

Panorama estadístico – Edición 2019 – N°59

Encuesta Supermercados

1° Trimestre 2019

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 2019, que releva mensualmente una nómina de empresas del sector que cuentan por lo menos con alguna boca de expendio cuya superficie de ventas supere los 300 m². La encuesta proporciona datos sobre ventas a precios corrientes y constantes.

Ventas a Precios Corrientes¹

Cuadro N°1. Ventas en Supermercados en Miles de Pesos. Provincia del Chubut. 1° Trimestre 2015 - 1° Trimestre 2019

	Período	Ventas en miles de pesos	Var. % trimestral	Var. % interanual
2015	1° Trimestre	1.777.725	/// ²	///
	2° Trimestre	1.882.517	5,9%	///
	3° Trimestre	1.987.005	5,6%	///
	4° Trimestre	... ³
2016	1° Trimestre	2.267.442	///	27,5%
	2° Trimestre	2.356.797	3,9%	25,2%
	3° Trimestre	2.631.111	11,6%	32,4%
	4° Trimestre	3.036.227	15,4%	...
2017	1° Trimestre	2.779.061	-8,5%	22,6%
	2° Trimestre	2.897.980	4,3%	23,0%
	3° Trimestre	3.076.058	6,1%	16,9%
	4° Trimestre	3.493.436	13,6%	15,1%
2018	1° Trimestre	3.320.028	-5,0%	19,5%
	2° Trimestre	3.541.279	6,7%	22,2%
	3° Trimestre	3.891.406	9,9%	26,5%
	4° Trimestre	4.820.899	23,9%	38,0%
2019	1° Trimestre	4.640.976	-3,7%	39,8%

¹ Son los precios según su valor nominal, es decir, expresados al valor de cada año.

² Dato que no corresponde presentar debido a la naturaleza de las cosas o del cálculo

³ Dato no disponible a la fecha de presentación de resultados

Las ventas registradas durante el primer trimestre del año 2019 alcanzaron un valor de \$ 4.640.976 en miles de pesos, lo que significó una variación negativa del 3,7% respecto del trimestre anterior, y un incremento de las ventas a valores corrientes en un 39,8%, comparado con el mismo período en el año anterior. Éste total representa un 3,2% de las ventas totales corrientes registradas en el nivel nacional.



A nivel país, la variable experimenta un comportamiento similar, con respecto al trimestre anterior se observa que las ventas corrientes decrecieron en un 3,0%. Es menester destacar que, el aumento en el nivel de precios influye en los resultados presentados, por lo que se procederá a presentar las ventas registradas aislando el componente inflacionario.



Ventas a Precios Constantes

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

El valor de las ventas deflactadas para el primer trimestre 2019 en la provincia de Chubut es de 1.438.796,9 en miles de pesos, las cuales presentaron un declive respecto del período inmediatamente anterior del 11,2%, y de un 9,6% con respecto al mismo período en el año anterior, agudizándose la caída de las ventas en este último período, impulsada por una caída del 26,0% en el mes de enero. Observando un descenso acumulado del 17,6% desde el año 2015 al 2019.

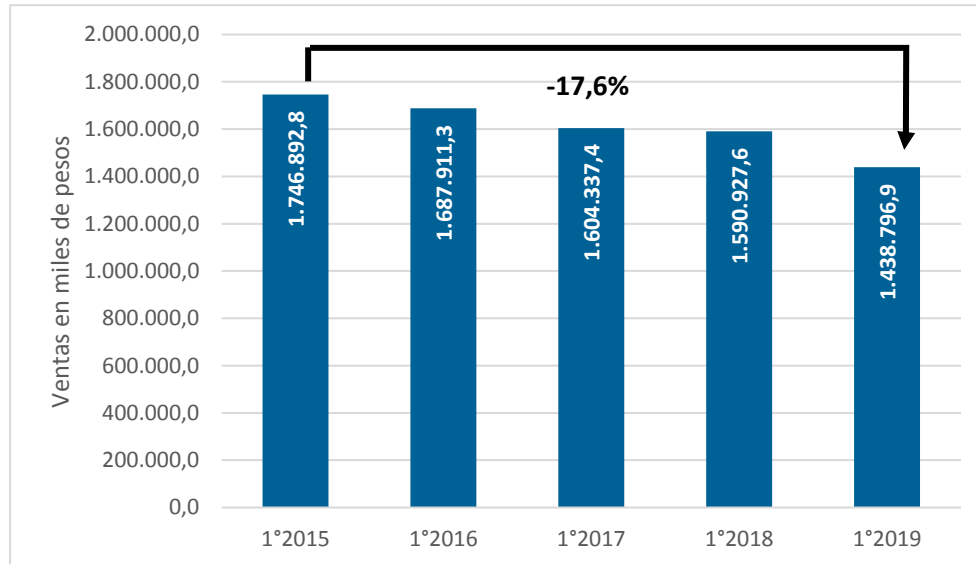


Es importante remarcar que, el primer trimestre, se caracteriza por ser un período estival, por lo que es normal que las ventas disminuyan con respecto al último trimestre del 2018, donde las ventas se ven incrementadas por las festividades. No obstante, después de una caída del 7,3% en el tercer trimestre, las ventas crecieron un 12,3% en el cuarto trimestre 2018, pero se mantuvieron un 8,1% por debajo de aquellas registradas en el 2017.

Las ventas se ven azotadas, no sólo por un contexto desfavorable a nivel nacional, sino que, la situación a nivel provincial se agudiza por la creciente desocupación y la irregularidad en los pagos de la administración pública, debido a la implementación del pago escalonado, desde febrero a noviembre del 2018.

Por otra parte, a a pesar de que se registró un incremento en las asignaciones universales y en las jubilaciones, esto no impactó en el consumo.

Gráfico N° 1. Ventas Totales Trimestrales a Precios Constantes. Provincia del Chubut. 1° Trimestre 2015-2019



Cuadro N°2. Ventas Totales Trimestrales en Miles de Pesos a Precios Constantes. Provincia del Chubut. 1° Trimestre 2015 – 1° Trimestre 2019

Trimestre	Ventas en miles de pesos	Var.% Intertrimestral	Var. % interanual
1°2015	1.746.892,80	/// ⁴	///
2°2015	1.757.129,40	0,6%	///
3°2015	1.752.506,70	-0,3%	///
4°2015
1°2016	1.687.911,30	... ⁵	-3,4%
2°2016	1.607.337,30	-4,8%	-8,5%
3°2016	1.654.714,60	2,9%	-5,6%
4°2016	1.809.051,40	9,3%	///
1°2017	1.604.337,40	-11,3%	-5,0%
2°2017	1.594.529,50	-0,6%	-0,8%
3°2017	1.629.133,80	2,2%	-1,5%
4°2017	1.763.790,54	8,3%	-2,5%
1°2018	1.590.927,62	-9,8%	-0,8%
2°2018	1.556.904,80	-2,1%	-2,4%
3°2018	1.443.380,80	-7,3%	-11,4
4°2018	1.620.503,2	12,3%	-8,1%
1°2019	1.438.796,9	-11,2%	-9,6%

⁴ /// Dato que no corresponde presentar debido a la naturaleza de las cosas o del cálculo

⁵ ... Dato no disponible a la fecha de presentación de resultados

Tal y como se observa en el cuadro n°2 las ventas registradas en los supermercados de la Provincia de Chubut presentan una tasa de crecimiento negativa año a año.

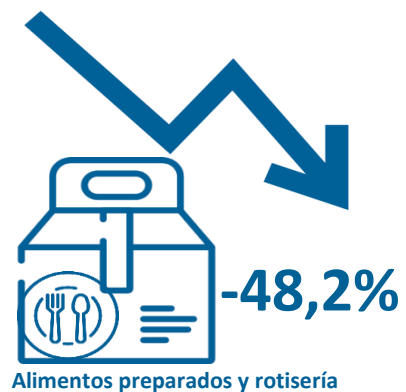
Por otra parte, se observa que el comportamiento de la variable en el nivel nacional presenta un comportamiento similar al de la provincia de Chubut, con un valor de \$71.104 millones⁶, las ventas a precios constantes representan una caída de las mismas respecto al trimestre inmediatamente anterior en un 14,0% y del 12,5% comparando los valores con aquellos registrados en el año anterior.

Ventas por Grupos de Artículos

En las ventas totales a precios constantes del primer trimestre 2019, se registró un descenso en todos los grupos de artículos con respecto al trimestre inmediatamente anterior. Mientras que, con respecto al año anterior, se observa que el rubro que corresponde a **Artículos de almacén** aumentó en un 55,6%.

Los grupos de artículos con las bajas más significativas respecto al cuarto trimestre 2018, son: “Bebidas” (24,4%), “Electrónica y artículos para el hogar” (19,5%) y “Verdulería y frutería” (9,0%). Es menester destacar que, durante la temporada estival, las ventas se ven afectadas, tendiendo a la baja. No obstante, en el caso de las bebidas, se observa que, las mismas se vieron incrementadas producto de un efecto producido por las festividades de fin de año.

Con respecto al año anterior se observa que la venta de “Artículos de almacén” se ha incrementado en un 55,6%, siendo estos, en su mayoría artículos de primera necesidad. Mientras que, otros grupos como: “Alimentos preparados y rotisería”, “Otros” y “Electrónica y artículos del hogar” fueron los artículos más castigados por la devaluación y la inestabilidad del tipo de cambio. Por otra parte, la falta de financiación podría haber generado una contracción en el consumo de artículos de electrónica y para el hogar.



⁶ Nota: el cálculo de las ventas totales a precios constantes de abril de 2016 utilizó los índices de precios por grupo de artículos del Índice de Precios al Consumidor IPC-GBA. Fuente: INDEC

Cuadro N° 3. Variación Porcentual Trimestral de las Ventas a Precios Constantes⁷ por Grupo de Artículos. 1° Trimestre 2018/ 4° Trimestre 2018-1° Trimestre 2019

Artículos	Ventas en miles de pesos				
	1° Trimestre 2018	4° Trimestre 2018	1° Trimestre 2019	Variación % Trimestral	Variación % Interanual
Bebidas	173.997,5	219.154,6	165.708,7	-24,4%	-4,8%
Almacén	299.657,4	484.345,9	466.292,3	-3,7%	55,6%
Panadería	41.609,5	39.517,1	36.745,3	-7,0%	-11,7%
Lácteos	126.887,6	126.457,6	119.267,8	-5,7%	-6,0%
Carnes	139.800,3	135.435,5	123.190,5	-9,0%	-11,9%
Verdulería y Frutería	83.386,0	81.326,4	68.930,0	-15,2%	-17,3%
Alimentos preparados y rotisería	18.352,2	10.961,8	9.506,1	-13,3%	-48,2%
Artículos de limpieza y perfumería	227.395,1	237.144,6	232.295,5	-2,0%	2,2%
Indumentaria, calzado y textiles	61.952,1	59.124,9	54.975,5	-7,0%	-11,3%
Electrónica y artículos para el hogar	75.134,2	74.992,0	60.347,7	-19,5%	-19,7%
Otros	188.272,8	152.043,5	131.027,1	-13,8%	-30,4%

Los grupos de artículos que mayor participación presentan sobre el total de las ventas registradas en supermercados son: “Artículos de almacén” (31,8%); “Artículos de limpieza y perfumería” (15,8%); y “Bebidas” (11,3%). Mientras que, los grupos que menor representatividad tienen son: “Alimentos y preparados de rotisería” (0,6%) y “Panadería” (2,5%).

Con respecto al primer trimestre 2018, se observa que, las ventas de artículos de almacén tienen una mayor participación sobre el total de ventas, pasando de un 21,6% a un 31,8%. Otros grupos como el de “Alimentos preparados y de rotisería”, “Carnes” y “Lácteos” y “otros” se vieron afectados a la coyuntura económica, reduciendo su participación en el primer trimestre 2019.

⁷ Son las ventas deflactadas por el Índice Autoponderado de Precios, es decir, se procedió a aislar el componente inflacionario, expresados en valores de enero 2015.

Gráfico N° 2. Ventas Totales a Precios Corrientes por Grupo de Artículos en Porcentajes. Provincia del Chubut – 1° Trimestre 2019

