

Dinámica del comercio minorista. Ciudad de Buenos Aires. 2do. trimestre de 2023

Informe de resultados | **1806**



Octubre de 2023

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



Dinámica del comercio minorista. Ciudad de Buenos Aires. 2do. 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 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 2023 –último dato disponible, de carácter provisorio–.

Principales resultados

En el segundo trimestre de 2023, el comportamiento del comercio minorista mostró una dinámica dispar. La comercialización de bienes de primera necesidad en supermercados y autoservicios mayoristas mantuvo la dinámica positiva de los primeros tres meses del año y exhibió un leve incremento interanual. En tanto, las ventas en *shoppings* verificaron un aumento de un dígito en línea con lo acontecido el trimestre anterior mientras que, por el contrario, los bienes durables en comercios de electrodomésticos verificaron una caída.

En particular, el sector supermercadista porteño registró un mínimo aumento del volumen comercializado (las ventas constantes se incrementaron 0,4%), a la vez que se produjo una expansión del negocio con la apertura de 38 sucursales en relación con junio de 2022, por lo que las ventas reales por boca mostraron una caída (-3,6%). El consumo familiar se destinó principalmente a *Alimentos y bebidas*, cuya demanda aumentó ligeramente por debajo del promedio. Así, en la primera mitad del año, la suba acumulada de las ventas se ubicó en 1,6%. En términos corrientes, el canal supermercadista más que duplicó su facturación (\$194.873 millones) con un alza del 118,1%, mientras que el *ticket* promedio por operación –\$3.317– registró un crecimiento bastante menor. Los datos muestran que realizar compras más frecuentes y de menor monto continúa siendo la estrategia elegida por los hogares. Si además se tiene en cuenta el efecto de los altos índices de inflación sobre el poder de compra, se trata de compras promedio muy pequeñas, que incluso vienen mostrando reducciones en términos de volumen desde el segundo trimestre de 2021.

En tanto, el consumo familiar realizado en autoservicios mayoristas mostró un pequeño aumento tras la estabilidad del primer trimestre. Tomando en cuenta el primer semestre, la dinámica del volumen de ventas (2,1%) superó a la registrada en el canal minorista. La facturación por rubro muestra una mayor participación relativa de productos no perecederos como los artículos de limpieza en relación con la matriz de compras en supermercados, que toma mayor relevancia como estrategia lógica de las familias en escenarios altamente inflacionarios como el actual, para resguardar su poder de compra. En particular, en el segundo trimestre, la participación del rubro *Artículos de limpieza* alcanzó poco menos del 30% de las ventas corrientes.

En los *shoppings* porteños se observó un nivel de actividad similar al del inicio del año, con un aumento de las ventas reales del 9,1%, debido fundamentalmente a la demanda de indumentaria y al consumo realizado en los negocios de comida, con lo que la variación interanual acumulada a junio se ubicó en ese margen (9,3%). La cantidad de locales se mantuvo relativamente estable, con la apertura de 8 unidades con respecto a junio 2022, en tanto que el área locativa del sector medida en metros cuadrados no varió significativamente. Por su parte, la facturación (\$75.383 millones) exhibió un alza interanual del 135,3%.

Por último, y a contramano del resto de los canales estudiados, el consumo en las casas de electrodomésticos cayó un 8,3% en la comparación interanual, tras cinco trimestres consecutivos de crecimiento. En tanto, si se considera la primera mitad de 2023, prácticamente no se observaron variaciones del volumen de ventas en términos interanuales (0,3%). En términos corrientes, la facturación se incrementó el 91,3% 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. 2do. trimestre de 2023

Indicador	Valor
Supermercados	
Ventas corrientes (millones)	\$194.873
Ventas corrientes (variación interanual)	118,1%
Ventas corrientes por operación	\$3.317
Ventas constantes (variación interanual)	0,4%
Ventas constantes por boca (variación interanual)	-3,6%
Superficie en m ² área de ventas (variación interanual)	-4,3%
Autoservicios mayoristas	
Ventas corrientes (millones)	\$7.766
Ventas corrientes (variación interanual)	121,2%
Ventas constantes (variación interanual)	3,1%
Shoppings	
Ventas corrientes (millones)	\$75.383
Ventas corrientes (variación interanual)	135,3%
Ventas constantes (variación interanual)	9,1%
Ventas constantes por local (variación interanual)	8,4%
Superficie en m ² área de ventas (variación interanual)	0,6%
Comercios de electrodomésticos	
Ventas corrientes (millones)	\$57.335
Ventas corrientes (variación interanual)	91,3%
Ventas constantes (variación interanual)	-8,3%

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).

C.2

Ventas a precios constantes por sector (variación porcentual interanual). Ciudad de Buenos Aires. 2do. trimestre de 2023

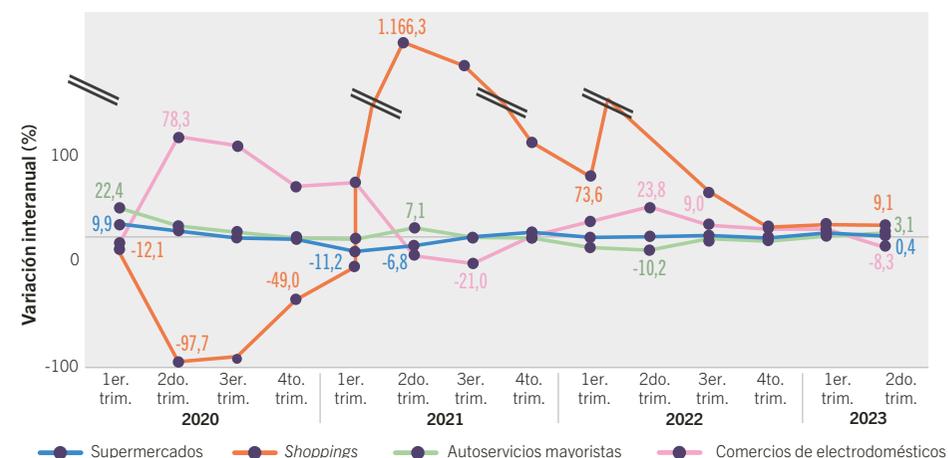
Sector	2do. trimestre	Acumulado 2023
Supermercados	0,4	1,6
Autoservicios mayoristas	3,1	2,1
Shoppings	9,1	9,3
Comercios de electrodomésticos	-8,3	0,3

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).

G.1

Ventas a precios constantes por sector (variación porcentual interanual). Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2020/2do. 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. 2do. trimestre de 2022/ 2do. trimestre de 2023

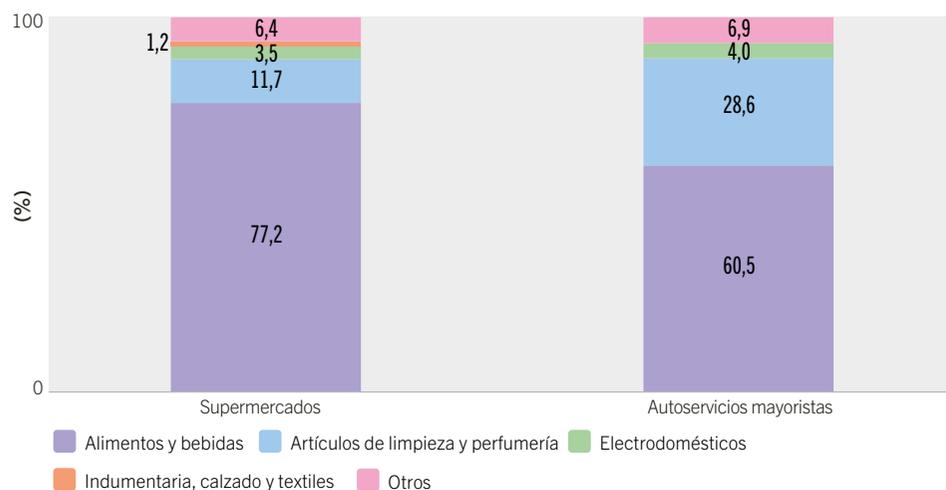
Período	Supermercados		Autoservicios mayoristas	
	Millones de \$	Variación interanual (%)	Millones de \$	Variación interanual (%)
2do. trimestre 2022	89.358	65,2	3.510	47,1
3er. trimestre 2022	109.974	83,9	4.320	78,6
4to. trimestre 2022	138.594	97,0	5.600	93,3
1er. trimestre 2023	150.125	112,6	5.750	109,4
2do. trimestre 2023	194.873	118,1	7.766	121,2
Acumulado 2023	344.998	115,6	13.516	116,1

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. 2do. 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.

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. 2do. 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 INDEC. Encuesta de Supermercados y Encuesta de Autoservicios Mayoristas.

G.4

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

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. 2do. trimestre de 2022/2do. trimestre de 2023

Período	Shoppings		Comercios de electrodomésticos	
	Millones de \$	Variación interanual (%)	Millones de \$	Variación interanual (%)
2do. trimestre 2022	50.386	490,0	29.975	78,7
3er. trimestre 2022	60.494	158,4	30.472	86,5
4to. trimestre 2022	86.927	117,9	46.015	91,3
1er. trimestre 2023	77.491	128,8	43.874	108,3
2do. trimestre 2023	75.383	135,3	57.335	91,3
Acumulado 2023	152.874	132,0	101.209	98,3

Nota: datos provisorios.

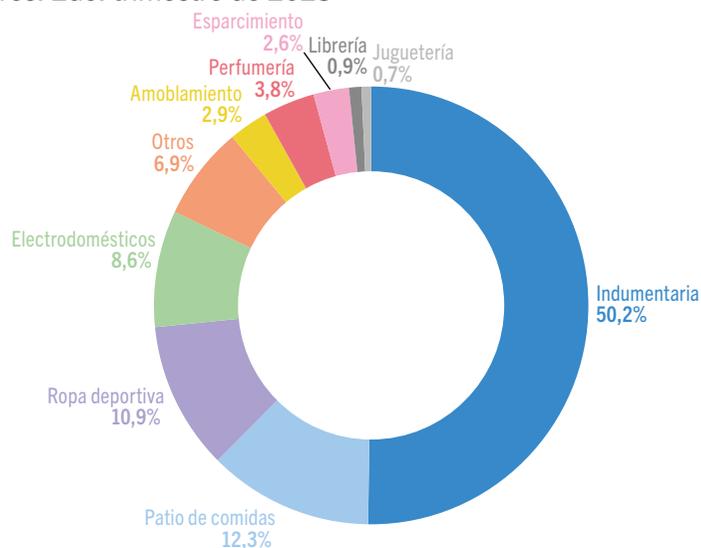
La suma de los valores parciales puede diferir del total por procedimientos de redondeo.

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 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. 2do. trimestre de 2023



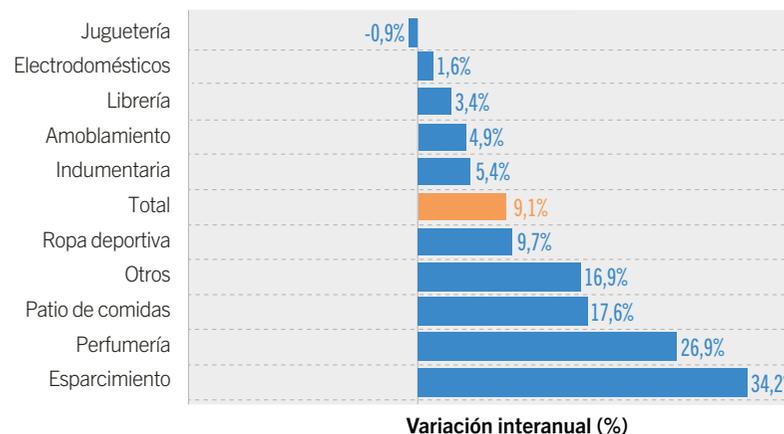
Nota: datos provisorios.

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 Nacional de Centros de Compras.

G.6

Ventas a precios constantes en *shoppings* por grupo de artículos (variación porcentual interanual). Ciudad de Buenos Aires. 2do. 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 Nacional de Centros de Compras).

G.7

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

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.