

Dinámica del comercio minorista. Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2023

Informe de resultados | **1782**



Julio de 2023

*Medalla de oro a la calidad
en la Gestión Pública*



Dinámica del comercio minorista. Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2023

El siguiente trabajo presenta información sobre 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 autoservicios mayoristas, *shoppings* –centros de compras– y casas de electrodomésticos. A continuación, se exhiben los resultados más salientes, con énfasis en el primer trimestre de 2023 –último dato disponible, de carácter provisorio–.

Principales resultados

En el primer trimestre de 2023, el comportamiento del comercio minorista mostró una dinámica positiva. La comercialización de bienes de primera necesidad a través de los supermercados y en autoservicios mayoristas revirtió el cierre en baja del último cuarto de 2022 y exhibió un leve incremento interanual. En tanto, las ventas de semidurables y durables en centros de compras y comercios de electrodomésticos verificaron aumentos moderados –de un dígito– en línea con lo acontecido el trimestre anterior.

En particular, el sector supermercadista porteño registró un leve aumento del volumen comercializado (las ventas constantes se incrementaron 2,9%), a la vez que se produjo una expansión del comercio con la apertura de 32 sucursales en relación con marzo de 2022, por lo que las ventas reales por boca mostraron una mínima caída (-0,4%). El consumo familiar se destinó principalmente a *Alimentos y bebidas*, cuya demanda aumentó ligeramente por encima del promedio, esencialmente por las mayores compras de *Bebidas y Verdulería y Frutería*. En términos corrientes, el canal supermercadista más que duplicó su facturación (\$150.125 millones) con un alza del 112,6% mientras que el *ticket* promedio por operación –\$2.668– registró un crecimiento bastante menor. Este fenómeno indica que la estrategia de los hogares fue realizar compras más frecuentes y de menor monto, respecto de lo acontecido en los primeros meses del año anterior. Si además se tiene en cuenta el efecto de los altos índices de inflación sobre el poder de compra, en términos de volumen adquirido se trata de compras, en promedio, muy pequeñas.

En tanto, el consumo familiar realizado en autoservicios mayoristas mostró relativa estabilidad tras seis trimestres consecutivos de disminuciones interanuales. La composición de la facturación muestra una lógica sobrerrepresentación de productos no perecederos como los artículos de limpieza en relación con la matriz de compras en supermercados, que toma mayor relevancia como estrategia de las familias para resguardar su poder de compra en escenarios altamente inflacionarios como el actual. En particular, en el primer trimestre, la participación del rubro *Artículos de limpieza* alcanzó casi el 30% de las ventas corrientes.

En los *shoppings* porteños se mantuvo un muy buen nivel de actividad para un comienzo de año, con un aumento de las ventas reales del 9,6%, fundamentalmente debido al consumo de los hogares en indumentaria y en los negocios de comida. La cantidad de locales se mantuvo relativamente estable, con la apertura de cinco unidades con respecto a marzo 2022 en tanto que el área locativa del sector medida en metros cuadrados prácticamente no se modificó. Por su parte, la facturación (\$77.491 millones) exhibió un alza interanual del 128,8%.

Por último, el consumo en los comercios de electrodomésticos ascendió un 5,0% en la comparación interanual, completando el quinto trimestre consecutivo de crecimiento. Resulta interesante analizar la dinámica del sector en el actual contexto de alta inflación y restricción para la compra de dólares, que brinda incentivos para el resguardo de capital en bienes de durables. En términos corrientes, la facturación se incrementó el 105,8% en relación con el mismo período del año anterior.

Dinámica de los principales sectores

C.1

Indicadores seleccionados del comercio minorista. Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2023

Indicador	Valor
Supermercados	
Ventas corrientes (millones)	\$150.125
Ventas corrientes (variación interanual)	112,6%
Ventas corrientes por operación	\$2.668
Ventas constantes (variación interanual)	2,9%
Ventas constantes por boca (variación interanual)	-0,4%
Superficie en m ² área de ventas (variación interanual)	1,2%
Autoservicios mayoristas	
Ventas corrientes (millones)	\$5.750
Ventas corrientes (variación interanual)	109,4%
Ventas constantes (variación interanual)	0,6%
Shoppings	
Ventas corrientes (millones)	\$77.491
Ventas corrientes (variación interanual)	128,8%
Ventas constantes (variación interanual)	9,6%
Ventas constantes por local (variación interanual)	8,9%
Superficie en m ² área de ventas (variación interanual)	0,4%
Comercios de electrodomésticos	
Ventas corrientes (millones)	\$43.615
Ventas corrientes (variación interanual)	105,8%
Ventas constantes (variación interanual)	5,0%

Nota: datos provisorios.

Fuente: Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Hacienda y Finanzas GCBA), sobre la base de datos de DGESYC (IPCBA) e INDEC (Encuesta de Supermercados, Encuesta de Autoservicios Mayoristas, Encuesta Nacional de Centros de Compras y Encuesta de Comercios de Electrodomésticos), respectivamente.

C.2

Ventas a precios constantes por sector (variación porcentual interanual). Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2023

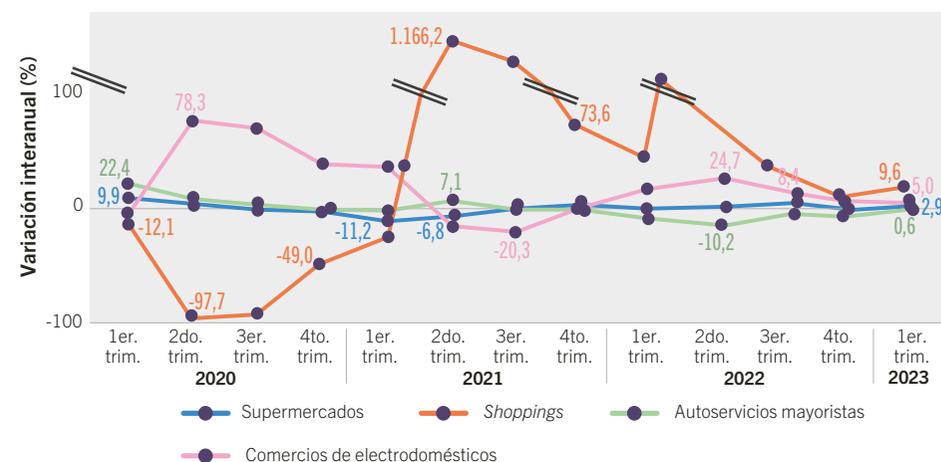
Sector	Variación interanual (%)
Supermercados	2,9
Autoservicios mayoristas	0,6
Shoppings	9,6
Comercios de electrodomésticos	5,0

Nota: datos provisorios.

Fuente: Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Hacienda y Finanzas GCBA), sobre la base de datos de DGESYC (IPCBA) e INDEC (Encuesta de Supermercados, Encuesta de Autoservicios Mayoristas, Encuesta Nacional de Centros de Compras y Encuesta de Comercios de Electrodomésticos), respectivamente.

G.1

Ventas a precios constantes por sector (variación porcentual interanual). Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2020/1er. trimestre de 2023



Nota: datos provisorios.

Fuente: Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Hacienda y Finanzas GCBA), sobre la base de datos de DGESYC (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

C.3

Facturación en supermercados y autoservicios mayoristas (millones de pesos y variación porcentual interanual). Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2022/ 1er. trimestre de 2023

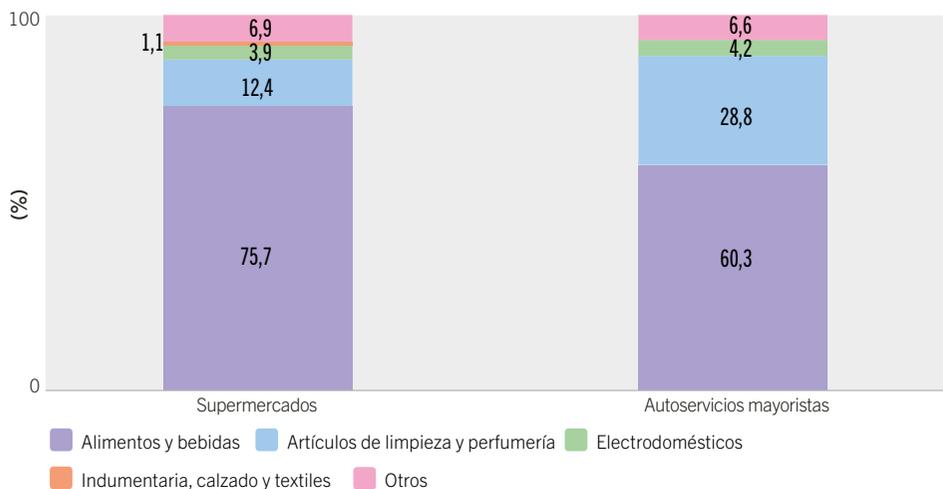
Período	Supermercados		Autoservicios mayoristas	
	Millones de \$	Variación interanual (%)	Millones de \$	Variación interanual (%)
1er. trimestre 2022	70.626	55,6	2.746	41,3
2do. trimestre 2022	89.358	65,2	3.510	47,1
3er. trimestre 2022	109.974	83,9	4.320	78,6
4to. trimestre 2022	138.594	97,0	5.600	93,3
1er. trimestre 2023	150.125	112,6	5.750	109,4

Nota: datos provisorios.

Fuente: Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Hacienda y Finanzas GCBA), sobre la base de datos de DGESYC e INDEC. Encuesta de Supermercados y Encuesta de Autoservicios Mayoristas.

G.2

Facturación en supermercados y autoservicios mayoristas por grupo de artículos (porcentaje). Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2023



Nota: datos provisorios.

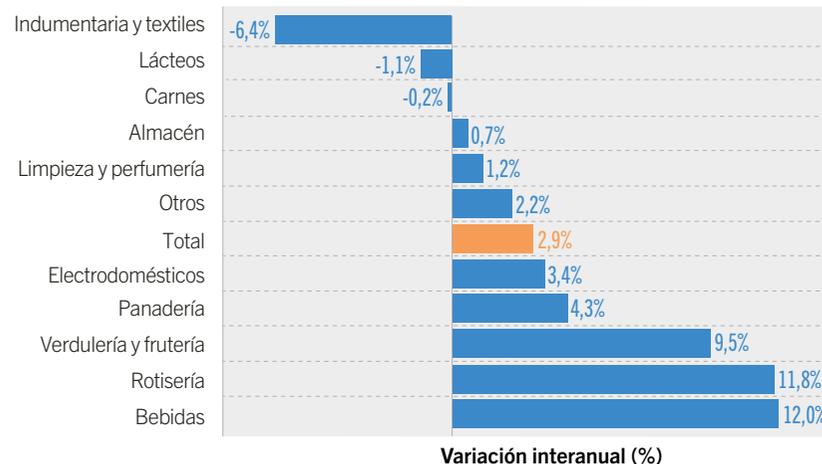
La composición de la facturación por grupo de artículos se presenta solo para los rubros no alcanzados por el secreto estadístico.

La suma de los valores parciales puede diferir 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 DGESYC e INDEC. Encuesta de Supermercados y Encuesta de Autoservicios Mayoristas.

G.3

Ventas a precios constantes en supermercados por grupo de artículos (variación porcentual interanual). Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2023

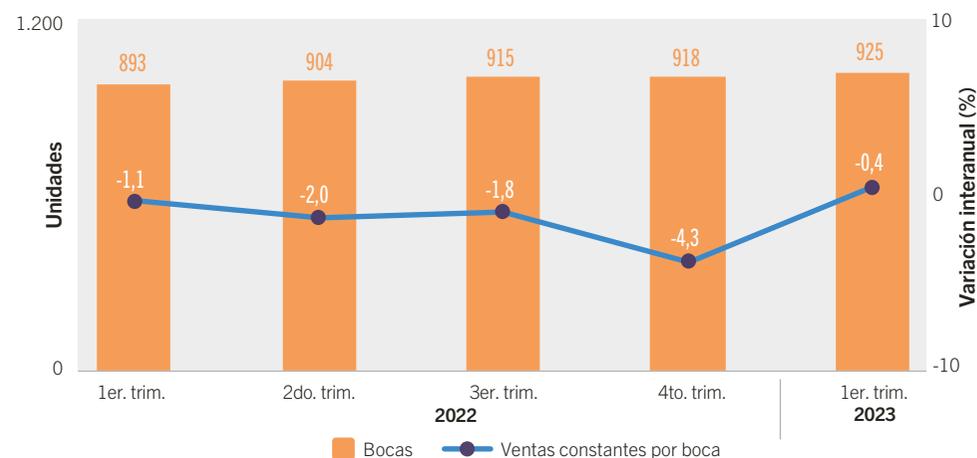


Nota: datos provisorios.

Fuente: Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Hacienda y Finanzas GCBA), sobre la base de datos de DGESYC e INDEC. IPCBA y Encuesta de Supermercados, respectivamente.

G.4

Bocas (unidades) y ventas a precios constantes por boca (variación porcentual interanual) en supermercados. Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2022/ 1er. trimestre de 2023



Nota: datos provisorios.

Fuente: Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Hacienda y Finanzas GCBA), sobre la base de datos de DGESYC e INDEC. IPCBA y Encuesta de Supermercados, respectivamente.

Shoppings y comercios de electrodomésticos

C.4

Facturación en *shoppings* y comercios de electrodomésticos (millones de pesos y variación porcentual interanual). Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2022/ 1er. trimestre de 2023

Período	Shoppings		Comercios de electrodomésticos	
	Millones de \$	Variación interanual (%)	Millones de \$	Variación interanual (%)
1er. trimestre 2022	33.870	134,6	21.191	56,8
2do. trimestre 2022	50.386	490,0	29.959	79,9
3er. trimestre 2022	60.494	158,4	30.622	85,8
4to. trimestre 2022	86.927	117,9	46.159	91,7
1er. trimestre 2023	77.491	128,8	43.615	105,8

Nota: datos provisorios.

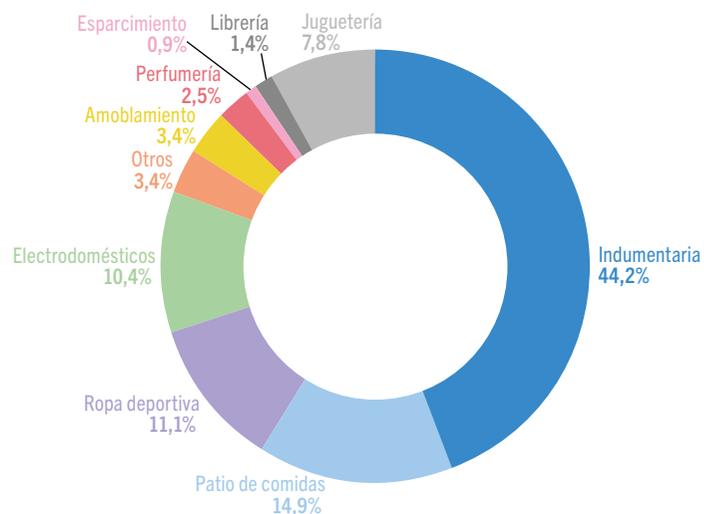
La suma de los valores parciales puede diferir del total por procedimientos de redondeo.

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

G.5

Facturación en *shoppings* por grupo de artículos (porcentaje). Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2023

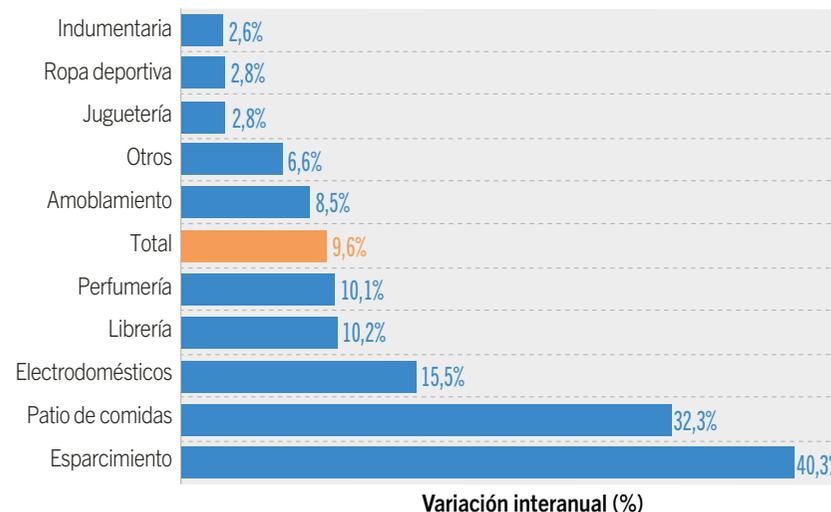


Nota: datos provisorios.

Fuente: Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Hacienda y Finanzas GCBA), sobre la base de datos de DGESYC e INDEC. Encuesta Nacional de Centros de Compras.

G.6

Ventas a precios constantes en *shoppings* por grupo de artículos (variación porcentual interanual). Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2023



Nota: datos provisorios.

Fuente: Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Hacienda y Finanzas GCBA), sobre la base de datos de DGESYC e INDEC. IPCBA y Encuesta Nacional de Centros de Compras, respectivamente.

G.7

Locales (unidades) y ventas a precios constantes por local (variación porcentual interanual) en *shoppings*. Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2022/ 1er. trimestre de 2023



Nota: datos provisorios.

Fuente: Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Hacienda y Finanzas GCBA), sobre la base de datos de DGESYC 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 que se relevan solo aquellas facturas o *tickets* denominados “Factura B” y se excluyen del cálculo las facturas o *tickets* emitidos a un 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 se publica trimestralmente, 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 a precios constantes, las cuales se obtienen deflactando la facturación por el índice de precios. Los deflatores utilizados para 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 se ajusta a la nómina 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 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 ventas por operación.