

Ventas en supermercados de la provincia de Santa Fe. Análisis 2015-2025.

Fecha: diciembre de 2025



 ces@bcsf.com.ar

 www.bcsf.com.ar/ces

 www.bcsf.com.ar

 /BCSFOficial

 @bcsfoficial

 @BCSF_Oficial

 Bolsa de Comercio de Santa Fe

INTRODUCCIÓN

Las ventas de supermercado constituyen un indicador clave para evaluar la dinámica del consumo minorista, tanto a nivel provincial como nacional, permitiendo un conocimiento detallado de la evolución del gasto total y de sus categorías desagregadas.

El presente informe aborda un análisis de este sector utilizando información extraída de la encuesta de supermercados¹ elaborada por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC), con un enfoque geográfico en la Provincia de Santa Fe. Los objetivos centrales se resumen en (i) determinar la evolución de las ventas totales en la provincia, en base a los datos relevados por INDEC y (ii) analizar el comportamiento de las ventas clasificadas por rubros. Específicamente, se busca examinar cuáles rubros tuvieron mejor o peor performance en 2025 respecto al comportamiento de la última década.

El periodo temporal de estudio abarca el periodo 2015-2025, centrando la metodología en la identificación de los patrones de consumo registrados durante el presente año en contraste con el promedio del periodo de referencia.

ESCENARIO A NIVEL PROVINCIAL

La encuesta de supermercados tiene como principal objetivo medir la evolución de las ventas a los consumidores finales a través de dicho canal de comercialización. La misma es representativa de aquellas empresas del rubro que poseen por lo menos alguna boca de expendio cuya superficie en el salón de ventas sea igual o supere los 200 m² o que la suma de la superficie del salón de ventas de todas sus bocas de expendio sea igual o supere los 200 m².

En el [Gráfico 1](#) se presenta la evolución de las ventas mensuales en supermercados de la provincia, expresadas en términos reales y aislando el componente estacional. Además, se identifican con fondo gris los periodos en los cuales la economía provincial estuvo en recesión, lo que nos permite observar el comportamiento cíclico de esta variable.

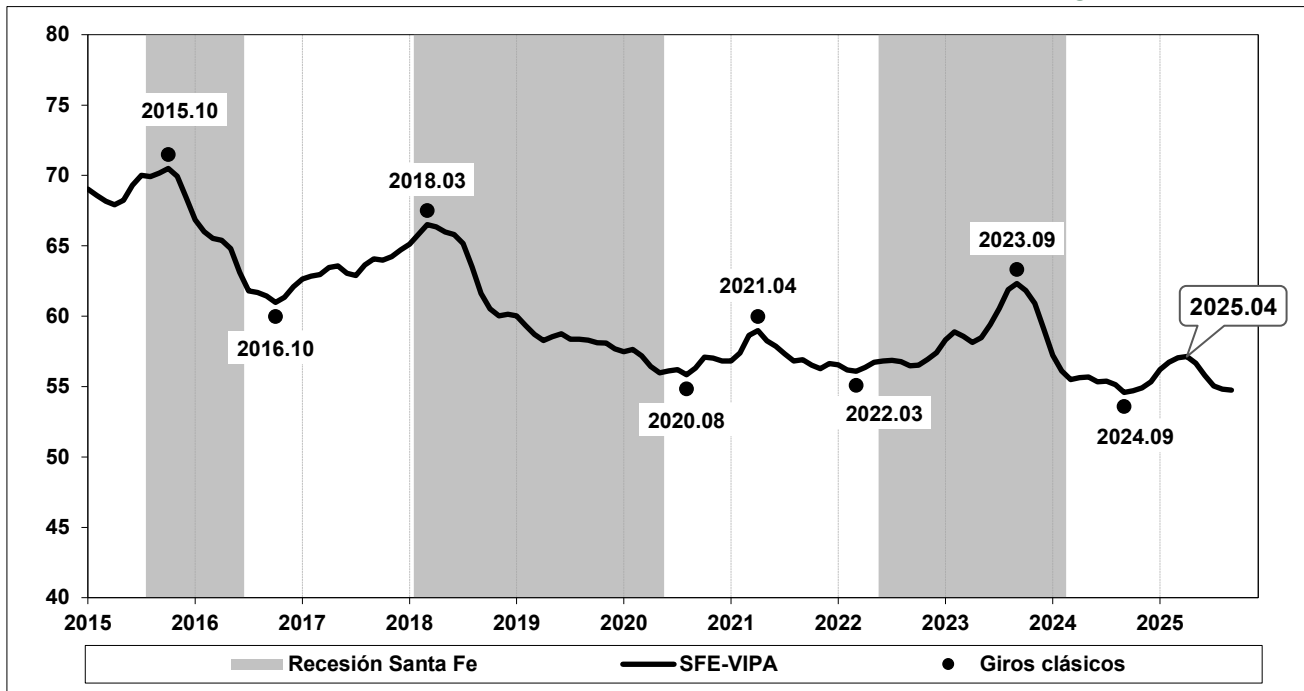
En términos generales, pueden advertirse recurrentes periodos de expansión y contracción de la serie, en sintonía con la economía provincial, registrando numerosas recesiones en la última década. Además, se observa que en los periodos en los cuales las ventas de supermercados tuvieron un comportamiento creciente, en general no lograron compensar las caídas previas, por lo cual se configura una tendencia negativa notoria.

Por otro lado, en los últimos años puede detectarse que el comportamiento del indicador particular reacciona de manera tardía al ciclo económico de la provincia. Ello se observa mediante los puntos de giros (máximos y mínimos relativos) identificados en el gráfico, que ocurren con posterioridad a los cambios de fases del ciclo (inicio o final de las zonas grises). En este sentido se destaca lo observado durante la recesión 2022-2024, fase en la que las ventas en supermercados continuaron en crecimiento durante la mayor parte de esta y comenzaron su deterioro hacia el final de 2023.

¹ La metodología utilizada por parte de INDEC se puede acceder mediante el siguiente [enlace](#).

Gráfico 1 | Ventas de supermercados en la Provincia de Santa Fe.

Millones de pesos constantes de 1993. Serie filtrada por estacionalidad y valores irregulares extremos.



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

Los datos recientes presentan una performance negativa a partir de abril del año en curso, situando a las ventas de septiembre (último dato disponible) en los valores mínimos del periodo bajo estudio. Este deterioro también coincide con una caída general de la economía provincial en los últimos meses, tal como indica el Índice Compuesto Coincidente de Actividad de la Provincia de Santa Fe (ICA-SFE)².

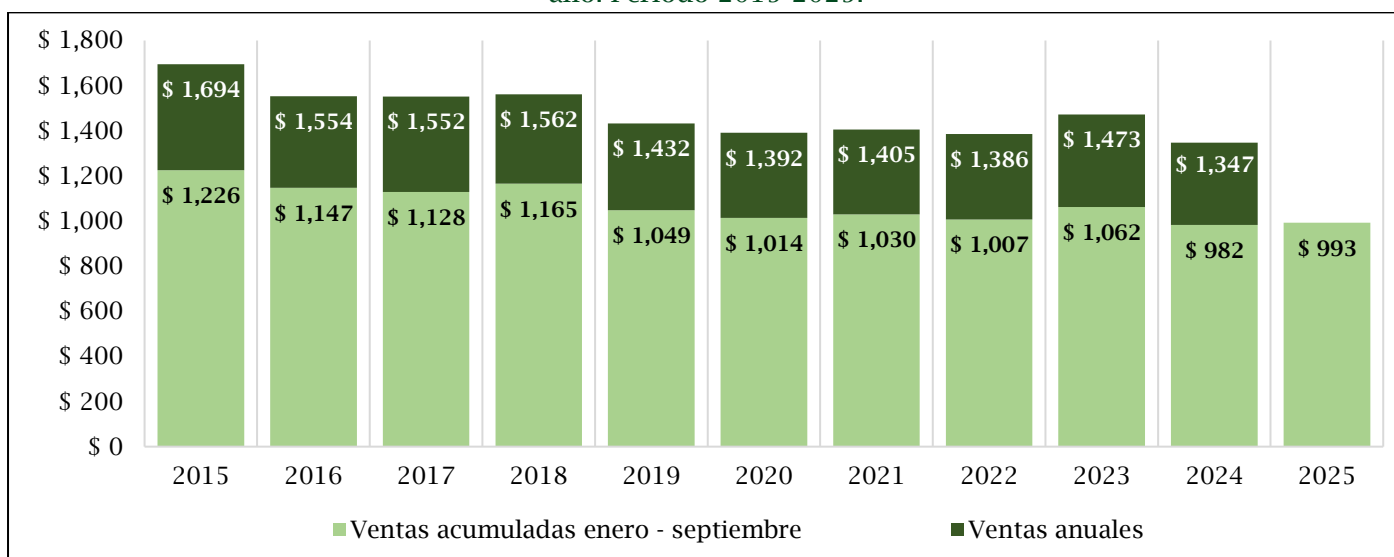
EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS DE SUPERMERCADO PROVINCIALES

Para contextualizar en el largo plazo el comportamiento de la serie durante 2025, en el [Gráfico 2](#) se presentan las ventas anuales totales en supermercados de la provincia como así también las acumuladas entre enero a septiembre de cada año, expresadas en miles de millones de pesos constantes a precios de septiembre de 2025.

En términos generales, puede observarse una disminución sostenida en las ventas de supermercados, similar a lo observado en el apartado previo. En efecto, comparando el acumulado de los primeros nueve meses de 2025 se encuentra que el nivel de ventas en este tipo de empresas en la provincia es un 19,0% inferior al consumo acumulado en igual periodo de 2015. Además, dicho registro de 2025 constituye el segundo menor valor de los últimos 10 años, para periodos comparables. Ello, a pesar de que se observa una recuperación del 1,1% comparado el acumulado de lo que va de 2025 con idéntico periodo del año pasado.

² Se puede acceder a los informes mensuales de actividad económica provincial en el [Sitio web CES-BCSF](#).

Gráfico 2 | Evolución de las ventas totales en supermercados de Santa Fe en miles de millones de pesos constantes a precios de septiembre de 2025. Totales anuales y acumulado entre enero y septiembre de cada año. Periodo 2015-2025.



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

Otro año que conforma un valor a destacar es 2023, que figura como el más elevado de los últimos siete años. En dicho periodo, el incremento progresivo de los ratios de inflación mensuales, sumado a políticas económicas destinadas a sostener el consumo, podrían haber inducido cambios en los patrones de compras de las familias que beneficiaron en mayor medida al gasto en supermercados, en detrimento de otras opciones.

DESAGREGACIÓN POR RUBROS

En lo que respecta a la descomposición de las ventas, la encuesta de supermercados releva ventas de 11 grupos de artículos, incluyendo “Bebidas³”, “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 “Otros⁴”, los cuales presentan una participación relativa estable. Para facilitar el análisis, se agruparon los siete primeros en “Alimentos y bebidas”, sintetizando información de interés en la [Tabla 1](#). Allí, se presenta el total de ventas realizadas, desagregadas por los componentes que la componen expresados en miles de millones de pesos constantes a precios de septiembre de 2025.

³ Incluye alcohólicas como no alcohólicas.

⁴ El rubro “Otros” comprende aquellos productos no incluidos en los rubros anteriores, como libros, artículos de ferretería, pintura, juguetes, papelería, útiles escolares, plantas y artículos de vivero, equipos y artículos para deportes, y otros no clasificados previamente que se vendan dentro del local de venta de supermercado.

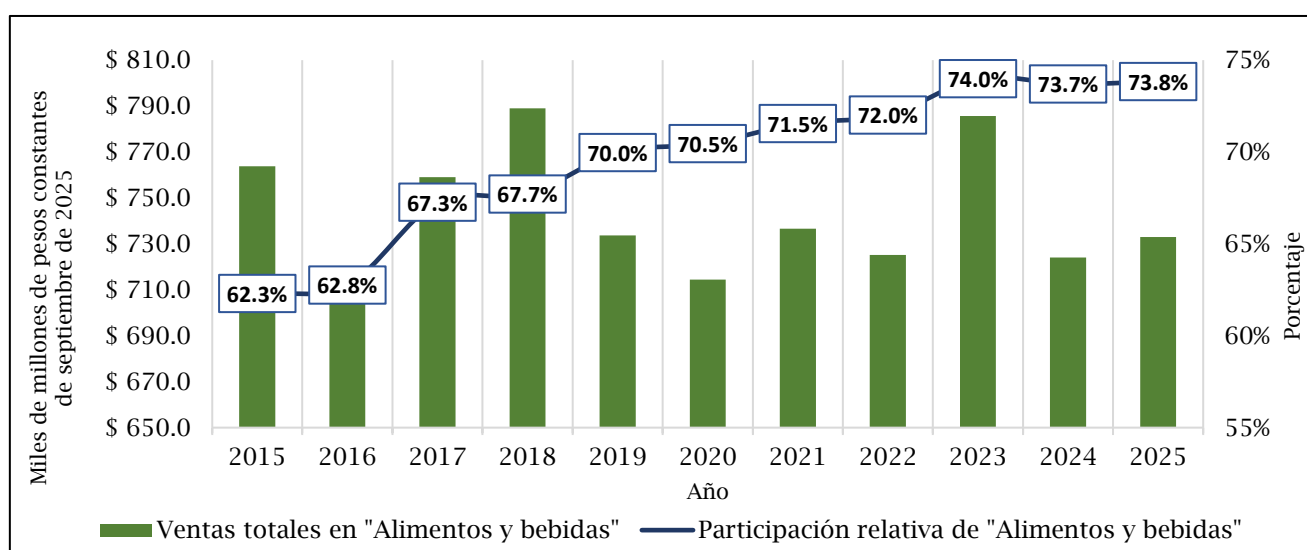
Tabla 1 | Desagregación de las ventas en miles de millones de pesos constantes a precios de septiembre de 2025 y participación relativa de los distintos rubros. Acumulado entre enero y septiembre de cada año.

	Promedio ventas 2015-2024	Ventas totales en 2025	Participación promedio 2015-2024	Participación en 2025
Alimentos y bebidas	\$ 745.1	\$ 733.0	68,93%	73,84%
Bebidas	\$ 107.7	\$ 104.5	9,97%	10,53%
Almacén	\$ 302.2	\$ 275.7	27,95%	27,77%
Panadería	\$ 45.7	\$ 48.8	4,23%	4,92%
Lácteos	\$ 113.1	\$ 109.1	10,47%	10,99%
Carnes	\$ 117.3	\$ 135.2	10,85%	13,62%
Verdulería y frutería	\$ 45.5	\$ 47.2	4,21%	4,76%
Alimentos preparados y rotisería	\$ 13.6	\$ 12.5	1,26%	1,26%
Artículos de limpieza y perfumería	\$ 153.7	\$ 140.0	14,22%	14,11%
Indumentaria, calzado y textiles para el hogar	\$ 33.3	\$ 23.4	3,08%	2,36%
Electrónicos y artículos para el hogar	\$ 53.9	\$ 30.0	4,99%	3,02%
Otros	\$ 94.9	\$ 66.3	8,78%	6,68%

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

De todos los rubros, “Alimentos y bebidas” presenta un comportamiento interesante. Este experimentó una contracción en sus ventas del 1,6% en el año corriente respecto al promedio acumulado entre enero a septiembre del período 2015-2024. No obstante, incrementó su participación en el total de ventas en aproximadamente 5 puntos porcentuales, lo que subraya su creciente peso relativo en el consumo total en supermercados. Para complementar el análisis, el [Gráfico 3](#) muestra como fue la evolución en la última década de este rubro tanto en los montos monetarios de las ventas como en su participación relativa dentro del total de ventas realizadas en supermercados. Allí se evidencia una disociación ya que, como se mencionó anteriormente, aunque el gasto en alimentos no crece, su participación en el total de ventas se expande.

Gráfico 3 | Ventas totales del rubro “Alimentos y bebidas” (izquierda) y participación en el total (derecha). Valores acumulados de enero a septiembre y porcentajes, período 2015-2025.



(*) Se tomaron en cuenta los datos acumulados entre los meses de enero a septiembre de cada año.

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

Al desmenuzar los componentes de “Alimentos y bebidas”, se observan dinámicas divergentes. En lo que respecta a “Almacén”, que históricamente ha sido el componente de mayor peso sobre el total⁵, si bien mantiene dicha posición, exhibe la mayor contracción relativa dentro de los subrubros alimentarios, con una caída en torno al 8,8% en el monto de ventas. Los casos de “Bebidas” y “Lácteos” replican la tendencia general: presentan una contracción en el monto de sus ventas del 3,0% y 3,6%, respectivamente. En contraste, otras divisiones muestran una evolución positiva, por ejemplo, el gasto de “panadería”, registra una suba en el monto de ventas con comparación al promedio en torno a un 6,7% y “verdulería” en un 3,9%. El subrubro cárnico emerge como el componente con mayor crecimiento dentro de las categorías, en el cual se evidencia un incremento en el monto consumido del 15,3%, como así también un aumento de aproximadamente 3 puntos porcentuales en su peso relativo en relación con las ventas totales. Finalizando con los componentes que integran “Alimentos y bebidas” se encuentra el caso de “Alimentos preparados y rotisería” el cual es el segundo rubro con mayor caída en el monto de ventas, con un 8,0% por debajo del promedio de la década.

Siguiendo con el resto de las categorías, las ventas de “Artículos de limpieza y perfumería” han disminuido su consumo en torno al 8,9% respecto al promedio acumulado de enero a septiembre del 2015 a 2024, aunque mantiene su posición como tercer rubro más importante dentro del total de ventas en supermercados. Las categorías de “Indumentaria, calzado y textiles para el hogar”, “Electrónicos y artículos para el hogar” y “Otros”, se posicionan como las de mayor caída en 2025 respecto al promedio de la década previa, tanto a nivel de ventas como en su peso relativo. Estos rubros sufrieron contracciones en torno al 29,7%, 44,3% y 30,2% respectivamente en el monto consumido en sus distintas áreas.

En esto último se puede ver evidenciado que la contracción general del consumo se manifiesta en un comportamiento diferencial de las ventas: mientras que los alimentos registraron menores caídas (y en el caso concreto de “Carnes”, “Panadería” y “Verdulería y frutería” mostraron aumentos), los sectores de bienes semidurables y durables experimentaron una afectación sensiblemente mayor en el período analizado. Cabe aclarar, que dicha dinámica se observa en las ventas en supermercados de la provincia, pero ello no es necesariamente extrapolable a la totalidad de la economía.

⁵ Con respecto a la totalidad de rubros que integran las ventas totales en supermercados.

SÍNTESIS

- El monto de las ventas en supermercados de la provincia de Santa Fe presenta una tendencia negativa en los últimos 10 años.
- Si bien el durante 2025 se evidencia un ligero aumento interanual, este representa el segundo valor más bajo del periodo 2015-2025.
- A medida que disminuyó el gasto en supermercados, la importancia relativa del rubro “alimentos y bebidas” fue en aumento.
- Los sectores que vieron incrementos en los montos de ventas en 2025 corresponden a los rubros “Carnes”, “Panadería” y “Verdulería y frutería”, siendo el primero de estos el más beneficiado.
- Los rubros cuyas ventas en supermercados se deterioraron son los referidos a bienes semidurables y durables, como por ejemplo “Indumentaria, calzado y textiles para el hogar”, “Electrónicos y artículos para el hogar” y “Otros”.
- Cabe aclarar, que dicha dinámica se observa en las ventas en supermercados de la provincia, pero ello no es necesariamente extrapolable a la totalidad de la economía; sobre todo en un contexto donde proliferaron los canales de comercio electrónico.



CENTRO DE ESTUDIOS Y SERVICIOS:

Director Ejecutivo: Dr. Juan Pablo Durando

Directora: Lic. María Lucrecia D’Jorge

Coordinador: Mg. Pedro P. Cohan

BOLSA DE COMERCIO DE SANTA FE:

Presidente: Dr. Juan Pablo Durando

INTEGRANTES DEL CES Y ÁREA DE PRENSA:

www.bcsf.com.ar/ces/quienes-somos.php