



Ministerio de
Desarrollo Productivo
Argentina

Secretaría de
Comercio Interior

Subsecretaría de Políticas
para el Mercado Interno



Ahora 12

Informe de Monitoreo

Marzo 2021



Resumen ejecutivo

Marzo 2021

● \$174.227 millones
(15.292 mil operaciones)

VOLUMEN DE VENTAS
2021

● \$51.665 millones
(4.723 mil operaciones)

VOLUMEN DE VENTAS
FEBRERO 2021

-8%
intermensual

● \$66.401 millones
(5.549 mil operaciones)

VOLUMEN DE VENTAS
MARZO 2021

+29%
intermensual

RUBROS CON MAYORES VENTAS MENSUALES



34%

Electrodomésticos



24%

Indumentaria



11%

Materiales para
la construcción

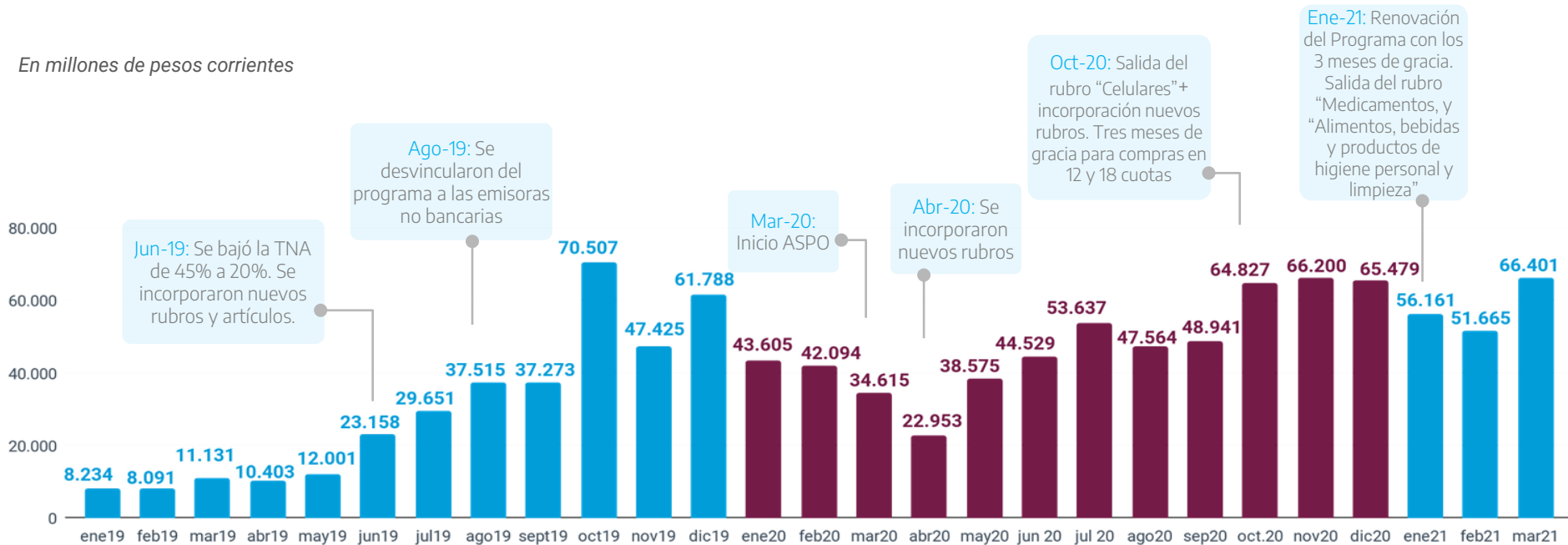
Resumen ejecutivo

- En **marzo**, las ventas del programa **aumentaron 29% i.m.** Así, la facturación alcanzó un **nuevo record**, con valores cercanos a los registrados durante Navidad.
- Los **principales rubros mostraron incrementos frente a febrero**. Las ventas de **Electrodomésticos** (Línea blanca, Pequeños electrodomésticos y televisores) crecieron 40% i.m., impulsadas en parte por los descuentos en el marco del Electro Fest, evento que tuvo lugar a mediados de marzo. El **resto de los rubros** (Indumentaria, Calzado, Materiales para la construcción y Muebles) aumentaron en torno al 20% i.m.
- Asimismo, Electrodomésticos, Indumentaria y Materiales para la Construcción **mostraron incrementos cercanos al 50% frente a igual período del 2020**, momento de inicio del Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio (ASPO).
- Se registraron tanto **aumentos intermensuales** como **aumentos del consumo per cápita en todas las provincias** del país.
- Las ventas y las operaciones a través de **Agrupadores de Pago Digital (APD)** aumentaron 39% y 23% i.m, respectivamente, en marzo. La incidencia de los APD en el programa creció y alcanzó el 12% (+1 p.p. respecto a febrero).
- Tanto las ventas como las operaciones a través de las **Plataformas de Comercio Electrónico (PCE)** aumentaron (42% y 12% respectivamente). Su participación en las ventas del programa se mantuvo en torno al 3%.

Volumen de ventas en pesos corrientes

En marzo, la ventas del programa **augmentaron 29%** con respecto al mes anterior, y se convirtió en el mes de mayor facturación del primer trimestre del 2021. Este incremento fue impulsado en parte por el evento “Electro Fest”.

En millones de pesos corrientes



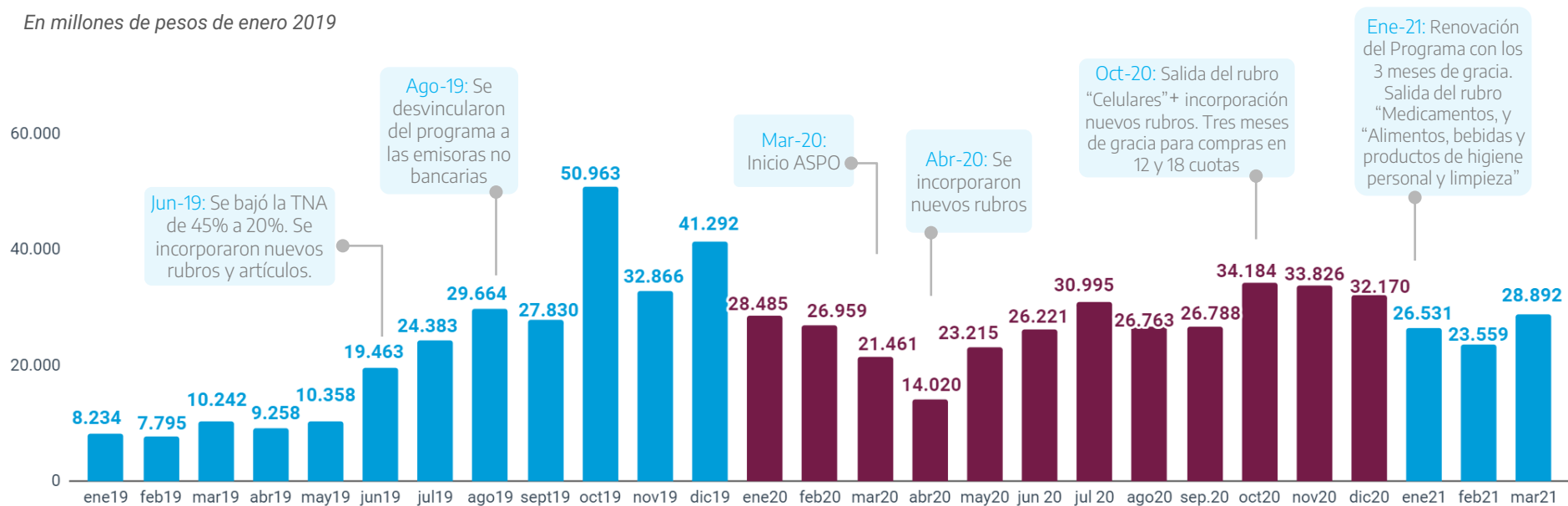
Datos provisorios

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

Volumen de ventas en pesos constantes

En la medición a pesos constantes, también se evidenció un **aumento de la facturación del 23%** respecto a los niveles de febrero.

En millones de pesos de enero 2019



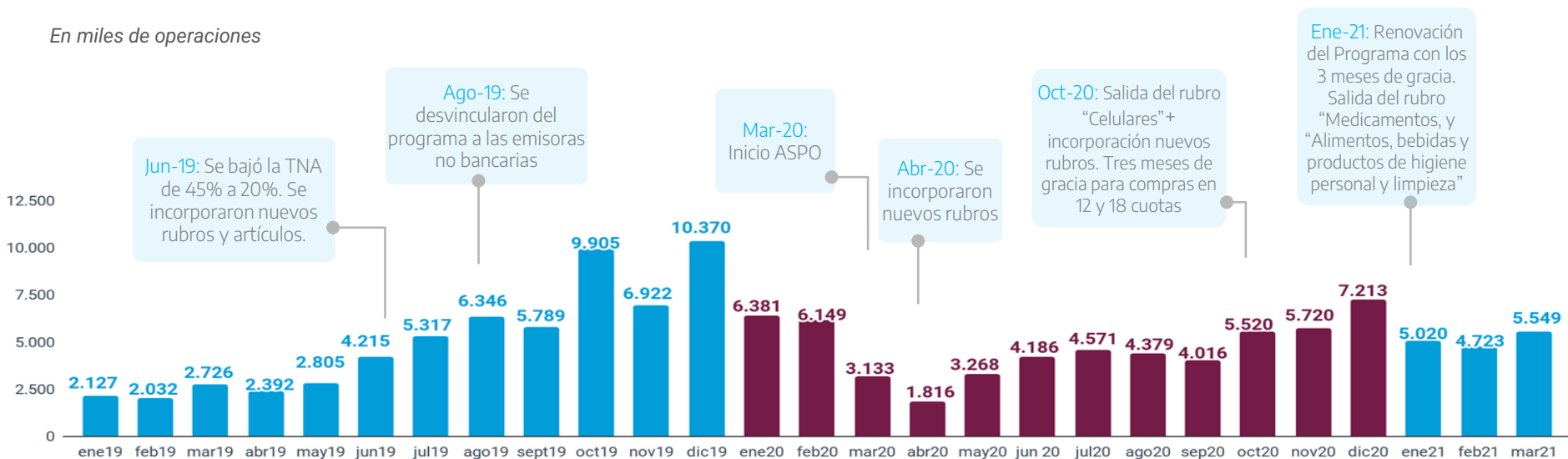
Datos provisionarios

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

Cantidad de operaciones

Las operaciones **aumentaron 17% i.m** alcanzando nuevamente los niveles registrados previos al pico de la Navidad.

En miles de operaciones



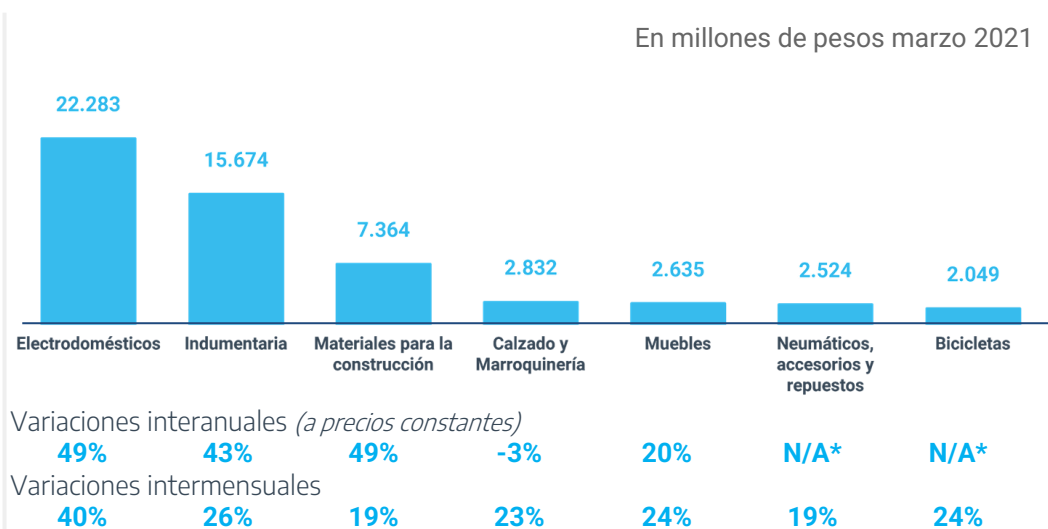
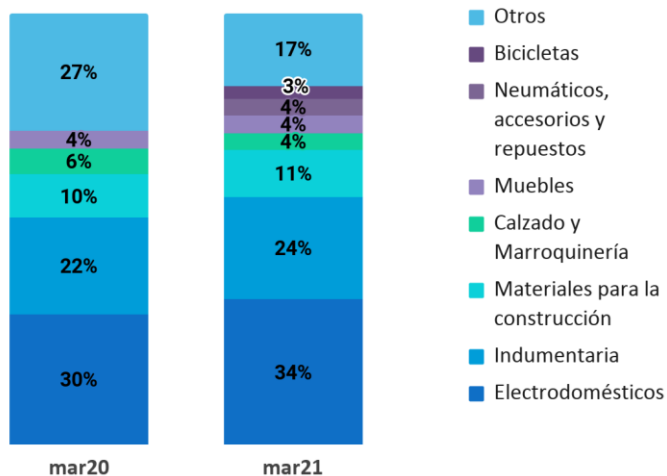
Datos provisionarios

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

Ventas por rubro

En **marzo**, las ventas de los principales rubros aumentaron respecto al mes previo. **Electrodomésticos** presentó la mayor variación intermensual (+40%), impulsada por las ventas en el marco del Electro Fest, mientras que los demás rubros crecieron en torno al 20% i.m. Asimismo, **Electrodomésticos, Indumentaria y Materiales para la Construcción** mostraron incrementos cercanos al 50% frente a igual periodo del 2020.

En particular, en marzo **Bicicletas** se ubicó entre los 7 rubros de mayor facturación.



Datos provisionarios

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

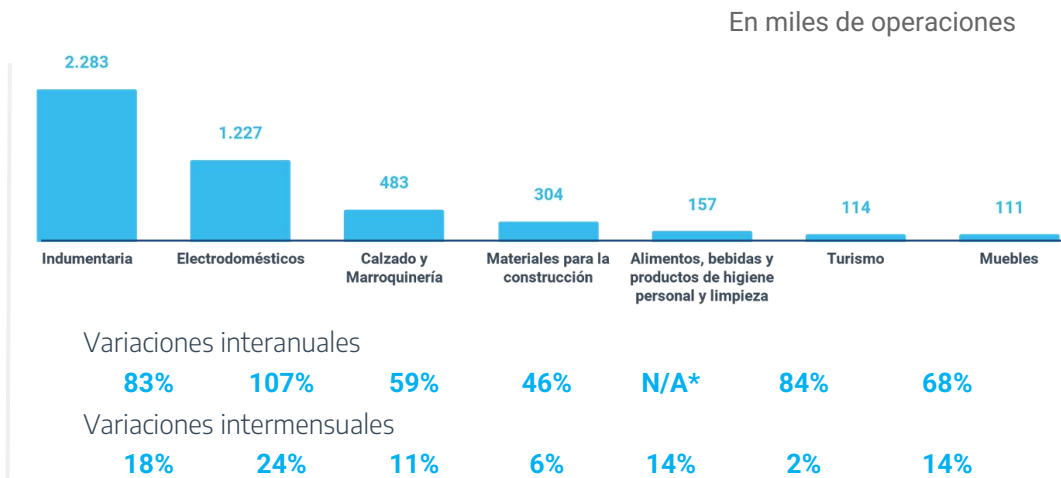
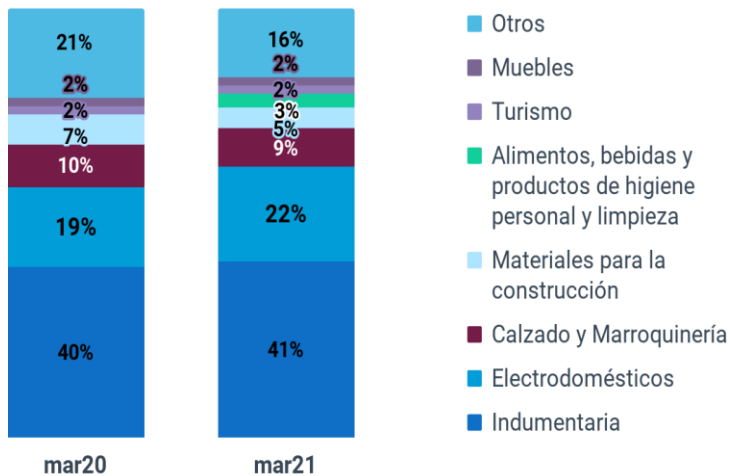
* Neumáticos, accesorios y repuestos no se puede calcular la variación interanual por falta de datos.

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

Operaciones por rubro

Los **principales rubros** mostraron incrementos i.m. en marzo. En el segmento relacionado al hogar, se destacaron **electrodomésticos y muebles** con subas de 24% y 14%, respectivamente. Por su parte, **Indumentaria y calzado** recuperaron dinamismo luego del descenso de comienzo de año.

Adicionalmente, las operaciones de **todos los rubros crecieron respecto a marzo 2020**, momento del inicio del Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio (ASPO).



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: DNPDMI en base a datos aportados por las tarjetas de crédito

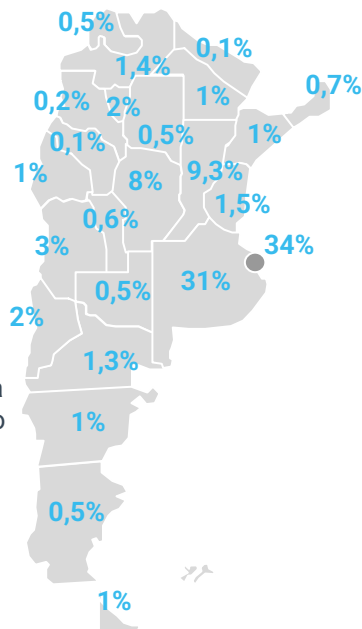
Facturación por provincia

PARTICIPACIÓN DE LAS VENTAS POR PROVINCIA

Marzo 2021

Buenos Aires: 31%
CABA: 34%
Centro: 19%
NOA: 5%
NEA: 2%
Cuyo: 4%
Patagonia: 5%

Durante este mes **CABA continuó ganando participación**, mientras que la Provincia de Buenos Aires por segundo mes consecutivo registró una menor concentración de las ventas del programa (del 33% pasó a representar el 31%).



VAR. INTERMENSUAL DE LAS VENTAS POR PROVINCIA

Marzo 2021 / Febrero 2021

Buenos Aires: 25%
CABA: 33%
Centro: 32%
NOA: 26%
NEA: 27%
Cuyo: 25%
Patagonia: 24%

En marzo, se registraron **aumentos intermensuales en todas las provincias del país**. **Catamarca, Chaco, Santa Fe y Santiago del Estero** presentaron **las mayores variaciones i.m.**, de un 40% al 43%.

