



IERAL

Fundación
Mediterránea

Informe de Coyuntura del IERAL

Año 34 - Edición N° 1594 - 22 de Abril de 2025

Regional Cuyo

Editorial Mendoza

Comercio: ¿se vende más?

Además, en este informe

Mendoza Global y Sectorial en Detalle

IERAL MENDOZA

Economista Jefe: Gustavo Reyes - greyes123@me.com
Economista Senior: Jorge A. Day - jorge.day@gmail.com

Edición y compaginación:

Karina Lignola y Fernando Bartolacci

IERAL MENDOZA

(0261) 438-0287
ieralmza@gmail.com

IERAL Córdoba

(0351) 473-6326
ieralcordoba@ieral.org

IERAL Buenos Aires

(011) 4393-0375
info@ieral.org

FUNDACION MEDITERRANEA

(0351) 463-0000
info@fundmediterranea.org.ar



Editorial

Comercio: ¿se vende más?

Los datos indican que la economía argentina viene recuperándose desde mediados del año pasado, con mejoras en el poder de compra de la población y con más créditos bancarios. Eso debería traducirse en más ventas.

Sin embargo, algunos referentes del sector comercial opinan en forma diferente, y eso se refuerza con la presencia de locales que se han ido cerrando. ¿Qué está ocurriendo? ¿Cambiará con el nuevo contexto sin cepo? Este es el planteo del presente informe.

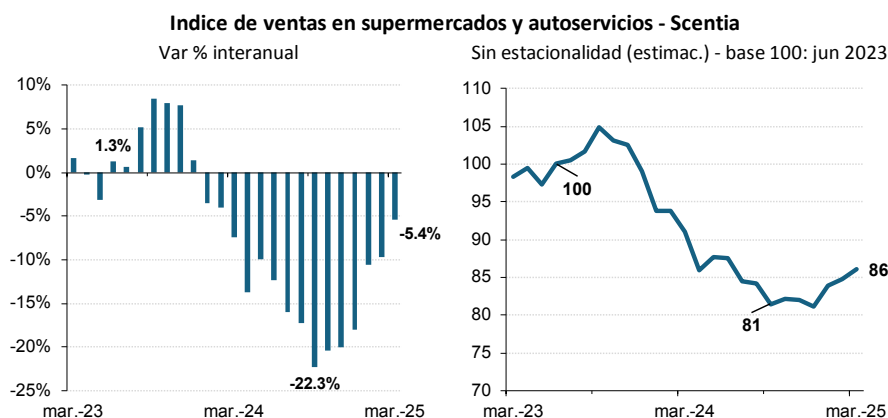
1. Síntesis

- En los últimos meses, las ventas han mostrado una recuperación, aunque de forma muy desigual entre sectores. Mientras que algunos rubros —como autos 0 km— evidenciaron un importante repunte gracias al mayor acceso al crédito, otros, como supermercados y mayoristas, apenas mostraron mejoras, con caídas persistentes en bienes básicos como alimentos y bebidas.
- En los últimos quince meses, la estructura del gasto de los consumidores argentinos se modificó notoriamente, debido al fuerte aumento en tarifas de servicios públicos, combustibles y servicios privados como la salud, así como a un dólar paralelo más barato que incentivó las compras en el exterior, especialmente en Chile. Como resultado, una mayor proporción del ingreso se destinó a estos rubros, reduciendo la participación relativa de bienes tradicionales como alimentos y bebidas, lo que explica la lenta recuperación de ventas en supermercados y mayoristas.
- En el país, el consumo cayó fuertemente en la primera parte de 2024, con una importante recuperación en la segunda mitad de ese año. Lo mismo aconteció con los datos globales (EMAE) del Comercio. Detrás de esta dinámica se encuentra una recuperación parcial del poder adquisitivo y la reactivación de los préstamos al sector privado, aunque desde niveles muy bajos.
- Aunque las perspectivas para 2025 eran positivas con un crecimiento del PBI estimado en 5%, la reciente eliminación del cepo cambiario generó un salto en el tipo de cambio oficial, lo que podría erosionar el poder de compra en el corto plazo. Sin embargo, si se sostiene el proceso de estabilización macroeconómica, se espera que la capacidad de consumo vuelva a fortalecerse.

2. Los datos

- **Previo: variación % inter-anual vs mensual sin estacionalidad**

En las comparaciones, es usual utilizar la **variación % interanual**, como un indicador que compara con las ventas de hace doce meses atrás. Por ej., acorde a Scentia, a marzo del presente año, las ventas en supermercados y autoservicios en el país fueron un 5% inferiores a las del mismo mes en 2024.

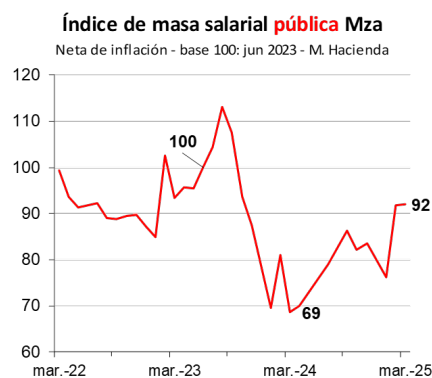
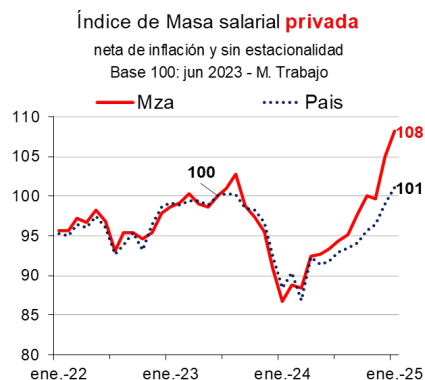


Un problema de esa comparación es que **no permite detectar si hubo cambios de tendencias dentro de esos doce meses**. Para visualizar ese posible cambio, es conveniente **des-estacionalizar los datos**, y luego observar su evolución mes a mes. Realizando esos cálculos, esas ventas habrían llegado a un mínimo en Septiembre de 2024, luego se mantuvieron estancadas, e iniciando el 2025 se observa una cierta recuperación.

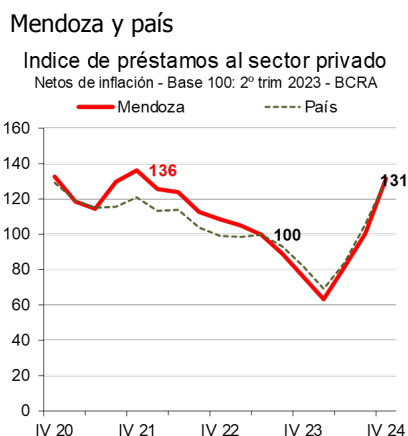
Con el objetivo de detectar los cambios de tendencias, se seguirá esa última metodología, utilizando datos mensuales desestacionalizados.

a. Poder de compra

Con la devaluación de fines de 2023, los salarios (y también la **masa salarial**) en el sector privado disminuyeron significativamente, y comenzaron a recuperarse a partir de mayo del año siguiente. Llamativamente, la masa salarial **privada** se incrementó más en Mendoza, por tener mejor performance relativa en el empleo. También su recuperación tuvo forma de "V". En el sector **público provincial**, la recuperación de la masa salarial ha sido más lenta, compatible con el ajuste.



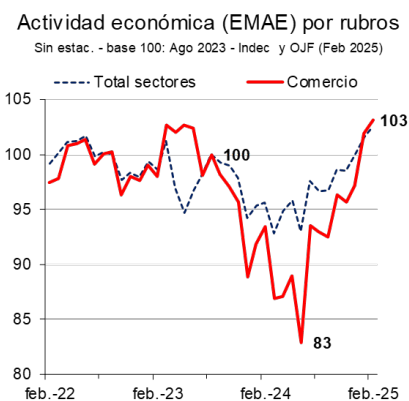
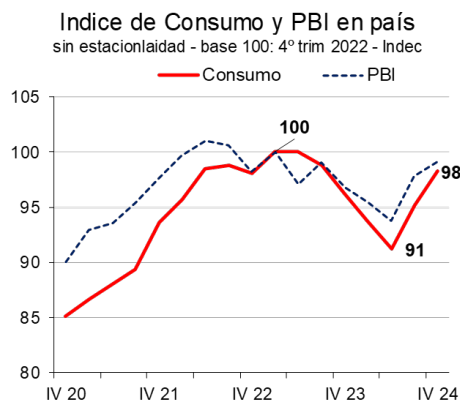
Otro indicador clave es el de los **préstamos al sector privado**, netos de inflación, que venían en picada libre desde el año 2018. A mediados de 2024, la recuperación ha sido también notoria, dejando en claro que se parte desde muy abajo. El gráfico de la izquierda son datos trimestrales, e incluye a Mendoza, mientras que el de la derecha son datos mensuales, más actualizados.



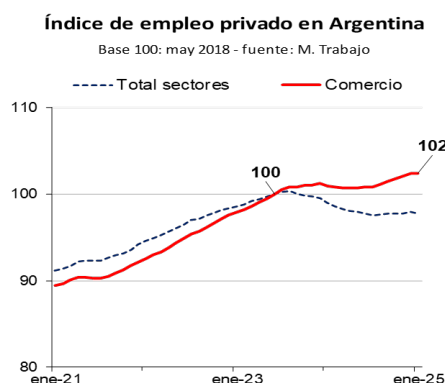
b. Consumo y ventas globales

A nivel global, es usual que el **consumo** siga una tendencia similar al PBI, puesto que este indicador refleja la evolución de los ingresos de la población. En la primera parte de 2024, el consumo cayó en mayor magnitud, debido a que el PBI no lo hizo tanto debido a la mayor cosecha en la región pampeana.

El EMAE, con datos mensuales, indican que la actividad en el **sector comercial** llegó a un mínimo en Junio del año pasado, y a partir la recuperación ha sido muy fuerte (formando una "V").

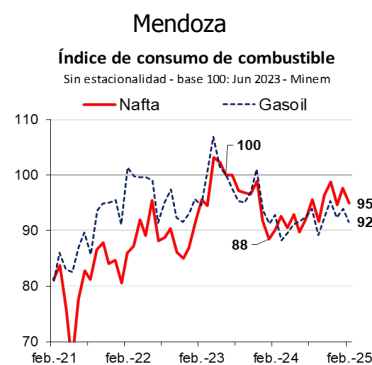
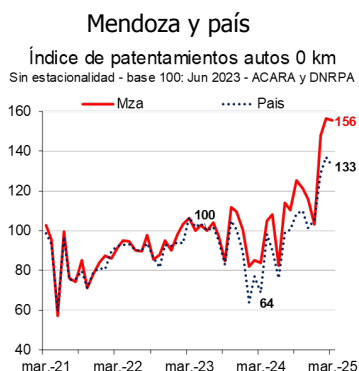


Otro indicador de desempeño es el **empleo privado registrado**, que ha tenido una leve disminución a nivel nacional, pero al desagregar por sectores, se observa un incremento en el Comercio.



c. Ventas en rubros específicos

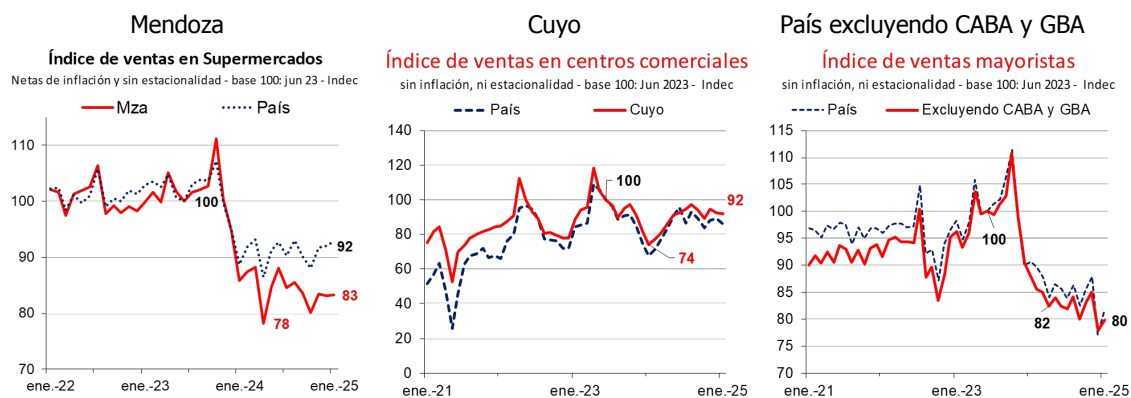
Iniciamos con aquellas con mejor performance. Por un lado, están las **ventas minoristas** (nacionales) que, sin estacionalidad, cayeron un 22% en enero de 2024 (versus Jun. 2023), y luego se recuperaron, aunque se han mantenido estables en los últimos 5 meses.



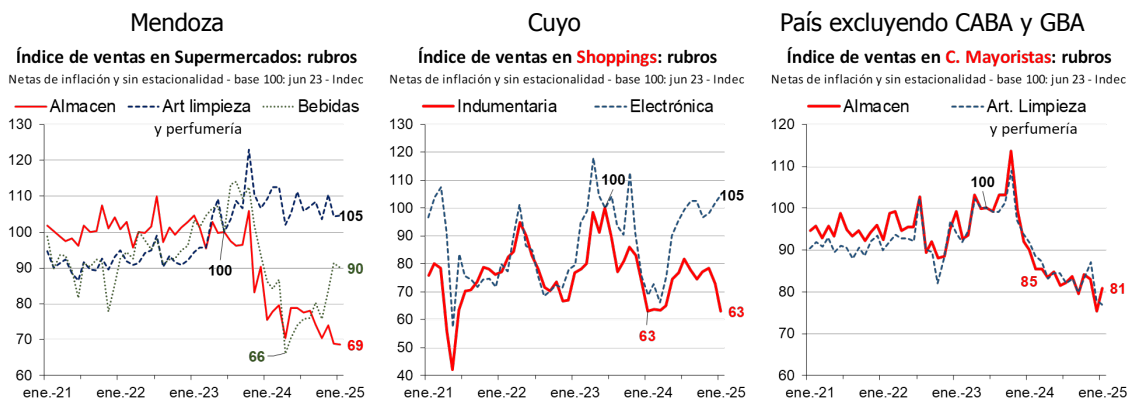
Por otro lado, están las **ventas de autos 0 km**, que a nivel nacional se cayeron un 36%, y con oscilaciones, volvieron a sus niveles anteriores, y luego aumentaron a un mayor nivel, más en Mendoza. En parte, está explicado por un mayor financiamiento. También hubo una caída importante en el **consumo de combustibles**, con su posterior recuperación, menos notoria que las otras ventas recién mencionadas.

Luego están los **comercios típicos**, en los cuales sí se observa las menores ventas, netas de inflación y sin estacionalidad. Tomando como base el mes de Junio 2023, en **supermercados**, las ventas disminuyeron un 22% en Mendoza, y luego muy leve ha sido su recuperación. Algo similar ha ocurrido en los comercios **mayoristas** a nivel nacional.

Por otro lado, en **centros comerciales**, la caída fue mayor (-26%), pero sí se han recuperado, aunque todavía no a nivel de junio del 2023.



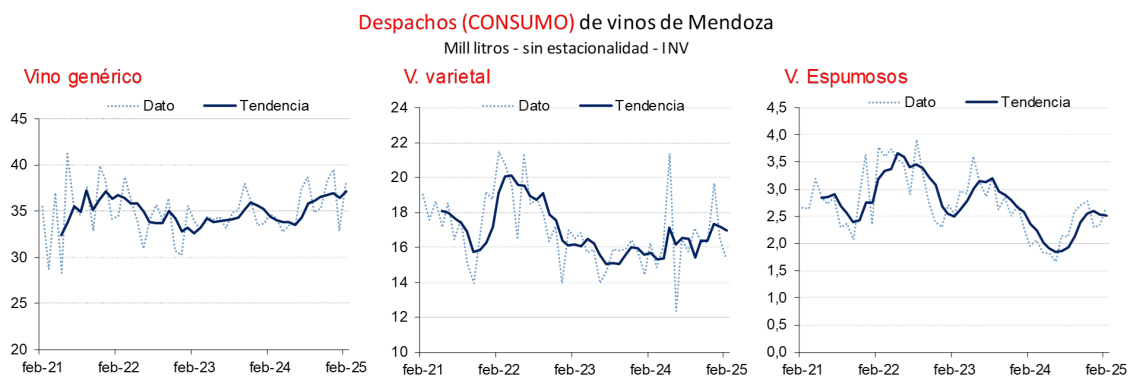
Dentro de estos comercios, se han tomado algunos rubros de referencia. Claramente, en **supermercados** están los alimentos y los artículos de limpieza y perfumería. Las ventas de estos últimos se han mantenido estables, pero llamativamente ha disminuido fuerte las de artículo de almacén. Las bebidas habían caído fuertemente, pero se han recuperado. En comercios **mayoristas**, todo cae, incluyendo los artículos de limpieza.



En **centros comerciales**, se observa una fuerte caída en indumentaria, en buena parte explicado por los viajes a Chile realizados por mendocinos para adquirir productos en dicho país.

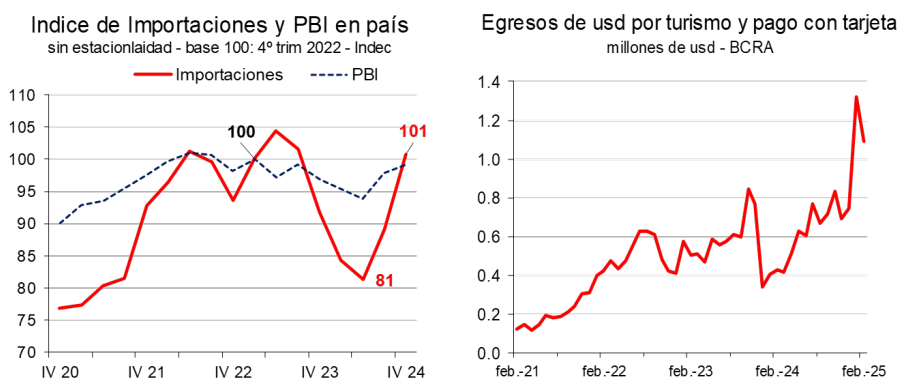
Vinos: considerando datos sin estacionalidad, en los dos últimos años se observan una tendencia levemente creciente en el consumo de vinos genéricos y varietales, mientras que en espumosos sufrieron una fuerte caída hasta mediados del año pasado, y posteriormente se han recuperado.

Esto se ha dado en un contexto de mayores cosechas en 2024 (más del 40%), mientras que la elaboración de vinos se incrementó en un 25%. Si hubo mayor oferta de vinos, pero su demanda apenas aumentó, se traduce en precios que se han rezagado con respecto a la inflación. Acorde a Scentia, en 2024, en supermercados y autoservicios, los vinos cayeron menos en cantidades vendidas que las cervezas, pero sus precios (con respecto a la inflación) cayeron más.



d. Compras en el exterior

En un contexto de un país más caro en dólares, es probable que una parte del mayor poder de compra de la población se haya destinado a comprar más bienes en el exterior (por ej., ropa e informática en Chile). Acorde a los datos nacionales, ha habido un incremento significativo tanto en importaciones, como en gastos por turismo y pagos con tarjeta.



3. Explicaciones y perspectivas

En un contexto de recuperación del poder de compra y de más préstamos bancarios, en general las ventas se han recuperado, pero en forma muy heterogénea. Mucho mejor en autos 0 km, pero casi no han mejorado las ventas en comercios tradicionales, como supermercados y mayoristas.

En parte puede ser por cambios de hábitos (volver a almacenes), y quizá por más comercio virtual. Lo notorio es que hubo caídas importantes en alimentos (bienes de almacen, bebidas, carnes).

Otra explicación es la siguiente. Usualmente, cada consumidor adquiere mensualmente una **cierta canasta de bienes y servicios** (por ej., del total de su gasto, destina 30% a alimentos, y así siguiendo). Si no hay cambios significativos en la economía, esa estructura de gastos se mantiene relativamente estable en el tiempo.

Sin embargo, ha habido varios cambios en los últimos quince meses. Se incrementaron notoriamente las **tarifas de los servicios públicos** y el precio de los combustibles. También ocurrió lo mismo en **servicios**, como la salud privada. A eso se agrega que el dólar blue se abarató significativamente, por lo cual pasó a ser muy barato **adquirir indumentaria y productos informáticos** en Chile y en otros países.

Resumiendo, para los habitantes argentinos, se destinó una mayor fracción de sus ingresos para pagar esos servicios y para adquirir bienes en Chile y, por ende, se destinó un menor porcentaje para la compra de otros bienes (como alimentos y bebidas). Así se explica la recuperación muy lenta en los comercios tradicionales (supermercados y mayoristas).

Para 2025, se pronosticaba inicialmente un mejor año, al crecer el PBI un 5%, lo que se traduciría en mayores ventas. Hace diez días se produjo un importante shock en el país, al eliminarse el cepo (salvo para empresas). Eso ha elevado inicialmente la cotización del dólar oficial, lo cual puede repercutir en mayores precios en alimentos, entre otros. Habría una disminución del poder de compra de la población, pero sería transitorio. Si la economía argentina continúa su sendero de normalización, volvería a recuperarse dicha capacidad adquisitiva de la gente.

También se mantendría barato el dólar, lo cual se mantendrían las compras masivas en el exterior (Chile), lo cual continuaría complicando al comercio local que vende esos bienes.