



Dinámica del comercio minorista. Ciudad de Buenos Aires. 2do. trimestre de 2021

Informe de resultados | **1603**



Noviembre de 2021



Resumen ejecutivo

El análisis de la dinámica del comercio minorista de la Ciudad de Buenos Aires durante el segundo trimestre de 2021 exhibió una trayectoria dispar de las principales variables indicativas de consumo de los hogares. Los artículos de primera necesidad adquiridos en supermercados y los de consumo semidurable (electrodomésticos y artículos para el hogar) mostraron una tendencia negativa, mientras que los bienes de primera necesidad adquiridos en autoservicios mayoristas y los artículos comercializados en centros de compras mostraron un desempeño positivo.

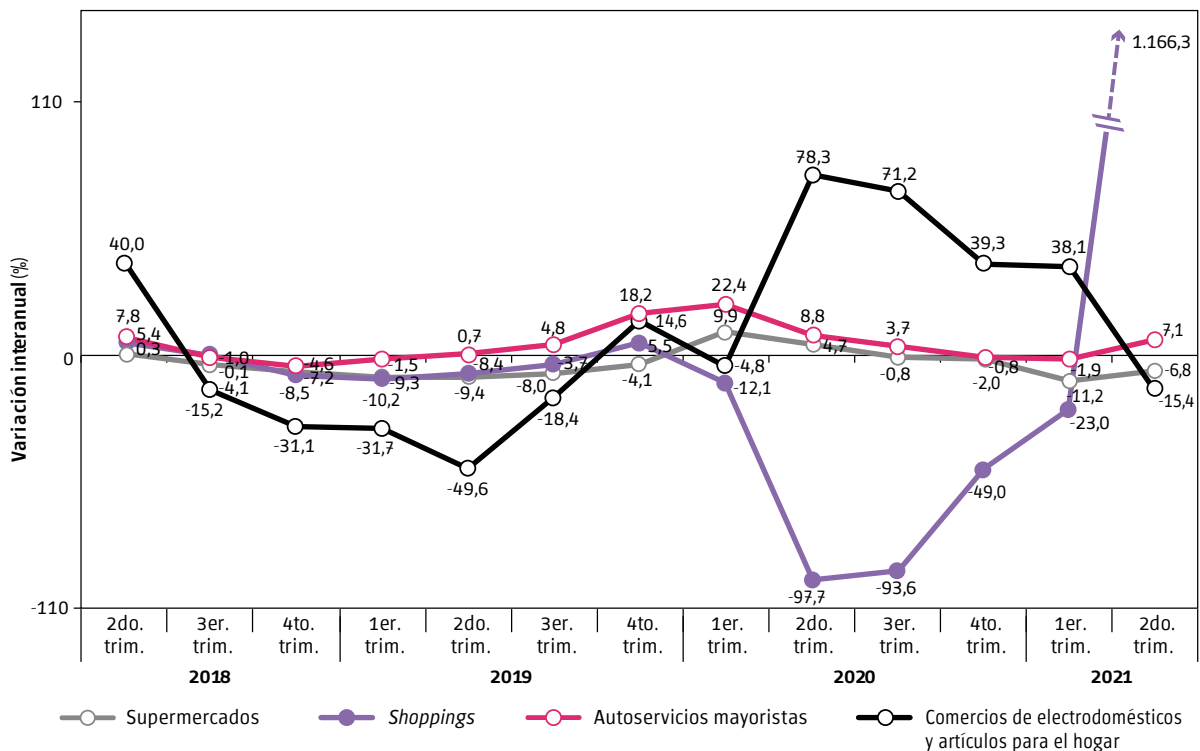
El sector supermercadista sufrió una contracción interanual en sus ventas a valores constantes del 6,8%. La facturación por su parte registró un alza del 35,5% con respecto a igual período de 2020.

La dinámica de los centros de compras (*shoppings*) mostró un crecimiento extraordinario tras cinco trimestres sucesivos en baja. Este fenómeno se explica por las restricciones comerciales que rigieron en el período de comparación, producto de la declaración de la pandemia.

En cuanto a las compras familiares realizadas en los autoservicios mayoristas, el aumento en términos reales alcanzó un 7,1%, mientras que los ingresos corrientes se incrementaron un 47,3% en comparación con el segundo trimestre del año previo.

Finalmente, las ventas constantes en los comercios de comercialización de electrodomésticos y artículos para el hogar cayeron un 15,4%, en tanto que la facturación mostró un alza del 34,7% con respecto a lo sucedido un año antes.

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. 2do. trimestre de 2018/2do. trimestre de 2021



Nota: datos provisionales.

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. 2do. trimestre de 2021

1. Ventas en supermercados

Las ventas corrientes del sector supermercadista de la Ciudad de Buenos Aires en el segundo trimestre de 2021 alcanzaron los \$54.082 millones, un 35,5% más que en igual período del año previo y una aceleración de 14,6 p.p. –puntos porcentuales– con respecto al trimestre anterior.

De acuerdo con la composición de la facturación, *Alimentos y bebidas* (75,8%) y *Artículos de limpieza y perfumería* (12,0%) fueron los grupos de artículos con mayor incidencia. Ambos mostraron alzas interanuales del 36,2% y 26,3%, respectivamente.

En términos constantes, en cambio, el trimestre sufrió una contracción interanual del 6,8%, que desaceleró la caída de los primeros tres meses del año, pero no logró revertir la tendencia negativa que acumula cuatro periodos consecutivos. Dicho desempeño se explicó por el comportamiento en baja de la totalidad de los grupos.

La facturación acumulada entre enero y junio registró un incremento interanual del 28,4% en tanto que las ventas reales exhibieron una caída del 9,0%.

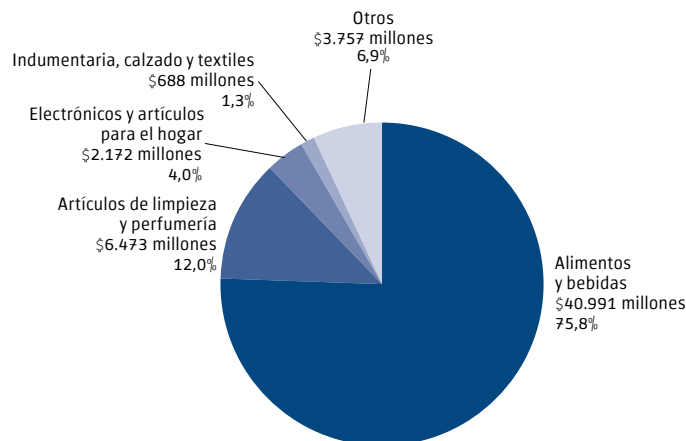
Cuadro 1 Facturación en supermercados (millones de pesos), índice de ventas a precios constantes (base julio 2012/junio 2013=100) y variación porcentual interanual. Ciudad de Buenos Aires. 2do. trimestre de 2020/2do. trimestre de 2021

Período	Millones de \$ (valores corrientes)	Variación interanual (%)	Índice (julio 2012/junio 2013=100)	Variación interanual (%)
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
2do. trimestre 2021	54.082	35,5	80,6	-6,8
Acumulado 2021	99.480	28,4	78,2	-9,0

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 Supermercados y Autoservicios Mayoristas, respectivamente.

Gráfico 2 Facturación en supermercados por grupo de artículos (millones de pesos) y distribución porcentual. Ciudad de Buenos Aires. 2do. 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 INDEC. Encuesta de Supermercados y Autoservicios Mayoristas.

2. Ventas en *shoppings*

Los centros de compras declararon ventas por \$8.541 millones durante el segundo trimestre de 2021 que equivalen a un crecimiento extraordinario si se comparan con los ingresos de abril/junio de 2020 (\$422 millones), período de pleno impacto de las restricciones impuestas sobre el sector durante el aislamiento. De todas formas, los *shoppings* todavía están lejos de alcanzar los niveles de ocupación y ventas previos a la declaración de la pandemia; más aún, lo comercializado en el trimestre es bastante menor a las ventas de los dos períodos anteriores.

Indumentaria, calzado y marroquinería concentró casi la mitad de la facturación del período (48,0%), seguido de *Ropa y accesorios deportivos* (13,1%) y *Patios de comidas y alimentos* (11,5%). Todos los rubros mostraron aumentos interanuales extraordinarios.

Al igual que lo que sucedió con la facturación, las ventas constantes registraron subas superiores al 1.000% por el efecto del trimestre de comparación. No obstante, en el segundo parcial se comercializó la mitad del volumen de ventas de los primeros tres meses de 2021 lo cual muestra que el sector está lejos de haber consolidado una recuperación.

Entre enero y junio la facturación acumulada ascendió un 87,8% en su comparación interanual mientras que las ventas a valores constantes lo hicieron a un ritmo del 13,6%.

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. 2do. trimestre de 2020/2do. trimestre de 2021

Período	Millones de \$ (valores corrientes)	Variación interanual (%)	Índice (julio 2012/junio 2013=100)	Variación interanual (%)
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	14.437	22,2	45,4	-23,0
2do. trimestre 2021	8.541	-	23,7	-
Acumulado 2021	22.978	87,8	34,6	13,6

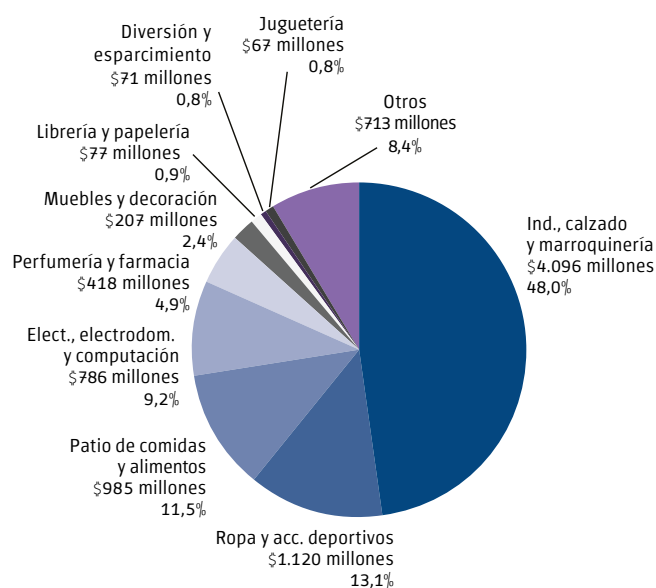
- - Porcentaje de variación mayor a 1.000.

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. 2do. 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 INDEC. Encuesta Nacional de Centros de Compras.

3. Ventas en autoservicios mayoristas

Durante el segundo trimestre los autoservicios mayoristas declararon una facturación de \$2.386 millones producto de las ventas a consumidores finales. Ello representó un incremento interanual del 47,3%.

Si se observa individualmente el comportamiento por grupo, *Alimentos y bebidas* y *Artículos de limpieza y perfumería* concentraron la mayor de las ventas (59,8% el primero y 28,8% el segundo) y mostraron aumentos interanuales respectivos del 46,8% y 35,8%.

Las ventas a valores constantes, luego de dos períodos consecutivos en baja, lograron revertir la tendencia y registraron un alza del 7,1% respecto del segundo trimestre del año previo.

Del análisis del acumulado se desprende que las ventas corrientes crecieron un 36,6% y las ventas reales un 2,6% en comparación con el primer semestre de 2020.

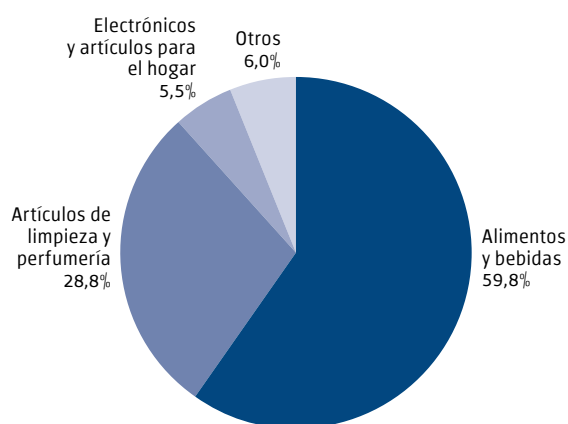
Cuadro 3 Facturación en autoservicios mayoristas (millones de pesos), índice de ventas a precios constantes (base 2017=100) y variación porcentual interanual. Ciudad de Buenos Aires. 2do. trimestre de 2020/2do. trimestre de 2021

Período	Millones de \$ (valores corrientes)	Variación interanual (%)	Índice (2017=100)	Variación interanual (%)
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
2do. trimestre 2021	2.386	47,3	124,2	7,1
Acumulado 2021	4.330	36,6	119,1	2,6

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. 2do. trimestre de 2021



Nota: datos provisorios.

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

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 junio con un total de 879 bocas de expendio, 12 unidades menos que doce meses antes y casi sin cambios respecto de marzo de 2021. Desde el segundo trimestre de 2018 que el sector no registraba una cantidad de bocas tan acotada.

La superficie total del área dedicada a las ventas medida en metros cuadrados se contrajo levemente, mientras que el tamaño promedio de las bocas se expandió ligeramente (1,6%).

Los centros de compras, por su parte, informaron 1.032 locales activos¹ en el mes de junio, es decir que se registró la reapertura interanual de 304 locales que habían sido afectados por las restricciones impuestas a partir de la declaración de la pandemia; solo en diciembre de 2020 la

actividad mostró una leve recuperación tras la reapertura de los *shoppings*. Vale destacar que respecto de la cantidad de locales activos en marzo, el registro del segundo trimestre mostró una reducción de 60 locales.

En este contexto de reactivación y sin alcanzar los niveles de ocupación previos al confinamiento, la superficie se amplió un 59,7% en su comparación interanual y el tamaño promedio de los locales aumentó un 12,7%.

¹ 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 (m²) total del área de ventas y variación porcentual interanual. Ciudad de Buenos Aires. 2do. trimestre de 2020/2do. trimestre de 2021

Período	Supermercados				Total	Shoppings			
	Bocas		Superficie			Locales		Superficie	
	Unidades	Variación interanual (%)	m ²	Variación interanual (%)		Unidades	Variación interanual (%)	m ²	Variación interanual (%)
2do. trimestre 2020	891	-1,1	472.503	-0,9	17	728	-43,3	106.726	-50,8
3er. trimestre 2020	890	-1,0	472.385	-0,6	17	676	-45,4	103.081	-51,0
4to. trimestre 2020	890	-0,7	472.518	-0,2	17	1.083	-12,9	148.296	-30,1
1er. trimestre 2021	880	-1,8	472.477	-0,6	17	1.092	-10,6	168.317	-19,7
2do. trimestre 2021	879	-1,3	471.502	-0,4	17	1.032	41,8	170.471	59,7

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 \$16.652 millones entre abril y junio de 2021. Ello significó un incremento interanual del 34,7%.

Tras varios períodos de crecimiento extraordinario que se explicarían, en gran medida, por el *boom* de ventas de equipamiento informático debido al cambio de modalidad de trabajo (teletrabajo), en el segundo trimestre se observó una marcada desaceleración de la tasa de crecimiento de los ingresos corrientes².

Es así que las ventas constantes del período exhibieron una contracción interanual del 15,4%³, constituyéndose en el primer registro negativo tras cuatro trimestres de sucesivas alzas.

La facturación acumulada al mes de junio reveló una suba interanual del 65,3%; por el lado de las ventas a precios constantes la variación fue positiva a un ritmo del 3,4%.

² 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.

³ 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 a través de 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. 2do. trimestre de 2020/2do. trimestre de 2021

Período	Millones de \$ (valores corrientes)	Variación interanual (%)	Índice (julio 2012/junio 2013=100)	Variación interanual (%)
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	13.619	128,7	73,5	38,1
2do. trimestre 2021	16.652	34,7	83,3	-15,4
Acumulado 2021	30.271	65,3	78,4	3,4

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 m². 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 país⁴.

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 constantes, las cuales se obtienen deflactando la facturación por el índice de precios⁵. 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.

5 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 \(Ministerio de Hacienda y Finanzas GCBA\) \[24-09-2021\]](#). 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*.

4 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