

Dinámica del comercio minorista. 2do. trimestre de 2018

Informe de resultados | 1313



Noviembre de 2018

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



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

Índice

1	Introducción	7
2	Supermercados	7
2.1	Facturación	7
2.2	Ventas a precios constantes	8
2.3	Bocas de expendio	9
3	Shoppings	10
3.1	Facturación	10
3.2	Ventas a precios constantes	11
3.3	Locales	12
4	Comercios de electrodomésticos y artículos para el hogar	13
4.1	Facturación	13
4.2	Ventas a precios constantes	14
5	El comercio minorista en el primer semestre de 2018	14

Resumen ejecutivo

El estudio de las variables indicativas de la evolución del comercio minorista durante el segundo trimestre de 2018 reveló que la venta de artículos de consumo masivo (alimentos, bebidas, artículos de limpieza e higiene personal) se mantuvo prácticamente estable en la comparación interanual. Por su parte, la comercialización de indumentaria y de bienes semidurables (electrodomésticos y artículos para el hogar) mostró una recuperación, que fue muy significativa para el último grupo.

Las cadenas de supermercados no modificaron sus ventas a valores constantes en relación con el mismo período del año anterior (0,1%). En tanto, la facturación ascendió el 23,0% en relación con el mismo período de 2017.

Las ventas en los *shoppings* tuvieron una suba del 24,8% a valores corrientes. En términos reales, se verificó un crecimiento del 5,2%.

Por último, la facturación de los comercios de electrodomésticos y artículos para el hogar de la Ciudad registró un importante aumento (72,4%) que tuvo su correlato en el desempeño de las ventas a precios constantes (40,0%) –fenómeno impulsado por las ventas extraordinarias de televisores dada la celebración del campeonato mundial de fútbol–.

Dinámica del comercio minorista. 2do. 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 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 19 centros de compras radicados en el distrito porteño y 18 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 \$ 17.622 millones en el segundo trimestre de 2018, lo que significó un incremento interanual del 23,0% y una mínima aceleración en relación con el trimestre anterior, de 0,6 puntos porcentuales –p.p.–.

Cuadro 2.1 Facturación en supermercados (millones de pesos) y variación porcentual interanual. Ciudad de Buenos Aires. 2do. trimestre de 2017/2do. trimestre de 2018

Trimestre	Millones de \$ (valores corrientes)	Variación interanual (%)
2/2017	14.325	23,3
3/2017	15.206	20,0
4/2017	16.542	18,3
1/2017	15.422	22,4
2/2018	17.622	23,0

Nota: datos provisionarios.

Fuente: Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Economía y Finanzas 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, se destacan los desempeños de *Electrónicos y artículos para el hogar* (60,0%) e *Indumentaria, calzado y textiles para el hogar* (30,3%). En tanto, *Artículos de limpieza y perfumería* reveló el crecimiento más acotado (17,9%).

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/eycl?p=39249> [02-10-2018]

Cuadro 2.2 Facturación en supermercados por grupo de artículos (millones de pesos) y variación porcentual interanual. Ciudad de Buenos Aires. 2do. trimestre de 2018

Grupo de artículos	Millones de \$ (valores corrientes)	Variación interanual (%)
Total	17.622	23,0
Alimentos y bebidas	12.731	22,1
Artículos de limpieza y perfumería	2.350	17,9
Electrónicos y artículos para el hogar	859	60,0
Indumentaria, calzado y textiles para el hogar	369	30,3
Otros	1.313	21,2

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 prácticamente no se modificaron, experimentaron un alza del 0,1% en el trimestre estudiado. Se trata del segundo valor positivo registrado tras dos años consecutivos de caídas durante los cuales se dieron los mayores deterioros de la serie.

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. 2do. trimestre de 2017/2do. trimestre de 2018

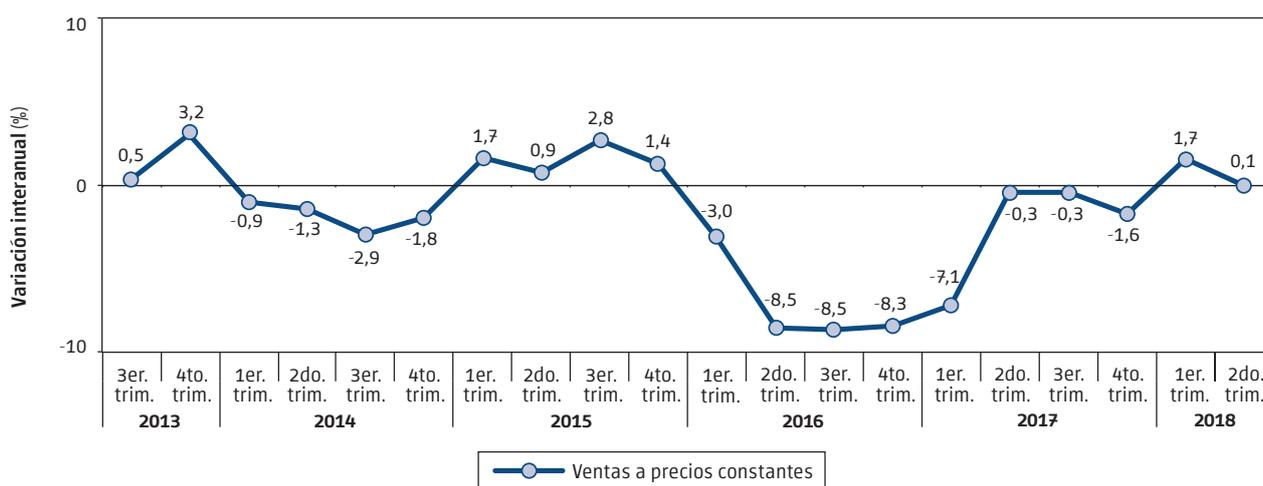
Trimestre	Índice (junio 2012/julio 2013=100)	Variación interanual (%)
2/2017	91,7	-0,3
3/2017	93,0	-0,3
4/2017	96,6	-1,6
1/2018	86,2	1,7
2/2018	91,8	0,1

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. Luego, 2016 fue uno de los peores años para el sector, con importantes contracciones que continuaron en menor medida a lo largo de 2017. A partir de 2018 se observa una leve recuperación, con variaciones interanuales positivas que se sostienen desde el primer parcial del año. Sin embargo, el volumen comercializado en los supermercados en el segundo trimestre de 2018 se ubicó 5,3% 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 2013/2do. 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.

Si tenemos en cuenta el desempeño acumulado para los últimos cuatro trimestres, el volumen de ventas también se mantuvo prácticamente constante, con una caída interanual del 0,1%.

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 27 locales nuevos abiertos en la Ciudad y equivale a un aumento, respecto del segundo trimestre de 2017, del 3,2%. 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 años².

Por su parte, el área total de ventas se incrementó levemente (1,2%) al tiempo que se verificó una disminución interanual en la superficie promedio por boca (-2,0%). 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 2011³.

³ El año 2010 culminó con 390 bocas y una superficie promedio de 1.008 m² por boca; en el segundo trimestre de 2018, se registraron 867 locales supermercadistas con una superficie de 566 m². Visto en términos de dinámica, mientras que la cantidad absoluta de bocas aumentó un 122,3%, la superficie promedio se contrajo un 43,8%.

² En 2014, 2015, 2016 y 2017 se abrieron 87, 70, 58 y 26 bocas, respectivamente.

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 2017/2do. trimestre de 2018

Trimestre	Bocas		Superficie total		Superficie por boca	
	Cantidad	Variación interanual (%)	m ²	Variación interanual (%)	m ²	Variación interanual (%)
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
2/2018	867	3,2	490.657	1,2	566	-2,0

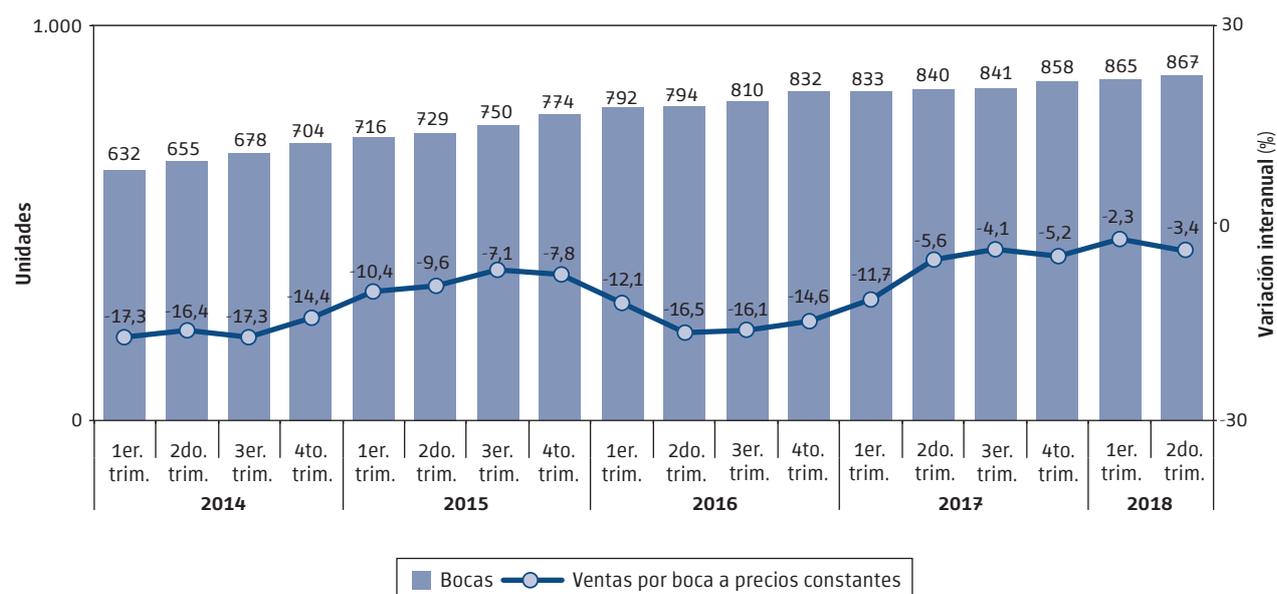
Nota: datos provisorios.

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.

Si se analiza la evolución de las ventas por boca a precios constantes, la caída en términos interanuales alcanzó el 3,4% en el segundo 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 2014/2do. 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 segundo trimestre de 2018, los centros de compras de la Ciudad de Buenos Aires facturaron \$ 8.813 millones, lo que implicó un alza interanual del 24,8%. La dinámica de las ventas a valores corrientes se desaceleró 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 del total fueron: *Electrónicos, electrodomésticos y computación* (70,0%), el residual *Otros* (40,5%) y *Ropa y accesorios deportivos* (36,9%). En el otro extremo, *Librería y papelería* (9,6%), *Indumentaria, calzado y marroquinería* –el rubro mayoritario– (17,2%), *Perfumería y farmacia* (20,5%) y *Patio de comidas, alimentos y kioscos* (20,5%), mostraron los aumentos más moderados del trimestre.

Cuadro 3.1 Facturación en *shoppings* (millones de pesos) y variación porcentual interanual. Ciudad de Buenos Aires. 2do. trimestre de 2017/2do. trimestre de 2018

Trimestre	Millones de \$ (valores corrientes)	Variación interanual (%)
2/2017	7.063	14,9
3/2017	7.421	20,7
4/2017	9.416	19,8
1/2018	6.933	26,5
2/2018	8.813	24,8

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. 2do. trimestre de 2018

Grupo de artículos	Millones de \$ (valores corrientes)	Variación interanual (%)
Total	8.813	24,8
Indumentaria, calzado y marroquinería	4.532	17,2
Patio de comidas, alimentos y kioscos	1.147	20,6
Electrónicos, electrodomésticos y computación	845	70,0
Ropa y accesorios deportivos	708	36,9
Muebles, decoración y textiles para el hogar	330	30,0
Diversión y esparcimiento	276	20,5
Perfumería y farmacia	244	22,6
Librería y papelería	104	9,6
Juguetería	85	26,5
Otros	542	40,5

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 segundo trimestre de 2018 mostraron un incremento interanual del 5,2%. Cabe destacar el pobre resultado del período de comparación: entre abril y junio de 2017 se había observado una caída del 5,5%. 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. 2do. trimestre de 2017/2do. trimestre de 2018

Trimestre	Índice (junio 2012/julio 2013=100)	Variación interanual (%)
2/2017	84,0	-5,5
3/2017	86,2	0,9
4/2017	103,1	2,1
1/2018	74,8	8,0
2/2018	88,3	5,2

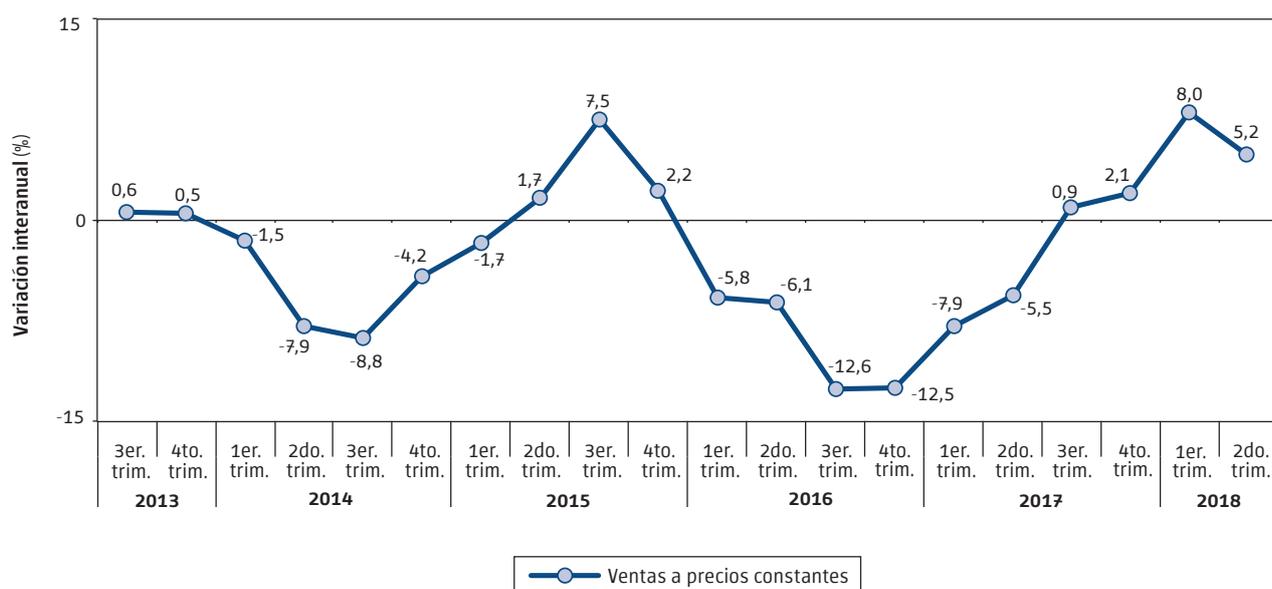
Nota: datos provisorios.

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.

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 20 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 segundo trimestre mostró una desaceleración y aún está lejos de la media de los últimos cinco años⁴.

⁴ Las ventas medidas en unidades físicas del segundo trimestre de 2018 están por debajo, en un 4,4%, 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 2013/2do. 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 julio de 2017 y junio de 2018, se verifica un alza del 3,8%, dando cuenta de la recuperación del sector que marcan los incrementos alcanzados en los primeros trimestres de 2018.

3.3 Locales

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

con una contracción interanual del 1,7% –superior a la de los parciales anteriores– que se traduce en 24 locales menos. A su vez, respecto del trimestre previo se observó una merma de 9 unidades. Respecto de abril/junio de 2017, se verificó una reducción de la superficie total del área de ventas, en tanto que el tamaño promedio de los locales se mantuvo prácticamente estable (creció 0,1%).

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 2017/2do. trimestre de 2018

Trimestre	Locales		Superficie total		Superficie por local	
	Cantidad	Variación interanual (%)	m ²	Variación interanual (%)	m ²	Variación interanual (%)
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
2/2018	1.383	-1,7	235.546	-1,6	170	0,1

Nota: datos provisorios.

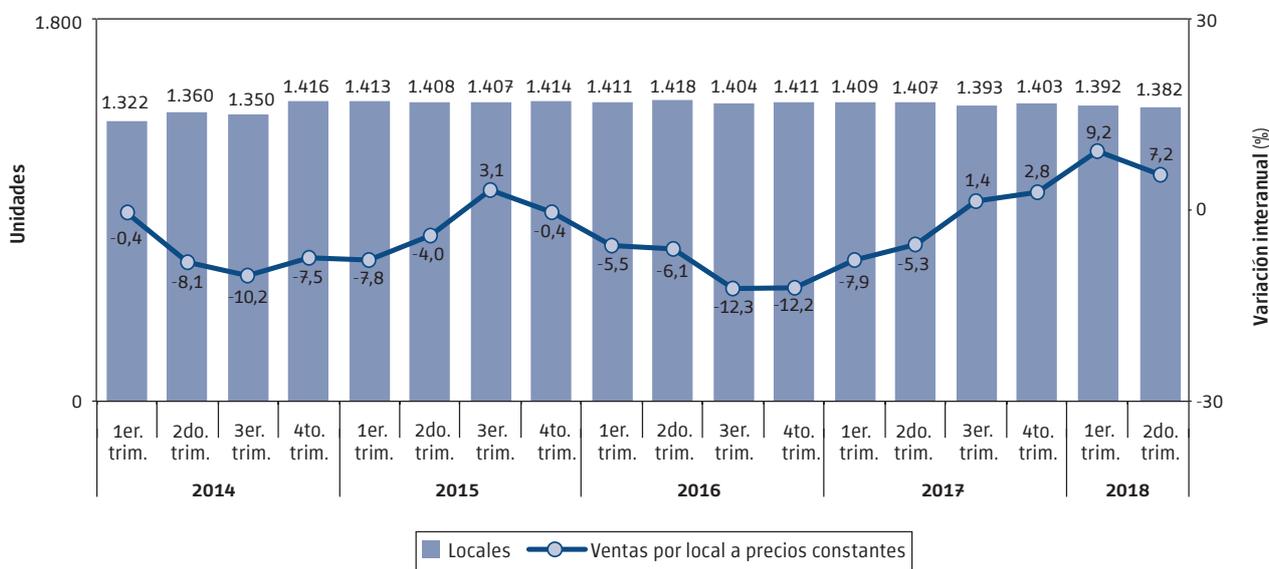
La información corresponde al último mes de cada período.

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 7,2%, y superaron 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 2014/2do. 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 segundo trimestre de 2018, alcanzó \$ 5.079 millones, lo que representó un alza interanual del 72,4%. Este incremento consolidó la recuperación experimentada desde julio de 2017 y alcanzó un récord de facturación que estuvo traccionado por la celebración del campeonato mundial de fútbol⁵.

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 2017/2do. trimestre de 2018

Trimestre	Millones de \$ (valores corrientes)	Variación interanual (%)
2/2017	2.946	12,2
3/2017	3.198	27,7
4/2017	4.027	33,9
1/2018	3.562	43,5
2/2018	5.079	72,4

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.

⁵ Según el INDEC, a nivel nacional las ventas del rubro "Televisores, video y fotografía" compusieron el 37,4% de la facturación, con un alza interanual del 164,0% en el segundo trimestre de 2018. Un año atrás, estos guarismos se habían ubicado en 23,1% y 3,6%, respectivamente.

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 40,0%, explicado en gran parte por el mundial de fútbol, como se comentó anteriormente. El consumo de estos bienes se ubicó por encima de los niveles alcanzados durante el período 2013/2017⁶.

⁶ El registro de ventas del segundo trimestre de 2018 arroja un valor un 27,2% más elevado mayor que la media de ventas a valores constantes para el mismo parcial entre 2013 y 2017.

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. 2do. trimestre de 2017/2do. trimestre de 2018

Trimestre	Índice (junio 2012/julio 2013=100)	Variación interanual (%)
2/2017	78,3	8,6
3/2017	81,3	20,7
4/2017	95,8	17,9
1/2018	81,8	21,9
2/2018	109,6	40,0

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 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.

5. El comercio minorista en el primer semestre de 2018

Durante el primer semestre de 2018, los sectores principales que componen el comercio minorista acumularon alzas en sus indicadores de volumen de ventas.

La comercialización de artículos de consumo masivo en supermercados (*alimentos, bebidas y artículos de limpieza*) prácticamente no se modificó durante el último trimestre y acumuló, en la primera mitad del año, un mínimo crecimiento interanual (0,9%).

Por otra parte, el consumo en los centros de compras porteños (mayoritariamente de indumentaria) también experimentó una variación positiva en último trimestre (5,2%) y resultó en una suba interanual del 6,5% para el acumulado.

En cuanto a los bienes semidurables, las casas de electrodomésticos reportaron alzas en los dos trimestres del año, con fuerte aceleración en el segundo, y registraron un crecimiento acumulado del 31,6%, posicionándose como el sector más dinámico del comercio minorista de la Ciudad en el primer semestre.

Cuadro 5.1 Variación porcentual interanual de las ventas a precios constantes por sector. Ciudad de Buenos Aires. 1er. semestre de 2018

Sector	Variación interanual (%)
Supermercados	0,9
Shoppings	6,5
Comercios de electrodomésticos	31,6

Nota: datos provisorios.

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, 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)