



**FEBA**  
FEDERACIÓN ECONÓMICA  
de la Provincia de Buenos Aires

# Informe de comercio Provincia de Buenos Aires.

Marzo 2017

# RESUMEN EJECUTIVO

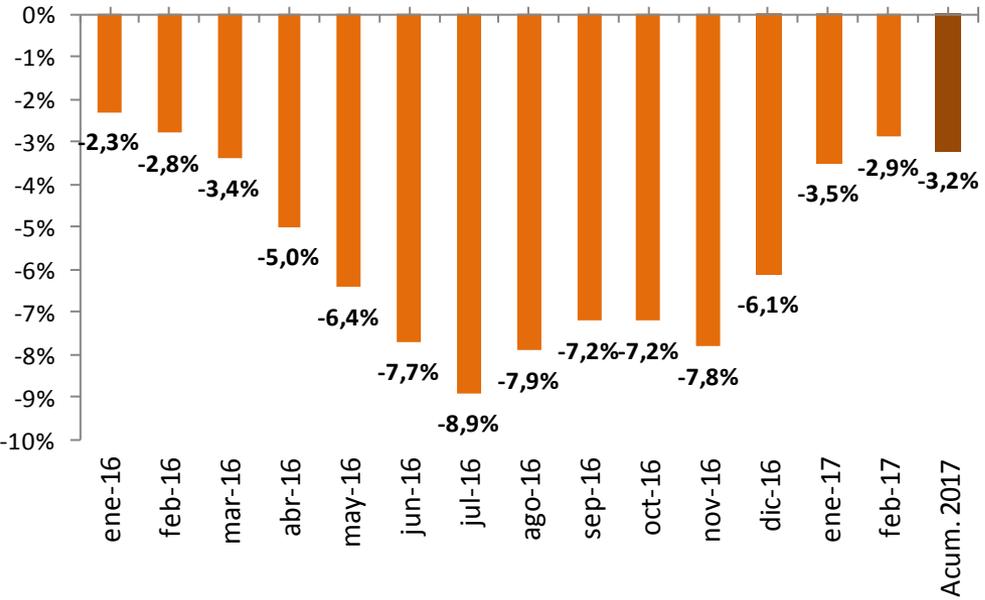


- **Las ventas al por menor medidas en cantidades en la provincia de Buenos Aires cayeron 2,9% en febrero de 2017, comparadas con igual período de 2016. En el primer bimestre acumulan una caída de 3,2%. El volumen de unidades vendidas se redujo en el 55 % de los locales comerciales relevados.**
- **La totalidad de los rubros relevados descendieron en febrero en la comparación interanual, los más pronunciados se registraron en Línea blanca y Electrónicos (4,7%), Muebles (4,5%), y Calzado y marroquinería (4,1%).**
- **El menor poder adquisitivo de la población es la razón principal que menciona el 44% de los comercios relevados como responsable de la caída en las unidades vendidas por su negocio.**
- **El 55 % de los locales relevados señaló que el margen comercial de febrero disminuyó respecto al mismo mes del año anterior, al tiempo que un 15% contestó que su rentabilidad aumentó.**
- **Las ventas en supermercados del GBA cerraron 2016 con una caída real de ventas de 8,3%**

# El comercio continúa contrayendo su nivel de actividad



Evolución de las ventas minoristas. Buenos Aires  
(Var. % i.a.)

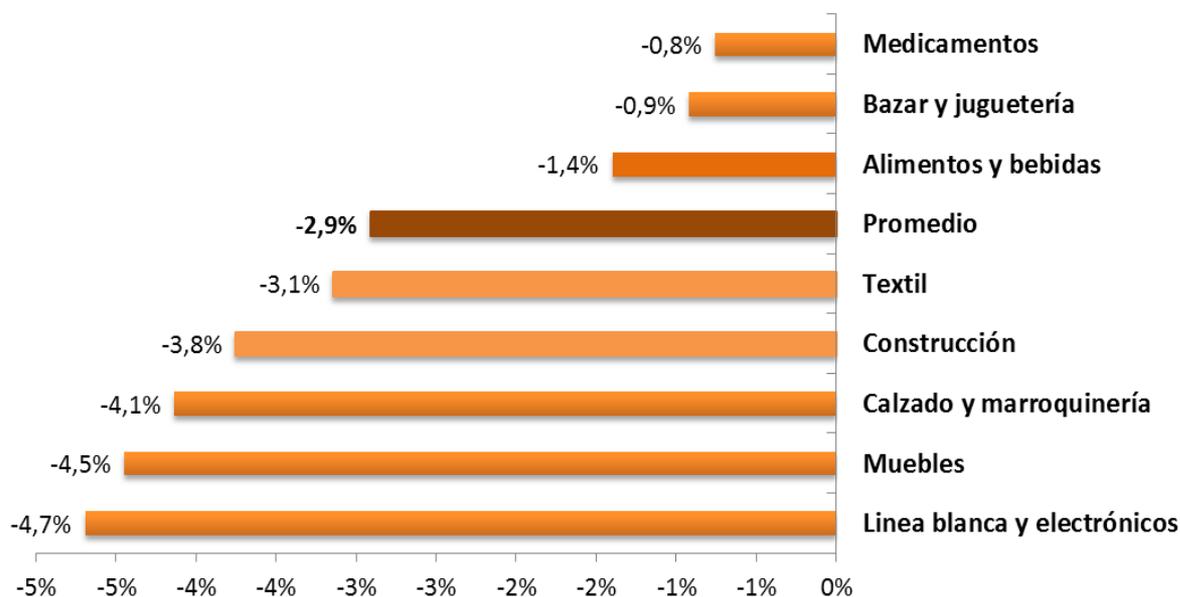


Fuente: FEBA

- Las ventas al por menor medidas en cantidades en la provincia de Buenos Aires cayeron 2,9 % en febrero de 2017, comparadas con igual período de 2016.
- De esta forma, el acumulado del primer bimestre del año refleja una baja de 3,2%

# La totalidad de los rubros relevados descendieron en febrero en la comparación interanual

Provincia de Buenos Aires. Ventas minoristas por rubro. En unidades vendidas. Febrero 2017. (Var % i.a)



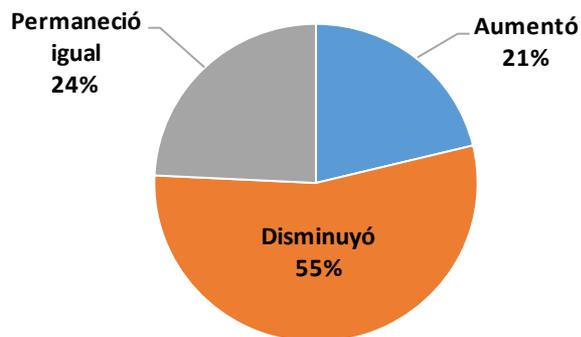
Fuente: FEBA

- Ocurrieron retrocesos interanuales en todos los rubros, los más pronunciados se produjeron en Línea blanca y Electrónicos (4,7%), Muebles (4,5%), y Calzado y marroquinería (4,1%).

- En contrapartida, las disminuciones menores se registraron en Medicamentos que bajó 0,8% interanual, Bazar y juguetería (0,9%), y Alimentos y bebidas (1,4%)

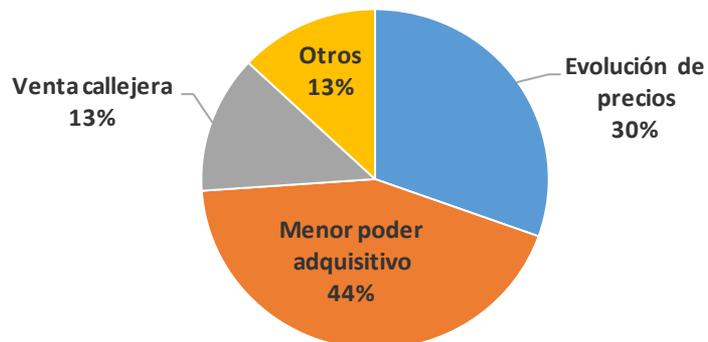
# El menor poder adquisitivo de la población es la razón principal que explica la caída de la actividad

Ventas minoristas en locales comerciales. Febrero de 2017 vs. febrero 2016. Provincia de Buenos Aires. En porcentaje (%)



Fuente: FEBA

Principales causas de la disminución del volumen de ventas. Provincia de Buenos Aires. En porcentaje (%)



Fuente: FEBA

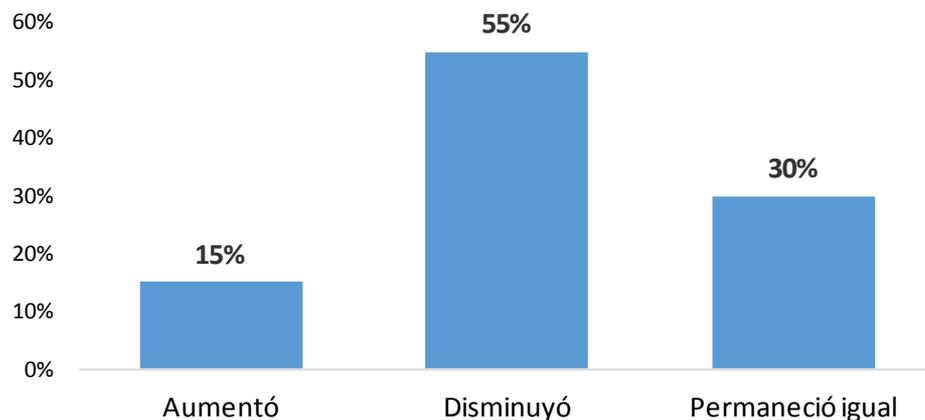
- Del total de comercios consultados en febrero, el 79% contestó que el nivel de cantidades vendidas de su local no aumentó respecto a igual mes de 2016 ( 55% respondió que disminuyeron y 24% que permanecieron igual)

En tanto el 21% restante expresó que sus ventas se incrementaron.

- La principal causa de disminución del volumen de ventas que mencionan los comerciantes relevados es el menor poder adquisitivo de la población ( 44% ).

## La menores ventas confluyen con un contexto de baja de rentabilidad para la mayoría de los locales

Evolución de la rentabilidad comercial. Febrero 2017 vs febrero 2016. Var % i.a.



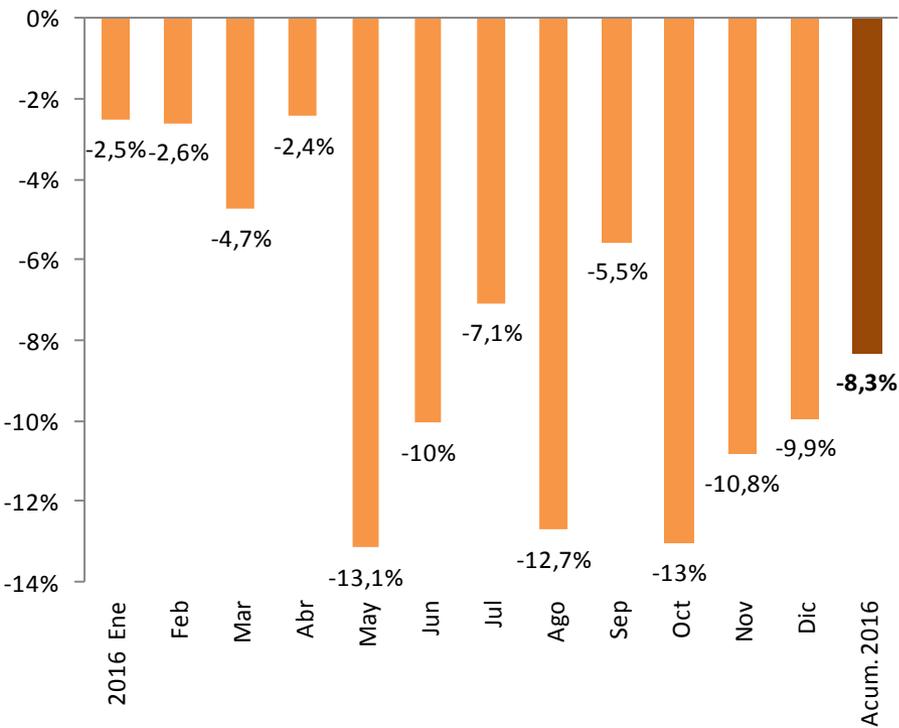
Fuente: FEBA

• Respecto a la evolución de la **rentabilidad**, una amplia proporción de los locales relevados señaló que el margen comercial de **febrero disminuyó respecto al mismo mes del año anterior (55 %)**, al tiempo que un **15 % contestó que su rentabilidad aumentó**. Para el 30% de locales restantes el margen de ganancia no sufrió alteraciones.

# Las ventas en supermercados del GBA cerraron 2016 con una caída real de ventas de 8,3%



Cantidades vendidas en Supermercados en los 24 partidos del GBA. Var % i.a



- En el mes de diciembre de 2016 , las cantidades vendidas en los supermercados de los 24 partidos del Gran Buenos Aires sufrieron una caída interanual de 9,9%.
- La retracción acumulada durante 2016 fue del 8,3% respecto al acumulado del mismo período de 2015

Fuente: Elaboración propia en base a INDEC y Dirección General de Estadísticas y Censos

# *Perspectivas*



- El comercio continúa contrayendo su nivel de actividad extendiéndose a más de un año las caídas consecutivas en el nivel de ventas minoristas.
- El consumidor promedio ha perdido un porcentaje considerable de salario real que se suma a un grado elevado de incertidumbre sobre la realidad económica , que lo lleva a actuar de un modo mucho más racional a la hora de comprar.
- El Plan Precios Transparentes impulsado por el Gobierno Nacional con el objetivo de bajar los precios al contado, hasta el momento no ha funcionado de acuerdo a lo esperado impactando negativamente en la actividad.
- La discusión y definición sobre paritarias será central en la recuperación o no del salario real de los trabajadores.
- El 2,5% de inflación de febrero pone un punto de alerta sobre la expectativa de la misma a lo largo del año y continúa impactando negativamente en el poder adquisitivo de los consumidores.