



Centro de Estudios Económicos Argentina XXI

Informe de Consumo Mensual

Enero 2021

PROYECCIONES

Según estimaciones oficiales y privadas, este año la economía tendría un rebote ligado al arrastre estadístico (la baja base de comparación que nos deja 2020) y no por crecimiento de la economía. Esto llevaría a tener un mayor margen de consumo de los hogares.

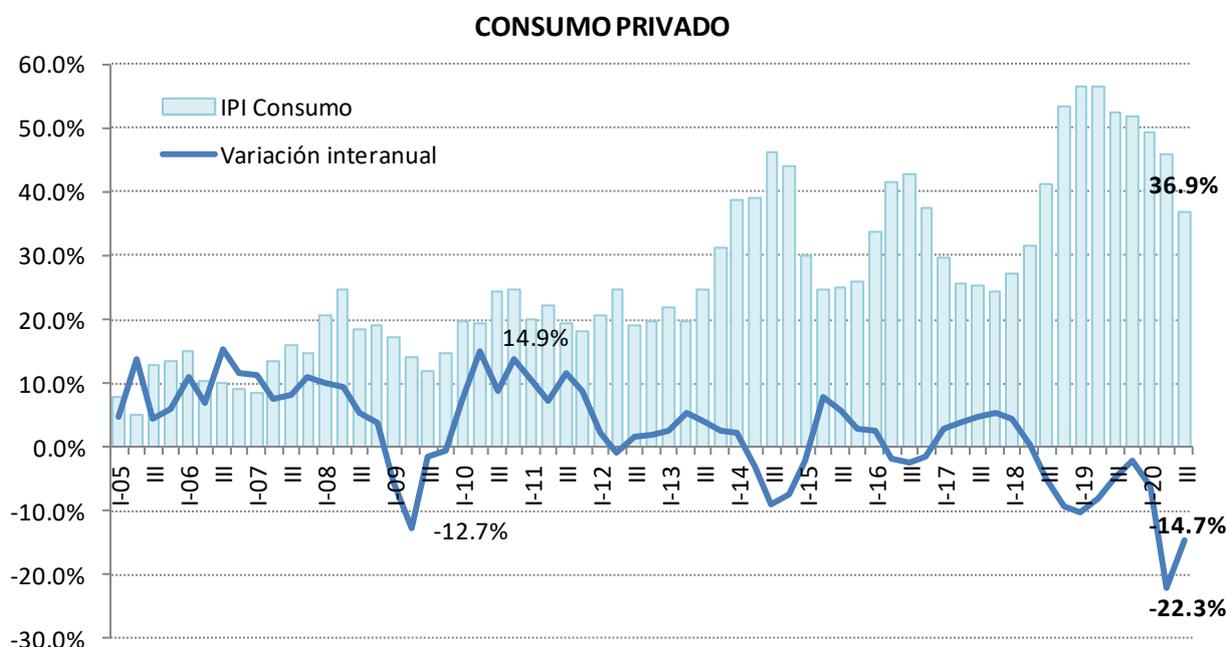
Sin embargo, analizando las últimas cifras, se observa que las perspectivas en cuanto a situación macroeconómica y personal continúan siendo muy negativas, mientras que solo se muestran positivos respecto a durables, ítem que tiende a subir durante períodos de alta inflación: los hogares planean consumir bienes de este tipo, los cuales pueden financiar en planes de 12 y 18 cuotas sin interés, a fin de ganarle de alguna manera a la inflación.

Un dato a destacar es el desempeño de los centros de compras, los cuales duplicaron su facturación respecto al mes previo, pero solo se explica por el relajamiento de las restricciones, lo cual también tuvo un efecto positivo sobre la recaudación real del IVA. Mientras que si se analizan en términos reales sigue en los niveles de los meses previos, al igual que el resto de los consumos (supermercados, mayoristas y servicios públicos).

De esta manera, tendremos un 2021 con un consumo débil, el cual puede de alguna manera mejorar relativamente respecto a 2020 por las subas salariales (aunque el gobierno ya fijó un “techo” del 30%). Sin embargo, si bien desde el gobierno plantean que no habrá IFE ni ATP, los planes sociales subirán por encima del 30% dado que frente al año electoral, el kirchnerismo derrochará recursos para mantener “feliz” a su base (improductiva) electoral.

CONSUMO PRIVADO

Según INDEC, el consumo privado se contrajo en el tercer trimestre un 14,7% interanual.



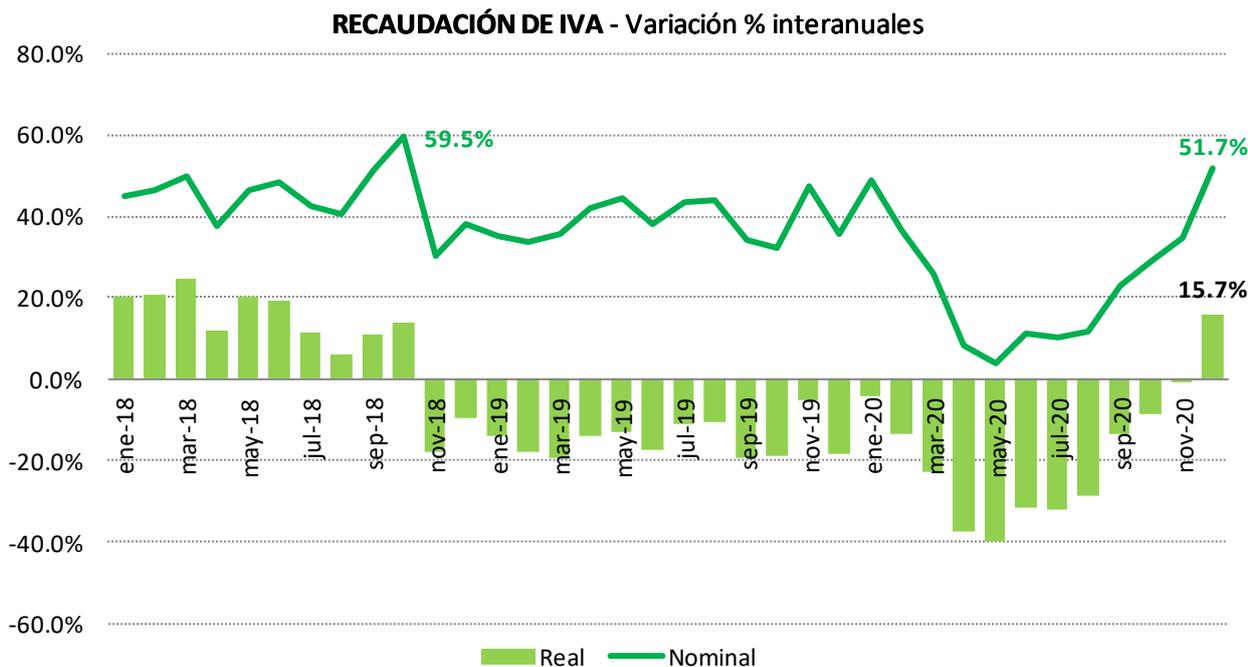
Fuente: CEEAXXI en base a INDEC

Analizando desde el primer trimestre de 2005 hasta 2020, el crecimiento promedio fue de 2,4%, aunque lleva 9 trimestres consecutivos de caídas, promediando una baja del 9,2%.

En tanto, cuando analizamos la evolución de precios implícitos del consumo, calculado en base a las cuentas nacionales, durante el tercer trimestre de este año los precios se incrementaron un 36,9% interanual, por encima de la inflación medida por el IPC.

RECAUDACION IVA

Durante diciembre, la recaudación de IVA totalizó los \$203.985 millones. En términos nominales, esto implicó una suba del 51,7% interanual de la recaudación, aumento respecto del mes anterior (+15,7%), lo que muestra un rebote del consumo, explicado principalmente por la estacionalidad del mes último mes del año.



Fuente: CEEAXXI en base a AFIP e INDEC

Cuando se deflacta por el índice de precios, se verifica que desde el comienzo del aislamiento social la recaudación de IVA ha caído fuertemente en términos reales: en mayo se contrajo un 39,8%, en junio un 31,4%, en julio un 32,3%, en agosto un 28,8% y en septiembre un 13,6%, mientras que el ritmo de contracción de octubre fue del 8,5% debido a la cada vez mayor flexibilización de la cuarentena, y durante noviembre, sólo se contrajo un 0,8% debido a la mayor actividad. Recién en diciembre de 2020 logra el primer resultado positivo desde noviembre de 2018.

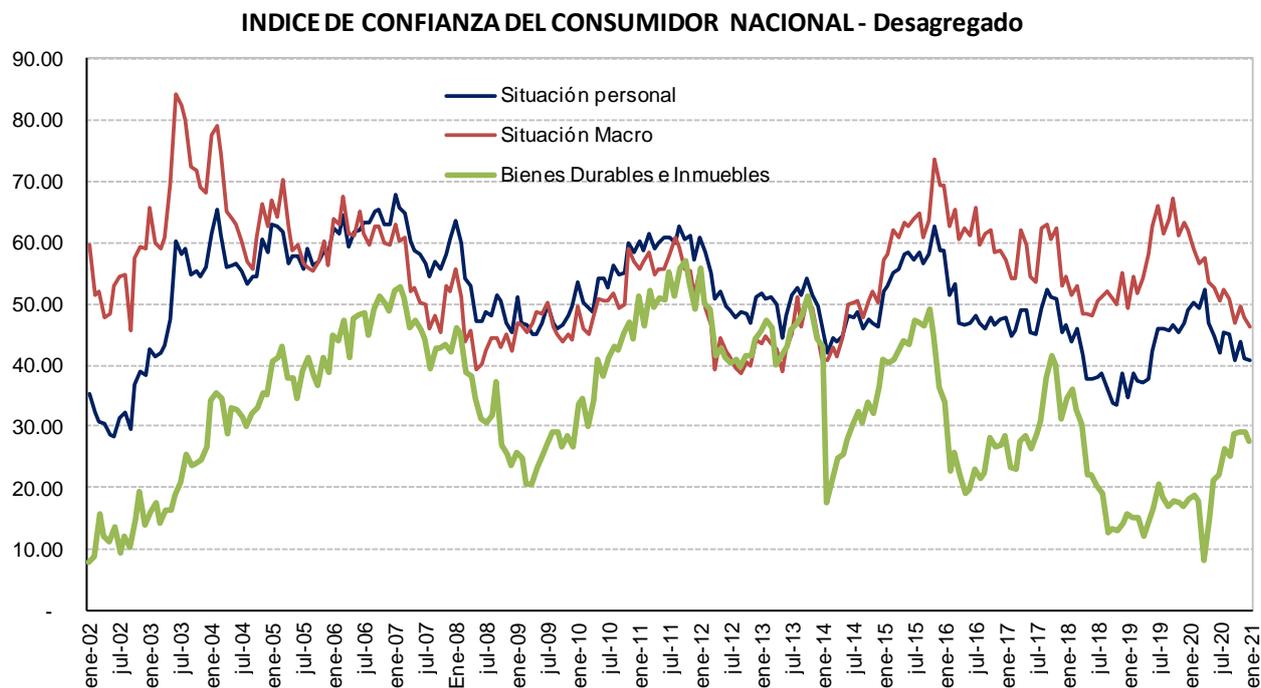
CONFIANZA DEL CONSUMIDOR

En el mes de enero, la confianza del consumidor, de acuerdo al ICC elaborado por la Universidad Torcuato Di Tella (UTDT) se contrajo un 2,8% respecto a diciembre, mientras que en la comparación interanual se redujo un 11,2%.



Fuente: CEEAXXI en base a UTDT

En el gráfico se observa que se encuentra actualmente casi 5 puntos por debajo del promedio histórico, y volviendo a caer, continuando la tendencia del mes previo.



Fuente: CEEAXXI en base a UTDT

La caída del 2,8% mensual se explica por la contracción de todos los componentes: 0,9% el subíndice Situación Personal, 3,4% de la Situación Macroeconómica, y 4,8% Bienes Durables e Inmuebles.

En tanto, respecto a enero de 2020, la contracción del 11,2% del nivel general se explica por una fuerte caída en la Situación Macroeconómica (-25,6%), seguido de Situación Personal (-16,6%), mientras que Bienes Durables se incrementó fuertemente un 53,1% i.a.

Si bien se muestra un repunte en el consumo de Bienes Durables, se observa en el gráfico que este se encuentra “rebotando” desde sus mínimos históricos, mientras los demás subíndices se ubican muy por encima, a pesar de los desplomes de los últimos meses.

COMERCIO

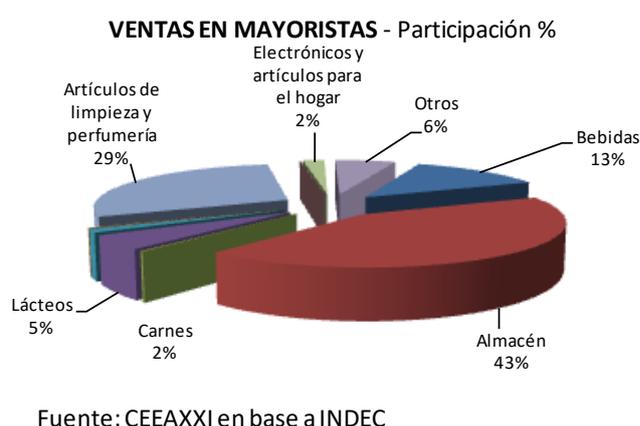
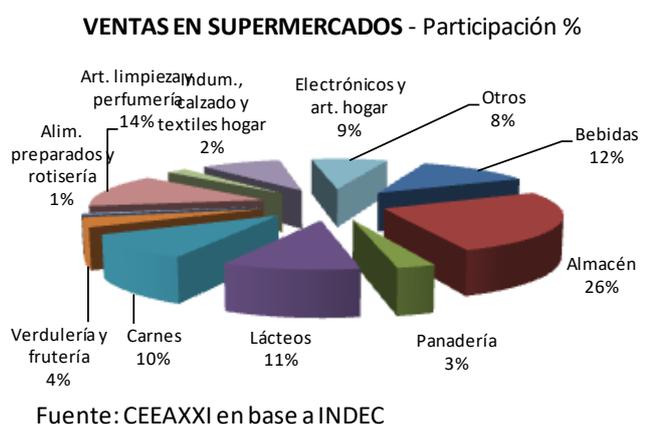
Bienes

La caída del consumo de bienes podemos analizarla considerando tres encuestas elaboradas por el INDEC: Centro de compras (*shoppings*), supermercados y autoservicios mayoristas.

Sin lugar a dudas, los primeros han sido los más afectados, sin embargo, en el mes de noviembre vendieron casi el doble respecto al mes previo: \$7.044,6 millones de pesos corrientes contra \$3.721,8 millones corrientes en octubre (\$1.837,4 millones constantes), lo que implicó una caída respecto a noviembre de 2019 del 26,1% en términos nominales y 52,2% constantes. De esta manera, aunque continúan en terreno negativo, la reapertura parcial de los centros de compras ha permitido un rebote en el consumo.

			Centros de compras	Supermercados	Autoservicios mayoristas
Ventas totales	a precios corrientes	Millones de pesos	7,044.6	91,186.5	15,162.4
	a precios constantes		1,837.4	24,034.5	4,116.4
Variación porcentual interanual	a precios corrientes	%	-26.1	34.1	33.2
	a precios constantes		-52.2	-1.1	3.6

Los supermercados y mayoristas, en tanto, debido al tipo de bienes de consumo mayormente no durable que expenden, han facturado \$91.186,5 millones (por encima del mes previo) y \$15.162,4 millones corrientes (\$24.034,5 millones y \$4.116,4 millones constantes, respectivamente). Esto implica una suba del 34,1% y del 33,2% en términos nominales, pero cuando ajustamos los valores por inflación, la venta de supermercados se redujo un 1,1% en términos reales, mientras que la de mayoristas se incrementó un 3,6% i.a.

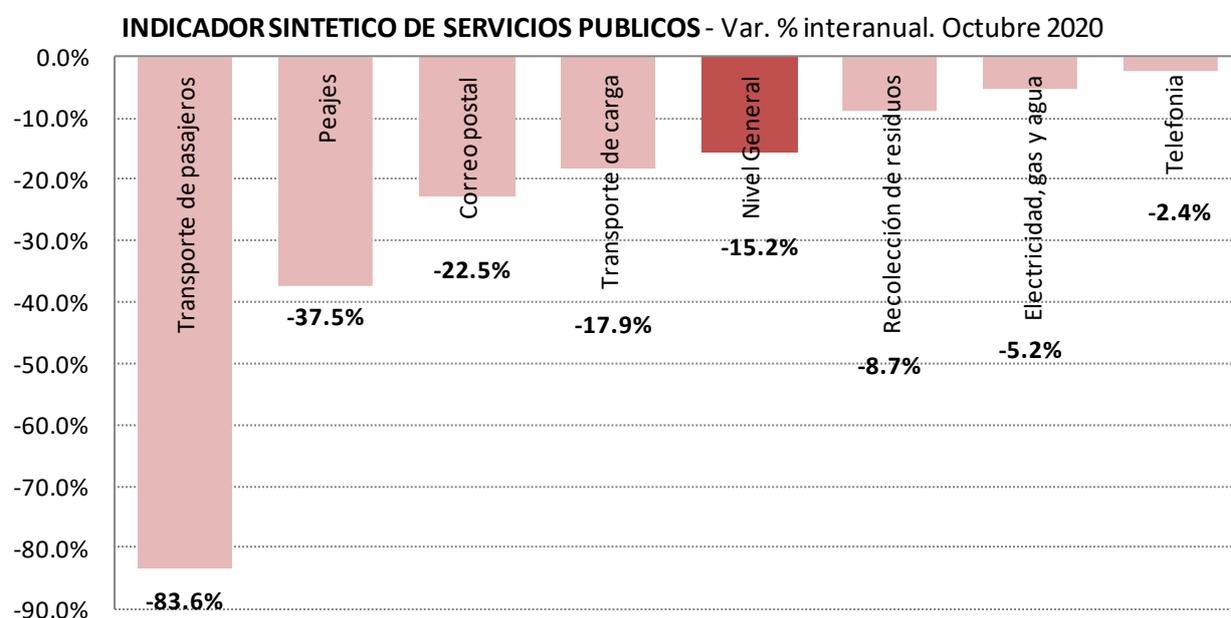


Analizando que consumen los argentinos en supermercados y mayoristas, en el mes de noviembre el mayor gasto realizado en ambos fue en almacén: mientras representó el 26% de la facturación de los supermercados, y casi la mitad (43%) de las ventas mayoristas.

Otro rubro que tuvo una fuerte participación en mayoristas fue artículos de limpieza y perfumería, que representó el 29%, mientras en los supermercados alcanzó el 14% de las ventas. El resto del consumo se concentra principalmente en supermercados: bebidas (12%), lácteos (11%), carnes (10%), verdulería y frutería (4%) y panadería (3%).

Servicios

De acuerdo al Indicador Sintético de Servicios Públicos relevado por el INDEC, durante octubre, el Nivel General de estos servicios se contrajo un 15,2% interanual, siendo este el séptimo mes completo de aislamiento preventivo - con algunas flexibilización - en el marco de la pandemia, mientras que respecto a septiembre presentó una suba de 0,9% mensual.



Fuente: CEEAXXI en base a INDEC

Desagregado por servicio, se observa que las mayores caídas interanuales se verificaron en los ligados a la movilidad de las personas: Transporte de Pasajeros 83,6% y Peajes 37,5%, seguido de Correo Postal (-22,5%). En tanto, los restantes servicios también presentaron variaciones interanuales negativas: Transporte de Carga (-17,9%), Recolección de Residuos (-8,7%), Electricidad, Gas y Agua (-5,2%) y Telefonía (-2,4%).