



Medalla de Oro
a la Calidad
en la Gestión
Pública 2017

Dinámica del comercio minorista. 1er. trimestre de 2018

Informe
de resultados | 1298



Septiembre de 2018

“2018: año de los Juegos Olímpicos de la Juventud”

Resumen ejecutivo

El estudio de las variables indicativas de la evolución del comercio minorista durante el primer trimestre de 2018 reveló un leve alza interanual en las ventas de artículos de consumo masivo (alimentos, bebidas, artículos de limpieza e higiene personal). Por su parte, la comercialización de indumentaria y de bienes semidurables (electrodomésticos y artículos para el hogar) mostró una recuperación, que fue mayor para el último grupo.

Las cadenas de supermercados registraron un aumento interanual en sus ventas a valores constantes (1,5%) –tras ocho parciales de caídas consecutivas–, mayormente impulsado por el dinamismo de los segmentos *Alimentos y bebidas* y *Electrónicos y artículos para el hogar*. En tanto, la facturación ascendió el 22,0% en relación con el mismo período de 2017.

Las ventas en los *shoppings* tuvieron una suba del 26,5% a valores corrientes. En términos reales, se verificó un crecimiento del 8,0%.

Por último, la facturación de los comercios de electrodomésticos y artículos para el hogar de la Ciudad registró un importante aumento (43,4%), en tanto que las ventas a precios constantes también evidenciaron un buen desempeño (21,8%).

Índice

1	Introducción	5
2	Supermercados	5
2.1	Facturación	5
2.2	Ventas a precios constantes	6
2.3	Bocas de expendio	7
3	Shoppings	8
3.1	Facturación	8
3.2	Ventas a precios constantes	9
3.3	Locales	10
4	Comercios de electrodomésticos y artículos para el hogar	11
4.1	Facturación	11
4.2	Ventas a precios constantes	12

Dinámica del comercio minorista. 1er. trimestre de 2018

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* (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.

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 GGBA)*, disponible en nuestra página web. <http://www.estadisticaciudad.gob.ar/leyc/?p=39249> [02-07-2018]

2. Supermercados

2.1 Facturación

El valor de las ventas de los supermercados de la Ciudad expresado a valores corrientes alcanzó los \$ 15.422 millones en el primer trimestre de 2018, lo que significó un incremento interanual del 22,0% y una aceleración en relación con el trimestre anterior de 3,5 puntos porcentuales –p.p.–.

Cuadro 2.1 Facturación en supermercados (millones de pesos) y variación porcentual interanual. Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2017/1er. trimestre de 2018

Trimestre	Millones de \$ (valores corrientes)	Variación interanual (%)
1/2017	12.636	19,9
2/2017	14.325	23,4
3/2017	15.206	20,2
4/2017	16.542	18,5
1/2018	15.422	22,0

Nota: datos provisorios.

Fuente: Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Economía y Finanzas GGBA), 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 85,4% del total. En cuanto a la dinámica interanual, si bien todos los rubros marcaron ascensos, se destacan los desempeños de *Electrónicos y artículos para el hogar* (38,4%) e *Indumentaria, calzado y textiles para el hogar* (36,1%). En tanto, el agrupamiento residual identificado como *Otros* reveló el crecimiento más acotado en el período (16,5%).

Cuadro 2.2 Facturación en supermercados por grupo de artículos (millones de pesos) y variación porcentual interanual. Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2018

Grupo de artículos	Millones de \$ (valores corrientes)	Variación interanual (%)
Total	15.422	22,0
Alimentos y bebidas	11.020	22,4
Artículos de limpieza y perfumería	2.155	17,9
Electrónicos y artículos para el hogar	652	38,4
Indumentaria, calzado y textiles para el hogar	264	36,1
Otros	1.330	16,5

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 Economía y Finanzas 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, experimentaron un alza del 1,5% en el trimestre estudiado. Este fue el primer valor positivo registrado tras dos años consecutivos de caídas durante los cuales se registraron los mayores deterioros de la serie. Concretamente, la baja del primer trimestre de 2017 (período de comparación) había alcanzado un valor interanual del 6,9%².

2 Respecto de los informes anteriores, se modificó la base que se toma para el cálculo de los índices de ventas a precios constantes, de los tres sectores estudiados. Pasó a considerarse el primer año disponible (julio 2012/junio 2013) en lugar del trimestre (tercero de 2012). Las variaciones porcentuales no se ven afectadas.

Cuadro 2.3 Índice de ventas a precios constantes en supermercados y variación porcentual interanual. Base julio 2012/junio 2013=100. Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2017/1er. trimestre de 2018

Trimestre	Índice (junio 2012/julio 2013=100)	Variación interanual (%)
1/2017	84,8	-6,9
2/2017	91,7	-0,2
3/2017	93,0	-0,1
4/2017	96,6	-1,4
1/2018	86,1	1,5

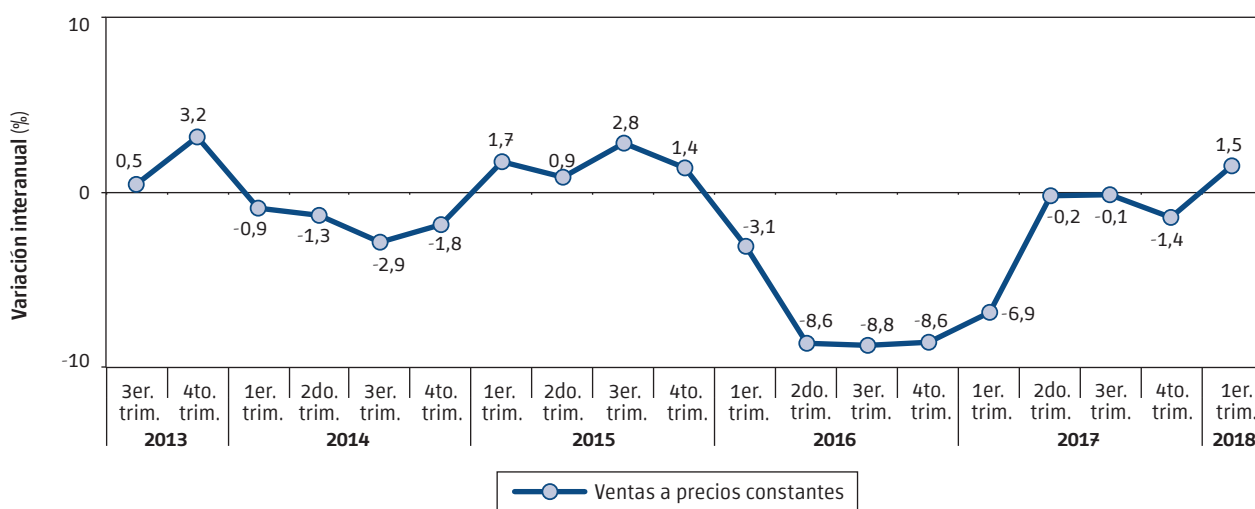
Nota: datos provisorios.

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

En cuanto a la evolución en el tiempo del indicador, durante 2014 el desempeño del consumo en los supermercados porteños había mostrado una baja, que fue revertida de forma transitoria durante 2015. Sin embargo, el 2016 fue uno de los peores años para el sector, con importantes contracciones, que continuaron a lo largo de 2017, aunque en menor medida. Se observa una desaceleración en la contracción de las ventas desde el segundo trimestre de 2017 y una leve recuperación en el primer parcial de 2018³.

3 El volumen comercializado en los supermercados en el primer trimestre de 2018 se ubicó 5,5% por debajo de la media de ventas a valores constantes para el mismo parcial entre 2013 y 2017.

Gráfico 2.1 Variación porcentual interanual de las ventas a precios constantes en supermercados. Ciudad de Buenos Aires. 3er. trimestre de 2013/1er. trimestre de 2018



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 Economía y Finanzas GCBA), sobre la base de datos de DGEyC e INDEC. IPCBA y Encuesta de Supermercados, respectivamente.

No obstante, si tenemos en cuenta el desempeño acumulado para los últimos cuatro trimestres, el volumen de ventas se mantuvo prácticamente constante, con una caída interanual del 0,1%. Puesto en relación con el leve crecimiento registrado en el primer trimestre de 2018, el resultado no permite inferir aún una recuperación del sector.

2.3 Bocas de expendio

El sector supermercadista, en el territorio porteño, mostró una expansión a través de la apertura de nuevas bocas de expendio, que se expresa en 32 locales nuevos abiertos en la Ciudad y equivale a un aumento, respecto del primer trimestre de 2017, del 3,8%. El incremento en la cantidad de bocas del sector es sostenido desde hace 20 años, sin embargo, la dinámica de expansión se ha ido moderando sucesivamente. En 2017 se registró la menor apertura de bocas de los últimos cuatro años⁴.

4 En 2014, 2015, 2016 y 2017 se abrieron 87, 70, 58 y 26 bocas, respectivamente.

Por su parte, el área total de ventas se incrementó levemente (1,3%) al tiempo que se verificó una disminución interanual en la superficie promedio por boca (-2,5%). Esto sucede debido a que los nuevos locales tienden a ser de un tamaño más reducido en relación con la media por sucursal. Lo anterior refleja que las inauguraciones siguen respondiendo al formato minimercado, tal como sucede desde 2011⁵.

5 El año 2010 culminó con 390 bocas y una superficie promedio de 1.008 m² por boca; en el primer trimestre de 2018, se registraron 865 locales supermercadistas con una superficie de 567 m². Visto en términos de dinámica, mientras que la cantidad absoluta de bocas aumentó un 121,8%, la superficie promedio se contrajo un 43,7%.

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. 1er. trimestre de 2017/1er. trimestre de 2018

Trimestre	Bocas		Superficie total		Superficie por boca	
	Cantidad	Variación interanual (%)	m ²	Variación interanual (%)	m ²	Variación interanual (%)
1/2017	833	5,2	484.222	2,3	581	-2,7
2/2017	840	5,8	485.036	2,5	577	-3,1
3/2017	841	3,8	486.172	2,4	578	-1,4
4/2017	858	3,1	489.101	0,8	570	-2,2
1/2018	865	3,8	490.461	1,3	567	-2,5

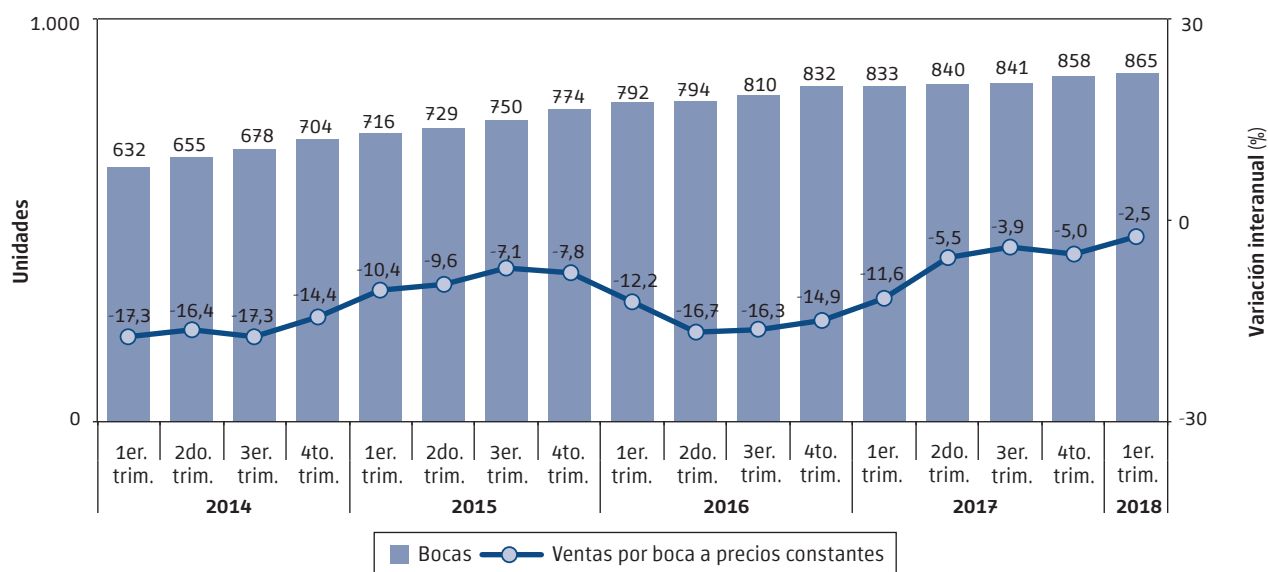
Nota: datos provisorios.

La información corresponde al último mes de cada período.

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

Si se analiza la evolución de las ventas por boca a precios constantes, la caída, en términos interanuales, alcanzó el 2,5% en el primer trimestre de 2018. El signo negativo de la variación (contrario al observado para el total de las ventas) obedece a la expansión en la cantidad de bocas verificada 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. 1er. trimestre de 2014/1er. trimestre de 2018



Nota: datos provisorios.

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

Fuente: Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Economía y Finanzas 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 2018, los centros de compras de la Ciudad de Buenos Aires facturaron \$ 6.933 millones, lo que implicó un alza interanual del 26,5%. La dinámica de las ventas a valores corrientes se aceleró respecto del parcial anterior. En un contexto más amplio, la facturación nominal del sector viene creciendo en magnitudes cada vez menores, año tras año, desde 2014.

En cuanto al desempeño de la facturación por rubro, los segmentos que mostraron un dinamismo muy superior a la variación interanual fueron: el residual *Otros* (55,8%), *Electrónicos, electrodomésticos y computación* (43,2%) y *Ropa y accesorios deportivos* (37,7%). En tanto, los rubros *Perfumería y farmacia* (1,9%), *Diversión y esparcimiento* (7,8%) y *Juguetería* (9,8%), mostraron los aumentos más moderados del trimestre.

Cuadro 3.1 Facturación en *shoppings* (millones de pesos) y variación porcentual interanual. Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2017/1er. trimestre de 2018

Trimestre	Millones de \$ (valores corrientes)	Variación interanual (%)
1/2017	5.480	17,2
2/2017	7.063	14,9
3/2017	7.421	20,7
4/2017	9.416	19,8
1/2018	6.933	26,5

Nota: datos provisorios.

Fuente: Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Economía y Finanzas 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. 1er. trimestre de 2018

Grupo de artículos	Millones de \$ (valores corrientes)	Variación interanual (%)
Total	6.933	26,5
Indumentaria, calzado y marroquinería	3.237	22,5
Patio de comidas, alimentos y kioscos	1.099	27,6
Electrónicos, electrodomésticos y computación	638	43,2
Ropa y accesorios deportivos	531	37,7
Muebles, decoración y textiles para el hogar	286	25,9
Diversión y esparcimiento	242	7,8
Perfumería y farmacia	212	1,9
Librería y papelería	126	20,1
Juguetería	74	9,8
Otros	488	55,8

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 Economía y Finanzas 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 primer trimestre de 2018 mostraron un incremento interanual del 8,0%. Cabe destacar el pobre resultado del período de comparación: entre enero y marzo de 2017 se había observado una caída del 7,9%. El consumo en los *shoppings* porteños transita una recuperación, que comenzó a verificarse a partir del tercer trimestre del año anterior.

Cuadro 3.3 Índice de ventas a precios constantes en *shoppings* y variación porcentual interanual. Base junio 2012/julio 2013=100. Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2017/1er. trimestre de 2018

Trimestre	Índice (junio 2012/julio 2013=100)	Variación interanual (%)
1/2017	69,3	-7,9
2/2017	84,0	-5,5
3/2017	86,2	0,9
4/2017	103,1	2,1
1/2018	74,8	8,0

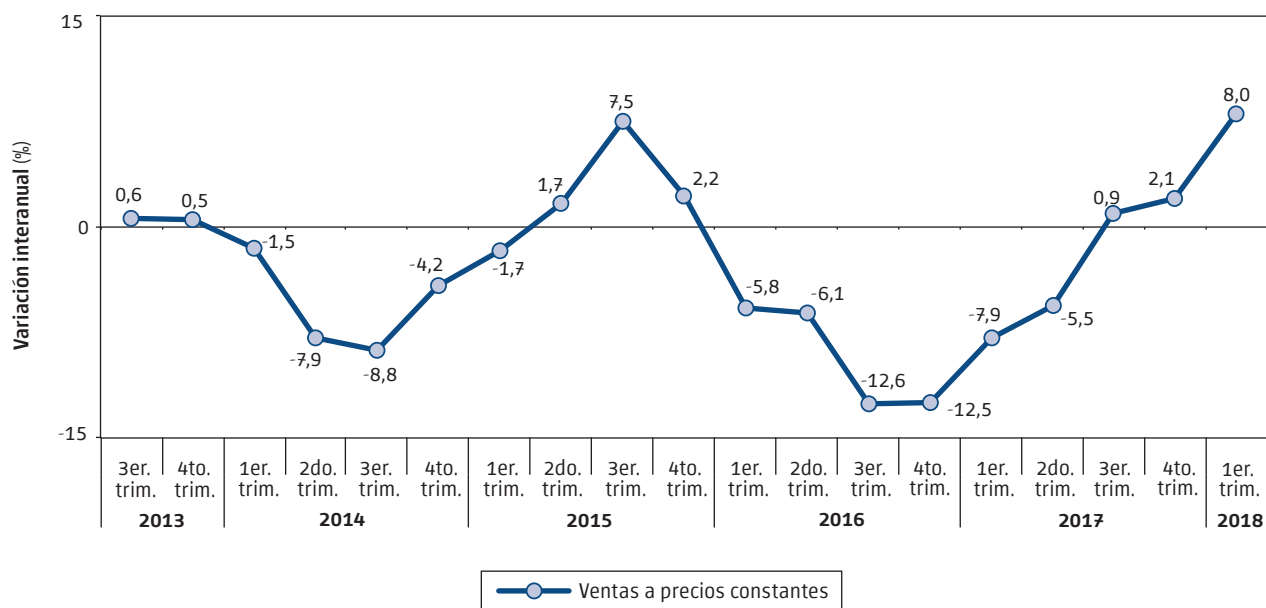
Nota: datos provisorios.

Fuente: Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Economía y Finanzas 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 19 trimestres en baja. Las reducciones más importantes acontecieron en 2016, tras lo cual se sucedieron caídas sucesivamente más moderadas. En el primer trimestre de 2018 se observó el mejor desempeño del sector, luego del aumento alcanzado entre julio y setiembre de 2015. Sin embargo, el volumen de ventas del último trimestre aún está lejos de la media de los últimos cinco años⁶.

⁶ Las ventas medidas en unidades físicas del primer trimestre de 2018 están por debajo, en un 3,6%, del registro promedio de ventas de ese trimestre entre 2013/2017.

Gráfico 3.1 Variación porcentual interanual de las ventas a precios constantes en *shoppings*. Ciudad de Buenos Aires. 3er. trimestre de 2013/1er. trimestre de 2018



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 Economía y Finanzas GCBA), sobre la base de datos de DGEyC e INDEC. IPCBA y Encuesta de Centros de Compras, respectivamente.

Si se analiza la evolución interanual de las ventas para el período acumulado entre abril de 2017 y marzo de 2018, se verifica un alza del 1,0%, dando cuenta de la recuperación del sector que marca el incremento alcanzado en el primer trimestre de 2018.

contracción interanual del 1,2% –superior a la del parcial anterior– que se traduce en 17 locales menos; a su vez, respecto del trimestre previo se observó una merma de 11 unidades. Respecto de enero/marzo de 2017, se verificó una reducción de la superficie total del área de ventas, en tanto que el tamaño promedio de los locales también cayó.

3.3 Locales

En la comparación interanual, la cantidad de locales activos se redujo levemente en el período estudiado, con una

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. 1er. trimestre de 2017/1er. trimestre de 2018

Trimestre	Locales		Superficie total		Superficie por local	
	Cantidad	Variación interanual (%)	m ²	Variación interanual (%)	m ²	Variación interanual (%)
1/2017	1.409	-0,1	240.132	-0,9	170	-0,7
2/2017	1.407	-0,8	239.488	-0,8	170	-0,1
3/2017	1.393	-0,8	238.229	-0,9	171	-0,1
4/2017	1.403	-0,6	240.231	0,4	171	1,0
1/2018	1.392	-1,2	235.687	-1,9	169	-0,7

Nota: datos provisorios.

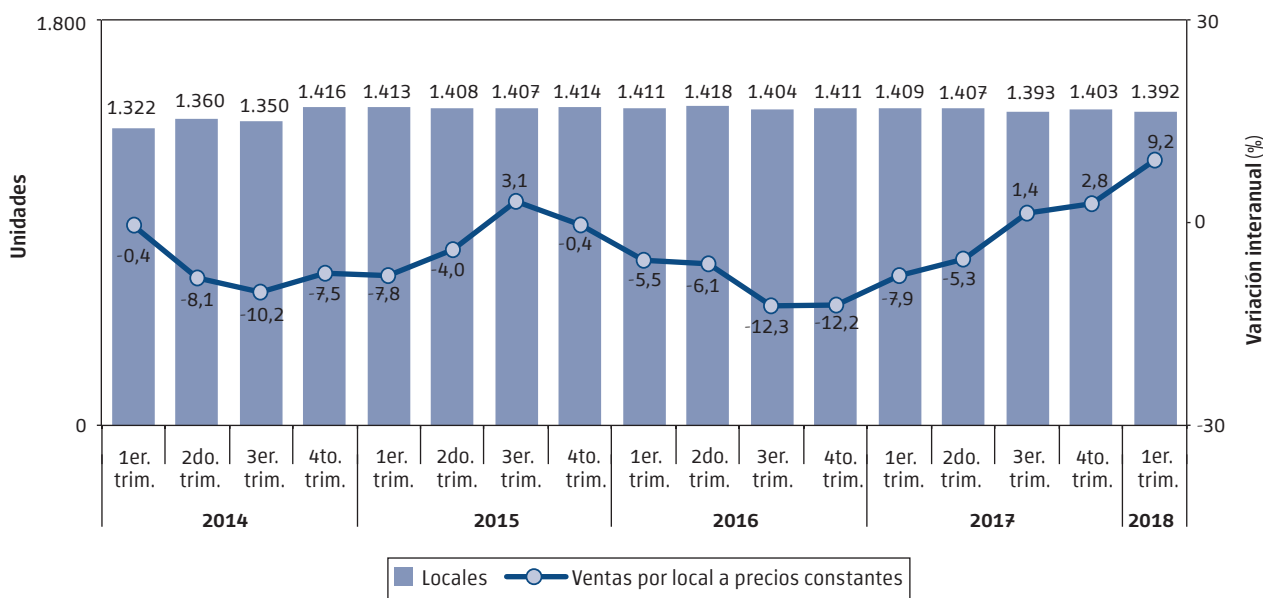
La información corresponde al último mes de cada período.

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

Por su parte, las ventas por local a precios constantes crecieron un 9,2%, superando la dinámica del sector en su conjunto, producto de la merma en la cantidad de locales. Cabe destacar que los cambios significativos en la

cantidad de locales y la superficie de ventas 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. 1er. trimestre de 2014/1er. trimestre de 2018



Nota: datos provisorios.

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

Fuente: Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Economía y Finanzas 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 2018, alcanzó \$ 3.562 millones, lo que representó un alza interanual del 43,4%. Este incremento consolidó los crecimientos experimentados desde julio de 2017, aunque no logró superar el récord de facturación alcanzado a fines del año anterior.

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 2017/1er. trimestre de 2018

Trimestre	Millones de \$ (valores corrientes)	Variación interanual (%)
1/2017	2.484	18,3
2/2017	2.951	12,4
3/2017	3.200	27,8
4/2017	4.029	34,0
1/2018	3.562	43,4

Nota: datos provisorios.

Fuente: Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Economía y Finanzas 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 en los comercios de electrodomésticos mantienen la dinámica positiva registrada el año previo, con un incremento interanual del 21,8%. Asimismo, el consumo de estos bienes se ubicó por encima de los niveles alcanzados durante el período 2013/2017⁷.

Cuadro 4.2 Índice de ventas a precios constantes en comercios de electrodomésticos y artículos para el hogar y variación porcentual interanual. Base junio 2012/julio 2013=100. Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2017/1er. trimestre de 2018

Trimestre	Índice (junio 2012/julio 2013=100)	Variación interanual (%)
1/2017	67,2	7,4
2/2017	78,5	8,8
3/2017	81,4	20,8
4/2017	95,9	17,9
1/2018	81,8	21,8

Nota: datos provisorios.

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

El repaso de los últimos cuatro trimestres, arroja un crecimiento de las ventas constantes que asciende al 17,2% en relación con el período abril-16/marzo-17. Este valor, contrastado con el crecimiento mostrado en el primer trimestre de 2018, pone en evidencia la consolidación de la recuperación del sector en la Ciudad.

⁷ El registro de ventas del primer trimestre de 2018 arroja un valor 5,0% mayor que la media de ventas a valores constantes para el mismo parcial entre 2013 y 2017.

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)