

Dinámica del comercio minorista. 3er. trimestre de 2017

Informe de resultados | 1243



Marzo de 2018

Resumen ejecutivo

El estudio de las variables indicativas de la evolución del comercio minorista durante el tercer trimestre de 2017 reveló una caída interanual mínima de las ventas de artículos de consumo masivo (alimentos, bebidas, artículos de limpieza e higiene personal). En cambio, la comercialización de indumentaria y de bienes semidurables (electrodomésticos y artículos para el hogar) mostró una recuperación, que fue mayor para el último grupo.

En el tercer trimestre de 2017, las cadenas de supermercados registraron una mínima contracción interanual en sus ventas a valores constantes (-0,1%), mayormente impulsada por la dinámica negativa del segmento *Alimentos y bebidas*. En tanto, la facturación ascendió el 20,2% en relación con el mismo período de 2016.

Las ventas en los *shoppings* tuvieron una suba del 20,6% a valores corrientes. En términos reales, se verificó un crecimiento muy leve, del 0,9%.

Por último, la facturación de los comercios de electrodomésticos y artículos para el hogar de la Ciudad registró un importante aumento (27,9%), en tanto que las ventas a precios constantes evidenciaron un buen desempeño (21,0%).

Índice

1	Introducción	1
2	Supermercados	1
2.1	Facturación	1
2.2	Ventas a precios constantes	2
2.3	Bocas de expendio	3
3	Shoppings	5
3.1	Facturación	5
3.2	Ventas a precios constantes	5
3.3	Locales	6
4	Comercios de electrodomésticos y artículos para el hogar	7
4.1	Facturación	7
4.2	Ventas a precios constantes	8
5	El comercio minorista en el acumulado a septiembre de 2017	8

Dinámica del comercio minorista. 3er. 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 18 centros de compras radicados en el distrito porteño y 19 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 \$ 15.206 millones en el tercer trimestre de 2017, lo que significó un incremento interanual del 20,2% y una desaceleración en relación con el trimestre previo, de 3,2 puntos porcentuales -p.p.-.

Cuadro 2.1 Facturación en supermercados (millones de pesos) y variación porcentual interanual. Ciudad de Buenos Aires. 3er. trimestre de 2016/3er. trimestre de 2017

Trimestre	Millones de \$ (valores corrientes)	Variación interanual (%)
3/2016	12.652	28,4
4/2016	13.955	27,0
1/2017	12.582	19,4
2/2017	14.318	23,4
3/2017	15.206	20,2

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 y perfumería*, que tomados conjuntamente se alzaron con el 85,6% del total. En cuanto a la dinámica interanual, si bien todos los rubros marcaron ascensos parejos, se destaca el desempeño de *Artículos de limpieza y perfumería* (21,4%). En tanto, el agrupamiento *Indumentaria, calzado y textiles* (16,9%) mostró el crecimiento más 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 [18-01-2018]

Cuadro 2.2 Facturación en supermercados por grupo de artículos (millones de pesos) y variación porcentual interanual. Ciudad de Buenos Aires. 3er. trimestre de 2017

Grupo de artículos	Millones de \$ (valores corrientes)	Variación interanual (%)
Total	15.206	20,2
Alimentos y bebidas	10.928	19,7
Artículos de limpieza y perfumería	2.081	21,4
Electrónicos y artículos para el hogar	577	21,0
Indumentaria, calzado y textiles	285	16,9
Otros	1.334	22,4

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 disminución del 0,1% en el tercer trimestre del año. Se observa que los guarismos fueron similares a los del parcial anterior e indican que continúa desacelerándose la caída del consumo en comparación con lo acontecido durante 2016 y los primeros meses de 2017. Hay que tener en cuenta, no obstante, que el segundo y tercer trimestres de 2016 (períodos base de comparación) habían registrado los mayores deterioros de la serie (8,6% y 8,8%).

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. 3er. trimestre de 2016/3er. trimestre de 2017

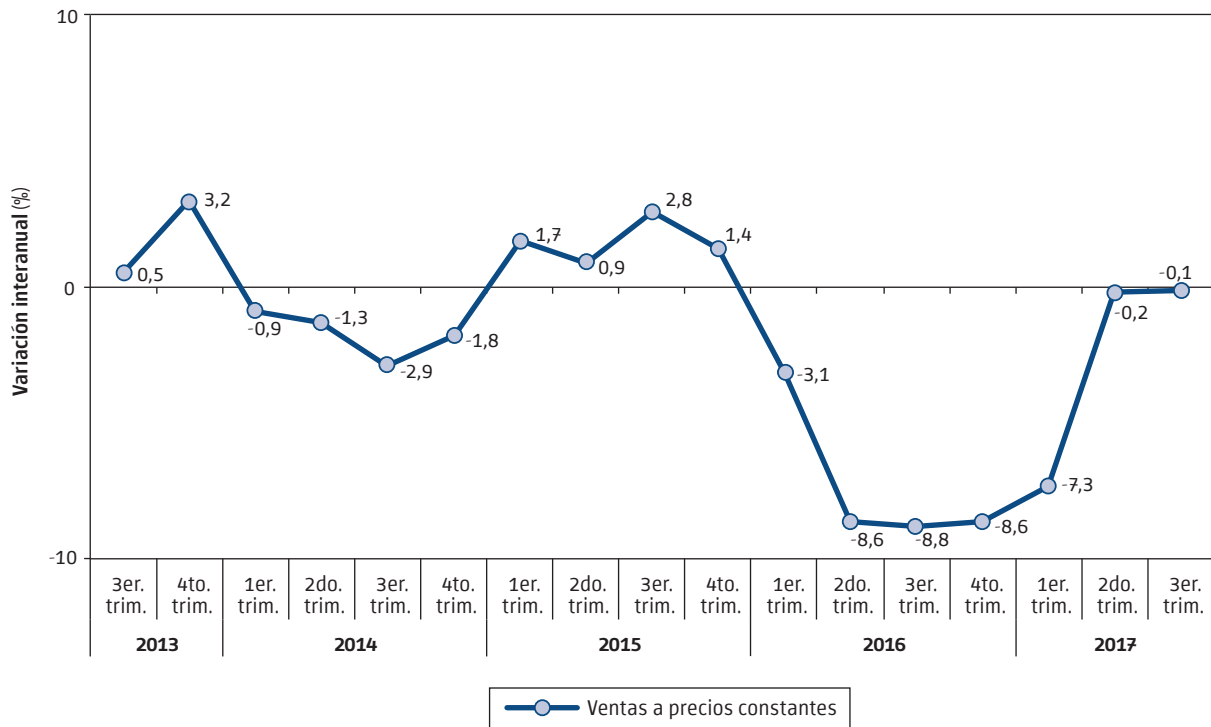
Trimestre	Índice (3er. trimestre de 2012=100)	Variación interanual (%)
3/2016	91,6	-8,8
4/2016	96,4	-8,6
1/2017	83,1	-7,3
2/2017	90,1	-0,2
3/2017	91,5	-0,1

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.

En cuanto a la evolución del indicador en el tiempo, 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. Si bien se observa una mejoría en los dos últimos parciales informados, el volumen comercializado por el sector supermercadista aún está lejos del alcanzado en el período 2012/2015.

Gráfico 2.1 Variación porcentual interanual de las ventas a precios constantes en supermercados. Ciudad de Buenos Aires. 3er. trimestre de 2013/3er. 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 porteño verificó una dinámica positiva a través de la apertura de nuevas bocas de expendio (31 locales nuevos en relación con el tercer trimestre de 2016, con un alza interanual del 3,8%). El incremento en la cantidad de bocas del sector supermercadista es sostenido desde hace 20 años, sin embargo esta dinámica se ha venido moderando en el último período; en particular, en relación con el trimestre previo se produjo la inauguración de un solo local.

Lo anterior refleja que las inauguraciones siguen respondiendo al formato minimercado, de la mano de un fenómeno iniciado en 2011. Es así que, mientras que en 2010 se contabilizaron 390 bocas con una superficie promedio de 1.007,8 m² por boca, 2016 culminó con 832 sucursales y una superficie promedio por sucursal de 583,0 m². En 6 años, la cantidad de bocas de expendio supermercadista más que se duplicó (alza del 113,3%) y la superficie promedio por boca se contrajo un 42,2%.

Por su parte, el área total de ventas de los supermercados se incrementó (2,4%) al tiempo que se verificó una disminución interanual en la superficie promedio por boca (1,4%). Esta situación acontece porque los nuevos locales tienden a tener un tamaño más reducido (menor a la superficie promedio por boca).

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. 3er. trimestre de 2016/3er. trimestre de 2017

Trimestre	Bocas		Superficie total		Superficie por boca	
	Cantidad	Variación interanual (%)	m ²	Variación interanual (%)	m ²	Variación interanual (%)
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
3/2017	841	3,8	486.172	2,4	578,1	-1,4

Nota: datos provisorios.

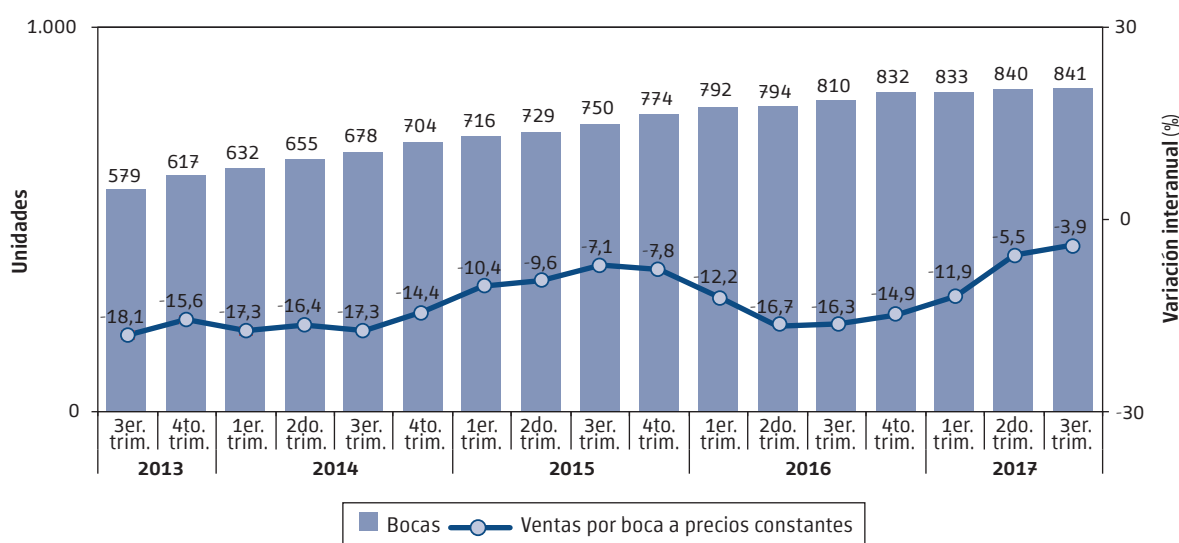
La información corresponde al último mes de cada período.

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, en términos interanuales, alcanzó el 3,9% en el tercer

trimestre de 2017. El deterioro superó al observado en el total de ventas (-0,1%) producto de la expansión en la cantidad de bocas verificado en el período.

Gráfico 2.2 Bocas y variación porcentual interanual de las ventas por boca a precios constantes en supermercados. Ciudad de Buenos Aires. 3er. trimestre de 2013/3er. 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 tercer trimestre de 2017, los centros de compras de la Ciudad de Buenos Aires facturaron \$ 7.416 millones, lo que implicó un alza interanual del 20,6%. La dinámica de las ventas a valores corrientes marcó una aceleración en relación con los dos trimestres anteriores.

Cuadro 3.1 Facturación en *shoppings* (millones de pesos) y variación porcentual interanual. Ciudad de Buenos Aires. 3er. trimestre de 2016/3er. trimestre de 2017

Trimestre	Millones de \$ (valores corrientes)	Variación interanual (%)
3/2016	6.150	21,3
4/2016	7.865	20,3
1/2017	5.483	17,3
2/2017	7.063	14,9
3/2017	7.416	20,6

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 superior a la variación interanual de la facturación total fueron: *Patio de comidas y kioscos* (31,0) –segundo rubro en facturación–, *Diversión y esparcimiento* (23,5%) y *Muebles, decoración y textiles para el hogar* (20,9%). En tanto, los rubros *Juguetería* (13,9%), *Librería y papelería* (14,0%) y *Perfumería y farmacia* (14,5%) mostraron los crecimientos más moderados del trimestre.

Cuadro 3.2 Facturación en *shoppings* por grupo de artículos (millones de pesos) y variación porcentual interanual. Ciudad de Buenos Aires. 3er. trimestre de 2017

Grupo de artículos	Millones de \$ (valores corrientes)	Variación interanual (%)
Total	7.416	20,6
Indumentaria, calzado y marroquinería	3.697	17,9
Patio de comidas y kioscos	1.131	31,0
Electrónicos, electrodomésticos y computación	572	16,9
Ropa y accesorios deportivos	559	16,4
Diversión y esparcimiento	277	23,5
Muebles, decoración y textiles para el hogar	277	20,9
Perfumería y farmacia	261	14,5
Juguetería	102	13,9
Librería y papelería	100	14,0
Otros	441	35,9

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.

3.2 Ventas a precios constantes

Las ventas medidas a valores constantes en el tercer trimestre mostraron un incremento interanual del 0,9%. El consumo en los *shoppings* porteños transitaba una tendencia a la baja desde el inicio de 2016 que se fue moderando a lo largo de 2017 y recién en el tercer trimestre logró revertirse.

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. 3er. trimestre de 2016/3er. trimestre de 2017

Trimestre	Índice (3er. trimestre de 2012=100)	Variación interanual (%)
3/2016	86,2	-12,6
4/2016	102,1	-12,4
1/2017	70,0	-7,9
2/2017	84,8	-5,5
3/2017	87,0	0,9

Nota: datos provisorios.

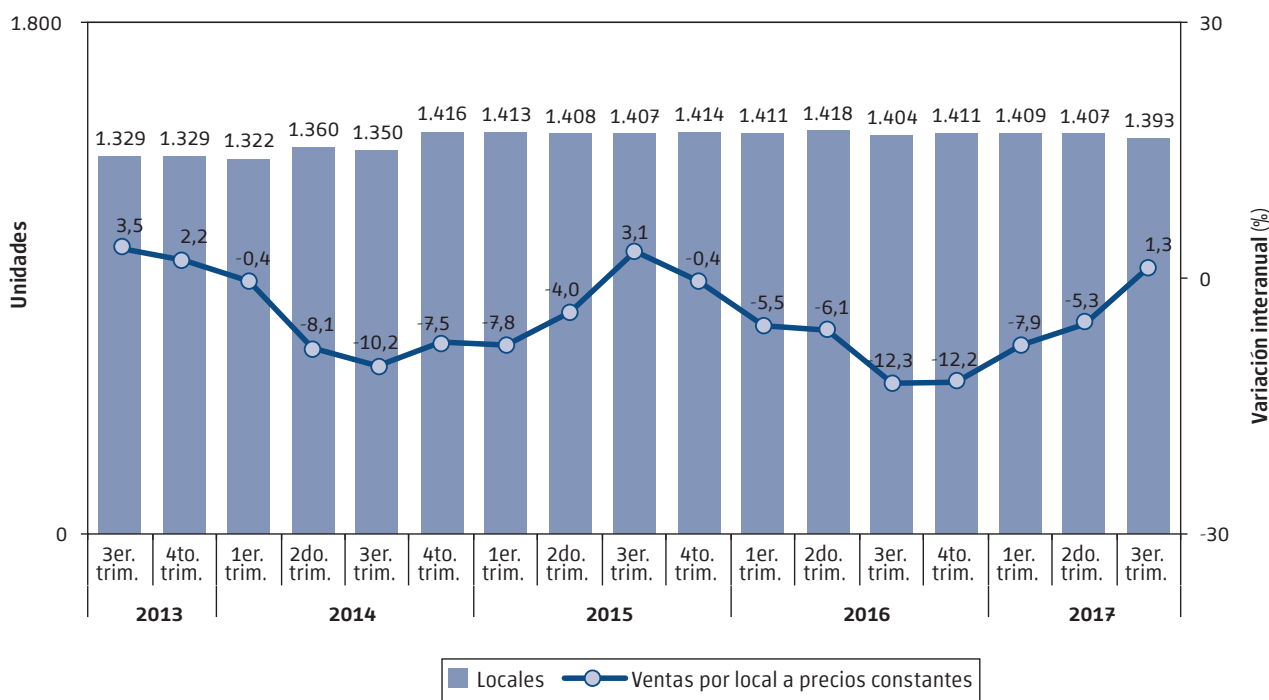
Fuente: Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Hacienda GCBA), sobre la base de datos de DGEyC e INDEC. IPCBA y Encuesta de Centros de Compras, respectivamente.

Desde el inicio de la serie, el comportamiento del indicador de ventas a precios constantes en los *shoppings* porteños muestra un comportamiento cíclico predominantemente negativo, con 11 de 17 trimestres en baja. El mejor desempeño lo alcanzó en 2015, específicamente entre julio y septiembre. Durante 2017 se moderó la caída en relación con el año previo cuando se verificaron las reducciones más importantes. Así, en el tercer trimestre se verificó una variación positiva después de seis trimestres de caídas; sin embargo, el volumen de ventas aún está lejos de la media de los últimos cinco años registrada en el sector.

Por su parte, las ventas por local a precios constantes crecieron un 1,3%, superando la dinámica del sector en su conjunto, producto de la merma en la cantidad de locales. Cabe destacar que los cambios importantes en la

cantidad de locales tienden a estar asociados a la apertura de nuevos centros de compras, el último inaugurado en la Ciudad fue “Distrito Arcos” (a fines de 2014).

Gráfico 3.2 Locales y variación porcentual interanual de las ventas por local a precios constantes en *shoppings*. Ciudad de Buenos Aires. 3er. trimestre de 2013/3er.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 tercer trimestre de 2017 alcanzó \$ 3.205 millones, lo que representó un alza interanual del 27,9%. Este incremento permite consolidar los crecimientos experimentados en la primera mitad del año y dan cuenta de un nuevo récord de facturación para el trimestre.

Cuadro 4.1 Facturación en comercios de electrodomésticos y artículos para el hogar (millones de pesos) y variación porcentual interanual. Ciudad de Buenos Aires. 3er. trimestre de 2016/3er. trimestre de 2017

Trimestre	Millones de \$ (valores corrientes)	Variación interanual (%)
3/2016	2.505	3,1
4/2016	3.007	-7,3
1/2017	2.492	18,6
2/2017	2.954	12,5
3/2017	3.205	27,9

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

Las ventas a valores constantes de los comercios de electrodomésticos mantienen la dinámica en alza de comienzos de año, con un incremento interanual más acelerado, del 21,0%. Se infiere que la recuperación de 2017 podría haber sido impulsada por los planes de financiación de 36 a 50 cuotas fijas, puestos en marcha a partir del febrero 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 87,5).

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. 3er. trimestre de 2016/3er. trimestre de 2017

Trimestre	Índice (3er. trimestre de 2012=100)	Variación interanual (%)
3/2016	72,3	-26,6
4/2016	87,3	-28,5
1/2017	72,3	7,8
2/2017	84,3	8,9
3/2017	87,5	21,0

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.

5. El comercio minorista en el acumulado a septiembre de 2017

Durante los primeros nueve meses de 2017, dos de los sectores principales que componen el comercio minorista acumularon caídas en sus indicadores de volumen de ventas.

La comercialización de artículos de consumo masivo en supermercados (alimentos, bebidas y artículos de limpieza) marcó una ínfima reducción trimestral, con lo que acumuló hasta septiembre una dinámica negativa del 2,5% interanual.

Por su parte, el consumo en los centros de compras porteños (mayoritariamente de indumentaria) experimentó una variación positiva muy leve entre julio y septiembre (0,9%), que morigeró la caída de los primeros seis meses y determinó una baja del 4,0% en el acumulado al tercer trimestre.

En cuanto a los bienes semidurables, por el contrario, las casas de electrodomésticos reportaron una importante alza interanual de sus ventas reales en el tercer trimestre y acumularon, para los nueve meses, un crecimiento del 12,6%, posicionándose como el sector dinámico del comercio minorista de la Ciudad.

Cuadro 5.1 Variación porcentual interanual de las ventas a precios constantes por sector. Ciudad de Buenos Aires. Acumulado a septiembre de 2017

Sector	Variación interanual (%)
Supermercados	-2,5
Shoppings	-4,0
Comercios de electrodomésticos	12,6

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).

También es posible acceder a información estadística sobre la Ciudad de Buenos Aires en **www.estadisticaciudad.gob.ar**
Para consultas diríjase al Departamento Documentación y Atención al Usuario a **cdocumentacion@estadisticaciudad.gob.ar**



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



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