

Dinámica del comercio minorista. 3er. trimestre de 2019

Informe
de resultados | **1428**



Febrero de 2020



*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 tercer trimestre de 2019 reveló un deterioro interanual 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). Respecto del desempeño en el trimestre anterior, no obstante, los indicadores muestran mejores resultados.

El sector supermercadista sufrió una contracción interanual en sus ventas a valores constantes (-8,0%) que da cuenta de las dificultades que enfrenta el segmento que acumula cinco trimestres consecutivos de bajas. La facturación, por su parte, mostró un incremento del 45,6% con respecto al trimestre equivalente de 2018.

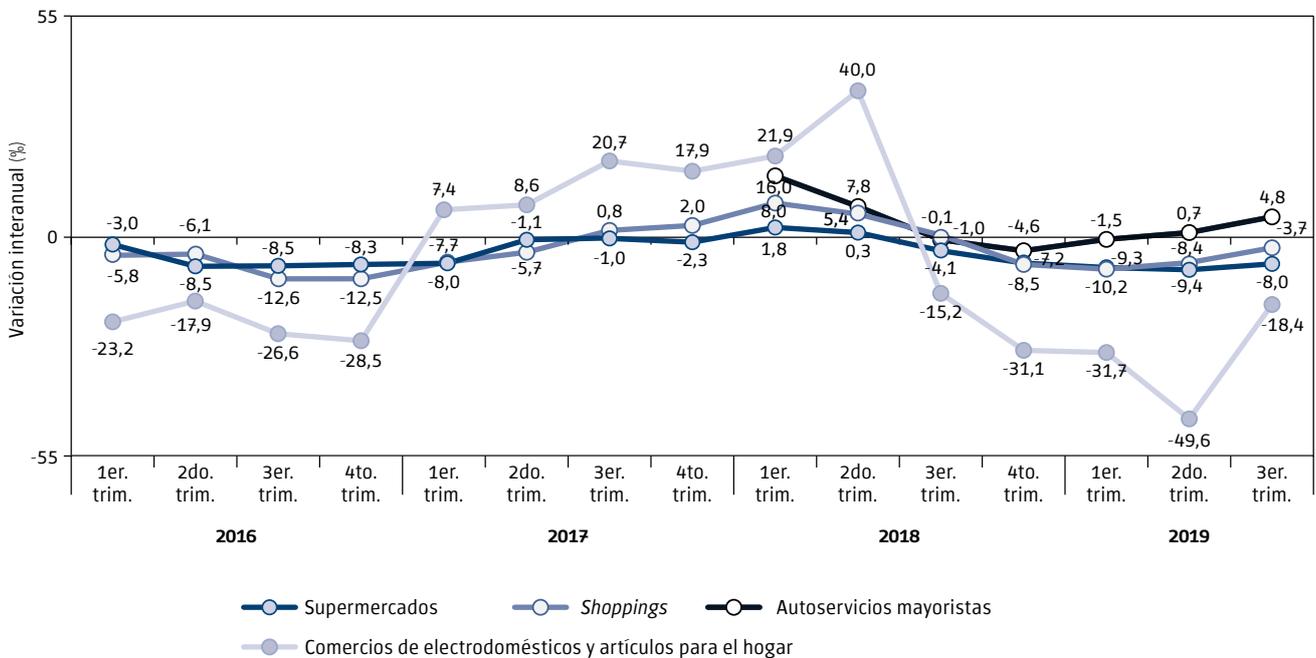
Los centros de compras (*shoppings*) sufrieron por quinto trimestre consecutivo una baja interanual en términos reales (-3,7%), aunque mantienen la tendencia hacia la

desaceleración de la caída reflejada en el trimestre previo. A valores corrientes, el comercio registró un incremento del 37,8% en comparación con igual período de 2018.

Las compras familiares realizadas en autoservicios mayoristas constituyeron el único segmento que incrementó su nivel de consumo entre julio y septiembre; a valores constantes se registró un incremento interanual del 4,8% que revalida la leve suba experimentada el trimestre anterior (0,7%). Este desempeño tuvo su correlato en el importante ascenso de la facturación (70,8%) 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 en los comercios de electrodomésticos mostraron una tendencia a la baja por quinto trimestre consecutivo, con una fuerte desaceleración respecto de la contracción acaecida en abril/junio. En su comparación interanual, las compras de bienes semidurables se redujeron un 18,4% en términos físicos, mientras que la facturación mostró un alza del 36,7%.

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 2016/3er. trimestre de 2019



Nota: datos provisionales.

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

Dinámica del comercio minorista. 3er. trimestre de 2019

1. Ventas en supermercados

Durante el tercer trimestre de 2019 la facturación del sector supermercadista de la Ciudad registró un incremento interanual del 45,6%, equivalente a ventas corrientes por un total de \$28.137 millones.

Se observa de manera desagregada que los grupos de artículos que aportaron principalmente a la facturación fueron *Alimentos y bebidas* (74,5%) y *Artículos de limpieza y perfumería* (13,8%). El desempeño interanual mostró incrementos superiores al guarismo promedio en ambos casos: 48,4% el primero y 47,6%, el segundo.

En términos reales, por quinto trimestre consecutivo el sector enfrentó una contracción en sus ventas constantes (-8,0%); al interior del segmento todos los grupos de artículos disminuyeron sus ventas en unidades físicas.

El análisis del acumulado arrojó resultados muy similares a los del trimestre: entre enero y septiembre las ventas corrientes aumentaron un 45,6% mientras que las ventas constantes se contrajeron un 8,9%.

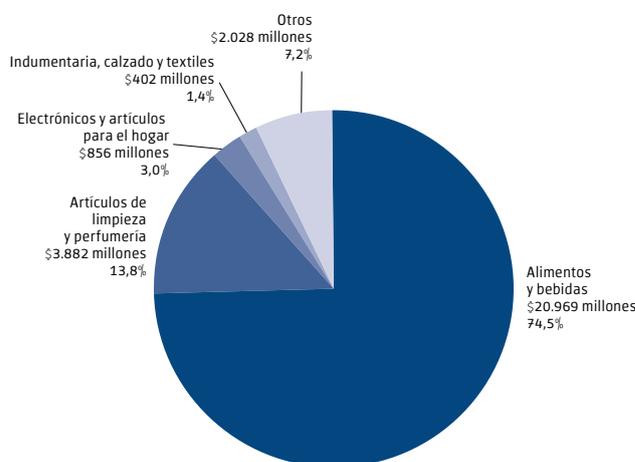
Cuadro 1 Facturación en supermercados (millones de pesos), índice de ventas a precios constantes (base julio 2012/junio 2013=100) y variación porcentual interanual. Ciudad de Buenos Aires. 3er. trimestre de 2018/3er. trimestre de 2019

Período	Millones de \$ (valores corrientes)	Variación interanual (%)	Índice (julio 2012/junio 2013=100)	Variación interanual (%)
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
3er. trimestre 2019	28.137	45,6	81,5	-8,0
Acumulado 2019	75.913	45,6	80,6	-8,9

Nota: datos provisorios.

Fuente: Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Hacienda 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. 3er. 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 Hacienda y Finanzas GCBA), sobre la base de datos de INDEC. Encuesta de Supermercados y Autoservicios Mayoristas.

2. Ventas en shoppings

Durante el tercer trimestre de 2019 los centros de compra de la Ciudad registraron ventas por \$13.435 millones, lo que significó un incremento interanual del 43,3% y de 6,0 puntos porcentuales –p.p.– en relación con el trimestre previo.

La composición de la facturación por grupo de artículos revela que las principales ventas corresponden a *Indumentaria, calzado y marroquinería* con una participación del 49,5%, seguido de *Patio de comidas y alimentos* que aportó el 14,5%.

Los rubros que mostraron un crecimiento de su facturación mayor al promedio fueron *Perfumería y farmacia* (68,6%), *Ropa y accesorios deportivos* (60,0%) e *Indumentaria, calzado y marroquinería* (43,9%). En el otro extremo se

verifica que *Electrónicos, electrodomésticos y computación* sufrió una caída del 9,8% en sus ventas corrientes.

Las ventas constantes, al igual que lo analizado en el caso de los supermercados, suman su quinto período consecutivo en baja. Entre julio y septiembre registraron una caída del 3,7%, aunque desaceleraron el ritmo de contracción respecto del desempeño que vienen mostrando desde fines de 2018. Únicamente *Ropa y accesorios deportivos* alcanzó un desempeño interanual positivo (3,8%).

En términos acumulados, la facturación mostró un incremento interanual del 37,8%, mientras que en términos reales se registró una disminución del consumo superior a la del trimestre, del 7,3%.

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. 3er. trimestre de 2018/3er. trimestre de 2019

Período	Millones de \$ (valores corrientes)	Variación interanual (%)	Índice (julio 2012/junio 2013=100)	Variación interanual (%)
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
3er. trimestre 2019	13.435	43,3	82,8	-3,7
Acumulado 2019	34.618	37,8	77,0	-7,3

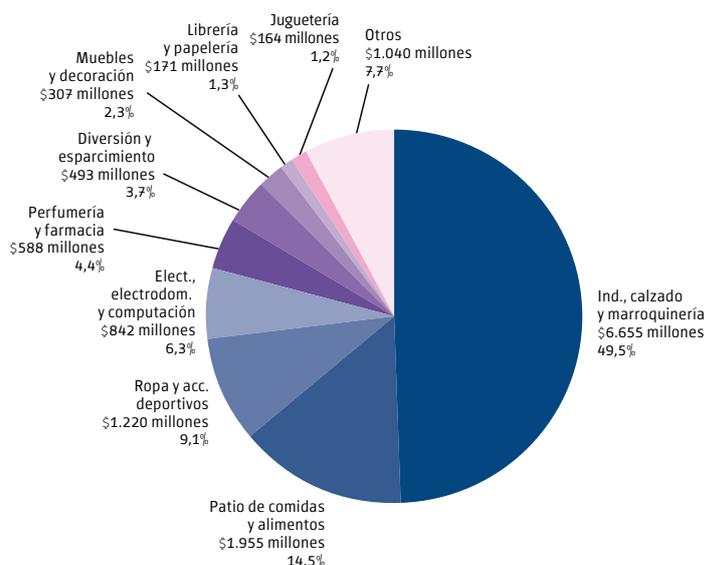
Nota: datos provisorios.

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

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 Hacienda y Finanzas GCBA), sobre la base de datos de DGEYC e INDEC. IPCBA y Encuesta Nacional de Centros de Compras, respectivamente.

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



Nota: datos provisorios.

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

3. Ventas en autoservicios mayoristas

Las compras realizadas por consumidores finales en autoservicios mayoristas durante el tercer trimestre de 2019 totalizaron \$1.177 millones y exhibieron de esta manera un incremento interanual del 70,8%.

El análisis desagregado mostró que el grupo *Alimentos y bebidas* representó el 60,8% de las ventas hogareñas y exhibió una suba del 68,4% respecto de igual período de 2018. El segundo rubro con mayor representación en el total fue *Artículos de limpieza y perfumería* (31,0% del total), con un aumento de su facturación superior al promedio (73,2%).

Por su parte, las ventas a valores constantes registraron un aumento interanual del 4,8% y mejoraron el desempeño del segundo parcial de 2019, que culminó con una mínima suba.

En los primeros nueve meses, la facturación de los autoservicios mayoristas por ventas a consumidores finales acumuló un alza del 67,4%. Las ventas constantes, por su parte, mostraron un incremento del 1,4%.

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. 3er. trimestre de 2018/3er. trimestre de 2019

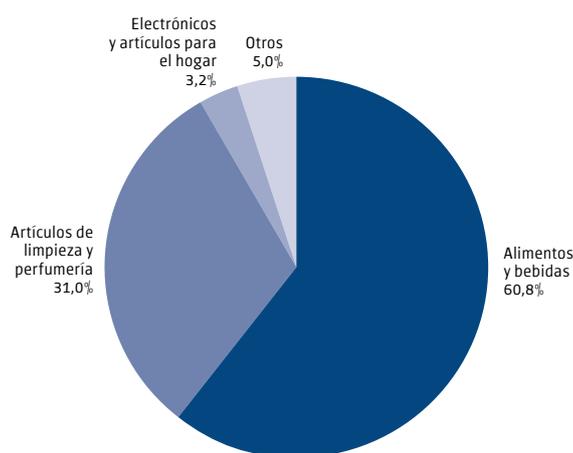
Período	Millones de \$ (valores corrientes)	Variación interanual (%)	Índice (2017=100)	Variación interanual (%)
3er. trimestre 2018	689	34,3	105,2	-1,0
4to. trimestre 2018	836	47,9	107,4	-4,6
1er. trimestre 2019	819	61,7	94,9	-1,5
2do. trimestre 2019	1.022	68,4	106,6	0,7
3er. trimestre 2019	1.177	70,8	110,3	4,8
Acumulado 2019	3.017	67,4	103,9	1,4

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 Hacienda y Finanzas GCBA), sobre la base 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. 3er. trimestre de 2019



Nota: datos provisorios.

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 Hacienda 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 tercer trimestre, el sector supermercadista declaró 901 bocas de expendio, 15 menos que en el período equivalente de 2018 y 5 menos en comparación con el trimestre anterior.

Los indicadores de superficie del área de ventas se mantuvieron relativamente estables: las dimensiones de los supermercados medidas en metros cuadrados totales sufrieron una leve contracción interanual (-0,8%), mientras que el tamaño promedio por boca de expendio aumentó apenas un 0,9%.

Los *shoppings* informaron para el período de referencia 1.236 unidades comerciales activas, 121 menos que en el tercer parcial de 2018. Esta contracción interanual del 8,9% se explica, en parte, por el cierre de un centro de compras en marzo de 2019¹, aunque no explica la diferencia con el trimestre anterior (48 locales menos), situación que evidencia el cierre efectivo de locales en centros de compras en actividad.

La superficie total mostró una contracción del 9,6% en su comparación interanual, pese a lo cual las dimensiones promedio de los locales comerciales se mantuvieron relativamente estables.

1 Se trata del cese de actividades del *shopping* Buenos Aires Design.

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. 3er. trimestre de 2018/3er. 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 (%)
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	906	4,5	469.979	-4,2	18	1.284	-7,2	217.078	-7,8
3er. trimestre 2019	901	-1,6	468.398	-0,8	18	1.236	-8,9	210.243	-9,6

Nota: datos provisorios.

La información corresponde al último mes de cada período.

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

5. Ventas en comercios de electrodomésticos

El sector de electrodomésticos y artículos para el hogar declaró que durante el tercer trimestre de 2019 se realizaron ventas a valores corrientes por \$5.098 millones, lo que significó un alza interanual del 36,7% que acontece tras un segundo trimestre de caída de la facturación.

En términos reales las ventas del período se contrajeron un 18,4%, quedando de manifiesto las dificultades del sector para revertir la situación a la baja que viene sufriendo desde el tercer trimestre de 2018.

La mala *performance* se expresa en el resultado del acumulado: las ventas constantes entre enero y septiembre acumulan una caída interanual del 35,7% que casi duplica la baja acontecida en el trimestre de referencia.

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. 3er. trimestre de 2018/3er. trimestre de 2019

Período	Millones de \$ (valores corrientes)	Variación interanual (%)	Índice (julio 2012/junio 2013=100)	Variación interanual (%)
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	4.194	-17,4	55,2	-49,6
3er. trimestre 2019	5.098	36,7	56,3	-18,4
Acumulado 2019	13.068	5,6	55,8	-35,7

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 Hacienda 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 Nacional 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.