



# Indicador de consumo

# BBVA Research Big Data

## ARGENTINA

20 de octubre de 2022

## Mensajes principales



En septiembre, el consumo total con tarjetas BBVA volvió a caer en términos reales (-9,4% a/a) de manera más intensa que en el mes anterior (-2,9% a/a). Las mayores retracciones se concentraron en la primer quincena (-18,2% a/a promedio) medido en moneda constante. La cantidad de operaciones también se contrajo por segundo mes consecutivo (-0,7% a/a). Respecto de agosto, los gastos en bienes cayeron más que los gastos en servicios (-8,0% vs -2,5%), pero las cantidades se mantuvieron relativamente estables.



Todos los rubros exhibieron durante septiembre una baja en el nivel de gastos, excepto los vinculados a turismo (Alojamiento, Transporte, Viajes) y Cuidado y Belleza. Sin embargo, el análisis de la cantidad de transacciones por categoría no replica ese comportamiento sino que hasta se han incrementado. Como resultado, lo que se obtiene es una significativa contracción del gasto real promedio por transacción. En gran medida, parte del retroceso en los montos medios consumidos (en precios constantes) es producto del avance inflacionario, y se hace sentir más fuertemente en las compras de bienes.



Solamente tres de los dieciocho rubros registraron en septiembre un consumo promedio real por transacción superior al de la prepandemia: Ocio y entretenimiento (+39,7%), Otros servicios (+25,6%) y Moda (+19,1%). Los dos últimos con un notable repunte a partir de julio. En el otro extremo, se ubican los gastos de Tecnología (-78,9%), Hogar (-56,8%) y Viajes (-50,2%). Cabe destacar el comportamiento particular del rubro Hogar, con una cantidad de operaciones creciente en 2022 (en septiembre se posicionó 160% por encima del nivel de transacciones prepandemia) y un gasto total en términos reales relativamente estancado que en el último mes relevado se ubicó 20% por encima del consumo promedio real de 2019.



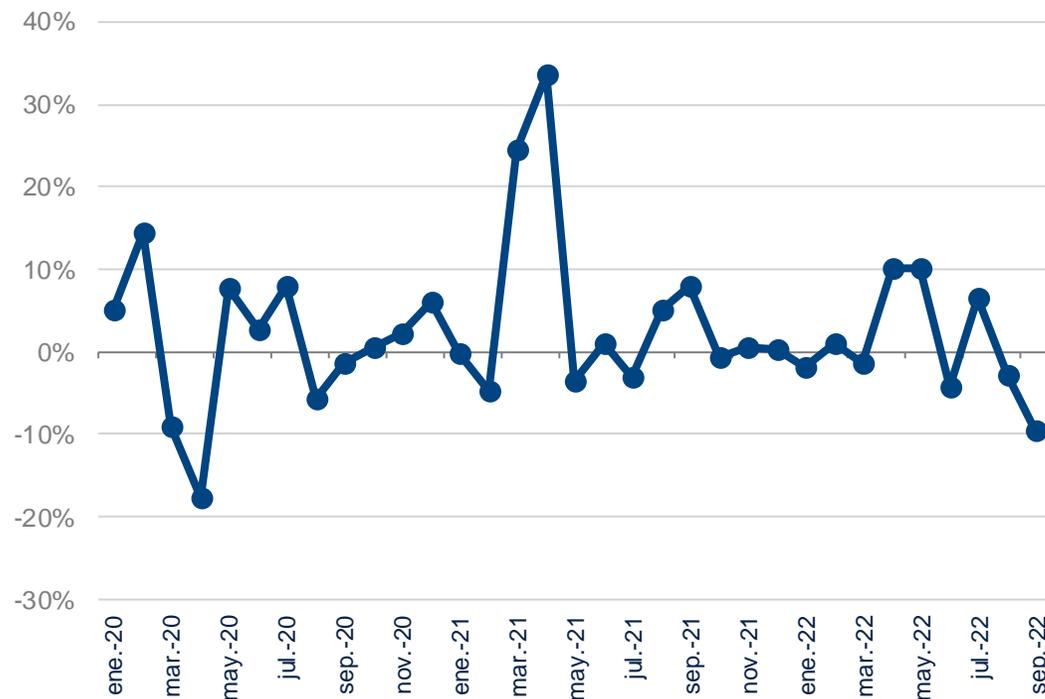
Respecto de nuestros indicadores vinculados a la actividad económica, las ventas de combustibles de todo el 3T22 medidas sin estacionalidad fueron apenas 1% mayores a las del trimestre anterior dando cuenta del nivel de estancamiento que se refleja en la actividad, cuyos datos oficiales se conocerán en diciembre. Por otro lado, la brecha cambiaria sigue siendo muy relevante en las decisiones de gasto en Construcción, Hogar y Tecnología. En septiembre, el diferencial de tipo de cambio se redujo 7,1% m/m mientras que las compras en Hogar lo hicieron en 5,5% m/m y las de Tecnología, en 8,3% m/m (en pesos constantes).



En sintonía con el comportamiento de la mayoría de los rubros, durante septiembre la cantidad de compras en supermercados se expandieron 22,5% a/a pero el monto total apenas creció 0,9% a/a. Esto derivó en una contracción del gasto promedio real por operación en este rubro de 17,6% a/a para el noveno mes del año y así se contabilizan 19 meses consecutivos de caída en el consumo medio en este rubro (en pesos constantes). En función del alto grado de correlación entre nuestro indicador en tiempo real y los datos del INDEC, pronosticamos una réplica de esta conducta en las cifras oficiales.

# El 3T22 finalizó con una nueva caída de los consumos con tarjeta: los montos tanto en bienes como en servicios registraron otra retracción interanual consecutiva

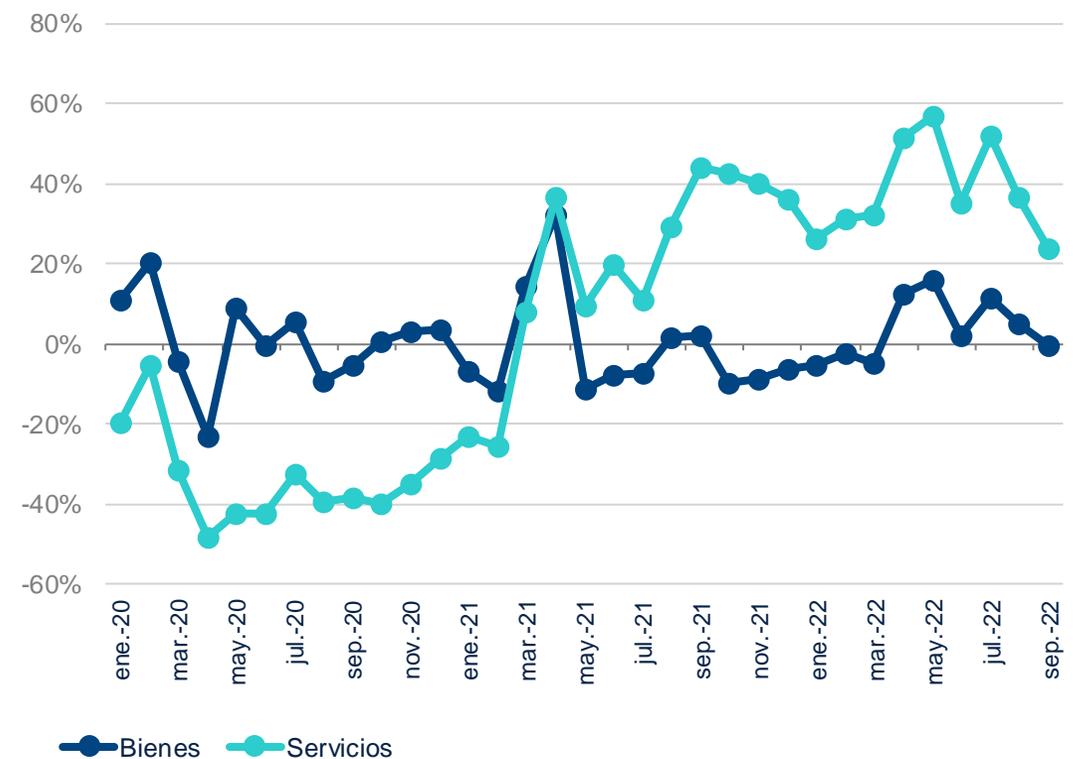
## CONSUMO TOTAL MENSUAL CON TARJETAS (VAR. % A/A; ARS CONSTANTES)



Fuente: BBVA Research e INDEC

Nota metodológica: los montos se encuentran deflactados por la inflación núcleo.

## CONSUMO TOTAL MENSUAL EN BIENES Y SERVICIOS (VAR. % A/A; ARS CONSTANTES)

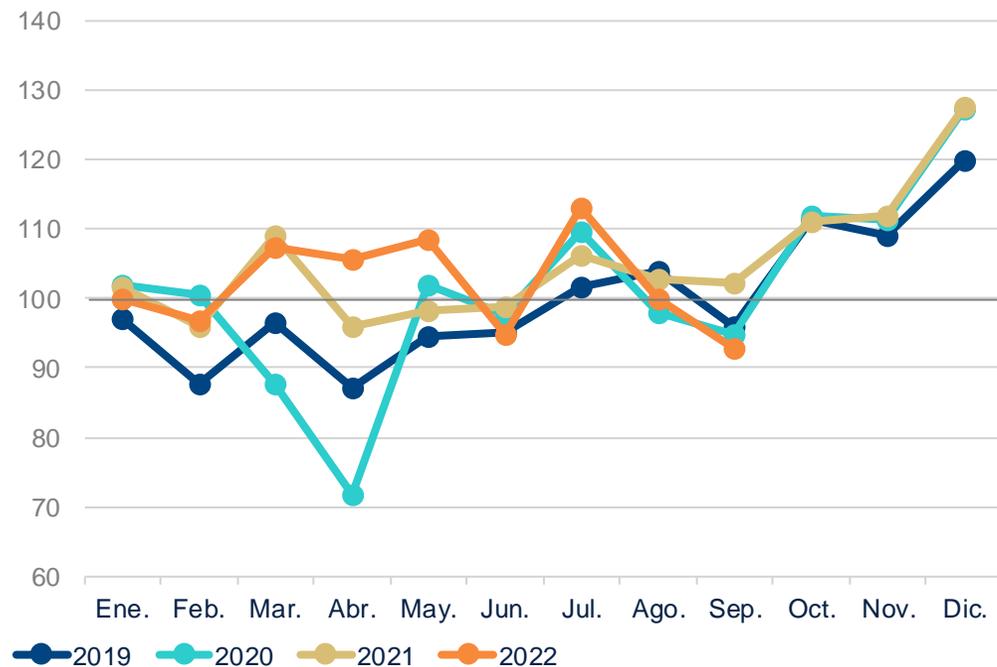


Fuente: BBVA Research e INDEC

Nota metodológica: los montos se encuentran deflactados por la inflación núcleo. No se incluye el consumo en Plataformas virtuales que si está incluido en el indicador total del gráfico de la izquierda.

## La cantidad de operaciones se mantuvo levemente por debajo del nivel de agosto, pero el gasto total cayó más fuertemente quedando en registros inferiores a los de 2020

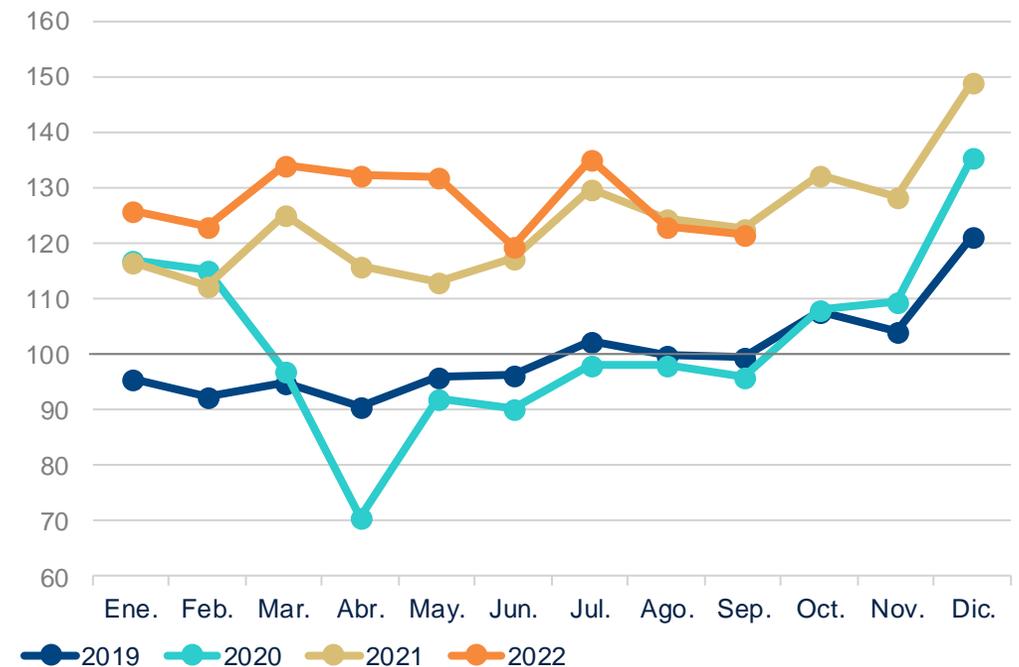
**CONSUMO TOTAL CON TARJETAS: MONTO GASTADO**  
(BASE PROM. 2019 = 100, ARS CONSTANTES)



Fuente: BBVA Research e INDEC

Nota metodológica: los montos se encuentran deflactados por la inflación núcleo.

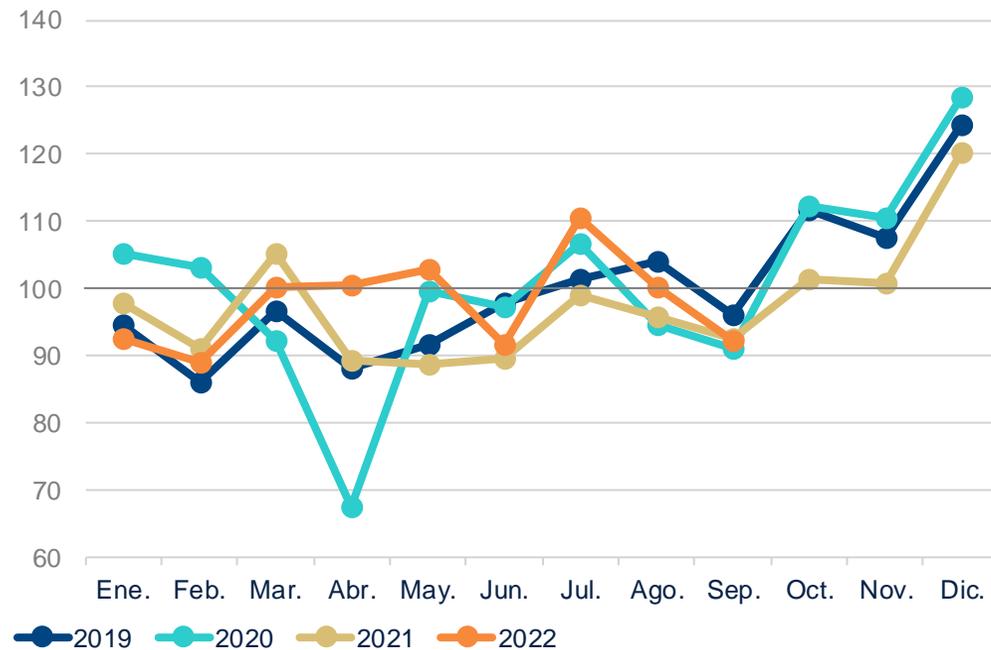
**CONSUMO TOTAL CON TARJETAS: CANTIDAD DE OPERACIONES**  
(BASE PROM. 2019 = 100)



Fuente: BBVA Research

# Las transacciones en bienes se mantuvieron casi igual que en el mes previo, pero la baja en monto fue significativa

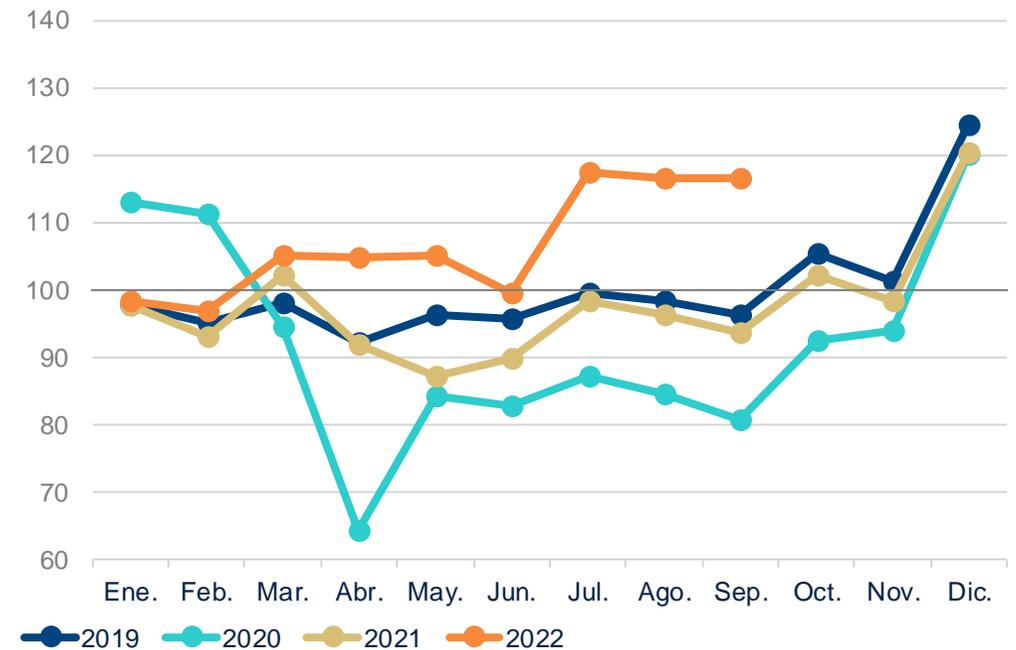
**CONSUMO DE BIENES CON TARJETAS EN MONTO**  
(BASE PROM. 2019 = 100, ARS CONSTANTES)



Fuente: BBVA Research e INDEC

Nota metodológica: los montos se encuentran deflactados por la inflación núcleo.

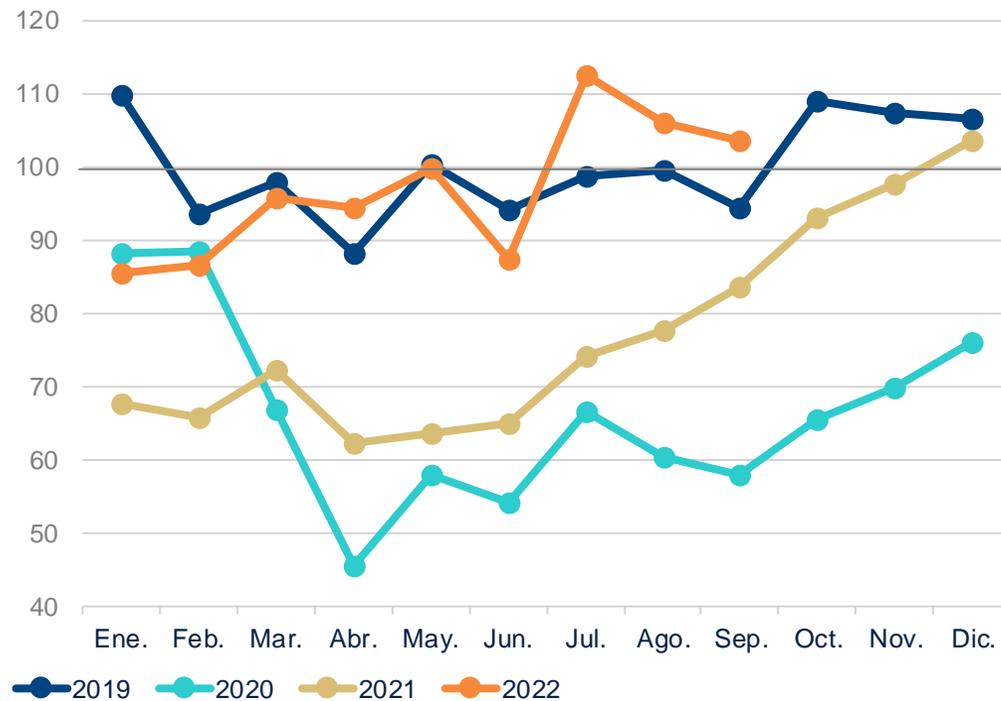
**CONSUMO DE BIENES CON TARJETAS EN CANTIDADES**  
(BASE PROM. 2019 = 100)



Fuente: BBVA Research

## En cambio, los gastos en servicios presentan contracciones tanto en monto como en cantidades, pero permanecen en niveles superiores a los de los últimos años

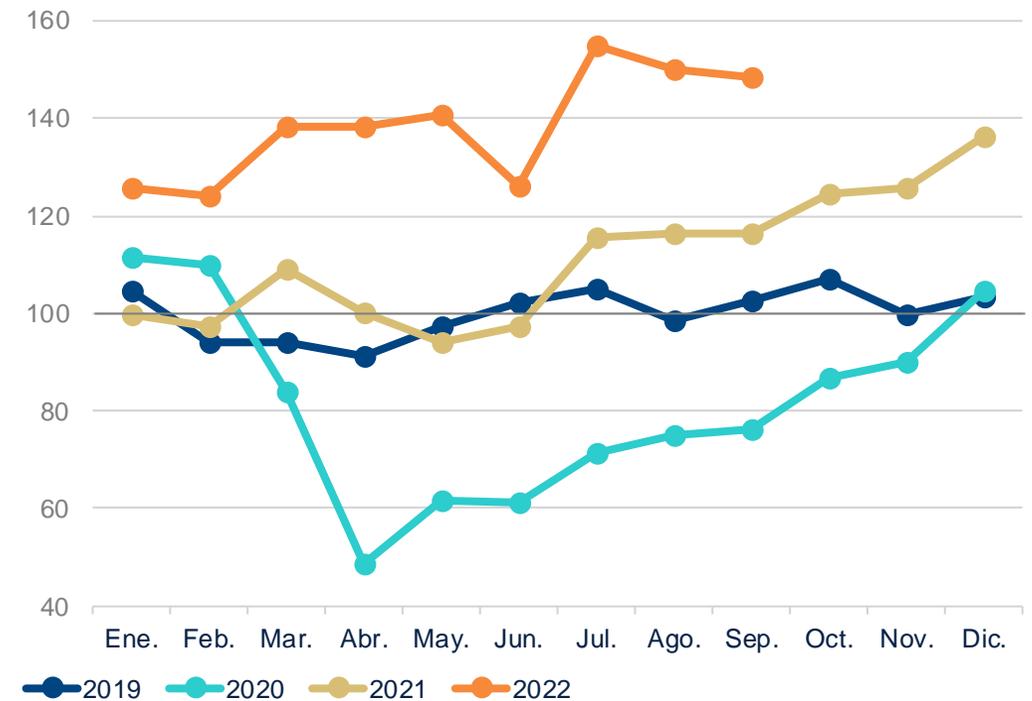
**CONSUMO DE SERVICIOS CON TARJETAS EN MONTO**  
(BASE PROM. 2019 = 100, ARS CONSTANTES)



Fuente: BBVA Research e INDEC

Nota metodológica: los montos se encuentran deflactados por la inflación núcleo.

**CONSUMO DE SERVICIOS CON TARJETAS EN CANTIDADES**  
(BASE PROM. 2019 = 100)

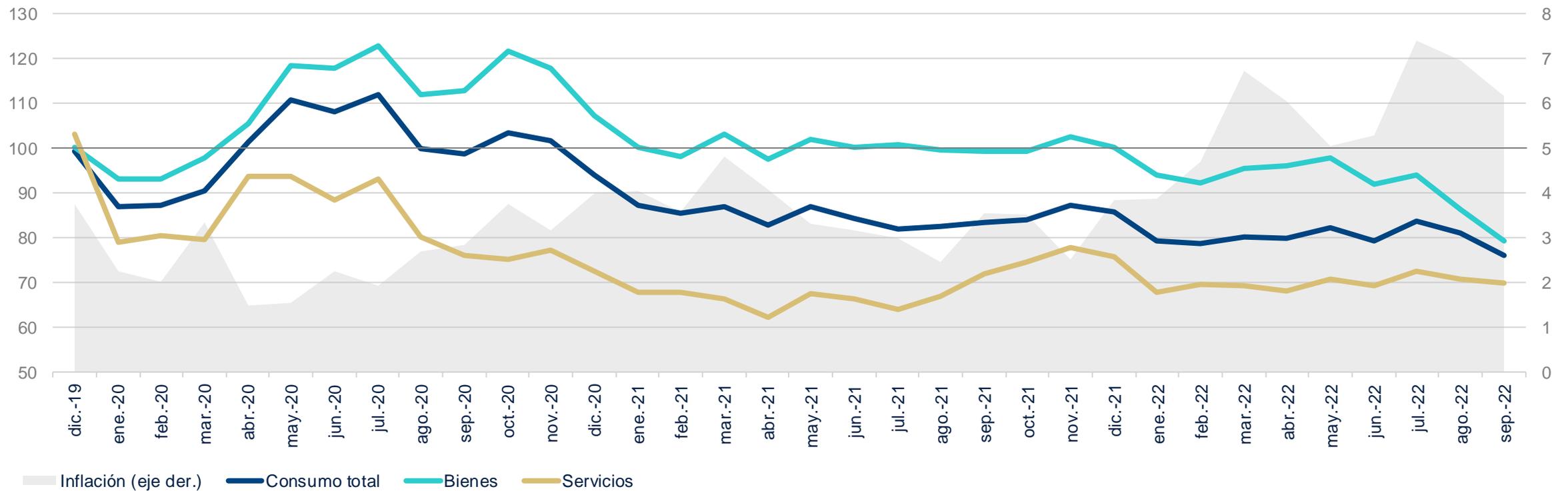


Fuente: BBVA Research

# El avance inflacionario explica en gran medida el retroceso en los gastos y se hace sentir más en las compras de bienes

## MONTO PROMEDIO DE OPERACIÓN CON TARJETAS POR CATEGORÍA Y EVOLUCIÓN DE LA INFLACIÓN MENSUAL

(MONTOS BASE PROM. 2019 = 100 Y ARS CONSTANTES; INFLACIÓN EN VAR. % M/M)

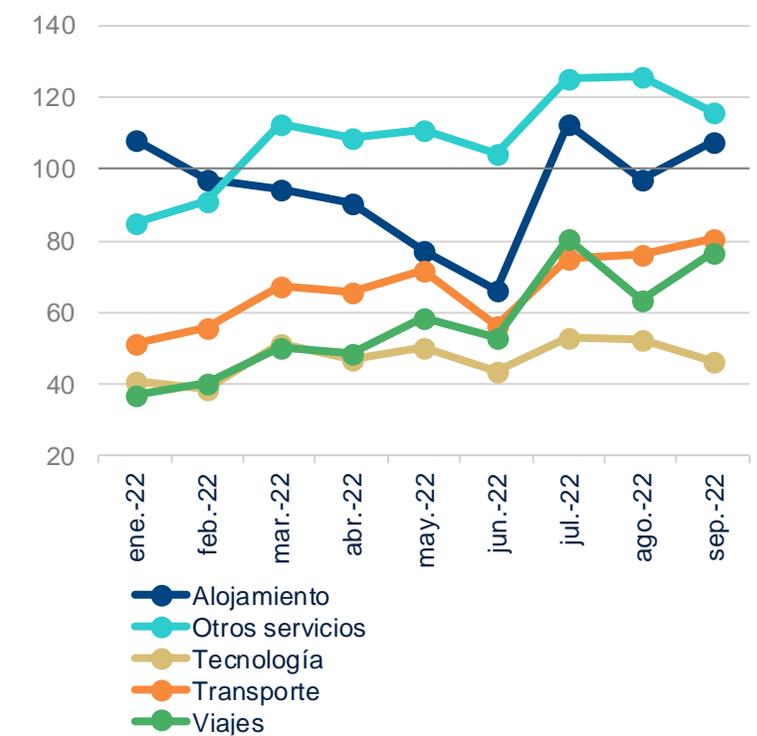
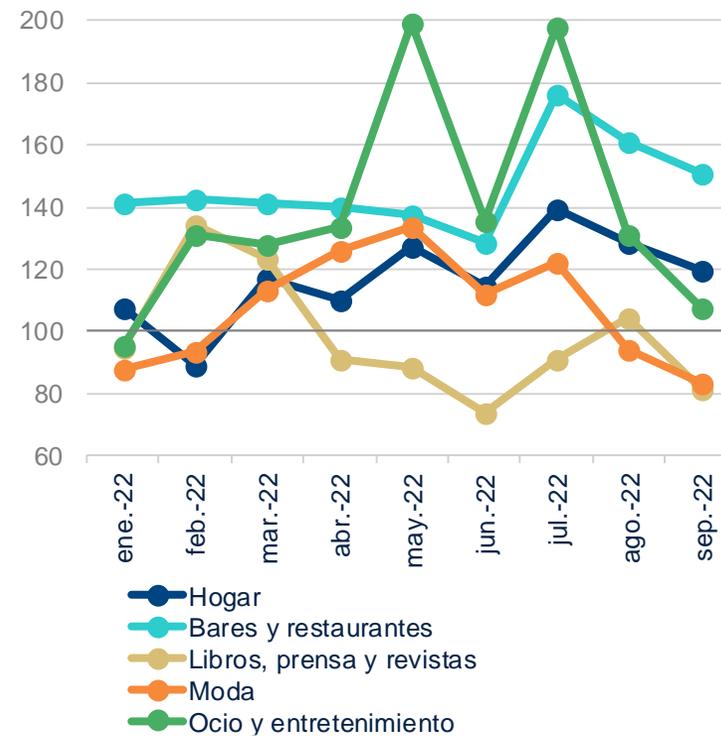
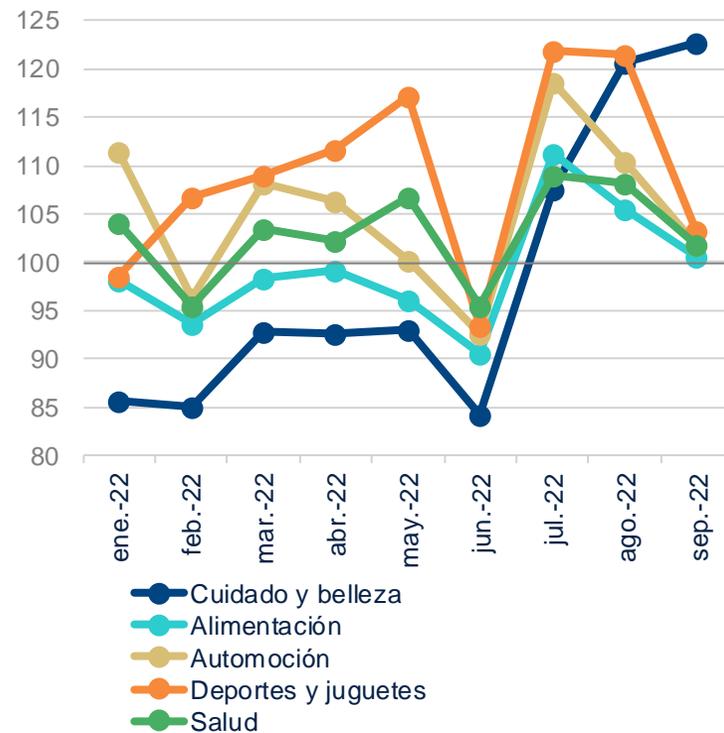


Fuente: BBVA Research e INDEC

Nota metodológica: los montos se encuentran deflactados por la inflación núcleo.

# Excepto los rubros asociados al turismo y al cuidado y belleza, todos han experimentado un descenso en los montos consumidos con tarjeta durante septiembre

## MONTO DE CONSUMO CON TARJETAS POR RUBRO (BASE PROM. 2019 = 100, ARS CONSTANTES)

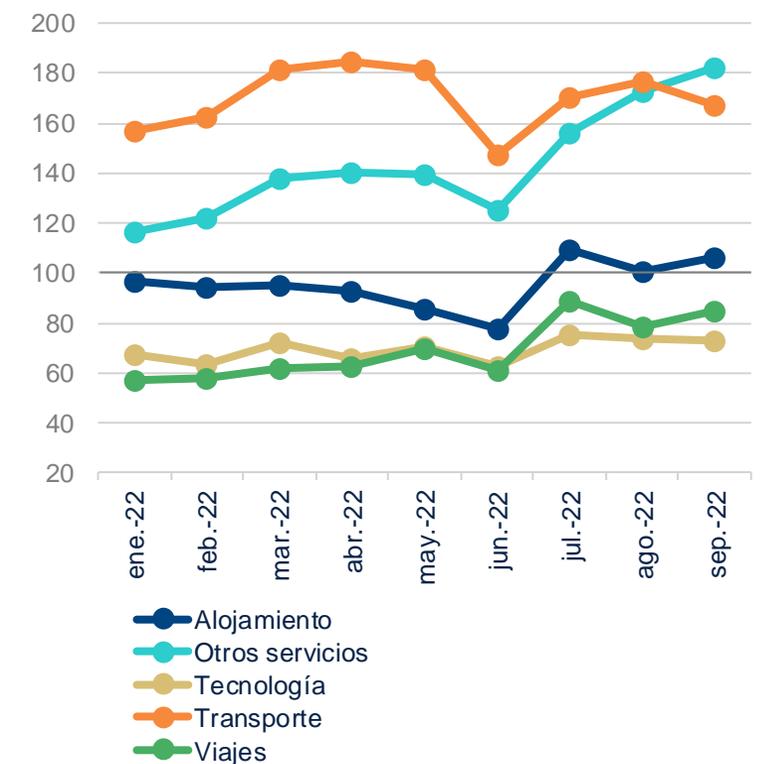
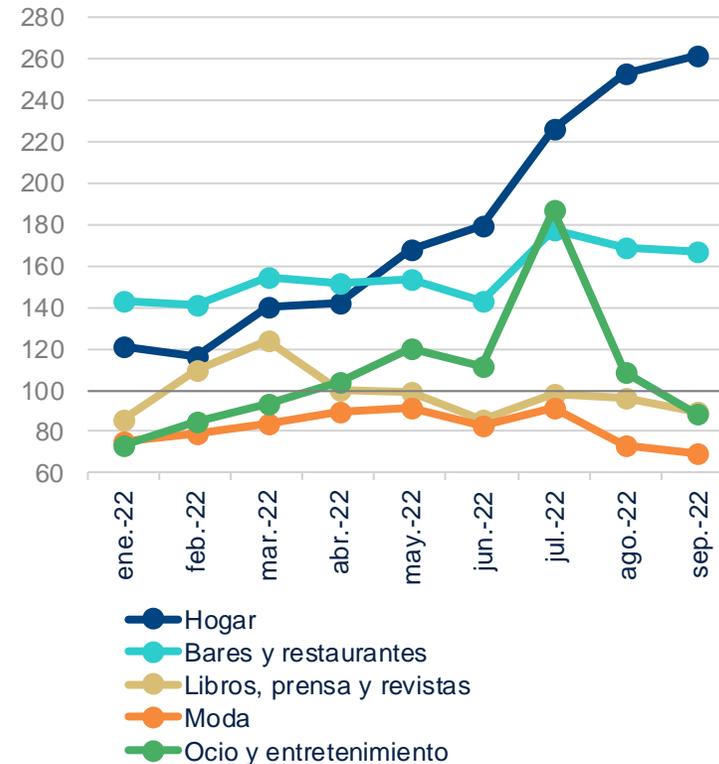
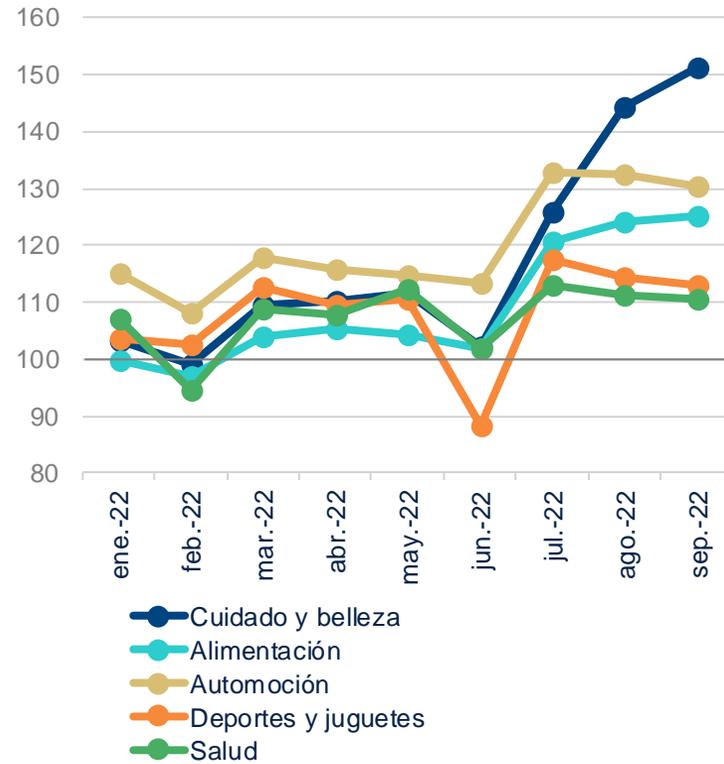


Fuente: BBVA Research e INDEC

Nota metodológica: los montos se encuentran deflactados por la inflación núcleo.

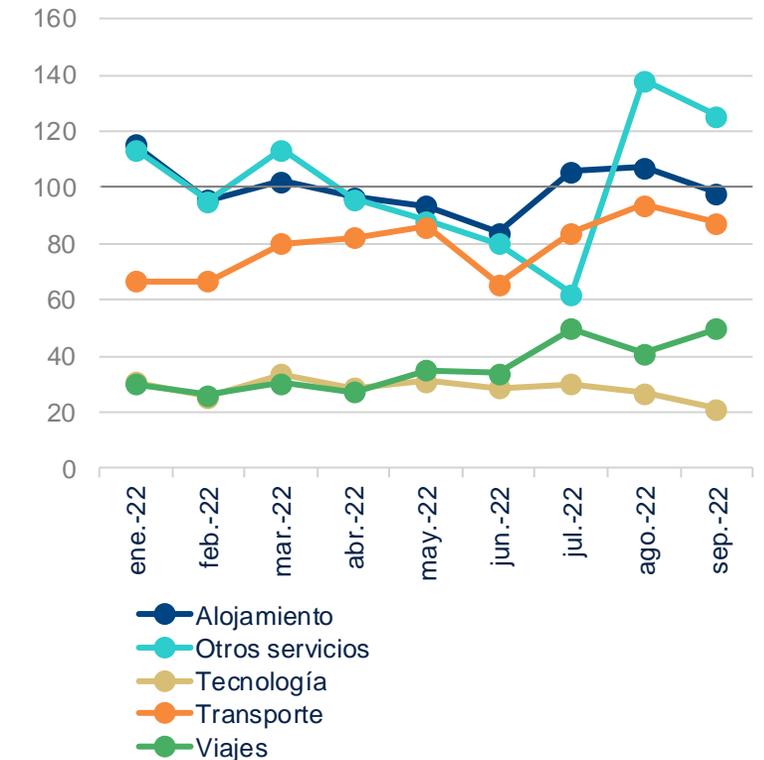
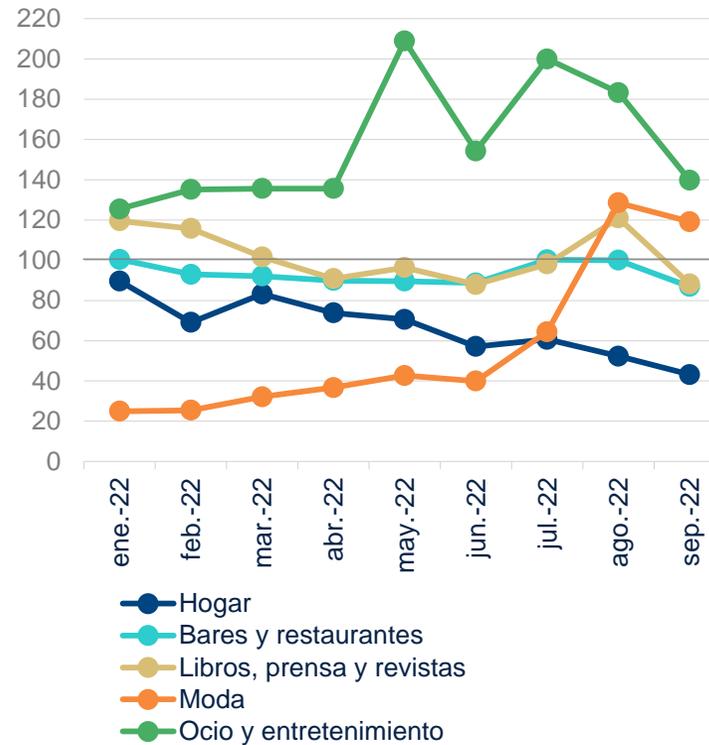
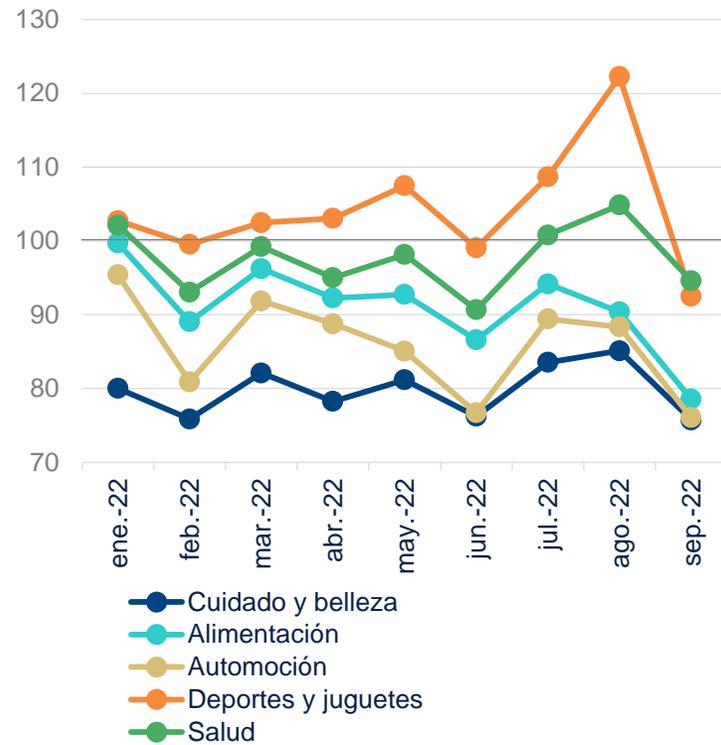
Pero por otro lado, la cantidad de transacciones no se vieron tan afectadas e, incluso, en varias categorías se observaron aumentos...

### CANTIDAD DE TRANSACCIONES CON TARJETAS POR RUBRO (BASE PROM. 2019 = 100)



...lo que, indefectiblemente, deriva en una caída generalizada de los gastos medios por operación perforando los registros pre-pandemia en su mayoría

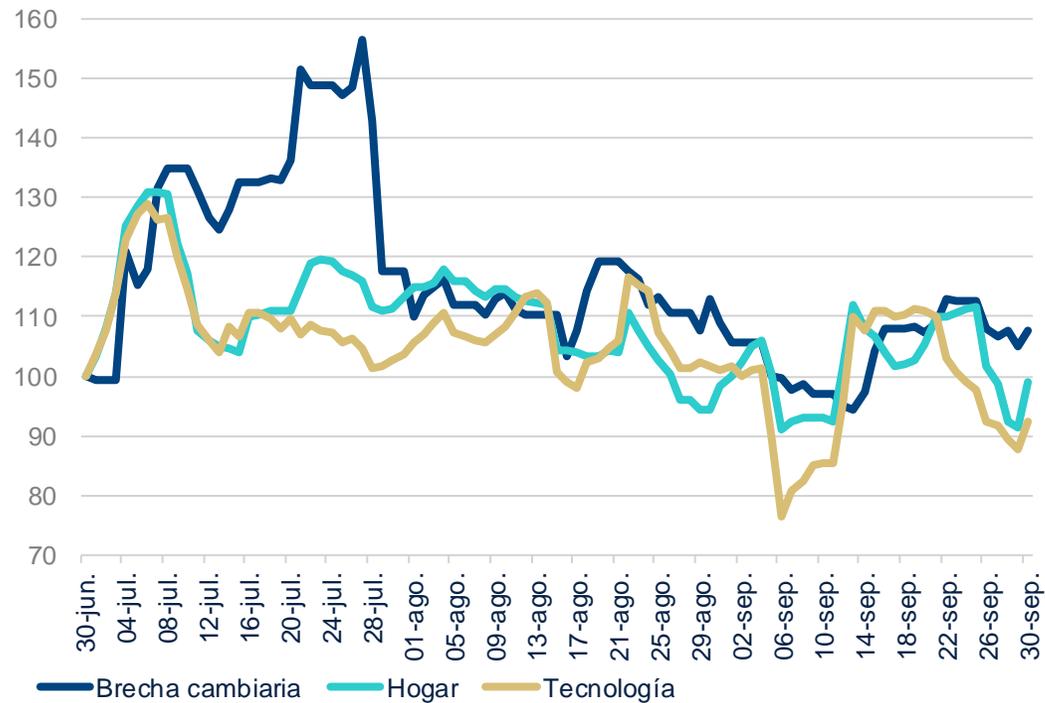
## MONTO PROMEDIO DE CONSUMO CON TARJETAS POR RUBRO (BASE PROM. 2019 = 100)



## Se sigue observando que la evolución de compras en bienes durables está influenciada de forma relevante por la marcha de la brecha cambiaria...

### BRECHA CAMBIARIA Y MONTOS EN CONSUMO TOTAL Y CONSUMO EN HOGAR

(BASE 30/06/22 = 100; ARS CONSTANTES)

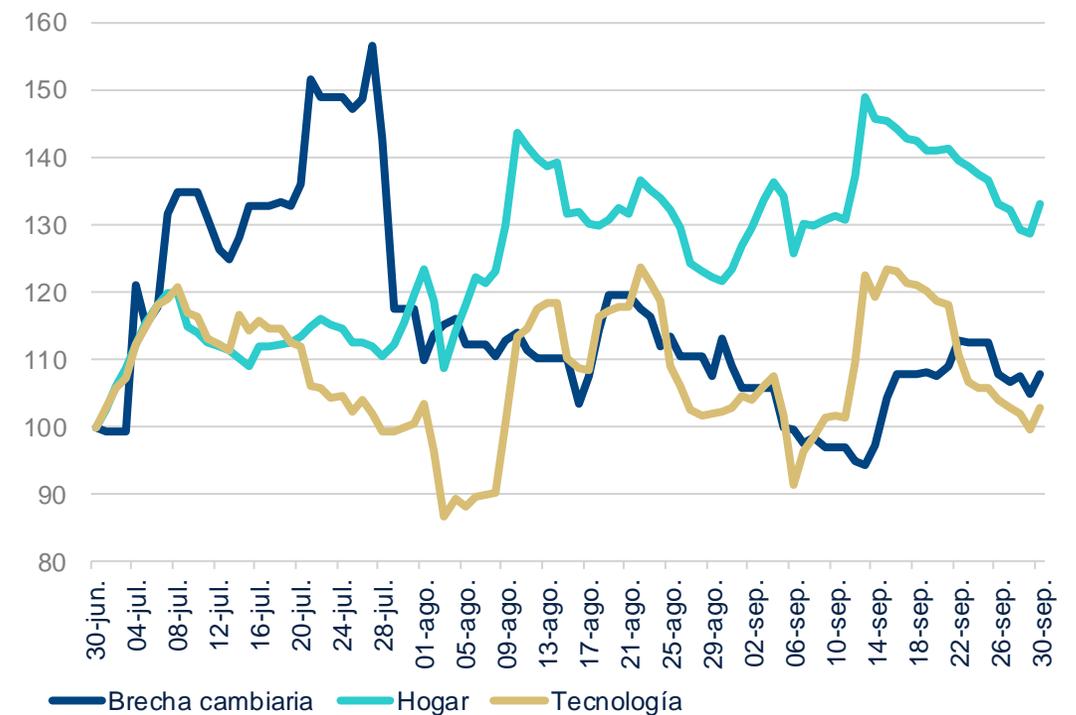


Fuente: BBVA Research, BCRA e INDEC

Nota metodológica: los montos se encuentran deflactados por la inflación núcleo.

### BRECHA CAMBIARIA Y CANTIDAD DE OPERACIONES EN CONSUMO TOTAL Y CONSUMO EN HOGAR

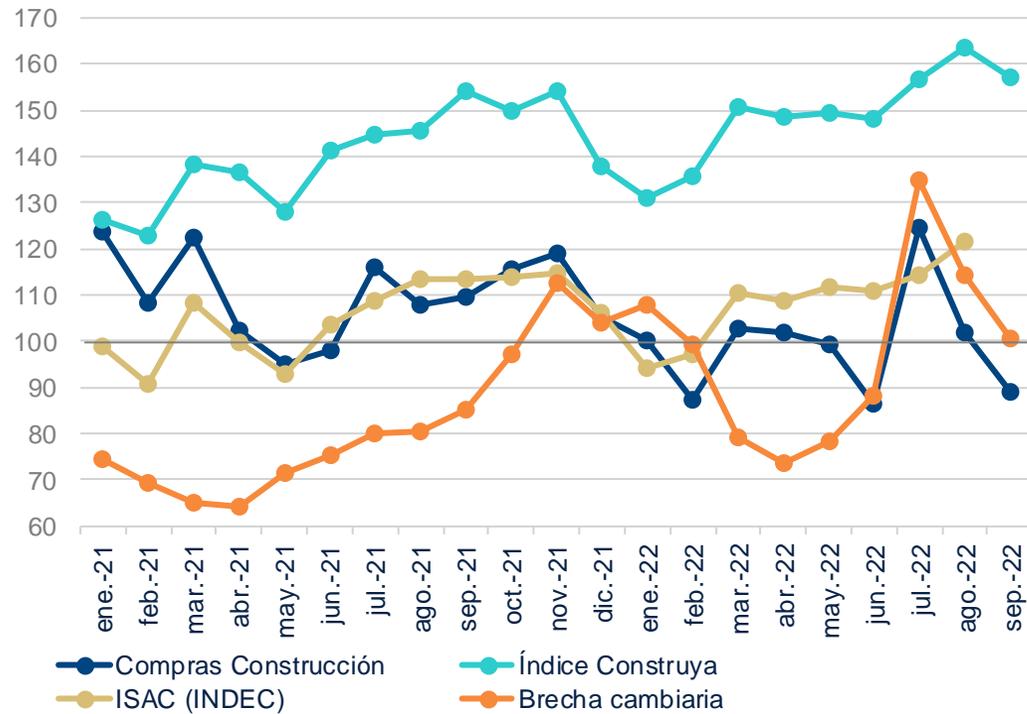
(BASE 30/06/22 = 100)



Fuente: BBVA Research, BCRA e INDEC

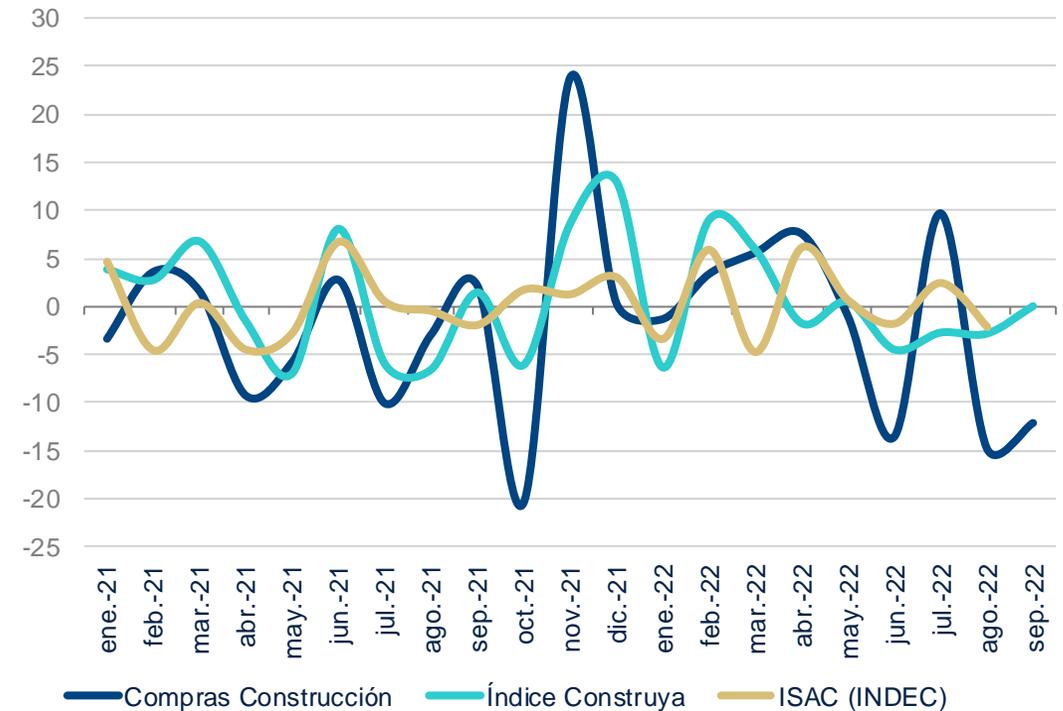
## ...al igual que lo ocurrido con los consumos con tarjeta en el rubro de la construcción

**GASTOS EN CONSTRUCCIÓN, BRECHA TIPO DE CAMBIO  
ARS/USD Y ACTIVIDAD SECTORIAL**  
(BASE PROM. 2019 = 100; GASTO EN ARS CONST.; BRECHA EN %)



Fuente: BBVA Research, Grupo Construya, BCRA e INDEC.

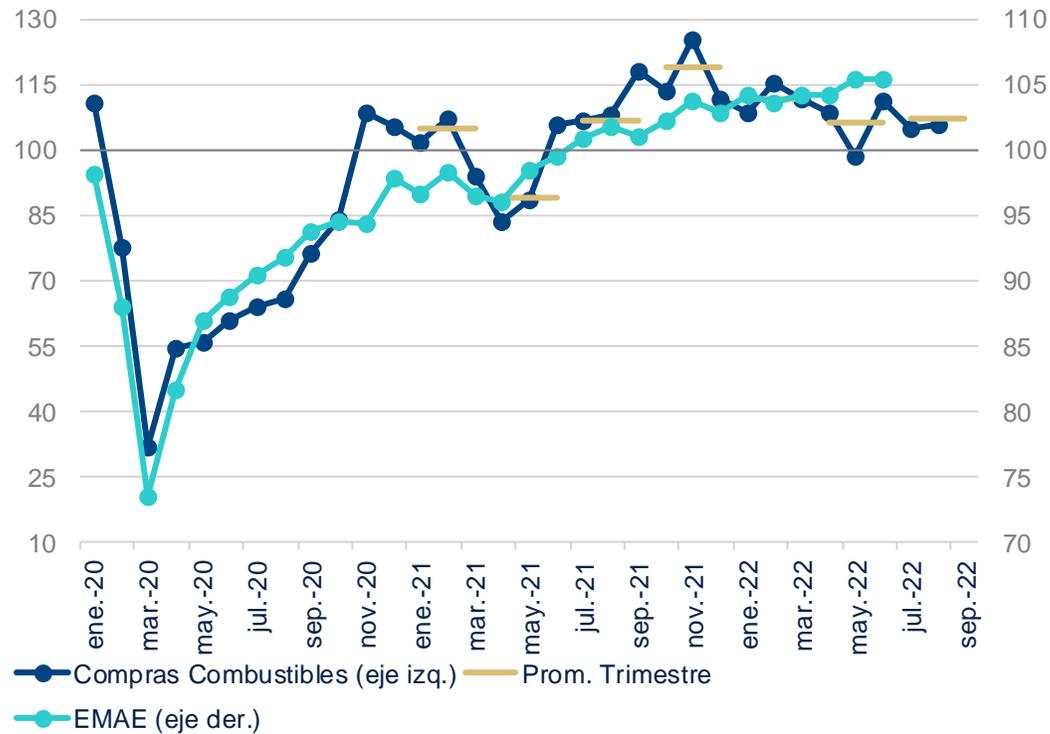
**GASTOS EN CONSTRUCCIÓN Y ACTIVIDAD SECTORIAL**  
(VAR. % M/M; SERIES SIN ESTACIONALIDAD; GASTO EN ARS  
CONSTANTES)



Fuente: BBVA Research, Grupo Construya e INDEC.

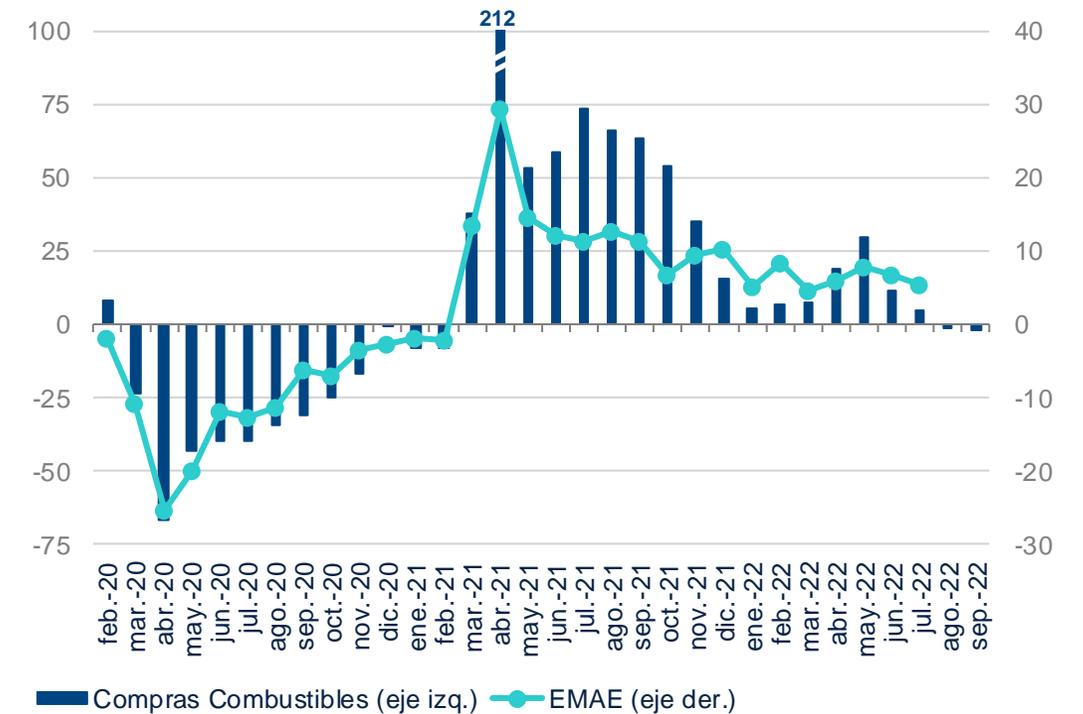
# Las ventas promedio de combustibles del 3T22 se mantuvieron prácticamente estancadas en el mismo nivel del trimestre anterior, vaticinando la desaceleración de la actividad económica

**CONSUMO EN COMBUSTIBLES Y ACTIVIDAD SECTORIAL**  
(BASE PROM. 2019 = 100; CONSUMO EN CANTIDAD DE OPERACIONES; ACTIVIDAD MEDIDA SIN ESTACIONALIDAD)



Fuente: BBVA Research e INDEC.

**CONSUMO EN COMBUSTIBLES Y ACTIVIDAD SECTORIAL**  
(VAR. % A/A; CONSUMO EN CANTIDAD DE OPERACIONES)

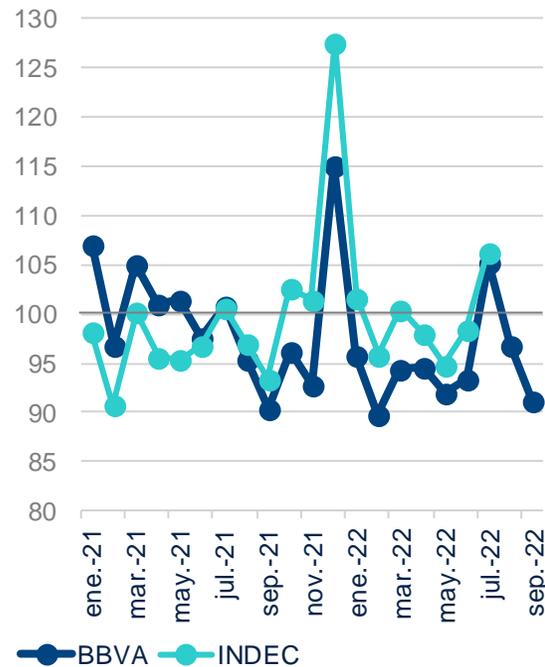


Fuente: BBVA Research e INDEC.

# El impacto de la alta inflación se refleja de manera notoria en los gastos en supermercados que revelan una mayor cantidad de transacciones pero por montos cada vez inferiores

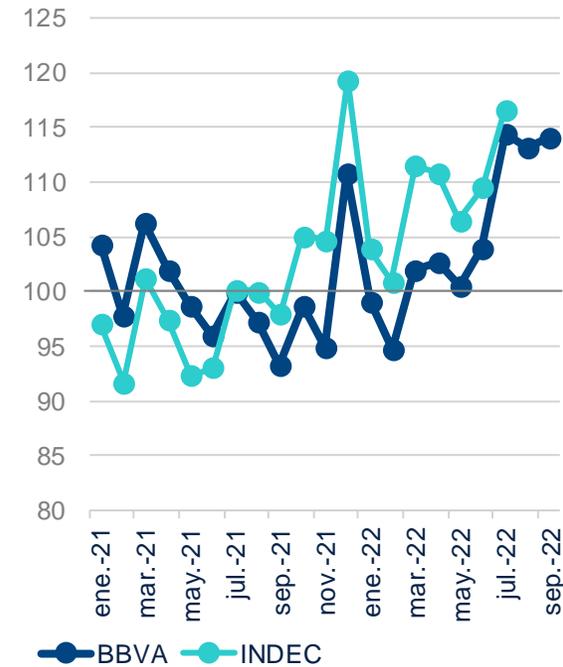
## GASTO TOTAL EN SUPERMERCADOS\*

(BASE PROM. 2021 = 100;  
ARS CONSTANTES)



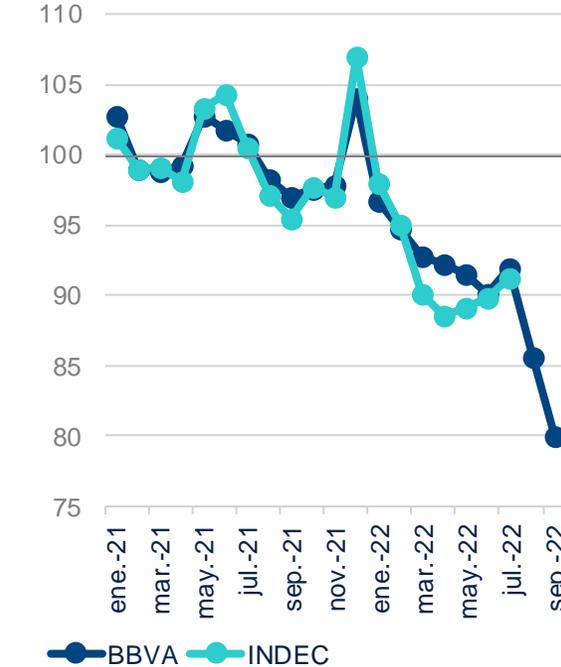
## TRANSACCIONES EN SUPERMERCADOS\*

(BASE PROM. 2021 = 100)



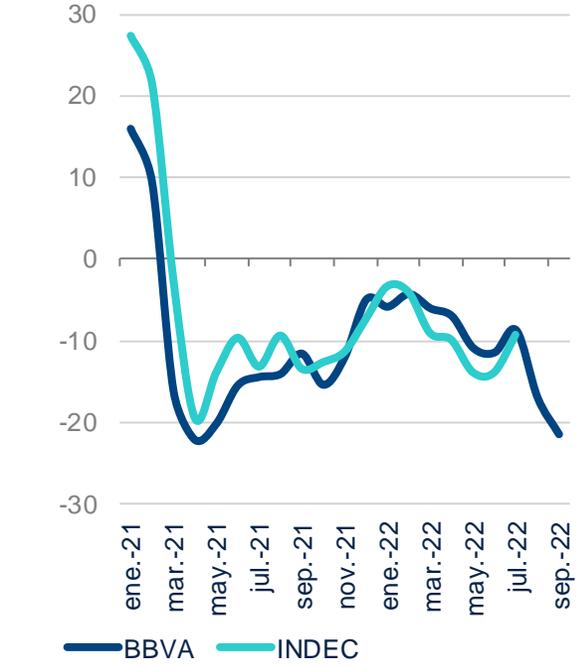
## GASTO PROMEDIO EN SUPERMERCADOS\*

(BASE PROM. 2021 = 100;  
ARS CONSTANTES)



## GASTO PROMEDIO EN SUPERMERCADOS\*

(VAR. % A/A)



Fuente: BBVA Research e INDEC.

\* Supermercados minoristas y mayoristas.

Nota metodológica: los montos se encuentran deflactados por inflación núcleo.

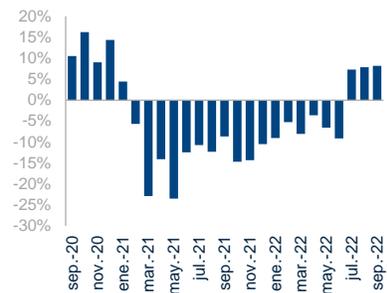


Anexo

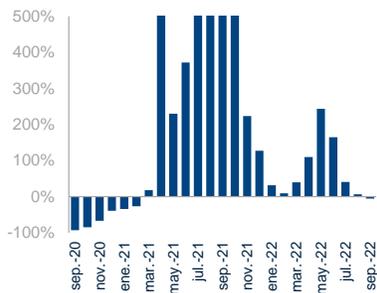
# Consumos mensuales con tarjetas en ARS (deflactados)

## (VAR. % A/A)

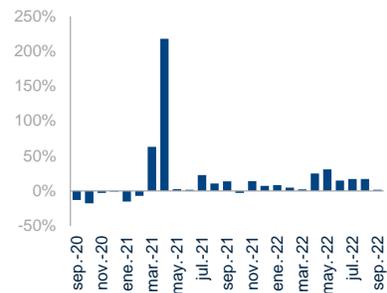
ALIMENTACIÓN



ALOJAMIENTO



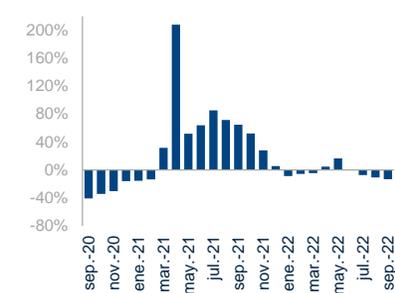
AUTOMOCIÓN



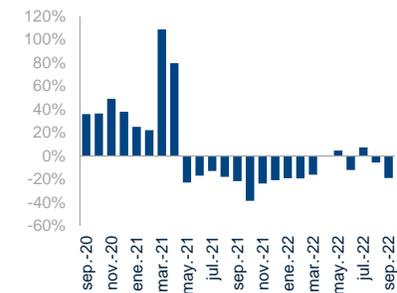
BARES Y RESTAURANTES



COMBUSTIBLES



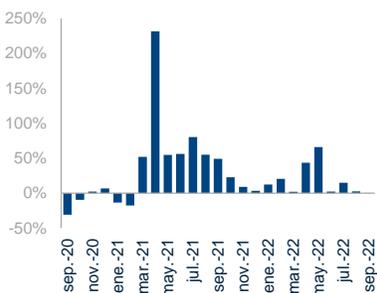
CONSTRUCCIÓN



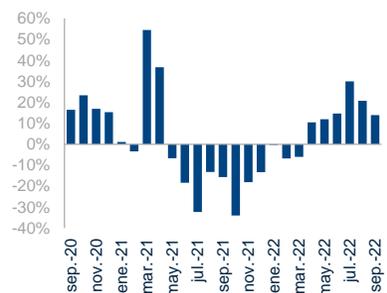
CUIDADO Y BELLEZA



DEPORTES Y JUGUETES



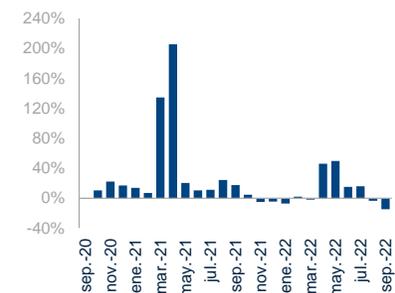
HOGAR



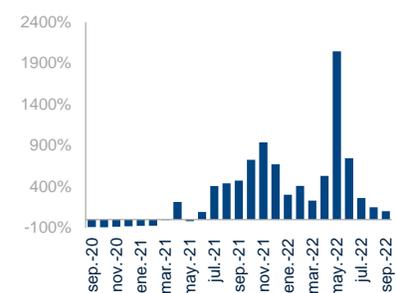
LIBROS, PRENSA Y REVISTAS



MODA



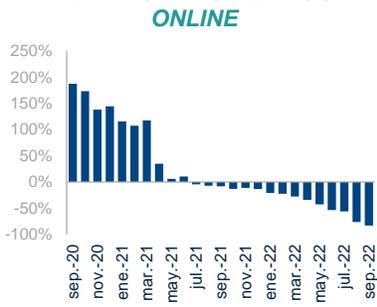
OCIO Y ENTRETENIMIENTO



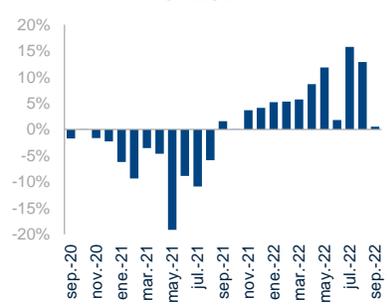
OTROS SERVICIOS



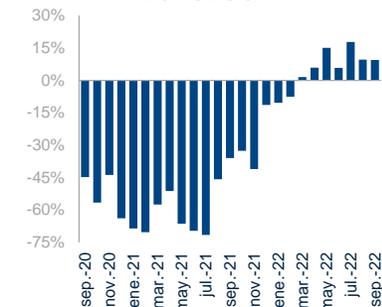
PLATAFORMAS DE PAGO ONLINE



SALUD



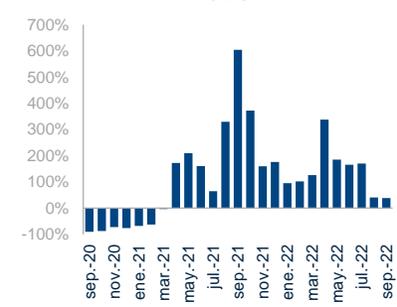
TECNOLOGÍA



TRANSPORTE



VIAJES



# Rubros incluidos en los grupos de consumos con tarjetas

GRUPO	RUBROS		GRUPO	RUBROS		GRUPO	RUBROS	
<b>Alimentación</b>	Vinoteca	Panaderías	<b>Hogar</b>	Muebles	Ferreterías	<b>Otros servicios</b>	Veterinarias y pet shops	Free shop
	Servicios	Bombonerías y chocolaterías		Diseño de interiores	Servicios		Objetos de arte	Insumos agro
	Supermercados			Electro	Sanitarios		Servicios	Kiosco y tabaquería
	Minimercados	Minishops		Pinturerías	Blanquerías		Orfebrería	Instituciones educativas
		Bazar		Jardinería	Florerías			
<b>Alojamiento</b>	Hoteles			Electricidad	Colchones y accesorios	<b>Plataformas de pago online</b>	Plataformas de comercio electrónico	
<b>Automoción</b>	Service del auto	Repuestos	<b>Libros, prensa y revistas</b>	Librería, papelería y fotocopias	Diarios y revistas		<b>Salud</b>	Mutuales y obras sociales
	Gomerías y neumáticos	Motos				Psiquiatras		Productos en farmacia
	Concesionarias	Aceites y lubricantes				Oftalmólogos		Farmacias, ópticas y perf.
<b>Bares y restaurantes</b>	Restaurantes	Delivery comida para llevar	<b>Moda</b>	Marroquinería y equipaje	Lencería	<b>Tecnología</b>	Música e instrumentos	Fotografía
	Confiterías			Indumentaria unisex	Joyería y relojería		Telefonía	Computación
	Heladerías	Comida rápida		Indumentaria femenina	Calzados y accesorios	<b>Transporte</b>	Líneas aéreas	Ferries – Pasaje
<b>Combustible</b>	Combustible			Indumentaria masculina	Talabartería		Subte	Transporte de pasajeros
<b>Construcción</b>	Venta materiales para la construcción	Servicios para la construcción	Indumentaria infantil	Sederías	Mudanzas	Estacionamientos		
	<b>Cuidado y belleza</b>	Solariums	Cosméticos	Parque de diversiones	Espectáculos	Alquiler de autos	Cías. de navegación	
<b>Deportes y juguetes</b>	Peluquerías adultos	Spas	Teatros	Juegos	Botes: alquiler y leasing	Autopistas y peajes		
	Centros de estética	Peluquerías niños	Bandas y orquestas	Video club	Ferrocarril	Cías. de ómnibus		
	Gimnasios	Bicicleterías	Cines	Talleres de Córdoba	PPT Autopistas y peajes	Fletes		
	Náutica y pesca	Clubes	Casinos	Galerías de arte				
	Indumentaria deportiva	Ski	Filatelia					
	Juguetería	Outdoor						
Armería/cuchillería						<b>Viajes</b>	Vta. de servicios turísticos	Asistencia al viajero

## Este informe ha sido elaborado por:

Juan Manuel Manías  
Economista Principal  
juan.maniyas@bbva.com

Mario Iparraguirre  
Economista  
mario.iparraguirre@bbva.com

## Aviso Legal

El presente documento, elaborado por el Departamento de BBVA Research, tiene carácter divulgativo y contiene datos, opiniones o estimaciones referidas a la fecha del mismo, de elaboración propia o procedentes o basadas en fuentes que consideramos fiables, sin que hayan sido objeto de verificación independiente por BBVA. BBVA, por tanto, no ofrece garantía, expresa o implícita, en cuanto a su precisión, integridad o corrección.

Las estimaciones que este documento puede contener han sido realizadas conforme a metodologías generalmente aceptadas y deben tomarse como tales, es decir, como previsiones o proyecciones. La evolución histórica de las variables económicas (positiva o negativa) no garantiza una evolución equivalente en el futuro.

El contenido de este documento está sujeto a cambios sin previo aviso en función, por ejemplo, del contexto económico o las fluctuaciones del mercado. BBVA no asume compromiso alguno de actualizar dicho contenido o comunicar esos cambios.

BBVA no asume responsabilidad alguna por cualquier pérdida, directa o indirecta, que pudiera resultar del uso de este documento o de su contenido.

Ni el presente documento, ni su contenido, constituyen una oferta, invitación o solicitud para adquirir, desinvertir u obtener interés alguno en activos o instrumentos financieros, ni pueden servir de base para ningún contrato, compromiso o decisión de ningún tipo.

Especialmente en lo que se refiere a la inversión en activos financieros que pudieran estar relacionados con las variables económicas que este documento puede desarrollar, los lectores deben ser conscientes de que en ningún caso deben tomar este documento como base para tomar sus decisiones de inversión y que las personas o entidades que potencialmente les puedan ofrecer productos de inversión serán las obligadas legalmente a proporcionarles toda la información que necesiten para esta toma de decisión.

El contenido del presente documento está protegido por la legislación de propiedad intelectual. Queda expresamente prohibida su reproducción, transformación, distribución, comunicación pública, puesta a disposición, extracción, reutilización, reenvío o la utilización de cualquier naturaleza, por cualquier medio o procedimiento, salvo en los casos en que esté legalmente permitido o sea autorizado expresamente por BBVA.



# Indicador de consumo

# BBVA Research Big Data

## ARGENTINA

20 de octubre de 2022