

Dinámica del comercio minorista. Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2024

Informe de resultados | 1878



Julio de 2024

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



IRAM-ISO 9001:2015

Dinámica del comercio minorista. Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2024

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 1er. trimestre de 2024 –último dato disponible, de carácter provisorio–.

Principales resultados

Durante el 1er. trimestre de 2024, el comportamiento del comercio minorista mostró una dinámica a la baja para todos los sectores. La comercialización de bienes de primera necesidad en supermercados y autoservicios mayoristas se contrajo luego de cuatro períodos consecutivos en alza. Lo mismo aconteció en *shoppings*, aunque en este caso el crecimiento se interrumpió luego de 11 trimestres sucesivos de resultados positivos. En el segmento de venta de bienes de consumo durables, fuertemente golpeado por la actual recesión, se verificó la caída interanual más pronunciada.

El sector supermercadista porteño registró una importante retracción en el volumen comercializado (las ventas constantes cayeron un 8,7%) como resultado de una menor demanda de todos los rubros. *Bebidas* y *Lácteos* lideraron las contracciones al interior de *Alimentos* y *bebidas* y explicaron buena parte de la merma general. Esta situación tuvo lugar en un contexto de apertura de bocas de expendio –29 sucursales más en relación con marzo de 2023– pero de dimensiones más pequeñas –la superficie total destinada a la venta se redujo–. Los datos de enero/marzo muestran que los hogares continuaron realizando compras más frecuentes y de menores montos. Así, el *ticket* promedio por operación descontado de inflación computó una nueva contracción, que lleva tres años ininterrumpidos. A modo de ejemplo, durante los tres primeros meses del año una operación de compra representó, en promedio, dos tercios del volumen medio de 2021 y un 88% del registro del 4to. trimestre de 2023.

De igual forma, el consumo familiar realizado en autoservicios mayoristas disminuyó en la comparación interanual aunque a un ritmo significativamente más suave que el del sector supermercadista (-0,9%). En escenarios de alta inflación como el actual son lógicas todas las estrategias de resguardo del poder de compra por parte del conjunto de consumidores que mantiene algún tipo de capacidad de ahorro. Esto se observa en la dinámica de crecimiento que evidenció la demanda de productos no perecederos en autoservicios mayoristas, específicamente los artículos de limpieza. Vale destacar que éstos representaron el 31,9% de la facturación total del sector contra una incidencia media del 13,6% en las ventas corrientes de los supermercados.

En los *shoppings* de la Ciudad se registró una importante contracción de la actividad (-17,7%) que alcanzó variaciones negativas para todos los rubros. Teniendo en cuenta su incidencia a la baja general, se destaca el menor consumo de *Electrodomésticos*, *Patio de comidas* y en tercer lugar, *Indumentaria*. La cantidad de locales activos creció en 109 unidades con respecto a marzo de 2023 debido a una reestructuración de los centros de compras –también reflejado en las dimensiones del área bruta locativa (+14,0%)–, lo cual explica que los indicadores de ventas por local arrojaran todavía peores resultados.

Por último, el consumo en las casas de electrodomésticos disminuyó un 46,2% y acentuó su caída respecto del desempeño contractivo de fin de 2023 (+34,5 puntos porcentuales). El sector había dado muestras de estancamiento en el segundo y tercer cuarto del año anterior luego del *boom* de consumo tras la pandemia. Sintéticamente, se trata de un mercado lógicamente vinculado con la marcha de la macroeconomía –a través de los movimientos del tipo de cambio, expectativas inflacionarias y opciones de crédito– y fuertemente atravesado por la pérdida de poder adquisitivo de los salarios.

Dinámica de los principales sectores

C.1

Indicadores seleccionados del comercio minorista. Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2024

Indicador	Valor
Supermercados	
Ventas constantes (variación interanual)	-8,7%
Ventas constantes por boca (variación interanual)	-11,8%
Superficie en m ² área de ventas (variación interanual)	-5,0%
Ventas corrientes (millones)	\$591.850
Ventas corrientes (variación interanual)	294,2%
Ventas corrientes por operación	\$9.972
Autoservicios mayoristas	
Ventas constantes (variación interanual)	-0,9%
Ventas corrientes (millones)	\$24.904
Ventas corrientes (variación interanual)	333,1%
Shoppings	
Ventas constantes (variación interanual)	-17,7%
Ventas constantes por local (variación interanual)	-25,3%
Superficie en m ² área de ventas (variación interanual)	14,0%
Ventas corrientes (millones)	\$214.900
Ventas corrientes (variación interanual)	177,6%
Comercios de electrodomésticos	
Ventas constantes (variación interanual)	-46,2%
Ventas corrientes (millones)	\$104.175
Ventas corrientes (variación interanual)	123,4%

Nota: datos provisorios.

Fuente: Dirección General de Estadística y Censos (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 2024



Nota: datos provisorios.

Fuente: Dirección General de Estadística y Censos (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.2

Ventas a precios constantes por sector (variación porcentual interanual). Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2022/1er. trimestre de 2024



Nota: datos provisorios.

La serie de comercios de electrodomésticos presenta modificaciones respecto de anteriores publicaciones por cambios en el panel de empresas que participa de la encuesta, de acuerdo con la información suministrada por el proveedor de los datos.

Fuente: Dirección General de Estadística y Censos (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.2

Facturación en supermercados y autoservicios mayoristas (millones de pesos y variación porcentual interanual). Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2023/ 1er. trimestre de 2024

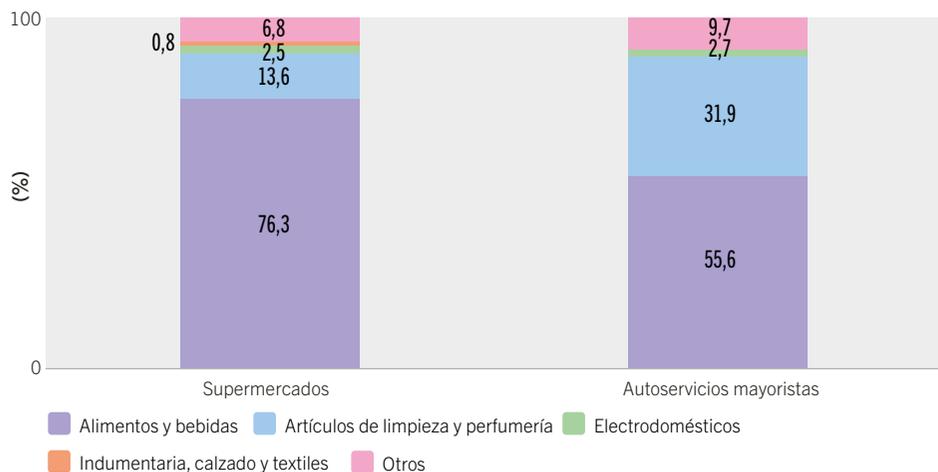
Período	Supermercados		Autoservicios mayoristas	
	Millones de \$	Variación interanual (%)	Millones de \$	Variación interanual (%)
1er. trimestre de 2023	150.125	112,6	5.750	109,4
2do. trimestre de 2023	194.873	118,1	7.766	121,2
3er. trimestre de 2023	255.188	132,0	10.443	141,7
4to. trimestre de 2023	406.216	193,1	17.707	216,2
1er. trimestre de 2024	591.850	294,2	24.904	333,1

Nota: datos provisorios.

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

G.3

Facturación en supermercados y autoservicios mayoristas por grupo de artículos (porcentaje). Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2024



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 (GCBA), sobre la base de datos de INDEC. Encuesta de Supermercados y Encuesta de Autoservicios Mayoristas.

G.4

Ventas a precios constantes en supermercados por grupo de artículos (variación porcentual interanual). Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2024



Nota: datos provisorios.

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

G.5

Bocas (unidades) y ventas a precios constantes por boca (variación porcentual interanual) en supermercados. Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2023/1er. trimestre de 2024



Nota: datos provisorios.

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

Shoppings y comercios de electrodomésticos

C.3

Facturación en *shoppings* y comercios de electrodomésticos (millones de pesos y variación porcentual interanual). Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2023/1er. trimestre de 2024

Período	Shoppings		Comercios de electrodomésticos	
	Millones de \$	Variación interanual (%)	Millones de \$	Variación interanual (%)
1er. trimestre de 2023	77.415	128,6	46.637	120,7
2do. trimestre de 2023	120.632	139,4	63.494	109,2
3er. trimestre de 2023	153.788	154,2	70.596	124,7
4to. trimestre de 2023	259.093	198,1	128.061	172,8
1er. trimestre de 2024	214.900	177,6	104.175	123,4

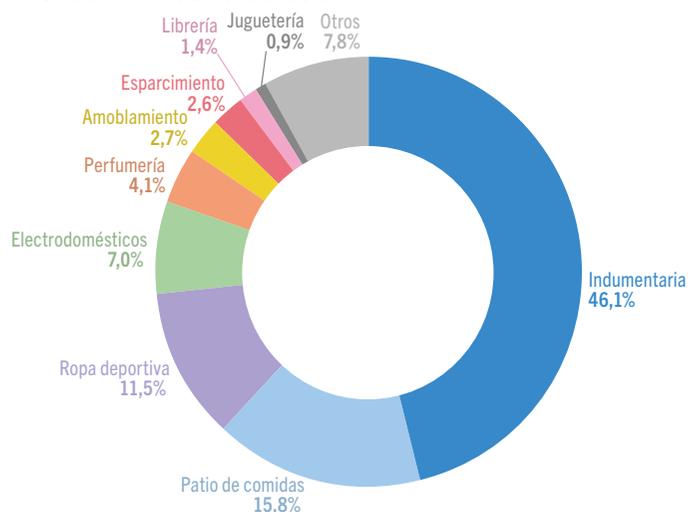
Nota: datos provisorios.

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 (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.6

Facturación en *shoppings* por grupo de artículos (porcentaje). Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2024



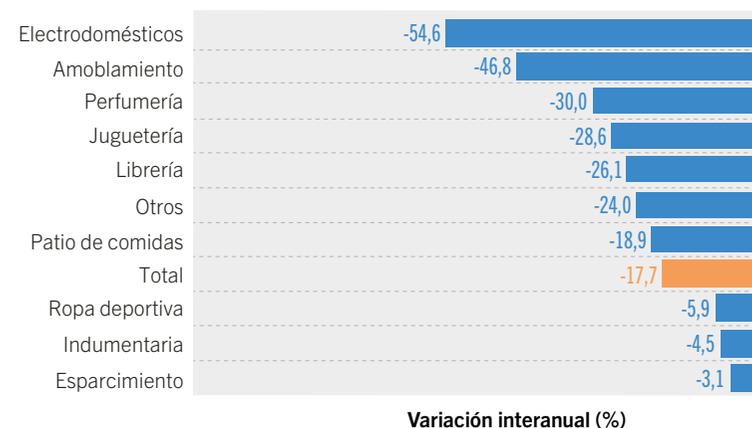
Nota: datos provisorios.

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

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

G.7

Ventas a precios constantes en *shoppings* por grupo de artículos (variación porcentual interanual). Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2024



Nota: datos provisorios.

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

G.8

Locales (unidades) y ventas a precios constantes por local (variación porcentual interanual) en *shoppings*. Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2023/ 1er. trimestre de 2024



Nota: datos provisorios.

Fuente: Dirección General de Estadística y Censos (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 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 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, según la última revisión metodológica (noviembre de 2023), la evolución del consumo de bienes semidurables mediante el seguimiento de más de 80 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 deflactores 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 deflactores 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, las ventas por local y ventas por operación.

Fecha de publicación: 23/07/2024

Para más información estadística podés seguirnos en nuestras redes, visitarnos en nuestra web o consultarnos por mail.