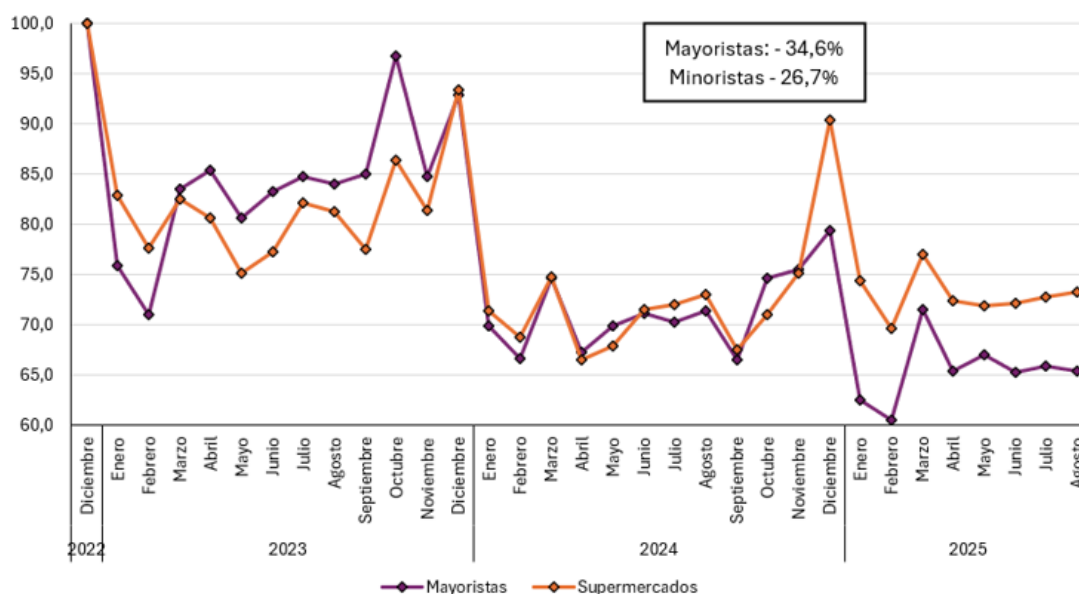


## "Los argentinos compran menos y se endeudan más"

En comparación con el informe de hace dos meses, la demanda de bienes profundizó su caída, tal como se había anticipado. De acuerdo con los datos de agosto de 2025, las ventas de autoservicios mayoristas se redujeron cerca de un 8,4% interanual, mostrando un leve incremento intermensual menor al 1%. En los supermercados, en cambio, se registró un leve aumento del 0,34% interanual, aunque acompañado por una baja mensual del 0,23%.

Consistente con esta dinámica, las ventas mayoristas en julio se ubicaron alrededor de un 35% por debajo del nivel observado al inicio de la gestión de Milei, mientras que las de los supermercados permanecieron aproximadamente un 27% por debajo. A más de 32 meses del inicio del mandato, el nivel de ventas en ambos segmentos continúa sin recuperar los valores de comienzos de la gestión (Gráfico 1).

**Gráfico 1. Índice de ventas mayoristas y supermercados (pesos constantes, base dic 2022 = 100)**

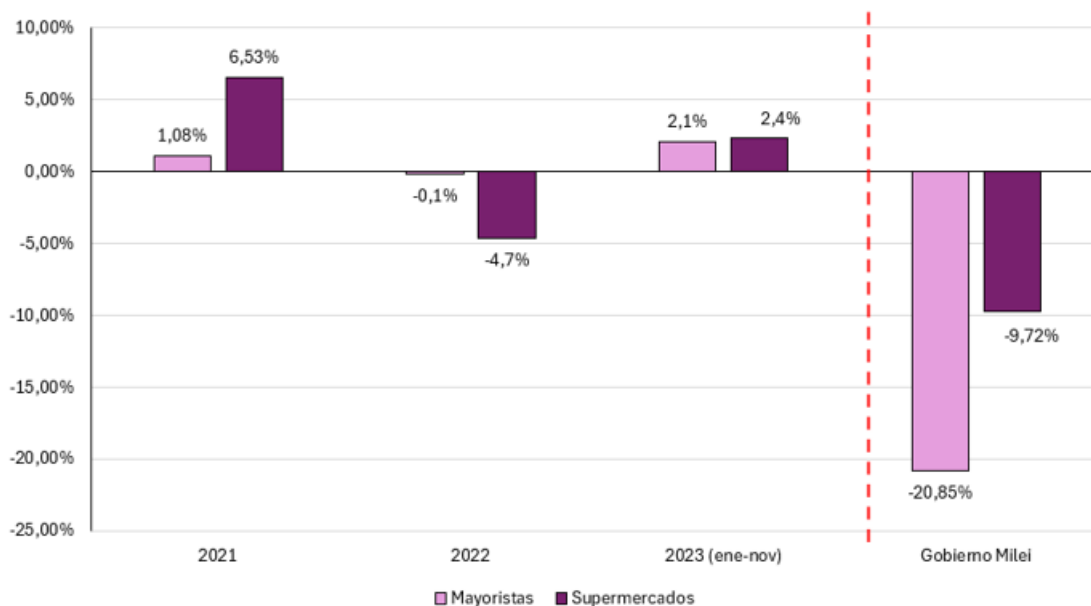


Fuente: Centro RA en base a datos del INDEC.

Este comportamiento se aprecia con mayor claridad al observar las caídas acumuladas en las ventas. En el caso de los autoservicios mayoristas, desde el inicio del actual gobierno se registra una contracción acumulada cercana al 21%, lo que implica un aumento de más de 2 puntos porcentuales respecto a mayo (último informe). Por su parte, las ventas de los supermercados acumulan una caída de aproximadamente 9%, ampliando su descenso en casi 2 puntos porcentuales en comparación con el mismo período.

Esta evolución confirma la baja probabilidad de recuperación de la demanda anticipada en el informe anterior e incluso refleja una profundización de la retracción del consumo, especialmente entre los revendedores. La debilidad del consumo impacta directamente sobre uno de los principales sectores productivos de la economía —el comercio— y sobre los hogares. Se prevé que esta tendencia continúe, en un contexto de elevada volatilidad macroeconómica asociada al proceso electoral y a la escasa credibilidad de la sostenibilidad del plan económico del gobierno (Gráfico 2).

**Gráfico 2. Variación acumulada ventas mayoristas y supermercados (en %)**

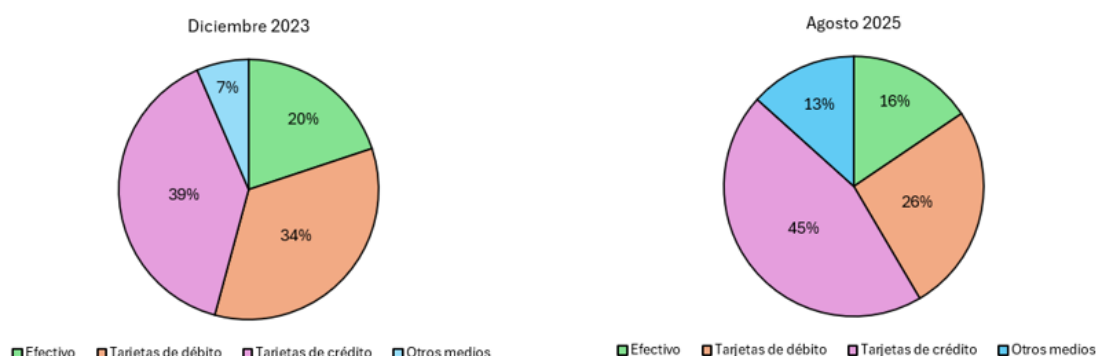


Fuente: Centro RA en base a datos del INDEC.

Otro aspecto relevante vinculado a las ventas es el creciente uso del crédito para financiar el consumo en supermercados. Si bien desde el último informe el uso de tarjetas de crédito se redujo en un punto porcentual, entre diciembre de 2023 —inicio de la gestión de Milei— y mayo de 2025 su participación en las compras aumentó de manera significativa del 39% al 45% del total.

Este avance del crédito se dio en paralelo a una disminución del uso de otros medios de pago. Las tarjetas de débito retrocedieron del 34% al 26%, mientras que el efectivo pasó del 20% al 16%. En contraste, el uso de billeteras virtuales se expandió en 6 puntos porcentuales, al pasar del 7% al 13% del total de las operaciones (Gráfico 3).

**Gráfico 3. Cantidad de ventas por medio de pago (en % de las ventas totales)**



Fuente: Centro RA en base a datos del INDEC.

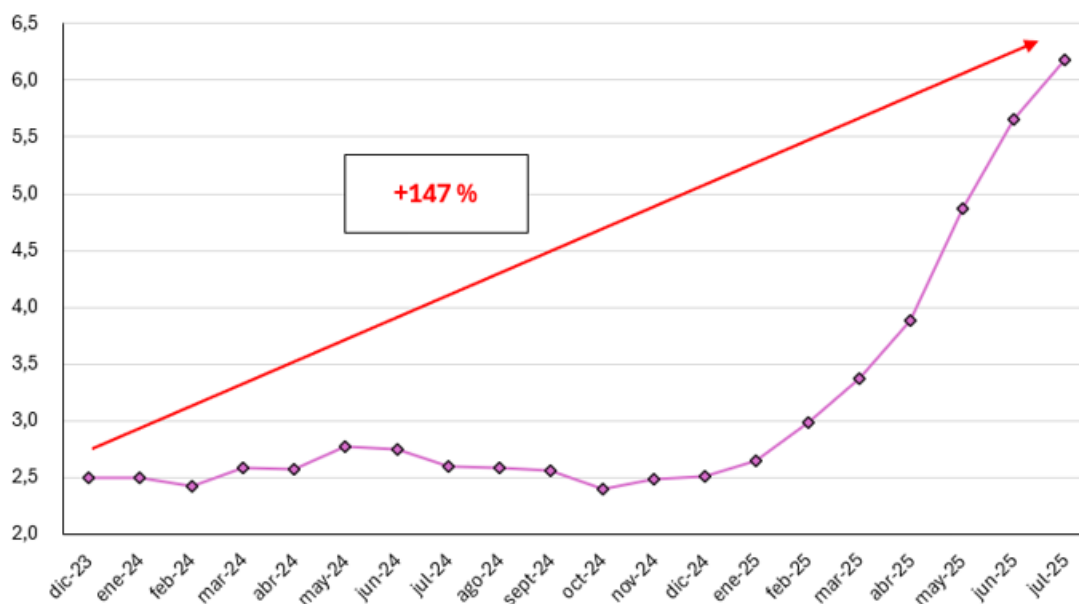
Esta dinámica sugiere que una proporción creciente de los hogares estaría recurriendo al endeudamiento para afrontar consumos básicos mensuales —como alimentos, productos de higiene y artículos de primera necesidad—, lo que evidencia la rotación de mayor parte de los ingresos al pago de servicios ya que los salarios, en el promedio agregado de los sectores se encuentran apenas por encima de la inflación.

Dos hechos respaldan esta interpretación. En primer lugar, las promociones asociadas a compras con tarjeta de crédito ya existían antes del inicio del gobierno de Milei. Supermercados como COTO, Carrefour y Dia% ofrecían a comienzos de 2023 descuentos del 20% al 25% en pagos con tarjeta de crédito durante varios días de la semana (lunes, miércoles, jueves y viernes)<sup>1</sup>. Actualmente, los pagos con tarjeta de débito ofrecen beneficios similares o incluso mayores; sin embargo, muchas familias optan por utilizar crédito y endeudarse para poder realizar sus compras cotidianas.

En segundo lugar, se observa un fuerte incremento de la morosidad en el crédito al consumo. Desde el inicio de la gestión de Milei, el indicador aumentó un 147%, al pasar del 2,5% al 6,2% del total del crédito al consumo en julio de 2025. En otras palabras, no solo crece el uso del crédito para financiar el consumo, sino también las dificultades de las familias para afrontar los pagos correspondientes (Gráfico 4).

<sup>1</sup> El día de descuento depende del banco emisor de la tarjeta.

**Gráfico 4. Deuda del crédito de consumo por parte de las familias (en % del total de crédito)**



Fuente: RA en base a datos del BCRA.

En resumen, se observa un deterioro persistente de la demanda interna y del consumo de los hogares. La caída en las ventas de mayoristas y supermercados, junto con el aumento del uso del crédito para financiar gastos básicos y el incremento de la morosidad, reflejan el agotamiento de la capacidad de compra de las familias y la debilidad del mercado interno. A pesar de la moderación de algunos indicadores nominales, la pérdida de poder adquisitivo y la falta de señales de recuperación de la demanda sugieren que el consumo continuará deprimido en los próximos meses, en un contexto de alta incertidumbre macroeconómica y escasa confianza en el rumbo económico del gobierno.