

Panorama - Edición 2017 - N° 1

Encuesta Supermercados

1er Trimestre 2017

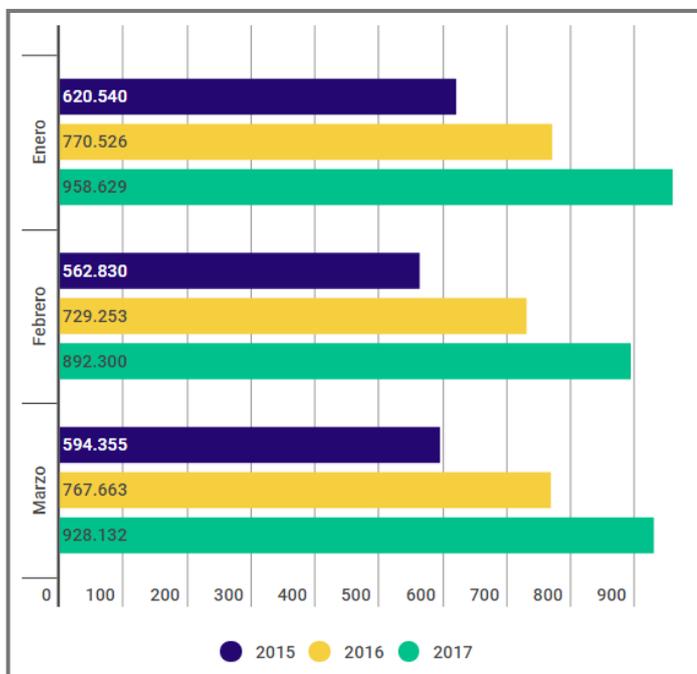
La Dirección General de Estadística y Censos pone a vuestra disposición un análisis descriptivo, producto del procesamiento de los resultados publicados por el INDEC, sobre la Encuesta de Supermercados, para el primer trimestre de 2017.

Ventas Totales Provinciales

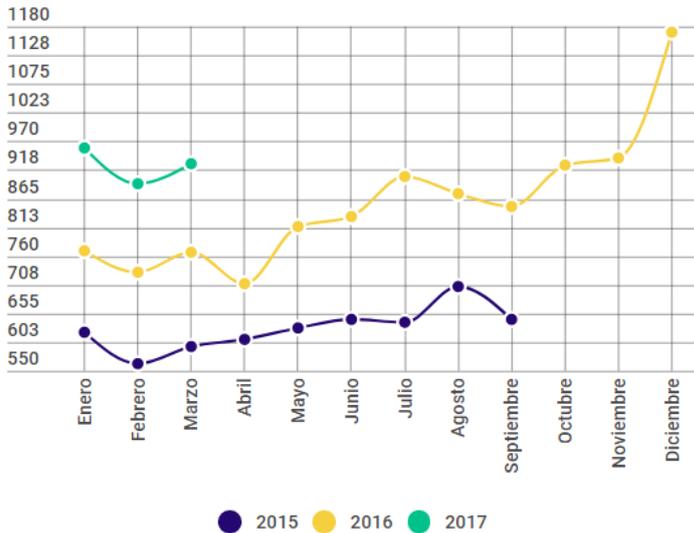
Las ventas totales en Chubut para el primer trimestre del 2017, comprendidas en la encuesta de supermercados, sumaron un total de \$ 2.779.061 millones de pesos. Esto representa un **3,6% del total de ventas nacionales**.

Comparando el trimestre de referencia con el mismo trimestre del año anterior, se registra un **aumento en las ventas totales en Chubut del 22,6 %**.

Si analizamos el comportamiento mensual, respecto del mes inmediato anterior, se registró una baja en enero 2017 del 18 %, acumulándose con la baja que se presentó en febrero, del mismo año, del 6 %. En Marzo la situación comienza a recomponerse, verificando un aumento en las ventas totales del 4%.



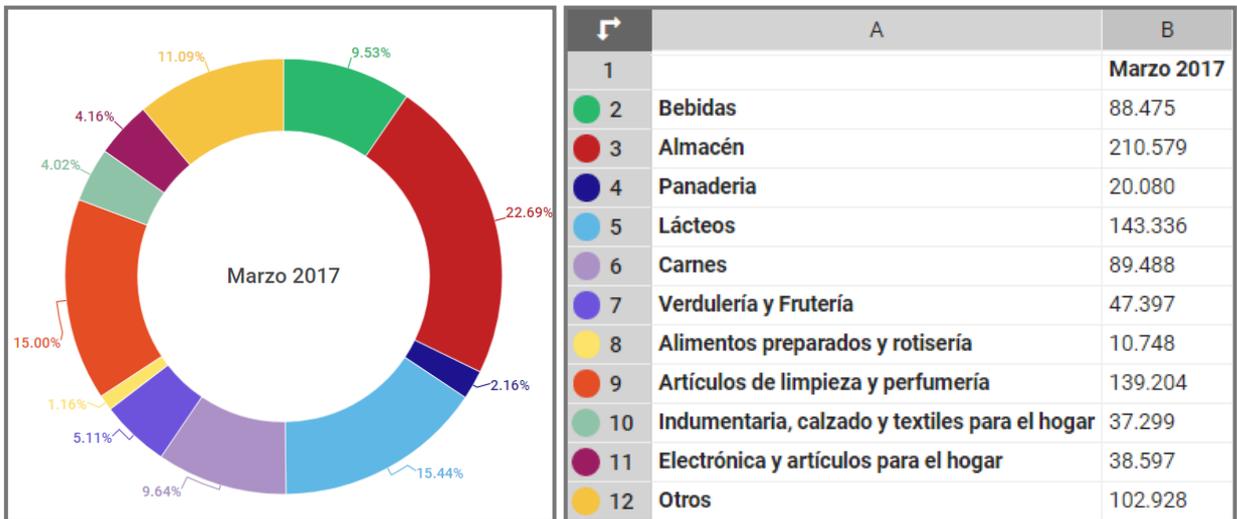
En Marzo 2017, **Chubut fue la 4ta Provincia** con mayor variación porcentual respecto del mismo mes del año anterior, registrando un aumento de las ventas de un 21 %.



En el presente grafico se observa que el proceder de la serie es anualmente el mismo, corroborando así que el comportamiento registrado para el primer trimestre del año 2017 es el habitual y esperado, aunque aumentando los valores de absolutos de las ventas en pesos para cada mes, respecto del mismo mes de los años anteriores.

Distribución Porcentual de las Ventas Totales Provinciales por Grupo de Artículos

En el cuadro siguiente se exponen, para el mes de marzo 2017, las ventas totales en Chubut, para cada uno de los 11 grupos de artículos relevados por la encuesta



Estableciendo un ranking de los conjuntos de artículos que registran más ventas totales en el mes de Marzo, precede esta lista con un **22,7 %** de las ventas del mes, los artículos de **“almacén”**. Cabe destacar que los productos de almacén son los que históricamente presentan mayor cantidad de ventas en esta serie.

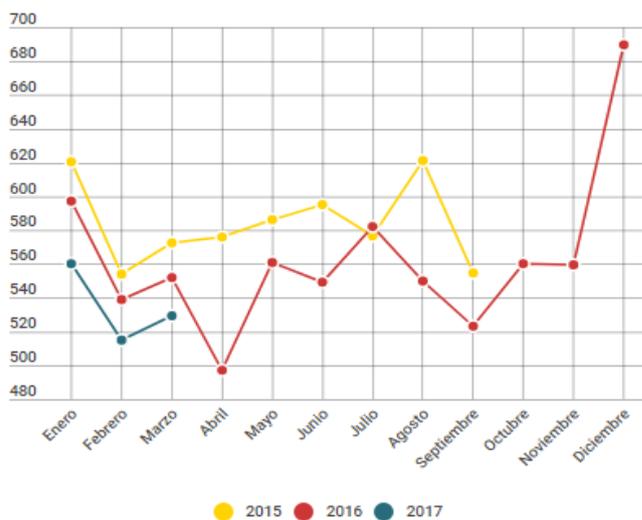
Lo continúan en 2do término los productos de **“lácteos” con un 15,4 %** y en 3er instancia los de **“limpieza y perfumería” con un 15,0 %**. Estos dos conjuntos de artículos vienen liderando estos puestos, aunque en ocasiones invierte el puesto en el ranking, casi con un mismo peso porcentual históricamente.

Como contraparte, los productos que menos se adquirieron en el mes de marzo, son los del conjunto “alimentos preparados y rotisería” con un 1,2%, y lo antecede los productos de “panadería” con un 2,2%.

La estructura de la participación porcentual no se alteró con respecto al trimestre previo, ni con respecto al mismo trimestre del año 2016.

Evolución de la serie a precios constantes

Para tener una mejor aproximación del comportamiento del consumo real es necesario **aislar el componente inflacionario**, para lo cual se ha procedido a deflactar las ventas por el Índice Autoponderado de Precios al Consumidor del aglomerado Rawson-Trelew, utilizando como base Enero 2015.



En siguiente gráfico podemos observar que las ventas a precios constantes del primer trimestre 2017 se encuentran **significativamente por debajo** de las del primer trimestre 2016 y 2015. Mientras que en valores corrientes se evidenciaban valores superiores debido al componente inflacionario.

Las ventas del trimestre a precios constantes arrojaron un valor de \$ 1.604.337,36, las cuales presentan una **baja del 11,32%** respecto al cuarto trimestre del 2016. Comparando el trimestre de referencia con el mismo del año 2016 se observa una **baja del 4,95%**. Mientras que el comportamiento mes a mes del período analizado se comporta de la misma manera.

