

Dinámica del comercio minorista. Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2022

Informe de resultados | **1677**



Julio de 2022

Medalla de oro a la calidad
en la Gestión Pública



Dinámica del comercio minorista. Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2022

El siguiente trabajo presenta 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 primer trimestre de 2022 –último dato disponible, de carácter provisorio–.

Principales resultados

El comportamiento del comercio minorista durante el primer trimestre de 2022 reveló una trayectoria dispar de las principales variables indicativas de la marcha del consumo. La comercialización de bienes de primera necesidad a través de los supermercados mostró una relativa estabilidad mientras que el nivel de consumo familiar en autoservicios mayoristas se contrajo y registró la mayor reducción de la serie en términos reales.

El panorama general se completa con el incremento de las ventas constantes en centros de compras y comercios de electrodomésticos, sectores con particularidades propias por el efecto de arrastre tras la pandemia y, en especial el segundo, por la combinación de inflación y restricción a la compra de dólares que incentiva el resguardo de capital en bienes durables. En el período, también estuvo vigente la financiación a través del plan Ahora 12 y otros específicamente orientados al regreso escolar.

Entre enero y marzo, el sector supermercadista porteño incrementó su facturación (\$70.626 millones) un 55,6% con respecto al mismo período de 2021. El *ticket* promedio por operación rondó \$1.528 y se expandió a un ritmo menor al crecimiento de las ventas corrientes, lo cual indica que los hogares realizaron más compras y de menor monto que un año atrás. Las ventas constantes, por su parte, computaron una mínima variación (-0,1%) aunque en la medición por boca de expendio la caída fue más significativa (-1,3%), producto de una pequeña expansión en la cantidad de bocas (16 adicionales respecto de marzo de 2021). El consumo hogareño destinado a la adquisición de *Alimentos y bebidas* (75,1% del total de la facturación) se redujo lo más que el promedio, traccionado por las menores compras en *Lácteos, Carnes y Bebidas*. La compensación se dio por la mayor demanda de artículos de *Almacén*.

La particularidad se observó en el rubro *Electrónicos* que, aunque con escasa incidencia en la composición de las ventas en supermercados, mostró una dinámica alcista importante, tal como aconteció en los comercios especializados.

Las compras familiares realizadas en autoservicios mayoristas aumentaron un 41,3% y se concentraron mayoritariamente en *Alimentos y bebidas*. La participación de este rubro es, históricamente, menor a la que se observa en el comercio a través de supermercados; en simultáneo, en el canal mayorista sobresale la incidencia de *Artículos de limpieza y perfumería*. Por el lado de las ventas constantes, la contracción interanual fue significativa aun cuando los niveles de actividad del sector se mantienen en valores muy elevados.

La facturación de los centros de compras exhibió un alza interanual del 134,6%. La porción mayoritaria de los ingresos quedó en manos de locales de *Indumentaria* que junto a los de *Ropa deportiva* explicaron alrededor del 58% de las ventas corrientes; importante también fue la incidencia de *Patio de comidas y Electrónicos*. Las ventas reales se incrementaron un 46,8% y la demanda creció por sobre la media en rubros como *Esparcimiento, Electrónicos y Librería*. En especial, con un *shopping* menos, se observó la apertura de 6 locales con respecto al registro de enero/marzo de 2021, y un área locativa también en expansión. El sector aun transita un camino de recomposición tras el derrumbe del consumo por las restricciones impuestas durante la pandemia; en particular, en el período de referencia, la actividad en *shoppings* alcanzó los niveles de igual tramo de 2019, aunque todavía por debajo de los guarismos de 2018.

Por último, las casas de venta de electrodomésticos facturaron un 56,8% más que en el trimestre equivalente de 2021. En términos reales el comercio registró un ascenso en las ventas (17,3%), el cual le permitió recuperar los niveles de comercialización de 2018.

Dinámica de los principales sectores

Cuadro 1 Indicadores seleccionados del comercio minorista. Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2022

Indicador	Valor
Supermercados	
Ventas corrientes (millones)	\$ 70.626
Ventas corrientes (variación interanual)	55,6%
Ventas corrientes por operación	\$ 1.528
Ventas constantes (variación interanual)	-0,1%
Ventas constantes por boca (variación interanual)	-1,3%
Superficie en m ² área de ventas (variación interanual)	0,9%
Autoservicios mayoristas	
Ventas corrientes (millones)	\$ 2.746
Ventas corrientes (variación interanual)	41,3%
Ventas constantes (variación interanual)	-8,2%
Shoppings	
Ventas corrientes (millones)	\$ 33.870
Ventas corrientes (variación interanual)	134,6%
Ventas constantes (variación interanual)	46,8%
Ventas constantes por local (variación interanual)	45,5%
Superficie en m ² área de ventas (variación interanual)	13,9%
Comercios de electrodomésticos	
Ventas corrientes (millones)	\$ 21.191
Ventas corrientes (variación interanual)	56,8%
Ventas constantes (variación interanual)	17,3%

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

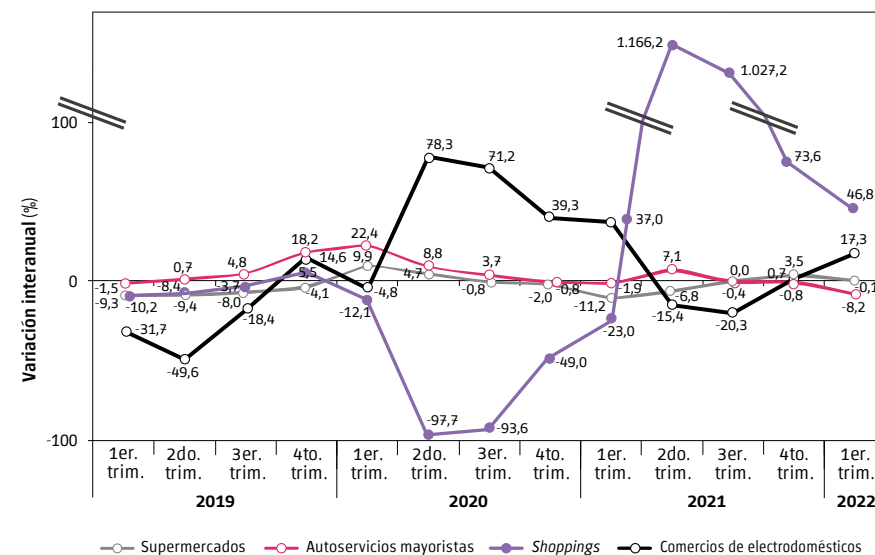
Cuadro 2 Ventas a precios constantes por sector (variación porcentual interanual). Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2022

Sector	Variación interanual (%)
Supermercados	-0,1
Autoservicios mayoristas	-8,2
Shopping	46,8
Comercios de electrodomésticos	17,3

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

Gráfico 1 Ventas a precios constantes por sector (variación porcentual interanual). Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2019/1er. trimestre de 2022



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

Supermercados y autoservicios mayoristas

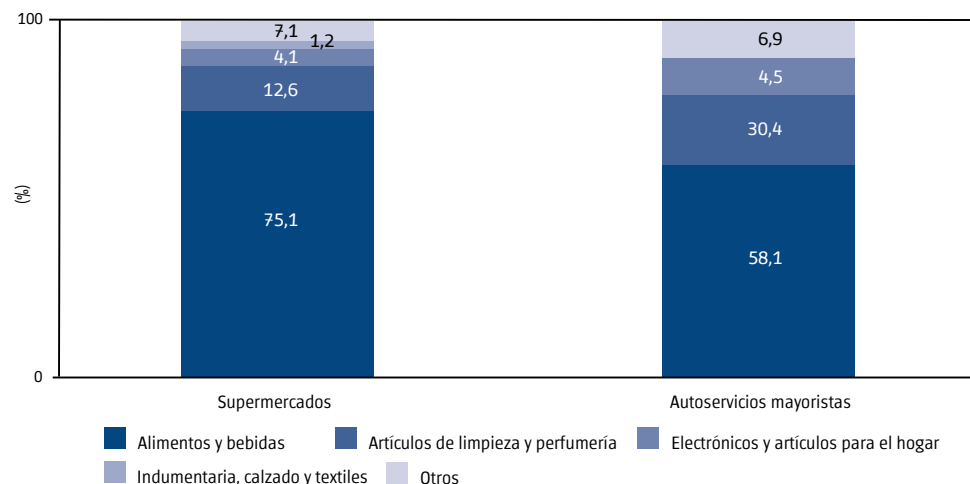
Cuadro 3 Facturación en supermercados y autoservicios mayoristas (millones de pesos y variación porcentual interanual). Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2021/1er. trimestre de 2022

Período	Supermercados		Autoservicios mayoristas	
	Millones de \$	Variación interanual (%)	Millones de \$	Variación interanual (%)
1er. trim. 2021	45.398	20,9	1.944	25,5
2do. trim. 2021	54.082	35,5	2.386	47,3
3er. trim. 2021	59.802	50,8	2.419	44,4
4to. trim. 2021	70.364	55,8	2.904	47,9
1er. trim. 2022	70.626	55,6	2.746	41,3

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. Encuesta de Supermercados y Autoservicios Mayoristas.

Gráfico 2 Facturación en supermercados y autoservicios mayoristas por grupo de artículos (porcentaje). Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2022



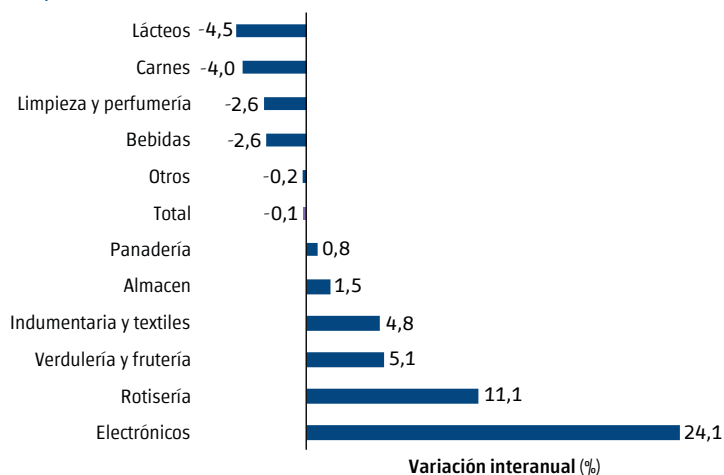
Nota: datos provisorios.

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 DGEyC e INDEC. Encuesta de Supermercados y Autoservicios Mayoristas.

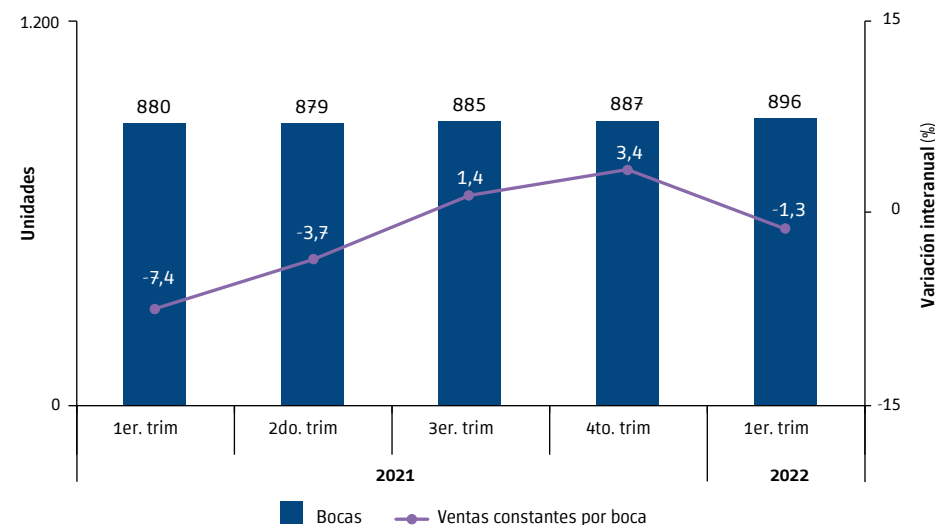
Gráfico 3 Ventas a precios constantes en supermercados por grupo de artículos (variación porcentual interanual). Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2022



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 4 Bocas (unidades) y ventas a precios constantes por boca (variación porcentual interanual) en supermercados. Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2021/ 1er. trimestre de 2022



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.

Shoppings y comercios de electrodomésticos

Cuadro 4 Facturación en shoppings y comercios de electrodomésticos (millones de pesos y variación porcentual interanual). Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2021/ 1er. trimestre de 2022

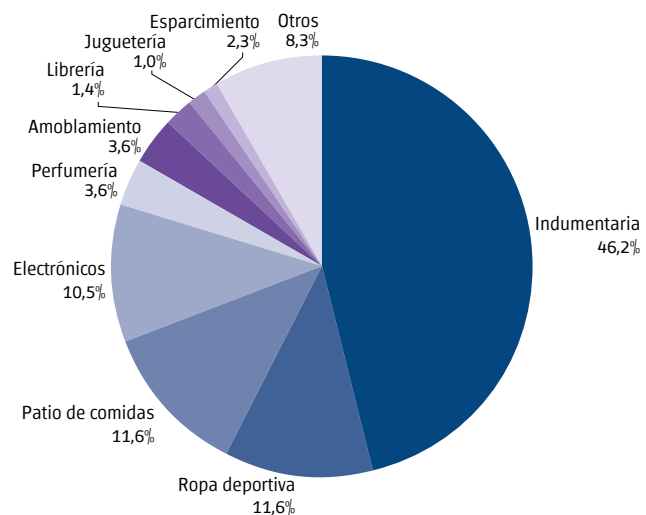
Período	Shoppings		Comercios de electrodomésticos	
	Millones de \$	Variación interanual (%)	Millones de \$	Variación interanual (%)
1er. trim. 2021	14.437	22,2	13.512	126,9
2do. trim. 2021	8.541	1.922,1	16.654	34,7
3er. trim. 2021	23.409	1.683,9	16.485	9,8
4to. trim. 2021	39.889	173,9	24.073	32,6
1er. trim. 2022	33.870	134,6	21.191	56,8

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

Gráfico 5 Facturación en *shoppings* por grupo de artículos (porcentaje). Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2022

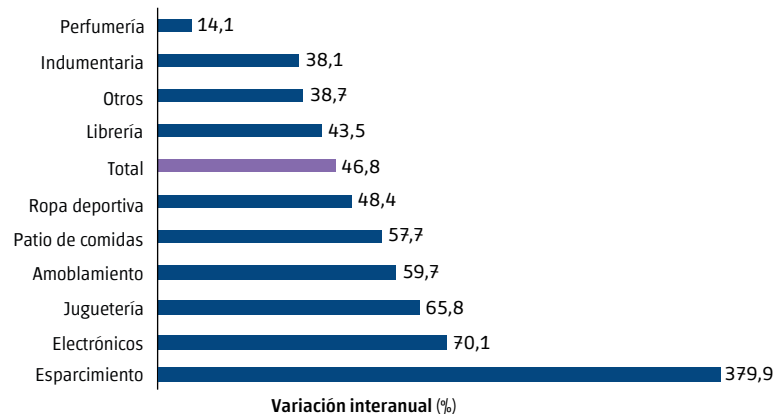


Nota: datos provisorios.

La suma de los valores parciales difiere 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 la Asociación de Concesionarios de Automotores de la República Argentina (ACARA).

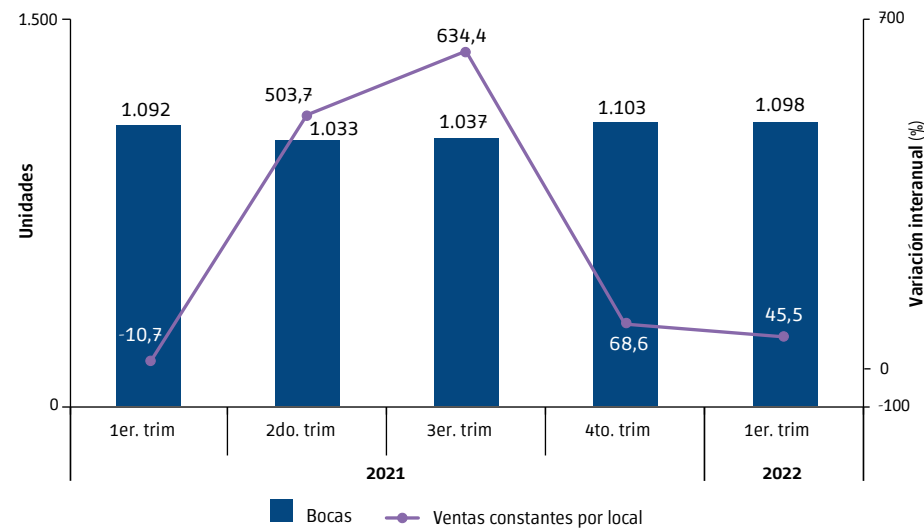
Gráfico 6 Ventas a precios constantes en *shoppings* por grupo de artículos (variación porcentual interanual). Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2022



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 Nacional de Centros de Compras, respectivamente.

Gráfico 7 Locales (unidades) y ventas a precios constantes por local (variación porcentual interanual) en *shoppings*. Ciudad de Buenos Aires. 1er trimestre de 2021/ 1er. trimestre de 2022



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 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 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 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 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. 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 de publicación 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 precios. Los deflatores específicos correspondientes a 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 corresponde a la publicada por INDEC para el cálculo de los deflatores de la encuesta en los informes metodológicos *Metodología de la Encuesta de Supermercados y de 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 Supermercados y 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 operación.