



INFORME SECTORIAL

# Consumo e ingresos

## Provincia de Entre Ríos

Abril 2026

Datos a Febrero 2026



**Email**  
[prensa@centrocepa.com.ar](mailto:prensa@centrocepa.com.ar)



**Web**  
<https://centrocepa.com.ar/>



**Redes sociales**  
[@ctrocepa](#)

## Introducción

El presente informe analiza la evolución mensual de las ventas en supermercados de la provincia de Entre Ríos y, posteriormente, la de los salarios registrados en la misma jurisdicción. Para ello se utilizan los datos publicados por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC), a través de la Encuesta de Supermercados, y los del Observatorio de Empleo y Dinámica Empresarial (OEDE).

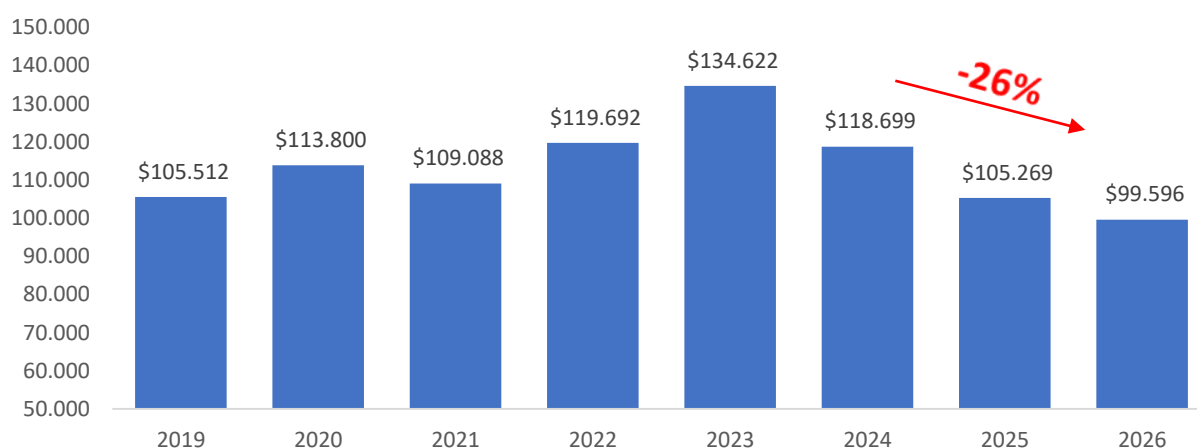
En el mes de febrero de 2026, la Encuesta de Supermercados relevó un panel ampliado de 94 empresas que concentran de 3.151 bocas de expendio en todo el país, entre ellas 104 de la provincia de Entre Ríos. El informe expone la evolución del consumo en las grandes cadenas que cuentan con al menos un local de 200 m<sup>2</sup> o con una superficie total superior a ese umbral.

El análisis se circunscribe al desempeño de uno de los principales canales comerciales formales, lo que permite identificar las tendencias más relevantes del consumo en grandes superficies.

## Consumo en supermercados

Las ventas en supermercados de Entre Ríos acumuladas a febrero de 2026 muestran una caída del 5,4% contra 2025. Sin embargo, las ventas se encuentran en un nivel 26% inferior de 2023, y contra el año 2022 la caída es de 16,8%. **En pesos de febrero de 2026, en el período enero-febrero 2026 la caída de las ventas de supermercados implica una facturación de \$35.026 millones menos respecto del mismo período de 2023.**

**Gráfico 1. Ventas de supermercados en la Provincia de Entre Ríos acumuladas en cada año a precios de febrero de 2026. Período ene-feb de cada año. En millones de pesos.**

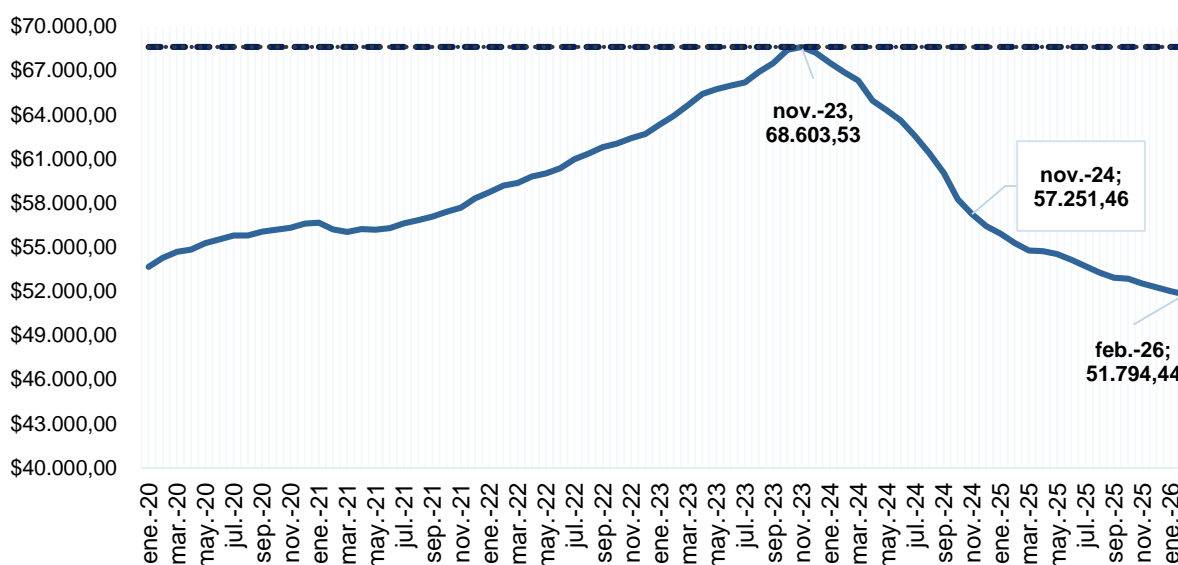


Fuente: CEPA en base a INDEC

En febrero de 2026 el promedio anual móvil de las ventas en supermercados muestra un deterioro mensual de 0,43%. En términos interanuales, la serie con estacionalidad indica una caída de 5,3%, de 17,6% frente a 2024 y de 27,0% por debajo del nivel de febrero de 2023.

**En febrero de 2026 cayó el consumo en \$2.656 millones respecto a febrero de 2025, aunque se redujo en \$17.767 millones respecto a febrero de 2023 (a precios de febrero de 2026).**

**Gráfico 2. Evolución a precios de febrero de 2026 de la media móvil anual de las ventas mensuales en supermercados en la Provincia de Entre Ríos. Periodo: enero 2020 – febrero 2026. Base 100: nov-23.**



Fuente: CEPA en base a INDEC

En el acumulado enero-febrero 2026, el consumo continúa en retroceso en términos interanuales, aunque al comparar con 2023 persisten caídas generalizadas en la mayoría de los rubros:

- En **alimentos**, hay una caída importante: el almacén sufre una pérdida del 4% respecto a 2025, y refleja un 28% por debajo de 2023. Los **lácteos** caen un 2,4% frente al año anterior y 20,3% por debajo de 2023. Las **carnes** muestran un retroceso de 6,7% interanual y 22,7% por debajo de los niveles de 2023.
- En contraste, **verdulería y frutería** (+3% vs 2025) y panadería (+4,2% vs 2025) mantienen un desempeño positivo también en la comparación de mediano plazo, siendo los únicos rubros alimentarios que superan los valores de 2023 para el primer caso; mientras que, panadería refleja una caída del 1.9% respecto a 2023.
- **Indumentaria y calzado** registra un crecimiento interanual leve (2,8% vs 2025), pero pierde terreno respecto a 2023 (-11,3%). **Electrónicos y artículos**

**para el hogar**, cae un 0,8% respecto a 2025 y sigue marcadamente por debajo de 2023 (-24,1%) y de 2022 (-18,1%), evidenciando un marcado deterioro acumulado.

En términos generales, el total del consumo muestra una caída del -5,4% respecto a 2025, del 26,0% por debajo de 2023 y 16,8% por debajo de 2022, lo que indica que el consumo todavía no logra superar los niveles previos al período de ajuste.

**Tabla 1. Variación interanual real de las ventas de supermercados en la Provincia de Entre Ríos acumuladas cada año por grupo de artículos.**

Artículos	Acumulado a febrero		
	2026 vs 2025	2026 vs 2023	2026 vs 2022
<b>Total</b>	↓ -5,4%	↓ -26,0%	↓ -16,8%
<b>Bebidas</b>	↓ -7,8%	↓ -37,0%	↓ -22,8%
<b>Almacén</b>	↓ -4,0%	↓ -28,0%	↓ -20,2%
<b>Panadería</b>	↑ 4,2%	↓ -1,9%	↑ 8,6%
<b>Lácteos</b>	↓ -2,4%	↓ -20,3%	↓ -17,8%
<b>Carnes</b>	↓ -6,7%	↓ -22,7%	↓ -15,9%
<b>Verdulería y frutería</b>	↑ 3,0%	↑ 10,9%	↑ 22,8%
<b>Rotisería</b>	↓ -10,4%	↓ -26,4%	↓ -13,2%
<b>Artículos de limpieza y perfumería</b>	↓ -10,8%	↓ -27,7%	↓ -9,9%
<b>Indumentaria y calzado</b>	↑ 2,8%	↓ -11,3%	↓ -10,3%
<b>Electrónicos y artículos para el hogar</b>	↓ -0,8%	↓ -24,1%	↓ -18,1%

Fuente: CEPA en base a INDEC

## Salarios

Entre noviembre de 2023 y septiembre de 2024, los trabajadores registrados perdieron un 6,8% de su poder adquisitivo, medido a partir del promedio móvil anual de los salarios reales deflactados por el IPC oficial del INDEC. Si bien entre fines de 2024 y comienzos de 2025 se observó una recuperación parcial, en diciembre de 2025 (último dato disponible) los ingresos se ubicaban un 0,1% por encima del nivel de noviembre de 2023.

Ahora bien, si se realiza el mismo análisis con la serie de inflación actualizada según la canasta del ENGHo 2017-2018<sup>1</sup>, los resultados difieren. En este caso, los salarios no muestran recuperación y en diciembre de 2025 se ubican todavía 9,2% por debajo de noviembre de 2023.

Este punto es trascendente porque se observa una correlación muy fuerte entre las ventas en supermercados con los salarios deflactados por IPC con la ENGHo 17/18, algo que no ocurre cuando se utiliza el IPC General. Desde noviembre de 2023, las

<sup>1</sup>La Encuesta Nacional de Gastos de los Hogares (ENGHo) 2017-2018 constituye la base para la construcción de la nueva canasta de bienes y servicios con la que se medirá la inflación en el futuro. Actualmente, la canasta vigente utilizada para el cálculo del Índice de Precios al Consumidor (IPC) se encuentra elaborada a partir de la ENGHo 2004-2005.

ventas en supermercados cayeron 12,4% hasta septiembre de 2024, y a diciembre de 2025 se mantienen 23,8% por debajo del nivel de noviembre de 2023.

Es importante señalar que, entre noviembre de 2023 y diciembre de 2025, **cada trabajador registrado en el sector privado de la provincia de Entre Ríos perdió** en términos de poder adquisitivo a precios de diciembre de 2025 aproximadamente:

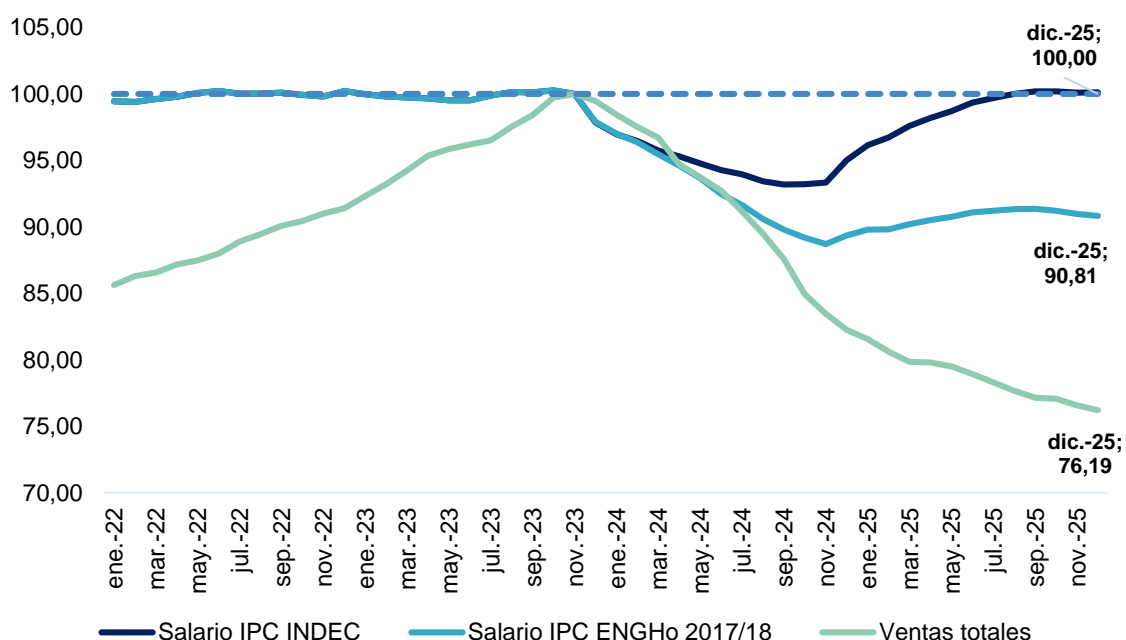
- \$ 1.306.172 si se calcula con el IPC vigente del INDEC.
- \$ 3.718.540 si se calcula con el IPC ENGHo 17/18

En cuanto a la **masa salarial perdida**, es decir, la suma de ingresos que dejaron de percibir en conjunto todos los trabajadores registrados de la provincia, considerando de 135.779 trabajadores registrados en el sector privado en diciembre de 2025 en la provincia de Entre ríos la pérdida a precios de diciembre de 2025 equivale a:

- \$177.351 millones con el IPC vigente del INDEC.
- \$504.900 millones con el IPC ENGHo 17/18.

La **variación de las ventas en supermercado desde noviembre de 2023 a diciembre de 2025 (a precios de diciembre de 2025) acumula una caída de \$237.676 millones.**

**Gráfico 3. Evolución a precios de febrero de 2026 de la media móvil anual de las ventas mensuales en supermercados en la Provincia de Entre Ríos. Periodo: enero 2020 – febrero 2026. Base 100: nov-23.**



Fuente: CEPA en base a OEDE e INDEC

## Conclusiones

El análisis del consumo en supermercados de la provincia de Entre Ríos durante **el primer bimestre de 2026** muestra los siguientes resultados:

- Importante caída respecto de **2025 (-5,4%)**, el nivel de facturación en 2026 en términos reales continua **26,0% por debajo de 2023** y **16,8% por debajo de 2022**.
- Esto equivale a **\$35.026 millones menos** de facturación en el primer bimestre 2026 (en pesos de febrero de 2026) en relación de 2023, lo que evidencia la magnitud de la contracción.
- La evolución del consumo no puede desvincularse de la dinámica salarial. Entre **noviembre de 2023 y septiembre de 2024**, los trabajadores registrados perdieron **6,8% de su poder adquisitivo**. Si bien a fines de 2024 y comienzos de 2025 se observó una recuperación, en **diciembre de 2025** (último dato disponible) los ingresos todavía se ubicaban **0,1% por encima de noviembre de 2023**.
- Si se ajusta el IPC por la **ENGHo 17/18 (lo que reclama el FMI)**, la caída real del poder adquisitivo **entre noviembre de 2023 y diciembre de 2025** asciende a **9,2%**. Este valor se correlaciona con la caída de las ventas de supermercados que es de 7,8% en el mismo periodo.
- En términos acumulados, la estimación del ingreso no percibido entre noviembre de 2023 y diciembre de 2025 asciende a **\$1.306.172** por trabajador si se calcula con el IPC vigente del INDEC y a **\$3.718.540** por trabajador si se toma en cuenta el IPC ENGHo 17/18. **Esto implica una pérdida, considerando la totalidad de trabajadores registrados en el sector privado, de entre \$177.351 millones (IPC vigente) y \$504.900 millones (IPC actualizado) para los hogares pampeanos.**
- La variación de las **ventas en supermercado desde noviembre de 2023 a diciembre de 2025 (a precios de diciembre de 2025)** acumula una caída de **\$237.676 millones**.

## Aclaraciones metodológicas

Para la elaboración del presente informe se utilizaron los datos publicados por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC), en el marco de la Encuesta de Supermercados. Con el objetivo de analizar la evolución real del consumo, las ventas informadas a precios corrientes fueron deflactadas utilizando desagregaciones específicas del Índice de Precios al Consumidor (IPC).<sup>2</sup>

Grupo de artículos	Código COICOP	Descripción
Bebidas	Grupos 01.2; 02.1	Bebidas no alcohólicas; Bebidas alcohólicas
Almacén	Clases 01.1.1; 01.1.5; 01.1.8; 01.1.9	Pan y cereales; Aceites, grasas y manteca; Azúcar, dulces, chocolate, golosinas, etc.; Otros alimentos
Panadería	Clase 01.1.1	Pan y cereales
Lácteos	Clase 01.1.4	Leche, productos lácteos y huevos
Carnes	Clase 01.1.2	Carnes y derivados
Verdulería y frutería	Clases 01.1.6; 01.1.7	Frutas; Verduras, tubérculos y legumbres
Alimentos preparados y rotisería	Grupo 11.1	Restaurantes, bares y casa de comidas
Artículos de limpieza y perfumería	Clase 05.6.1	Bienes y servicios para la conservación del hogar
Indumentaria, calzado y textiles para el hogar	División 03; Clase 05.2.1	Prendas de vestir y calzado; Artículos textiles para el hogar
Electrónicos y artículos para el hogar	Grupos 05.3; 09.1	Artefactos para el hogar; Equipos audiovisuales, fotográficos y de procesamiento de la información
Otros	Bienes	Bienes

Esta metodología permitió estimar la evolución del consumo en términos reales, respetando la composición específica de las canastas de productos comercializados en los supermercados de la provincia. A partir de ello, se construyó un nivel general de inflación específico para el consumo supermercadista entrerriano, ponderando los productos según su participación en la canasta y promediando esa estructura de consumo entre enero de 2017 y la actualidad. Esto permitió una medición más precisa del impacto inflacionario sobre los patrones de compra en grandes superficies, ajustada al territorio provincial.

La estimación de la pérdida acumulada de poder adquisitivo se realiza a partir de la evolución del salario promedio registrado en la provincia de Entre Ríos, expresado en pesos constantes (deflactado a precios de septiembre de 2025 con el IPC vigente del INDEC y con el IPC calculado a partir de los ponderadores del ENGHo 2017-2018). Para el cálculo se toma como referencia el nivel salarial de noviembre de 2023 y se mide, mes a mes, la diferencia entre el salario observado y dicho nivel de referencia. La suma de esas diferencias permite aproximar el monto de poder adquisitivo perdido.

<sup>2</sup> [https://www.indec.gov.ar/ftp/cuadros/economia/metodologia30\\_supermercados\\_mayoristas.pdf](https://www.indec.gov.ar/ftp/cuadros/economia/metodologia30_supermercados_mayoristas.pdf)



## CONTACTANOS



### Email

[prensa@centrocepa.com.ar](mailto:prensa@centrocepa.com.ar)



### Web

<https://centrocepa.com.ar/>



### Redes sociales

@ctrocepa