



# Dinámica del comercio minorista. Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2021

Informe de resultados | 1577



Agosto de 2021



## Resumen ejecutivo

El análisis de la dinámica del comercio minorista de la Ciudad de Buenos Aires durante el primer trimestre de 2021 exhibió una tendencia a la baja en las principales variables indicativas del consumo de artículos de primera necesidad, adquiridos en supermercados o en autoservicios mayoristas. Por otra parte, casi la totalidad de los grupos de artículos comercializados en los centros de compras continuó sin alcanzar los niveles de consumo de años anteriores y dio cuenta de un importante deterioro; en tanto que las ventas de bienes semidurables (electrodomésticos y artículos para el hogar) mantuvo un desempeño positivo de magnitud extraordinaria, teniendo en cuenta la historia de los últimos dos años.

El sector supermercadista sufrió una contracción en sus ventas a valores constantes del 11,2% en su comparación interanual. La facturación por su parte registró un alza del 20,9% con respecto a igual período de 2020.

La dinámica de los centros de compras (*shoppings*) continuó siendo negativa (-23,0%) pero mostró una desaceleración de la tendencia a la baja tras las extraordinarias

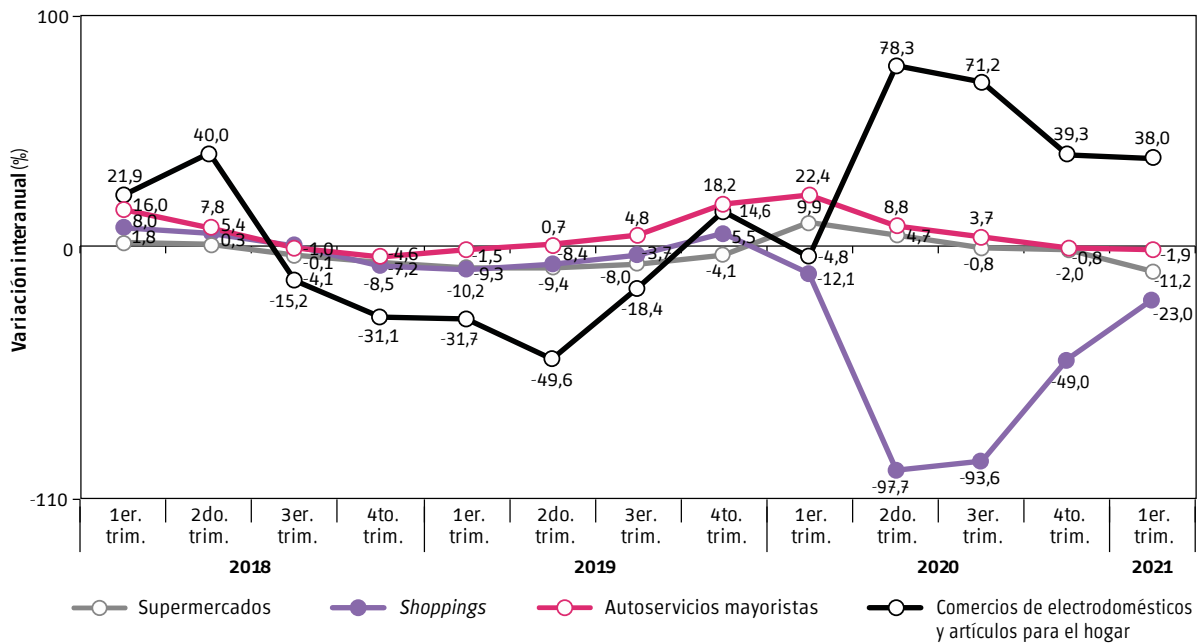
caídas debido a las restricciones comerciales producto de la declaración de la pandemia<sup>1</sup>. La facturación reveló un incremento interanual del 22,2%.

En cuanto a las compras familiares realizadas en los autoservicios mayoristas, las ventas reales se contrajeron un 1,9%, mientras que los ingresos corrientes aumentaron un 25,5% en comparación con el primer trimestre del año previo.

Finalmente, las ventas constantes en los comercios de venta de electrodomésticos y artículos para el hogar mostraron un ascenso interanual del 38,0%, en tanto que la facturación se mantuvo en niveles extraordinariamente elevados, en sintonía con el desempeño de los trimestres anteriores (128,8%).

1 En marzo de 2020 se establecieron restricciones a la circulación de las personas y al comercio de actividades no esenciales en todo el país, de acuerdo con el establecimiento del Aislamiento Social, Preventivo y Obligatorio en el marco de la emergencia sanitaria por COVID-19.

**Gráfico 1** Variación porcentual interanual de las ventas a precios constantes en supermercados, *shoppings*, autoservicios mayoristas y comercios de electrodomésticos y artículos para el hogar. Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2018/1er. trimestre de 2021



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

# Dinámica del comercio minorista. Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2021

## 1. Ventas en supermercados

En el primer trimestre de 2021 el sector supermercadista de la Ciudad de Buenos Aires alcanzó ventas corrientes equivalentes a \$45.398 millones, un 20,9% más que en igual período del año previo.

De acuerdo con la composición de la facturación por grupo de artículos, se registró una mayor participación de *Alimentos y bebidas* (74,8%) y *Artículos de limpieza y perfumería* (13,2%). Ambos mostraron alzas interanuales del 22,6% y 4,0% respectivamente.

En términos constantes, la dinámica de las ventas se desarrolló de manera muy diferente. El trimestre sufrió una contracción interanual del 11,2% que acentuó la aceleración a la baja de los últimos dos trimestres de 2020. Este desempeño se explica, en gran parte, por el comportamiento negativo de los alimentos y los productos de limpieza.

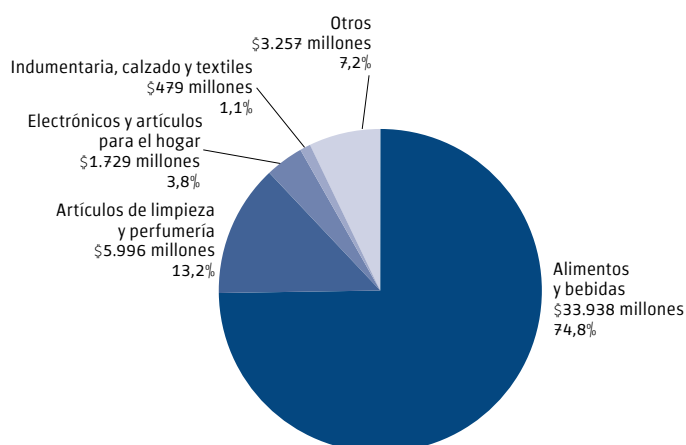
**Cuadro 1** Facturación en supermercados (millones de pesos), índice de ventas a precios constantes (base julio 2012/junio 2013=100) y variación porcentual interanual. Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2020/1er. trimestre de 2021

| Período             | Millones de \$<br>(valores corrientes) | Variación<br>interanual (%) | Índice<br>(julio 2012/junio<br>2013=100) | Variación<br>interanual (%) |
|---------------------|--|-----------------------------|--|-----------------------------|
| 1er. trimestre 2020 | 37.563                                 | 70,9                        | 85,4                                     | 9,9                         |
| 2do. trimestre 2020 | 39.919                                 | 54,7                        | 86,5                                     | 4,7                         |
| 3er. trimestre 2020 | 39.663                                 | 41,0                        | 80,8                                     | -0,8                        |
| 4to. trimestre 2020 | 45.170                                 | 33,8                        | 83,8                                     | -2,0                        |
| 1er. trimestre 2021 | 45.398                                 | 20,9                        | 75,8                                     | -11,2                       |

**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 2** Facturación en supermercados por grupo de artículos (millones de pesos) y distribución porcentual. Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2021



**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 INDEC. Encuesta de Supermercados y Autoservicios Mayoristas.

## 2. Ventas en *shoppings*

Los centros de compras declararon ventas por \$14.436 millones durante el primer trimestre de 2021, dando lugar a un incremento interanual del 22,2% después de tres períodos consecutivos de significativas contracciones, en el marco de las fuertes restricciones impuestas a la actividad del sector. El inicio de 2021, con una flexibilidad mayor, reveló una recuperación importante en términos monetarios (+45,3 puntos porcentuales -p.p.-), aunque los centros de compras aún no alcanzan los niveles de ocupación de antes de la pandemia.

Con respecto a las ventas desagregadas por grupo de artículos, *Indumentaria, calzado y marroquinería* concentró casi la mitad de la facturación del período (47,0%), seguido de *Ropa y accesorios deportivos* (11,0%) y *Electrónicos,*

*electrodomésticos y computación* (10,8%). Este último mostró el mejor desempeño durante el primer trimestre –la facturación ascendió un 122,2% en su comparación interanual–.

Las ventas a valores constantes sufrieron una caída interanual del 23,0% suscitada por contracciones de casi todos los grupos de artículos. Las excepciones fueron los electrónicos y las perfumerías, que no lograron compensar la caída general del sector.

**Cuadro 2** Facturación en *shoppings* (millones de pesos), índice de ventas a precios constantes (base julio 2012/junio 2013=100) y variación porcentual interanual. Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2020/1er. trimestre de 2021

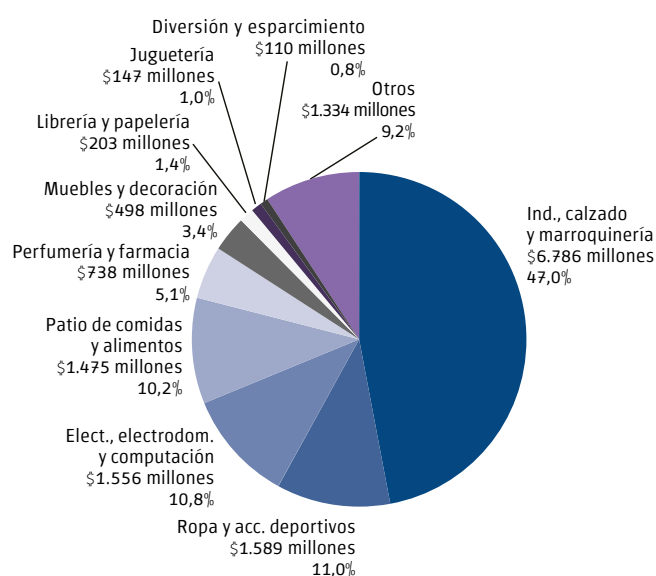
| Período             | Millones de \$<br>(valores corrientes) | Variación interanual (%) | Índice<br>(julio 2012/junio 2013=100) | Variación interanual (%) |
|---------------------|--|--------------------------|---------------------------------------|--------------------------|
| 1er. trimestre 2020 | 11.814                                 | 30,3                     | 59,0                                  | -12,1                    |
| 2do. trimestre 2020 | 422                                    | -96,5                    | 1,9                                   | -97,7                    |
| 3er. trimestre 2020 | 1.312                                  | -90,2                    | 5,3                                   | -93,6                    |
| 4to. trimestre 2020 | 14.563                                 | -23,1                    | 50,8                                  | -49,0                    |
| 1er. trimestre 2021 | 14.436                                 | 22,2                     | 45,4                                  | -23,0                    |

**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. IPCBA y Encuesta Nacional de Centros de Compras, respectivamente.

**Gráfico 3** Facturación en *shoppings* por grupo de artículos (millones de pesos) y distribución porcentual. Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2021



**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 INDEC. Encuesta Nacional de Centros de Compras.

### 3. Ventas en autoservicios mayoristas

Entre enero y marzo los autoservicios mayoristas facturaron \$1.944 millones producto de las ventas a consumidores finales. Ello representó un incremento interanual del 25,5%.

Si se observa individualmente el comportamiento por grupo, *Alimentos y bebidas* y *Artículos de limpieza y perfumería* (con proporciones del 57,8% y 30,6% respectivamente) registraron alzas interanuales del 27,8% y 11,0% en cada caso.

Las ventas a valores constantes se contrajeron el 1,9% en comparación con lo sucedido en el primer trimestre del año previo; se trata del segundo período consecutivo de resultado negativo desde el inicio de 2019, luego de haber mostrado un buen desempeño durante la mayor parte de los meses de confinamiento.

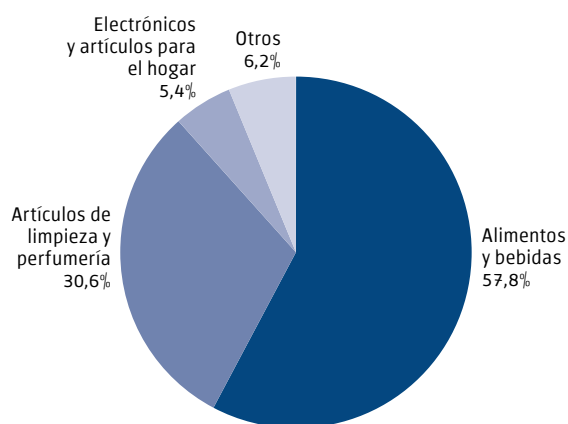
**Cuadro 3** Facturación en autoservicios mayoristas (millones de pesos), índice de ventas a precios constantes (base 2017=100) y variación porcentual interanual. Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2020/1er. trimestre de 2021

| Período             | Millones de \$<br>(valores corrientes) | Variación<br>interanual (%) | Índice<br>(2017=100) | Variación<br>interanual (%) |
|---------------------|--|-----------------------------|----------------------|-----------------------------|
| 1er. trimestre 2020 | 1.548                                  | 89,2                        | 116,2                | 22,4                        |
| 2do. trimestre 2020 | 1.620                                  | 58,6                        | 116,0                | 8,8                         |
| 3er. trimestre 2020 | 1.675                                  | 42,3                        | 114,3                | 3,7                         |
| 4to. trimestre 2020 | 1.964                                  | 28,0                        | 125,9                | -0,8                        |
| 1er. trimestre 2021 | 1.944                                  | 25,5                        | 114,0                | -1,9                        |

**Nota:** datos provisorios.

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

**Gráfico 4** Distribución porcentual de la facturación en autoservicios mayoristas por grupo de artículos. Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2021



**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 INDEC. Encuesta de Supermercados y Autoservicios Mayoristas.

## 4. Superficie del área de ventas en supermercados y shoppings

El sector supermercadista finalizó marzo con un total de 883 bocas de expendio, 15 unidades menos que doce meses antes y 10 menos que en diciembre 2020. Desde el segundo trimestre de 2018 que el sector no registraba una cantidad de bocas tan acotada.

La superficie del área dedicada a las ventas medida en metros cuadrados casi no mostró cambios, en tanto que el tamaño promedio de las bocas de expendio se expandió ligeramente (1,6%).

Los centros de compras, por su parte, informaron 1.091 locales activos<sup>2</sup> en el tercer mes del año, es decir, se registró el cierre de 131 locales en comparación con marzo del año previo. Vale la pena recordar que desde el segundo

trimestre de 2020 el sector afrontó el fuerte impacto de las medidas tomadas tras la declaración de la pandemia; recién en diciembre de 2020 la actividad mostró una leve recuperación tras la reapertura los *shoppings*.

En este contexto de reactivación y sin alcanzar los niveles de ocupación previos al confinamiento, la superficie total registró una reducción interanual del 19,8% y el tamaño promedio de los locales cayó un 10,2%.

<sup>2</sup> Locales activos refiere a aquellos establecimientos que declararon facturación; es decir comprende los locales con venta en salón y también bajo la modalidad *take away*, envío a domicilio, venta *online* o telefónica.

**Cuadro 4** Bocas de expendio en supermercados, locales activos en *shoppings*, superficie (m<sup>2</sup>) total del área de ventas y variación porcentual interanual. Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2020/1er. trimestre de 2021

| Período             | Supermercados |                          |                |                          | Shoppings |          |                          |                |                          |
|---------------------|---------------|--------------------------|----------------|--------------------------|-----------|----------|--------------------------|----------------|--------------------------|
|                     | Bocas         |                          | Superficie     |                          | Total     | Locales  |                          | Superficie     |                          |
|                     | Unidades      | Variación interanual (%) | m <sup>2</sup> | Variación interanual (%) |           | Unidades | Variación interanual (%) | m <sup>2</sup> | Variación interanual (%) |
| 1er. trimestre 2020 | 898           | -0,9                     | 467.029        | -0,6                     | 17        | 1.222    | -8,9                     | 209.686        | -8,3                     |
| 2do. trimestre 2020 | 893           | -1,4                     | 466.224        | -0,8                     | 17        | 728      | -43,3                    | 106.726        | -50,8                    |
| 3er. trimestre 2020 | 892           | -1,1                     | 466.106        | -0,5                     | 17        | 676      | -45,4                    | 103.081        | -51,0                    |
| 4to. trimestre 2020 | 893           | -0,6                     | 466.403        | -0,3                     | 17        | 1.083    | -12,9                    | 148.296        | -30,1                    |
| 1er. trimestre 2021 | 883           | -1,7                     | 466.543        | -0,1                     | 17        | 1.091    | -10,7                    | 168.147        | -19,8                    |

**Nota:** datos provisorios.

La información corresponde al último mes de cada período.

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

## 5. Ventas en comercios de electrodomésticos

El sector de electrodomésticos y artículos para el hogar declaró una facturación total de \$13.608 millones para el primer trimestre de 2021, de esta manera registró un incremento interanual del orden del 128,5%.

El período iniciado tras la declaración de la pandemia presenta una situación extraordinaria para este segmento, en gran parte debido al cambio de la modalidad de trabajo (teletrabajo). Las extraordinarias tasas de crecimiento se explicarían, en parte, por el *boom* de ventas de equipamiento informático para el sostenimiento del trabajo desde el domicilio de buena parte de los asalariados de la Ciudad<sup>3</sup>.

Por su parte, las ventas constantes registradas en el trimestre exhibieron un incremento interanual del 38,0%<sup>4</sup>.

<sup>3</sup> Hay que tener en cuenta que la encuesta de electrodomésticos discrimina ventas por modalidad (salón u *online*) pero no por origen de la compra. Podría estar sucediendo que se asigne a la Ciudad parte de la facturación por venta *online* que es canalizada por controladores fiscales fuera del distrito.

<sup>4</sup> Se debe considerar que el deflactor que se utiliza para el sector corresponde a una selección de productos del IPC de la Ciudad (IPCBA-DGEyC), cuyas ponderaciones son fijas. Bajo la hipótesis de una tracción muy fuerte de las ventas corrientes vía el segmento "Computación y accesorios informáticos" y en menor medida "Telefonía", cabría esperar entonces una subcaptación del aumento real de precios. Un amplio porcentaje de los mismos está atado a la dinámica de la moneda extranjera (y la cotización del dólar no oficial es referente para la fijación de precios para muchos de los bienes del sector), que atravesó fuertes incrementos a lo largo de los meses del aislamiento en 2020.

**Cuadro 5.** Facturación en comercios de electrodomésticos y artículos para el hogar (millones de pesos), índice de ventas a precios constantes (base julio 2012/junio 2013=100) y variación porcentual interanual. Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2020/1er. trimestre de 2021

| Período             | Millones de \$<br>(valores corrientes) | Variación interanual (%) | Índice (julio 2012/junio<br>2013=100) | Variación interanual (%) |
|---------------------|--|--------------------------|---------------------------------------|--------------------------|
| 1er. trimestre 2020 | 5.954                                  | 57,6                     | 53,2                                  | -4,8                     |
| 2do. trimestre 2020 | 12.363                                 | 194,8                    | 98,5                                  | 78,3                     |
| 3er. trimestre 2020 | 15.011                                 | 194,5                    | 96,4                                  | 71,2                     |
| 4to. trimestre 2020 | 18.151                                 | 131,5                    | 105,4                                 | 39,3                     |
| 1er. trimestre 2021 | 13.608                                 | 128,5                    | 73,5                                  | 38,0                     |

**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 Comercios de Electrodomésticos y Artículos para el Hogar, respectivamente.

## 6. Apartado metodológico

El presente informe muestra la evolución del comercio minorista en la Ciudad de Buenos Aires. Para ello, se considera el desempeño del sector supermercadista, 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, al menos, una boca de expendio con una superficie de ventas superior a 200 m<sup>2</sup>. 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<sup>5</sup>.

Las cifras sobre comercios de electrodomésticos son recogidas de la *Encuesta de Electrodomésticos y Artículos para el Hogar*, que se realiza de forma 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<sup>6</sup> constantes, las cuales se obtienen deflactando la facturación por el índice de precios. 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.

<sup>6</sup> Para el cálculo del índice de precios correspondiente a supermercados, *shoppings* y comercios de electrodomésticos y artículos para el hogar, se utilizan datos del Índice de Precios al Consumidor de la Ciudad de Buenos Aires (IPCBA); mediante la selección de aquellos productos que se comercializan en cada uno de los sectores mencionados. Para mayor información sobre IPCBA véase, *Índice de Precios al Consumidor de la Ciudad de Buenos Aires. Principales aspectos metodológicos. Mayo de 2013, Buenos Aires, Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Hacienda y Finanzas GCBA) [12-07-2021]*. Para el cálculo del índice de precios correspondiente a autoservicios mayoristas se utiliza el Índice de Precios Implícitos (IPI) publicado por el INDEC en el informe de prensa *Encuesta de Supermercados y Autoservicios Mayoristas*.

<sup>5</sup> El operativo no incluye las ventas realizadas por los supermercados localizados al interior de los *shoppings*.

---

También es posible  
acceder a información estadística  
sobre la Ciudad de Buenos Aires

Para consultas diríjase al  
Departamento Documentación  
y Atención al Usuario

Nuestras  
redes