

IBP CONSUMO
ÍNDICE BANCO PROVINCIA DE
CONSUMO - ABRIL 2021



Gerencia de Estudios Económicos
Mayo de 2021

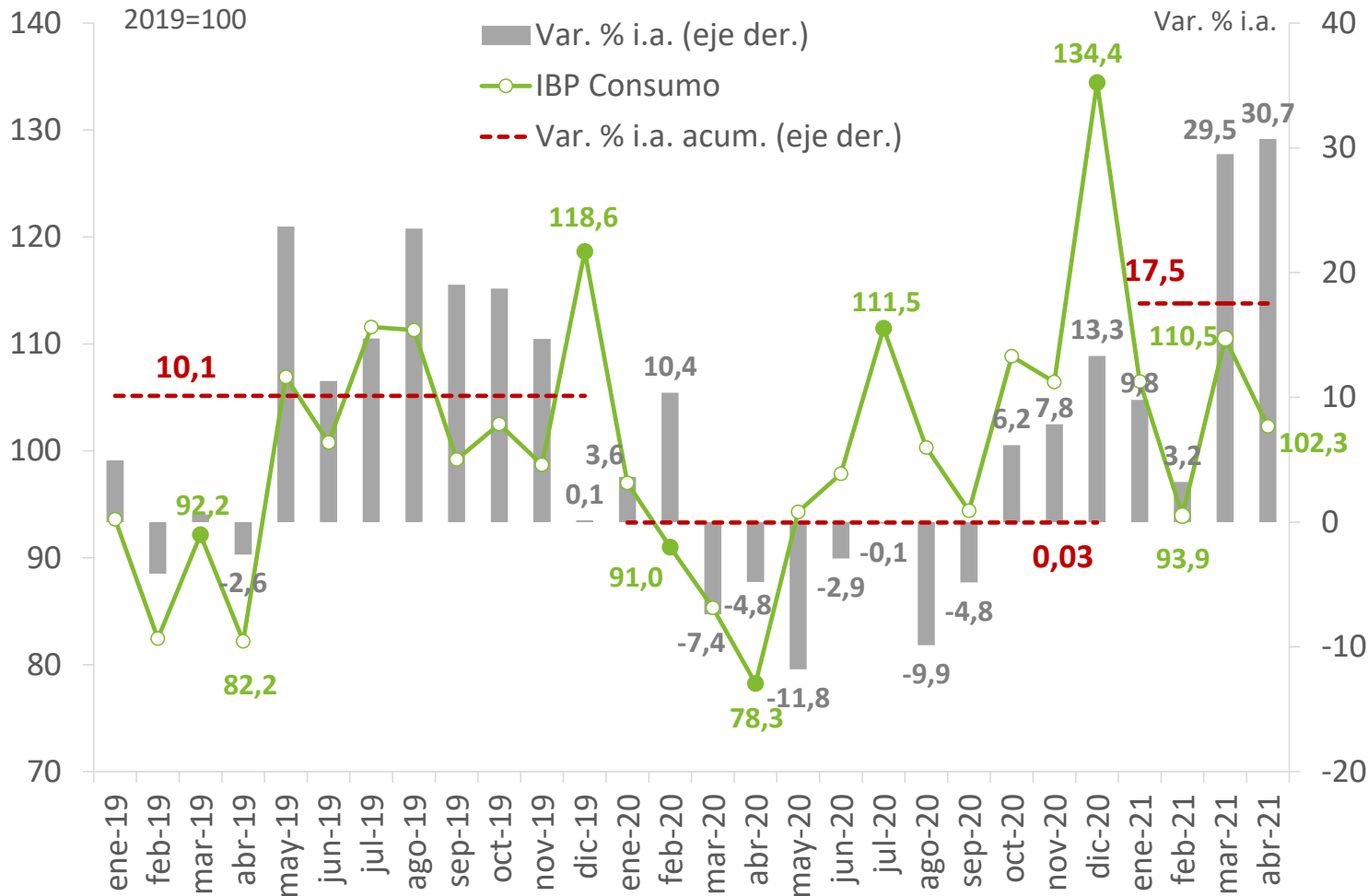
- Según el **IBP Consumo**, en abril el gasto con tarjetas de crédito y débito se ubicó **30,7%** por encima del mismo mes del año pasado en términos reales, aunque, esta variación puede quedar relativizada por la baja base de comparación. Al cotejar abril de 2021 con abril de 2019 se observa un aumento en términos reales de **24,4%**. En términos desestacionalizados se advierte un incremento de **1,5%** con relación a **marzo**. Es importante recordar que en la zona del AMBA se implementaron diversas restricciones de circulación a partir del 16 de abril.
- Por segundo mes consecutivo, las compras realizadas por el canal tradicional aceleraron su tasa de expansión, superando en abril el 30% i.a. en términos reales. Por su parte, las compras digitales, si bien continúan con valores elevados respecto al año anterior (28,8% i.a.) se desaceleraron fuertemente dado que la base de comparación es alta, representando el 22,7% del consumo total.
- Respecto al consumo por tipo de tarjeta, durante abril se mantuvo la brecha entre los gastos realizados con tarjeta de crédito y tarjeta de débito. En el primer caso se registra un incremento de 32,8% i.a. en términos reales, al igual que el gasto con tarjetas de débito que mostró un aumento de 29,5% i.a. como consecuencia de la baja base de comparación.
- Durante los primeros cuatro meses del año, las ventas en todos los Centros Zonales registraron una variación positiva respecto del mismo período del año anterior, siendo los CZ Capital, Chivilcoy, Morón y Pehuajó los que mayor crecimiento evidenciaron. Entre los de menor aumento interanual se destacan los CZ Olivos, Bahía Blanca y Campana.

El IBP Consumo registró durante abril un crecimiento real interanual de 30,7%



IBP Consumo

Valores constantes



- ✓ En abril, el IBP Consumo registró un incremento interanual de 30,7% en términos reales. Se observa un marcado repunte en el ritmo de crecimiento que se asocia a la baja base de comparación por el inicio de la pandemia hace un año.
- ✓ Si se compara el consumo del mes de abril de 2021 con el de abril de 2019 se observa un aumento en términos reales de 24,4%.

IBP Consumo

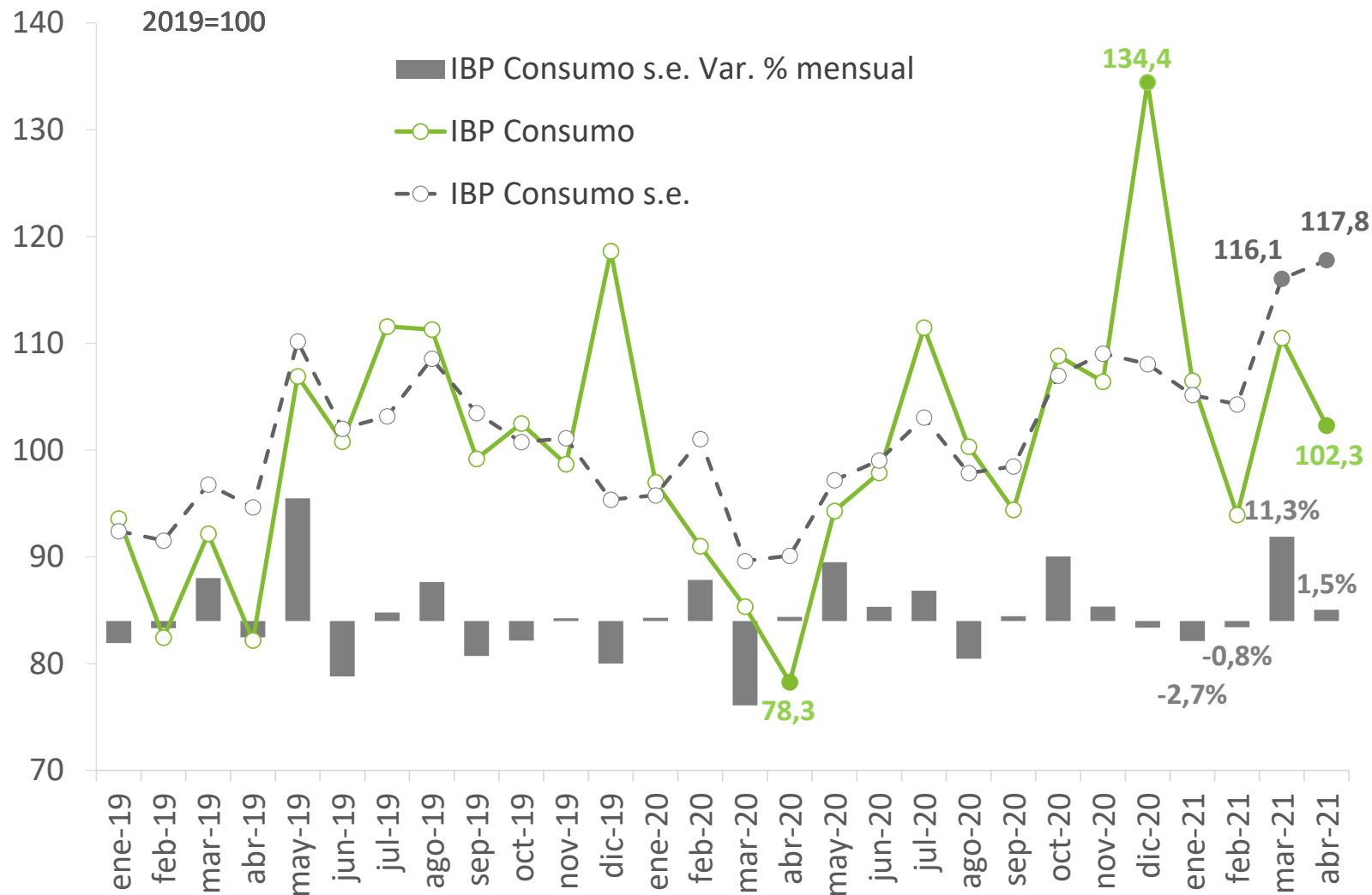
Es un indicador que mide las cantidades reales de gastos realizados por más de 2,4 millones de clientes a través de 3,3 millones de tarjetas con un promedio de 21,4 millones de transacciones mensuales

En términos desestacionalizados, en abril, el consumo se desacelera luego del marcado repunte que se observó a partir de marzo



IBP Consumo – serie desestacionalizada

Valores constantes



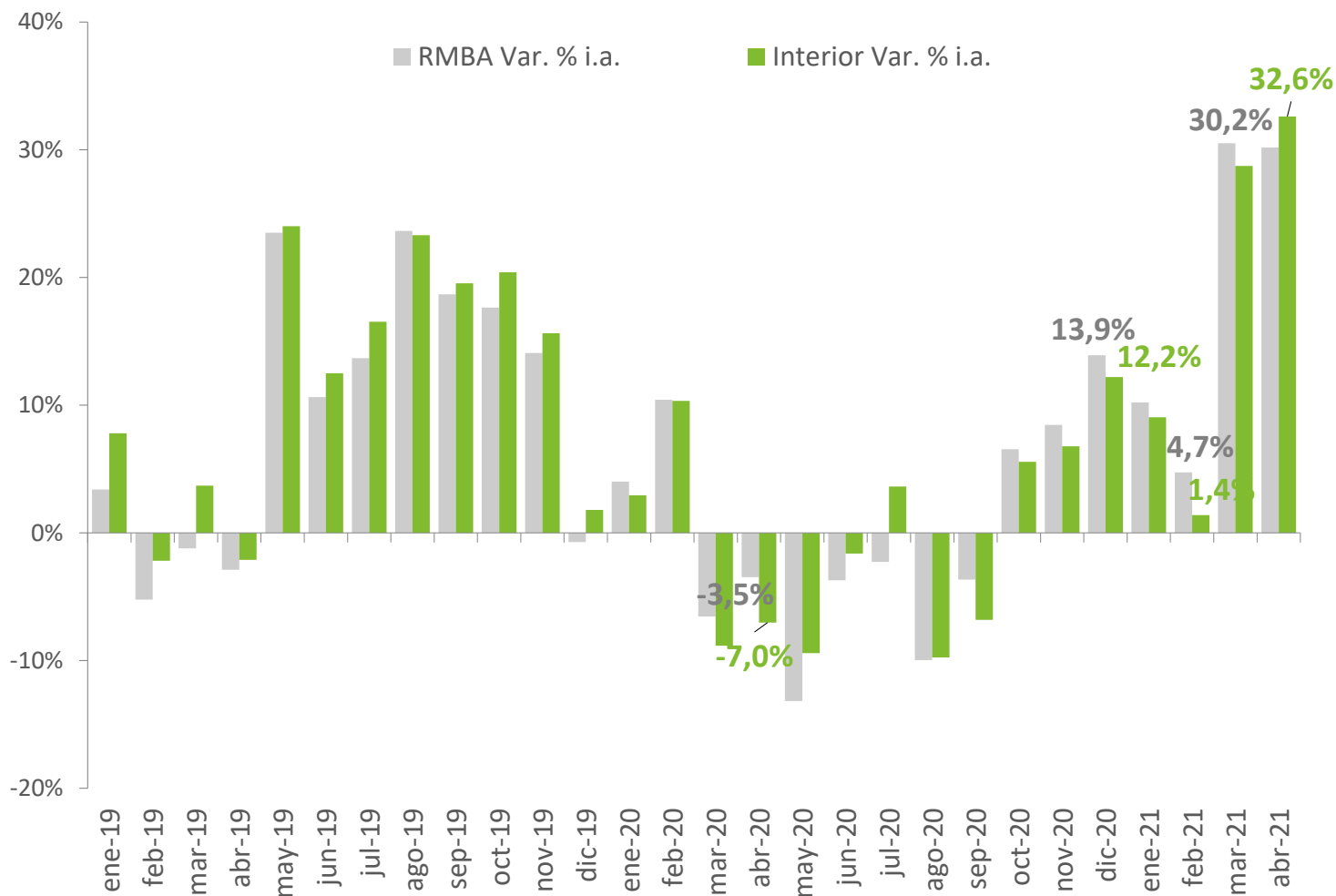
- ✓ Durante el mes de abril el consumo continúa creciendo, aunque de forma más moderada, registrando un incremento de 1,5% respecto al mes anterior.

El IBP Consumo de la RMBA y del Interior mantienen una continuidad de la recuperación observada desde el mes anterior



IBP Consumo

Valores constantes



- ✓ En el mes de abril, el consumo en la **RMBA** registró un incremento de 30,2% i.a. mientras que, en el **Interior** de la provincia, el consumo se ubicó un 32,6% por encima del mismo mes del año anterior.
- ✓ Al comparar con el mes de abril de 2019 observamos que el incremento en la **RMBA** fue del 25,7%, mientras que en el **Interior** la variación alcanzó el 23,3%.

RMBA:

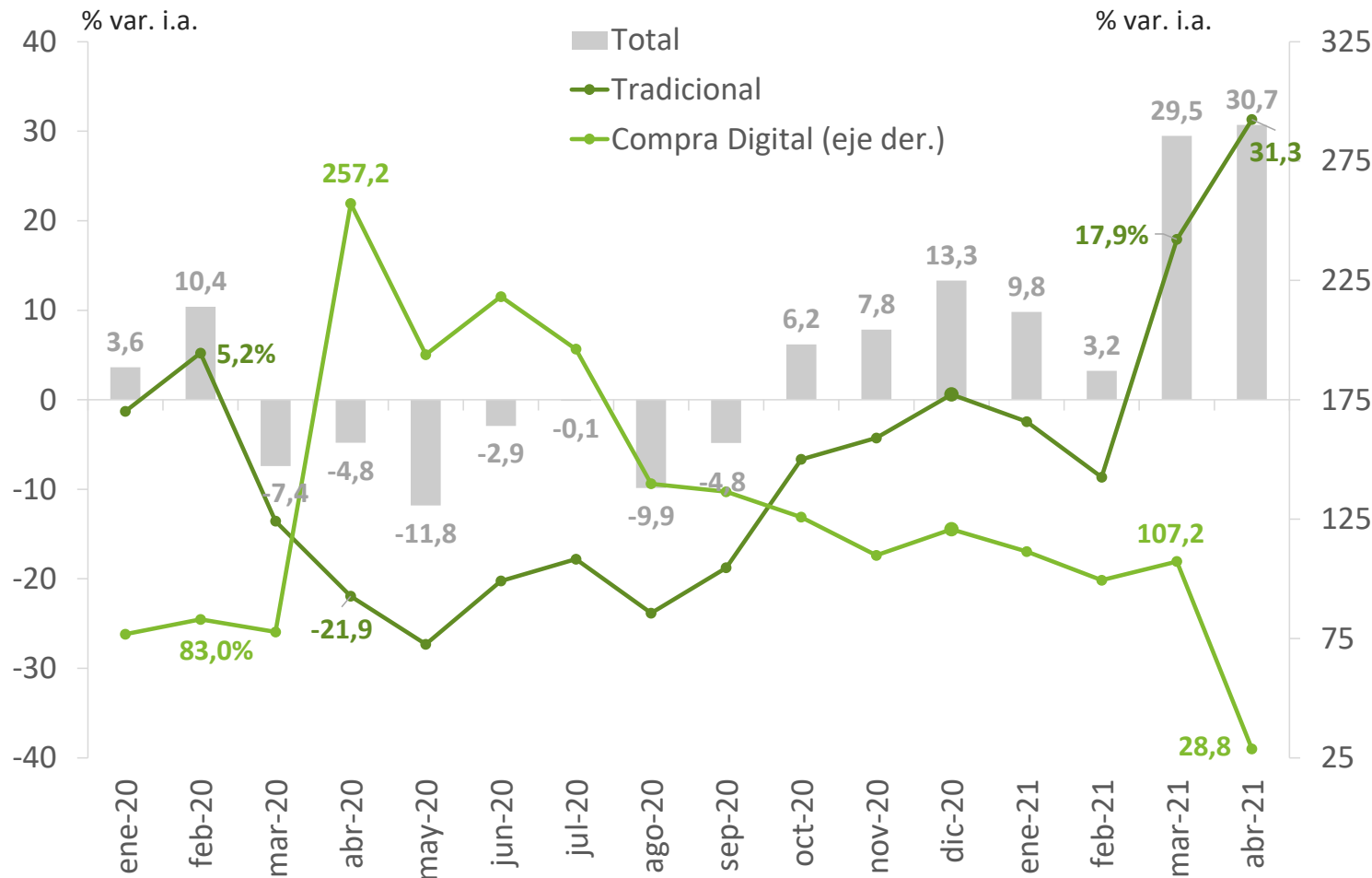
La Región Metropolitana de Buenos Aires (RMBA) abarca la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y 40 partidos de la Provincia.

Durante el mes de abril, las compras realizadas por el canal tradicional muestran un incremento del 31,3% i.a.



IBP Consumo Total por Canal

Valores constantes



- ✓ Durante el último mes el **canal tradicional** registró una variación de **31,3%** por encima de las compras realizadas en el mismo mes del año anterior. Esta mejora podría explicarse por varios factores: el retorno gradual a los canales tradicionales luego de la reapertura de las actividades en los primeros meses del año como por la baja base de comparación correspondiente al año de inicio de la pandemia.
- ✓ Contrariamente, las **compras digitales** que mantenían tasas de crecimiento elevadas, registran, durante este mes una significativa desaceleración, producto de una alta base de comparación ya que, hacia abril de 2020, el consumo electrónico registró un importante crecimiento, consolidando a las plataformas virtuales como canal de compra.
- ✓ Al comparar con el mes de abril de 2019, y aislar el efecto de la pandemia, el **consumo por canal tradicional** creció **2,5%**, mientras que el **consumo digital** registró un incremento de **359,9%**.

Compras digitales

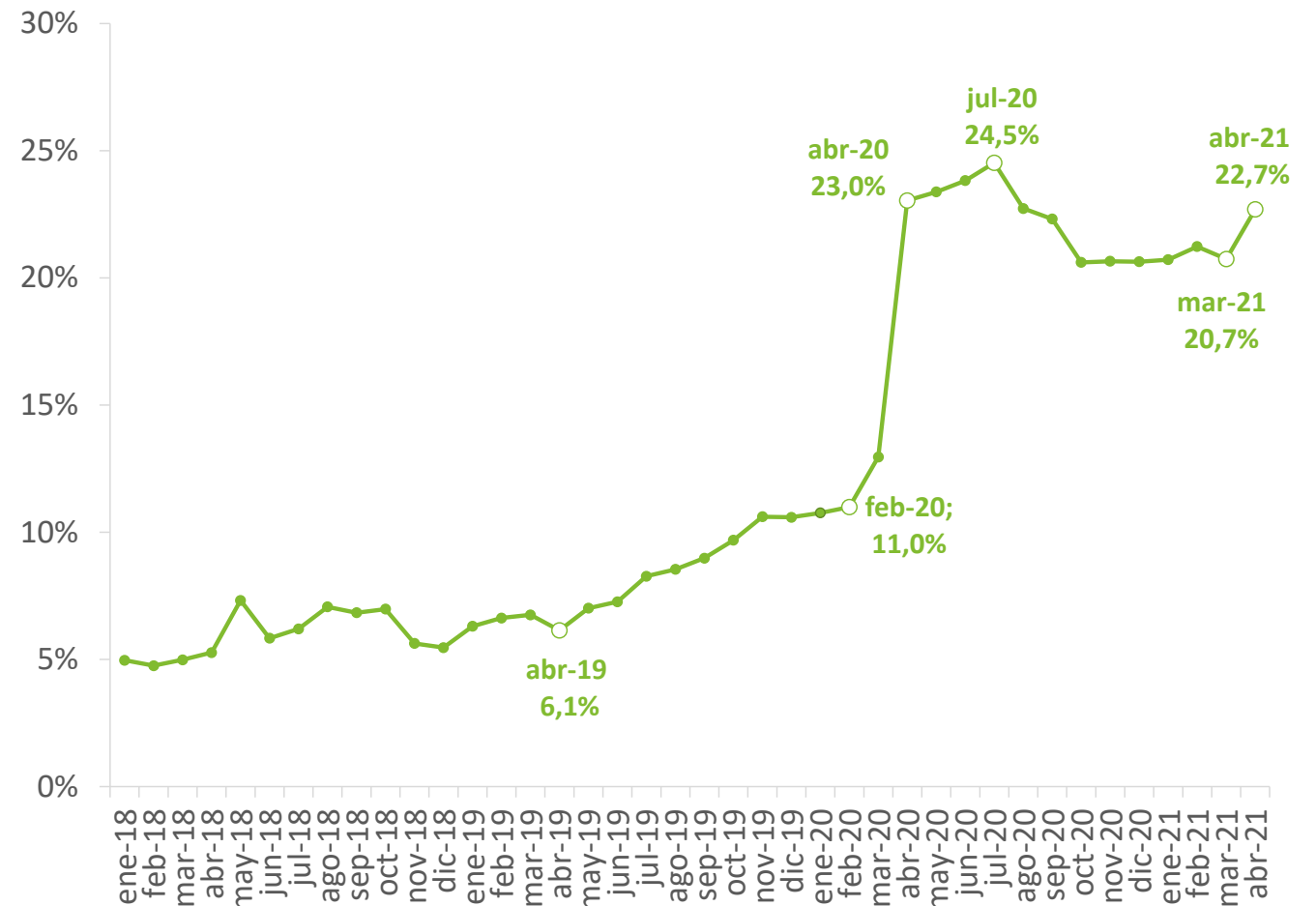
Son las transacciones realizadas a través de medios de pagos digitales y de servicios del exterior

Las compras digitales siguen siendo el segmento de mayor incidencia en la adquisición de bienes y servicios



Participación de las Compras Digitales

- ✓ Luego de alcanzar un máximo en el mes de julio de 2020, el indicador mantuvo una participación constante durante los primeros tres meses del año, rondando el 21%. Sin embargo, durante este mes, aumentó su participación en aprox. 2 p.p., al ubicarse en 22,7%.
- ✓ Cabe destacar que este segmento, con el aumento del uso de las plataformas virtuales, sigue siendo el de mayor incidencia, y refleja la preferencia de los consumidores al momento de elegir la forma de adquisición de bienes y servicios.

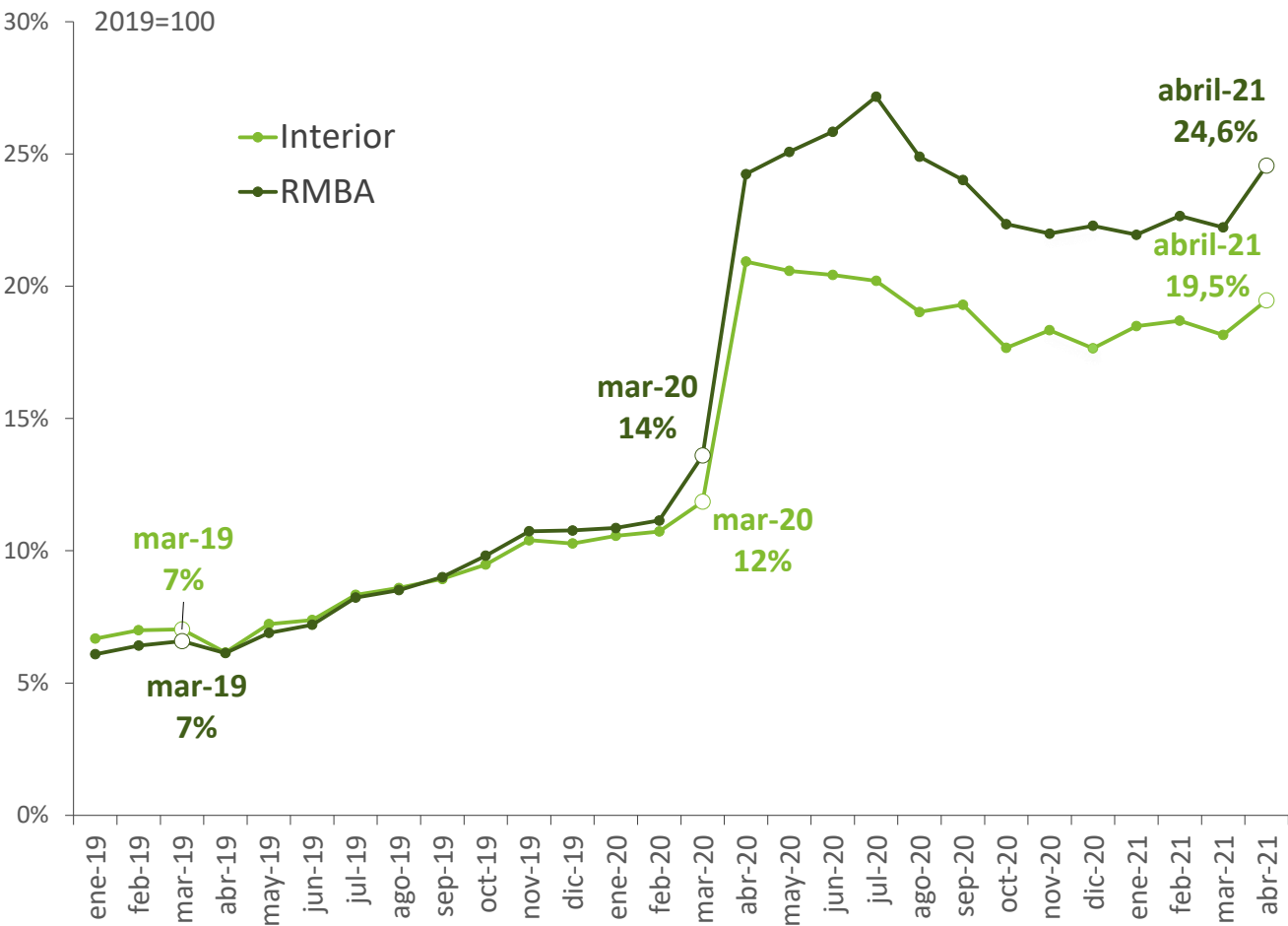


El canal digital tiene mayor incidencia en el Área Metropolitana respecto del Interior. Sin embargo, en los dos ámbitos geográficos se observa un incremento del consumo online que estaría relacionado con las restricciones a la movilidad implementadas en el mes.



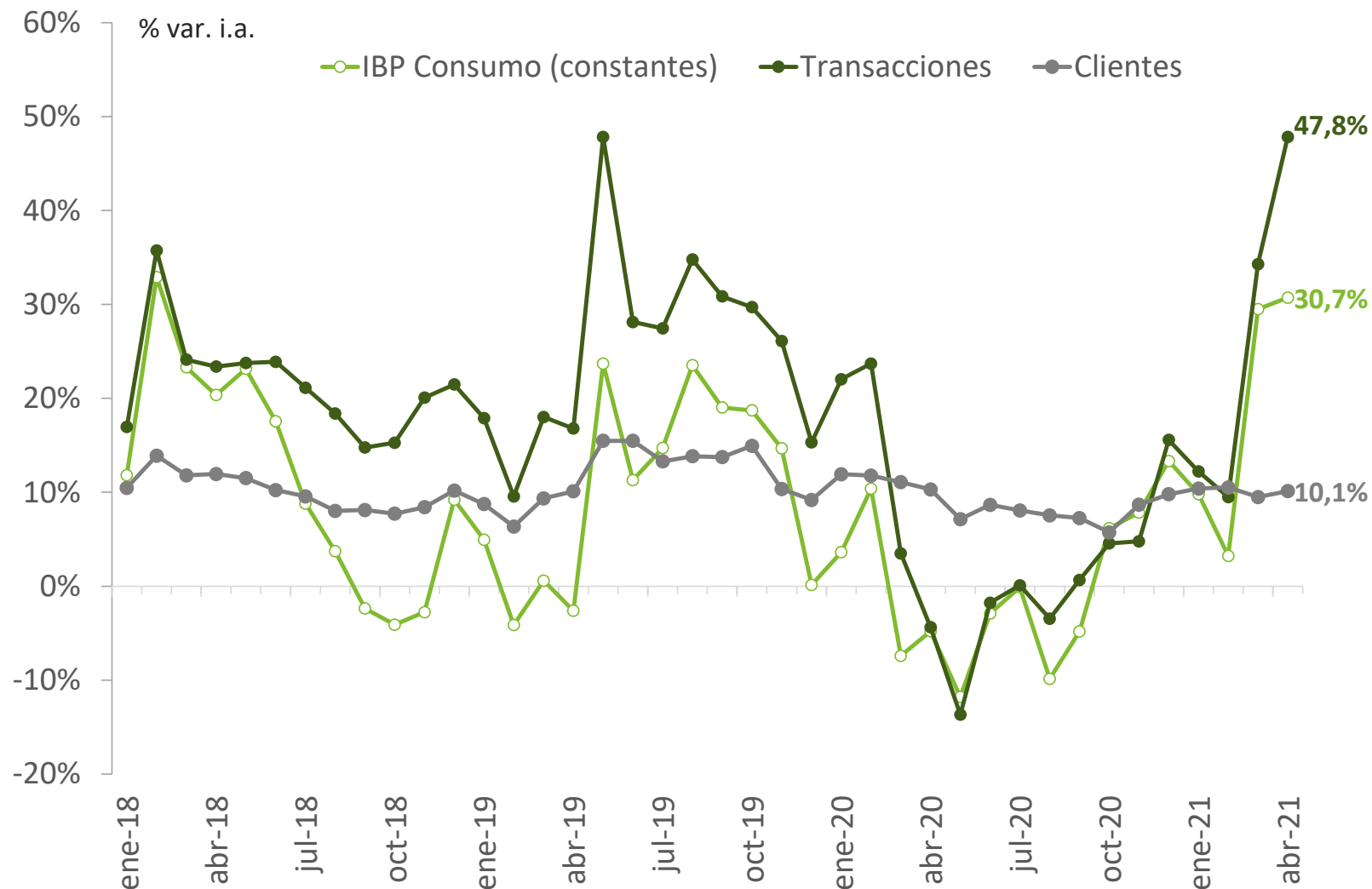
Participación de las Compras Digitales

- ✓ Durante el mes de abril la región metropolitana registra la mayor concentración de compras digitales (24,6%), mientras que en el interior, las mismas poseen una participación del 19,5%.
- ✓ El aumento de este canal de compra en ambos territorios se mantiene y se observa un incremento en el consumo online respecto de los meses anteriores. Es de destacar que en el AMBA las nuevas medidas de circulación recientes fueron mas estrictas, por lo que el consumo a través de compras digitales fue mayor que el registrado en el interior.



Durante el mes de abril se acelera el ritmo de crecimiento en la cantidad de transacciones

IBP Consumo, Transacciones y Cantidad de Clientes

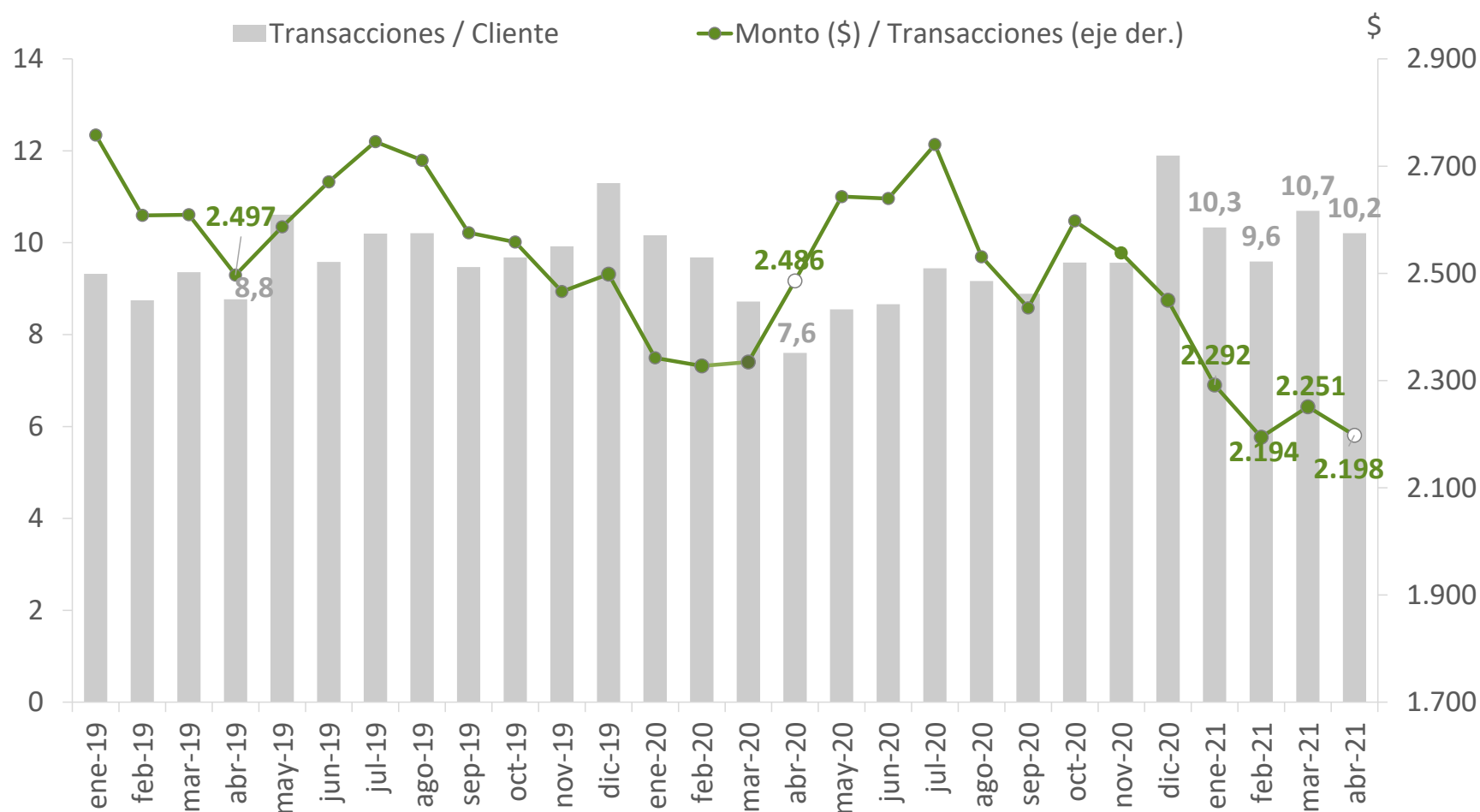


- ✓ En abril de 2021 se registraron 24 millones de transacciones, es decir, 47,8% más que en abril del año 2020 y 41,4% más que en abril de 2019.
- ✓ Por su parte, la cantidad de clientes que realizaron consumos con tarjetas ascendió a 2,4 millones, mostrando un incremento interanual del 10%, similar al promedio de los últimos meses.

La cantidad de transacciones por clientes en el mes de abril se ubica por debajo de los primeros tres meses del año, a la vez que el monto promedio por transacción vuelve a retroceder tras el aumento del mes anterior.

Montos y Transacciones Promedio

Valores constantes de marzo 2021



- ✓ El **monto promedio por transacción** registró una caída del 11,6% i.a.. Esto podría explicarse por el aumento del uso de tarjeta de débito o crédito para abonar compras de bajo importe, que habitualmente se pagaban en efectivo.
- ✓ A su vez, al comparar el monto promedio por transacción con respecto a 2019, se observa una caída del 12%.

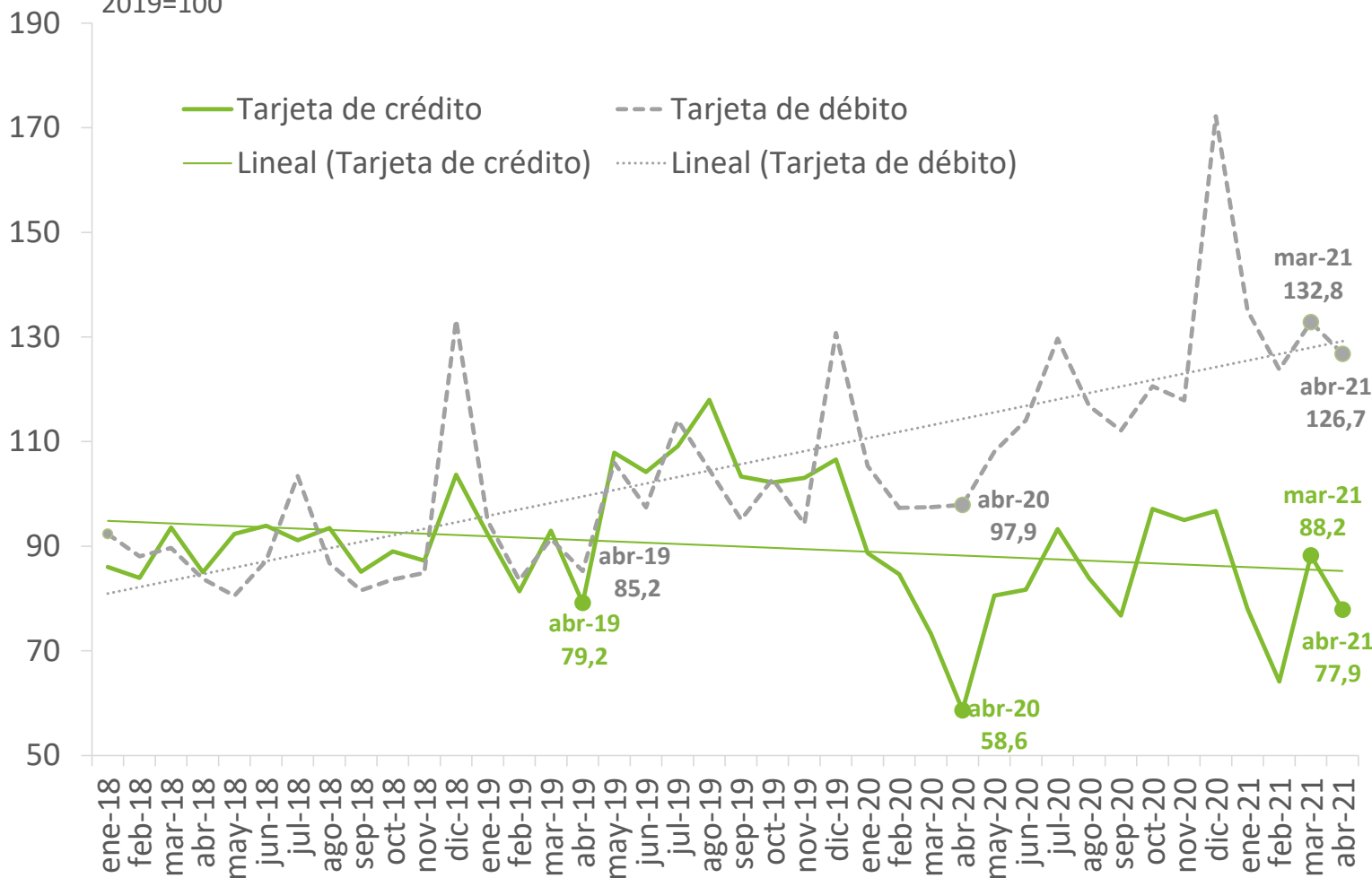
Durante abril persiste la brecha entre los gastos realizados con tarjeta de crédito y débito. Ambos medios de pago desaceleran su crecimiento



IBP Consumo

Valores constantes

2019=100

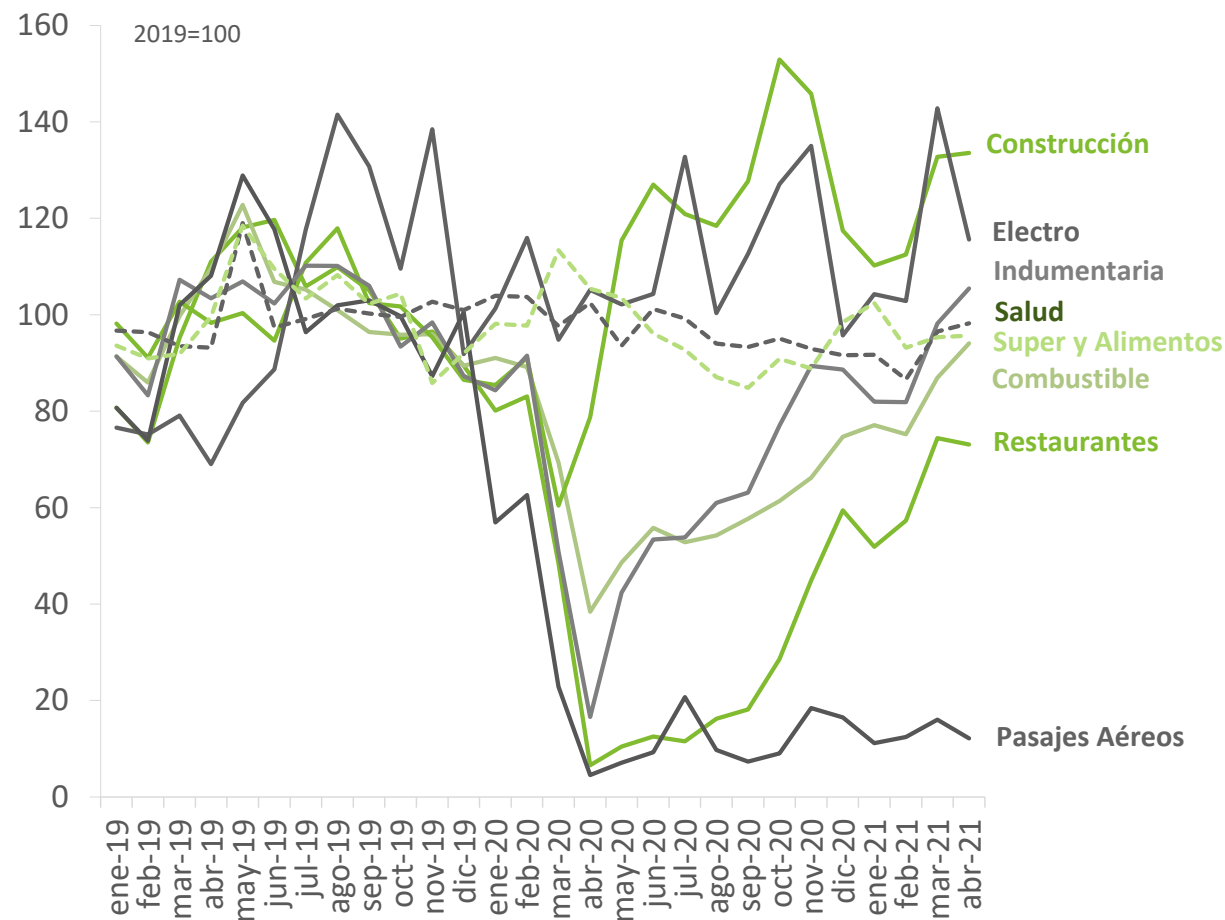


- ✓ Los consumos realizados con tarjetas de débito se muestran más dinámicos y superan a los efectuados con tarjetas de crédito.
- ✓ En términos interanuales, en abril, los gastos con tarjeta de débito aumentaron 29,5%. Por su parte, el consumo con tarjeta de crédito sostuvo el crecimiento registrado en el mes anterior con un aumento de 32,8% i.a.
- ✓ En comparación con abril de 2019, los gastos con tarjeta de débito aumentaron 49,1%. Por su parte, el consumo con tarjeta de crédito se presenta por debajo en -1,4%.



IBP Consumo por Rubro

Valores constantes – Series s.e.



Tendencia por rubros

Durante abril se observaron comportamientos heterogéneos en la dinámica de los rubros:

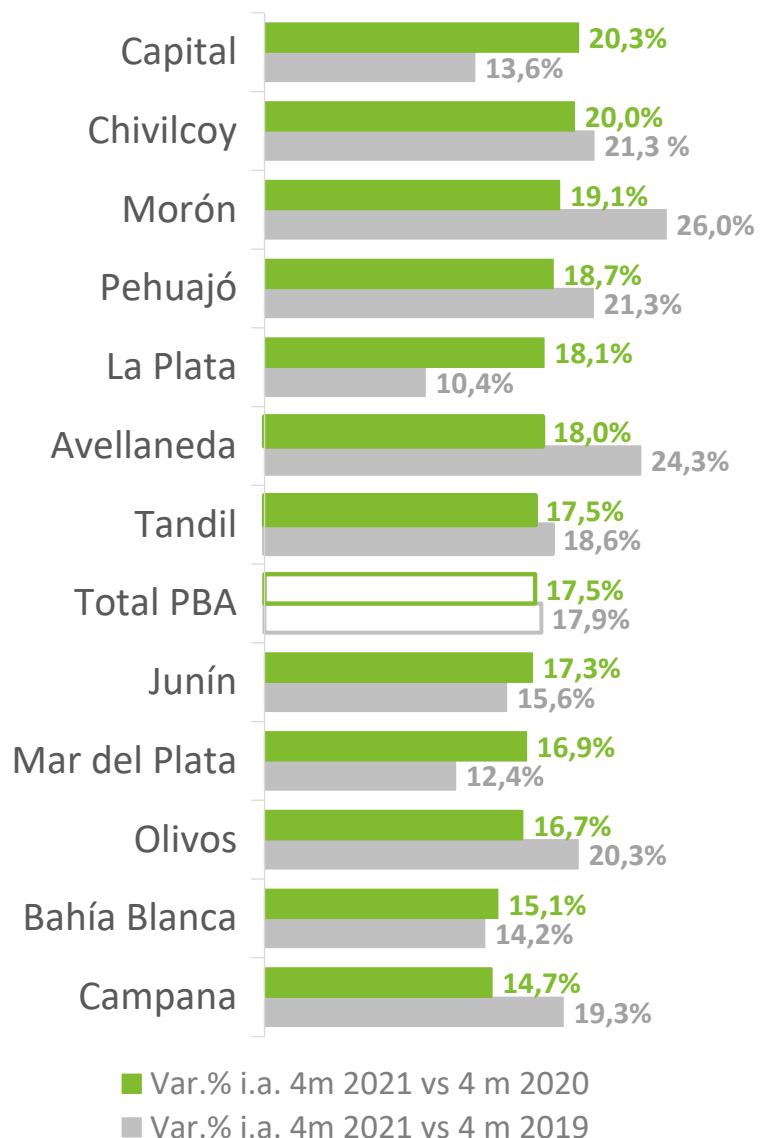
- ✓ Las ventas relacionadas con la **construcción** se mantuvieron estables dado que muestran un incremento de 0,6% respecto al mes anterior.
- ✓ El consumo en **electro** mostró una caída del -19,0% respecto al mes previo, mientras que en **indumentaria** el consumo se recuperó en un 7,4% respecto al mes de marzo.
- ✓ El consumo en **salud** permaneció estable durante los últimos meses, mientras que en abril presentó un aumento del 1,7% respecto al mes previo.
- ✓ Las compras en **supermercados y alimentos** registraron una leve suba respecto al mes anterior (0,4%).
- ✓ En tanto, **combustible** que evidenciaba una tendencia creciente, debido a la mayor movilidad, mantiene su recuperación en abril (8,2%).
- ✓ A pesar del notable repunte en los primeros meses del año, los consumos en **restaurantes** vuelven a perder terreno ante las nuevas restricciones de movilidad por la nueva ola de contagios (-1,8%).
- ✓ Por su parte, la venta de **pasajes aéreos**, uno de los rubros más afectados, registró una caída considerable respecto al mes previo (-24,3%).



IBP CONSUMO – CENTRO ZONAL

IBP Consumo por Centro Zonal

Var. % i.a. real – Acum. 4m



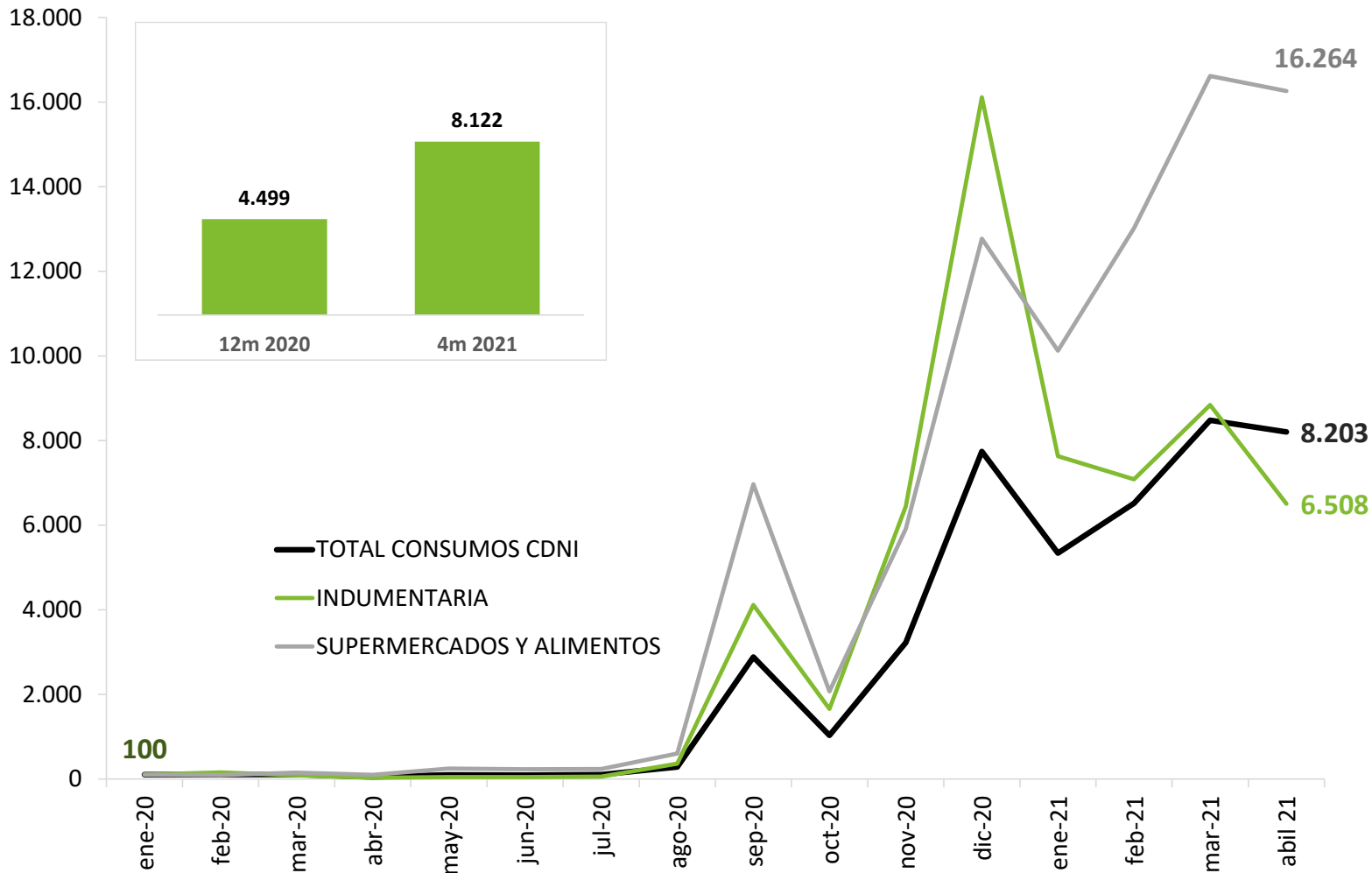
- ✓ Durante los primeros cuatro meses del año, las ventas en todos los **Centros Zonales** registraron una variación positiva respecto del mismo periodo del año anterior, alcanzando un crecimiento acumulado del 17,5%. Sin embargo, se pueden observar diferencias en el comportamiento de los CZ.
- ✓ Los Centros Zonales que mostraron un desempeño por encima del total fueron el **CZ Capital** (20,3%) seguido del **CZ Chivilcoy** (20,0%), el **CZ Morón** (19,1%), el **CZ Pehuajó** (18,7%), el **CZ La Plata** (18,1%), el **CZ Avellaneda** (18,0%) y el **CZ Tandil** (17,5%)
- ✓ Se ubicaron levemente por debajo del total el **CZ Junín** (17,3%) el **CZ Mar del Plata** (16,9%) y el **CZ Olivos** (16,7%)
- ✓ Por último, el **CZ Bahía Blanca** (15,1%) y el **CZ Campana** (14,7%) registraron los menores valores de crecimiento.



Consumos realizados a través de Cuenta DNI

Evolución consumos Cuenta DNI

Valores constantes. Ene-20=100



Si bien los consumos realizados a través de Cuenta DNI no se incorporan dentro del IBP Consumo se destaca que:

- ✓ A partir del mes de septiembre de 2020 se observa un importante incremento en las compras realizadas a través de la aplicación Cuenta DNI, destacándose el aumento registrado en los meses de septiembre y diciembre.
- ✓ A su vez, sobresalen los consumos realizados en el rubro Supermercados y Alimentos, dado que representan un poco más del 50% del total de compras. Luego le sigue el rubro Indumentaria, con un 10% de participación en el total de consumos a través de CDNI.
- ✓ Es importante señalar que el total de consumos acumulados en estos cuatro primeros meses del año ya superaron al total realizado en el año 2020.

ASPECTOS METODOLÓGICOS

- ✓ Los datos utilizados para la elaboración del IBP Consumo son provistos por el área de Estrategia Comercial del Banco Provincia y son extraídos de las transacciones realizadas con las tarjetas por parte de todos los clientes, tanto individuos como empresas.
- ✓ Los clientes del Banco Provincia están radicados en su mayoría en la Provincia de Buenos Aires, por lo que el IBP Consumo estaría siendo un proxy del consumo en la Provincia.
- ✓ Los consumos de Cuenta DNI no se incorporan en el cálculo de IBP Consumo debido a que no se puede lograr la apertura de variables para el análisis. No obstante, de incluirse estos consumos, los mismos no representarían un porcentaje importante del índice.
- ✓ Los datos sobre tarjetas de crédito suman Visa y Mastercard.
- ✓ Los datos en términos reales están deflactados con el IPC Nacional.
- ✓ La base del índice es el promedio de las compras realizadas durante el 2019.
- ✓ Para el cálculo de la serie desestacionalizada se utilizaron los datos mensuales desde enero 2016.
- ✓ Se catalogaron como esenciales los rubros de supermercados y alimentos, impuestos y servicios y salud y entre los no esenciales indumentaria, pasajes aéreos, servicios de televisión por cable, bares y restaurantes, ferreterías y bazar y fast food.
- ✓ La Región Metropolitana de Buenos Aires (RMBA) abarca la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y 40 partidos de la Provincia^(*).

(*)Almirante Brown, Avellaneda, Berazategui, Berisso, Brandsen, Campana, Cañuelas, Ensenada, Escobar, Esteban Echeverría, Exaltación de la Cruz, Ezeiza, Florencio Varela, General Las Heras, General Rodríguez, General San Martín, Hurlingham, Ituzaingó, José C. Paz, La Matanza, La Plata, Lanús, Lomas De Zamora, Luján, Malvinas Argentinas, Marcos Paz, Merlo, Moreno, Morón, Pilar, Presidente Perón, Quilmes, San Fernando, San Isidro, San Miguel, San Vicente, Tigre, Tres de Febrero, Vicente López, Zárate

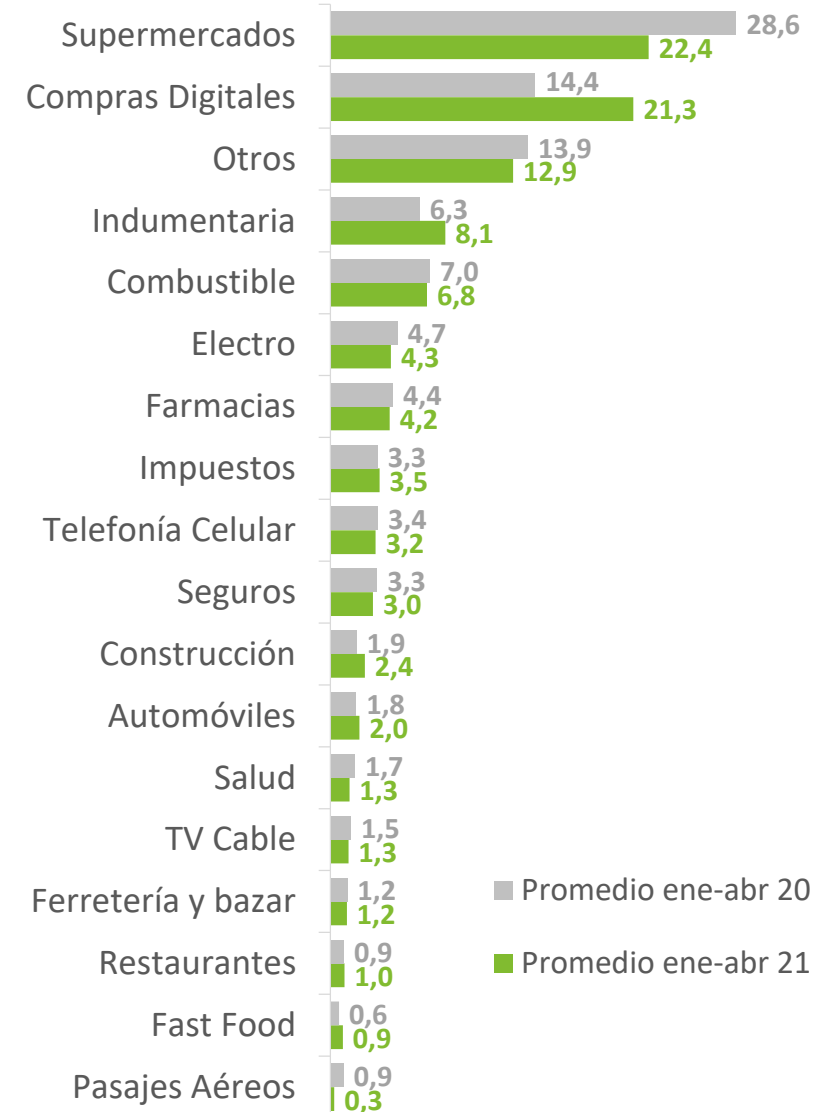
ANEXO

Participación por rubros en el IBP Consumo

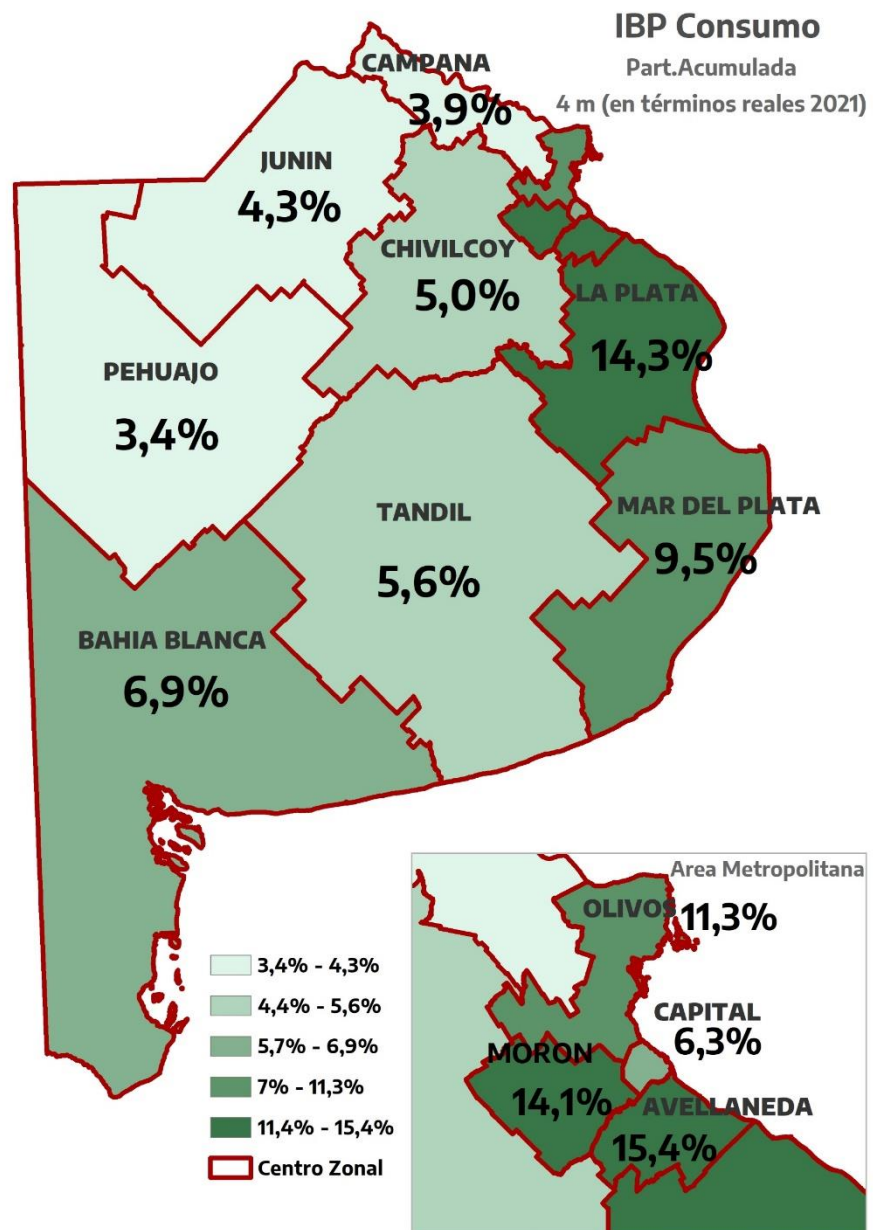
- ✓ Los primeros cinco rubros mejor posicionados, **Supermercados, Compras Digitales, Indumentaria, Combustible y Electrodomésticos** representan el 63% del total, destacándose el rubro Supermercados y Alimentos con el 22,4% seguido de las compras digitales con un 21,3%.
- ✓ Entre los rubros que en promedio ganaron participación en el total de los consumos con respecto al mismo período del año anterior se destacan: Compras digitales, Impuestos, Construcción y Automóviles.
- ✓ Cabe mencionar que **Indumentaria** ha mostrado una considerable recuperación, tras varios meses de fuerte retracción. Contrariamente, **Supermercados y Alimentos** disminuyó fuertemente su participación.
- ✓ **Restaurantes y Combustibles** todavía mantienen su participación, en parte por la reapertura de las actividades y el aumento de la movilidad de los primeros meses del año.
- ✓ **Pasajes Aéreos**, el rubro más afectado, ha perdido participación debido a las restricciones de la movilidad.



Participación en el IBP Consumo



IBP CONSUMO – Participación Acumulada 4m

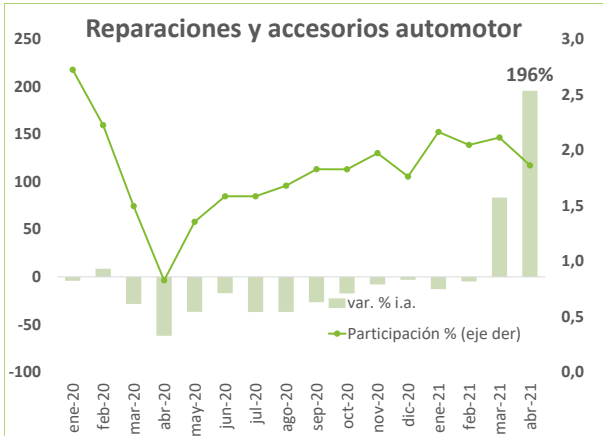
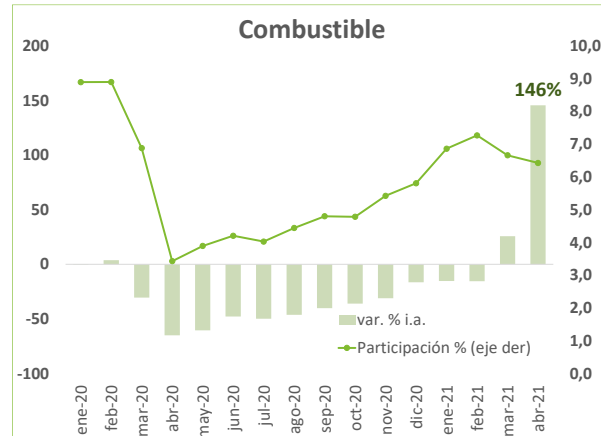
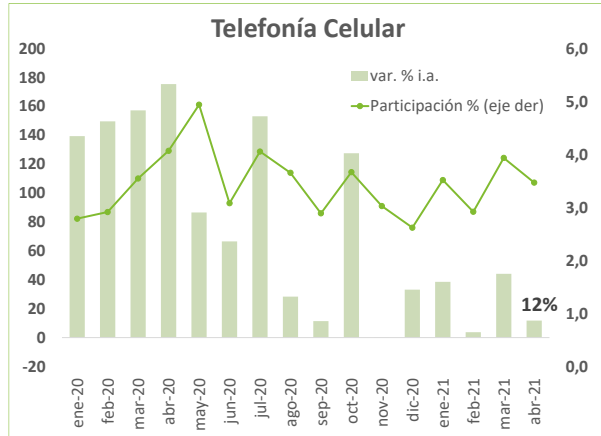
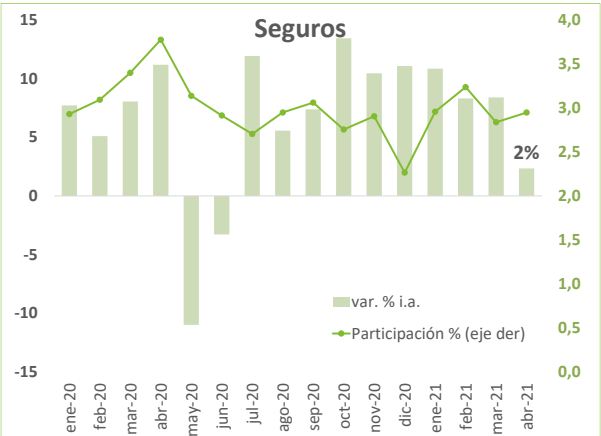
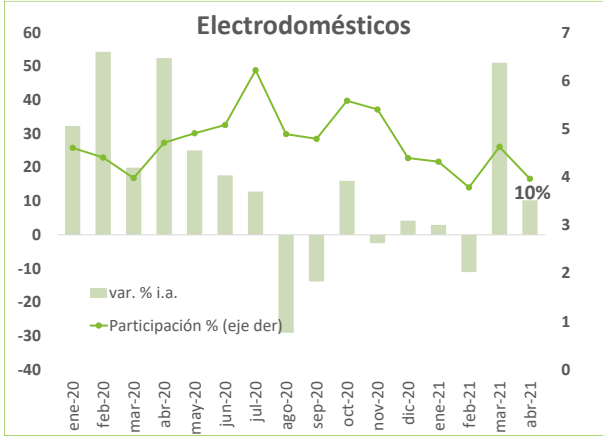
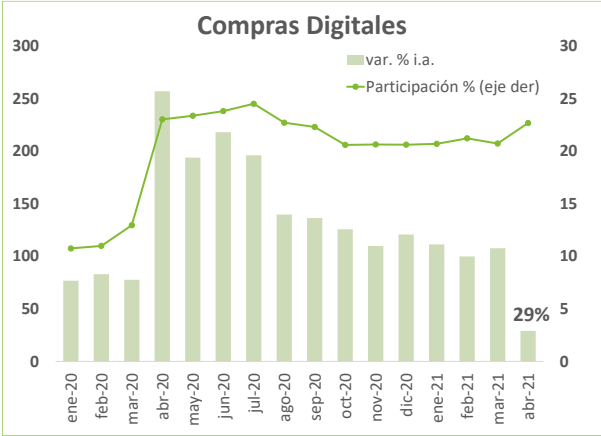
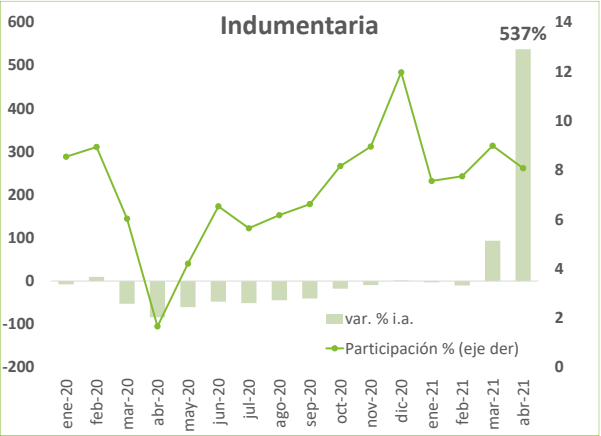
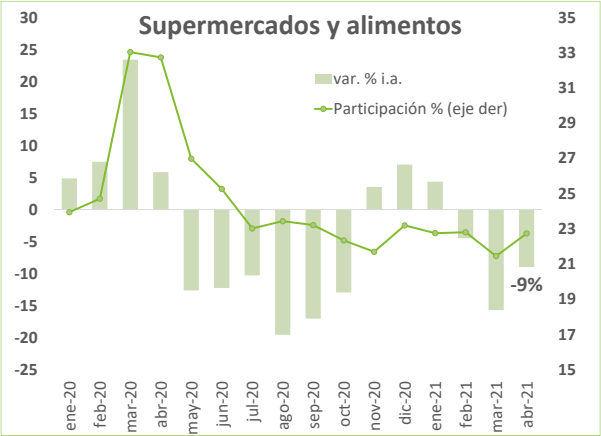


- ✓ Al mes de abril los Centros Zonales ubicados en la RMBA: **CZ Avellaneda** (15,4%), **CZ Morón** (14,1%) y **CZ Olivos** (11,3%), junto al **CZ La Plata** (14,3%) son los que realizan el mayor aporte al consumo en la PBA. En conjunto, alcanzan una participación superior al 50%.
- ✓ Sin embargo, la participación disminuye en los CZ del interior de la provincia que registran participaciones inferiores al 5%: **CZ Chivilcoy** (5,0%); **CZ Junín** (4,3%), **CZ Pehuajó** (3,4%)
- ✓ Por otra parte, los **CZ Mar del Plata** (9,5%), **CZ Bahía Blanca** (6,9%), **CZ Tandil** (5,6%) y **CZ Campana** (3,9%), por sus dinámicas urbanas y estructura productiva presentan un importante nivel de consumo.
- ✓ El **CZ Capital**, a pesar de su posición central en el Área Metropolitana aporta el 6,3%, una participación inferior al resto de los centros zonales que integran la región.



IBP Consumo por Rubro

Valores constantes





IBP Consumo por Rubro

Valores constantes

