

Indicador de consumo

BBVA Research Big Data

ARGENTINA

(datos al 21/10/2021)

28 de octubre de 2021

Mensajes principales



Los datos relevados hasta el 21 de octubre continúan mostrando un nivel de consumo deslucido, con una tasa de crecimiento real promedio de 0,5% a/a que lo posiciona en alrededor de 10% superior al registro pre-pandemia. Los gastos en servicios mantienen su impulso de las semanas previas con una suba promedio real de 42% a/a en contraposición de los gastos en bienes cuyo guarismo es -8% a/a en lo que va del mes.



El comportamiento de los rubros, en líneas generales, mantienen el dinamismo de las últimas semanas: aquellos asociados al turismo (Alojamiento, Viajes, Ocio y entretenimiento) resaltan por sobre el resto como consecuencia de los beneficios del programa Previaje y ante un panorama sanitario muy diferente al de 2020 en vistas de las vacaciones de verano. A esto se suma la concreción de los servicios turísticos que tuvieron que ser postergados por las diferentes restricciones a la movilidad y cierre de actividades en los meses previos. Finalmente, en los rubros Moda, Tecnología y Deporte y Juguetes se visualiza el efecto puntual de las compras por el día de la madre.



El monitoreo de gastos con tarjetas BBVA permite ver un cambio de comportamiento en cuanto al uso de estos productos. Específicamente, el monto de consumos mejoró en la última medición y se equipara en términos reales a los de 2019 y 2020. Además, se observa una mayor utilización de las tarjetas de forma sostenida, lo que permite asumir una modificación de hábitos en la senda hacia la “nueva normalidad”. En simultáneo, las tarjetas de débito continúan liderando las compras por sobre las de crédito, y también se mantiene la tendencia de realizar menor cantidad de extracciones en cajeros automáticos por mayores montos comparado con la situación previa a la pandemia.



Avanzando con el análisis de comportamiento del consumo y en línea con lo dicho anteriormente, se observa que en los últimos meses la proporción de gastos con tarjeta en los rubros de turismo y ocio se incrementó a costa de los gastos correspondientes a compras a través de plataformas virtuales y de alimentos.

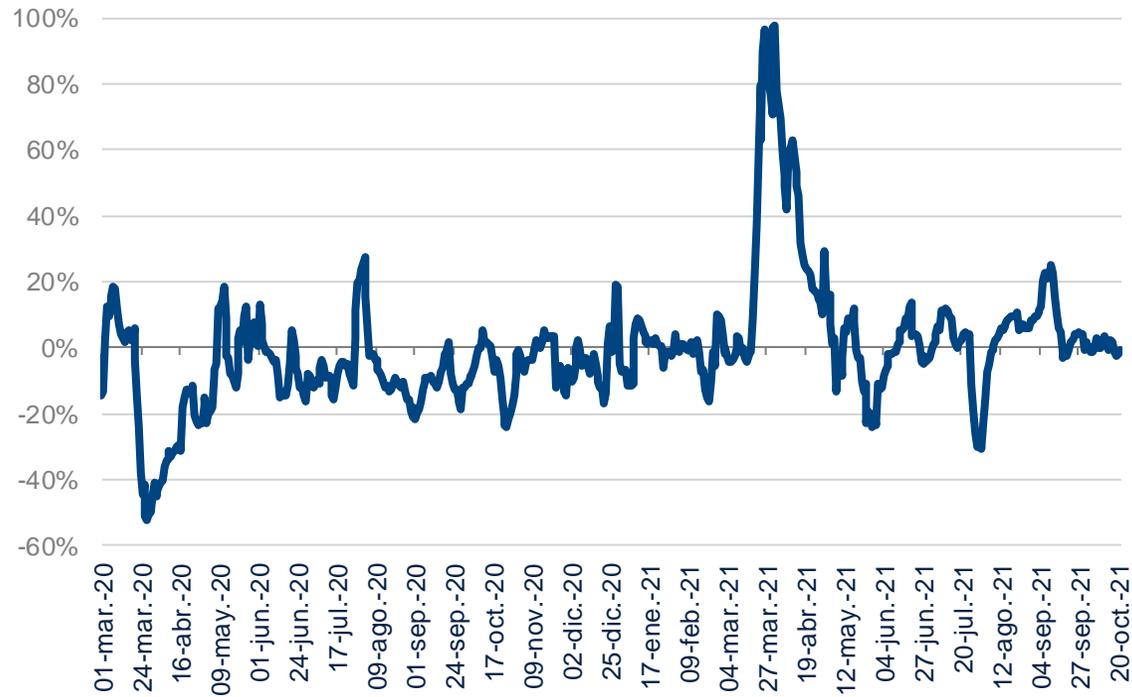


El INDEC dio a conocer el martes pasado los datos de compras en supermercados correspondientes a agosto (+4,5% a/a medido a precios constantes), en línea con la tendencia capturada por nuestro indicador de consumos en tiempo real. En función de la información disponible de septiembre, prevemos una leve mejora de las mismas. No obstante, la cantidad total de transacciones en este rubro viene delineando una tendencia decreciente en lo que va de 2021 (en el 3T21 repuntaron 5% las realizadas con tarjeta de crédito, pero no lo suficiente como para compensar la caída de 10% de las operaciones de compra con tarjeta de débito).

Los datos relevados en lo que va de octubre siguen mostrando un dinamismo del consumo con síntomas de agotamiento, sostenido principalmente por los gastos en servicios

CONSUMO TOTAL CON TARJETAS

(VAR. % A/A, PROMEDIO MÓVIL 7d; ARS CONSTANTES)

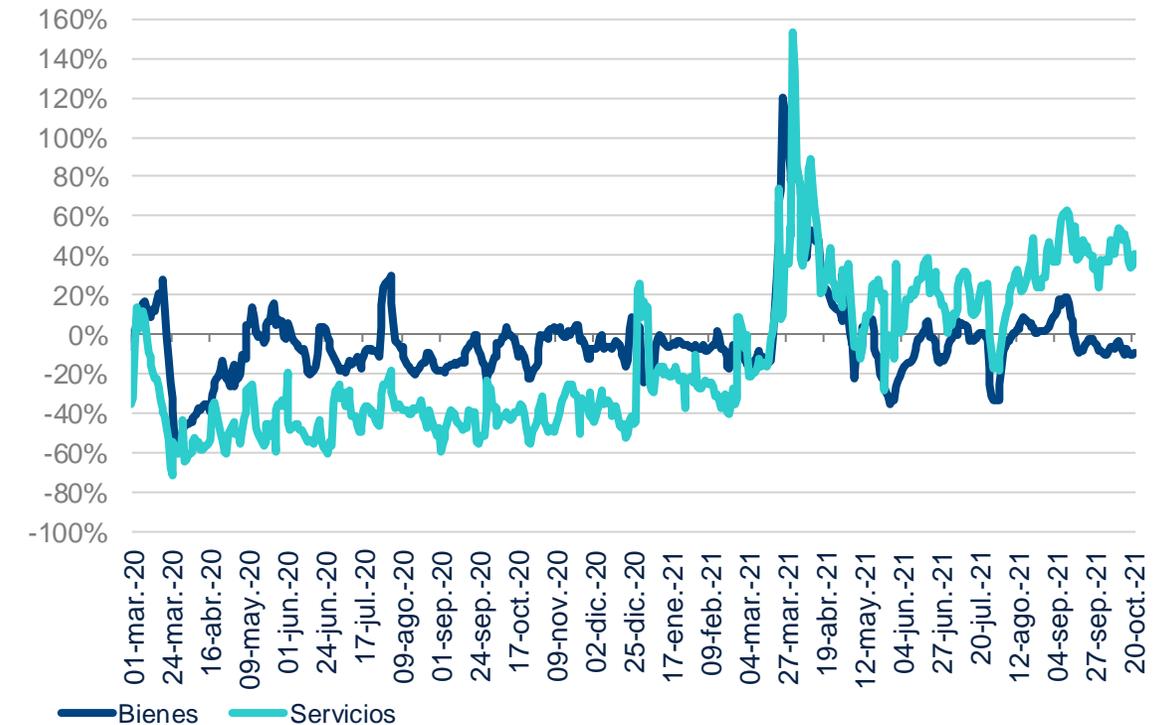


Fuente: BBVA Research e INDEC

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

CONSUMO EN BIENES Y SERVICIOS

(VAR. % A/A, PROMEDIO MÓVIL 7d; ARS CONSTANTES)



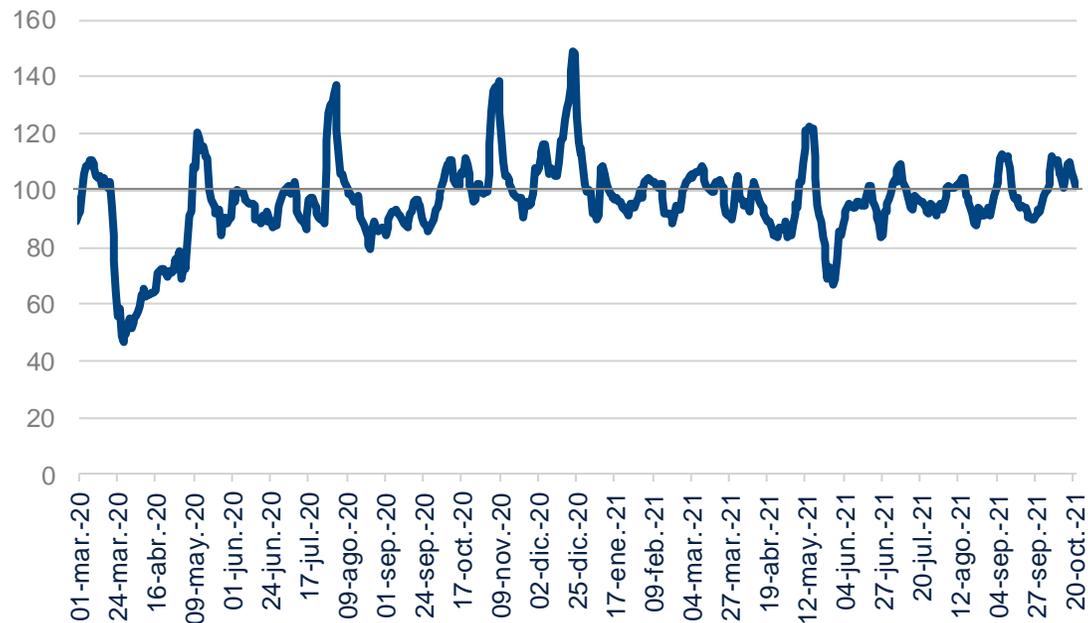
Fuente: BBVA Research e INDEC

Nota metodológica: los rubros se encuentran deflactados por la inflación núcleo. No se incluye el consumo en Plataformas virtuales.

El nivel de compras total con tarjetas se posiciona en un nivel 10% superior al registrado antes del comienzo de la pandemia, con bienes y servicios equiparándose

CONSUMO TOTAL CON TARJETAS

(BASE FEB'20 = 100, PROMEDIO MÓVIL 7d; ARS CONSTANTES)

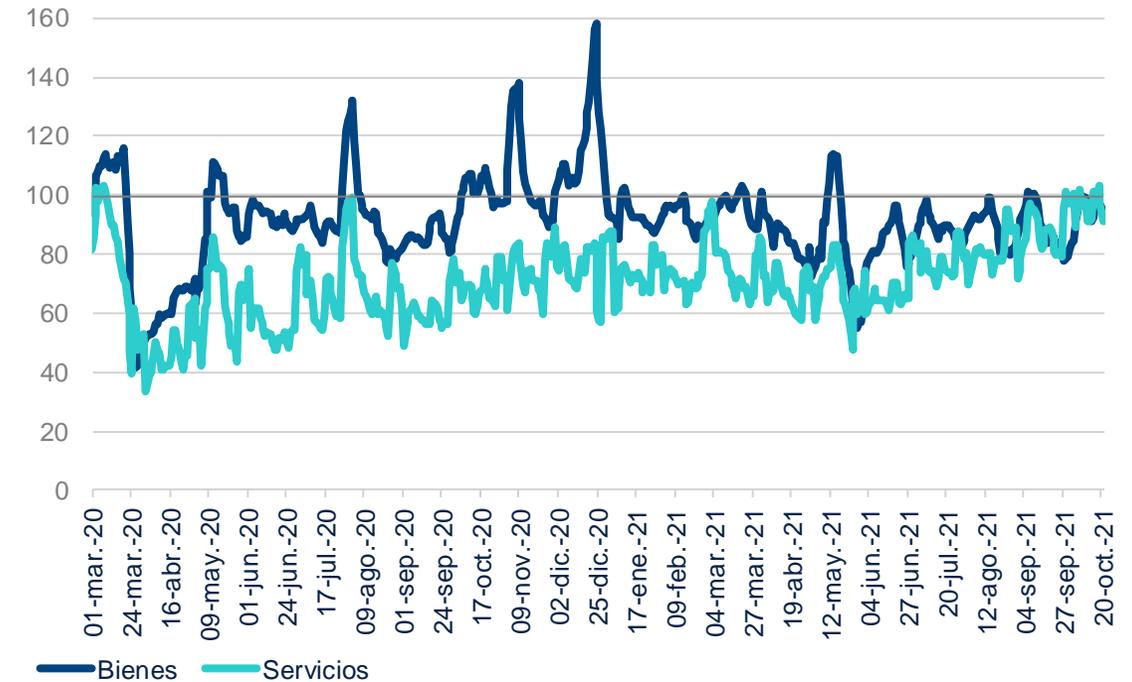


Fuente: BBVA Research e INDEC

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

CONSUMO EN BIENES Y SERVICIOS

(BASE FEB'20 = 100, PROMEDIO MÓVIL 7d; ARS CONSTANTES)

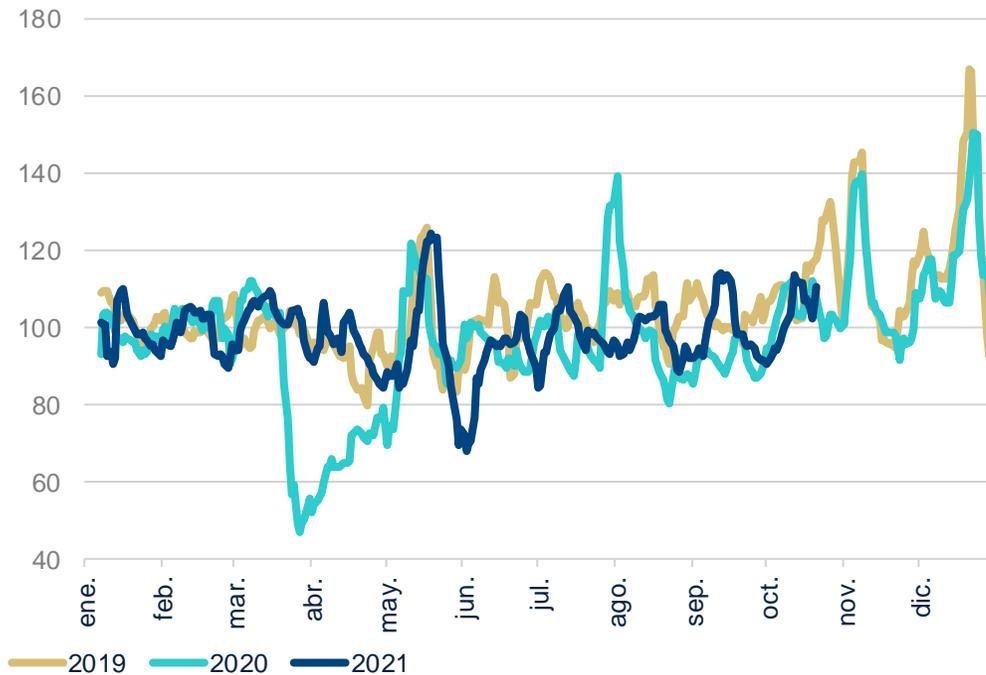


Fuente: BBVA Research e INDEC

Nota metodológica: los rubros se encuentran deflactados por la inflación núcleo. No se incluye el consumo en Plataformas virtuales.

El monto de consumos mejoró y se asemeja en términos reales a los de 2019-20, a la vez que se observa un mayor uso de las tarjetas: ¿cambio de hábito de cara a la “nueva normalidad”?

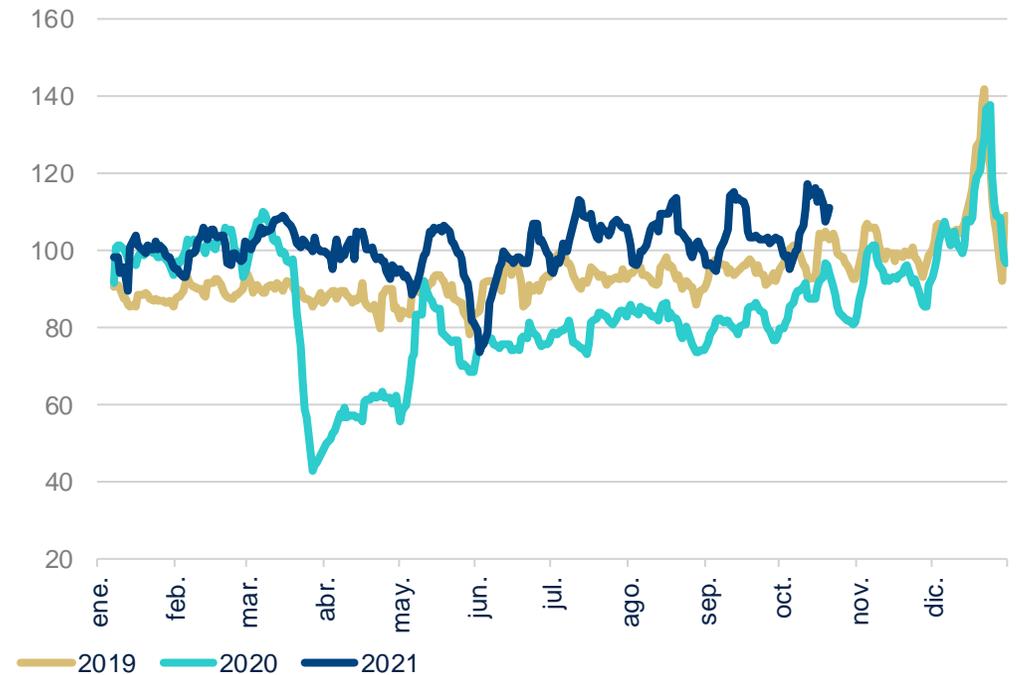
CONSUMO TOTAL CON TARJETAS POR AÑO
(BASE FEB'20 = 100, PROMEDIO MÓVIL 7d; ARS CONSTANTES)



Fuente: BBVA Research e INDEC.

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

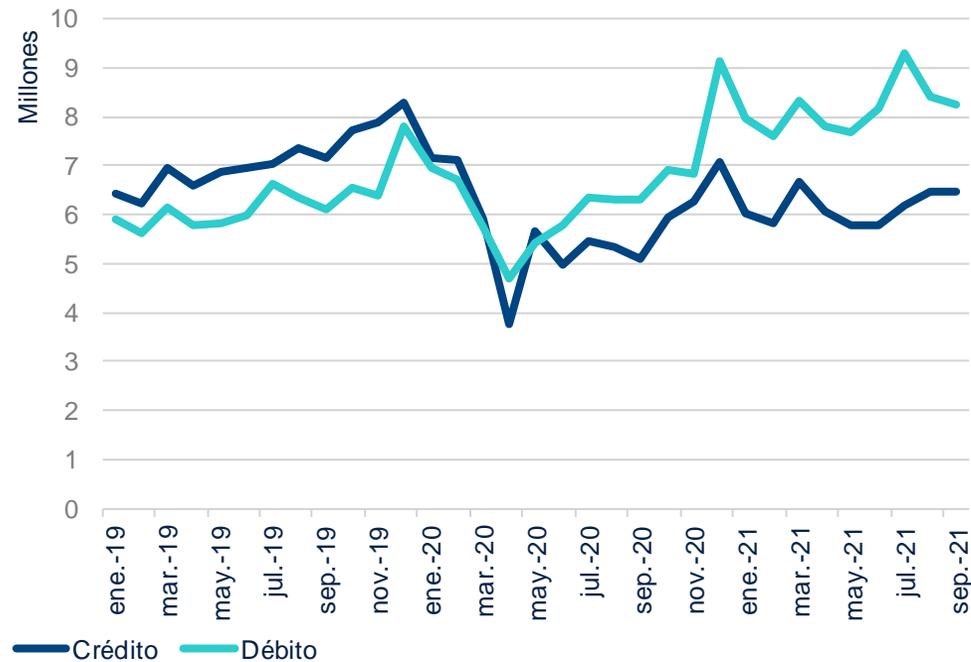
CANTIDAD DE COMPRAS CON TARJETAS POR AÑO
(BASE FEB'20 = 100, PROMEDIO MÓVIL 7d)



Fuente: BBVA Research.

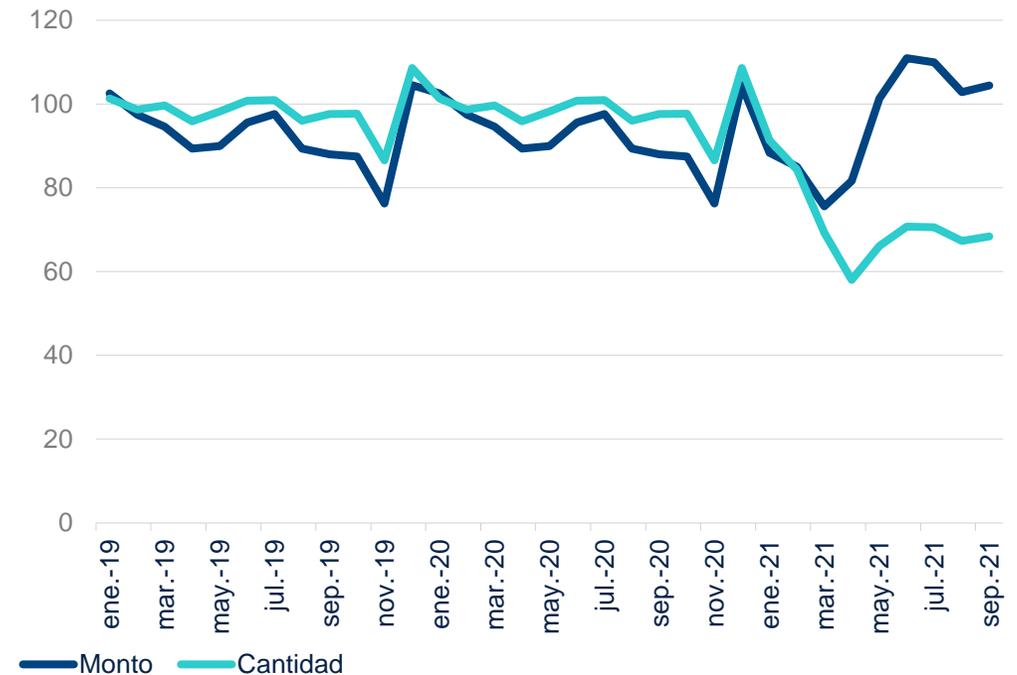
Se mantiene el mayor uso de tarjetas de débito por sobre las de crédito, y la menor cantidad de retiros por cajeros automáticos por montos superiores que en la pre-pandemia

CANTIDAD DE TRANSACCIONES POR TIPO DE TARJETA (EN MILLONES DE OPERACIONES)



Fuente: BBVA Research.

EXTRACCIONES POR ATM: MONTO Y CANTIDAD (BASE PROM. ENE-FEB'20 = 100; ARS CONSTANTES)

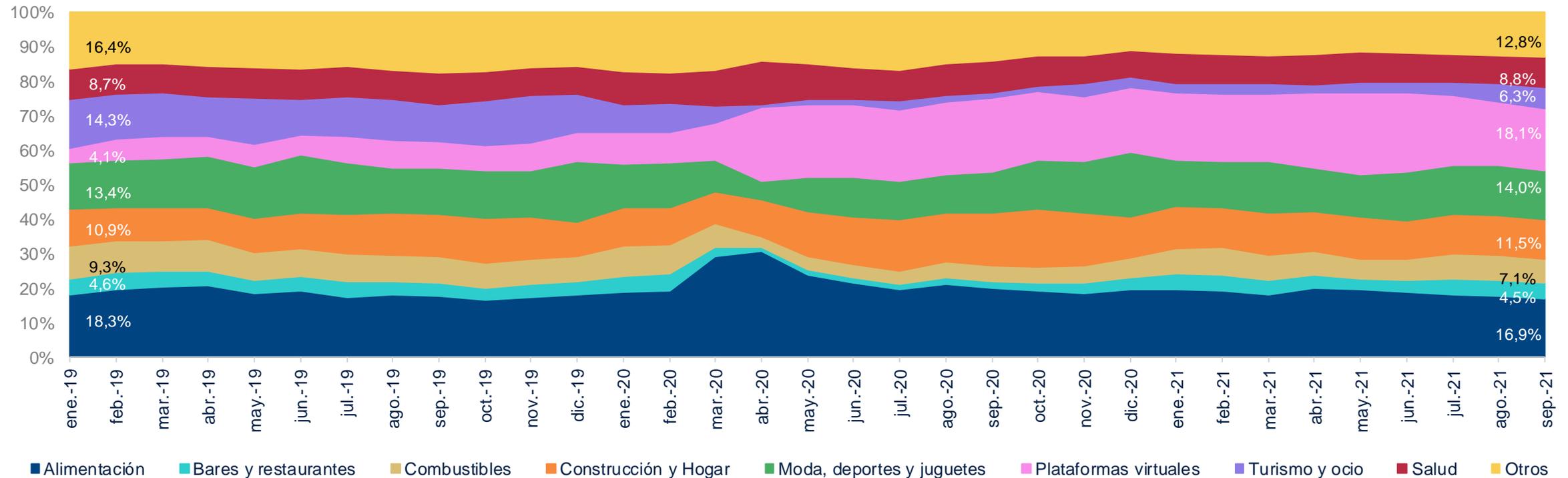


Fuente: BBVA Research e INDEC.

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

En los últimos meses se incrementó la proporción de gastos con tarjeta en los rubros de turismo y ocio en detrimento de consumos a través de plataformas virtuales y de alimentos

PARTICIPACIÓN RELATIVA DEL CONSUMO CON TARJETAS POR RUBRO (EN %, ARS CONSTANTES)

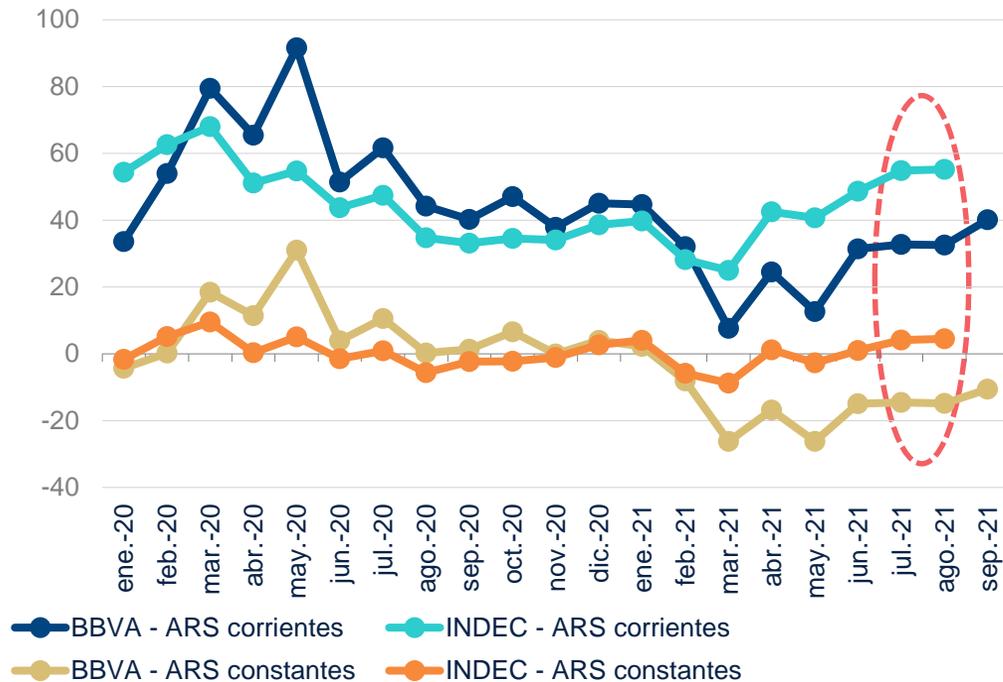


Fuente: BBVA Research e INDEC.

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

El total de compras en supermercados se mantuvo estable en agosto pero repuntaría en septiembre. Sin embargo, la cantidad de compras marca una senda decreciente durante 2021

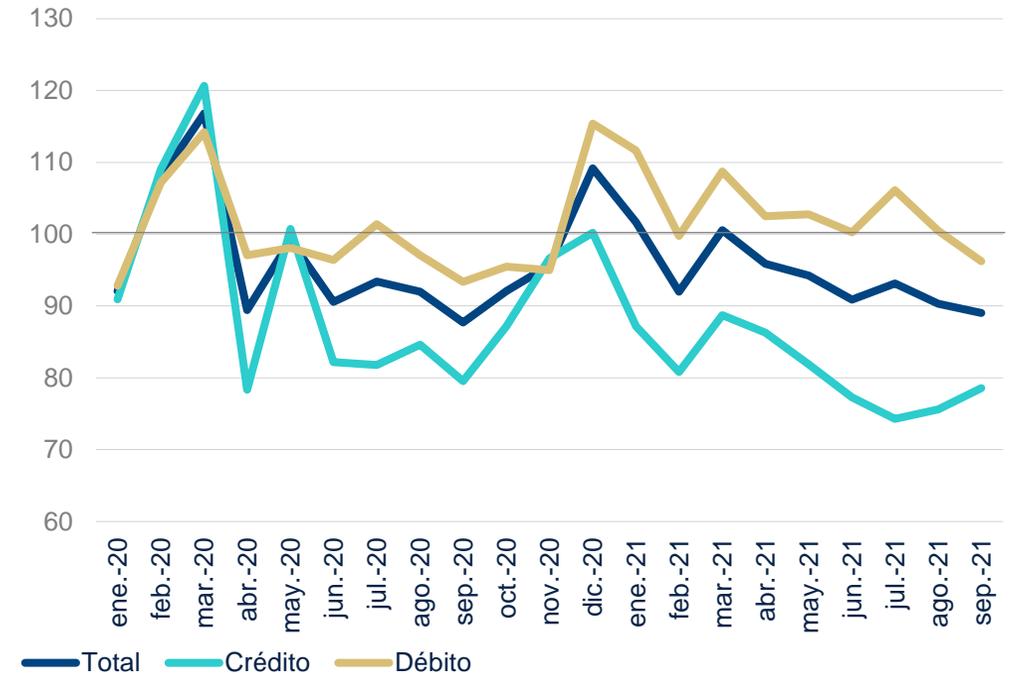
COMPRAS EN SUPERMERCADOS: BBVA VS INDEC (BASE PROM. ENE-FEB'20 = 100; ARS CONSTANTES)



Fuente: BBVA Research e INDEC.

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

CANTIDAD DE COMPRAS EN SUPERMERCADOS POR TIPO DE TARJETA BBVA (BASE PROM. ENE-FEB'20 = 100)



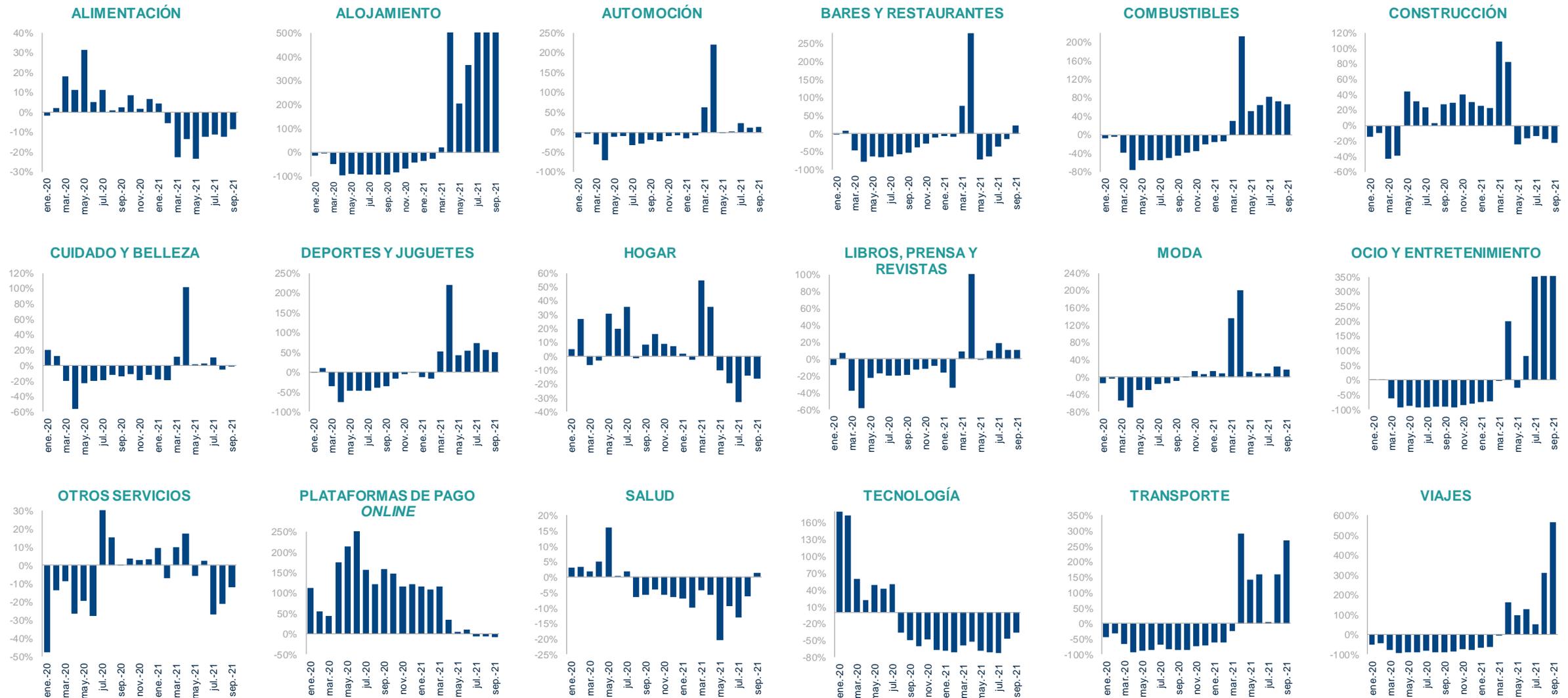
Fuente: BBVA Research e INDEC.



Anexo

Consumos mensuales con tarjetas en ARS (deflactados)

(VAR. % A/A)



Rubros incluidos en los grupos de consumos con tarjetas

GRUPO	RUBROS		GRUPO	RUBROS		GRUPO	RUBROS		
Alimentación	Vinoteca	Panaderías	Hogar	Muebles	Ferreterías	Otros servicios	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				
Alojamiento	Hoteles				Electricidad	Colchones y accesorios	Plataformas de pago online	Plataformas de comercio electrónico	
Automoción	Service del auto	Repuestos		Libros, prensa y revistas	Librería, papelería y fotocopias	Diarios y revistas		Salud	Mutuales y obras sociales
	Gomerías y neumáticos	Motos	Moda		Marroquinería y equipaje	Lencería	Psiquiatras		Productos en farmacia
	Concesionarias	Aceites y lubricantes				Indumentaria unisex	Joyería y relojería		Oftalmólogos
Bares y restaurantes	Restaurantes	Delivery comida para llevar		Indumentaria femenina		Calzados y accesorios	Tecnología	Música e instrumentos	Fotografía
	Confiterías			Indumentaria masculina		Talabartería		Telefonía	Computación
	Heladerías	Comida rápida	Indumentaria infantil	Sederías	Transporte	Líneas aéreas		Ferries – Pasaje	
Combustible	Combustible		Ocio y entretenimiento	Parque de diversiones		Espectáculos	Subte	Transporte de pasajeros	
Construcción	Venta materiales para la construcción	Servicios para la construcción		Teatros		Juegos	Mudanzas	Estacionamientos	
	Cuidado y belleza	Solariums		Cosméticos		Bandas y orquestas	Video club	Alquiler de autos	Cías. de navegación
Peluquerías adultos		Spas		Cines		Talleres de Córdoba	Botes: alquiler y leasing	Autopistas y peajes	
Centros de estética		Peluquerías niños		Casinos		Galerías de arte	Ferrocarril	Cías. de ómnibus	
Deportes y juguetes	Gimnasios	Bicicleterías		Filatelia			PPT Autopistas y peajes	Fletes	
	Náutica y pesca	Clubes				Viajes	Vta. de servicios turísticos	Asistencia al viajero	
	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.

Indicador de consumo

BBVA Research Big Data

ARGENTINA

(datos al 21/10/2021)

28 de octubre de 2021