

Dinámica del comercio minorista. Ciudad de Buenos Aires. 3er. trimestre de 2022

Informe
de resultados | **1730**



Febrero de 2023



Dinámica del comercio minorista. Ciudad de Buenos Aires. 3er. 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 tercer trimestre de 2022 –último dato disponible, de carácter provisorio–.

Principales resultados

El comportamiento del comercio minorista durante el tercer trimestre de 2022 reveló una trayectoria disímil de las principales variables indicativas de la marcha del consumo. La comercialización de bienes de primera necesidad a través de los supermercados se mostró estable mientras que el nivel de consumo familiar en autoservicios mayoristas se redujo en su comparación interanual.

El panorama general se completa con el incremento de las ventas constantes en centros de compras y comercios de electrodomésticos, sectores con particularidades propias de la volatilidad generada por los efectos de la pandemia en términos de consumo 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.

Durante el tercer trimestre el sector supermercadista porteño incrementó su facturación (\$109.974 millones) un 83,9% con respecto al mismo período de 2021. El *ticket* promedio por operación rondó \$2.057 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 pequeña variación positiva (1,3%) mientras que la medición por boca sufrió una leve contracción (-1,8%), debido a la expansión en la cantidad de bocas (30 adicionales respecto de septiembre 2021). El consumo hogareño destinado a *Alimentos y bebidas* (rubro mayoritario con el 76,0% de la facturación) creció ligeramente por encima que el promedio, sostenido principalmente por las compras de productos de *Almacén y Bebidas*.

Las compras familiares realizadas en autoservicios mayoristas entre julio y septiembre aumentaron un 78,6% en términos corrientes 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 dinámica interanual fue negativa, con una caída del 1,4%, que alcanza casi el 7% si se considera el acumulado de los nueve meses.

La facturación de los *shoppings* (\$60.494 millones) exhibió un alza interanual muy importante. El segmento más demandado fue *Indumentaria* que junto a *Patio de comidas* explicaron el 60,1% de las ventas corrientes; *Ropa deportiva* y *Electrónicos* mantuvieron una alta incidencia, pero menor a los registros anteriores. Las ventas reales, por su parte, se incrementaron un 35,3% en comparación con el trimestre equivalente del año previo, destacándose la demanda de rubros como *Esparcimiento* y *Patio de comidas*. En términos de espacio comercial, se observó la apertura de 64 locales con respecto al registro de julio/septiembre de 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 tercer mejor desempeño desde el inicio de las mencionadas restricciones.

Por último, las casas de venta de electrodomésticos facturaron un 85,4% más que en igual trimestre del año anterior. En unidades físicas el sector registró un ascenso en las ventas (8,4%) que le permitió alcanzar cuarto trimestres consecutivos de crecimiento y acercarse a los valores más altos y estables de la serie.

Dinámica de los principales sectores

Cuadro 1 Indicadores seleccionados del comercio minorista. Ciudad de Buenos Aires. 3er. trimestre de 2022

Indicador	Valor
Supermercados	
Ventas corrientes (millones)	\$109.974
Ventas corrientes (variación interanual)	83,9%
Ventas corrientes por operación	\$2.057
Ventas constantes (variación interanual)	1,3%
Ventas constantes por boca (variación interanual)	-1,8%
Superficie en m ² área de ventas (variación interanual)	1,3%
Autoservicios mayoristas	
Ventas corrientes (millones)	\$4.320
Ventas corrientes (variación interanual)	78,6%
Ventas constantes (variación interanual)	-1,4%
Shoppings	
Ventas corrientes (millones)	\$60.494
Ventas corrientes (variación interanual)	158,4%
Ventas constantes (variación interanual)	35,3%
Ventas constantes por local (variación interanual)	27,6%
Superficie en m ² área de ventas (variación interanual)	4,6%
Comercios de electrodomésticos	
Ventas corrientes (millones)	\$30.561
Ventas corrientes (variación interanual)	85,4%
Ventas constantes (variación interanual)	8,4%

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, Encuesta de Autoservicios Mayoristas, Encuesta Nacional de Centros de Compras y Encuesta de Comercios de Electrodomésticos), respectivamente.

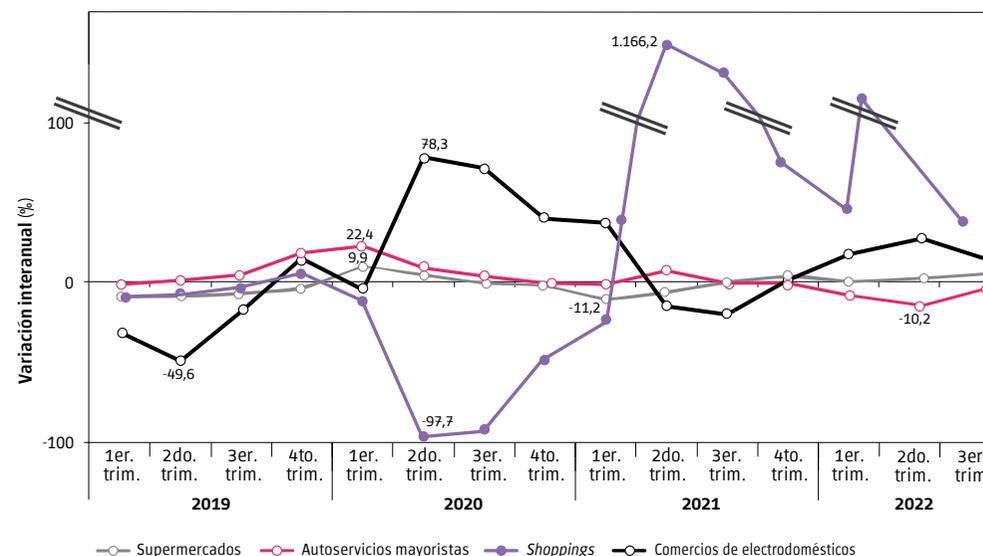
Cuadro 2 Ventas a precios constantes por sector (variación porcentual interanual). Ciudad de Buenos Aires. 3er. trimestre de 2022

Sector	3er. trimestre 2022	Acumulado 2022
Supermercados	1,3	0,5
Autoservicios mayoristas	-1,4	-6,7
Shopping	35,3	78,8
Comercios de electrodomésticos	8,4	17,0

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, Encuesta de Autoservicios Mayoristas, 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 2019/3er. 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, Encuesta de Autoservicios Mayoristas, Encuesta Nacional de Centros de Compras y Encuesta de Comercios de Electrodomésticos).

Supermercados y autoservicios mayoristas

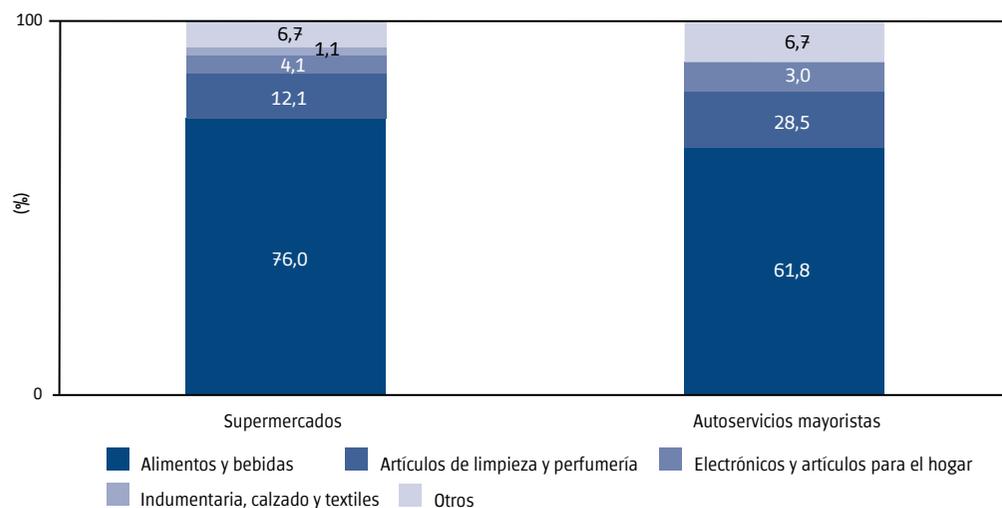
Cuadro 3 Facturación en supermercados y autoservicios mayoristas (millones de pesos y variación porcentual interanual). Ciudad de Buenos Aires. 3er. trimestre de 2021/ 3er. trimestre de 2022

Período	Supermercados		Autoservicios mayoristas	
	Millones de \$	Variación interanual (%)	Millones de \$	Variación interanual (%)
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
3er. trim. 2022	109.974	83,9	4.320	78,6
Acumulado 2022	269.958	69,5	10.576	56,7

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 Encuesta de Autoservicios Mayoristas.

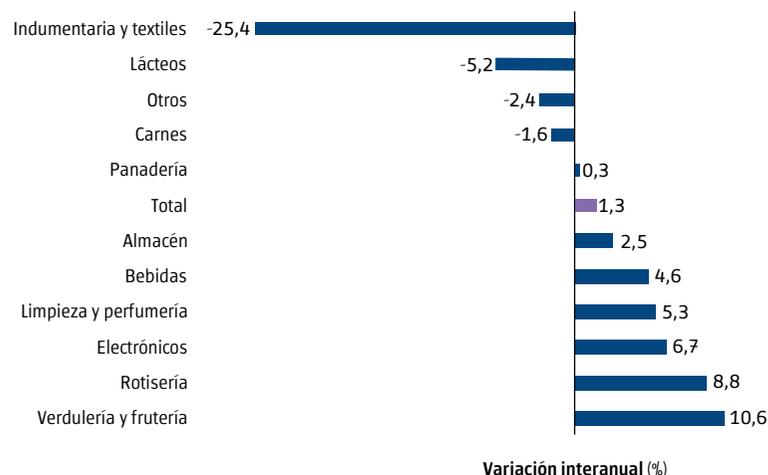
Gráfico 2 Facturación en supermercados y autoservicios mayoristas por grupo de artículos (porcentaje). Ciudad de Buenos Aires. 3er. trimestre de 2022



Nota: datos provisorios.

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 Encuesta de Autoservicios Mayoristas.

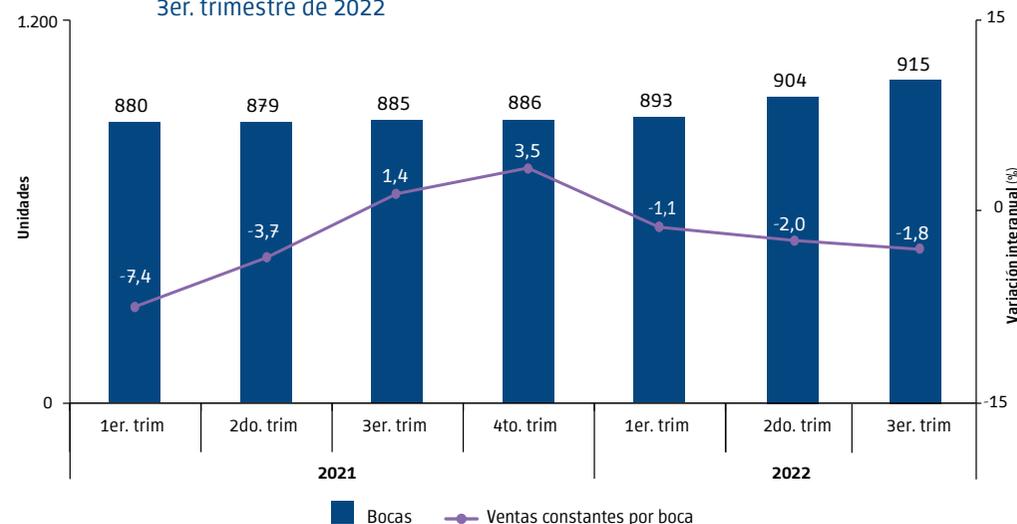
Gráfico 3 Ventas a precios constantes en supermercados por grupo de artículos (variación porcentual interanual). Ciudad de Buenos Aires. 3er. trimestre de 2022



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, 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/ 3er. 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, 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. 3er. trimestre de 2021/ 3er. trimestre de 2022

Período	Shoppings		Comercios de electrodomésticos	
	Millones de \$	Variación interanual (%)	Millones de \$	Variación interanual (%)
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	29.959	79,9
3er. trim. 2022	60.494	158,4	30.561	85,4
Acumulado 2022	144.750	212,0	81.710	75,2

· Porcentaje de variación mayor a 1.000.

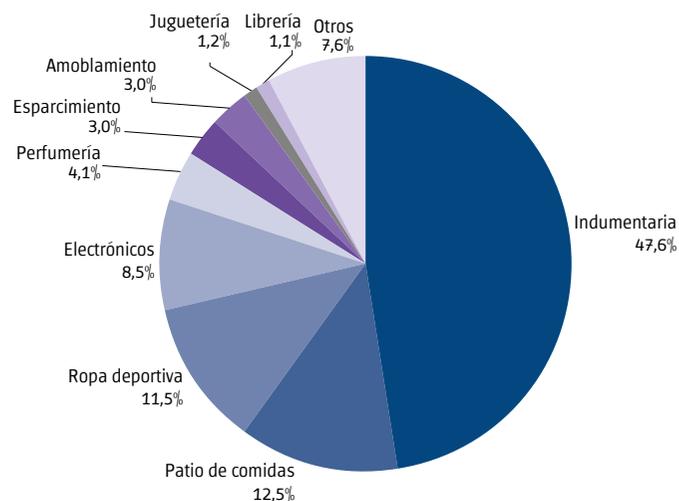
Nota: datos provisionarios.

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

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. 3er. trimestre de 2022

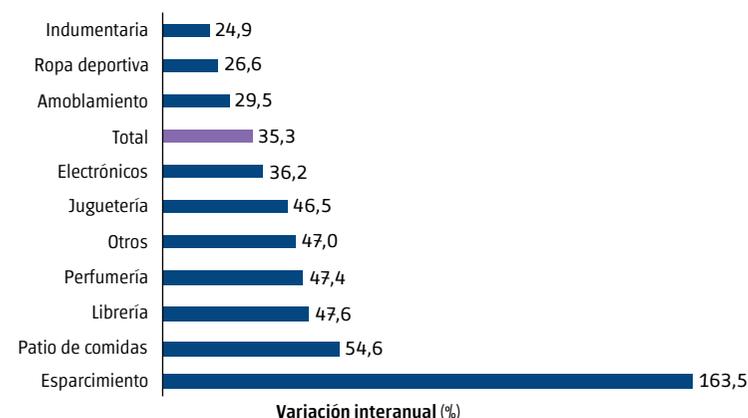


Nota: datos provisionarios.

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.

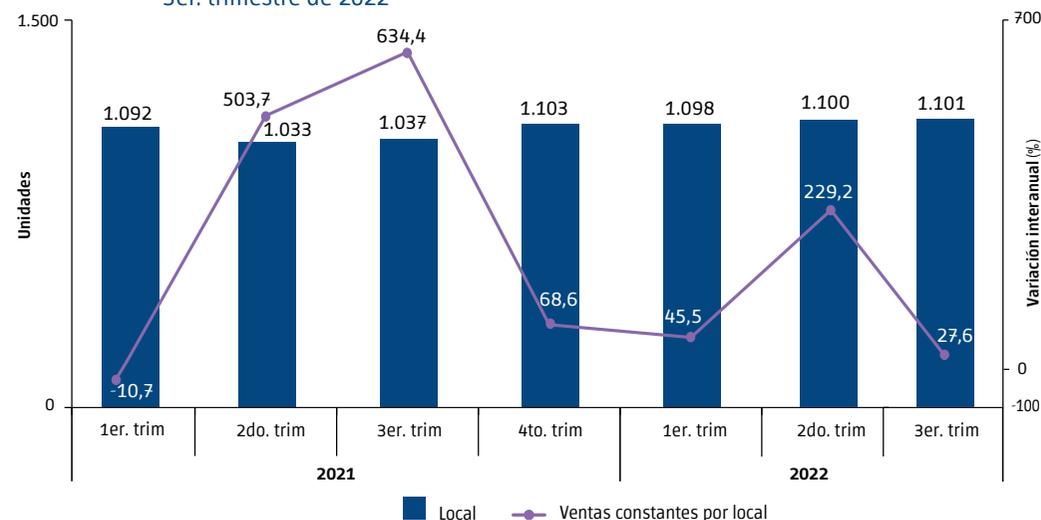
Gráfico 6 Ventas a precios constantes en *shoppings* por grupo de artículos (variación porcentual interanual). Ciudad de Buenos Aires. 3er. trimestre de 2022



Nota: datos provisionarios.

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/ 3er. trimestre de 2022



Nota: datos provisionarios.

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 proviene de la *Encuesta de Supermercados* 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 200m² o que la suma de la superficie de ventas de todas sus bocas sea igual o mayor a 200m². En el caso de los autoservicios mayoristas, los datos surgen de la *Encuesta de Autoservicios Mayoristas* y 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 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.