

Dinámica del comercio minorista. Ciudad de Buenos Aires. 2do. trimestre de 2022

Informe
de resultados | **1702**



Octubre de 2022

Medalla de oro a la calidad
en la Gestión Pública



 Dirección General de
ESTADÍSTICA Y CENSOS
Ministerio de Hacienda y Finanzas



135 1887
2022
ANIVERSARIO

Dinámica del comercio minorista. Ciudad de Buenos Aires. 2do. trimestre de 2022

El siguiente trabajo presenta la evolución del comercio minorista en la Ciudad de Buenos Aires. Para ello, se centra en la dinámica de las principales variables indicativas del consumo de los hogares en los distintos sectores: supermercados, autoservicios mayoristas, *shoppings* –centros de compras– y casas de electrodomésticos. A continuación, se exhiben los resultados más salientes con énfasis en el segundo trimestre de 2022 –último dato disponible, de carácter provisorio–.

Principales resultados

El comportamiento del comercio minorista durante el segundo trimestre de 2022 reveló una trayectoria dispar de las principales variables indicativas de la marcha del consumo. La comercialización de bienes de primera necesidad a través de los supermercados mostró una relativa estabilidad mientras que el nivel de consumo familiar en autoservicios mayoristas se redujo y registró la mayor contracción de la serie en términos reales.

El panorama general se completa con el incremento de las ventas constantes en centros de compras y comercios de electrodomésticos, sectores con particularidades propias por el efecto de arrastre tras la pandemia y, en particular el segundo, por la combinación de inflación y restricción a la compra de dólares que incentiva el resguardo de capital en bienes durables. En el período, también continuó vigente el plan de financiación Ahora 12, herramienta que facilita su adquisición.

Entre abril y junio el sector supermercadista porteño incrementó su facturación (\$89.358 millones) un 65,2% con respecto al mismo período de 2021. El *ticket* promedio por operación rondó \$1.787 y se expandió a un ritmo menor al crecimiento de las ventas corrientes, lo cual indica que los hogares realizaron más compras y de menor monto que un año atrás. Las ventas constantes, por su parte, computaron una mínima variación positiva (0,4%) mientras que la medición por boca sufrió una leve contracción (-2,0%), producto de una pequeña expansión en la cantidad de bocas (25 adicionales respecto de junio 2021). El consumo hogareño destinado a *Alimentos y bebidas* (rubro mayoritario con el 76,7% de la facturación) creció aún menos que el promedio, principalmente por las menores compras de *Lácteos* y *Carnes*. La compensación se verificó por la mayor demanda de *Bebidas*.

Las compras familiares realizadas en autoservicios mayoristas aumentaron un 47,1% y se concentraron en *Alimentos y bebidas*. La participación de este rubro es, históricamente, menor si se compara con el comercio en supermercados; en simultáneo, en el canal mayorista sobresale la incidencia de *Artículos de limpieza y perfumería*. Por el lado de las ventas constantes, la contracción interanual fue significativa aun cuando los niveles de actividad del sector se mantienen en valores elevados.

La facturación de los centros de compras exhibió un alza interanual extraordinaria. El segmento más demandado fue *Indumentaria* que junto a *Ropa deportiva* explicaron el 62,5% de las ventas corrientes; *Patio de comidas* y *Electrónicos* mantuvieron una alta incidencia, pero menor a los registros anteriores. Las ventas reales se incrementaron un 249,7% en comparación con el trimestre equivalente de 2021, destacándose la demanda de rubros como *Esparcimiento*, *Amoblamientos*, *Juguetería* y *Electrónicos*. En especial, con un *shopping* menos, se observó la apertura de 67 locales con respecto al registro de abril/junio 2021 y un área locativa también en expansión. El sector aun transita un camino de recomposición tras el derrumbe del consumo por las restricciones sanitarias impuestas durante la pandemia; en particular, en el período de referencia, la actividad en *shoppings* logró el segundo mejor desempeño desde el inicio de las mencionadas restricciones.

Por último, las casas de venta de electrodomésticos facturaron un 79,8% más que en el trimestre equivalente del año anterior. En unidades físicas el sector registró un ascenso en las ventas (24,6%), el cual le permitió alcanzar por tercer trimestre consecutivo valores más cercanos a los mejores parciales de la serie.

Dinámica de los principales sectores

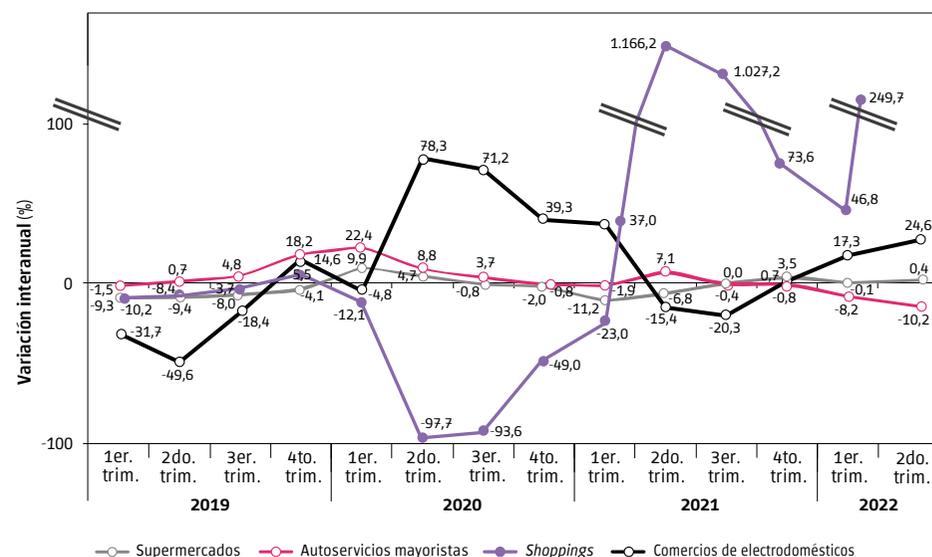
Cuadro 1 Indicadores seleccionados del comercio minorista. Ciudad de Buenos Aires. 2do. trimestre de 2022

Indicador	Valor
Supermercados	
Ventas corrientes (millones)	\$89.358
Ventas corrientes (variación interanual)	65,2%
Ventas corrientes por operación	\$1.787
Ventas constantes (variación interanual)	0,4%
Ventas constantes por boca (variación interanual)	-2,0%
Superficie en m ² área de ventas (variación interanual)	1,3%
Autoservicios mayoristas	
Ventas corrientes (millones)	\$3.510
Ventas corrientes (variación interanual)	47,1%
Ventas constantes (variación interanual)	-10,2%
Shoppings	
Ventas corrientes (millones)	\$50.386
Ventas corrientes (variación interanual)	490,0%
Ventas constantes (variación interanual)	249,7%
Ventas constantes por local (variación interanual)	229,2%
Superficie en m ² área de ventas (variación interanual)	8,8%
Comercios de electrodomésticos	
Ventas corrientes (millones)	\$29.952
Ventas corrientes (variación interanual)	79,8%
Ventas constantes (variación interanual)	24,6%

Nota: datos provisorios.

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, Artículos para el Hogar y Encuesta Nacional de Centros de Compras y Encuesta de Comercios de Electrodomésticos), respectivamente.

Gráfico 1 Ventas a precios constantes por sector (variación porcentual interanual). Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2019/2do. trimestre de 2022



Nota: datos provisorios.

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, Artículos para el Hogar y Encuesta Nacional de Centros de Compras y Encuesta de Comercios de Electrodomésticos).

Cuadro 2 Ventas a precios constantes por sector (variación porcentual interanual). Ciudad de Buenos Aires. 2do. trimestre de 2022

Sector	2do. trimestre 2022	Acumulado 2022
Supermercados	0,4	0,1
Autoservicios mayoristas	-10,2	-9,3
Shopping	249,7	116,2
Comercios de electrodomésticos	24,6	21,2

Nota: datos provisorios.

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, Artículos para el Hogar y Encuesta Nacional de Centros de Compras y Encuesta de Comercios de Electrodomésticos), respectivamente.

Supermercados y autoservicios mayoristas

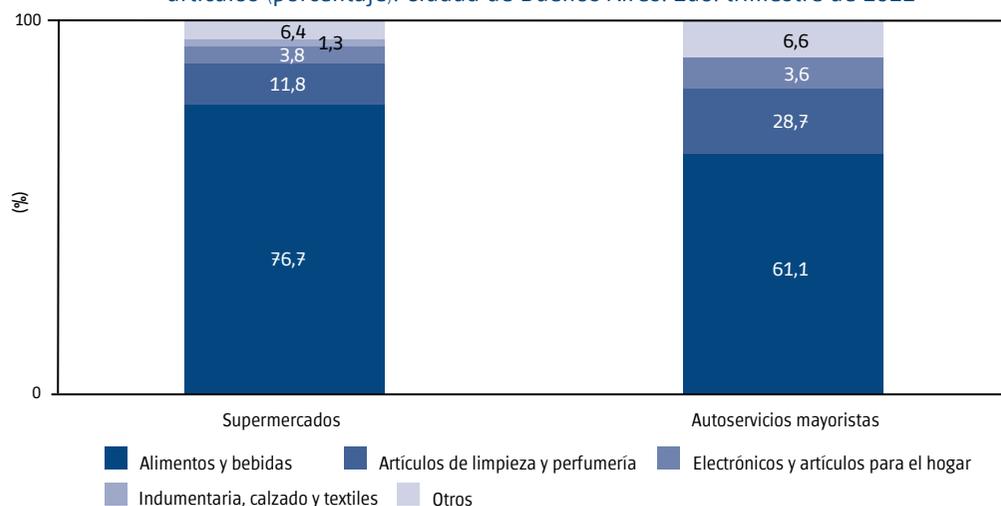
Cuadro 3 Facturación en supermercados y autoservicios mayoristas (millones de pesos y variación porcentual interanual). Ciudad de Buenos Aires. 2do. trimestre de 2021/ 2do. trimestre de 2022

Período	Supermercados		Autoservicios mayoristas	
	Millones de \$	Variación interanual (%)	Millones de \$	Variación interanual (%)
2do. trim. 2021	54.082	35,5	2.386	47,3
3er. trim. 2021	59.802	50,8	2.419	44,4
4to. trim. 2021	70.364	55,8	2.896	47,5
1er. trim. 2022	70.626	55,6	2.746	41,3
2do. trim. 2022	89.358	65,2	3.510	47,1
Acumulado 2022	159.984	60,8	6.256	44,5

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. Encuesta de Supermercados y Autoservicios Mayoristas.

Gráfico 2 Facturación en supermercados y autoservicios mayoristas por grupo de artículos (porcentaje). Ciudad de Buenos Aires. 2do. trimestre de 2022



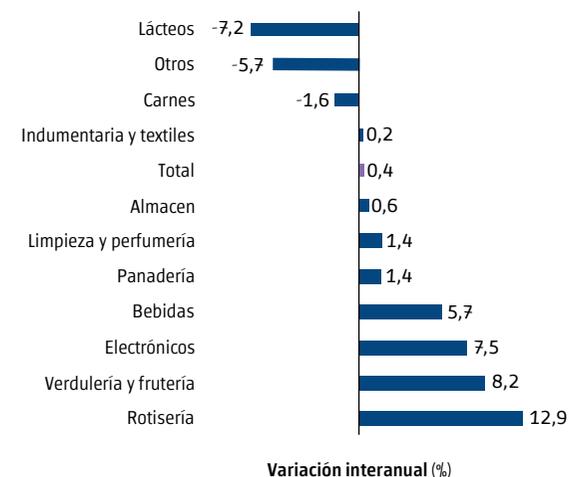
Nota: datos provisorios.

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

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 DGEyC e INDEC. Encuesta de Supermercados y Autoservicios Mayoristas.

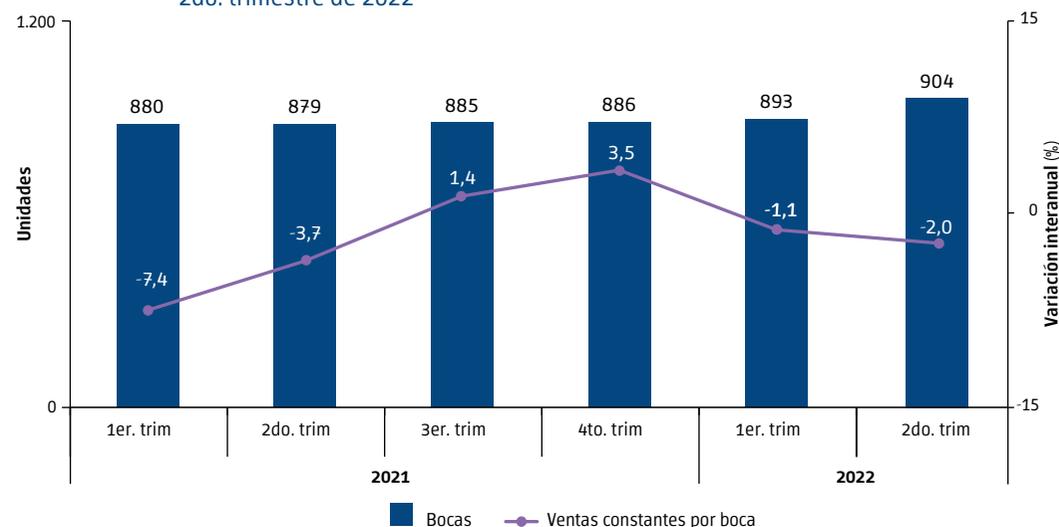
Gráfico 3 Ventas a precios constantes en supermercados por grupo de artículos (variación porcentual interanual). Ciudad de Buenos Aires. 2do. trimestre de 2022



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 4 Bocas (unidades) y ventas a precios constantes por boca (variación porcentual interanual) en supermercados. Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2021/ 2do. trimestre de 2022



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.

Shoppings y comercios de electrodomésticos

Cuadro 4 Facturación en *shoppings* y comercios de electrodomésticos (millones de pesos y variación porcentual interanual). Ciudad de Buenos Aires. 2do. trimestre de 2021/ 2do. trimestre de 2022

Período	Shoppings		Comercios de electrodomésticos	
	Millones de \$	Variación interanual (%)	Millones de \$	Variación interanual (%)
2do. trim. 2021	8.541	-,-	16.654	34,7
3er. trim. 2021	23.409	-,-	16.485	9,8
4to. trim. 2021	39.889	173,9	24.073	32,6
1er. trim. 2022	33.870	134,6	21.191	56,8
2do. trim. 2022	50.386	490,0	29.952	79,8
Acumulado 2022	84.256	266,7	51.143	69,5

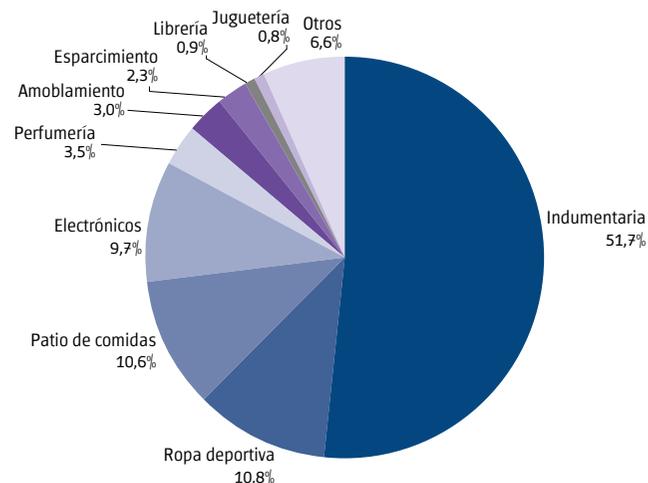
-- Porcentaje de variación mayor a 1.000.

Nota: datos provisorios.

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. Encuesta Nacional de Centros de Compras y Encuesta de Comercios de Electrodomésticos y Artículos para el Hogar.

Gráfico 5 Facturación en *shoppings* por grupo de artículos (porcentaje). Ciudad de Buenos Aires. 2do. trimestre de 2022

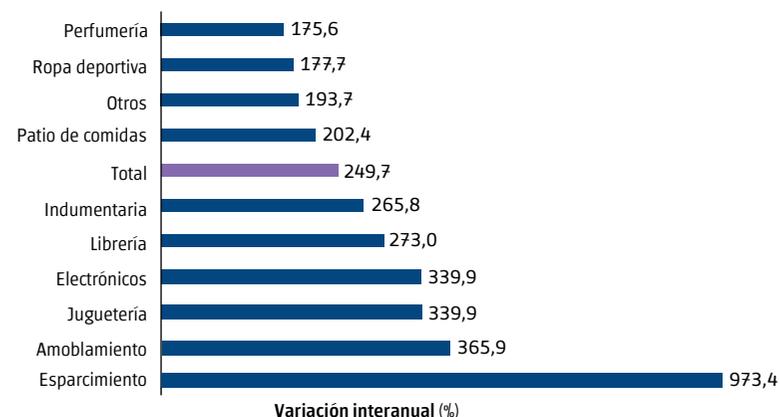


Nota: datos provisorios.

La suma de los valores parciales difiere 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. Encuesta Nacional de Centros de Compras.

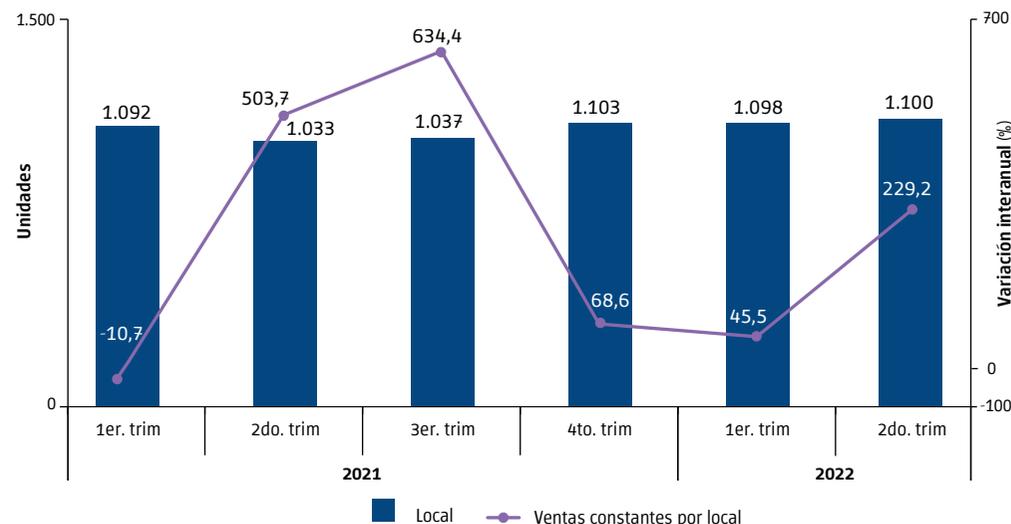
Gráfico 6 Ventas a precios constantes en *shoppings* por grupo de artículos (variación porcentual interanual). Ciudad de Buenos Aires. 2do. trimestre de 2022



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 Nacional de Centros de Compras, respectivamente.

Gráfico 7 Locales (unidades) y ventas a precios constantes por local (variación porcentual interanual) en *shoppings*. Ciudad de Buenos Aires. 1er trimestre de 2021/ 2do. trimestre de 2022



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 Nacional de Centros de Compras, respectivamente.

Aspectos metodológicos

El presente informe muestra la evolución del comercio minorista en la Ciudad de Buenos Aires. Para ello, se considera el desempeño del sector supermercadista, los autoservicios mayoristas, los *shoppings* (centros de compras) y las empresas comercializadoras de electrodomésticos y artículos para el 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 alguna boca de expendio con un salón de ventas de superficie igual o superior a 200 m² o que la suma de la superficie de ventas de todas sus bocas sea igual o mayor 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, en los 24 partidos del Gran Buenos Aires y otras regiones del resto del país. El operativo no incluye las ventas realizadas por los supermercados localizados al interior de los *shoppings*.

Las cifras sobre comercios de electrodomésticos son recogidas de la *Encuesta de Electrodomésticos y Artículos para el Hogar*, que se realiza de forma mensual y de publicación 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 precios. Los deflatores específicos correspondientes a supermercados, *shoppings* y comercios de electrodomésticos y artículos para el hogar son elaborados a partir de distintas desagregaciones del Índice de Precios al Consumidor de la Ciudad de Buenos Aires (IPCBA). La selección para cada grupo de artículos corresponde a la publicada por INDEC para el cálculo de los deflatores de la encuesta en los informes metodológicos *Metodología de la Encuesta de Supermercados y de la Encuesta de Autoservicios Mayoristas* y *Metodología de la Encuesta Nacional de Centros de Compras*, de acuerdo con el Clasificador del Consumo Individual por Finalidad (COICOP, por sus siglas en inglés). Para el cálculo de ventas constantes en autoservicios mayoristas se utiliza como deflactor el Índice de Precios Implícitos (IPI) publicado por el INDEC en el informe de prensa *Encuesta de Supermercados y Autoservicios Mayoristas*. 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 y operación.