

El Comercio en la Provincia de Buenos Aires

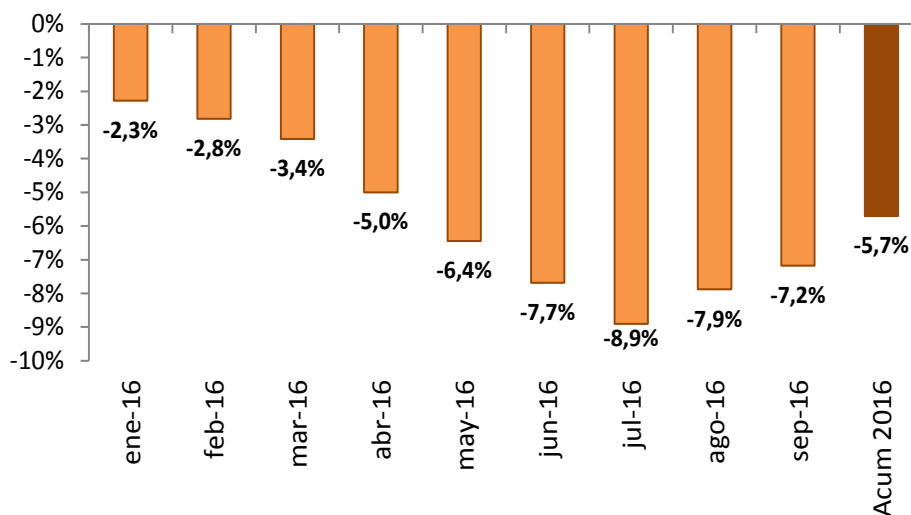
Resumen ejecutivo

- Las **cantidades vendidas** por los comercios minoristas de la provincia de Buenos Aires **bajaron 7,2 %** en septiembre de 2016 frente a igual período del año anterior. El 65% de los locales disminuyó su volumen de ventas.
 - Se produjeron descensos de ventas agregadas en todos los rubros, los más salientes se reflejaron en los asociados al bienestar y durables, como Línea blanca y Electrónicos con una merma de 13%, y Construcción (10,8%).
 - El **46% de los comercios consideró que el menor poder adquisitivo de la población constituye la problemática principal que afecta negativamente el volumen de ventas de su negocio.**
 - Una amplia proporción de los locales relevados señaló que **el margen comercial de septiembre disminuyó respecto al mismo mes del año anterior (68%)**, al tiempo que solo un 9% contestó que su rentabilidad aumentó.
 - En el mes de julio de 2016, las cantidades vendidas en los supermercados de los 24 partidos del Gran Buenos Aires sufrieron una caída interanual de 7,1%. A pesar de atravesar un panorama difícil, la señal positiva es que julio se produjo una desaceleración en el ritmo de caída de la demanda.
 - **Las ventas totales en los Centros de Compras de los 24 partidos del Gran Buenos Aires** ascendieron en julio a 2.844 millones de pesos, aumentando en valores corrientes un 24,6% respecto al mismo mes del año anterior. **En términos reales disminuyeron un 22,6%**. La caída relativa más pronunciada de la demanda en centros de compras se debe al cambio en los hábitos de compra de los consumidores, que se vuelcan a la compra diaria y en menor escala en los pequeños comercios de proximidad en detrimento de las grandes superficies.
 - A pesar de la desaceleración de los niveles de inflación, el poder adquisitivo de los consumidores sigue reprimido, lo cual constituye uno de los factores determinantes en la caída del consumo. El 57% de los locales comerciales estimó que las ventas se mantendrán estables, mientras que un 39% tiene expectativas favorables sobre el volumen de ventas del próximo semestre.
 - Para el último trimestre del año serán claves las definiciones acerca de la realización de paritarias, el bono de fin de año, la evolución de las tasas de interés para los créditos, y las medidas judiciales respecto a los aumentos de tarifas.
-

Ventas al por menor en Buenos Aires

Las cantidades vendidas por los comercios minoristas de la provincia de Buenos Aires cayeron en septiembre un 7,2 % con respecto al mismo mes de 2015. Es el noveno mes ininterrumpido que las ventas disminuyen, acentuando la dificultad que atraviesa la actividad comercial desde principio de año. De esta forma, las ventas minoristas medidas en cantidades registraron una tasa de caída promedio anual de 5,7% en el acumulado de los primeros nueve meses del año.

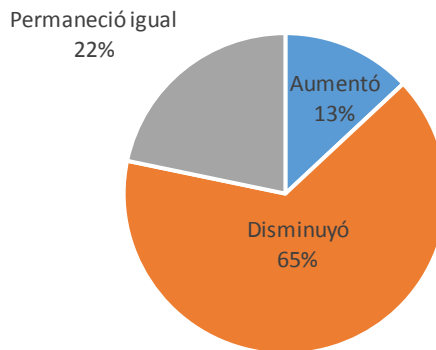
Evolución de ventas minoristas. Buenos Aires.
(Var. % i.a)



Fuente: FEBA

En consecuencia, se observa que **el 65% de los establecimientos comerciales las ventas disminuyeron en septiembre de 2016 respecto al mismo mes del año anterior. Solo un 13% de los locales aumentó sus cantidades vendidas.**

Ventas minoristas en locales comerciales. Septiembre de 2016 vs. septiembre 2015. Provincia de Buenos Aires. En porcentaje (%)

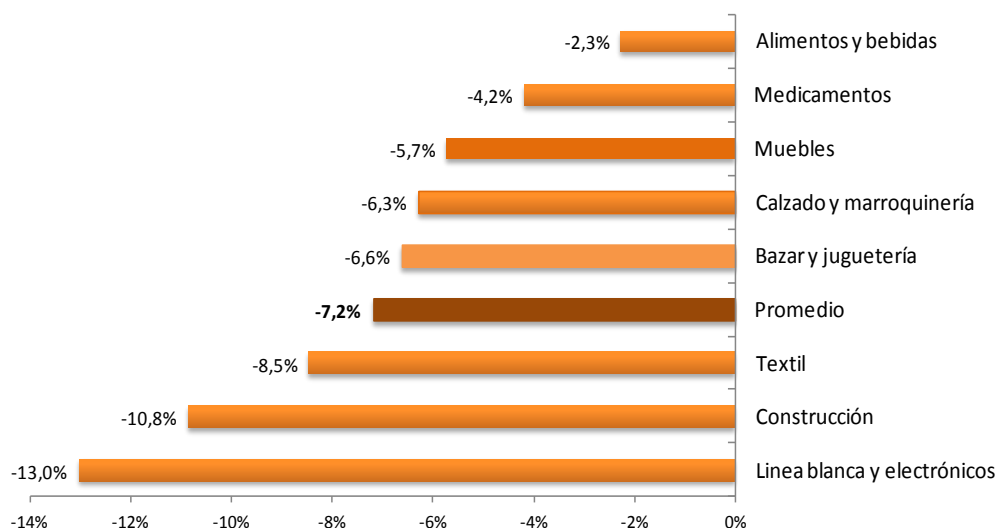


Fuente: FEBA

Se produjeron descensos en todos los rubros, los más salientes se reflejaron en bienes asociados al bienestar y durables, como Línea blanca y Electrónicos con una merma de 13% y Construcción con una caída del 10,8%, los cuales se constituyen como los más afectados negativamente en la recesión actual.

El consumo de alimentos y bebidas cedió 2,3% interanual, a pesar del cambio de conducta de los consumidores, que buscaron productos con descuentos, en oferta, o segundas y terceras marcas.

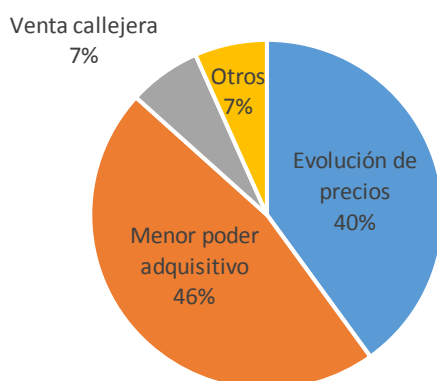
Provincia de Buenos Aires. Ventas minoristas por rubro. En unidades vendidas. Septiembre 2016. (Var % i.a)



Fuente: FEBA

Un alto porcentaje de comercios (46%) consideró que el menor poder adquisitivo de la de la población constituye la problemática principal que afecta negativamente el volumen de ventas de su negocio. Le siguieron la evolución de los precios (40%) y la venta ilegal o callejera (7%).

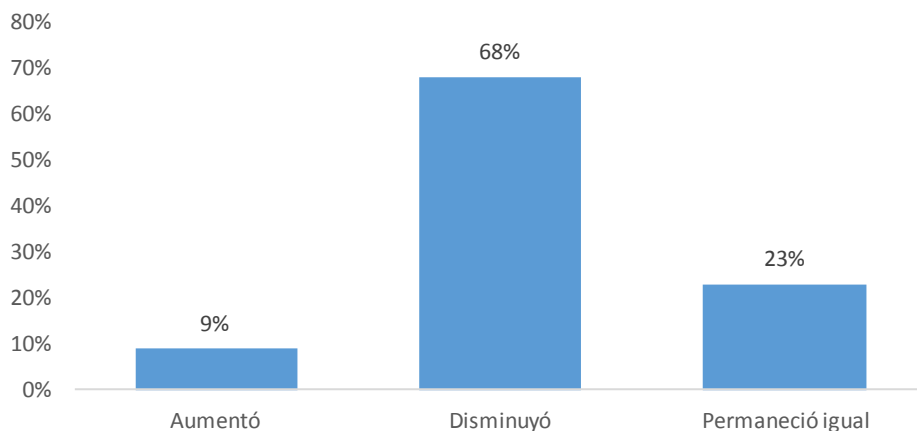
Principales causas de la disminución del volumen de ventas.
Provincia de Buenos Aires. En porcentaje (%)



Fuente: FEBA

Respecto a la evolución de la **rentabilidad**, una amplia proporción de los locales relevados señaló que el margen comercial de **septiembre disminuyó respecto al mismo mes del año anterior (68%)**, al tiempo que **solo un 9% contestó que su rentabilidad aumentó**.

Evolución de la rentabilidad comercial. Septiembre 2016 vs septiembre 2015. Var % i.a.



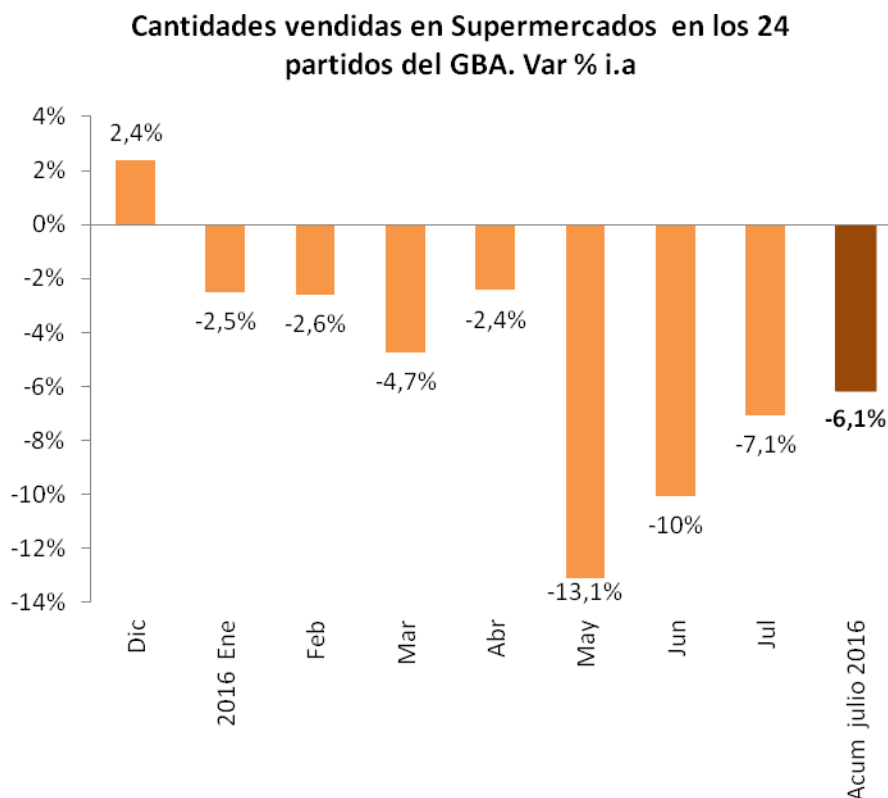
Fuente: FEBA

Ventas en supermercados

En el mes de julio de 2016¹, **las cantidades vendidas en los supermercados de los 24 partidos del Gran Buenos Aires sufrieron una caída interanual de 7,1%.**

Desde enero del corriente año se viene produciendo una caída sostenida en el nivel de ventas, por lo que la retracción acumulada interanual durante los primeros siete meses del año fue del 6,1%.

A pesar de atravesar un panorama difícil, como señal positiva se puede destacar la desaceleración en el ritmo de caída de la demanda, luego de atravesar un descenso brusco en mayo.



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

En los supermercados del interior de la provincia de Buenos Aires, las ventas de mayo sumaron 2.804 millones de pesos, por lo que **augmentaron en valores corrientes un 28,8%** respecto a igual mes de 2015. Dicha variación implica un **retroceso interanual real de 9,9%**.

¹Último dato disponible.

Centros de Compras

Las ventas totales en los Centros de Compras de los 24 partidos del Gran Buenos Aires ascendieron en julio a 2.844 millones de pesos, aumentando en valores corrientes un 24,6% respecto al mismo mes del año anterior. En términos reales disminuyeron un 22,6%.

La caída relativa más pronunciada de la demanda en centros de compras se debe al cambio en los hábitos de compra de los consumidores, que se vuelcan a la compra diaria y en menor escala en los pequeños comercios de proximidad en detrimento de las grandes superficies.

Revalúo Inmobiliario

El revalúo inmobiliario sobre el que estaba trabajando ARBA y varios distritos finalmente no se aplicará en 2017 y no será incluido en la Ley Impositiva.

El temor que se expresaba entre los comerciantes se vinculaba a que esa actualización se tomara en forma lineal para calcular el impuesto Inmobiliario Urbano, por

lo que los alquileres podrían haber sufrido un incremento desmedido que se tradujera en mayores costos para la actividad.

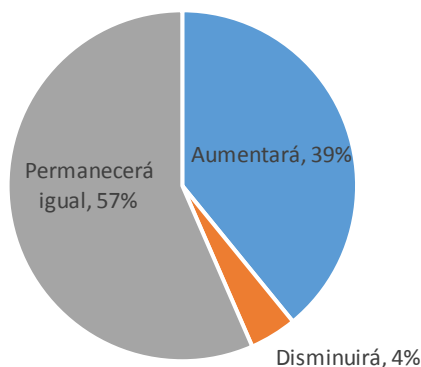
Más allá de la no aplicación del revalúo en 2017, se estima que el impuesto inmobiliario sufrirá un incremento que oscilaría entre el 20% y el 35% para el año próximo.

Expectativas

A pesar de la desaceleración de los niveles de inflación, el poder de compra de los consumidores sigue reprimido, lo cual constituye uno de los factores determinantes en la caída del consumo en lo que va del año.

En cuanto a cómo perciben los comerciantes que se desarrollará el negocio en el próximo semestre, se destaca el porcentaje de comercios que estimó que las ventas se mantendrán estables (57%), mientras que un 39% tiene expectativas favorables sobre el volumen de ventas del próximo semestre.

Expectativas sobre el volumen de ventas del próximo semestre. En porcentaje (%)



Fuente: FEBA

En línea con el propósito de evitar una caída aún mayor en el consumo y la producción, el gobierno nacional extendió el plan de pagos de compras financiadas en cuotas Ahora 12 hasta el 31 de enero de 2017, anunciando como novedad la inclusión de la venta de juguetes y juegos de mesa al programa.

Para el último trimestre del año serán claves las definiciones acerca de la realización de paritarias, el bono de fin de año, la evolución de las tasas de interés para los créditos, y las medidas judiciales respecto a los aumentos de tarifas.