

Dinámica del comercio minorista. 2do. trimestre de 2017

Informe de resultados | 1209



Noviembre de 2017

“2017: año de las energías renovables”

Resumen ejecutivo

El estudio de las variables indicativas de la evolución del comercio minorista durante el segundo trimestre de 2017 reveló una caída interanual de las ventas, en unidades físicas, de artículos de consumo masivo (alimentos, bebidas, artículos de limpieza e higiene personal) y de indumentaria. En cambio, la comercialización de bienes semidurables (electrodomésticos y artículos para el hogar) mostró una recuperación, sin dejar de tener en cuenta que el segundo trimestre de 2016 –período de referencia para la comparación– había mostrado un marcado descenso de las ventas constantes.

En el segundo trimestre de 2017, las cadenas de supermercados registraron una mínima contracción interanual en sus ventas a valores constantes (-0,2%), mayormente impulsada por la dinámica negativa del segmento *Alimentos y bebidas* (-0,5%). En tanto, la facturación ascendió el 23,5% en relación con el mismo período de 2016.

Las ventas en los *shoppings* tuvieron una suba del 15,0% a valores corrientes. En términos reales, se verificó una caída del consumo del 5,5%. La trayectoria del volumen físico de ventas se explica fundamentalmente por el comportamiento negativo de *Indumentaria, calzado y marroquinería* (-8,0%) y *Ropa y accesorios deportivos* (-10,2%).

Por último, la facturación de los comercios de electrodomésticos y artículos para el hogar de la Ciudad aumentó el 12,5%, en tanto que las ventas a precios constantes se incrementaron un 8,9%.

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
5	El comercio minorista en el primer semestre de 2017	9

Dinámica del comercio minorista. 2do. 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 *shoppings* o centros de compras y las empresas comercializadoras de electrodomésticos y artículos del hogar, evaluados a través de los relevamientos realizados por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC), que brindan información desagregada para el distrito porteño.

Específicamente, la información de supermercados proviene de la *Encuesta de Supermercados* y nos permite una aproximación a la dinámica de las ventas de los artículos de consumo masivo (alimentos y bebidas, artículos de limpieza y de higiene personal, etc.). El estudio registra mensualmente, a nivel nacional y por jurisdicción, 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, que describe el comportamiento de los 18 centros de compras que radicados en el distrito porteño y los 19 que están ubicados en los 24 Partidos del Gran Buenos Aires. Sus ventas se componen mayoritariamente de indumentaria, calzado, marroquinería y prendas deportivas. El operativo, no incluye las ventas realizadas por los supermercados.

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 bienes semidurables mediante el seguimiento de más de 100 empresas del sector a nivel nacional, con desagregación para la Ciudad de Buenos Aires.

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.

2. Supermercados

2.1 Facturación

El valor de las ventas de los supermercados de la Ciudad expresado a valores corrientes alcanzó \$ 14.321 millones en el segundo trimestre de 2017, lo que significó un incremento interanual del 23,5% y una aceleración en relación con el trimestre previo, de 4,1 puntos porcentuales –p.p.–. La dinámica de la facturación del sector viene registrando en 2017 un 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. 2do. trimestre de 2016/2do. trimestre de 2017

Trimestre	Millones de \$ (valores corrientes)	Variación interanual (%)
2/2016	11.598	26,5
3/2016	12.658	28,6
4/2016	13.959	27,0
1/2017	12.583	19,4
2/2017	14.321	23,5

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, sobresale la participación de *Alimentos y bebidas* y *Artículos de limpieza*, que tomados conjuntamente se alzaron con el 86,1% del total. En cuanto a la dinámica interanual, si bien todos los rubros marcaron ascensos, se destaca el desempeño de *Indumentaria, calzado y textiles* (40,2%) y *Alimentos y bebidas* (24,4%). En tanto, el agrupamiento *Electrónicos y artículos para el hogar* (5,5%) mostró un crecimiento acotado en el período.

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[01-09-2017]

Cuadro 2.2 Facturación en supermercados por grupo de artículos (millones de pesos) y variación porcentual interanual. Ciudad de Buenos Aires. 2do. trimestre de 2017

Grupo de artículos	Millones de \$ (valores corrientes)	Variación interanual (%)
Total	14.321	23,5
Alimentos y bebidas	10.373	24,4
Artículos de limpieza y perfumería	1.961	21,0
Electrónicos y artículos para el hogar	525	5,5
Indumentaria, calzado y textiles	283	40,2
Otros	1.178	25,7

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 mínima caída del 0,2% en el segundo trimestre de 2017. Se verificó una importante desaceleración de la caída del consumo en comparación con los períodos previos; en particular, el primer parcial de 2017 había mostrado una contracción del 7,2%.

Por grupo de artículos, el consumo de *Electrónicos y artículos para el hogar* cayó nuevamente (-3,8%), aunque en menor medida que el período previo. Vale la pena

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. 2do. trimestre de 2016/2do. trimestre de 2017

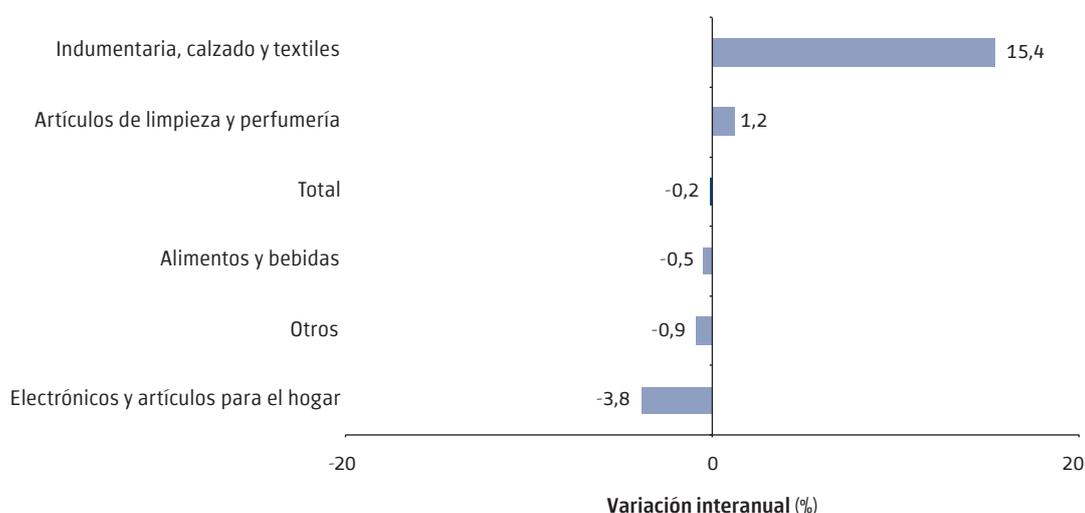
Trimestre	Índice (3er. trimestre de 2012=100)	Variación interanual (%)
2/2016	90,3	-8,5
3/2016	91,6	-8,7
4/2016	96,4	-8,5
1/2017	83,1	-7,2
2/2017	90,1	-0,2

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.

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* (-0,9%) marcaron una leve reducción. Completando el contexto contractivo del consumo en el sector, *Alimentos y bebidas* (-0,5%) también contrajo su demanda. Este último segmento, que se compone en su mayor parte de bienes de consumo masivo y primera necesidad, representó el 72,4% del total de las ventas en supermercados entre abril y junio. Por el contrario, se incrementó el volumen de ventas del rubro *Artículos de limpieza y perfumería* (1,2%), del mismo modo que *Indumentaria, calzado y textiles* (15,4%).

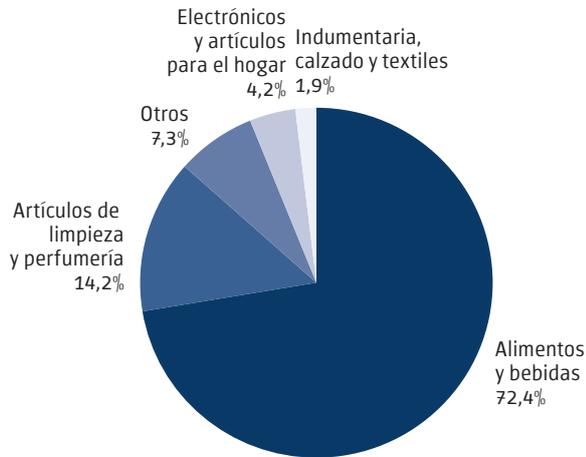
Gráfico 2.1 Variación porcentual interanual de las ventas a precios constantes en supermercados por grupo de artículos. Ciudad de Buenos Aires. 2do. trimestre de 2017



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. 2do. trimestre de 2017

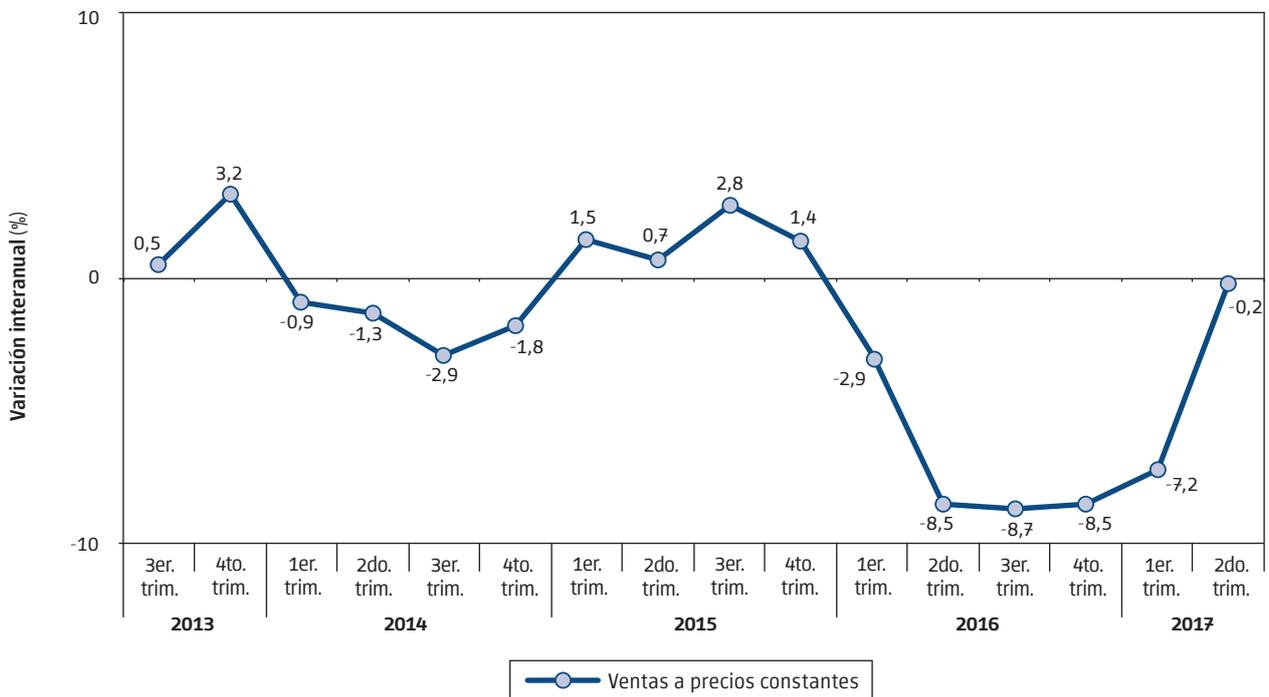


Nota: datos provisorios.

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 segundo trimestre de 2017 el indicador de ventas a precios constantes marcó una leve caída (-0,2%), más suave que las mediciones previas. Cabe destacar que en el mismo trimestre de 2016, período de comparación, se había registrado uno de los mayores deterioros de la serie (-8,5%). En cuanto a la evolución del indicador, 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.

Gráfico 2.3 Variación porcentual interanual de las ventas a precios constantes en supermercados. Ciudad de Buenos Aires. 3er. trimestre de 2013/2do. 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 (46 locales nuevos en relación con el segundo trimestre de 2016, con un alza interanual del 5,8%). 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 7 locales.

A su vez, se verificó una disminución interanual del 3,1% en la superficie promedio por boca, aunque el total del área de ventas de los supermercados se incrementó en base a las nuevas aperturas (2,5%). 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) total del área de ventas, superficie (m²) por boca en supermercados y variación porcentual interanual. Ciudad de Buenos Aires. 2do. trimestre de 2016/2do. trimestre de 2017

Trimestre	Bocas		Superficie total		Superficie por boca	
	Cantidad	Variación interanual (%)	m ²	Variación interanual (%)	m ²	Variación interanual (%)
2/2016	794	8,9	473.012	3,0	595,7	-5,4
3/2016	810	8,0	474.697	3,4	586,0	-4,3
4/2016	832	7,5	485.041	2,3	583,0	-4,8
1/2017	833	5,2	484.222	2,3	581,3	-2,7
2/2017	840	5,8	485.036	2,5	577,4	-3,1

Nota: datos provisorios.

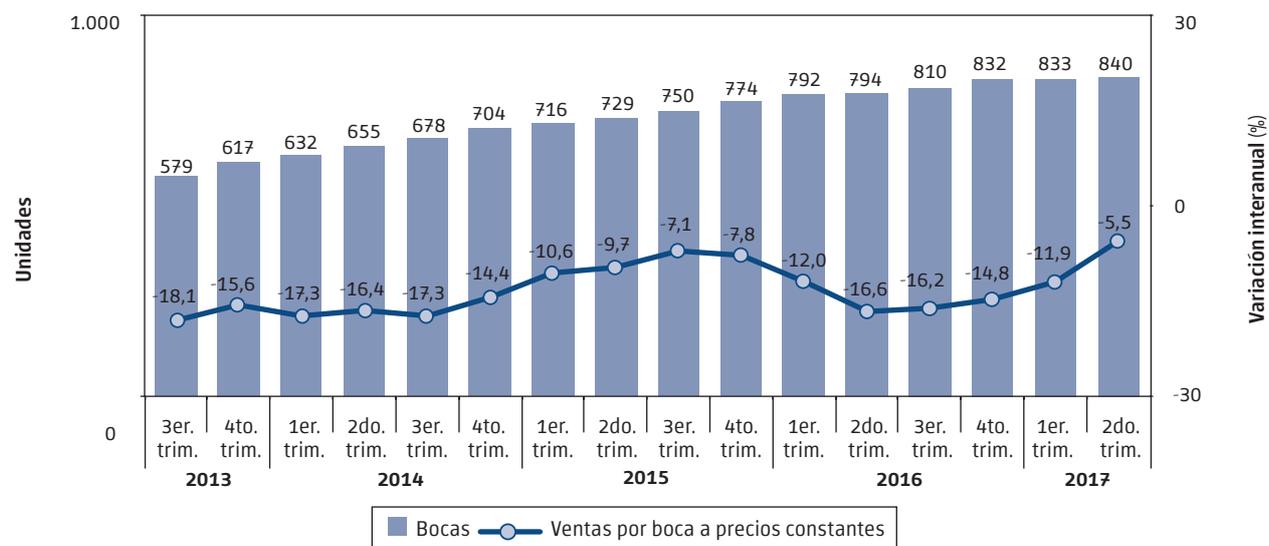
La información corresponde al último mes de cada período.

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 5,5% en términos interanuales en el segundo trimestre de 2017. El deterioro superó al observado en el total de

ventas (-0,2%) 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 2013/2do. 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 segundo trimestre de 2017, los centros de compras de la Ciudad de Buenos Aires² facturaron \$ 7.066 millones, lo que implicó un alza interanual del 15,0%. La dinámica de las ventas a valores corrientes marcó una nueva desaceleración en relación con el trimestre previo, ubicándose 2,3 p.p. por debajo de la medición correspondiente al primer parcial (17,3%).

Cuadro 3.1 Facturación en *shoppings* (millones de pesos) y variación porcentual interanual. Ciudad de Buenos Aires. 2do. trimestre de 2016/2do. trimestre de 2017

Trimestre	Millones de \$ (valores corrientes)	Variación interanual (%)
2/2016	6.146	30,3
3/2016	6.150	21,3
4/2016	7.864	20,3
1/2017	5.483	17,3
2/2017	7.066	15,0

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.

Cuadro 3.2 Facturación en *shoppings* por grupo de artículos (millones de pesos) y variación porcentual interanual. Ciudad de Buenos Aires. 2do. trimestre de 2017

Grupo de artículos	Millones de \$ (valores corrientes)	Variación interanual (%)
Total	7.066	15,0
Indumentaria, calzado y marroquinería	3.868	12,0
Patio de comidas y kioscos	951	34,5
Ropa y accesorios deportivos	517	12,1
Electrónicos, electrodomésticos y computación	497	3,4
Muebles, decoración y textiles para el hogar	254	17,7
Perfumería y farmacia	229	11,0
Diversión y esparcimiento	199	3,6
Librería y papelería	95	13,9
Juguetería	67	13,9
Otros	388	34,7

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.

En cuanto al desempeño por rubro, los segmentos que mostraron un dinamismo superior a la variación interanual de la facturación total fueron: *Patio de comidas y kioscos* (34,5%) –segundo rubro en importancia dentro del total–, y *Muebles, decoración y textiles para el hogar* (17,7%); mientras que el residual *Otros* (34,7%) tuvo el alza interanual más destacable. En tanto, *Juguetería* (13,9%), *Librería y papelería* (13,9%), *Ropa y accesorios deportivos* (12,1%), *Indumentaria, calzado y marroquinería* (12,0%) –principal rubro comercializado con una participación del 54,7%–, y *Perfumería y farmacia* (11,0%), entre otros, mostraron un crecimiento que no superó al promedio.

3.2 Ventas a precios constantes

Las ventas medidas a valores constantes descendieron en el segundo parcial del año, con una caída interanual del 5,5%. 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. 2do. trimestre de 2016/2do. trimestre de 2017

Trimestre	Índice (3er. trimestre de 2012=100)	Variación interanual (%)
2/2016	89,8	-6,1
3/2016	86,2	-12,6
4/2016	102,1	-12,4
1/2017	70,0	-7,9
2/2017	84,4	-5,5

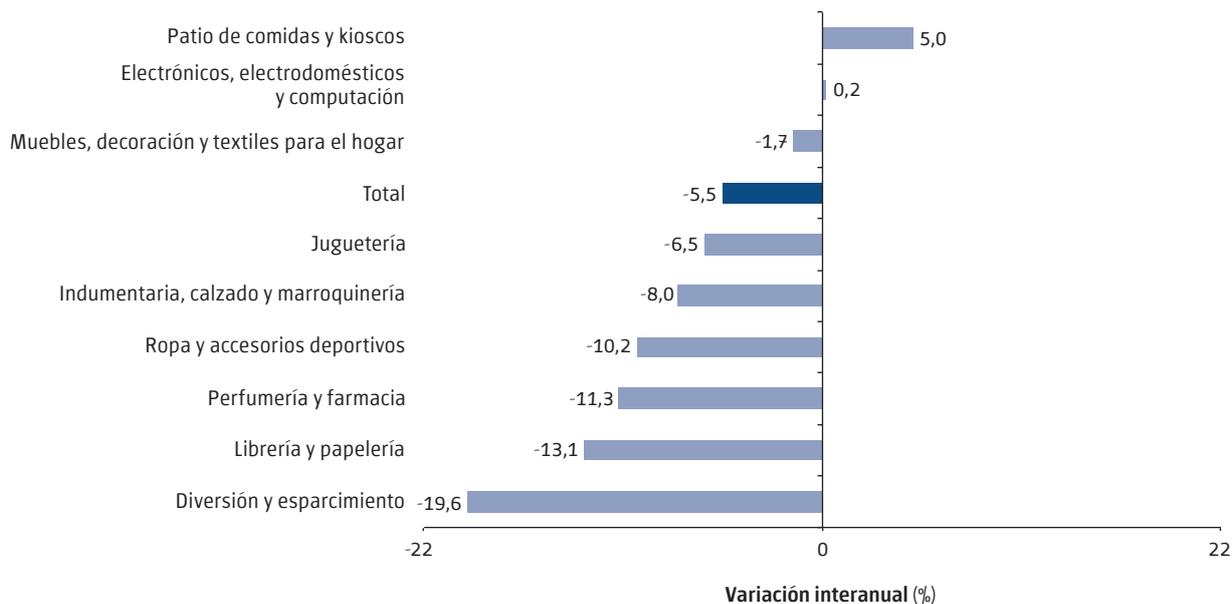
Nota: datos provisorios.

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 comercializado (ventas constantes) por grupo de artículos se observa que todos los rubros, excepto *Patio de comidas y kioscos* (5,0%) y *Electrónicos, electrodomésticos y computación* (que mantuvo sus ventas con un alza del 0,2%), tuvieron un desempeño desfavorable. En este contexto, las categorías con mayores contracciones fueron *Diversión y esparcimiento* (-19,6%), *Librería y papelería* (-13,1%), *Perfumería y farmacia* (-11,3%), *Ropa y accesorios deportivos* (-11,2%) e *Indumentaria, calzado y marroquinería* (-8,0%) –el más importante con el 52,0% de las ventas–.

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

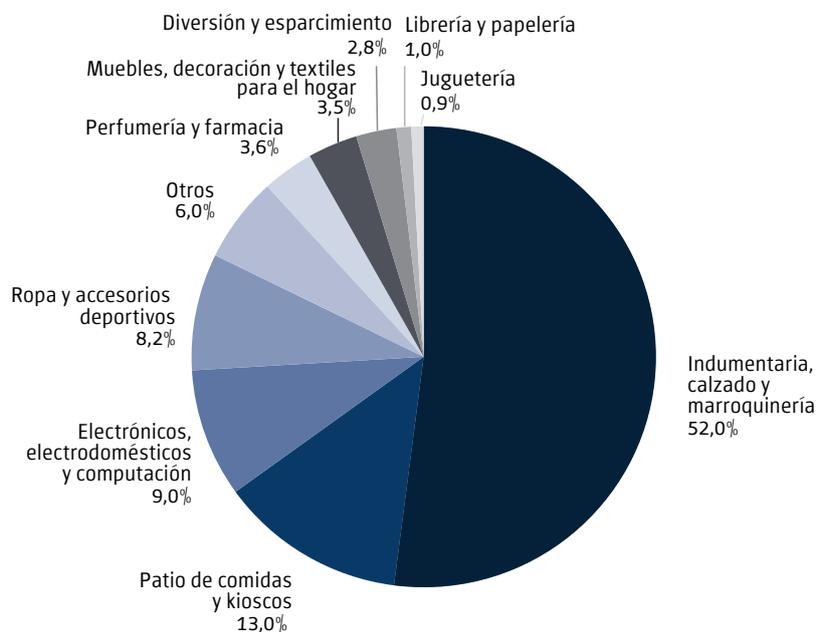
Gráfico 3.1 Variación porcentual interanual de las ventas a precios constantes en *shoppings* por grupo de artículos. Ciudad de Buenos Aires. 2do. trimestre de 2017



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. 2do. trimestre de 2017



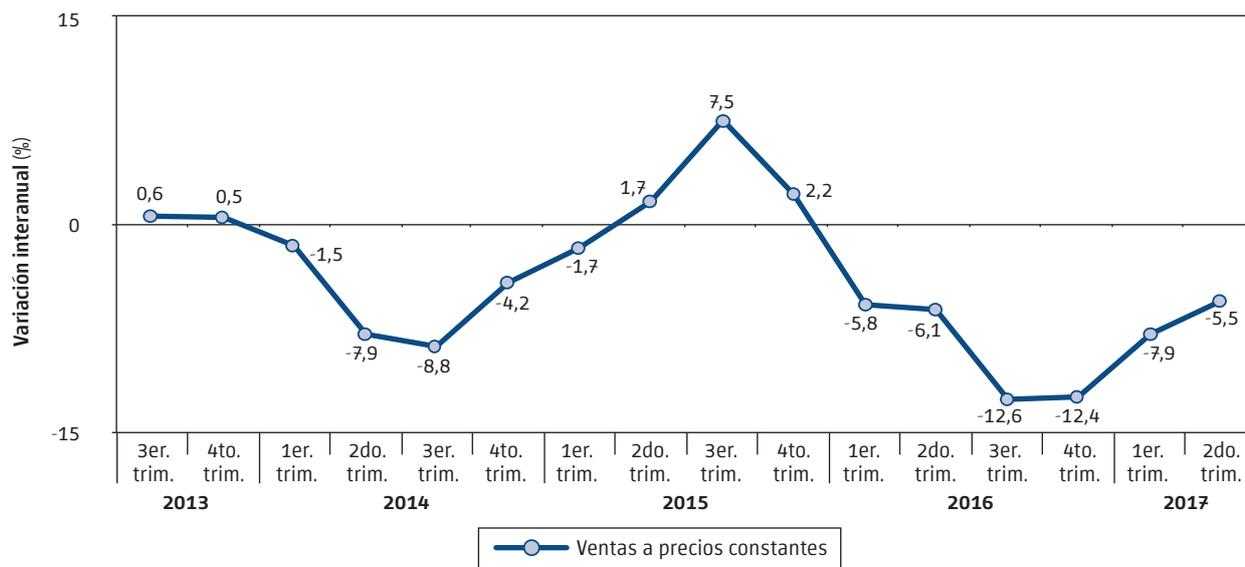
Nota: datos provisorios.

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.

El comportamiento 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). El aumento de los volúmenes vendidos no se sostuvo en 2016, cuando nuevamente se desencadenó la dinámica descendente. Durante 2017

se moderó la caída en relación con el año previo cuando se verificaron las reducciones más importantes de la serie. Así, en el segundo trimestre el descenso interanual de las ventas se ubicó en 5,5%. Al igual que para el consumo en supermercados, la demanda en los *shoppings* de la Ciudad contabilizó, hasta junio de 2017, seis 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 2013/2do. 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 segundo trimestre del año, con una mínima reducción del 0,8% que se traduce en 11 locales menos. En consonancia, se verificó una disminución de la superficie total del área

de ventas del sector, en tanto que el tamaño promedio de los locales se mantuvo prácticamente estable. En relación con el trimestre previo, se produjo el cierre de 2 locales.

Cuadro 3.4 Locales, superficie (m²) total de los locales activos, superficie (m²) por local en *shoppings* y variación porcentual interanual. Ciudad de Buenos Aires. 2do. trimestre de 2016/2do. trimestre de 2017

Trimestre	Locales		Superficie total		Superficie por local	
	Cantidad	Variación interanual (%)	m ²	Variación interanual (%)	m ²	Variación interanual (%)
2/2016	1.418	0,7	241.532	0,6	170,3	-0,1
3/2016	1.404	-0,2	240.299	-0,9	171,2	-0,7
4/2016	1.411	-0,2	239.300	-1,1	169,6	-0,9
1/2017	1.409	-0,1	240.132	-0,9	170,4	-0,7
2/2017	1.407	-0,8	239.488	-0,8	170,2	-0,1

Nota: datos provisorios.

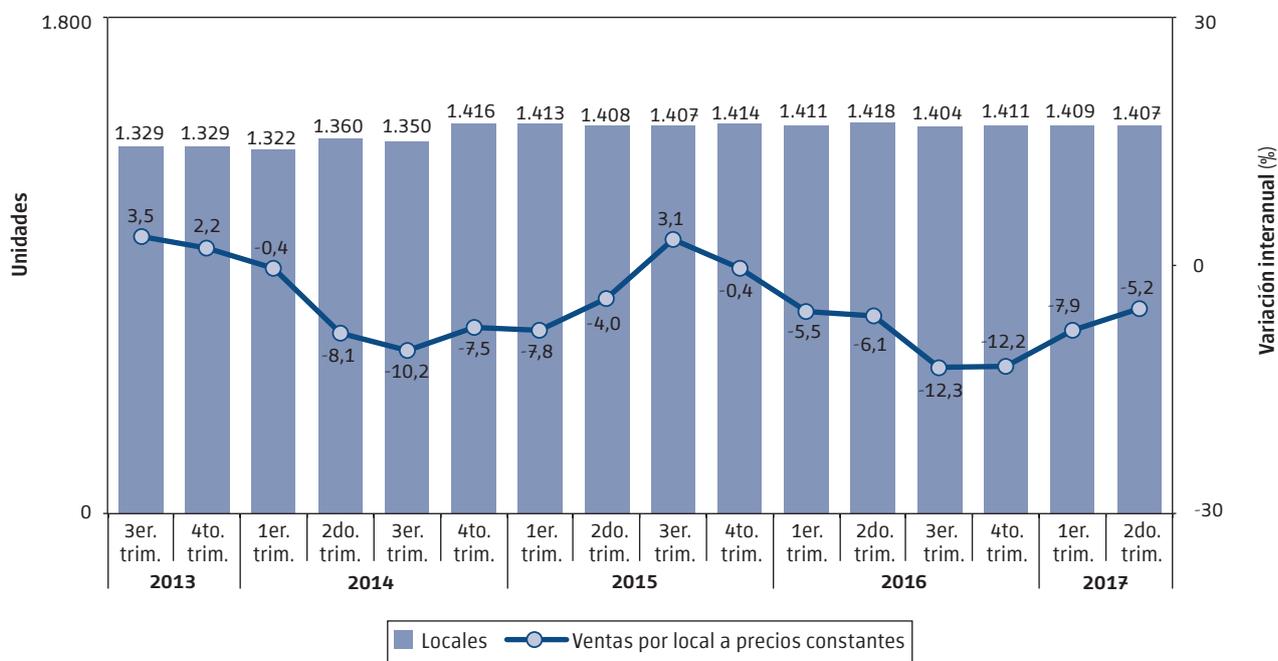
La información corresponde al último mes de cada período.

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 (-5,2%) fue algo más suave a la del sector en su conjunto, dada la merma leve 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 2013/2do. 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 segundo trimestre de 2017 alcanzó \$ 2.954 millones, lo que representó un alza interanual del 12,5%. Este incremento implicó una desaceleración respecto del trimestre previo, cuando la facturación del sector se había incrementado un 18,6%.

Cuadro 4.1 Facturación en comercios de electrodomésticos y artículos para el hogar (millones de pesos) y variación porcentual interanual. Ciudad de Buenos Aires. 2do. trimestre de 2016/2do. trimestre de 2017

Trimestre	Millones de \$ (valores corrientes)	Variación interanual (%)
2/2016	2.626	20,9
3/2016	2.505	3,1
4/2016	3.007	-7,3
1/2017	2.492	18,6
2/2017	2.954	12,5

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 de bienes semidurables en los comercios de electrodomésticos y artículos para el hogar durante el segundo trimestre del año, que alcanzó el 8,9%. Se infiere que la recuperación iniciada en 2017 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 84,3).

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. 2do. trimestre de 2016/2do. trimestre de 2017

Trimestre	Índice (3er. trimestre de 2012=100)	Variación interanual (%)
2/2016	77,4	-17,9
3/2016	72,3	-26,6
4/2016	87,3	-28,5
1/2017	72,3	7,8
2/2017	84,3	8,9

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 Electrodomésticos y Artículos para el hogar, respectivamente.

En cuanto a los bienes semidurables, por el contrario, las casas de electrodomésticos reportaron un alza interanual de sus ventas reales (8,4%). De todos modos cabe destacar que en el semestre de comparación (primero de 2016), el desempeño de las ventas había sido muy desfavorable, con una caída del orden del 20,4%.

Cuadro 5.1 Variación porcentual interanual de las ventas a precios constantes por sector. Ciudad de Buenos Aires. 1er. semestre de 2017

Sector	Variación interanual (%)
Supermercados	-3,7
Shoppings	-6,6
Comercios de electrodomésticos	8,4

Nota: datos provisorios.

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

5. El comercio minorista en el primer semestre de 2017

Durante los primeros seis meses de 2017, dos de los sectores principales que componen el comercio minorista acumularon una caída interanual en sus indicadores de volumen físico vendido.

La comercialización de artículos de consumo masivo en supermercados (alimentos, bebidas y artículos de limpieza) marcó una leve reducción trimestral, con lo que acumuló hasta junio una dinámica negativa del 3,7% interanual.

Por su parte, el consumo en los centros de compras porteños (mayoritariamente de indumentaria) también experimentó una contracción, lo que determinó una baja del 6,6% en el semestre.

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)