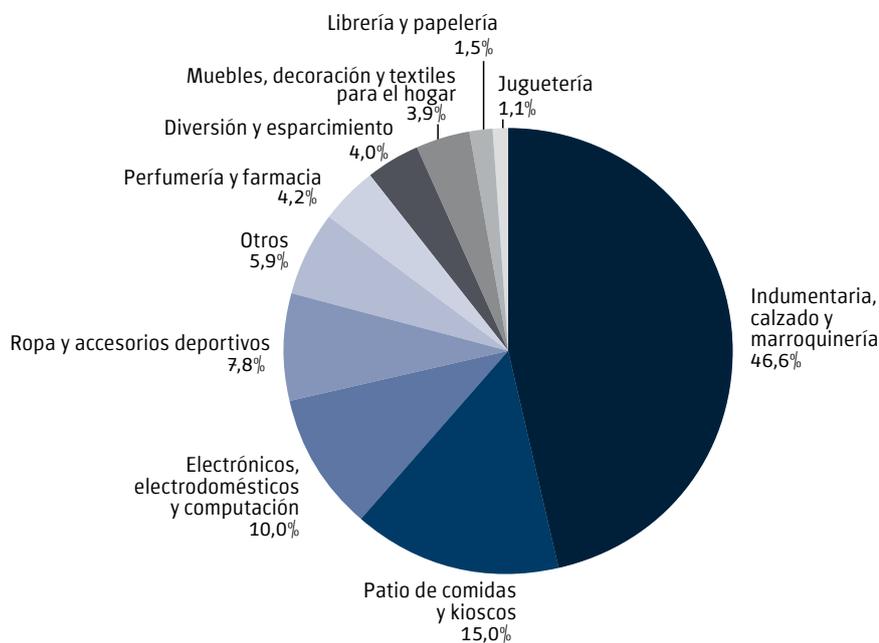
Gráfico 3.1 Variación porcentual interanual de las ventas a precios constantes en *shoppings* por grupo de artículos. Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2017



Nota: datos provisorios.

Fuente: 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, respectivamente.

Gráfico 3.2 Distribución porcentual de las ventas a precios constantes en *shoppings* por grupo de artículos. Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2017



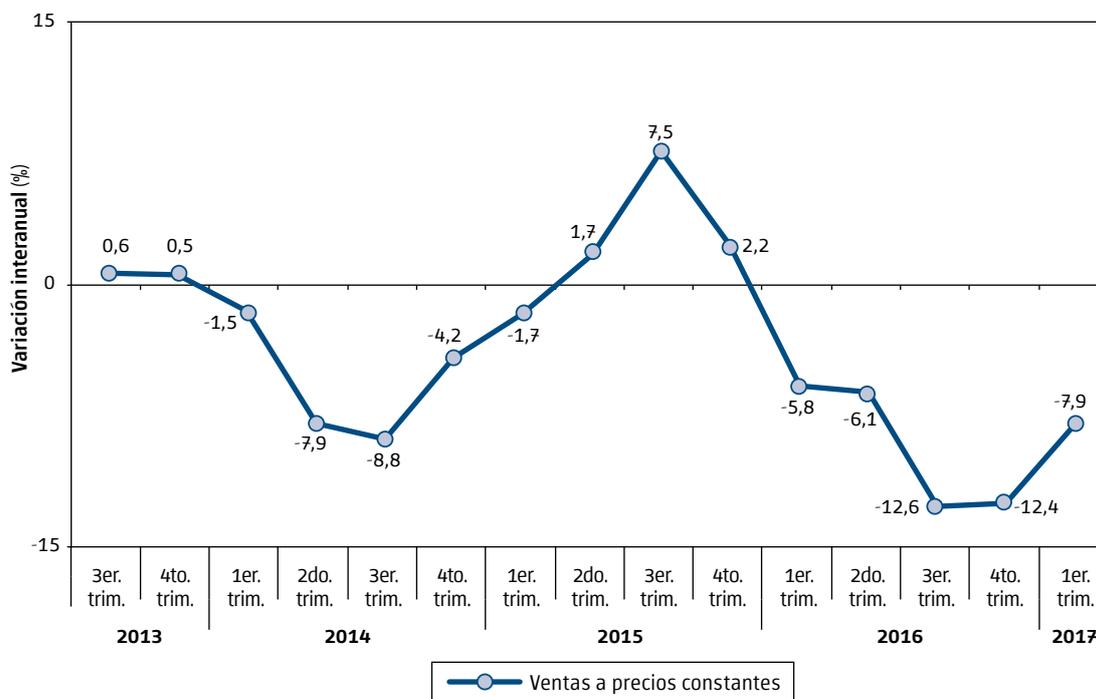
Nota: datos provisorios.

Fuente: 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, respectivamente.

En el período estudiado, la evolución del indicador de ventas a precios constantes en los *shoppings* porteños muestra una evolución cíclica que fue predominantemente negativa. No obstante, en algunos períodos el indicador mejoró su desempeño y alcanzó variaciones positivas (la más significativa entre julio y septiembre de 2015). Sin embargo, el aumento de los volúmenes vendidos no se sostuvo en 2016, cuando nueva-

mente se desencadenó la dinámica descendente. En el primer trimestre de 2017 se moderó la caída (-7,9%) en relación con el período previo, luego de verificarse las reducciones más importantes de la serie. Al igual que lo verificado para el consumo en supermercados, la demanda en los *shoppings* de la Ciudad contabilizó, hasta marzo de 2017, cinco trimestres consecutivos de contracciones.

Gráfico 3.3 Variación porcentual interanual de las ventas a precios constantes en *shoppings*. Ciudad de Buenos Aires. 3er. trimestre de 2013/1er. trimestre de 2017



Nota: datos provisorios.

El indicador de ventas a precios constantes se calcula a partir de julio de 2012.

Fuente: 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, respectivamente.

3.3 Locales

En la comparación interanual, la cantidad de locales activos se mantuvo prácticamente estable en el primer trimestre del año, con una mínima reducción del 0,1% que se traduce en sólo dos locales menos. En consonancia, se verificó una acotada disminución de la superficie total del área de ventas del sector, en tanto que el tamaño promedio de los locales mostró también una reducción (-0,7%). En relación con el trimestre previo, también se produjo el cierre de dos locales.

Cuadro 3.4 Locales, superficie (m²) por local en *shoppings* y variación porcentual interanual. Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2016/ 1er. trimestre de 2017

Trimestre	Locales		Superficie por local	
	Cantidad	Variación interanual (%)	m ²	Variación interanual (%)
1/2016	1.411	-0,1	171,7	6,9
2/2016	1.418	0,7	170,3	-0,1
3/2016	1.404	-0,2	171,2	-0,7
4/2016	1.411	-0,2	169,6	-0,9
1/2017	1.409	-0,1	170,4	-0,7

Nota: datos provisorios.

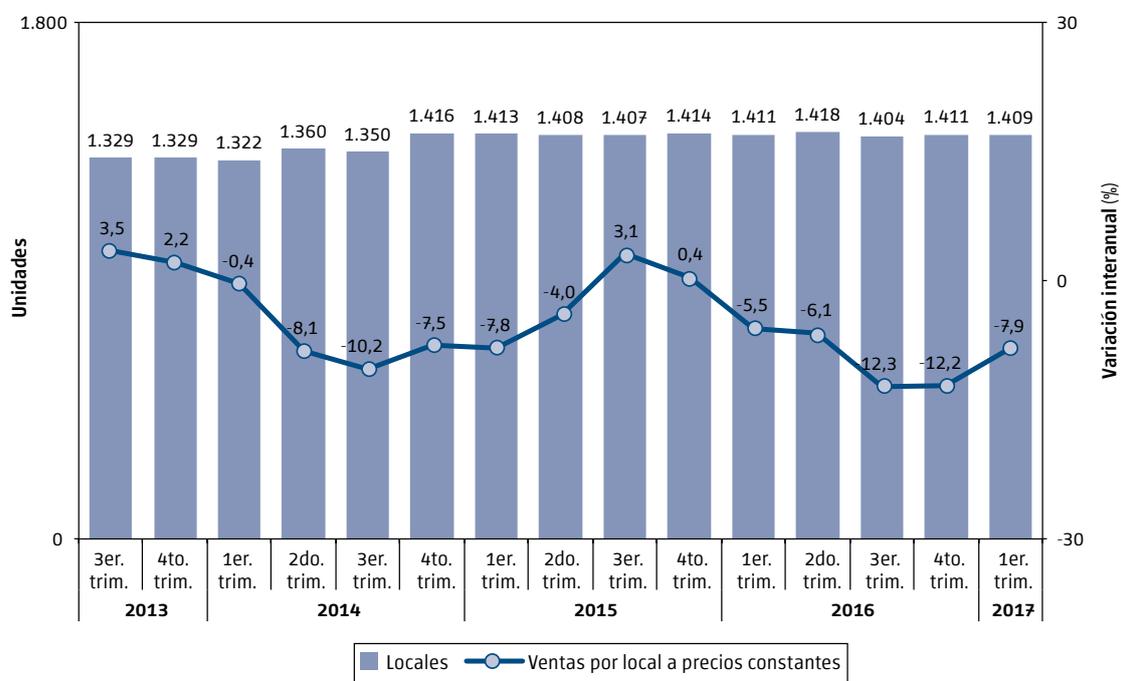
La información corresponde al último mes de cada período.

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

La disminución de las ventas por local a precios constantes (-7,9%) coincidió con la del sector en su conjunto, dada la estabilidad mencionada en la cantidad de locales. Cabe recordar que el último centro de compras

inaugurado en la Ciudad fue “Distrito Arcos” (a fines de 2014), dando lugar a un incremento excepcional de la cantidad de locales y una caída del registro de consumo por local.

Gráfico 3.4 Locales y variación porcentual interanual de las ventas por local a precios constantes en *shoppings*. Ciudad de Buenos Aires. 3er. trimestre de 2013/1er. trimestre de 2017



Nota: datos provisorios.

El indicador de ventas a precios constantes se calcula a partir de julio de 2012.

La información sobre locales corresponde al último mes de cada período.

Fuente: 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, respectivamente.

4. Comercios de electrodomésticos y artículos para el hogar

4.1 Facturación

El valor de las ventas corrientes de los comercios de electrodomésticos y artículos para el hogar de la Ciudad durante el primer trimestre de 2017 alcanzó \$ 2.492 millones, lo que representó un alza interanual del 18,6%. Cabe destacar que el monto facturado en el trimestre de comparación (enero-marzo de 2016) había sido el más bajo del año.

Cuadro 4.1 Facturación en comercios de electrodomésticos y artículos para el hogar (millones de pesos) y variación porcentual interanual. Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2016/ 1er. trimestre de 2017

Trimestre	Millones de \$ (valores corrientes)	Variación interanual (%)
1/2016	2.101	10,7
2/2016	2.626	20,9
3/2016	2.505	3,1
4/2016	3.007	-7,3
1/2017	2.492	18,6

Nota: datos provisorios.

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

4.2 Ventas a precios constantes

El seguimiento de las ventas a valores constantes dio cuenta de una recuperación interanual del consumo en los comercios de electrodomésticos y artículos para el hogar durante el comienzo del año, que alcanzó el 7,8% en el primer trimestre. Se infiere que la recuperación podría haber sido impulsada por los planes de financiación de 36 a 50 cuotas fijas, puestos en marcha a partir del febrero de 2017 por las cadenas de electrodomésticos en conjunto con algunas entidades bancarias. De todos modos el nivel de consumo continúa estando muy por debajo de los niveles de referencia (el índice con base en el tercer trimestre de 2012 se ubicó en 72,3).

Cuadro 4.2 Índice de ventas a precios constantes en comercios de electrodomésticos y artículos para el hogar y variación porcentual interanual. Base 3er. trimestre de 2012=100. Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2016/ 1er. trimestre de 2017

Trimestre	Índice (3er. trimestre de 2012=100)	Variación interanual (%)
1/2016	67,1	-23,2
2/2016	77,4	-17,9
3/2016	72,3	-26,6
4/2016	87,3	-28,5
1/2017	72,3	7,8

Nota: datos provisorios.

Fuente: 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, respectivamente.

También es posible acceder a información estadística sobre la Ciudad de Buenos Aires en www.estadisticaciudad.gob.ar

Para consultas dirijase al Departamento Documentación y Atención al Usuario a cdocumentacion@estadisticaciudad.gob.ar



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



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