



+



ENCUESTA DE CONSUMER MOOD

Pulso del consumidor argentino

ABRIL 2026

Junto a la empresa **shopapp**, confeccionamos una encuesta online entrevistando a los consumidores de su panel con el objetivo de captar el *consumer mood* y analizar diversas dimensiones de la percepción y deseos económicos de los hogares.



520 PERSONAS
Mujeres y hombres,
todas mayores de 18
años y de varios NSE



**ENTRE JUNIO-25
Y ABRIL-26**
Realizada en cuatro
momentos del tiempo



**VÍA APLICACIÓN
CAWI**
20 minutos de duración

RESUMEN

 **ECOLATINA**
Analytics

+

 **shopapp**

PRECIOS



Los últimos siete meses estuvieron signados por una aceleración inflacionaria que dejó a la variación mensual del nivel de precios en 3,4% durante marzo. Esto se hizo sentir en los hogares argentinos y ya el 57% percibe la aceleración, mientras que solamente el 13% argumenta que está bajando.

INGRESOS



El ingreso de los hogares se ha estabilizado en un nivel relativamente bajo y su perspectiva de crecimiento se desacelera ante el nuevo esquema tarifario. Llegar a fin de mes se ha vuelto un desafío para los hogares argentinos: un cuarto de los encuestados declara no lograrlo.

AHORRO



El deterioro en el salario real trajo aparejado una reducción en el ahorro de los hogares, aunque continúa representando el 15% de los ingresos totales. Las familias perciben un deterioro en su capacidad de ahorro y reportan un aumento en su utilización para llegar a fin de mes.

CONSUMO ON PREMISE



Al igual que la dinámica de ingresos, el consumo en restaurantes se encuentra estancado y no parecería tener una perspectiva de futuro alentadora. Solamente el 1% de los encuestados declara salir a comer con frecuencia, y casi la mitad dice no hacerlo ni siquiera una vez al mes.

CONSUMO DURABLES

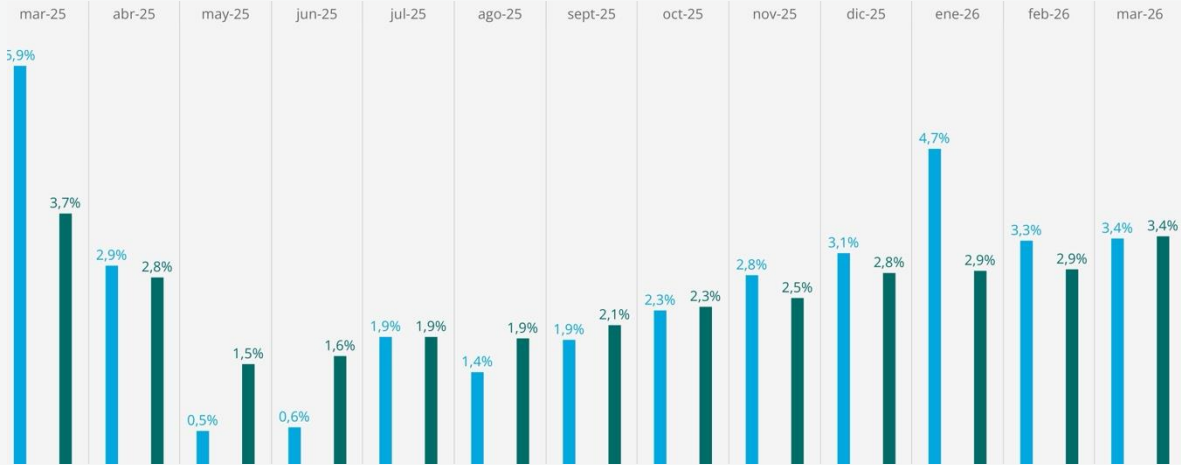


Luego de un 2025 muy positivo, el consumo de durables pausó su crecimiento y arrancó el año con un estancamiento interanual. Más de la mitad de los encuestados no realizó compras, aunque el consumo mejoró respecto a enero, impulsado por los extremos socioeconómicos mientras la clase media redujo sus adquisiciones.



ÍNDICE DE PRECIOS - VARIACIÓN MENSUAL

Nivel general | Alimentos y bebidas



Lejos ha quedado la estabilización de la inflación en torno al 2% mensual, y desde hace siete meses que su valor ha ido acelerando período a período. Como resultado, el índice de precios correspondiente al mes de marzo arrojó una variación mensual de 3,4%, el valor máximo de lo últimos doce meses.

El mal dato de marzo se explica, en parte, por la estacionalidad, ya que en este mes se concentran los aumentos de educación. A su vez, las tarifas de servicios públicos atravesaron un nuevo ajuste y

traccionaron al alza el índice. Finalmente, Argentina no está aislada del contexto internacional, el cual acusó recibo de un aumento en el precio del petróleo que se trasladó a la venta de los combustibles locales.

Luego de varios meses en niveles similares o inferiores al índice general, alimentos y bebidas acumuló dos meses consecutivos por encima del total: 2,8% en noviembre y 3,1% en diciembre, ambos 0,3 p.p. más que el nivel general.

¿DIRÍAS QUE LA INFLACIÓN ESTÁ?

Bajando | Estable | Subiendo



De acuerdo con los últimos resultados de la encuesta relevada por ShopApp, los hogares argentinos han sentido la aceleración inflacionaria de los últimos meses.

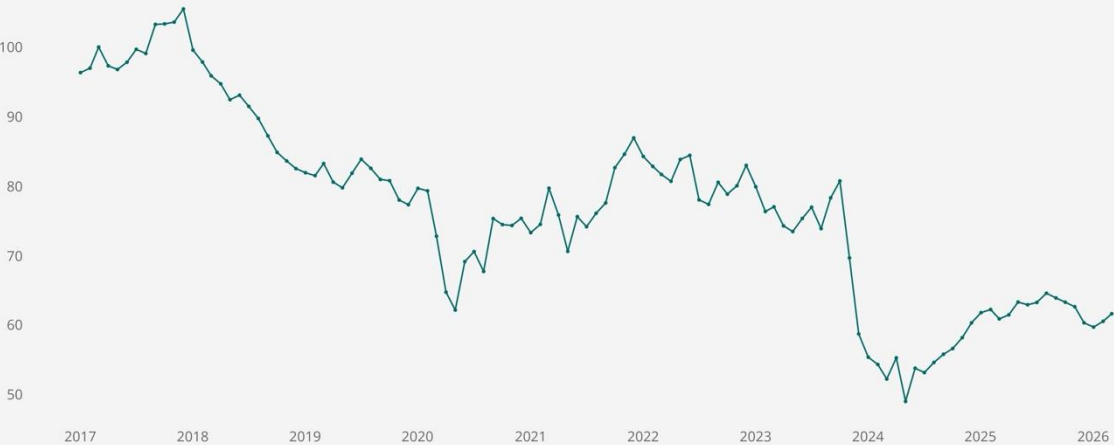
En abril se observa un claro predominio de percepciones de aceleración inflacionaria. El saldo neto entre quienes consideran que la inflación está subiendo y quienes perciben una desaceleración alcanza +44 puntos porcentuales (p.p.). Este resultado surge de que el 57% de los hogares declara una suba de la inflación

(máximo de la serie), mientras que solo el 13% percibe una desaceleración (mínimo histórico).

En perspectiva temporal, el deterioro de las percepciones responde a una tendencia de aceleración inflacionaria, con octubre de 2025 como única excepción. Sin considerar ese mes, la proporción de hogares que reporta una inflación a la baja muestra una caída sostenida: desde el 27,5% registrado en junio de 2025 hasta los niveles actuales.

INGRESO DISPONIBLE ECOLATINA

Base 2017 = 100



El ingreso disponible de los hogares (poder de compra una vez que se hayan realizado los gastos inelásticos) continúa oscilando en un nivel relativamente bajo, y aún no muestra señales de mejora en el corto plazo

La reanudación de los ajustes tarifarios para el 2026 provocará un aumento en los montos pagados por servicios públicos, quitando así espacio en el *share of wallet* de los hogares argentinos. La reducción en los subsidios impactará más en el IDE de

los sectores de menores recursos, implicando un efecto regresivo.

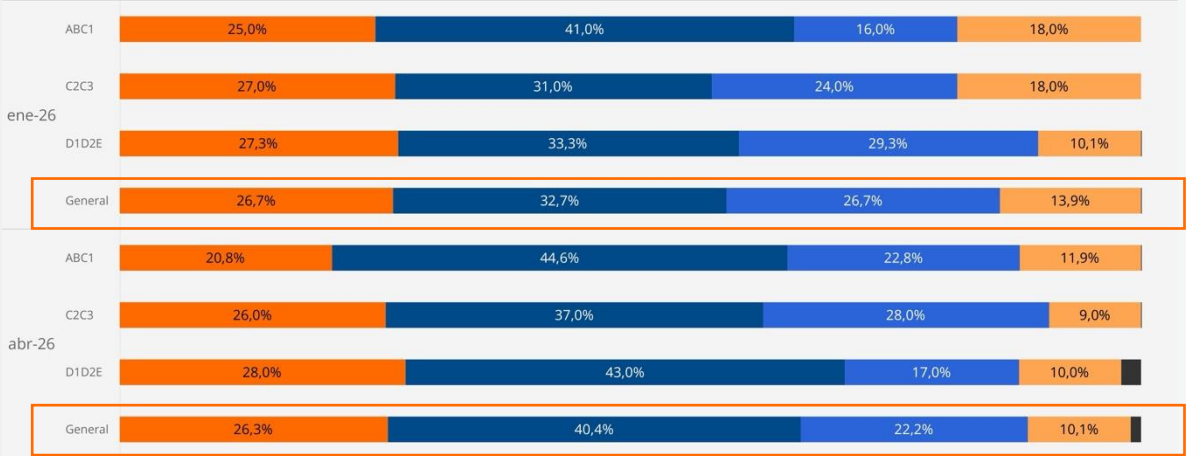
A su vez, la debilidad en el mercado laboral no propicia una evolución de salarios reales al alza, haciendo así operativa el ancla en los ingresos.

En términos de perspectiva, el Ingreso Disponible no avanzará sustancialmente durante los próximos años y recuperará un espacio acotado.



¿EN QUÉ MEDIDA DIRÍAS QUE EL INGRESO DEL HOGAR ES SUFICIENTE?

No nos alcanza | Llegamos justo | Nos alcanza | Podemos ahorrar algo | Otros



Actualmente, el 67% de los encuestados declara que no le alcanza o apenas llega a fin de mes, empeorando su situación respecto a lo informado en enero. Este deterioro se explicó por el crecimiento de quienes declaran llegar ajustados a fin de mes (+7,3 p.p.). A su vez, las respuestas positivas en cuanto a la suficiencia del ingreso fueron las que más cayeron: “podemos ahorrar algo” retrocedió 4 p.p., mientras que “nos alcanza” lo hizo en 5 p.p.

En la cima de la pirámide, los hogares ABC1 muestran una menor presencia de respuestas en los extremos, reduciéndose tanto el ahorro holgado como la insuficiencia de ingresos. Como resultado, dos tercios declaran que llegan con lo justo o que les alcanza.

En la base, el deterioro es más marcado: quienes en enero declaraban que les alcanzaba redujeron en 12 p.p. su participación, mientras que quienes declaran “llegar justo” crecieron en 10 p.p.



AHORRO

Como porcentaje del ingreso del hogar



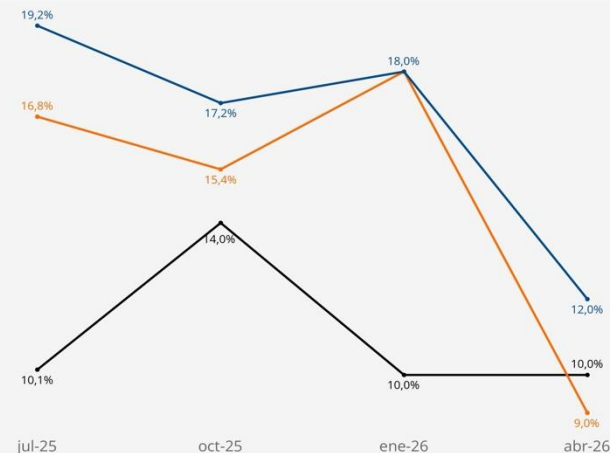
Luego de hacer un mínimo en diciembre de 2023, el ahorro atravesó un crecimiento sostenido que se interrumpió para finales del año pasado. En noviembre del 2025, el ahorro como porcentaje del ingreso del hogar llegó a ser 19%, valor máximo desde diciembre de 2022.

Actualmente, dicho valor ha mermado en el margen y se encuentra cerca del 15%. Esto se explica por la ya mencionada aceleración inflacionaria y por el cambio en el *share of wallet* de los hogares donde los servicios inelásticos ganaron peso.

De cara al futuro, la recomposición del ahorro es un factor clave para la economía de los hogares. La posibilidad de resignar consumo presente es una condición casi necesaria para el consumo de bienes durables. Una inflación que desacelere y un ingreso real que crezca permitirán una recomposición del ahorro.

POSIBILIDAD DE AHORRO (NSE)

% de hogares encuestados ABC1 | C2C3 | D1D2E

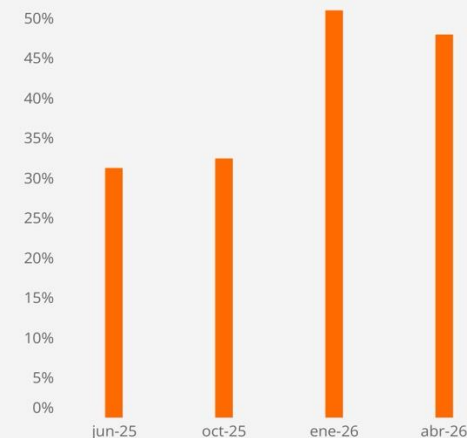


Si bien el ahorro ha sufrido una disminución durante los últimos meses, esto no ha sido neutral si realizamos un análisis pormenorizado en función del nivel socioeconómico al cual pertenecen.

Al empezar por la base de la pirámide, observaremos que el 10% de los hogares D1D2E declaran que su ingreso les es suficiente para ahorrar algo, igual valor que el mostrado en enero. Por otro lado, los hogares de clase media y clase alta sufrieron caídas fuertes entre enero y abril en sus posibilidades de ahorro.

UTILIZACIÓN AHORROS PARA LLEGAR A FIN DE MES

% de hogares encuestados



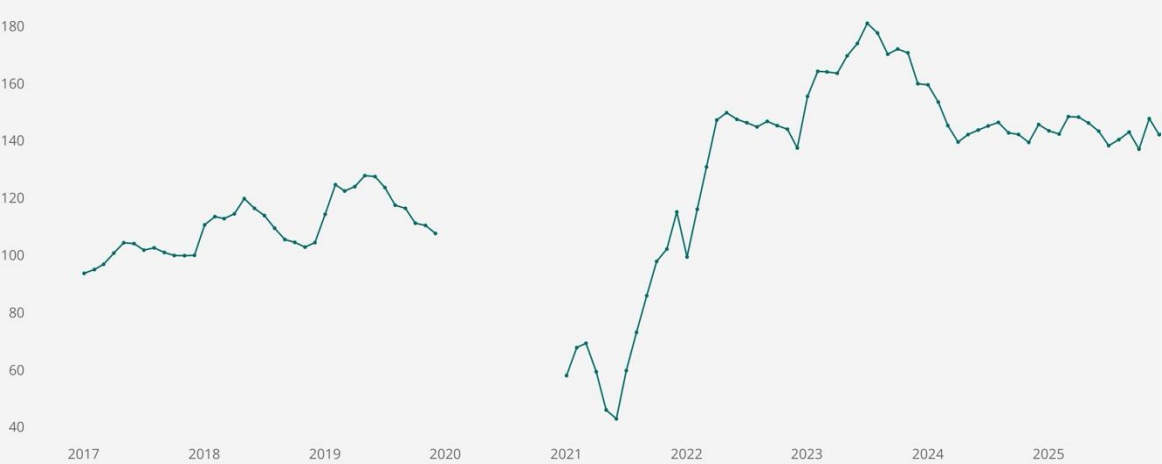
En enero, el 18% de los hogares C2C3 y ABC1 declaraba estar pudiendo ahorrar algo, número que se redujo en abril a 9% y 12%, respectivamente. En resumen, el deterioro en la capacidad de ahorro se ha hecho sentir en la percepción hogareña.

Finalmente, hubo un avance en la utilización de ahorros para poder llegar a fin de mes. Actualmente, casi la mitad de los hogares encuestados debieron utilizar ahorros pasados para solventar su consumo, valor que durante el año pasado no llegaba a ser un tercio.



ACTIVIDAD EN RESTAURANTES (SIN ESTACIONALIDAD)

Base 2017 = 100



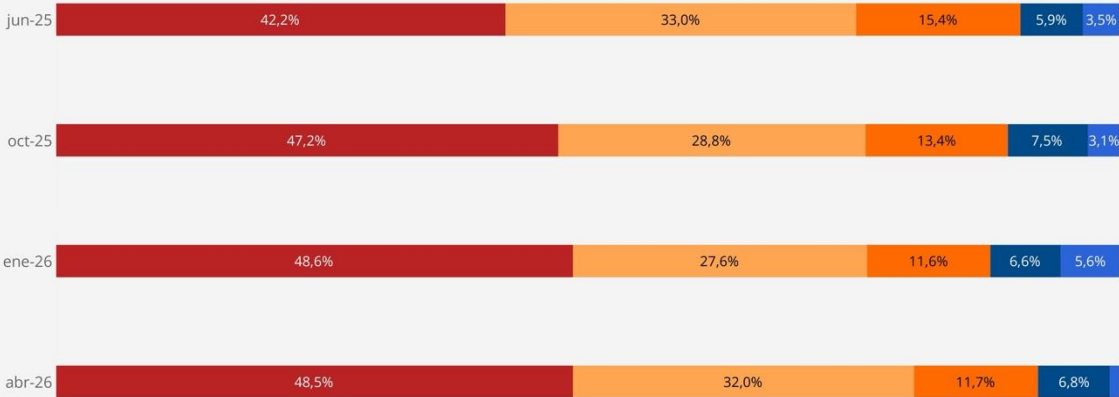
En un contexto donde tanto el ingreso de los hogares como el consumo masivo muestran estabilidad en lugar de crecimiento, el consumo on premise no es una excepción. Con un ingreso real más ajustado, los hogares reorganizan sus prioridades hacia bienes y servicios inelásticos, en detrimento de consumos como la gastronomía.

El sector logró estabilizarse, aunque en un nivel bastante inferior al máximo alcanzado a fines de 2023, aunque superior al período prepandemia.

Volver a esos niveles de 2023 luce muy difícil: en aquel momento el ahorro estaba muy comprimido y los incentivos económicos empujaban el gasto fuera del hogar. La economía argentina actual reordenó las prioridades, dándole mayor peso al ahorro y al pago de tarifas de servicios públicos. Una recuperación vigorosa del ingreso real podría impulsar la actividad gastronómica, pero difícilmente alcance los registros de 2023.

¿DIRÍAS QUE SALÍS A COMER CON FRECUENCIA?

No salgo a comer | Con menor frecuencia | 1 vez por mes | 1 por semana | 2 por semana



Al analizar los resultados de la encuesta, la información declarada por parte de los hogares es consistente con la actividad medida en restaurantes. Quienes declaran no salir a comer no crecieron a comparación con los resultados de enero, pero se mantienen en un nivel elevado (48,5% del total).

Sin embargo, hubo un fuerte crecimiento de las personas que declaran salir con menor frecuencia: pasó de ser en enero un 27,6% de los hogares a alcanzar en abril un 32%. Si sumamos ambas métricas, el

80,6% de los hogares no sale a comer o lo hace menos que antes.

A su vez, el porcentaje de hogares que salen a comer dos veces por semana se redujo significativamente y pasó a ser solamente el 1% de los encuestados.

Comer fuera del hogar dejó de ser una experiencia frecuente para los hogares argentinos y pasó a ser una excepción.



CONSUMO DE DURABLES

Escrituras AMBA | Autos | Electrodomésticos. Base 2017, sin estacionalidad



El 2025 fue un año excelente para el consumo de bienes durables, apuntalado principalmente por dos factores: una recomposición del ingreso real y un resurgimiento del crédito. Como saldo, en 2025 los patentamientos crecieron un 61,1% respecto a 2024, mientras que escrituras y electrodomésticos lo hicieron 34,1% y 24,6% respectivamente.

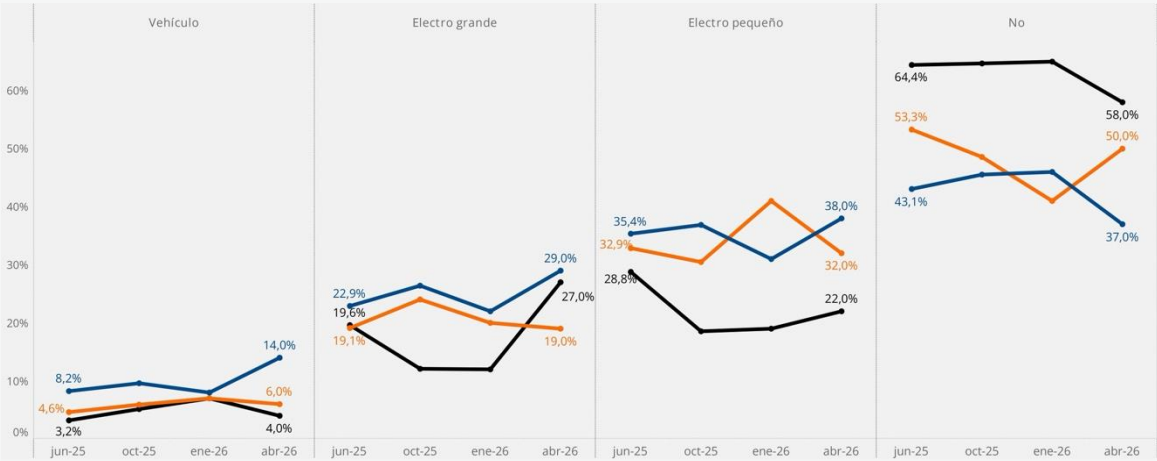
Sin embargo, el 2026 no arrancó de la mejor manera. La compra de vehículos 0km cayó 1,8% acumulado durante los primeros tres meses, mientras que

las escrituraciones se han mantenido relativamente estables.

La reducción de las tasas será una clave fundamental para poder incentivar el consumo de bienes durables. Para ello, la reducción de la nominalidad y la desaceleración de la inflación serán una condición necesaria.

¿HICIERON GASTOS EN BIENES DURABLES EN EL ÚLTIMO AÑO?

ABC1 | C2C3 | D1D2E



Al preguntarles a los hogares argentinos si realizaron o no un gasto en bienes durables, el 54% declara no haberlo hecho durante el último año. Sin embargo, al comparar con los resultados de enero, el agregado indica un mayor consumo de este tipo de bienes aunque con un impacto diferenciado entre niveles socioeconómicos.

Por un lado, el porcentaje de hogares de clase media que no compró bienes durables creció 9 p.p. entre enero y abril. Esta reducción se explicó principalmente

por una caída en la compra de electrodomésticos pequeños.

Por otro lado, los hogares de la cima y de la base de la pirámide pudieron acceder a un mayor consumo de bienes durables. Destaca el aumento significativo en los hogares ABC1, que pudieron aumentar de forma transversal su acceso a este tipo de bienes. En este tipo de hogares, el 14% declara haber gastado en vehículos durante el último año, el 29% en electrodomésticos grandes y el 38% en pequeños.

¡Gracias!



Federico Moll | *Director*
fmoll@ecolatina.com
+54 9 11 5525-6580



Juana Merlo | *Founder & CEO*
juana@shopapp.com.ar
+54 9 11 6658 - 3907