

# Seguimiento del Consumo en Tiempo Real

**ARGENTINA**

*(datos al 05/08/2020)*

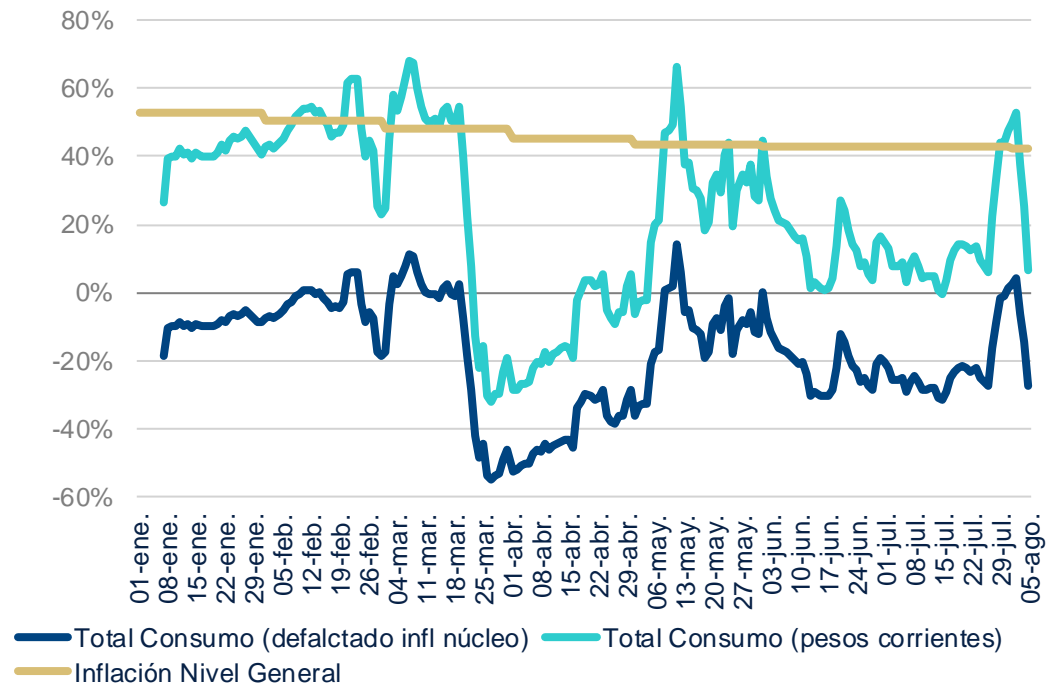
Agosto de 2020

# Mensajes principales

- Los pagos con tarjeta realizados durante la última semana de julio se vieron disparados por las promociones del *Hot Sale*, especialmente **compras de bienes no esenciales**. Si bien este evento suele sucederse en mayo en el marco del Día Mundial de Internet, este año se modificó debido al contexto extraordinario que se vive en el país.
- La **venta de combustible** y los gastos con tarjeta en **insumos de construcción** estarían dejando entrever señales de una **tibia recuperación** luego de un segundo trimestre signado por el peso de la pandemia.
- Como consecuencia de la pandemia y las medidas de prevención tomadas, se están verificando nuevos hábitos tales como **menos cantidad de extracciones y mayor importe** en los retiros de efectivo de cajeros automáticos. Asimismo, aumentó el uso de tarjetas de débito, pero las tarjetas de crédito siguen liderando el volumen transado.
- La Ciudad Autónoma de Buenos Aires da muestra de una **tendencia de recuperación** a partir de la apertura gradual de la cuarentena desde la segunda quincena de julio.
- Luego de registrar un pico significativo a nivel mundial, **el gasto en alimentos a través de tarjetas ha ido moderándose** pero con distintos matices en cada país.

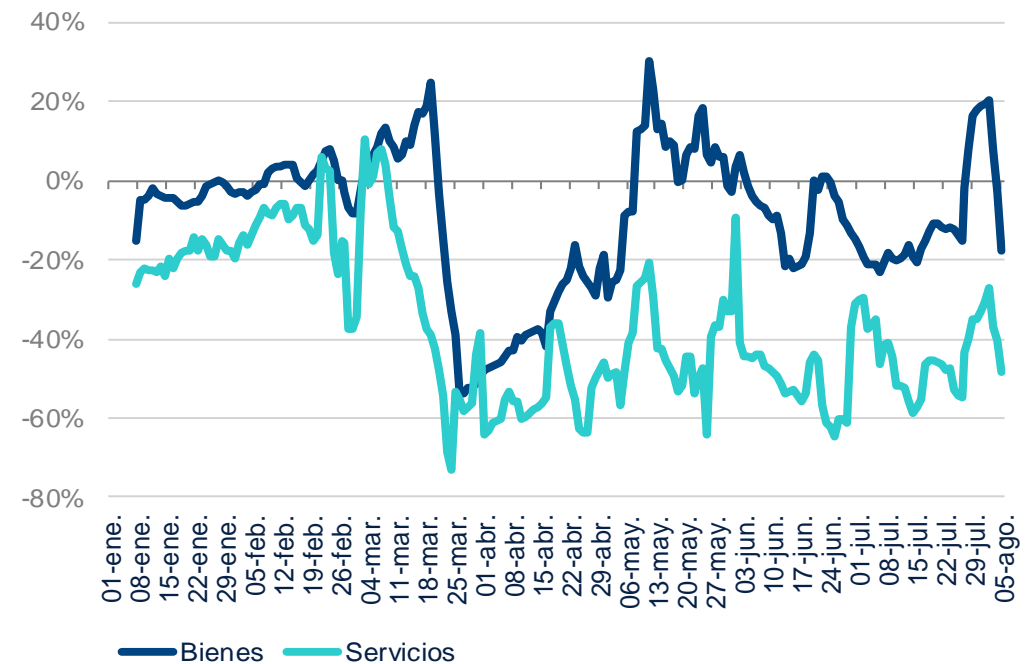
## Los pagos realizados con tarjetas repuntaron durante la última semana de julio gracias al evento del *Hot Sale* de las principales compañías de venta online...

### CONSUMO TOTAL TARJETAS EN ARS E INFLACIÓN (VAR. % A/A, PROMEDIO MÓVIL 7d)



Fuentes: BBVA Research e INDEC

### EVOLUCIÓN CONSUMO EN BIENES Y SERVICIOS (VAR. % A/A, PROMEDIO MÓVIL 7d; DEFLACTADOS)



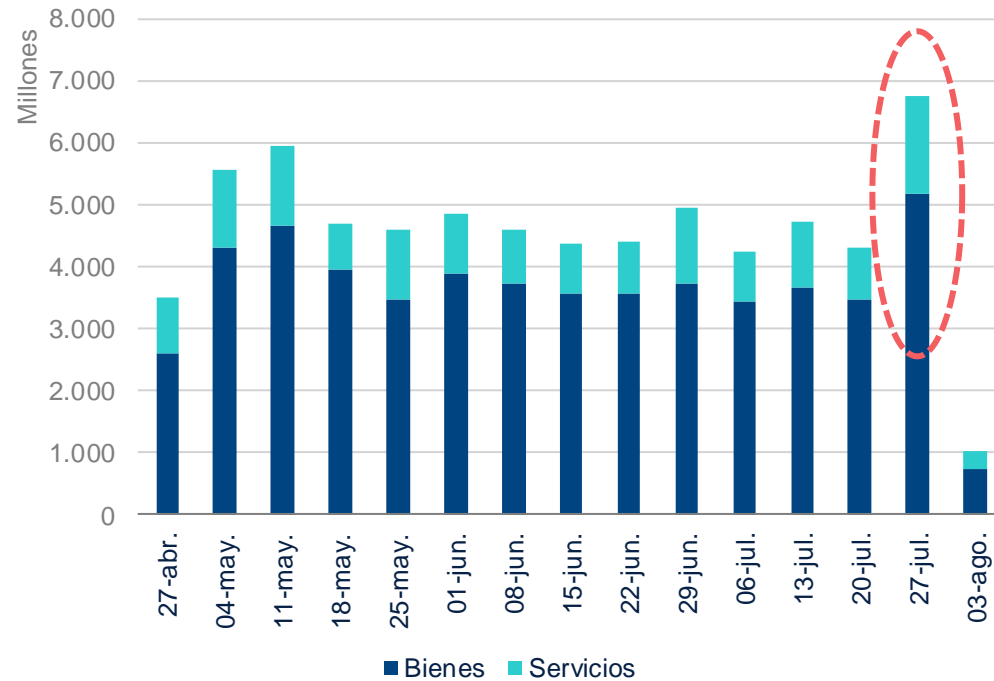
Fuente: BBVA Research

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

Principalmente los bienes, pero también los servicios, se vieron impulsados por las promociones *online* ofrecidas en el marco del *Hot Sale* argentino. Esto habría amortiguado la caída evidenciada en julio.

## ...y cambiaron notablemente la participación de los gastos con tarjetas en el consumo general de esos días...

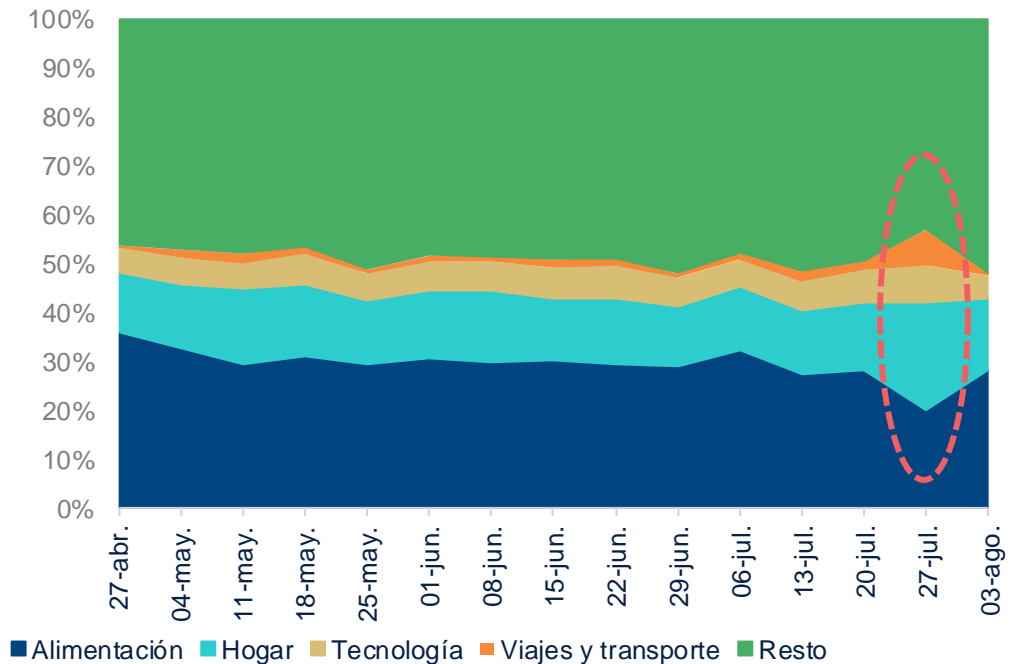
### VENTAS SEMANALES ACUMULADAS (MONTOS EN ARS CORRIENTES)



Fuente: BBVA Research

Nota: la semana 3-ago contempla los consumos hasta el día 5-ago.

### PARTICIPACIÓN POR RUBROS SELECCIONADOS EN EL TOTAL DE GASTOS CON TARJETA

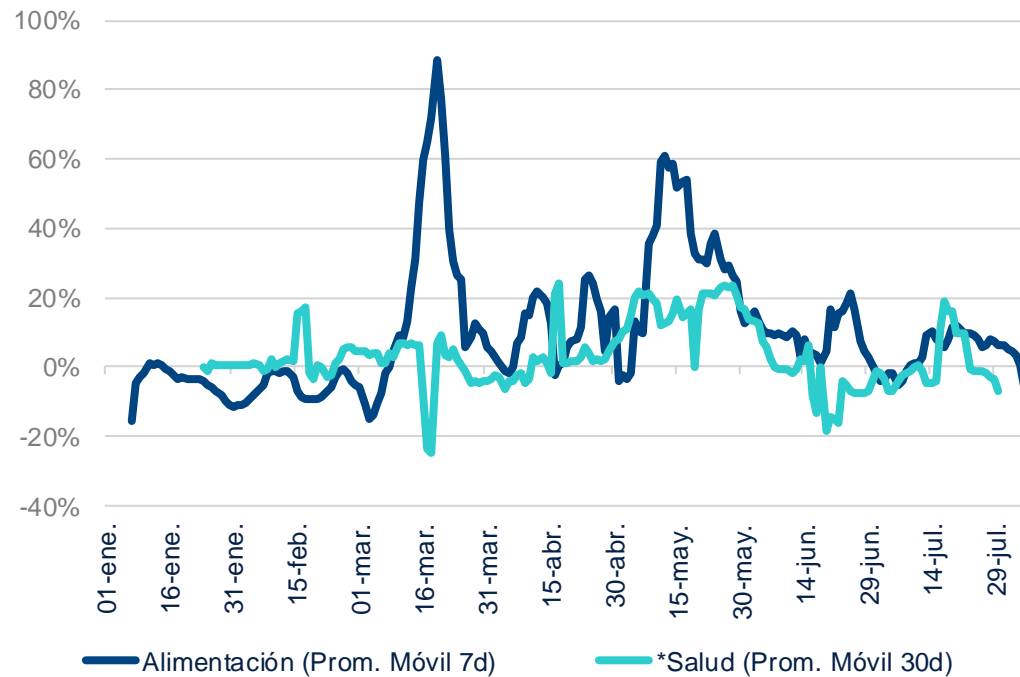


Fuente: BBVA Research

Las promociones ofrecidas durante los días del *Hot Sale* traccionaron un repunte significativo en las compras de pasajes, tecnología y equipamiento para el hogar.

## ...en favor de rubros no esenciales (y postergados)

### CONSUMO EN RUBROS ESENCIALES (VAR. % A/A, PROMEDIO MÓVIL; ARS CONSTANTES)

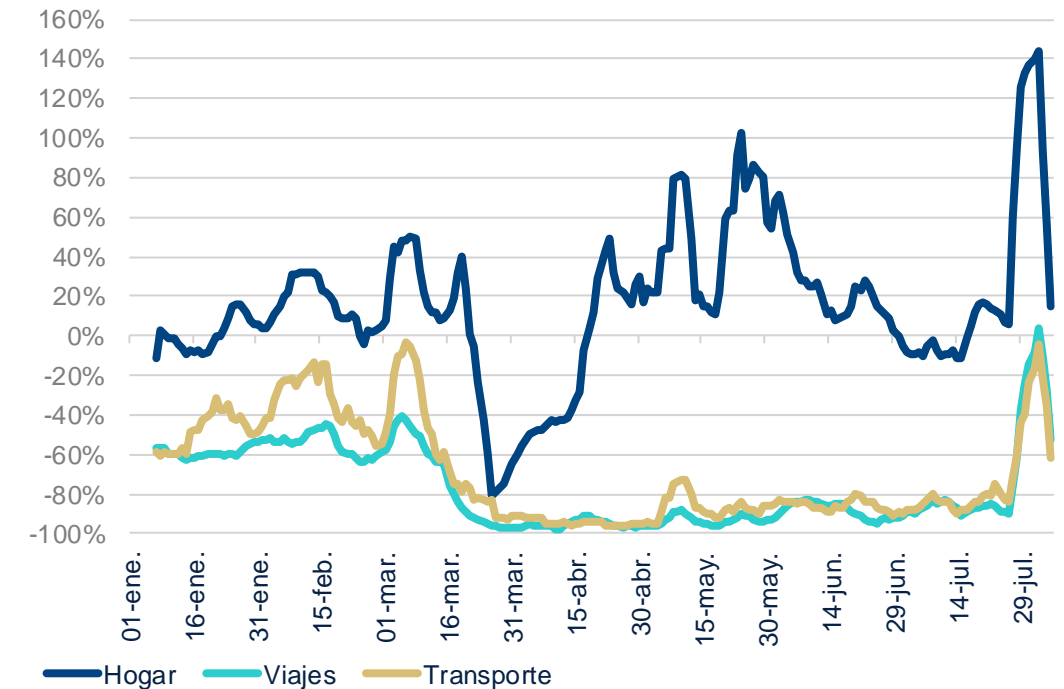


Fuente: BBVA Research

\* El rubro Salud está expresado en promedio móvil de 30 días para suavizar efectos de pago de medicina prepaga.

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

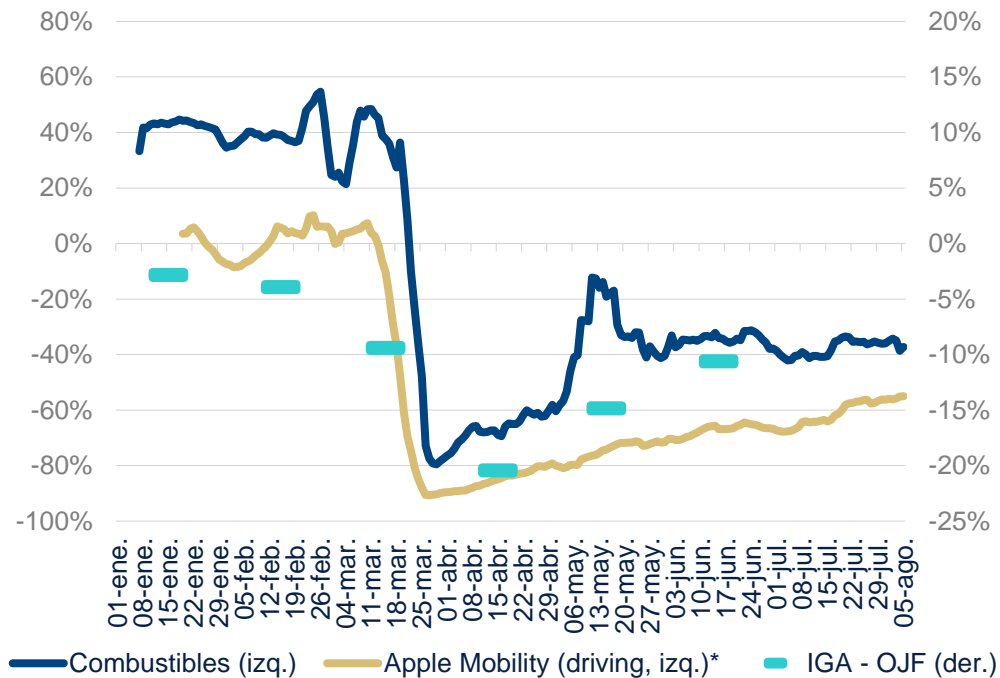
### CONSUMO EN TRANSPORTE, HOGAR Y VIAJES (VAR. % A/A, PROMEDIO MÓVIL 7d; ARS CONSTANTES)



Fuente: BBVA Research

# Los gastos en combustible y en construcción darían indicios de una tibia reactivación

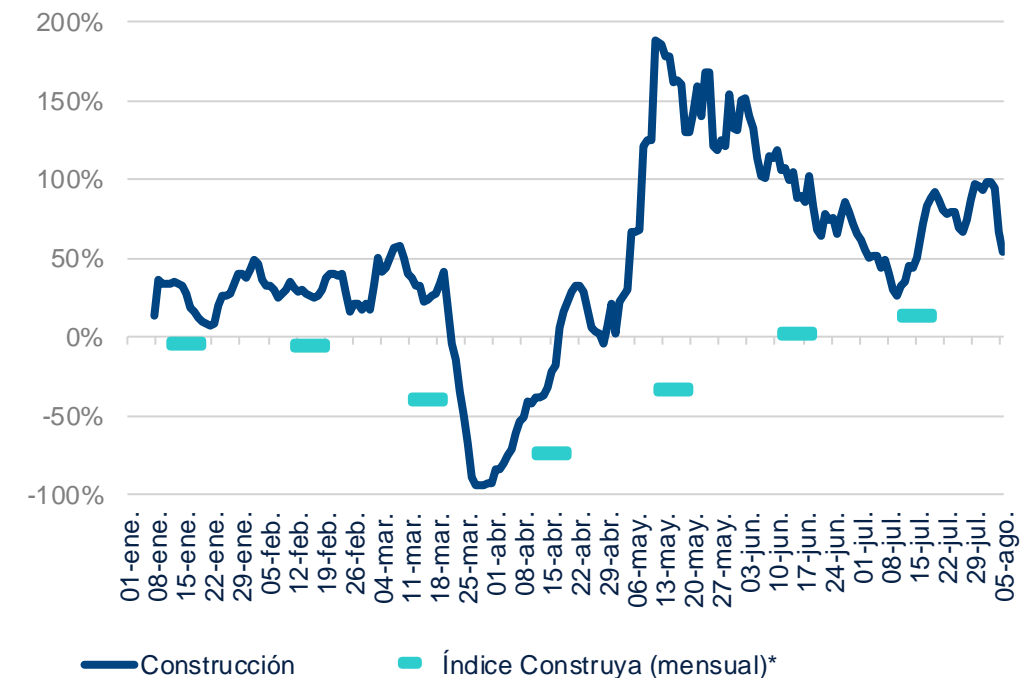
**CONSUMO DE COMBUSTIBLE, MOVILIDAD Y ACTIVIDAD**  
(VAR. % A/A, PROMEDIO MÓVIL 7d; ARS CORRIENTES.  
IGA: VAR. % A/A EN TERMINOS REALES)



Fuentes: BBVA Research, OJF y Asociados y Apple Mobility

\* En variaciones respecto a 13-ene-20 = 100

**CONSUMO EN CONSTRUCCIÓN Y ACTIVIDAD SECTORIAL**  
(VAR. % A/A, PROMEDIO MÓVIL 7d; ARS CORRIENTES)



Fuentes: BBVA Research y Grupo Construya

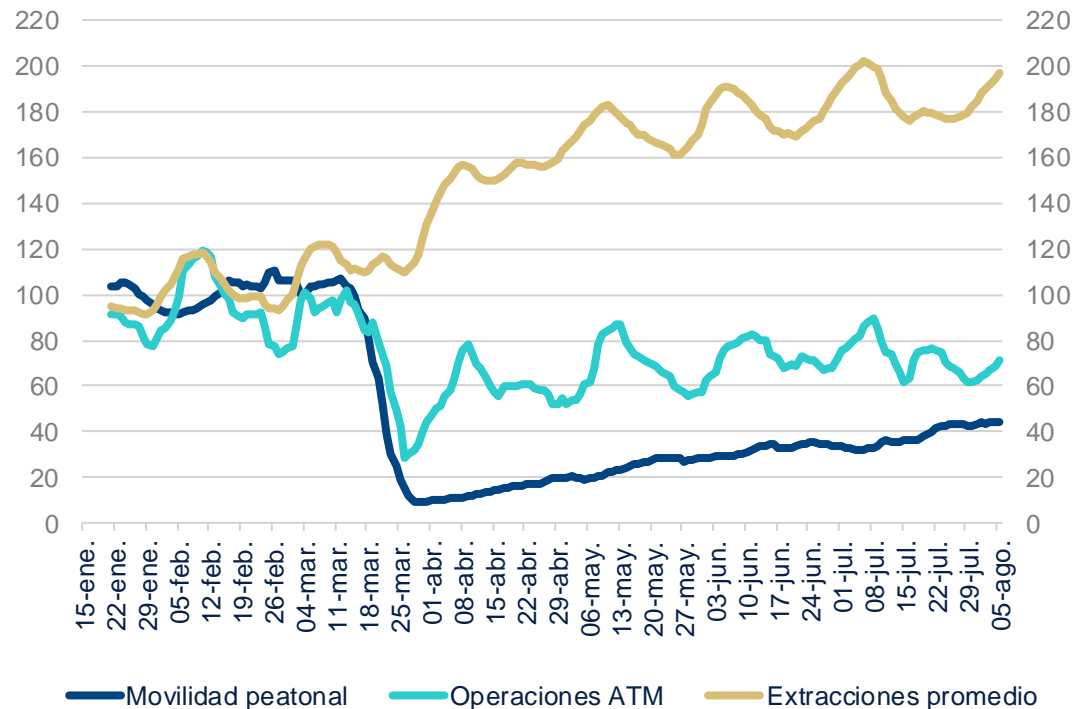
\* Mide el nivel de actividad de once empresas representativas del mercado de la construcción en Argentina

El consumo de combustible continúa su tendencia alcista de forma moderada, al ritmo de una mayor movilidad en automotores. La construcción comenzaría a mostrar un crecimiento genuino derivado de las renovaciones de stock post cuarentena “dura” y consumos vinculados a refacciones particulares.

## La cuarentena ha delineado cambios de hábitos, que se ven reflejados en las operaciones realizadas en cajeros automáticos...

### EXTRACCIONES DE EFECTIVO Y MOVILIDAD

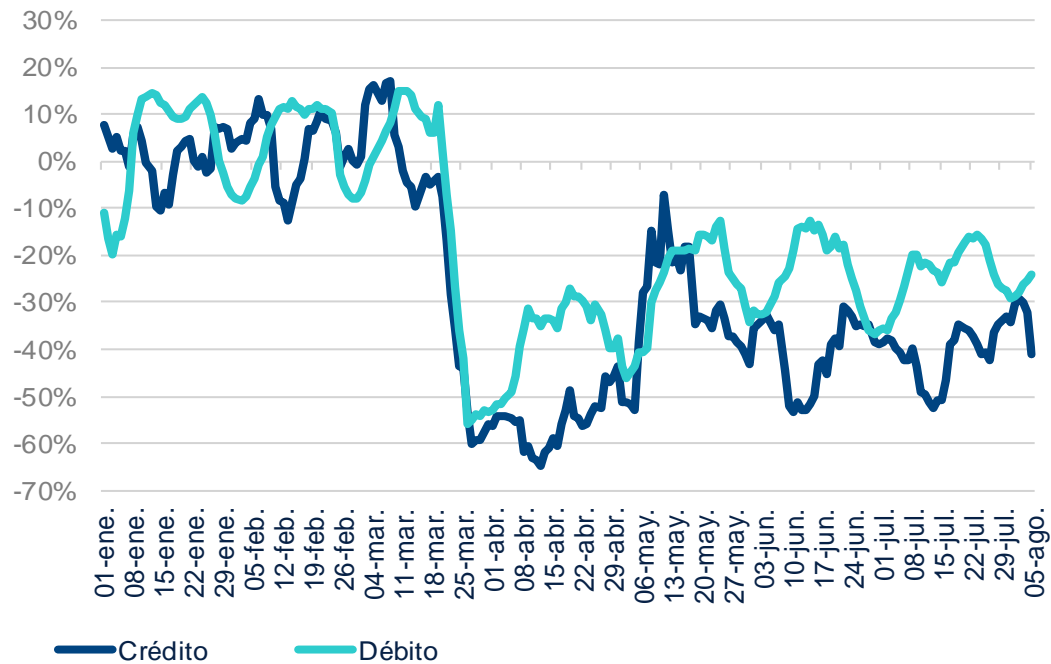
(VAR. % A/A, PROMEDIO MÓVIL 7d; 100 = 15/01/2020)



- Apenas iniciada la cuarentena, se verifica una **lógica caída de retiros en ATM.**
- Desde finales de mayo, **la cantidad de efectivo retirado en cada extracción casi duplicó el nivel de comienzos de año.**
- La cantidad de extracciones equivalen, en promedio, al **70% de las habituales antes de la cuarentena.**
- A pesar de la recuperación de la movilidad, se empieza a consolidar una tendencia de **menor frecuencia de extracciones y mayor volumen de retiro.**

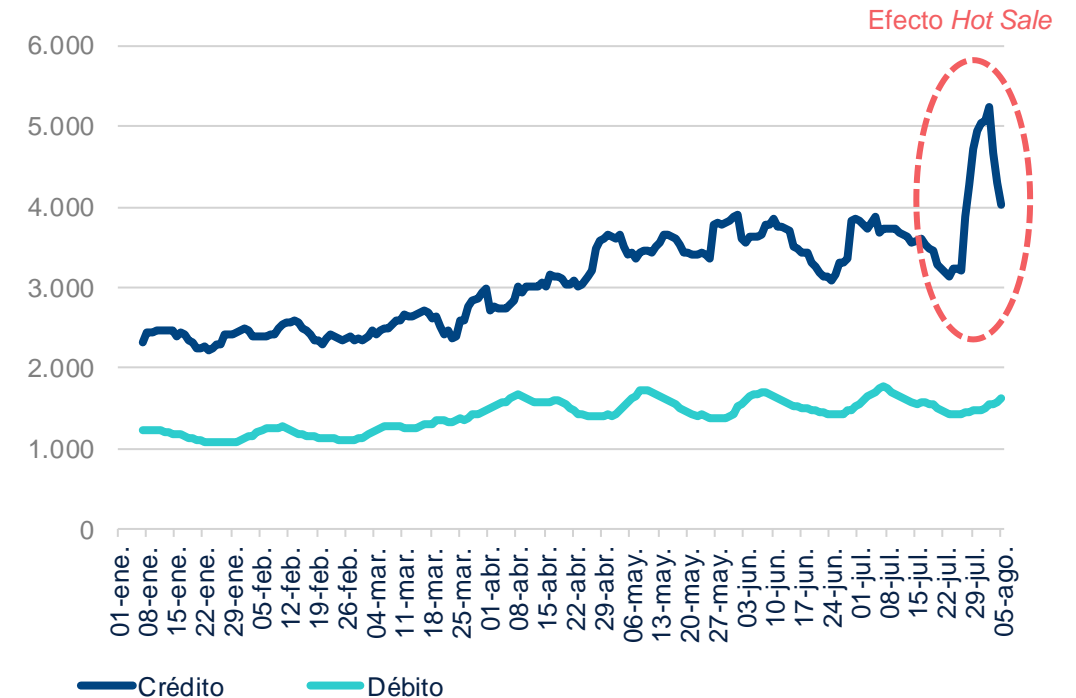
## ...en el uso de tarjetas, en función de promociones, financiaciones...

### PAGOS CON TARJETAS DE DÉBITO Y CRÉDITO (CANTIDADES DE OPERACIONES; VAR. % A/A)



Fuente: BBVA Research

### TRANSACCIONES PROMEDIO POR TIPO DE TARJETA (CANTIDADES; VAR. % A/A)



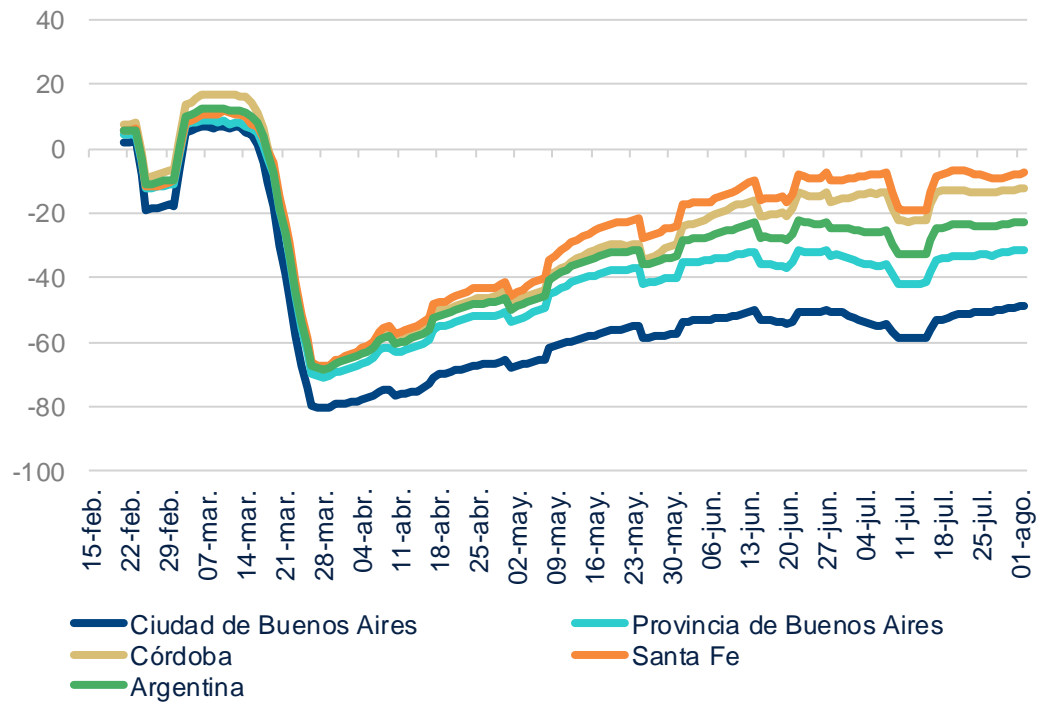
Fuente: BBVA Research

Los consumos con tarjetas de débito y de crédito muestran un comportamiento parejo, aunque los primeros ganaron terreno en la comparación interanual. Analizando montos transados, el 68% de las compras con tarjetas en 2020 se realizaron con crédito.



## ...y en los indicadores de movilidad, que muestran la salida fragmentada del aislamiento

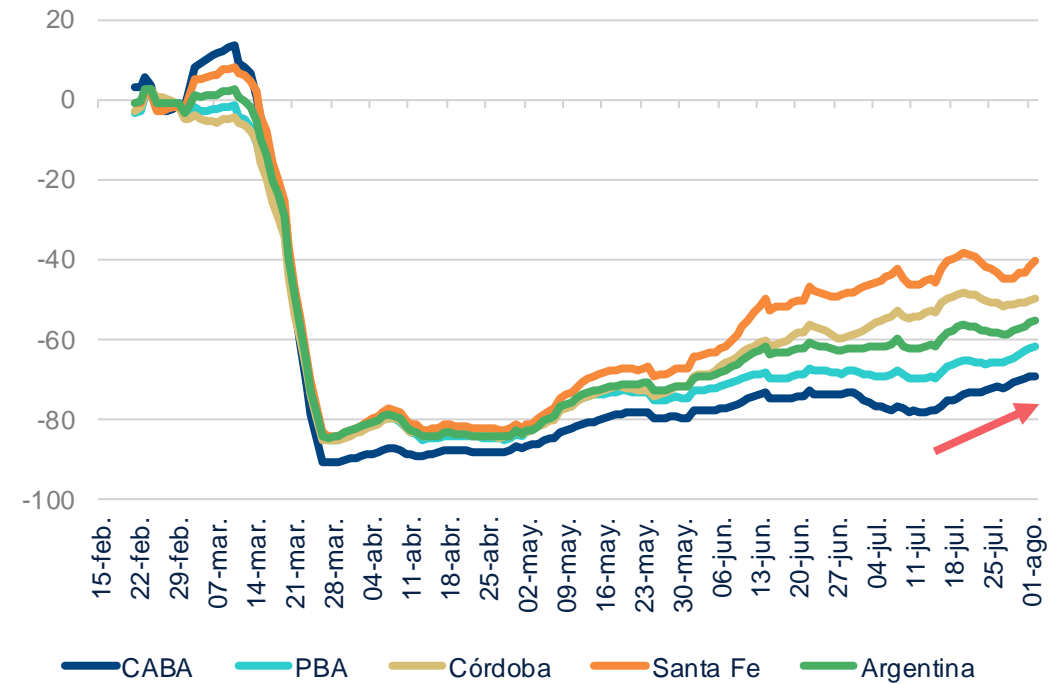
### MOVILIDAD EN LUGARES DE TRABAJO (VAR. % BASE)



Fuentes: BBVA Research y Google Mobility

\*Base: valor de la mediana correspondiente al día de la semana durante 5 semanas desde el 3/01 al 6/02/20

### MOVILIDAD COMERCIOS Y OCIO (VAR. % BASE)

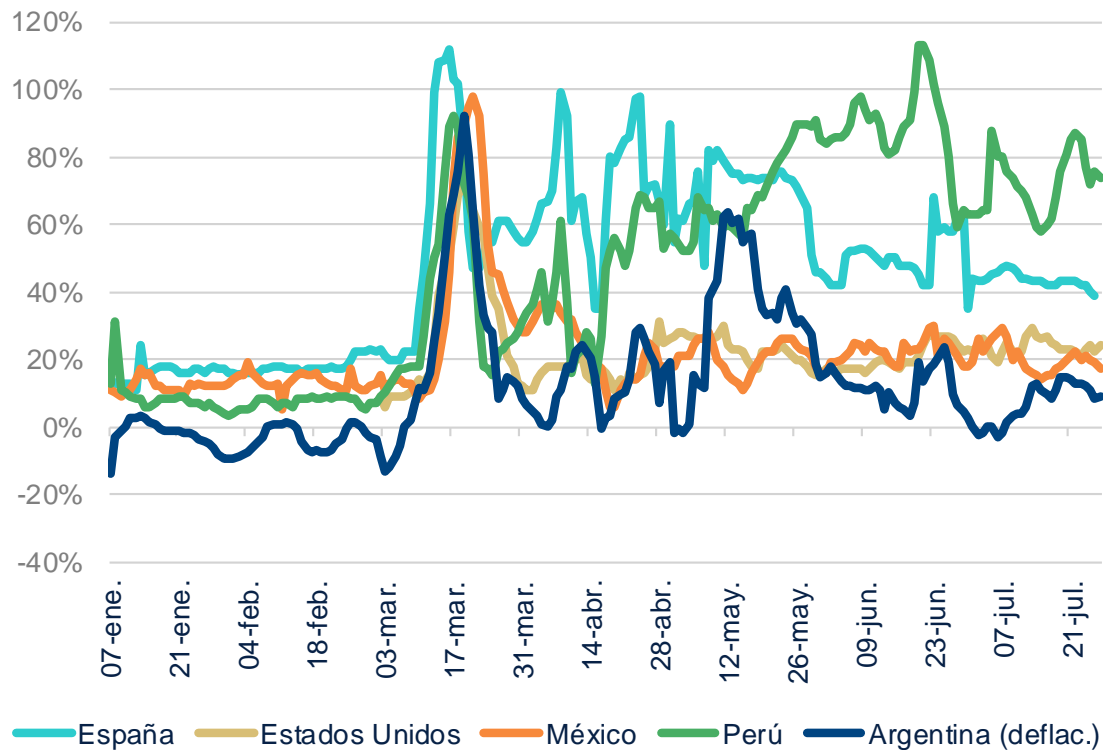


Fuentes: Google Mobilityy BBVA Research

Al observar la evolución de la movilidad en los principales centros urbanos, podría vislumbrarse una mayor capacidad de teletrabajo en CABA, lo cual luce como surgimiento de un nuevo hábito. Auspiciosa tendencia de recuperación en CABA de la mano de la apertura gradual desde mediados de julio.

## A nivel mundial, los gastos en alimentación concentran la mayor participación del consumo con tarjetas e impulsan la reactivación

### CONSUMO EN ALIMENTOS POR PAÍSES (VAR. % A/A)



Fuente: BBVA Research

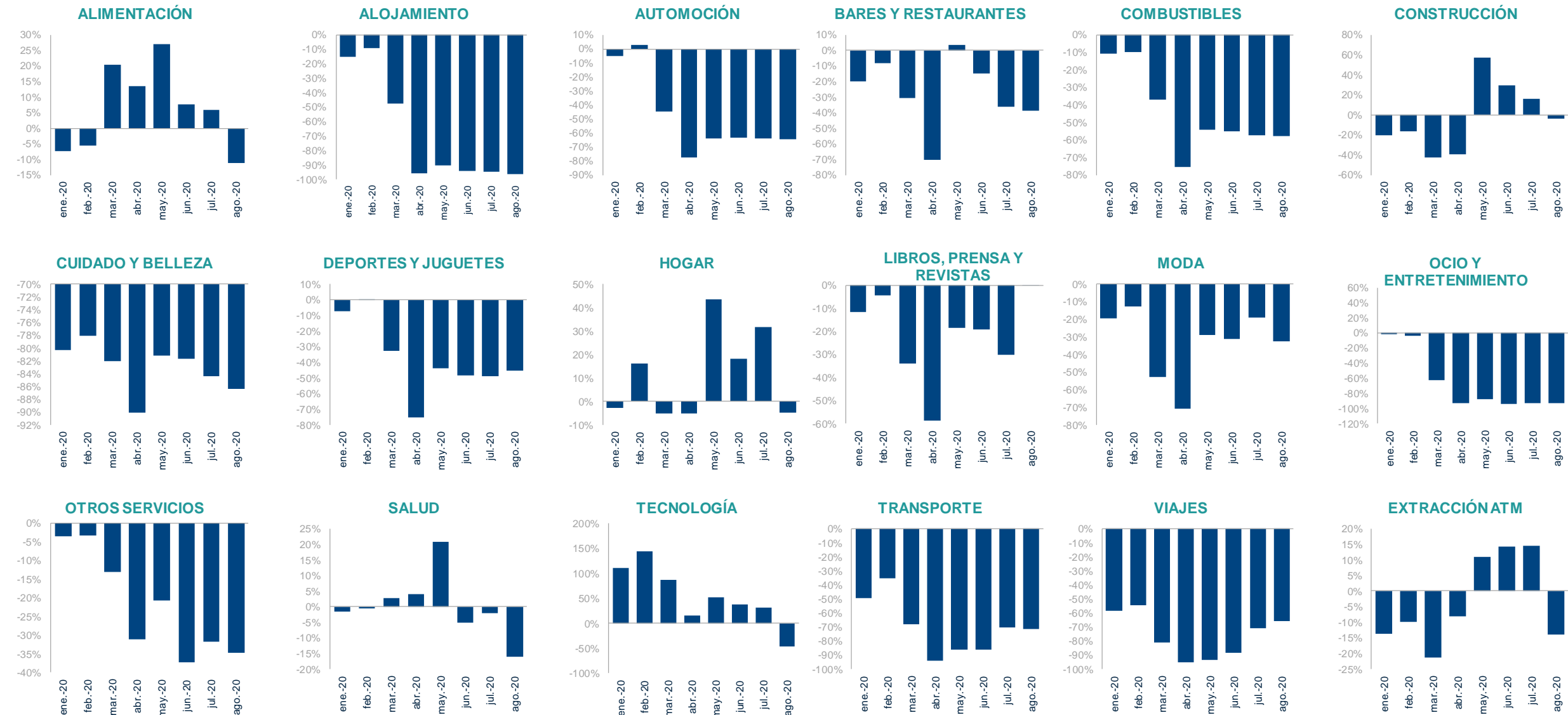
- El **consumo de alimentos a nivel general** tuvo un comportamiento unánime en la primer etapa de la pandemia: un gran salto significativo en marzo que luego se redujo, aunque de manera dispar según la geografía.
- Tanto en **Estados Unidos como en México**, en el plazo de un mes, el gasto en productos alimenticios recuperó el comportamiento previo del primer bimestre de 2020. En **España, Perú y Argentina** se han mantenido por encima de entonces.
- **España y Perú** han tenido un crecimiento llamativo del gasto con tarjetas en alimentos, aunque en julio han dado señales de estabilización pero en niveles elevados.
- En **Argentina**, el consumo de alimentos también se colocó en un nivel superior pre-pandemia, en torno a una variación de 10% interanual en términos reales.



Anexo

# Consumo mensual total con tarjetas en ARS (deflactados)

## (VAR. % A/A)



## 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
<b>Alojamiento</b>	Hoteles	Bazar		Jardinería	Florerías			
		Electricidad		Colchones y accesorios				
<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	Clínicas y sanatorios
	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			
		Indumentaria masculina		Talabartería				
<b>Combustible</b>	Combustible	Indumentaria infantil	Sederías			<b>Transporte</b>	Líneas aéreas	Ferries – Pasaje
<b>Construcción</b>	Venta materiales para la construcción	Servicios para la construcción					Subte	Transporte de pasajeros
<b>Cuidado y belleza</b>	Solariums	Cosméticos	<b>Ocio y entretenimiento</b>	Parque de diversiones	Espectáculos		Mudanzas	Estacionamientos
	Peluquerías adultos	Spas		Teatros	Juegos		Alquiler de autos	Cías. de navegación
	Centros de estética	Peluquerías niños		Bandas y orquestas	Video club		Botes: alquiler y leasing	Autopistas y peajes
		Cines		Talleres de Córdoba	Ferrocarril		Cías. de ómnibus	
		Casinos		Galerías de arte	PPT Autopistas y peajes	Fletes		
		Filatelia						
<b>Deportes y juguetes</b>	Gimnasios	Bicicleterías				<b>Viajes</b>	Vta. de servicios turísticos	Asistencia al viajero
	Náutica y pesca	Clubes						
	Indumentaria deportiva	Ski						
	Juguetería	Outdoor						
	Armería/cuchillería							

## Este informe ha sido elaborado por:

Juan Manuel Manías  
Economista Principal  
juan.manias@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.

# Seguimiento del Consumo en Tiempo Real

**ARGENTINA**

*(datos al 05/08/2020)*

Agosto de 2020