ECOLATINA Analytics + shopapp

ENCUESTA DE CONSUMER MOOD

Pulso del consumidor argentino

JUNIO 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 JUNIO-26
Realizada en cinco momentos del tiempo

VÍA APLICACIÓN CAWI
20 minutos de duración

RESUMEN

ECOLATINA Analytics + shopapp

PRECIOS

La inflación retornó a la desaceleración y se ubicó en 1,9% mensual de acuerdo con el último dato disponible. A pesar de esto, la percepción de esta moderación inflacionaria no fue percibida tan nítidamente por los hogares. El 57% de los hogares encuestados sigue percibiendo un incremento en la inflación.

INGRESOS

El ingreso disponible de los hogares continúa estancado, condicionado por la debilidad del mercado laboral, aunque la desaceleración inflacionaria comienza a generar un entorno algo más favorable. Llegar a fin de mes se ha vuelto un desafío para los hogares argentinos: dos de cada tres declaran llegar justos o no hacerlo.

AHORRO

El ahorro de los hogares se estabilizó cerca del 19% del ingreso y podría aumentar nuevamente si mejora el ingreso disponible en 2027. Si bien los hogares declaran ahorrar una menor proporción de sus ingresos que hace un año, cada vez menos necesitan utilizar ahorros acumulados para llegar a fin de mes.

CONSUMO *ON PREMISE*

Julio fue el cuarto mes consecutivo con caídas interanuales en la actividad de restaurantes. El 93% de los encuestados declara salir a comer una única vez al mes o incluso menos, mientras que los que no pueden salir a comer nunca ya son más de la mitad.

CONSUMO DURABLES

Luego de un primer trimestre de estancamiento, el consumo de bienes durables ha mostrado meses de contracción. Según la encuesta, el 56% de los hogares no realizó gastos en bienes durables. Solamente la clase media declaró un mayor acceso a bienes durables, en contraste con abril de este mismo año.

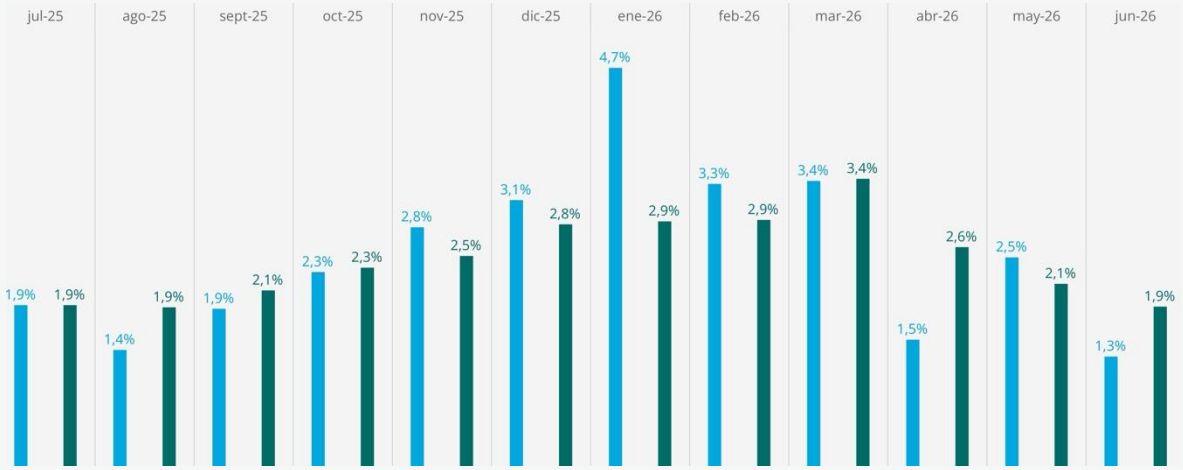
PRECIOS

ECOLATINA

shopapp

ÍNDICE DE PRECIOS - VARIACIÓN MENSUAL

Nivel general | Alimentos y bebidas



Luego de varios meses de aceleración inflacionaria, que llevaron a la inflación mensual a alcanzar un pico de 3,4% en marzo, la dinámica de los precios comenzó a moderarse. Durante los últimos tres meses, se revirtió el mencionado incremento y la inflación ha logrado ubicarse por debajo de la barrera del 2% durante el mes anterior. En junio de este año, la variación mensual fue de 1,9% mientras que la interanual fue de 33,5%, la más alta desde agosto del año pasado.

Durante los últimos tres meses, la inflación de alimentos y bebidas tuvo sus vaivenes. Mientras que en abril y junio se ubicó por debajo de la inflación general, en mayo la superó en 0,4 puntos porcentuales. Durante el último mes, la inflación mensual en alimentos y bebidas fue de 1,3% (0,6 p.p. por debajo del nivel general), marcando un abaratamiento del rubro.

Como saldo total del primer semestre, los alimentos y bebidas se han encarecido apenas un 0,8%, manteniéndose en niveles similares a los del año pasado.

¿DIRÍAS QUE LA INFLACIÓN ESTÁ?

Bajando | Estable | Subiendo



De acuerdo con los últimos resultados de la encuesta relevada por ShopApp, los hogares argentinos han notado la desaceleración inflacionaria de los últimos meses, pero no ha tenido un impacto tan grande como lo tuvo la aceleración previa.

En junio se continúa observando un claro predominio de percepciones de incremento inflacionario. Sin embargo, al compararlo con abril existe una migración hacia personas que identifican que la inflación está bajando. Mientras que en abril solo el 13% de los encuestados decía que la inflación estaba en descenso, en junio ascendió a 15,8%. Por su parte la proporción que identifica una estabilidad en la inflación se mantiene constante y alrededor del 30%.

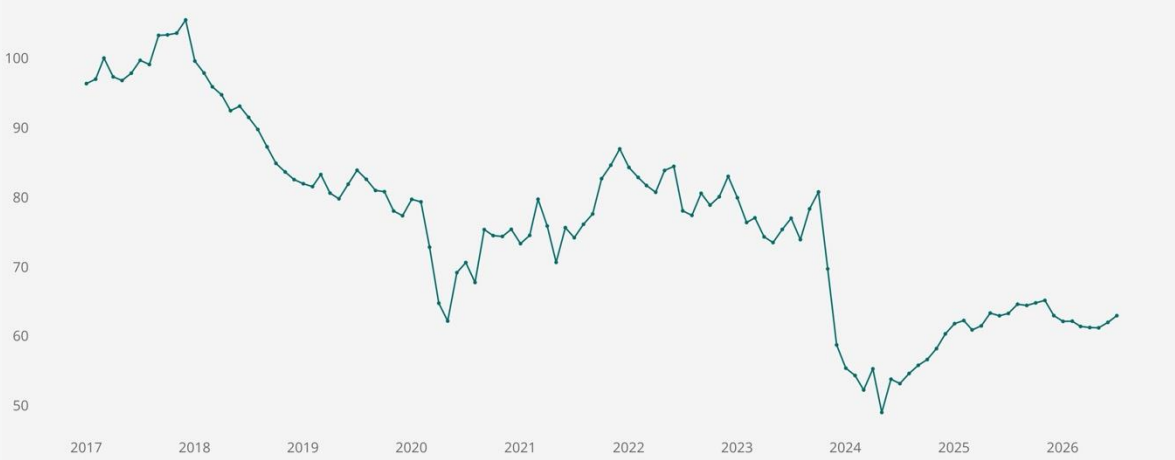
La dinámica temporal de la percepción inflacionaria guarda una relación con la evolución del nivel de precios. Sin embargo, existe un sesgo a identificar más velozmente la aceleración inflacionaria que la desinflación.

INGRESOS

ECOLATINA

INGRESO DISPONIBLE ECOLATINA

Base 2017 = 100



El ingreso disponible de los hogares (poder de compra una vez realizados los gastos inelásticos) continúa transitando un período de estancamiento, aunque la segunda mitad de 2026 mostraría una dinámica más favorable que la observada durante la primera parte del año. La desaceleración inflacionaria permitiría una recuperación gradual de los ingresos reales, pero la debilidad del mercado laboral seguirá limitando la velocidad de dicha recomposición.

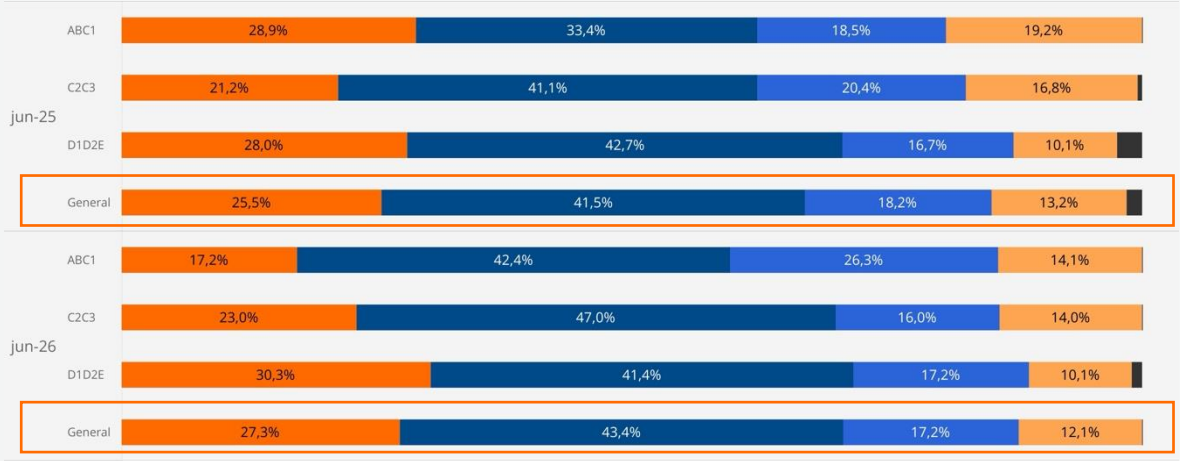
Como resultado, el Ingreso Disponible cerraría 2026 prácticamente estancado en términos de promedio anual (-0,3%), aunque con una trayectoria más favorable hacia el cierre del año.

En términos de perspectiva, esperamos una recuperación moderada durante la primera mitad de 2027, favorecida por una baja base de comparación. Sin embargo, la incertidumbre asociada al proceso electoral podría introducir cierta volatilidad durante la segunda parte del año.

shopapp

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

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



Actualmente, el 70,7% de los encuestados declara que su ingreso no le alcanza o apenas llega a fin de mes. Esto implica un empeoramiento respecto a la situación un año atrás, dado que la misma métrica en junio de 2025 era de 67%, 3,7 puntos porcentuales inferior. Este deterioro se explicó por el crecimiento tanto de quienes declaran llegar ajustados a fin de mes (+1,9 p.p.) como de quienes no les alcanza el ingreso (+1,8% p.p.).

En paralelo, las respuestas asociadas a una mejor situación se contrajeron. Como saldo, solo el 17,2% de encuestados declara que les alcanza el ingreso y un 12,1% argumenta poder ahorrar “algo”.

En términos de NSE, la base de la pirámide no sufrió grandes modificaciones interanuales. Sin embargo, los hogares ABC1 mostraron una menor presencia en los extremos de la distribución: cayó tanto la proporción de quienes señalan que sus ingresos no les alcanzan como la de aquellos que declaran poder ahorrar, aumentando el peso relativo de las situaciones intermedias.

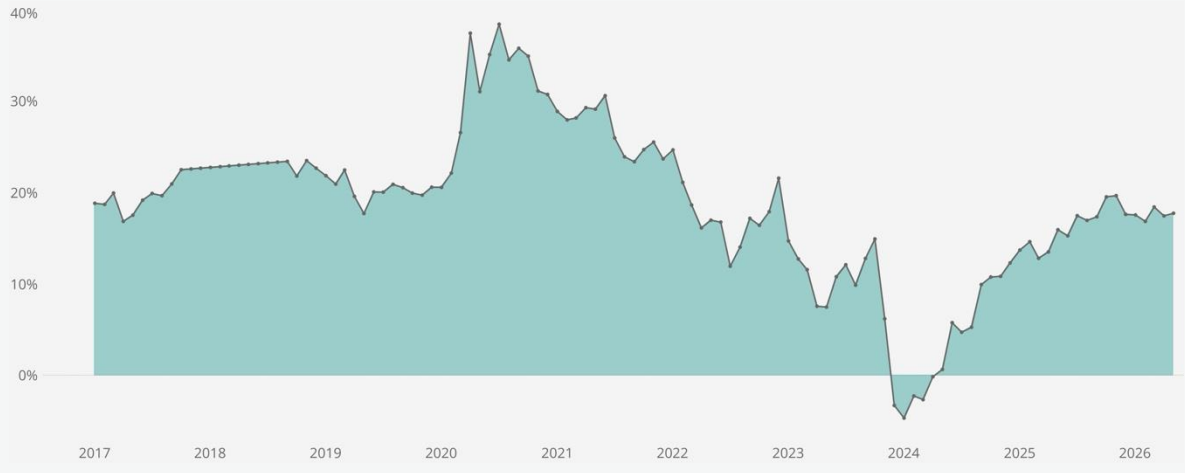
AHORRO

ECOLATINA

shopapp

AHORRO

Como porcentaje del ingreso del hogar

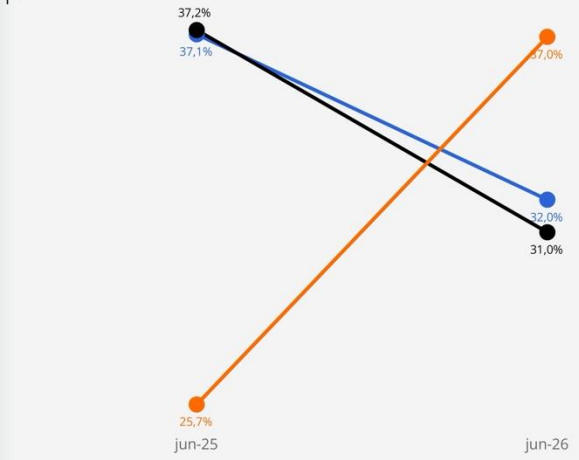


Luego de la fuerte recuperación observada tras el mínimo alcanzado en diciembre de 2023, el ahorro de los hogares se estabilizó durante los últimos meses en niveles cercanos al 18%-20% del ingreso. Este desempeño estuvo acompañado por una moderación de la inflación y una mejora gradual del poder adquisitivo.

De cara al futuro, esperamos que el ahorro mantenga una participación relativamente estable sobre los ingresos durante lo que resta del año. Sin embargo, una eventual recomposición del ingreso disponible de los hogares en 2027 podría habilitar un incremento de la capacidad de ahorro, fortaleciendo así las posibilidades de financiar consumo de bienes durables y otros gastos de mayor envergadura.

PORCENTAJE DE INGRESO EN AHORRO

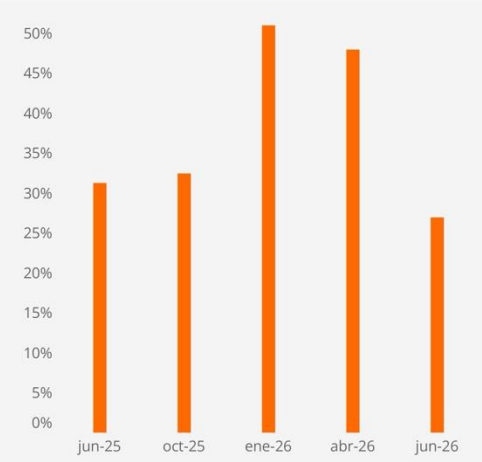
|Entre 0 y 10% | Entre 10% y 20% |Más de 20%



En paralelo, se analizó la percepción de los hogares respecto a su capacidad de ahorro en términos de su ingreso. En comparación a junio de 2025, la composición de hogares que ahorran se modificó fuertemente hacia un menor ahorro. Mientras que un año atrás el 25,7% declaraba ahorrar entre el 0 y el 10% del ingreso, hoy ese número llega a ser el 37% (+11,3 p.p.). El anverso de este proceso fue la caída de quienes dicen ahorrar entre el 10% y 20% o incluso más del 20% de sus ingresos.

UTILIZACIÓN AHORROS PARA LLEGAR A FIN DE MES

% de hogares encuestados



Finalmente, hubo una fuerte contracción en la utilización de ahorros para poder llegar a fin de mes. Actualmente, el 27% de los hogares encuestados debieron utilizar ahorros pasados para solventar su consumo, el menor valor desde que se inició la pesquisa.

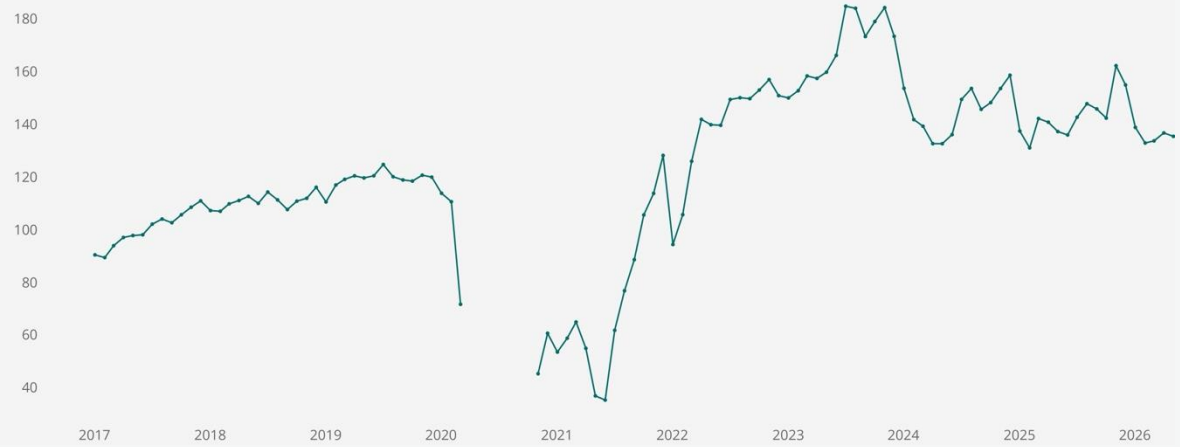
CONSUMO ON PREMISE

ECOLATINA

shopapp

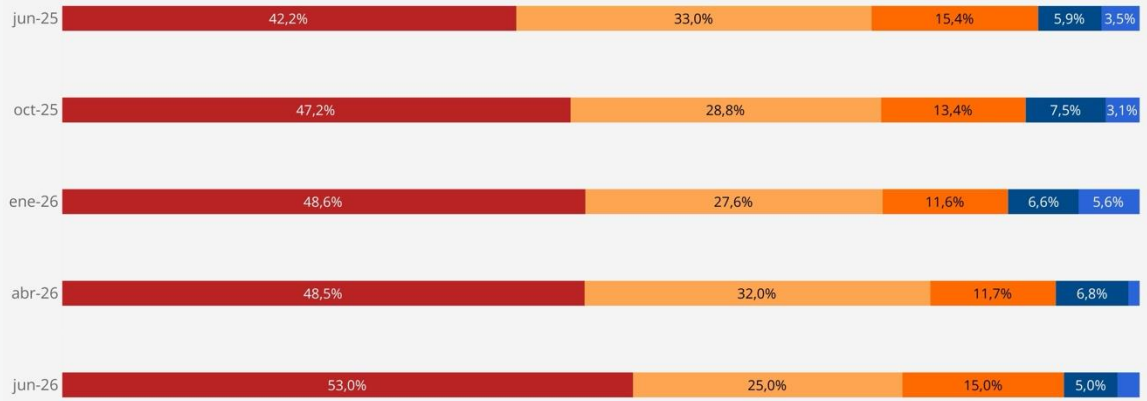
ACTIVIDAD EN RESTAURANTES (SIN ESTACIONALIDAD)

Base 2017 = 100



¿DIRÍAS QUE SALÍS A COMER CON FRECUENCIA?

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



En un contexto donde el ingreso disponible de los hogares continúa estancado y sin señales claras de recuperación, el consumo *on premise* continúa mostrando dificultades. Las caídas interanuales registradas durante los últimos meses reflejan que salir a comer afuera no constituye una prioridad para una gran parte de los hogares, especialmente cuando una mayor proporción del presupuesto debe destinarse a gastos inelásticos.

La condición necesaria para una recuperación sostenida del consumo gastronómico es una mejora de los ingresos reales y, por ende, del ingreso disponible de los hogares.

Hacia adelante, la estabilización del IDE podría contribuir a moderar las caídas, pero una expansión significativa de la actividad requerirá una recomposición más marcada del poder adquisitivo. Mientras ello no ocurra, el consumo en restaurantes difícilmente exhiba un crecimiento sostenido.

Al analizar los resultados de la encuesta, la información declarada por parte de los hogares continúa siendo consistente con la actividad medida en restaurantes. Quienes declaran no salir a comer crecieron a comparación con los resultados de abril, y ya son más de la mitad de los encuestados (53%).

En paralelo, se redujo la proporción de encuestados que salen a comer a restaurantes, pero con menos frecuencia. A su vez, hubo un aumento de aquellos que comen fuera de su hogar una vez por mes, pasando de ser el 11,7% de la muestra en abril, al 15% en junio. En total, el 93% de los encuestados dice salir a comer 1 vez por mes o menos.

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

CONSUMO DURABLES

ECOLATINA

shopapp

CONSUMO DE DURABLES

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

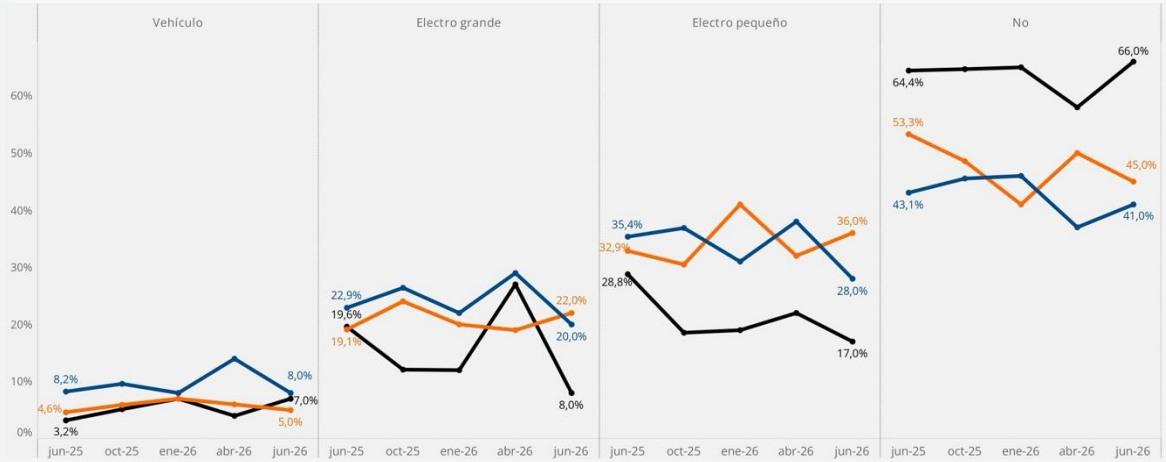


No es posible hablar del consumo de bienes durables sin mencionar al crédito, una herramienta fundamental para la compra de inmuebles, automóviles y electrodomésticos. Tras la recuperación iniciada a mediados de 2024, el crédito a los hogares comenzó a mostrar señales de agotamiento. Luego de varios meses de crecimiento en términos reales, las líneas más vinculadas al consumo entraron en una fase de estancamiento hacia fines de 2025 y posteriormente acumularon varios meses de retroceso.

La evolución de los bienes durables refleja este cambio de escenario. Los patentamientos de automóviles dejaron atrás los máximos alcanzados a mediados de 2025 y muestran una tendencia al estancamiento. Las escrituras continúan en niveles elevados para los estándares recientes, aunque sin avances significativos en los últimos meses. Por su parte, el consumo de electrodomésticos exhibe una dinámica más estable, sin caídas relevantes, pero tampoco señales claras de aceleración.

¿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 56% declara no haberlo hecho durante el último año. Esto implica un deterioro en el acceso de este tipo de bienes, dado que en abril esta respuesta era de el 54% de los encuestados.

Sin embargo, esto no fue neutral en términos de NSE. Mientras que la clase media incrementó su acceso a bienes durables frente a lo declarado en abril, tanto los hogares ABC1 como los D1D2E lo empeoraron. En estos últimos, dos de cada tres no pudieron comprar bienes duraderos.

Sin importar el nivel socioeconómico, menos del 10% de los hogares encuestados pudieron acceder a un vehículo nuevo. Esto va a tono con la caída en los patentamientos. Por su parte, el avance en el gasto en bienes durables estuvo dado por los electrodomésticos comprados por la clase media.

¡Gracias!

ECOLATINA Analytics

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

shopapp

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