

Dinámica del comercio minorista. 1er. trimestre de 2019

Informe
de resultados | **1378**



Agosto de 2019

“2019 - Año del 25º Aniversario del reconocimiento de la autonomía de la Ciudad de Buenos Aires”



*Medalla de oro a la calidad
en la Gestión Pública 2017*

Resumen ejecutivo

El análisis de la dinámica del comercio minorista de la Ciudad de Buenos Aires durante el primer trimestre de 2019 reveló nuevamente, y por tercer período consecutivo, un deterioro de las principales variables indicativas del consumo que afectó esencialmente la venta de bienes de primera necesidad a través de los supermercados (alimentos, bebidas artículos de limpieza e higiene personal), la comercialización de indumentaria ofrecida en los centros de compras, y las transacciones de bienes semidurables (electrodomésticos y artículos para el hogar).

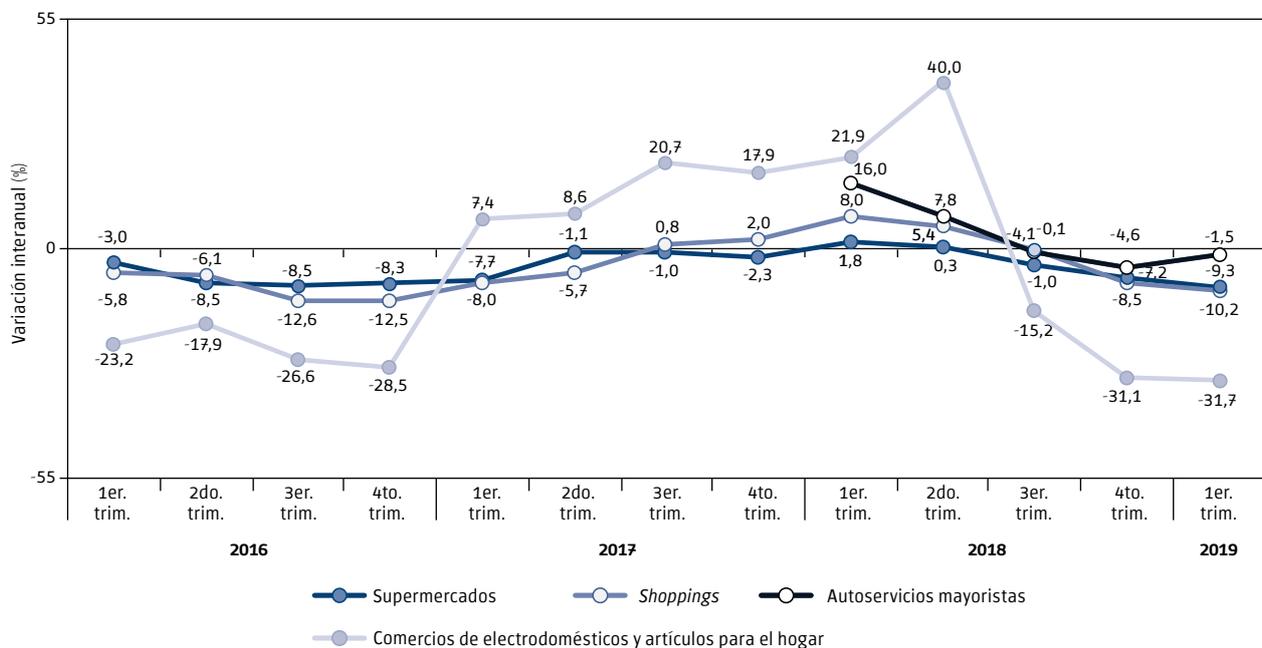
Entre enero y marzo el sector supermercadista sufrió una caída en sus ventas a valores constantes (-9,3%) que da cuenta de las dificultades por las que viene transitando el segmento que le impiden revertir la tendencia negativa de sus operaciones. Por su parte, la facturación se incrementó un 43,4% en su comparación interanual.

Respecto del primer trimestre de 2018, las ventas en los centros comerciales (*shoppings*) también sufrieron una contracción en términos reales (-10,2%), en tanto que a valores corrientes mostraron un aumento interanual del 30,8%.

Las compras familiares realizadas en autoservicios mayoristas, por su parte, exhibieron una merma en los volúmenes físicos, aunque la caída de las ventas fue menor a la del resto de los sectores (-1,5%). La facturación, a su vez, mostró el mayor ascenso interanual del período (61,7%), guarismo que confirma la tendencia al traslado del consumo familiar de bienes de primera necesidad desde comercios minoristas hacia mayoristas.

Finalmente, las ventas reales de los comercios de electrodomésticos y artículos para el hogar registraron un descenso interanual significativo (-31,7%, similar al del período inmediato anterior). Por otro lado, la facturación mostró un leve incremento del 6,0% con respecto al primer trimestre de 2018.

Gráfico 1 Variación porcentual interanual de las ventas a precios constantes en supermercados, *shoppings*, autoservicios mayoristas y comercios de electrodomésticos y artículos para el hogar. Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2016/1er. trimestre de 2019



Nota: datos provisionales.

Fuente: Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Economía y Finanzas GCBA), sobre la base de datos de DGEyC (IPCBA) e INDEC (Encuesta de Supermercados y Autoservicios Mayoristas, Encuesta de Centros de Compras y Encuesta de Comercios de Electrodomésticos y Artículos para el Hogar).

Dinámica del comercio minorista. 1er. trimestre de 2019

1. Ventas en supermercados

Durante el primer trimestre de 2019 el sector supermercadista de la Ciudad generó ventas por un total de \$21.973 millones, equivalente a un incremento interanual del 43,4%.

En términos desagregados, los grupos de artículos que se destacaron por aporte a la facturación total fueron *Alimentos y bebidas* y *Artículos de limpieza y perfumería*, con pesos respectivos del 72,8% y 14,7%. Ambos evidenciaron un aumento de los montos facturados, con incrementos interanuales superiores al guarismo promedio (45,5% el primero y 50,7%, el segundo).

En términos reales, por tercer trimestre seguido, el sector enfrentó una contracción de sus ventas que, para el período de referencia, alcanzó un 9,3% interanual. Se trata de una aceleración en la marcha descendente del consumo (+2,1 puntos porcentuales, respecto del trimestre anterior) que determinó un nuevo piso desde el inicio de la serie en 2012, cayendo por debajo del mínimo histórico alcanzado en enero/marzo de 2017.

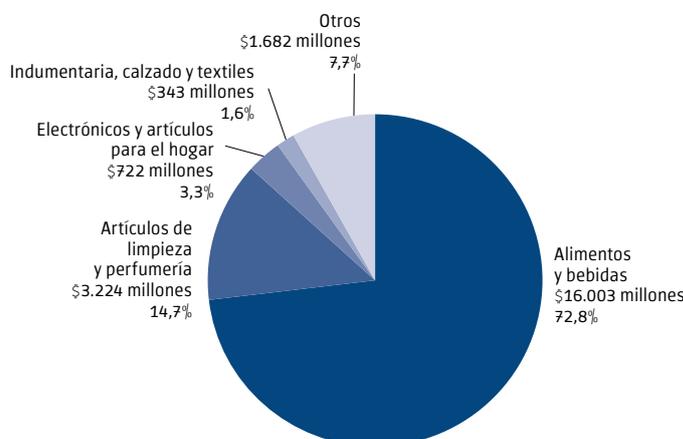
Cuadro 1 Facturación en supermercados (millones de pesos), índice de ventas a precios constantes (base julio 2012/junio 2013=100) y variación porcentual interanual. Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2018/1er. trimestre de 2019

Período	Millones de \$ (valores corrientes)	Variación interanual (%)	Índice (julio 2012/junio 2013=100)	Variación interanual (%)
1er. trimestre 2018	15.320	22,5	85,6	1,8
2do. trimestre 2018	17.505	23,2	91,2	0,3
3er. trimestre 2018	19.319	27,9	88,6	-4,1
4to. trimestre 2018	22.800	38,7	89,2	-7,2
1er. trimestre 2019	21.973	43,4	77,7	-9,3

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 y Autoservicios Mayoristas, respectivamente.

Gráfico 2 Facturación en supermercados por grupo de artículos (millones de pesos) y distribución porcentual. Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2019



Nota: datos provisorios.

La suma de los valores parciales puede diferir del 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 Supermercados y Autoservicios Mayoristas.

2. Ventas en *shoppings*

Durante el primer trimestre de 2019 los centros de compras reportaron ventas por un valor total de \$9.063 millones, que representaron un incremento del 30,8% con respecto al primer parcial de 2018 y de 2,9 puntos porcentuales –p.p.– en relación con el trimestre anterior.

En la composición de la facturación por grupo de artículos, se destacaron *Indumentaria, calzado y marroquinería* (48,9%) y *Patio de comidas, alimentos y kioscos* (15,5%).

Con excepción de *Electrónicos, electrodomésticos y computación*, que mantuvo prácticamente el mismo nivel de ventas corrientes, el resto de los rubros mostró incre-

mentos interanuales de diferentes magnitudes, entre los que sobresalieron *Perfumería y farmacia* (69,4%), *Librería y papelería* (39,0%), *Indumentaria, calzado y marroquinería* (36,9%) y *Ropa deportiva* (36,4%).

Las ventas constantes sufrieron una contracción interanual (-10,2%) por tercer período consecutivo y aceleraron su desempeño negativo respecto de los últimos tres meses de 2018. Tal como sucede con el consumo en supermercados, se trata de un nuevo mínimo para la serie de consumo en *shoppings*, más bajo que el registro del primer trimestre de 2017.

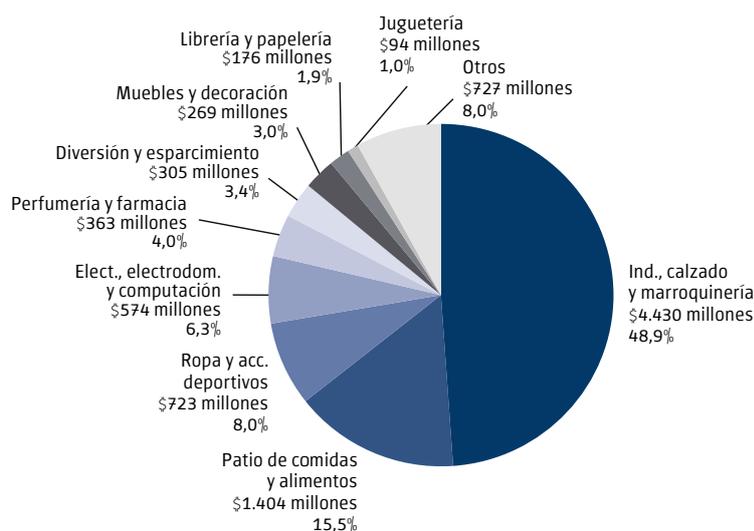
Cuadro 2 Facturación en *shoppings* (millones de pesos), índice de ventas a precios constantes (base julio 2012/junio 2013=100) y variación porcentual interanual. Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2018/1er. trimestre de 2019

Período	Millones de \$ (valores corrientes)	Variación interanual (%)	Índice (julio 2012/junio 2013=100)	Variación interanual (%)
1er. trimestre 2018	6.927	26,5	74,8	8,0
2do. trimestre 2018	8.823	25,1	88,4	5,4
3er. trimestre 2018	9.373	26,4	86,0	-0,1
4to. trimestre 2018	12.032	27,9	94,3	-8,5
1er. trimestre 2019	9.063	30,8	67,2	-10,2

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.

Gráfico 3 Facturación en *shoppings* por grupo de artículos (millones de pesos) y distribución porcentual. Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2019



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.

3. Ventas en autoservicios mayoristas

Entre enero y marzo de 2019 las ventas a consumidores finales acumularon \$819 millones. Ello representó, para el sector mayorista, un incremento interanual del 61,7%. De esta manera, se observa una fuerte aceleración en comparación con el trimestre previo (+13,8 p.p.).

Del análisis por grupo de artículos surge que el de mayor incidencia fue *Alimentos y bebidas*, que representó el 58,3% de las ventas corrientes del sector e incrementó

su facturación un 55,1% en términos interanuales. *Artículos de limpieza y perfumería*, segundo en importancia, constituyó el 34,0% de las ventas familiares en supermercados mayoristas y aumentó su facturación un 75,7%.

Las ventas a valores constantes, en tanto, sufrieron una contracción interanual del 1,5%, marcando una dinámica negativa por tercer trimestre consecutivo, aunque des- aceleraron su caída respecto del último registro de 2018.

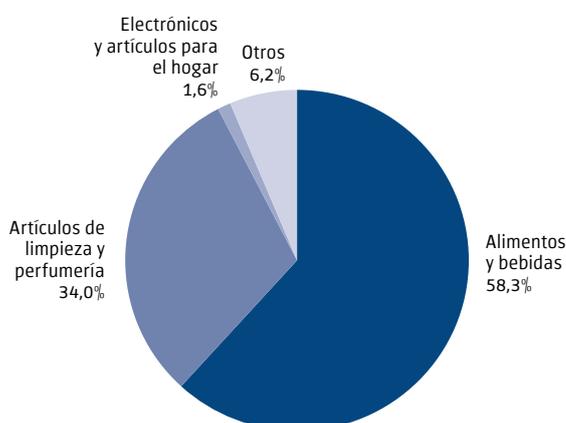
Cuadro 3 Facturación en autoservicios mayoristas (millones de pesos), índice de ventas a precios constantes (base 2017=100) y variación porcentual interanual. Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2018/1er. trimestre de 2019

Período	Millones de \$ (valores corrientes)	Variación interanual (%)	Índice (2017=100)	Variación interanual (%)
1er. trimestre 2018	506	39,1	96,3	16,0
2do. trimestre 2018	607	33,5	105,9	7,8
3er. trimestre 2018	689	34,3	105,2	-1,0
4to. trimestre 2018	836	47,9	107,4	-4,6
1er. trimestre 2019	819	61,7	94,9	-1,5

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 Supermercados y Autoservicios Mayoristas.

Gráfico 4 Distribución porcentual de la facturación en autoservicios mayoristas por grupo de artículos. Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2019



Nota: datos provisorios.

La composición de la facturación por grupo de artículos se presenta solo para los rubros informados en la encuesta.

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

4. Superficie del área de ventas en supermercados y shoppings

Al cierre del primer trimestre de 2019 el sector supermercadista informó 904 bocas de expendio, 39 más que en el primer parcial de 2018 y 2 menos en comparación con el trimestre anterior.

Con respecto a la superficie total destinada a la venta, se registró una contracción interanual del 4,2% resultando, de esta manera, una reducción del tamaño promedio por boca (-8,4%).

El segmento de centros comerciales, por su parte, registró una contracción interanual del 3,6% en la cantidad de locales activos (50 locales menos que en marzo de 2018), al tiempo que también disminuyó la superficie en un 3,0%. Las dimensiones promedio por local, en tanto, se mantuvieron relativamente estables.

Cuadro 4 Bocas de expendio en supermercados, locales activos en shoppings, superficie (m²) total del área de ventas y variación porcentual interanual. Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2018/1er. trimestre de 2019

Período	Supermercados				Shoppings			
	Bocas		Superficie		Locales		Superficie	
	Unidades	Variación interanual (%)	m ²	Variación interanual (%)	Unidades	Variación interanual (%)	m ²	Variación interanual (%)
1er. trimestre 2018	865	3,8	490.461	1,3	1.392	-1,2	235.687	-1,9
2do. trimestre 2018	867	3,2	490.657	1,2	1.383	-1,7	235.546	-1,6
3er. trimestre 2018	916	8,9	472.159	-2,9	1.357	-2,6	232.597	-2,4
4to. trimestre 2018	906	5,6	470.030	-3,9	1.372	-2,2	233.537	-2,8
1er. trimestre 2019	904	4,5	469.755	-4,2	1.342	-3,6	228.564	-3,0

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 y Autoservicios Mayoristas y Encuesta de Centros de Compras.

5. Ventas en comercios de electrodomésticos

La facturación registrada por la venta de electrodomésticos y artículos para el hogar de las tiendas de la Ciudad alcanzó \$3.777 millones y exhibió un leve incremento interanual del orden del 6,0%.

En términos reales, durante el trimestre el sector registró una contracción muy significativa del 31,7% y reveló, por tercer período consecutivo, una dinámica claramente a la baja.

Entre enero y marzo de 2019 los comercios porteños de electrodomésticos encontraron un nuevo piso de ventas desde el inicio de la serie. Respecto de los registros medios de compra de electrodomésticos de hace seis años, el nivel de adquisiciones del trimestre se redujo a prácticamente la mitad.

Cuadro 5 Facturación en comercios de electrodomésticos y artículos para el hogar (millones de pesos), índice de ventas a precios constantes (base julio 2012/junio 2013=100) y variación porcentual interanual. Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2018/1er. trimestre de 2019

Período	Millones de \$ (valores corrientes)	Variación interanual (%)	Índice (julio 2012/junio 2013=100)	Variación interanual (%)
1er. trimestre 2018	3.562	43,5	81,8	21,9
2do. trimestre 2018	5.080	72,4	109,6	40,0
3er. trimestre 2018	3.729	16,6	69,0	-15,2
4to. trimestre 2018	4.159	3,3	66,0	-31,1
1er. trimestre 2019	3.777	6,0	55,9	-31,7

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 Comercios de Electrodomésticos y Artículos para el Hogar, respectivamente.

6. Apartado metodológico

El presente informe muestra la evolución del comercio minorista en la Ciudad de Buenos Aires. Para ello, se considera el desempeño del sector supermercadista y autoservicios mayoristas, 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), con información desagregada para el distrito porteño.

La información de supermercados y autoservicios mayoristas proviene de la *Encuesta de Supermercados y Autoservicios Mayoristas*, que 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 200 m². En el caso de los autoservicios mayoristas, los datos relevados corresponden a las ventas realizadas a consumidores finales, monotributistas y/o exentos, es decir, se relevan solo aquellas facturas o *tickets* denominados “Factura B”; y se excluyen del cálculo las facturas o *tickets* emitidos por un responsable inscripto a otro responsable inscripto (“Factura A”).

Los datos de *shoppings* surgen de la *Encuesta de Centros de Compras*, de frecuencia mensual, que describe el comportamiento de 19 centros de compras radicados en el distrito porteño y 18 ubicados en los 24 Partidos del Gran Buenos Aires¹.

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.

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 precios². Asimismo se presentan 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 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/?p=39249> [12-06-2019]. Para el cálculo del índice de precios correspondiente a autoservicios mayoristas, se utiliza el Índice de Precios Implícitos (IPI) publicado por el INDEC en el informe de prensa *Encuesta de Supermercados y Autoservicios Mayoristas*.

¹ El operativo no incluye las ventas realizadas por los supermercados localizados al interior de los *shoppings*.

También es posible
acceder a información estadística
sobre la Ciudad de Buenos Aires

Para consultas diríjase al
Departamento Documentación
y Atención al Usuario

Nuestras
redes