



Ministerio de
Desarrollo Productivo
Argentina

Secretaría de
Comercio Interior

Subsecretaría de Políticas
para el Mercado Interno



Ahora 12

Informe de Monitoreo

Febrero 2021



Resumen ejecutivo

Febrero 2021

- **\$107.738 millones**
(9.742 mil operaciones) | VOLUMEN DE VENTAS
2021
- **\$56.127 millones**
(5.020 mil operaciones) | VOLUMEN DE VENTAS
ENERO 2021
- **\$51.611 millones**
(4.723 mil operaciones) | VOLUMEN DE VENTAS
FEBRERO 2021
- **\$10.929** | TICKET PROMEDIO
FEBRERO 2021

-14%
intermensual

-8%
intermensual

RUBROS CON MAYORES VENTAS MENSUALES



31%

Electrodomésticos



24%

Indumentaria



12%

Materiales para
la construcción

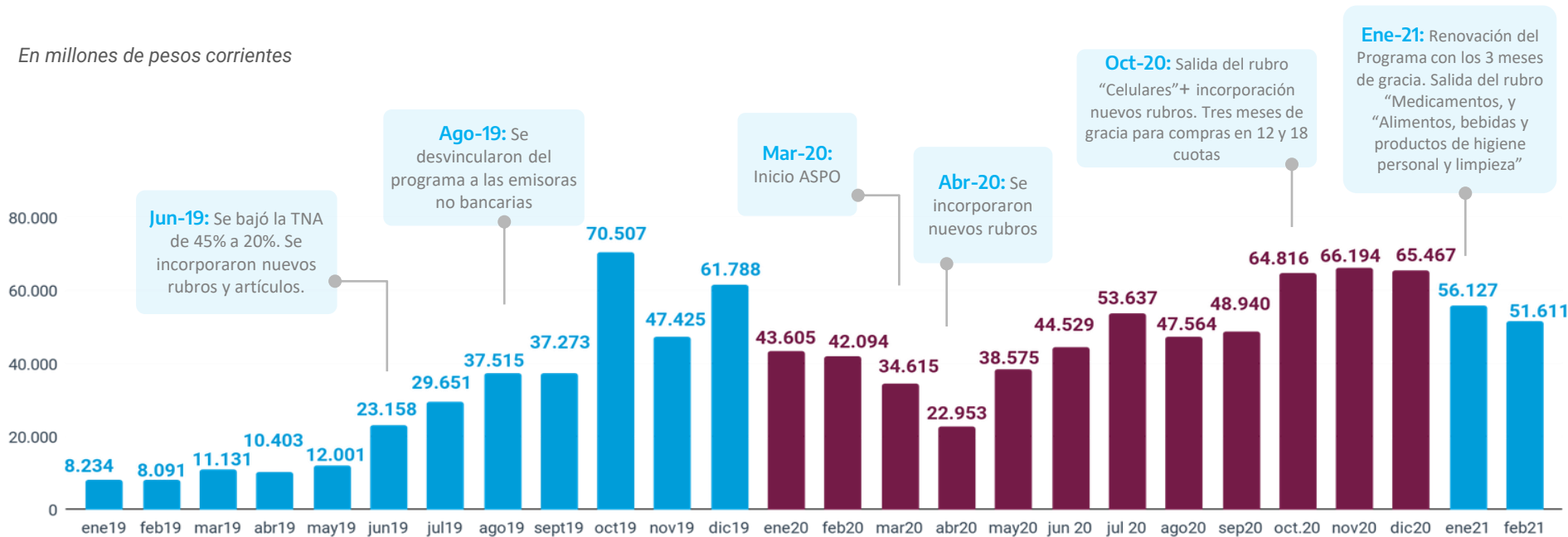
Resumen ejecutivo

- En **febrero**, las ventas del programa **cayeron 8% i.m.** No obstante, se ubican **en niveles similares a los previos a Navidad.**
- Tras el retroceso de enero frente al record navideño, **Indumentaria y Calzado** mostraron mayor dinamismo este mes (+2% i.m). **Turismo** se mantuvo en los niveles alcanzados desde su reactivación con la puesta en marcha del programa “PreViaje” y por la apertura progresiva interprovincial.
- Los **rubros relacionados al hogar** mostraron caídas respecto al mes anterior, aunque en términos interanuales la facturación de Electrodomésticos (Línea Blanca, Pequeños electrodomésticos y Televisores) y Muebles aumentó 2% y 8%, respectivamente.
- Se registraron **caídas intermensuales en todas las provincias del país**, excepto en Misiones (0%) y Formosa (9%).
- La facturación a través de **Agrupadores de Pago Digital (APD)** se ubicó en niveles similares al mes anterior, mientras que las operaciones registraron una disminución i.m del 4%. Desde su incorporación al programa, la participación de los AGD se situó en torno al 10%.
- Tanto la facturación como las operaciones a través de las **Plataformas de Comercio Electrónico (PCE)** disminuyeron (14% y 26%, respectivamente). La **participación** de las plataformas en el programa se mantuvo constante (3%).

Volumen de ventas en pesos corrientes

En febrero, la facturación **disminuyó 8%** con respecto al mes anterior, aunque se ubicó en torno a los **niveles previos a Navidad**.

En millones de pesos corrientes



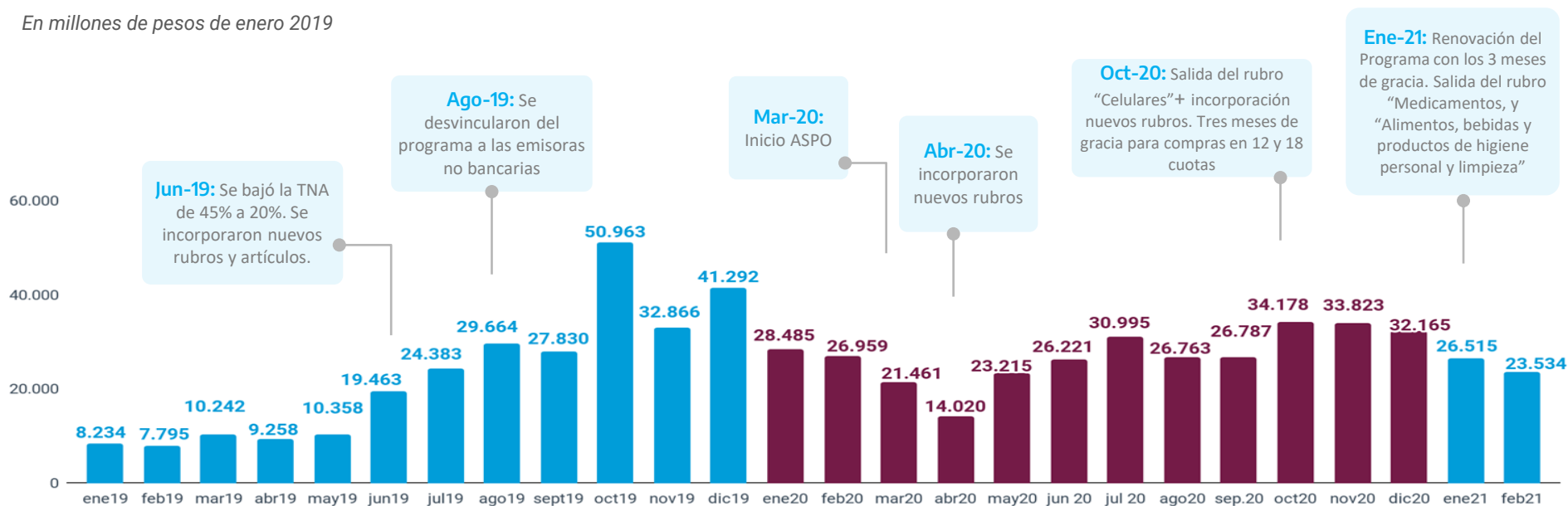
Datos provisorios

Fuente: DNPMI en base a datos aportados por las tarjetas de crédito

Volumen de ventas en pesos constantes

En la medición a pesos constantes, también las ventas se ubicaron un **11% por debajo** de los niveles de enero.

En millones de pesos de enero 2019



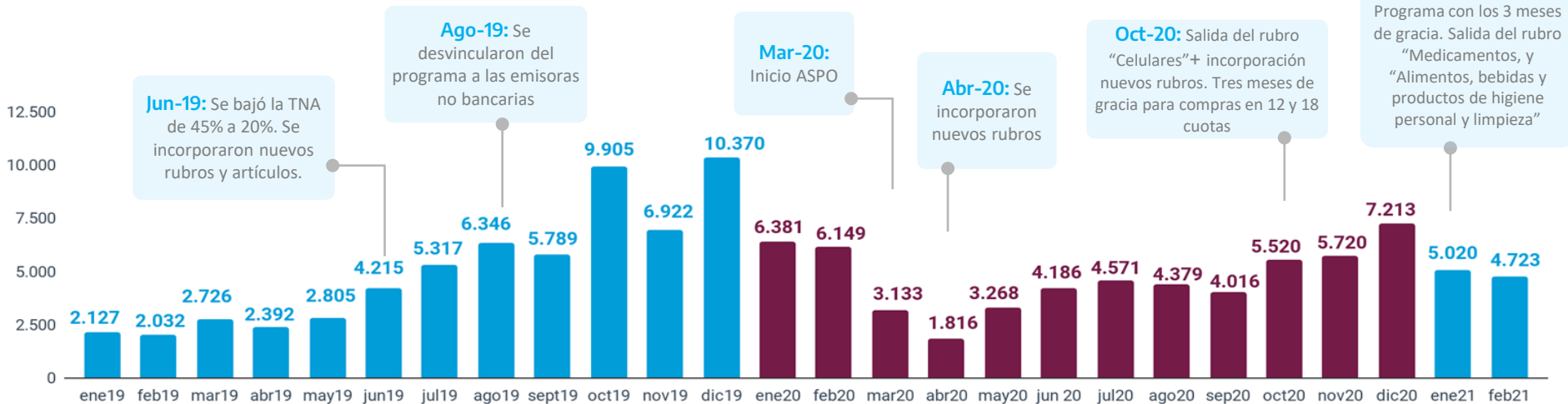
Datos provisorios

Fuente: DNPMI en base a datos aportados por las tarjetas de crédito

Cantidad de operaciones

Las operaciones de febrero **cayeron un 6%** en relación al mes anterior, y se ubicaron en **niveles similares** a los previos al último trimestre de 2020.

En miles de operaciones

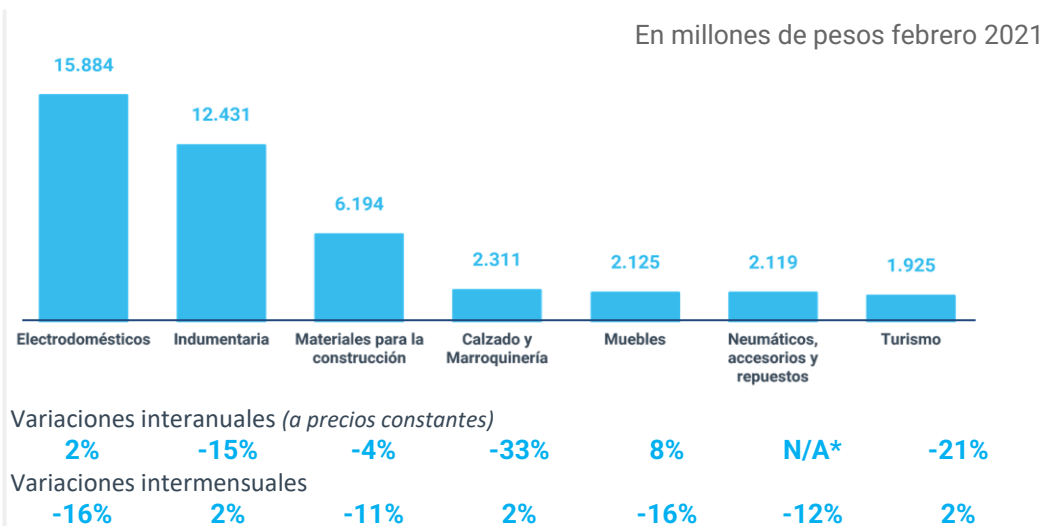
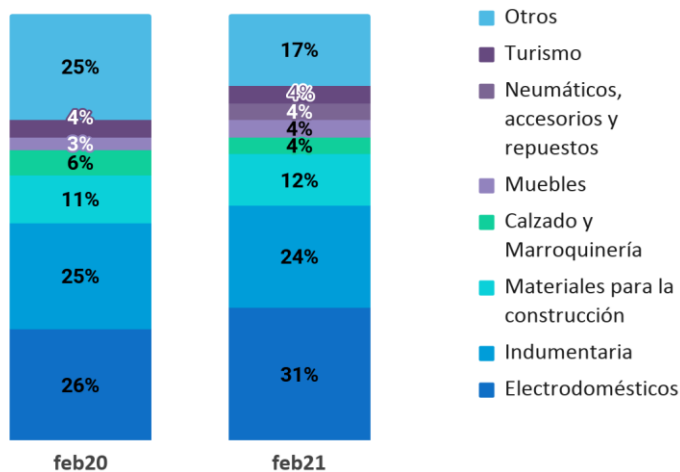


Datos provisorios

Fuente: DNPMI en base a datos aportados por las tarjetas de crédito

Ventas por rubro

Las ventas de **Indumentaria y Calzado y Marroquinería** crecieron 2% i.m. luego del retroceso en enero frente al récord navideño. Por otra parte, los **rubros relacionados al hogar** mostraron caídas respecto al mes anterior, aunque en términos interanuales la facturación de **Electrodomésticos y Muebles** aumentó 2% y 8%, respectivamente. **Turismo** se mantuvo en niveles similares desde su reactivación con la puesta en marcha del programa “PreViaje” y por la apertura interprovincial progresiva.



Datos provisionarios

* Electrodomésticos incluye los rubros Línea Blanca, Pequeños Electrodomésticos y Televisores.

* Neumáticos, accesorios y repuestos no se puede calcular la variación interanual por falta de datos.

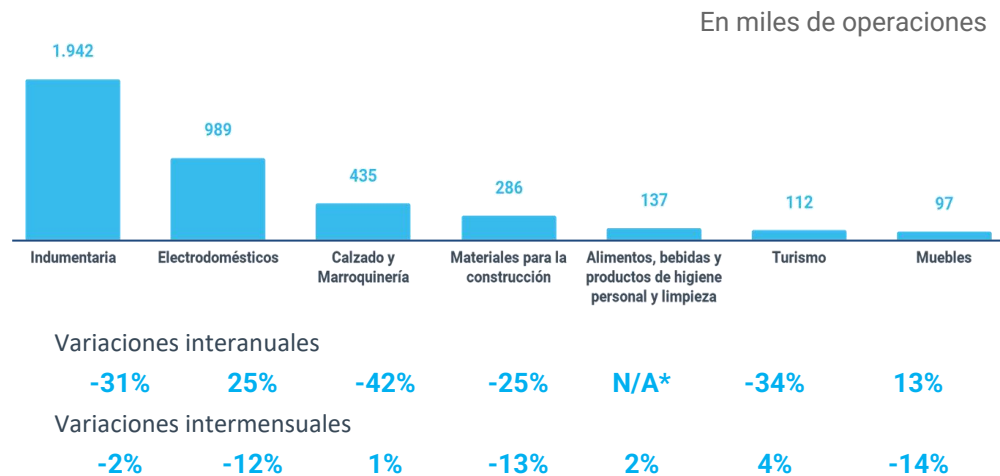
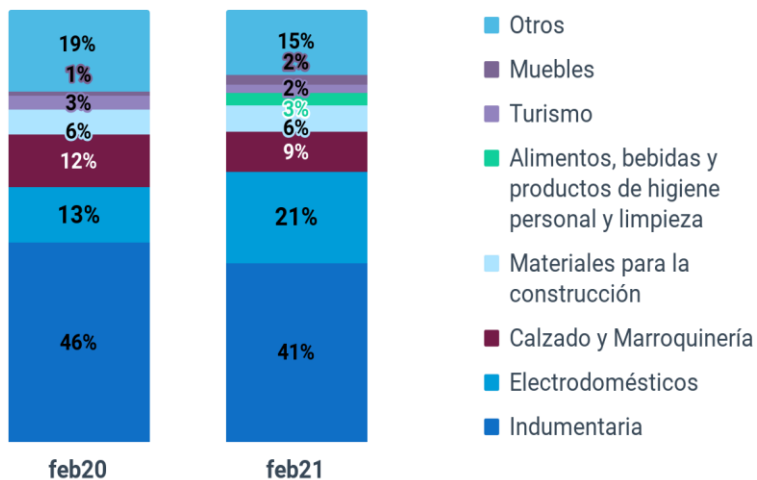
Fuente: DNPMI en base a datos aportados por las tarjetas de crédito

Operaciones por rubro

En febrero, las operaciones de los principales **rubros vinculados al hogar** cayeron en términos i.m., aunque frente a febrero 2020, Electrodomésticos y Muebles mostraron aumentos.

Por su parte, **Indumentaria y Calzado** mantuvieron niveles similares al mes anterior.

Turismo fue el rubro con mayor incremento i.m. en febrero (+4%)



Datos provisionarios

* Electrodomésticos incluye los rubros Línea Blanca, Pequeños Electrodomésticos y Televisores.

* Para el caso de Alimentos, bebidas y productos de higiene personal y limpieza no se puede calcular la variación interanual por falta de datos.

Fuente: DNPMI en base a datos aportados por las tarjetas de crédito

Facturación por provincia

PARTICIPACIÓN DE LAS VENTAS POR PROVINCIA

Febrero 2021

Buenos Aires: 32%

CABA: 33%

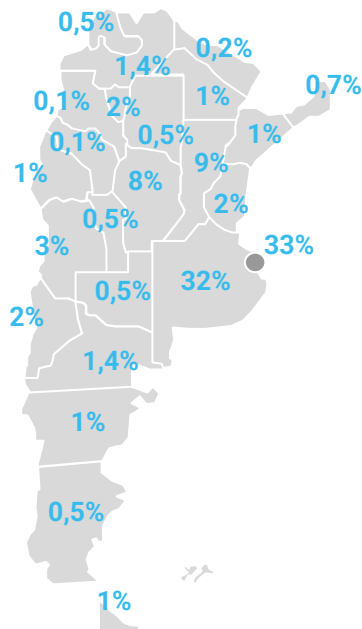
Centro: 19%

NOA: 5%

NEA: 3%

Cuyo: 5%

Patagonia: 5%



Si bien la concentración de las ventas del programa se mantuvo con respecto al mes previo, **CABA recuperó participación (pasó del 31,7% al 33%)**, posicionándose primera.

VAR. INTERMENSUAL DE LAS VENTAS POR PROVINCIA

Febrero 2021 / Enero 2021

Buenos Aires: -11%

CABA: -5%

Centro: -7%

NOA: -9%

NEA: -5%

Cuyo: -9%

Patagonia: -7%

En febrero, se registraron **caídas intermensuales en todas las provincias del país, excepto en Misiones (0%), y Formosa (9%)**.

