

Dinámica del comercio minorista. 2do. trimestre de 2019

Informe
de resultados | **1400**



Noviembre 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 segundo trimestre de 2019 reveló un deterioro de casi todas las principales variables indicativas del consumo, que afectó esencialmente la venta de bienes de primera necesidad a través de 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 abril y junio el sector supermercadista sufrió una caída en sus ventas a valores constantes (-9,4%) que da cuenta de las dificultades por las que atraviesa el segmento, que acumula cuatro trimestres consecutivos de bajas. Por su parte, la facturación mostró un incremento interanual del 47,4%.

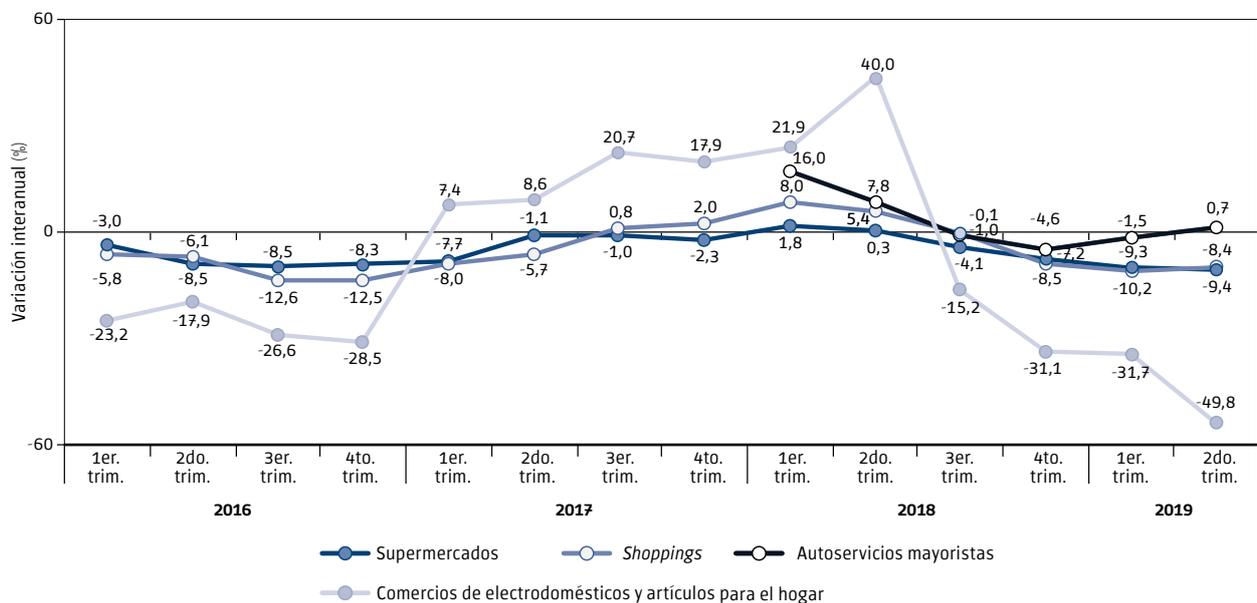
Los centros comerciales (*shoppings*), por su parte, registraron una contracción interanual en términos reales (-8,4%) y también acumulan un año de caídas en sus ventas. La disminución del segundo trimestre, no obstante,

es menor al guarismo negativo de enero/marzo. A valores corrientes, el comercio exhibió un incremento del 37,4% en comparación con igual período de 2018.

Las compras familiares realizadas en autoservicios mayoristas constituyeron el único segmento que logró sostener el nivel de consumo de un año atrás; a valores constantes, se registró un mínimo incremento (0,7%). El correlato fue un ascenso extraordinario de la facturación, del 68,4% en términos interanuales. El guarismo confirma la tendencia al traslado de la demanda 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 mostraron un descenso interanual muy significativo (-49,8%) profundizando la tendencia a la reducción de las compras de bienes semidurables por parte de las familias. La facturación también registró un fuerte descenso con respecto al segundo trimestre de 2018 (-17,8%).

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 2016/2do. trimestre de 2019



Nota: datos provisionarios.

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. 2do. trimestre de 2019

1. Ventas en supermercados

Durante el segundo trimestre de 2019 el sector supermercadista de la Ciudad registró ventas por un total de \$25.802 millones, lo que significó un incremento interanual del 47,4%.

Se observa de manera desagregada que los grupos de artículos que aportaron principalmente a la facturación fueron *Alimentos y bebidas* (75,2%) y *Artículos de limpieza y perfumería* (13,8%). Ambos mostraron aumentos interanuales en los montos facturados superiores al guarismo promedio: 53,4% el primero y 54,5% el segundo.

En términos reales, por cuarto trimestre consecutivo el sector enfrentó una contracción en sus ventas constantes (-9,4%) y profundizó levemente la baja acontecida en el parcial anterior.

El análisis del acumulado arrojó que durante los primeros seis meses las ventas corrientes registraron un incremento del 45,5% mientras que las ventas constantes se contrajeron un 9,4%.

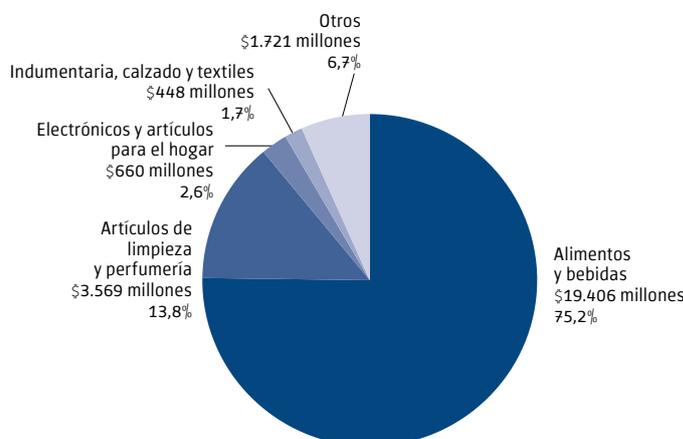
Cuadro 1 Facturación en supermercados (millones de pesos), índice de ventas a precios constantes (base julio 2012/junio 2013=100) y variación porcentual interanual. Ciudad de Buenos Aires. 2do. trimestre de 2018/2do. trimestre de 2019

Período	Millones de \$ (valores corrientes)	Variación interanual (%)	Índice (julio 2012/junio 2013=100)	Variación interanual (%)
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
2do. trimestre 2019	25.802	47,4	82,6	-9,4
Acumulado 2019	47.776	45,5	80,1	-9,4

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. 2do. 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 Supermercados y Autoservicios Mayoristas.

2. Ventas en *shoppings*

A lo largo del segundo trimestre de 2019 los centros de compras declararon ventas por \$12.119 millones, que representaron un incremento del 37,4% en términos interanuales y de 6,5 puntos porcentuales –p.p.– en relación con el trimestre anterior.

En la composición de la facturación por grupo de artículos, se destacaron principalmente las ventas de *Indumentaria, calzado y marroquinería* con una participación del 53,0%, seguido de *Patio de comidas y alimentos* que explicaron el 13,2%.

Los rubros con crecimiento de su facturación superior al promedio fueron *Perfumería y farmacia* (85,8%), *Diversión y esparcimiento* (77,7%), *Ropa y accesorios deportivos* (46,1%),

Librería y papelería (45,2%), *Patio de comidas y alimentos* (43,8%) e *Indumentaria, calzado y marroquinería* (41,2%). En el otro extremo, *Electrónicos, electrodomésticos y computación* sufrió una contracción del 11,1% en sus ventas corrientes.

Las ventas constantes, por su parte, mostraron una variación interanual de signo negativo por cuarto período consecutivo; el guarismo alcanzó el -8,4% y desaceleró el ritmo de caída respecto del primer trimestre.

Entre enero y junio, la facturación acumuló un incremento interanual de 34,5%, mientras que en términos reales se registró una contracción del consumo del 9,2%.

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. 2do. trimestre de 2018/2do. trimestre de 2019

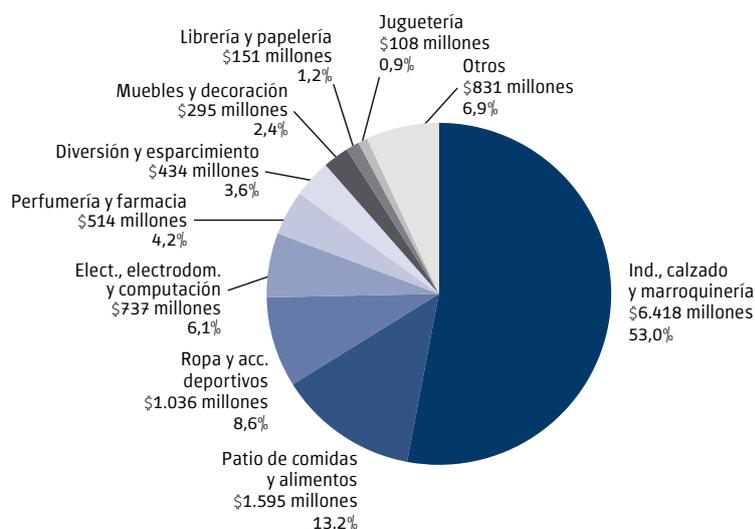
Período	Millones de \$ (valores corrientes)	Variación interanual (%)	Índice (julio 2012/junio 2013=100)	Variación interanual (%)
2do. trimestre 2018	8.823	25,1	88,4	5,4
3er. trimestre 2018	9.373	26,4	86,0	-0,1
4to. trimestre 2018	12.032	27,9	94,3	-8,5
1er. trimestre 2019	9.063	30,8	67,2	-10,2
2do. trimestre 2019	12.119	37,4	81,0	-8,4
Acumulado 2019	21.183	34,5	74,1	-9,2

Nota: datos provisorios.

Los datos de ventas corresponden a lo informado por INDEC en los informes de prensa para el conjunto de centros de compras activos en 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.

Gráfico 3 Facturación en *shoppings* por grupo de artículos (millones de pesos) y distribución porcentual. Ciudad de Buenos Aires. 2do. 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 Centros de Compras.

3. Ventas en autoservicios mayoristas

En el segundo trimestre de 2019 las ventas a consumidores finales en autoservicios mayoristas totalizaron \$1.022 millones. Ello representó un incremento interanual del 68,4% y un aumento de 6,7 p.p. con respecto a lo facturado en enero/marzo de 2019.

Alimentos y bebidas representó el 60,3% de las ventas corrientes del sector a consumidores finales e incrementó su facturación un 64,3%. El segundo rubro en importancia, *Artículos de limpieza y perfumería*, explicó el 31,9% y registró un aumento del 77,5%.

Las ventas a valores constantes, en tanto, revirtieron la tendencia negativa de los tres trimestres previos y culminaron el parcial con un mínimo incremento, del 0,7%.

Entre enero y junio, la facturación de los autoservicios mayoristas a consumidores finales creció un 65,3% con respecto al primer semestre de 2018. Las ventas constantes, en cambio, enfrentaron una leve caída interanual, del 0,3%.

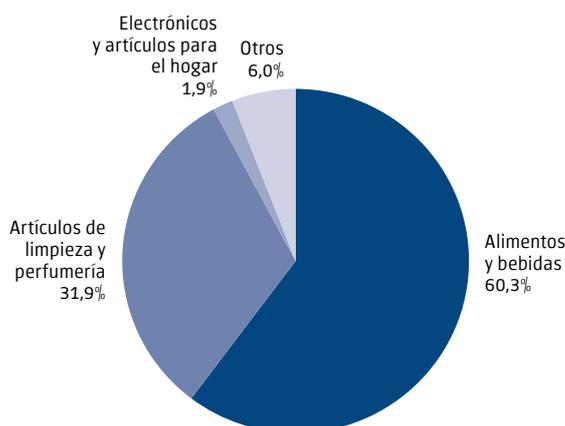
Cuadro 3 Facturación en autoservicios mayoristas (millones de pesos), índice de ventas a precios constantes (base 2017=100) y variación porcentual interanual. Ciudad de Buenos Aires. 2do. trimestre de 2018/2do. trimestre de 2019

Período	Millones de \$ (valores corrientes)	Variación interanual (%)	Índice (2017=100)	Variación interanual (%)
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
2do. trimestre 2019	1.022	68,4	106,6	0,7
Acumulado 2019	1.840	65,3	100,8	-0,3

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. 2do. trimestre de 2019



Nota: datos provisorios.

La suma de los valores parciales puede diferir del total por procedimientos de redondeo.

La composición de la facturación por grupo de artículos se presenta solo para los rubros no alcanzados por el secreto estadístico.

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.

4. Superficie del área de ventas en supermercados y shoppings

Al cierre del segundo trimestre el sector supermercadista declaró 904 bocas de expendio, 37 más que en el período equivalente de 2018 y 2 menos en comparación con el trimestre anterior.

Con respecto a la superficie total que se destinó para la venta, el sector sufrió una contracción interanual del 4,3% y, en cuanto al tamaño promedio por boca, una reducción del 8,2%.

Para el período de referencia, la fuente informó la salida de un centro de compras del relevamiento¹ que, en combinación con la dinámica negativa que venía mostrando

la cantidad de locales activos con 20 meses consecutivos de caídas hasta marzo-19, explica el empeoramiento de los indicadores. Así, los locales se redujeron en 99 con relación a junio-18 y en 58 respecto de marzo de este año, duplicando el ritmo de caída del trimestre anterior.

La superficie total, por su parte, se contrajo más que la cantidad de locales (-7,8%), en correspondencia con el mayor tamaño relativo de los locales del *shopping Buenos Aires Design*.

¹ Se trata del cese de actividades del *shopping Buenos Aires Design*, en marzo de 2019.

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. 2do. trimestre de 2018/2do. trimestre de 2019

Período	Supermercados				Total	Shoppings			
	Bocas		Superficie			Locales		Superficie	
	Unidades	Variación interanual (%)	m ²	Variación interanual (%)		Unidades	Variación interanual (%)	m ²	Variación interanual (%)
2do. trimestre 2018	867	3,2	490.657	1,2	19	1.383	-1,7	235.546	-1,6
3er. trimestre 2018	916	8,9	472.159	-2,9	19	1.357	-2,6	232.597	-2,4
4to. trimestre 2018	906	5,6	470.030	-3,9	19	1.372	-2,2	233.537	-2,8
1er. trimestre 2019	906	4,7	469.978	-4,2	19	1.342	-3,6	228.564	-3,0
2do. trimestre 2019	904	4,3	469.485	-4,3	18	1.284	-7,2	217.078	-7,8

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

Entre abril/junio de 2019 el sector de electrodomésticos y artículos para el hogar registró ventas por \$4.174 millones, equivalente a una contracción interanual del 17,8%. Cabe recordar que el período base de comparación, abril/junio-18, constituyó un registro máximo de ventas para el sector debido a la celebración del campeonato mundial de fútbol, lo cual explica en parte el pobre desempeño del período. Si se realiza la comparación contra el promedio simple de ventas de 2018, la facturación trimestral ascendió un 1,0%.

En términos reales, nuevamente el resultado estuvo atravesado por la coyuntura particular del período de comparación: las ventas constantes del segundo trimestre de 2019 disminuyeron un 49,8%. Medida contra el promedio trimestral enero/diciembre-18, la demanda de electrodomésticos y artículos para el hogar en comercios especializados moderó su derrumbe (-35,9%).

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. 2do. trimestre de 2018/2do. trimestre de 2019

Período	Millones de \$ (valores corrientes)	Variación interanual (%)	Índice (julio 2012/junio 2013=100)	Variación interanual (%)
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
2do. trimestre 2019	4.174	-17,8	55,0	-49,8
Acumulado 2019	7.951	-8,0	55,5	-42,1

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 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 los centros de compras radicados en el distrito porteño y en los 24 Partidos del Gran Buenos Aires².

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 precios³. 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.

³ 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*.

² 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