

## IBP Consumo | julio 2023

### Resumen

- La caída interanual del IBP consumo se desaceleró por segundo mes consecutivo (gráfico 1). Esto se produjo en julio como consecuencia del sustancial aporte del consumo con los productos tarjetas de crédito y la billetera Cuenta DNI (CDNI). En materia de rubros, el rol protagónico en la tendencia alcista recayó en el segmento “compras digitales”. Concretamente, ello provino de la contribución de la tienda virtual Provincia Compras. El segmento “bares, restaurantes y *fast food*” también experimentó una suba interanual en el séptimo mes del año, aunque resultó sustancialmente menor a la de “compras digitales”. Los demás rubros, por el contrario, evidenciaron retrocesos. La desaceleración porcentual de las caídas, en línea con el comportamiento general del índice, constituyó el denominador de ese escenario.
- En términos desestacionalizados, comparando con respecto al mes anterior, el IBP consumo continuó manteniéndose en la senda de las variaciones positivas (gráfico 2). Si bien el ritmo de la suba mensual se desaceleró, el impulso alcanzó para reubicar nuevamente la tendencia del índice en dirección ascendente. Estas mejoras se atribuyeron a las condiciones favorables de comercialización ofrecidas por el Banco en un marco en el que, según la Universidad di Tella, se fortaleció la confianza del consumidor.
- Durante el mes, el IBP consumo del Interior retrocedió a un menor ritmo que el de la Región Metropolitana de Buenos Aires (RMBA). La razón básica de esta diferencia residió en las subas porcentuales interanuales del parque de clientes: en términos relativos, ese *stock* aumentó más sólidamente en la RMBA en un marco en el que en ambos mercados evolucionaron de manera similar lo referente a los montos consumidos.
- Luego de aproximadamente un año sin registros de crecimientos porcentuales positivos, en julio creció levemente el IBP consumo del Centro Zonal (CZ) Olivos. En los últimos meses, este CZ se diferenció siempre de las demás unidades de negocios del Banco en los resultados obtenidos en este indicador. Sin embargo, pese a esta experiencia de buenos resultados, la información más relevante provino de los CZs Junín y La Plata. Pese a que sus respectivos índices continuaron cayendo (de modo desacelerado), fueron los que obtuvieron mejores evoluciones interanuales porque ambos encabezaron el *ranking* de incremento de los consumos y se ubicaron en posiciones de vanguardia en lo referente a los aumentos de sus respectivos parques de clientes. A diferencia de lo ocurrido en los últimos meses, la parte más baja del *ranking* fue ocupada por el CZ Pehuajó.

**NOTA IMPORTANTE:** El IBP consumo es un indicador del gasto de consumo por cliente con tarjetas de crédito y débito y la billetera Cuenta DNI del Banco de la Provincia de Buenos Aires, deflactado por el IPC del INDEC.

El IBP consumo no tiene por objeto la medición del consumo agregado.

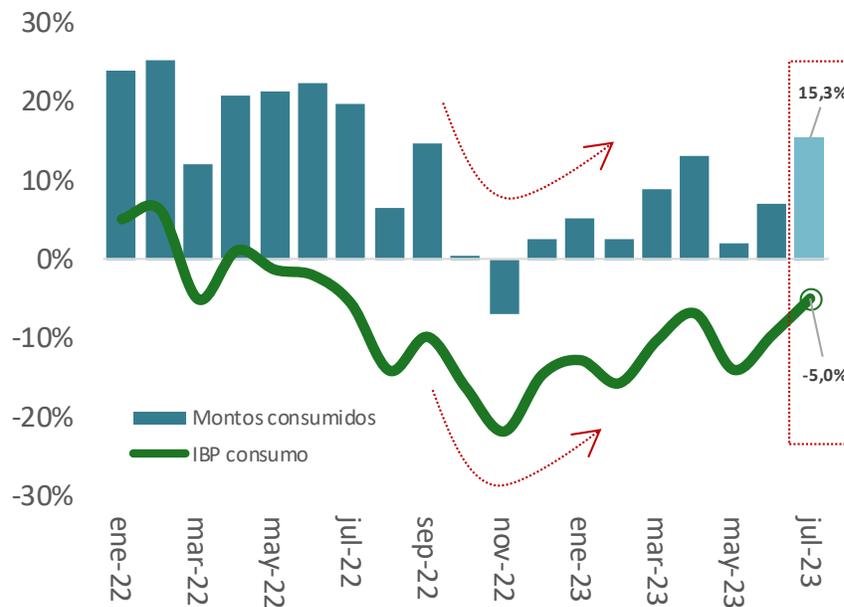
## En julio continuó desacelerándose la caída del IBP consumo

En julio aumentaron significativamente los montos consumidos (15,3% i.a.) medidos en valores constantes. Como consecuencia de esta mejora, como puede constatarse en los datos del gráfico 1, se produjo una nueva desaceleración de la caída del IBP consumo. En esta ocasión, la baja interanual totalizó -5,0% (línea verde), es decir, el ritmo de la caída disminuyó 4,7 puntos porcentuales (pp) con respecto a la pérdida del mes anterior (-9,7% i.a.). Comparando la información recibida es indudable que, básicamente, la evolución del índice en el último año recibió influencias de las marchas y contramarchas del consumo y el ahorro y, por lo tanto, de las fluctuaciones microeconómicas y macroeconómicas. En particular, la oxigenación de julio se produjo como consecuencia del impulso porcentual de los montos consumidos con los productos del Banco (el más relevante de los últimos doce meses).

**Gráfico 1. Fuerte crecimiento los montos consumidos y mejora del IBP consumo**

Índice IBP Consumo Base 2019 = 100

Variaciones interanuales. En %



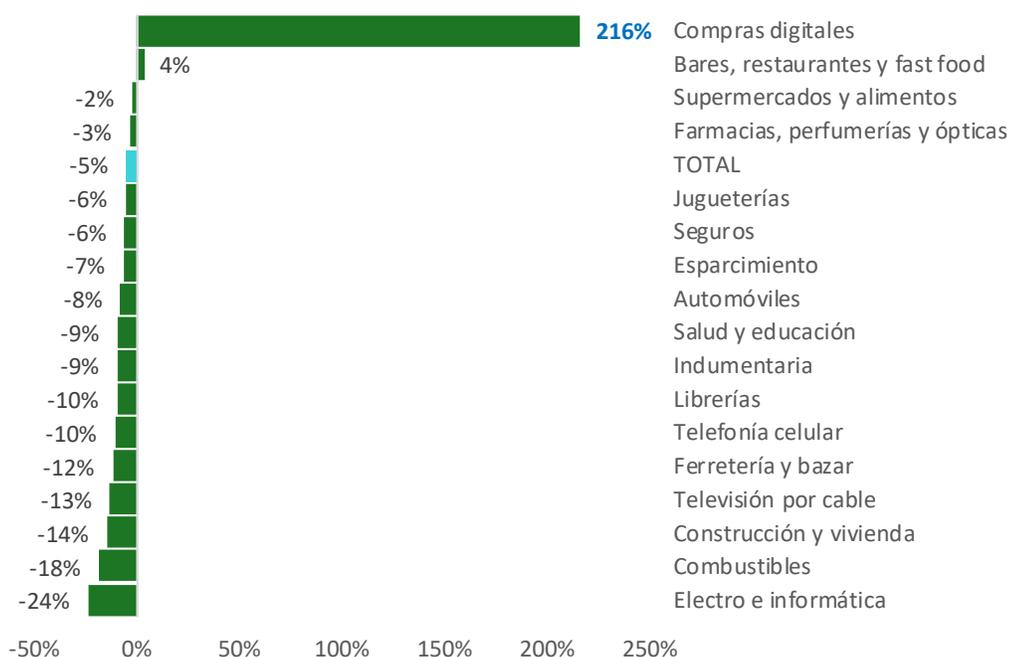
**Fuente:** Gerencia de Estudios Económicos en base a la información provista por la Gerencia de Inteligencia Comercial.

El incremento se debió a las contundentes contribuciones de los gastos con tarjetas de crédito y la billetera Cuenta DNI (CDNI), no por el aporte de las tarjetas de débito. Analizando por rubros, el impulso provino, en esencia, de la creciente presencia de “compras digitales” que, en términos interanuales, triplicó holgadamente su monto promedio por cliente (su IBP consumo se incrementó 216% i.a.). Este comportamiento se explica por el rol central ocupado por el flujo comercial asociado a la tienda virtual (Provincia Compras).

Con respecto al resto de los rubros, solamente el uso de los mencionados productos del Banco en “bares, restaurantes y fast food” acompañó la evolución positiva de “compras digitales”. Sin embargo, en este caso, la suba interanual totalizó 4% i.a en el mes. En cuanto al resto de las actividades, tal como surge de la lectura del gráfico 2, todas continuaron moviéndose por sendero negativo. Ello se constató desde la baja porcentual menos relevante de ese universo, correspondiente a “supermercados y alimentos” (-2%, i.a), hasta la más contundente derivada de la relación entre la dinámica de consumos y clientes verificada en el comercio de “electro e informática” (-24% i.a.). Con caídas de dos dígitos, le siguieron en menor orden de importancia las variaciones negativas de “combustibles” (-18% i.a.), “construcción y vivienda” (-14% i.a.), “televisión por cable” (-13%, i.a.), “ferretería y bazar” (-12% i.a.), “telefonía celular” y “librerías” con disminuciones interanuales coincidentes (-10% i.a.).

**Gráfico 2. Contundente evolución de compras digitales (Provincia Compras)**

Índice IBP consumo base 2019 = 100 con ajuste estacional.  
Variaciones mensuales. En %



**Fuente:** Gerencia de Estudios Económicos en base a la información provista por la Gerencia de Inteligencia Comercial.

Este último subconjunto, comprendido por siete actividades descripto arriba, cuyas contracciones año contra año fueron de dos dígitos en julio, concentró en total aproximadamente el 20% de los gastos de consumo medidos en valores corrientes. En cambio, los rubros “supermercados y alimentos” (cuya baja resultó relativamente moderada en el mes, como ya se mencionó) e “indumentaria”, con una contracción importante más cercana a las del primer grupo (del orden del 9% i.a. en el mes), continuaron liderando en lo referente a su participación en los montos consumidos al totalizar 28% y

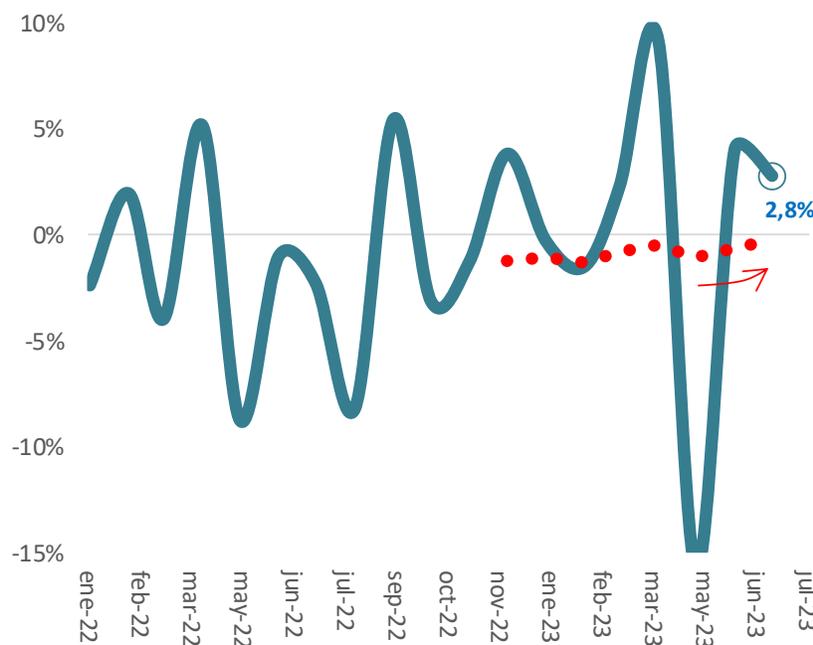
10%, respectivamente. El dato más relevante, de todos modos, constituyó el incremento de la contribución de los gastos en “compras digitales” en el total por el ya mencionado empuje de Provincia Compras: entre junio y julio aumentó desde 2% hasta 5% su importancia en el total de los montos consumidos por los usuarios.

## Se mantiene el crecimiento del IBP desestacionalizado

El crecimiento del IBP consumo medido en términos desestacionalizados no sólo se mantuvo en terreno positivo en julio, sino que, también, tendió a alinearse a la evolución de junio y a mostrar menos volatilidad en comparación con los abruptos saltos de abril y mayo. El incremento mensual del séptimo mes del año alcanzó a 2,8% con respecto a junio (gráfico 3), mostrando una moderada desaceleración de su ritmo de variación en comparación con el dato porcentual de junio (4% frente mayo) y, al mismo tiempo, corroborando la importancia de la presencia de las promociones tendientes a activar el consumo en la tienda virtual Provincia Compras.

**Gráfico 3. IBP consumo desestacionalizado: la suba se mantiene en terreno positivo en julio**

Índice IBP consumo base 2019 = 100 con ajuste estacional.  
Variaciones mensuales. En %



**Fuente:** Gerencia de Estudios Económicos en base a la información provista por la Gerencia de Inteligencia Comercial.

Debido al mantenimiento del crecimiento del IBP consumo desestacionalizado, impulsado, como ya se señaló, por la suba del consumo, la línea de tendencia de los últimos doce meses se acercó a la zona de las variaciones porcentuales positivas (línea punteada roja del gráfico 3). Si bien este comportamiento estuvo explicado por las acciones de política comercial del Banco, esto ocurrió en un contexto en el que, según la Universidad di Tella, la confianza del

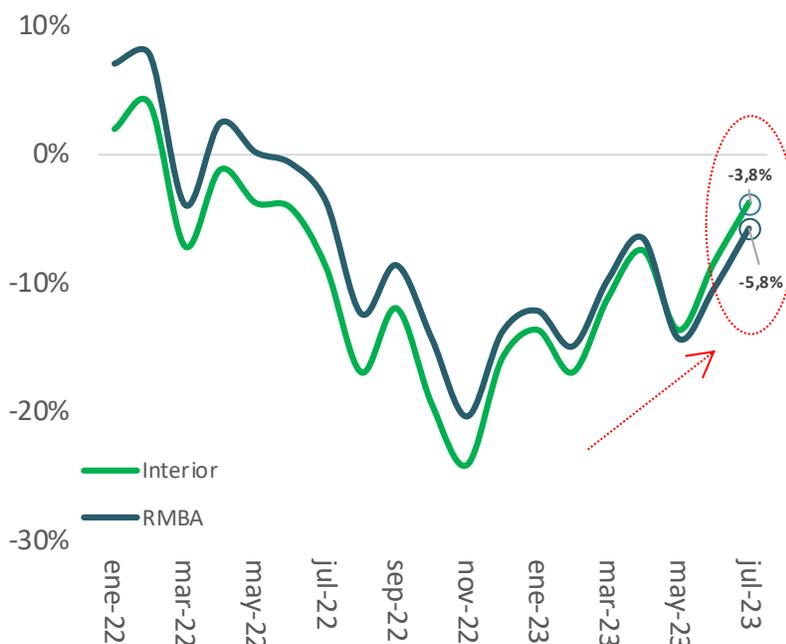
consumidor continuó mejorando con respecto al año anterior, producto del fortalecimiento de las percepciones más alentadoras del encuestado vinculado a su situación personal y el panorama macro.

## Retrocede más el IBP de la RMBA que el del Interior

Según el análisis por regiones, nuevamente, el IBP consumo mantuvo un desempeño más favorable en el Interior que en la Región Metropolitana de Buenos Aires (RMBA). En la primera, la caída alcanzó a -3,8% i.a., en tanto que en la segunda se ubicó en -5,8% i.a. Las tendencias ascendentes de las variaciones permanecieron ininterrumpidas (desde mayo), alejándose, mes a mes, de los a magros valores porcentuales de noviembre del año pasado (gráfico 4).

**Gráfico 4. Menor caída del IBP en el Interior que en la RMBA**

Índice IBP consumo base 2019 = 100.  
Variaciones interanuales. En %



**Fuente:** Gerencia de Estudios Económicos en base a la información provista por la Gerencia de Inteligencia Comercial.

El desempeño de las variables que explican el índice, resultó similar en ambas regiones. El crecimiento interanual del consumo fue levemente superior en la RMBA que en el Interior (15,4% versus 15,2%, respectivamente), mientras que el incremento del número de clientes continuó sólido, pero con una mayor distancia relativa: en la RMBA subió 23% i.a., en tanto que en el Interior se mantuvo a un ritmo cercano al 20% i.a. Como no se diferenciaron los desempeños en la evolución de los consumos y se separó un poco el del parque de clientes (se expandió más en la RMBA que en el Interior), el IBP consumo experimentó las caídas indicadas en el gráfico 4 (de 2 pp más elevadas en la RMBA que en el Interior).

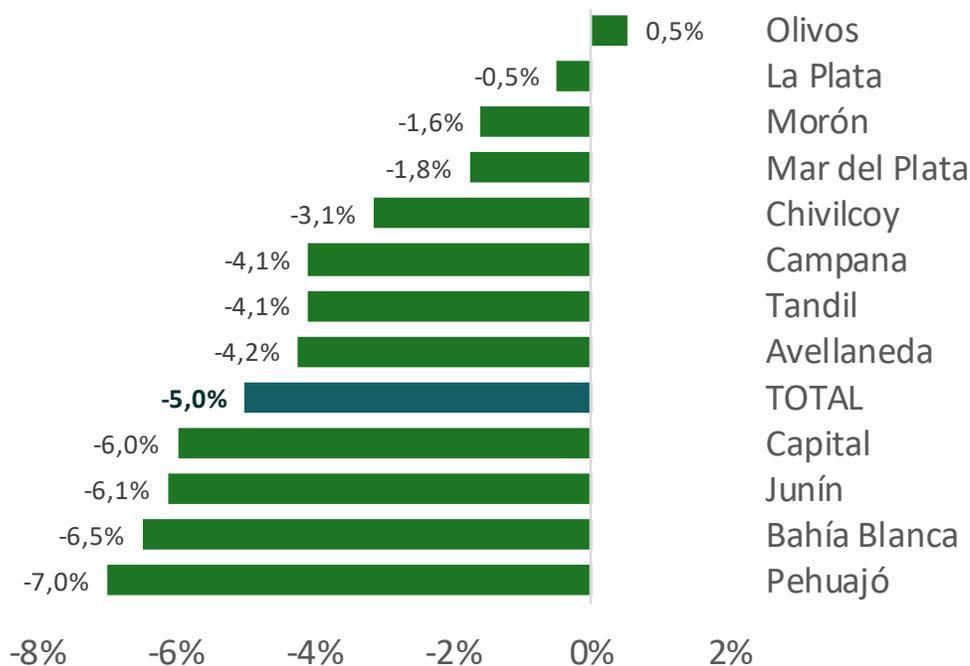
## Centros Zonales: se desacelera la caída del IBP consumo

La renovada mejora del IBP consumo en julio, se plasmó en los Centros Zonales (CZ) del Banco. Por primera vez desde junio del año pasado, un CZ volvió al sendero de las variaciones porcentuales positivas. Como puede comprobarse en el gráfico 5, el valor del índice correspondiente al CZ Olivos mostró un leve crecimiento positivo en julio (0,5% i.a.). Evidenciando la baja menos relevante del resto de ese universo de CZs, la función de escolta recayó en el CZ La Plata (-0,5% i.a.). A muy corta distancia entre ellos, se ubicaron luego las bajas de los CZs Morón (-1,6% i.a.) y Mar del Plata (-1,8% i.a.). En un tercer subgrupo, en las proximidades de la baja promedio del índice (-5,0%), quedaron los CZs Chivilcoy (-3,1% i.a.), Campana y Tandil (ambos con -4,1% i.a.) y Avellaneda (-4,2% i.a.). Con disminuciones superiores, aparecieron otros cuatro CZs: Capital (-6,0% i.a.), Junín (-6,1% i.a.), Bahía Blanca (-6,5% i.a.) y, a diferencia de los meses anteriores, en el lugar más bajo del *ranking*, Pehuajó (-7,0% i.a.). En general, en comparación con el mes anterior, la mejora en la variación porcentual interanual promedió 5 pp. Por encima de ese valor (por los resultados más favorables de julio) emergieron las experiencias de los CZs La Plata y Morón (6 pp). Por debajo de la media, la menor recuperación tuvo lugar en el CZ Pehuajó (la variación porcentual interanual sólo se potenció en 2 pp en relación con la de junio).

**Gráfico 5. Centros Zonales: desaceleración de las caídas y regreso del crecimiento**

IBP Consumo en valores constantes. Índice base 2019 = 100.

Variaciones interanuales



**Fuente:** Gerencia de Estudios Económicos en base a información provista por la Gerencia de Inteligencia Comercial.

Observando el comportamiento del monto promedio consumido por cliente, o sea las variables explicativas del IBP consumo, pueden obtenerse conclusiones adicionales. Como ya se indicó, en el marco de la mejora del índice vinculada al empuje mensual del consumo, surgieron diferentes desempeños. Por ejemplo, las principales subas de estos gastos medidos en valores constantes se detectaron en los CZs La Plata y Junín (subieron 19% i.a.). Muy cerca de esa marca quedó el registro del CZ Chivilcoy (17% i.a.). En el extremo opuesto, el menor incremento se produjo en el CZ Olivos (7% i.a.), donde el índice, como ya se mencionó, evidenció el primer porcentaje positivo desde junio de 2022.

En cuanto a clientes, el aumento más significativo se constató en el CZ Junín (26% i.a.). Pese a su destacado lugar en el *ranking* de consumos, ello explicó la caída de su IBP consumo por encima a la del promedio del índice como puede comprobarse en el gráfico 5. Pehuajó fue el CZ que secundó a Junín. Su *stock* de usuarios de productos del Banco aumentó 22% i.a. pero, a diferencia de Junín, los montos consumidos no acompañaron lo suficiente (pese a haber crecido al 14% i.a.). Esta combinación explicó el hecho de ocupar el lugar más bajo del *ranking* de variaciones del índice (gráfico 5). Otros Centros Zonales con subas destacadas en lo referente al número de usuarios fueron: Chivilcoy, Bahía Blanca y La Plata con ritmos interanuales positivos de 21% i.a. en los dos primeros y 20% i.a. en este último, respectivamente.