

Análisis de las ventas de supermercados en la provincia de Santa Fe

Fecha: noviembre de 2023

✉ ces@bolcomsf.com.ar

🌐 ces.bcsf.com.ar

🌐 www.bcsf.com.ar

📘 /BCSFOficial

📷 @bcsfoficial

🐦 @BCSFOficial

🌐 Bolsa de Comercio de Santa Fe

INTRODUCCIÓN

El presente informe expone información proveniente de la encuesta de supermercados elaborada por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC) para la provincia de Santa Fe. Al respecto, se busca conocer la evolución de los valores generales y los distintos rubros incluidos en el análisis del sector.

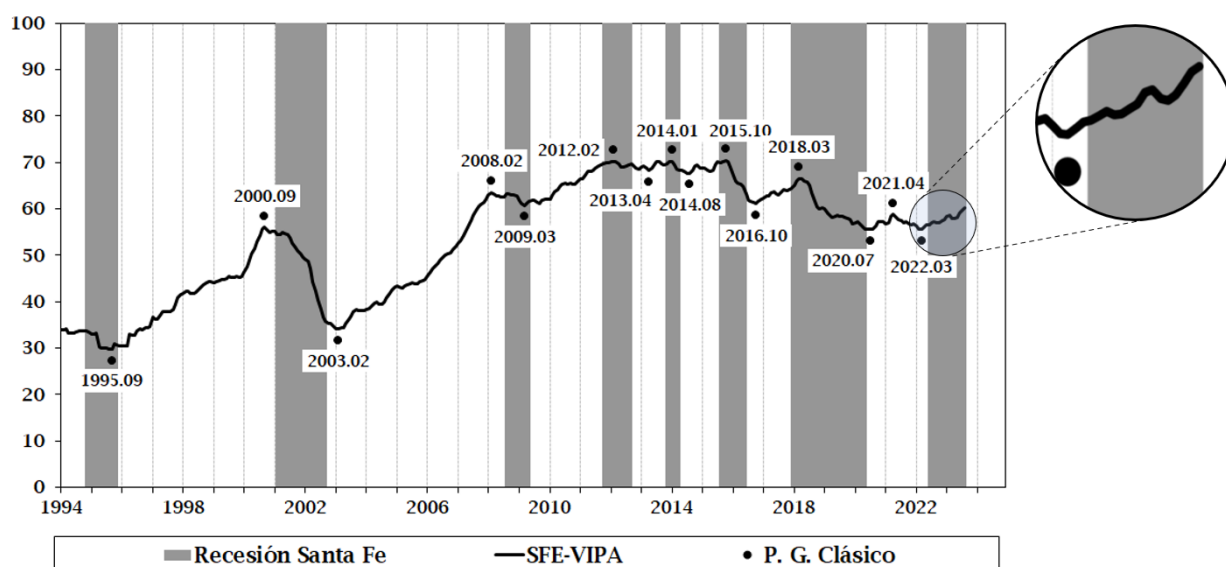
El reporte hace foco en la coyuntura desde marzo de 2022 en adelante –siendo agosto de 2023 la fecha del último dato– pero también aborda la *performance* de la serie en el mediano plazo, considerando los últimos 5 años.

ESCENARIO A NIVEL PROVINCIAL

Examinando detenidamente la evolución de las ventas en términos reales y trabajando la serie histórica desestacionalizada, los resultados revelan un patrón interesante. En efecto, desde septiembre de 1995 hasta septiembre del año 2000, las ventas totales experimentaron un incremento continuo, pasando de 29,7 millones a 56,0 millones de pesos de 1993. Este crecimiento se enmarca dentro de la fase expansiva que prevalecía en la provincia durante dicho período. Sin embargo, en consonancia con la recesión que tuvo su inicio en febrero de 2001, se evidenció un declive en las ventas hasta febrero de 2003. En este sentido, las ventas de supermercados históricamente se mueven en la misma dirección que el ciclo económico de referencia de Santa Fe, reflejando períodos de crecimiento que coinciden con las expansiones económicas en la provincia y descensos durante las fases recesivas.

En octubre de 2015 las ventas totales alcanzaron su punto máximo, registrando 70,4 millones de pesos de 1993. Desde entonces, las ventas disminuyeron hasta octubre del año siguiente, evidenciándose de aquí en adelante un estancamiento. En efecto, las ventas desde dicho período han oscilado entre 55,6 y 66,5 millones de pesos constantes de 1993. Esta tendencia puede apreciarse en el siguiente gráfico.

Gráfico 1 | Ventas de supermercados de la provincia de Santa Fe, grandes superficies.
Serie deflactada por IPI, IPC-SFE, IPC-Congreso e IPCBA-Alimentos.
Millones de pesos de 1993. Período 1994-2023.



Fuente: CES-BCSF en base a datos de INDEC.

No obstante, lo anteriormente señalado, una pregunta sale a colación al visualizar la figura precedente: ¿qué está ocurriendo en la actual recesión? Lo cierto es que, a pesar del contexto de contracción económica que atraviesa la provincia de Santa Fe desde junio de 2022, las ventas totales de supermercados (grandes superficies) acumularon una suba del 8,0% entre marzo de 2022 y agosto de 2023 –sobre la serie desestacionalizada–.

En efecto, los últimos datos publicados por INDEC confirman la recuperación sostenida del indicador dentro de la provincia de Santa Fe. En agosto las ventas de las grandes superficies alcanzaron el registro de \$27,3 mil millones de pesos corrientes, lo que se traduce en \$60,2 millones de pesos constantes tomando como base precios del año 1993¹. Esta cifra representa un aumento en términos reales del 0,7% en las ventas mensuales y del 5,2% en comparación con el mismo mes del año anterior, después de aplicar un proceso de desestacionalización².

DINÁMICA DE COMPRA EN LA PROVINCIA

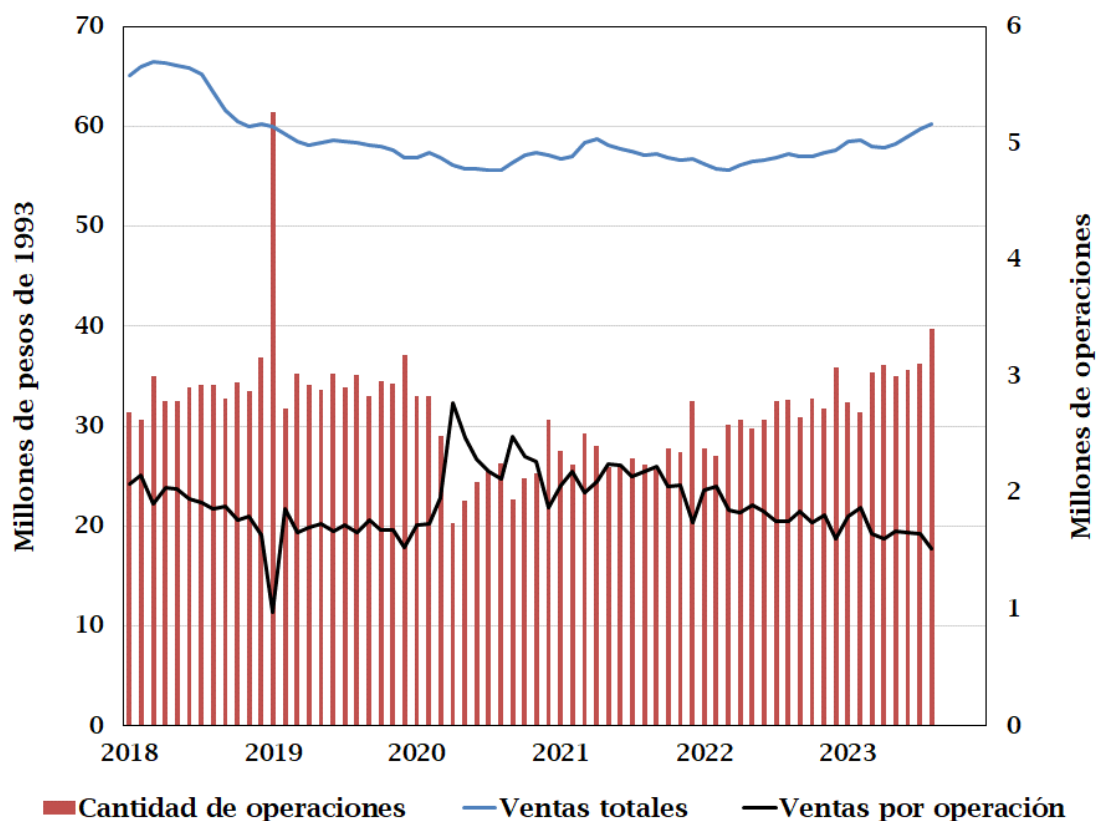
Si se analizan las operaciones realizadas en las bocas de expendio ubicadas en la provincia de Santa Fe, cabe mencionar algunas observaciones de interés. En abril de 2020, se efectuaron 1,7 millones de operaciones, marcando un mínimo en el período 2018-2023. Desde entonces, estas operaciones han aumentado significativamente, alcanzando 3,4 millones en agosto de 2023, lo que representa un incremento del 95,9%. Es importante señalar que de este aumento del 95,9%, únicamente desde marzo de 2022 la cantidad de operaciones se ha incrementado en un 32,0%.

La [Gráfica 2](#) resalta esta tendencia ascendente en el número de operaciones realizadas, representada en las columnas de color rojo. Dicha tendencia en la cantidad de operaciones contrasta con los montos de ventas totales. Es decir, aunque las personas han aumentado la frecuencia de sus compras (reflejado en el número de visitas al supermercado), también se observa una disminución en el monto de cada operación realizada. Este fenómeno, se condice con una caída sistemática del poder adquisitivo de los salarios y un cambio de comportamiento en el consumo de los hogares.

¹ En consonancia con el proceso inflacionario, la información se reexpresa en términos reales para poder realizar comparaciones de mediano plazo. Respecto al deflactor, se utiliza el Índice de Precios Implícitos (IPI) derivado de la misma encuesta hasta mayo de 2007. Luego, se aplican las tasas de cambio del Índice de Precios al Consumidor de la provincia de Santa Fe y, en enero de 2012, las tasas del IPC Congreso. En la actualidad el indicador se ajusta por el componente de alimentos del IPC de la Ciudad de Buenos Aires desde agosto de 2013.

² Dicho proceso implica ajustar y eliminar los efectos del componente estacional y del calendario, como la Semana Santa y los días festivos, con el objetivo de facilitar la comparación de datos en diferentes períodos.

Gráfico 2 | Ventas por operación efectuadas en las bocas de expendio correspondientes a la provincia de Santa Fe, grandes superficies. Período 2018-2023.



Fuente: CES-BCSF en base a datos de INDEC.

DESAGREGACIÓN DE LAS VENTAS POR RUBROS

En cuanto a la desagregación de los datos, la encuesta de supermercados releva las ventas de 11 grupos de artículos, incluyendo “Bebidas”, “Almacén”, “Panadería”, “Lácteos”, “Carnes”, “Verdulería y frutería”, “Alimentos preparados y rotisería”, “Artículos de limpieza y perfumería”, “Indumentaria, calzado y textiles para el hogar”, “Electrónicos y artículos para el hogar” y “Otros”. Es importante señalar que estos grupos no tienen una ponderación preestablecida en las ventas generales, mientras que sí se evidencia una participación estable en el tiempo. En efecto, históricamente los alimentos³ han tenido una presencia significativa, representando el 66,9% de las ventas totales, cifra que ha aumentado a un 72,7% desde marzo de 2022 hasta la fecha.

La [Tabla 1](#) refleja la similitud de las participaciones de los rubros de la encuesta tanto bajo un análisis del promedio histórico como en las participaciones correspondientes al período marzo de 2022-agosto 2023.

³ Considerando los rubros almacén, bebidas, carnes, lácteos, panadería, verdulería y frutería; y alimentos preparados y rotisería.

En efecto, los gastos de “Almacén” se posicionan como la categoría con mayor incidencia en el total de ventas representando un 27,6% en el período bajo análisis, lo que se encuentra en consonancia con lo evidenciado históricamente. En segundo y tercer lugar, se posicionan las ventas de “Artículos de limpieza y perfumería”, así como el rubro relativo a “Bebidas” -donde se incluyen con y sin alcohol-, con un porcentaje de participación en la serie histórica del 13,8% y de 10,3% respectivamente. Para el período de marzo de 2022 a agosto 2023, la participación del rubro de bebidas se incrementó, ocupando similar importancia que el relativo a limpieza y perfumería. Luego se encuentra el rubro cárnico, con una incidencia que se aproxima al 10,3% en términos históricos y al 12,0% actualmente. No obstante, el correspondiente a “Otros”, ha perdido peso en términos relativos pasando de 10,2% a 6,3% de la comparación histórica al período en análisis. Los productos lácteos, por su parte, se posicionan como el sexto rubro con mayor participación, ocupando alrededor de 10,0% de distribución porcentual, seguidos por “Artículos electrónicos y para el hogar”. “Verdulería y frutería” ocupa el octavo lugar con un 4,3% de participación, seguida por “Panadería” e “Indumentaria, calzado y textiles para el hogar”, en novena y décima posición. Por último, el rubro de “Alimentos preparados y rotisería” oscila entre el 1,0% y 1,9%, en ambos períodos, cerrando la lista de los rubros relevados en la encuesta.

Tabla 1 | Participación de los grupos de artículos en el total de ventas de la provincia de Santa Fe. En porcentaje.

	Participación histórica *	Marzo 2022 en adelante
Almacén	26,9%	27,6%
Artículos de limpieza y perfumería	13,8%	13,5%
Bebidas	10,3%	13,2%
Carnes	10,3%	12,0%
Otros	10,2%	6,3%
Lácteos	9,7%	10,1%
Electrónicos y artículos del hogar	5,6%	5,1%
Verdulería y frutería	4,3%	4,4%
Indumentaria, calzado y textiles del hogar	3,4%	2,4%
Panadería	3,4%	4,3%
Alimentos preparados y rotisería	1,9%	1,0%

(*) Las participaciones históricas se corresponden con datos desde enero de 1997 hasta agosto de 2023.
Fuente: CES-BCSF en base a datos de INDEC.

De forma complementaria, la [Tabla 2](#) describe las variaciones interanuales de las ventas desagregadas, permitiendo conocer la diferencia entre dos períodos recesivos de la provincia de Santa Fe. En rigor, mientras que en la recesión de 2019 se observa una caída interanual en la mayoría de los rubros, la recesión de mediados de 2022 en adelante muestra una *performance* prácticamente contraria. Tal como se observa, todos los rubros con excepción de cuatro de ellos - Indumentaria, calzado y textiles para el hogar; Electrónicos y artículos del hogar; Carnes; y Otros- presentaron variaciones positivas en términos reales en

el acumulado 2023. De este modo, la mayoría de los rubros presentaron variaciones interanuales positivas, con mayor énfasis en los rubros asociados a los alimentos -véase [nota al pie 3](#)-. Sin embargo, debe destacarse el rubro cárnico como la única categoría referente a alimentos que se posiciona en terreno negativo durante 2022 y el acumulado en 2023, en términos reales. Esto se traduce en un descenso de su consumo en ambos años.

En términos de expectativas para el cierre de 2023, resta un comentario adicional. En efecto, históricamente diciembre constituye el mes con mayor volumen de ventas, generando que su incremento mensual realice aportes más que significativos al acumulado anual, ocurriendo lo contrario en el mes de enero⁴. En este sentido, se advierte que para el cómputo del incremento acumulado de 2023 el aporte del incremento mensual del mes de enero se ha realizado, mientras que resta observar el aporte que significará el mes de diciembre. Teniendo esto en cuenta, se espera que el incremento anual de 2023 respecto a 2022 sea mayor al que se observa en la tabla siguiente.

Tabla 2 | Desagregación de ventas de supermercados en la provincia de Santa Fe.
Variaciones interanuales deflactadas. En porcentaje. Período 2019-2022 y enero-agosto de 2023.

	2019	2020	2021	2022	2023(*)
TOTAL DE VENTAS	-8,3%	-2,8%	1,0%	-1,4%	4,5%
Almacén	-11,7%	-1,6%	-2,3%	-0,4%	4,4%
Artículos de limpieza y perfumería	-5,5%	-4,4%	-5,5%	-0,6%	3,8%
Bebidas	0,0%	4,5%	12,6%	2,7%	23,6%
Carnes	6,2%	2,0%	11,4%	-9,2%	-5,2%
Otros	-18,3%	-9,7%	-4,7%	-8,7%	-6,1%
Lácteos	-2,4%	-4,7%	0,6%	-3,4%	4,2%
Electrónicos y artículos de hogar	-25,8%	15,6%	5,3%	2,5%	-7,7%
Verdulería y frutería	-12,9%	0,6%	-4,7%	7,4%	21,3%
Indumentaria, calzado y textiles del hogar	-17,5%	-14,8%	-2,5%	-7,2%	-12,8%
Panadería	-4,8%	-17,8%	-2,7%	11,5%	8,3%
Alimentos preparados y rotisería	-9,1%	-41,5%	3,9%	4,0%	17,0%

(*) La variación refiere al período de enero-agosto de 2023 versus enero-agosto de 2022.

Fuente: CES-BCSF en base a datos de INDEC.

⁴ La variación mensual histórica de los meses de diciembre y enero se ubica en 28,3% y -24,1%, respectivamente. En otras palabras, las ventas en diciembre son un 28,3% mayores que noviembre, mientras que las ventas de enero disminuyen un 24,1% respecto a diciembre.

SÍNTESIS

- Contrariamente a lo ocurrido durante otras recesiones económicas en la provincia de Santa Fe, en la presente fase contractiva, el volumen de ventas de supermercados (grandes superficies) se está incrementando. Desde marzo de 2022 la serie desestacionalizada creció un 8,0% en términos reales.
- En los últimos años la cantidad de transacciones registradas en las grandes superficies también muestra una tendencia al alza. Sin embargo, el monto promedio de cada transacción ha ido disminuyendo. Este fenómeno, se condice con una caída sistemática del poder adquisitivo de los salarios y un cambio de comportamiento en el consumo de los hogares.
- Respecto a los rubros relevados en la encuesta, la participación de los mismos es muy estable en el tiempo. Esta situación también se observa en la coyuntura.
- Analizando la *performance* de los distintos rubros en la actualidad, la mejora observada en el nivel de ventas totales se explica fundamentalmente por un crecimiento en partidas vinculadas con alimentos -con la salvedad del rubro Carnes, que decreció tanto en 2022 como en lo que va del año de 2023-.
- Considerando la dinámica que viene mostrando la serie, se espera que el consumo minorista en grandes superficies cierre el año 2023 con un crecimiento interanual favorable, aunque este incremento no terminará de compensar la caída acumulada desde 2018 en adelante.

Bolsa de Comercio de Santa Fe

Presidente

Escribano Martín Vigo Lamas

Centro de Estudios y Servicios

Director Ejecutivo

Escrib. Martín Vigo Lamas

Directora

Lic. María Lucrecia D´Jorge

Coordinador

Mg. Pedro P. Cohan

Integrantes del CES y Área de Prensa

<https://www.bcsf.com.ar/ces/quienes-somos.php>