

Intención de compra en internet y el gasto de los hogares

Noviembre 2016



Agenda

1

Google Trends y el análisis del comportamiento de los agentes económicos

2

Elaboración de un índice de Interés de Compra de los hogares con información de *Google Trends* (IICG)

3

El IICG mejora la capacidad para predecir el consumo privado

4

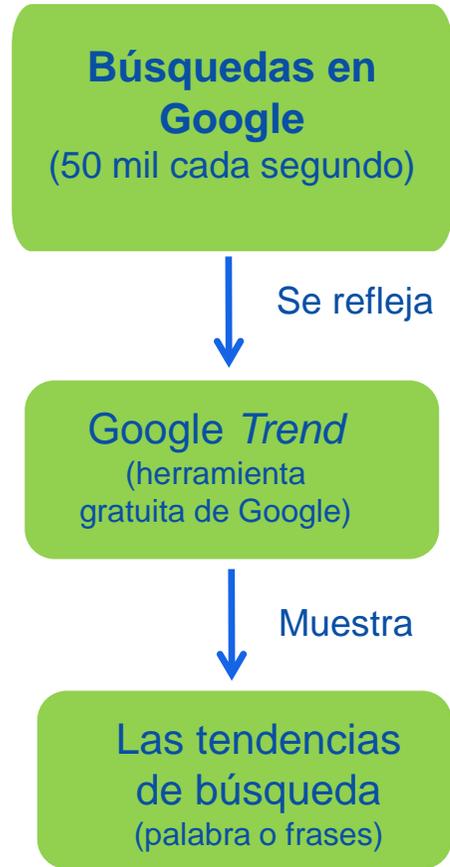
Conclusiones

1

Google Trends y el análisis del comportamiento de los agentes económicos

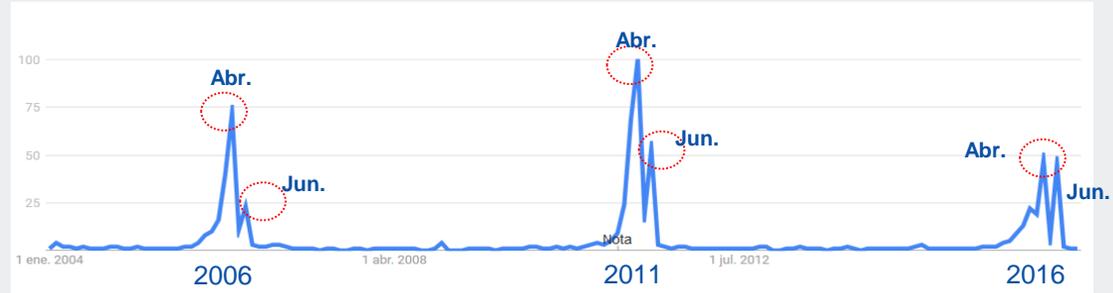


Las búsquedas en internet contienen información relevante sobre las preferencias e intenciones de compra

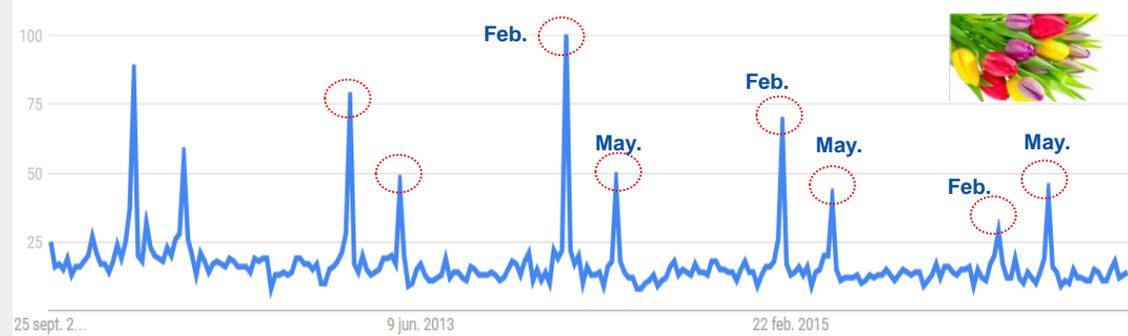


Ejemplos de búsquedas de palabras y frases en *Google Trends*

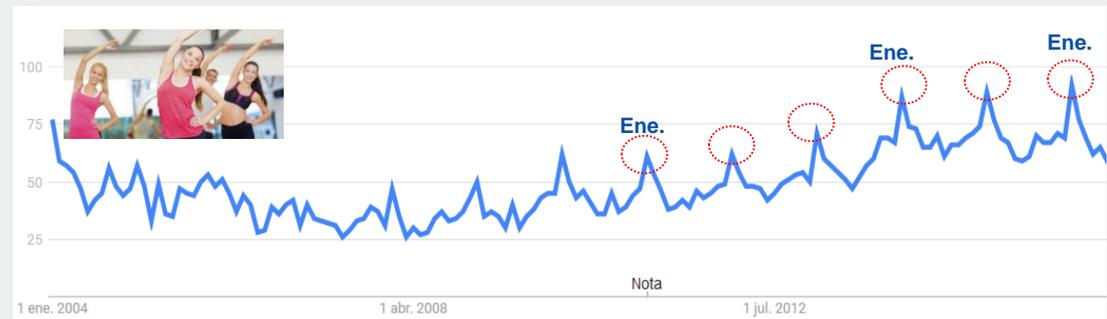
“elecciones presidenciales”



“florerías”



“gimnasio”



Diversos estudios demuestran que los datos de búsqueda en internet son útiles para realizar proyecciones en diferentes campos

Modelación y proyección de variables económicas...

**Ventas
minoristas**

**Ventas de
automóviles**

Viajes

Inmobiliario

**Índice de
confianza
del
consumidor**



2

Elaboración de un índice de Interés de Compra de los hogares con información de *Google Trends* (IICG)



Objetivo

Estimar un indicador de intención de compra que permita proyectar el consumo de los hogares en el corto plazo





Interés de compra



Búsqueda en internet
(precios, modelos, descuentos, ofertas, compras *online*, etc)



Índice de intención de compra de los hogares (IICG)



Compra
(consumo privado)

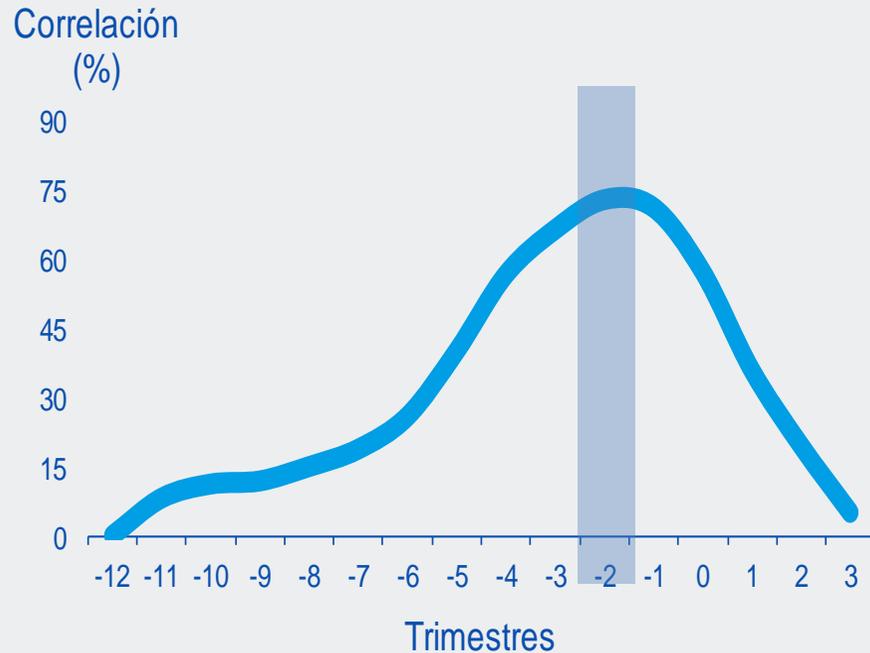


IICG y el consumo privado

Correlación positiva, alcanzando su mayor asociación cuando el IICG se adelanta 2 trimestres

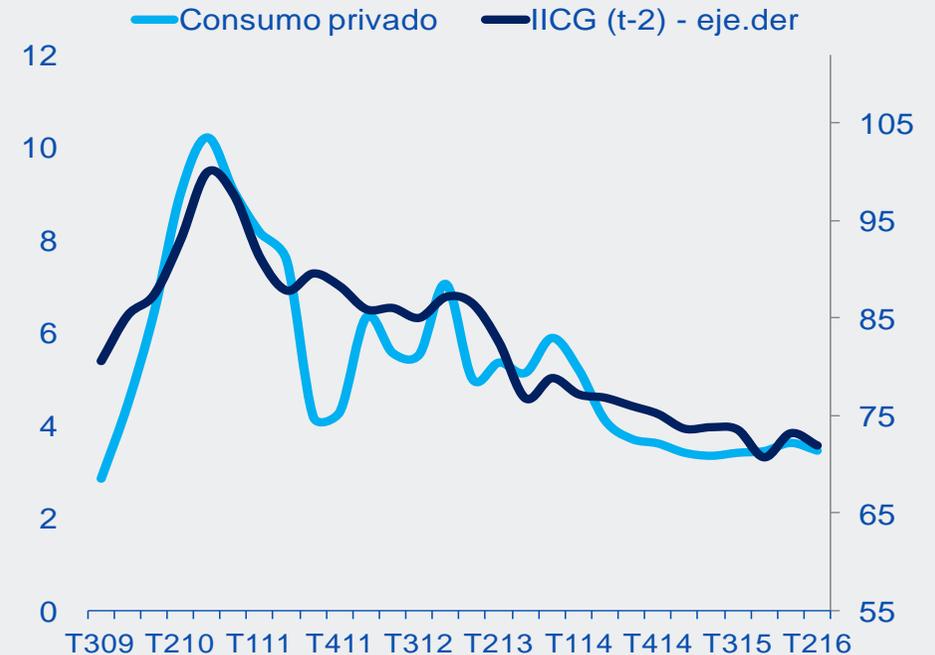
COEFICIENTE DE CORRELACIÓN ENTRE EL CRECIMIENTO DEL CONSUMO PRIVADO Y EL IICG CON DIFERENTES REZAGOS

(%)



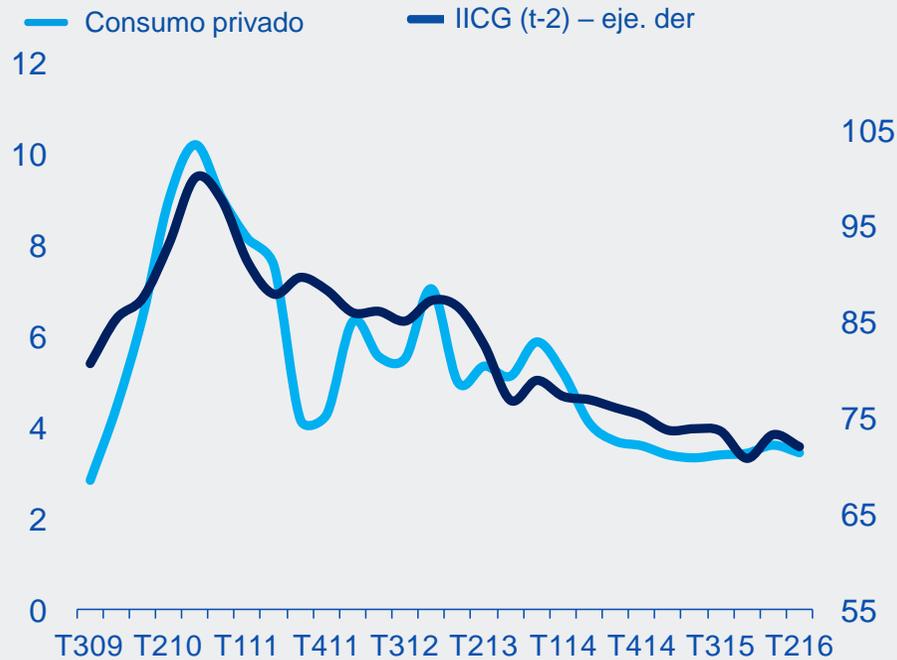
CONSUMO PRIVADO Y EL IICG

(var.% interanual e índice)

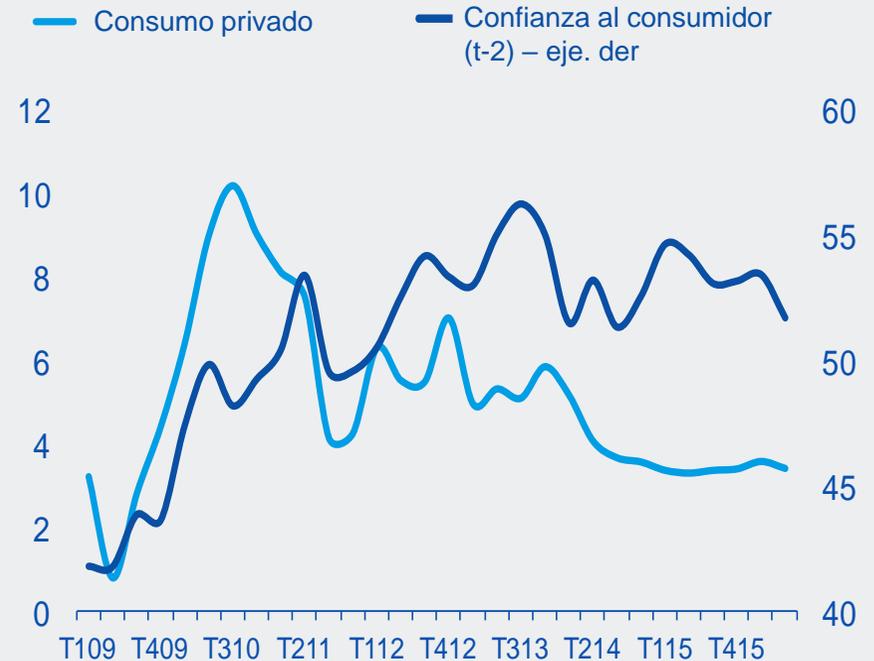


El IICG muestra una mejor relación con el consumo privado que la confianza al consumidor

CONSUMO PRIVADO Y EL IICG
(var.% interanual e índice)



CONSUMO PRIVADO Y EL INDICE DE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR *
(var.% interanual y puntos)



*Valores por encima de 50 se ubica en el tramo optimista. El análisis de correlación dinámica (para el periodo 2T2003-2T2016) revela que existe una relación positiva entre el consumo privado y el Índice de confianza del consumidor, alcanzando su máxima asociación (33%) cuando el índice se adelanta dos trimestres.

3

**El IICG mejora
la capacidad
para predecir el
consumo
privado**



IICG mejora la capacidad para predecir el consumo privado

INDICADORES DE CAPACIDAD PREDICTIVA DE LOS MODELOS DE PROYECCIÓN DEL CONSUMO DE LOS HOGARES

Indicadores	Modelo de referencia ^{1/}	Modelo Estructurado ^{2/}	Modelo con IICG ^{3/}
R-squared	75	67	81
Errores de proyección ^{4/}			
ECM	1.38	1.05	1.00
EMA	1.12	0.77	0.68

- 1/ Se considera un modelo ARMA: el crecimiento del consumo privado se encuentran en función al comportamiento pasado y a las perturbaciones económicas y financieras que afectan esta variable.
- 2/ El consumo privado en función al ingreso disponible.
- 3/ Al modelo estructurado se le agregó el IICG.
- 4/ ECM: error cuadrático medio. EMA: error medio absoluto

CONSUMO PRIVADO (var.% interanual)



La evolución del IICG sugiere que el consumo privado mostraría una recuperación moderada a inicios del 2017.

4

Conclusiones



Conclusiones

- **Los resultados encontrados en el presente documento muestran evidencia que las búsquedas en internet reflejan el comportamiento de variables económicas en Perú, como el consumo de los hogares.** La importancia radica en que la información de búsquedas en internet es en tiempo real y se encuentra disponible mucho tiempo antes de la publicación de las fuentes oficiales. Por lo tanto, resulta una herramienta valiosa como fuente de información para el seguimiento y proyección de variables económicas.
- **La información de búsquedas en internet permite tener una previsión de corto plazo del consumo privado.** Para esto, se construyó un indicador de interés de compra (IICG), a través de *Google Trend*, el cual anticipa, dos trimestres, el comportamiento del consumo privado.
- **El Índice de interés de compra (IICG) mejora la capacidad para predecir el consumo privado.** Se planteó una estimación tres modelos econométricos: uno con especificación ARMA (Modelo de Referencia) y un modelo que de consumo que se encuentra en función al ingreso disponible (Modelo Estructurado) y otro que incluye información del IICG. Se encontró que la capacidad predictiva del modelo que incluye al IICG es mejor que los otros dos modelos.
- **El interés por la compra, medido por el IICG, desde el 2013 empezó a desacelerarse (en línea con la evolución del consumo privado) y durante el tercer trimestre el indicador mostró un ligero mejor desempeño.** Considerando que el lapso de tiempo que transcurre entre el interés y la compra es de dos trimestres (como se evidencia en las secciones anteriores), **la evolución del IICG sugiere que el consumo privado mostrará una recuperación moderada a inicios del 2017.**