

# Indicador de consumo BBVA Research Big Data

**ARGENTINA**

(datos al 13/03/2022)

23 de marzo de 2022

## Mensajes principales



Durante febrero, el consumo medido en términos reales creció a una tasa promedio de 3,7% a/a. En la primera quincena de marzo esa cifra cayó a -2,1% a/a. Esta desaceleración a principios de marzo se explica por la contracción real promedio de 4,6% a/a de los gastos en bienes a la vez que los consumos de servicios registraron una suba real promedio de 25,6% a/a (que en el mes anterior había ascendido a 35,4% a/a). Sin embargo, en los primeros 13 días de marzo, **al analizar el nivel de las compras con tarjetas se observa que supera 5% promedio el registro de la pre-pandemia** (medido en pesos constantes). Es decir, el consumo apunta una mejora aunque con signos de debilidad.



El detalle en “alta definición” de los consumos con tarjetas BBVA durante enero y febrero de 2022 pone en evidencia que **los clientes realizan más cantidad de compras, pero por montos que no crecen en términos reales y que se mantienen en niveles similares a los del primer bimestre de 2020**. En efecto, entre el 1° de enero y el 1° de marzo del corriente año, se registró un crecimiento de 7,5% de transacciones respecto del mismo período de 2020 mientras que el monto de ellas, medido en pesos constantes, apenas lo superó en 0,8%.



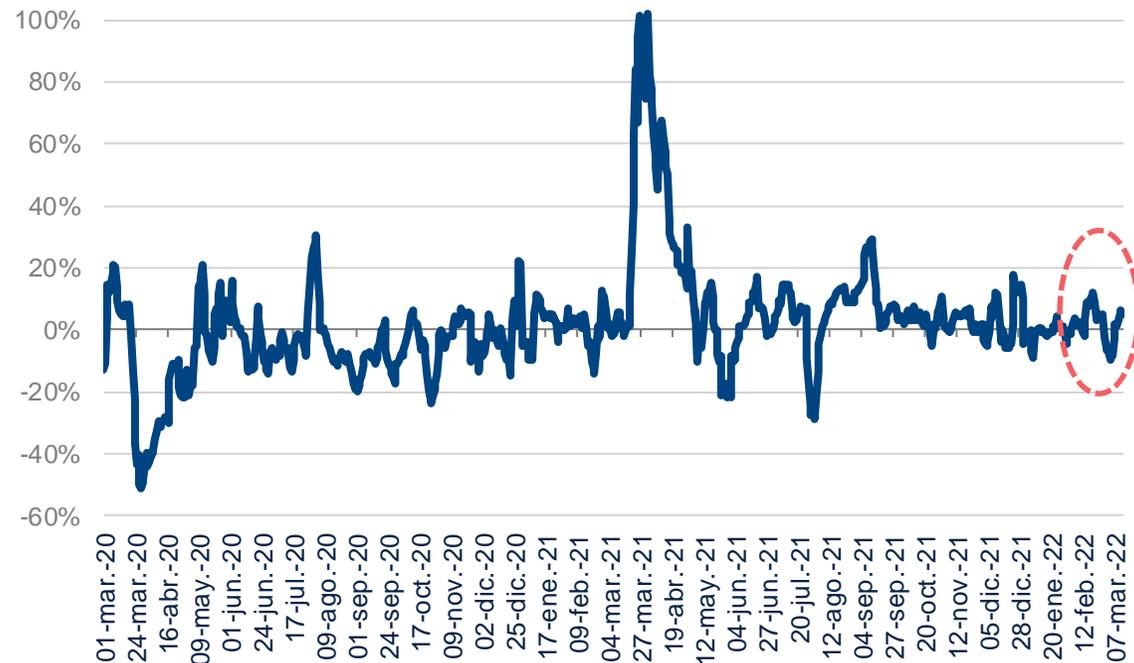
Cuando se analiza por rubro, los consumos de febrero en relación con los de mismo mes de años anteriores, se observa que **el número de operaciones ha tenido una tendencia creciente en la mayoría de ellos**. Sin embargo, **existe cierta heterogeneidad en la medición de gasto a precios constantes**. Respecto de febrero 2021, Alimentación, Automoción, Combustibles, Construcción, Hogar y Plataformas virtuales muestran un retroceso, a la vez que Alojamiento, Bares y restaurantes, Deportes y juguetes, Libros, prensa y revistas, Moda, Ocio y entretenimientos, Otros servicios, Salud, Transporte y Viajes experimentaron un avance interanual. Mientras tanto, Tecnología y Cuidado y belleza no exhiben modificación sustancial. Ello también repercute en la nueva configuración de gastos rumbo a la “nueva normalidad” donde se va rebalanceando la participación relativa de cada división en el conjunto de gastos con tarjeta.



Días atrás, el INDEC dio a conocer las cifras de compras en supermercados correspondientes a diciembre 2021 (+5,3% a/a y +5,7% m/m s.e. a precios constantes), en línea con la mejora observada en la evolución del indicador de gastos en tiempo real de BBVA en ese rubro. No obstante, **los consumos con tarjeta en supermercados en enero y en febrero de 2022 muestran una desaceleración** en la medición sin estacionalidad (-1,0% y -1,1% m/m s.e., respectivamente).

# Tras mostrar un moderado avance en febrero, los consumos con tarjetas desaceleraron en la primer quincena de marzo...

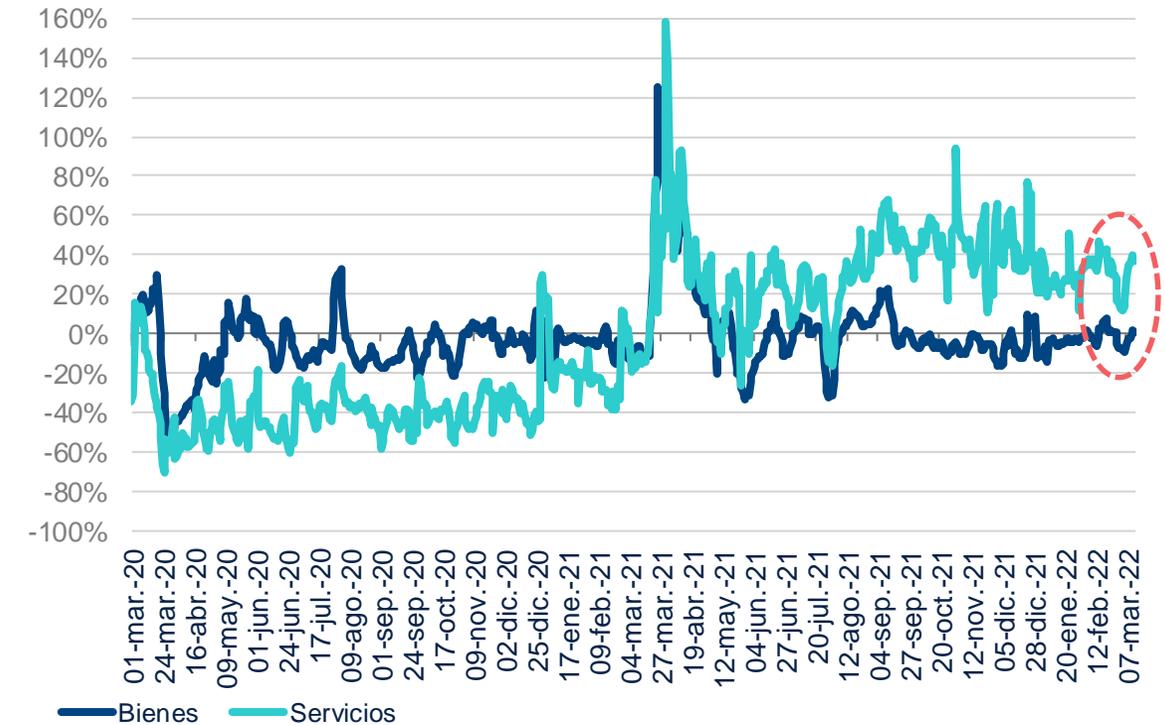
## CONSUMO TOTAL CON TARJETAS (VAR. % A/A, PROMEDIO MÓVIL 7d; ARS CONSTANTES)



Fuente: BBVA Research e INDEC

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

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



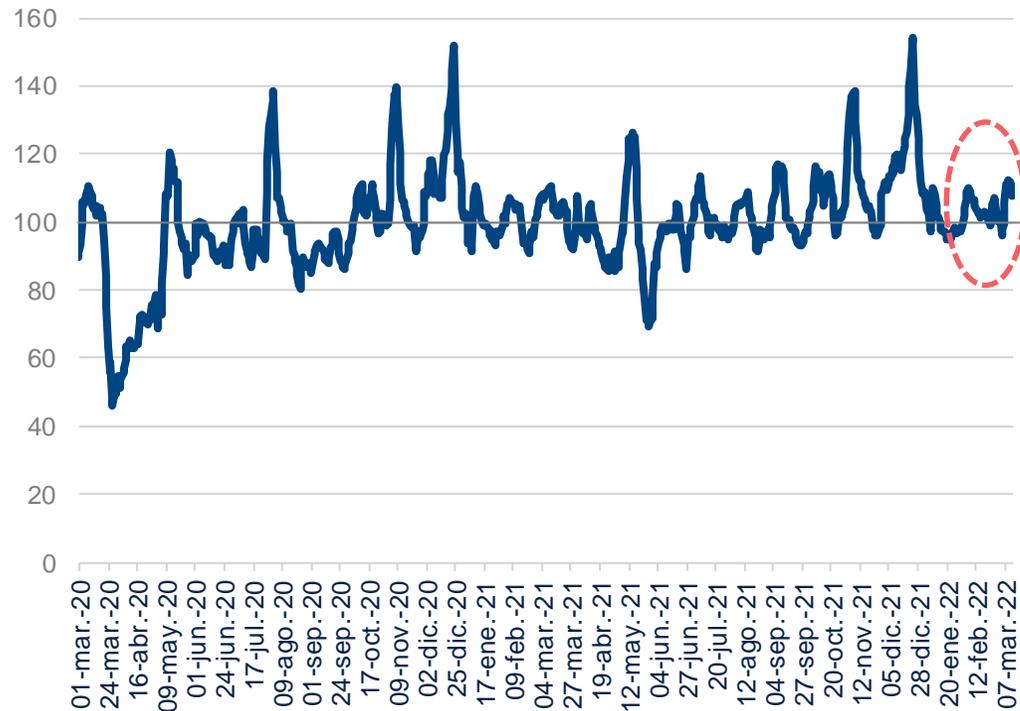
Fuente: BBVA Research e INDEC

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

... pero el nivel de gasto se posicionó 5% promedio por encima del registro previo a la pandemia, liderado por un mayor dinamismo del consumo de servicios por sobre bienes

### CONSUMO TOTAL CON TARJETAS

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

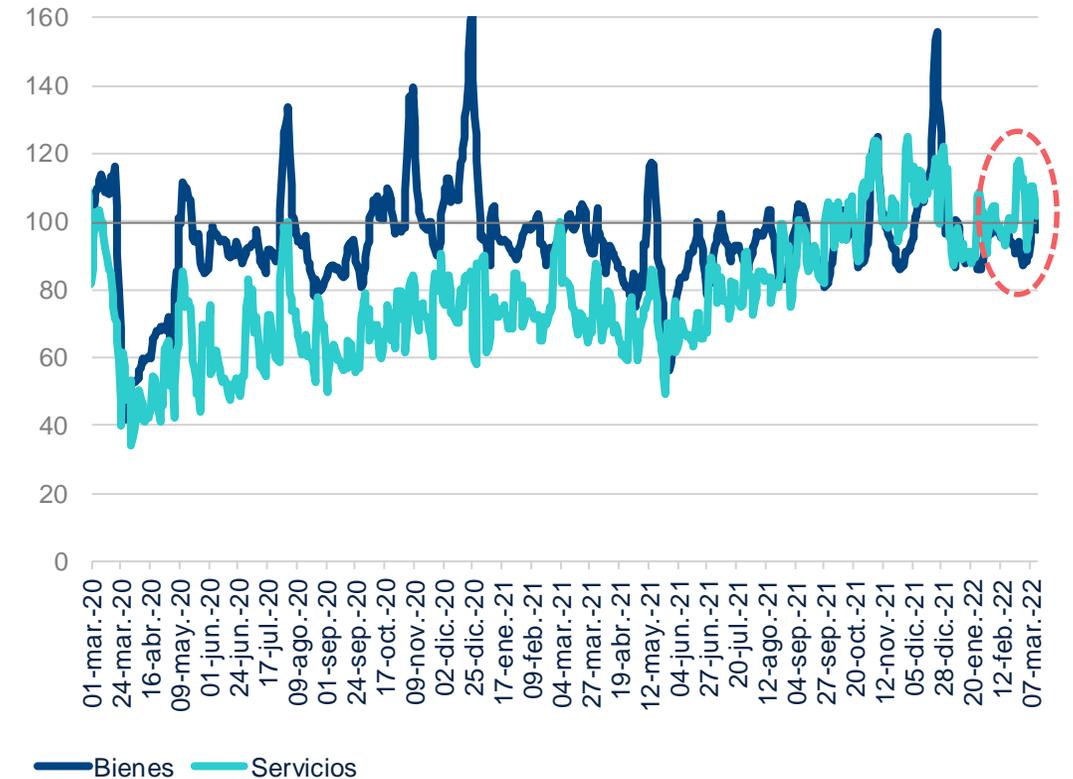


Fuente: BBVA Research e INDEC

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

### CONSUMO EN BIENES Y SERVICIOS

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

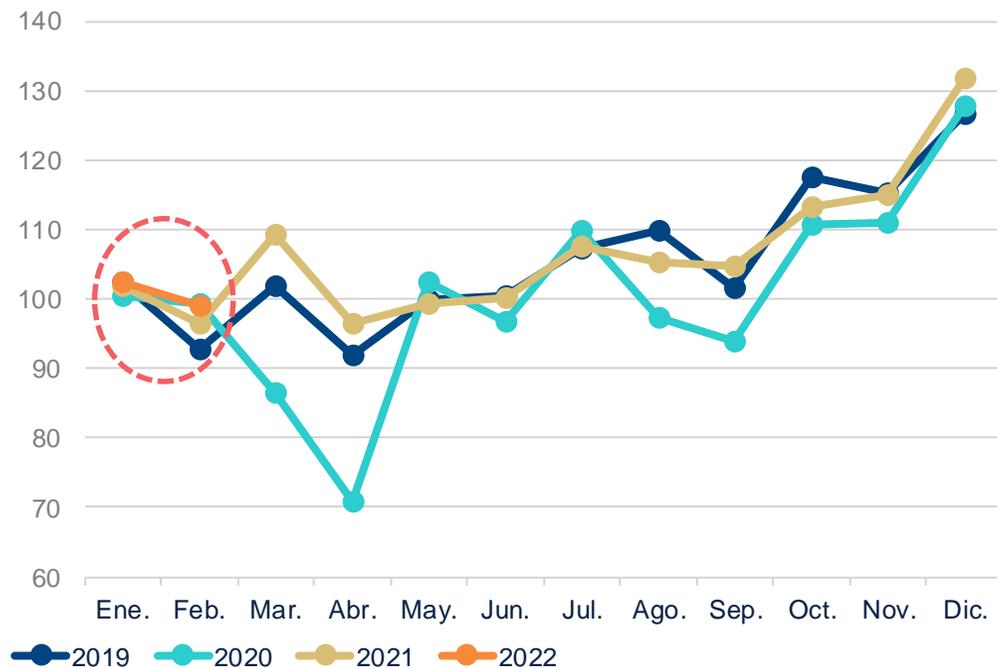


Fuente: BBVA Research e INDEC

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

# La cantidad total de operaciones en los primeros meses de 2022 supera a la de los años previos, aunque en términos reales el gasto se equipara a los de 2020

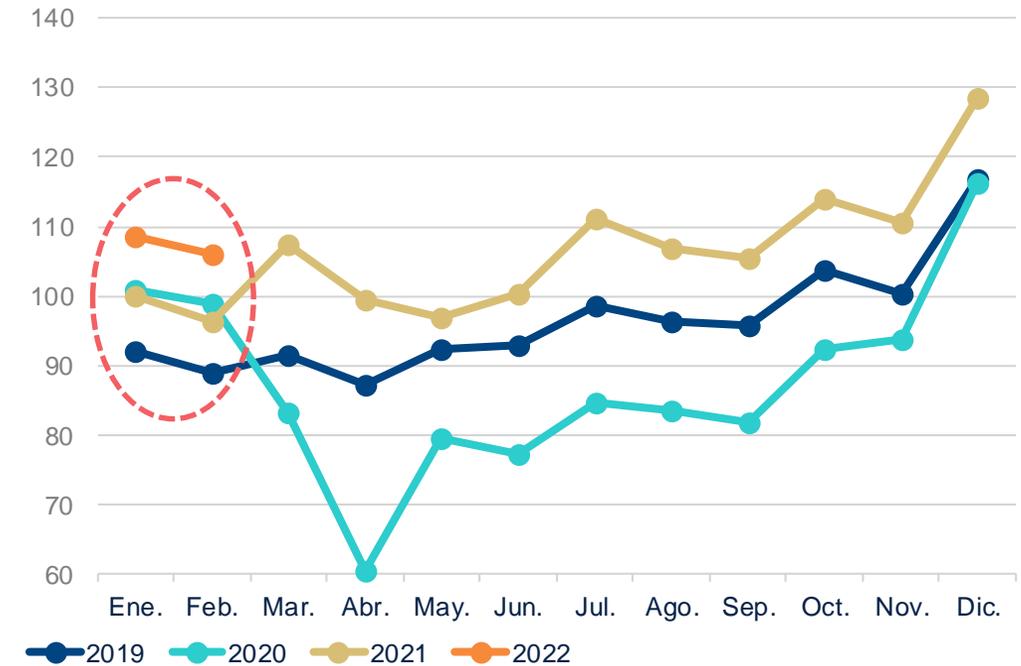
## CONSUMO TOTAL CON TARJETAS EN MONTO (BASE FEB'20 = 100, ARS CONSTANTES)



Fuente: BBVA Research e INDEC

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

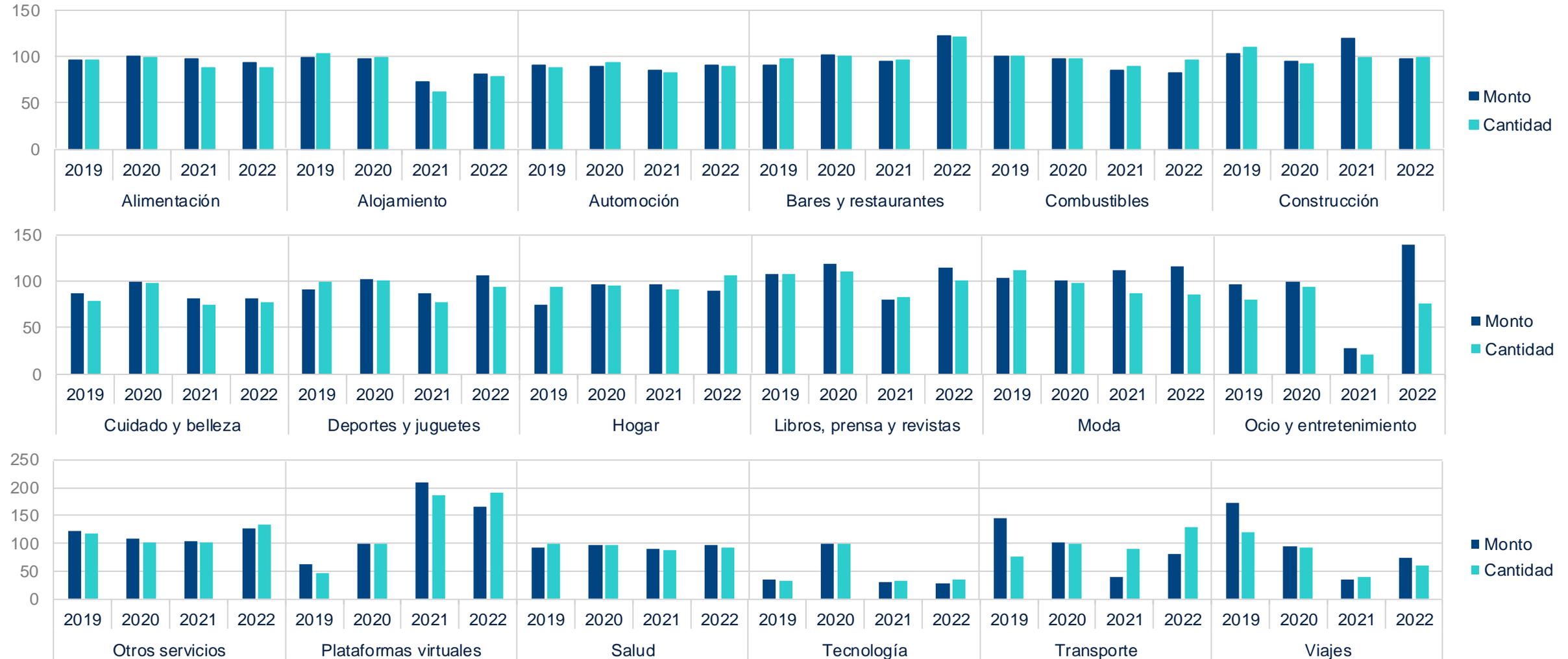
## CONSUMO TOTAL CON TARJETAS EN CANTIDADES (BASE FEB'20 = 100)



Fuente: BBVA Research e INDEC

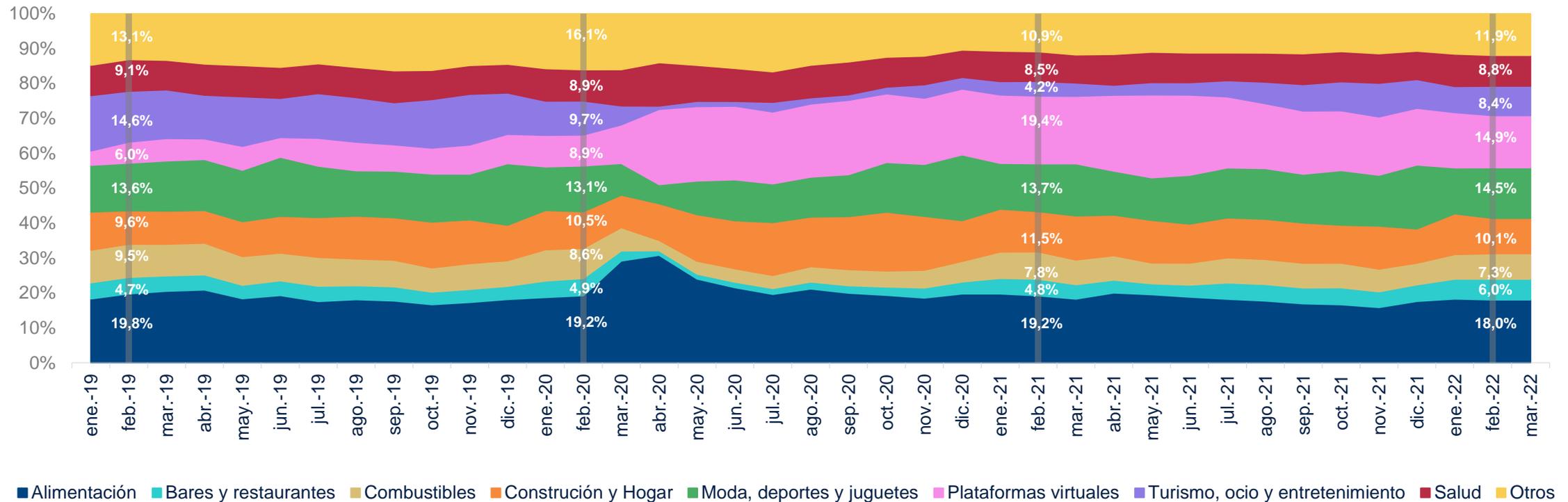
# Observando por rubro, en febrero 2022 la cantidad de transacciones con tarjetas mejoraron, en su mayoría, respecto de 2021, aunque el análisis por montos reales es más heterogéneo

## CONSUMO CON TARJETAS DURANTE FEBRERO, POR MONTO Y CANTIDAD SEGÚN RUBRO (BASE FEB'20 = 100, ARS CONSTANTES)



# Con menor proporción de consumo en turismo, ocio y combustibles, y un mayor avance de las compras *online*, los gastos con tarjetas van retomando el comportamiento de la pre-pandemia

## PROPORCIÓN DE GASTOS POR RUBRO (EN % DE PARTICIPACIÓN RELATIVA; ARS CONSTANTES)

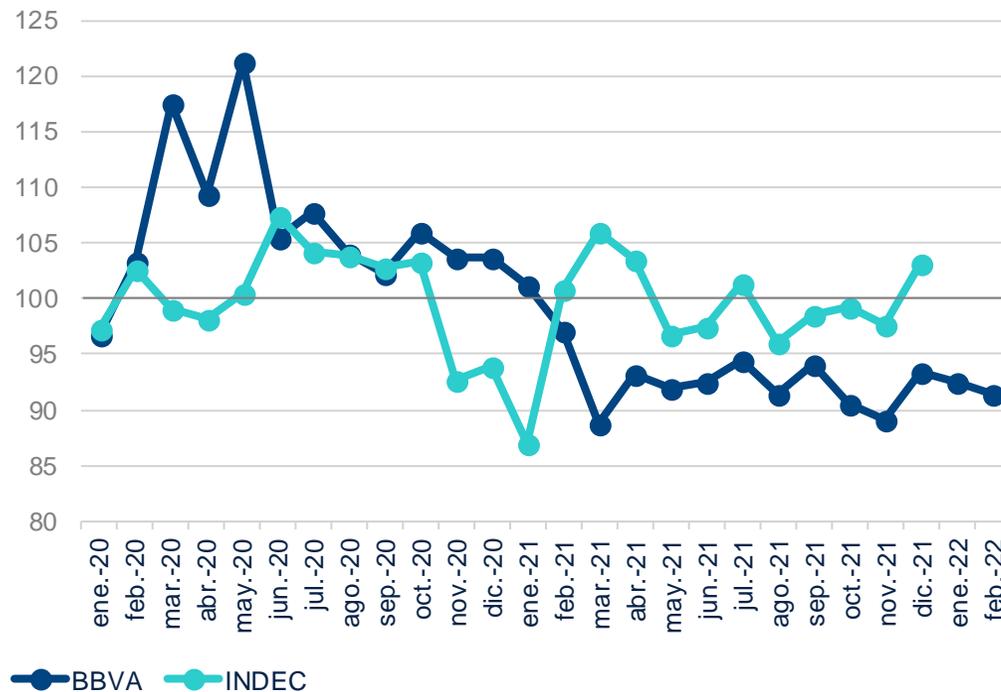


Fuente: BBVA Research e INDEC

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

# Los consumos en supermercados también comenzaron 2022 mostrando una desaceleración en la medición sin estacionalidad y el crecimiento interanual sigue siendo débil

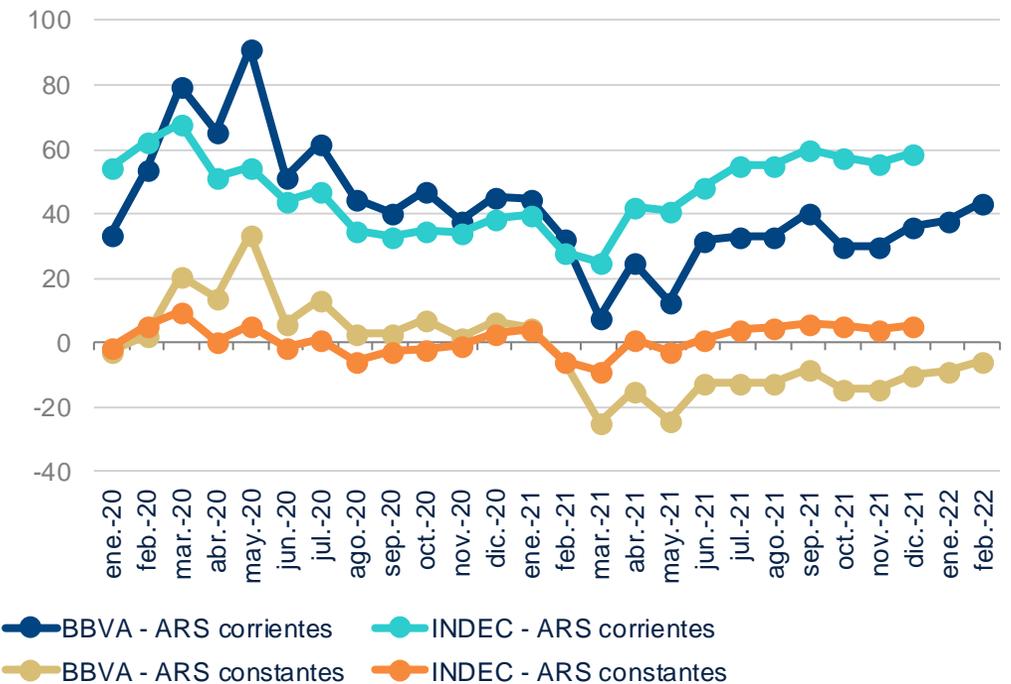
**GASTO CON TARJETAS EN SUPERMERCADOS: BBVA E INDEC**  
(BASE PROM. ENE-FEB'20 = 100; ARS CONSTANTES; SERIES SIN ESTACIONALIDAD)



Fuente: BBVA Research e INDEC.

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

**GASTO TOTAL EN SUPERMERCADOS: BBVA E INDEC**  
(VAR. % A/A)



Fuente: BBVA Research e INDEC.

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

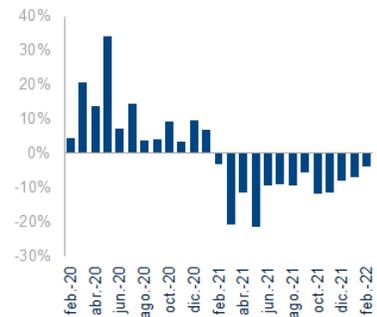


Anexo

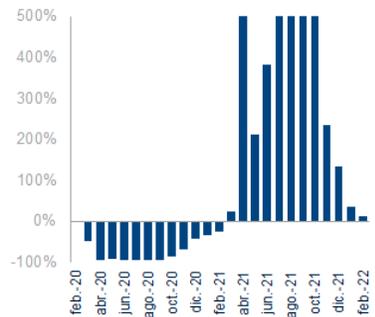
# Consumos mensuales con tarjetas en ARS (deflactados)

## (VAR. % A/A)

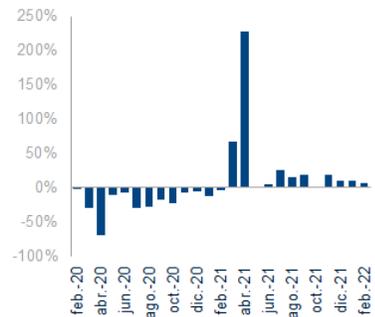
ALIMENTACIÓN



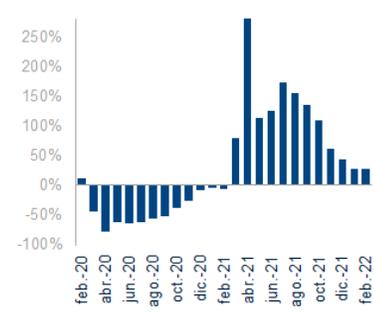
ALOJAMIENTO



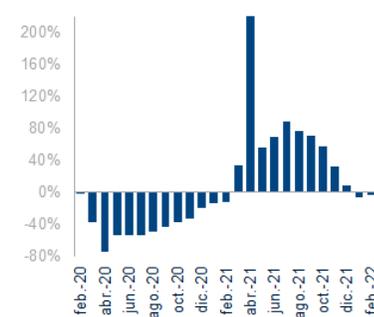
AUTOMOCIÓN



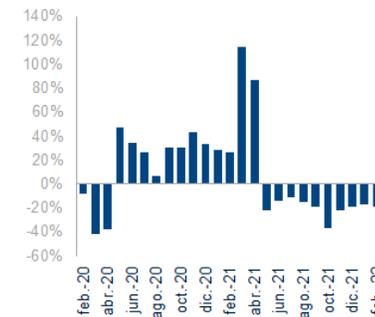
BARES Y RESTAURANTES



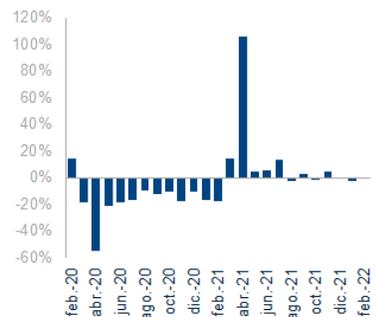
COMBUSTIBLES



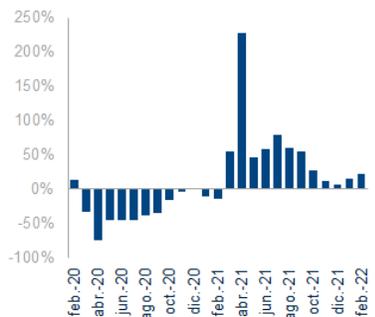
CONSTRUCCIÓN



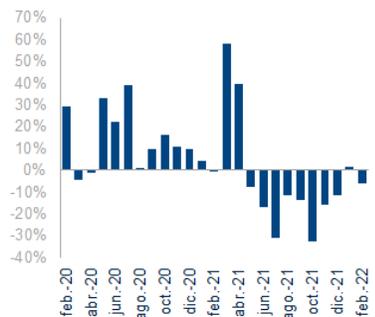
CUIDADO Y BELLEZA



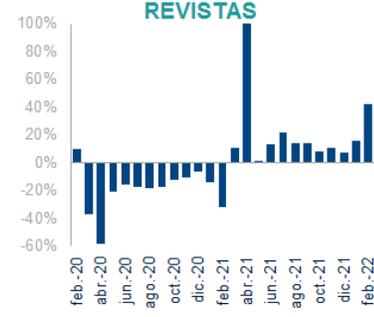
DEPORTES Y JUGUETES



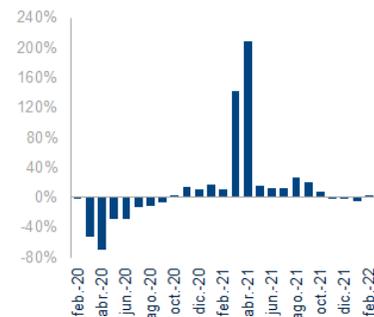
HOGAR



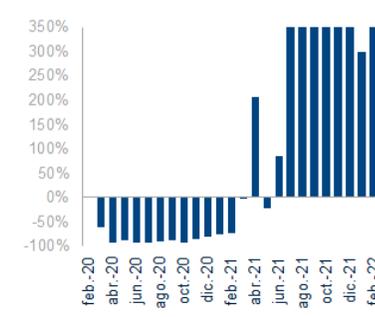
LIBROS, PRENSA Y REVISTAS



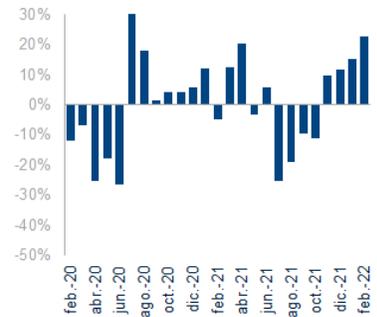
MODA



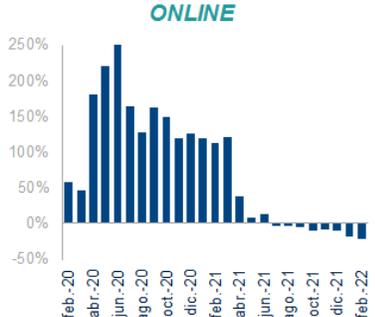
OCIO Y ENTRETENIMIENTO



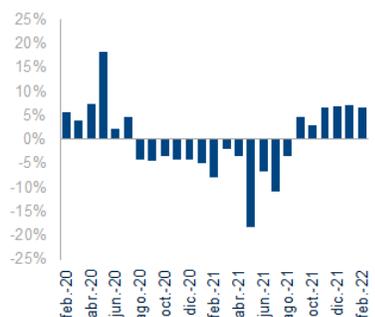
OTROS SERVICIOS



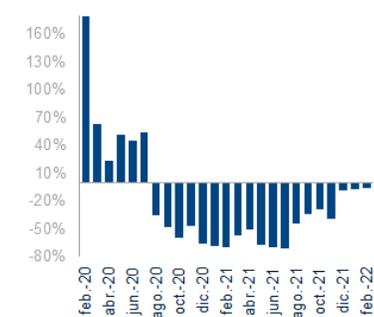
PLATAFORMAS DE PAGO ONLINE



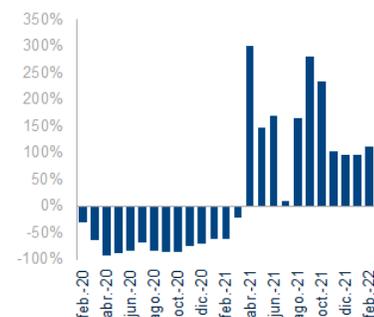
SALUD



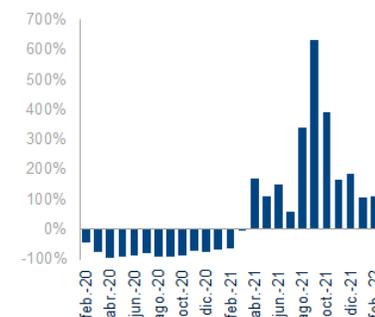
TECNOLOGÍA



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	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	<b>Transporte</b>	Líneas aéreas	Ferries – Pasaje	
		Indumentaria masculina		Talabartería	Subte		Transporte de pasajeros		
<b>Combustible</b>	Combustible			Indumentaria infantil	Sederías		Mudanzas	Estacionamientos	
<b>Construcción</b>	Venta materiales para la construcción	Servicios para la construcción	<b>Ocio y entretenimiento</b>	Parque de diversiones	Espectáculos		Alquiler de autos	Cías. de navegación	
				Teatros	Juegos		Botes: alquiler y leasing	Autopistas y peajes	
<b>Cuidado y belleza</b>	Solariums	Cosméticos			Bandas y orquestas	Video club	Ferrocarril	Cías. de ómnibus	
	Peluquerías adultos	Spas			Cines	Talleres de Córdoba	PPT Autopistas y peajes	Fletes	
	Centros de estética	Peluquerías niños			Casinos	Galerías de arte			
<b>Deportes y juguetes</b>	Gimnasios	Bicicleterías			Filatelia		<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.maniás@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 13/03/2022)

23 de marzo de 2022