

Perú | Seguimiento al consumo con datos en tiempo real

Información al 31 de marzo de 2022

Mensajes principales

- ❑ En marzo de 2022, el índice big data de consumo de BBVA Research (elaborado sobre la base de gasto, corregido por inflación, con tarjetas y retiros de efectivo) tuvo un crecimiento de 13,0% respecto a similar mes del año previo (28,0% interanual en febrero).
- ❑ Con respecto a marzo a 2019, situación pre pandemia, resalta que el gasto de las familias se mantuvo relativamente estable, se ubicó 18% por encima.
- ❑ Dentro del gasto total, se mantiene la participación de las compras que se realizan con tarjetas (39% compras con tarjetas y 61% retiros de efectivo). Al interior de las compras con tarjetas, el uso de canal on line mantuvo una participación elevada (43% en marzo 2022; 20% en el año 2019)
- ❑ Por rubros, comparando con 2019, en marzo de este año se observó:
 - ❑ Gasto en bienes relacionados a alimentos y salud moderaron su expansión, aunque continúan mostrando un fuerte crecimiento.
 - ❑ Gasto en algunos servicios, como los relacionados a transporte y restaurantes se mantienen por encima de la situación pre pandemia.
 - ❑ Gasto en alojamiento y servicios vinculados al turismo (pasajes y excursiones) vienen consolidando su recuperación.
 - ❑ Gasto en muebles para el hogar se desacelera, en tanto que, el orientado a educación y entretenimiento continúa débil
- ❑ El indicador de consumo de BBVA Research apunta a que, en el primer trimestre de 2022, el consumo privado continuó creciendo (con respecto al año 2021), pero a una tasa menor a la observada en el cuarto trimestre de 2021.

Índice

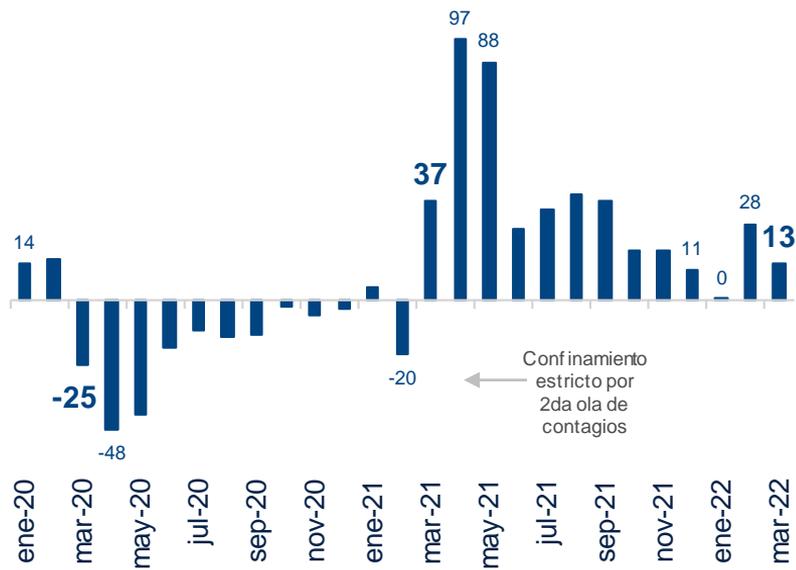
- 01 Gasto agregado
- 02 Gasto por sectores
- 03 Consumo privado e Índice big data de consumo

01

Gasto agregado

Índice big data de consumo de BBVA: el gasto real de familias se desaceleró en marzo

ÍNDICE BIG DATA DE CONSUMO ¹ (VAR. % INTERANUAL, EN TÉRMINOS REALES)



ÍNDICE BIG DATA DE CONSUMO ¹ (COMO % DEL MISMO MES DE 2019, EN TÉRMINOS REALES)

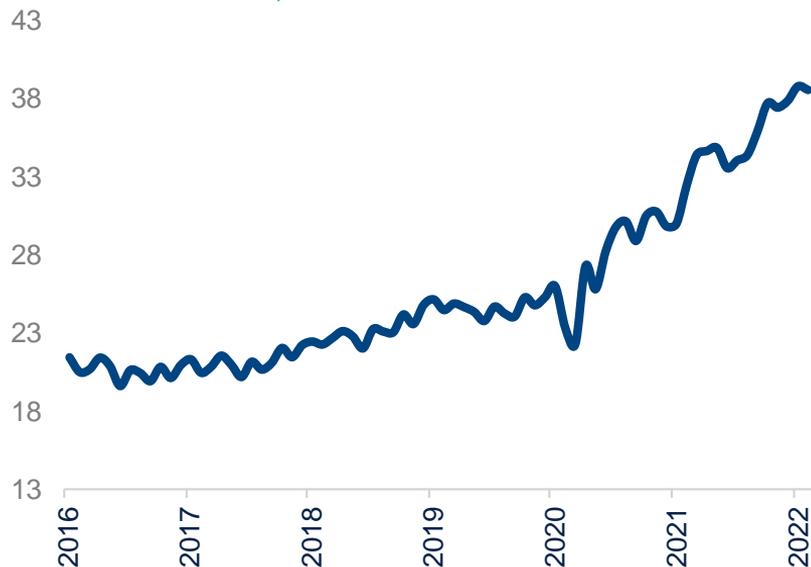


1: Información diaria al 31 de marzo de 2022. Se utiliza información de los montos de compras con tarjetas de crédito y débito que realizan las familias y los retiros de dinero a través de cajeros y ventanilla. La corrección por inflación se realiza con el IPC de Lima Metropolitana. Para obtener la información con frecuencia diaria, revisar [aquí](#).

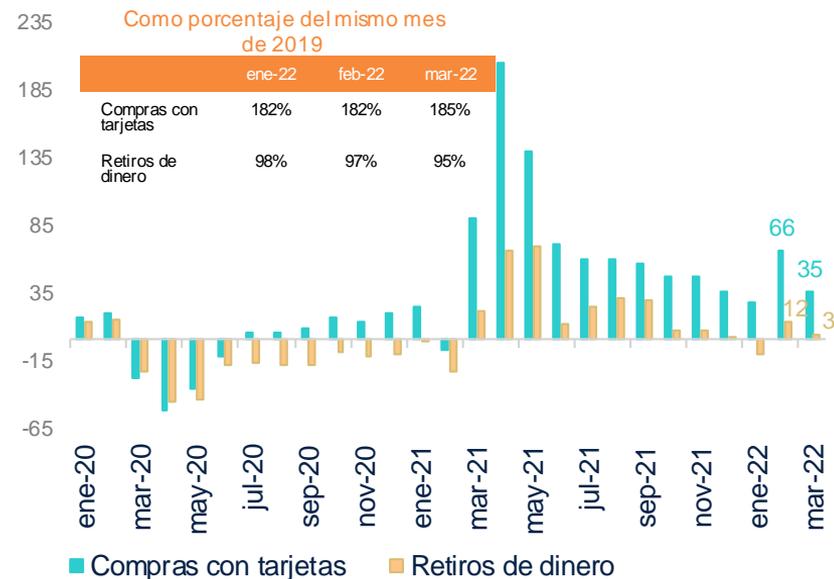
Dentro del gasto total, se mantiene la participación de las compras que se realizan con tarjetas, ...

PARTICIPACIÓN DE LAS COMPRAS HECHAS CON TARJETAS¹

(% DEL ÍNDICE BIG DATA DE CONSUMO, LA DIFERENCIA SON LOS RETIROS DE DINERO)



ÍNDICE BIG DATA DE CONSUMO POR COMPONENTES¹ (VAR. % INTERANUAL, EN TÉRMINOS REALES)



1: Información diaria al 31 de marzo de 2022. Se utiliza información de los montos de compras con tarjetas de crédito y débito que realizan las familias y los retiros de dinero a través de cajeros y ventanilla. La corrección por inflación se realiza con el IPC de Lima Metropolitana. Para obtener la información con frecuencia diaria, revisar [aquí](#).

Fuente: BBVA

... y, al interior de las compras con tarjetas, el canal on line mantuvo una participación elevada (43% en marzo 2022; 20% en el año 2019)

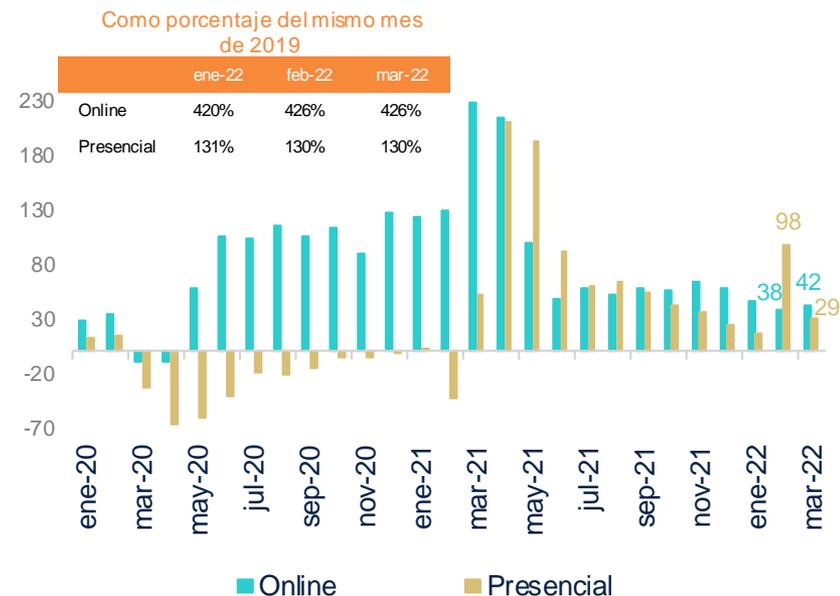
PARTICIPACIÓN DEL CANAL ONLINE¹

(% DE LAS COMPRAS HECHAS CON TARJETAS, LA DIFERENCIA SON COMPRAS PRESENCIALES)



COMPRAS CON TARJETAS POR CANAL¹

(VAR. % INTERANUAL, EN TÉRMINOS REALES)



1: Información diaria al 31 de marzo de 2022. Se utiliza información de los montos de compras con tarjetas de crédito y débito que realizan las familias y los retiros de dinero a través de cajeros y ventanilla. La corrección por inflación se realiza con el IPC de Lima Metropolitana. Para obtener la información con frecuencia diaria, revisar [aquí](#).

02

Gasto por sectores ¹

1: En esta sección se prioriza la comparación con 2019 (año pre pandemia) para aislar efectos estadísticos.

Gasto en bienes relacionados a alimentos y salud moderaron su expansión aunque continúan mostrando un fuerte crecimiento

COMPRAS CON TARJETAS ¹
(COMO % DEL MISMO MES DE 2019, EN TÉRMINOS REALES)

SUPERMERCADOS



FARMACIAS Y BOTICAS



CLÍNICAS Y HOSPITALES



1: Información al 31 de marzo de 2022. La corrección por inflación se realiza con el IPC de Lima Metropolitana. Para obtener la información con frecuencia diaria, revisar [aquí](#).

Fuente: BBVA

Gasto en servicios de transporte y restaurantes se mantienen por encima de la situación pre pandemia (recuperación vista desde 2T-21)

COMPRAS CON TARJETAS ¹
(COMO % DEL MISMO MES DE 2019, EN TÉRMINOS REALES)

COMBUSTIBLE ³



TRANSPORTE PÚBLICO



RESTAURANTES

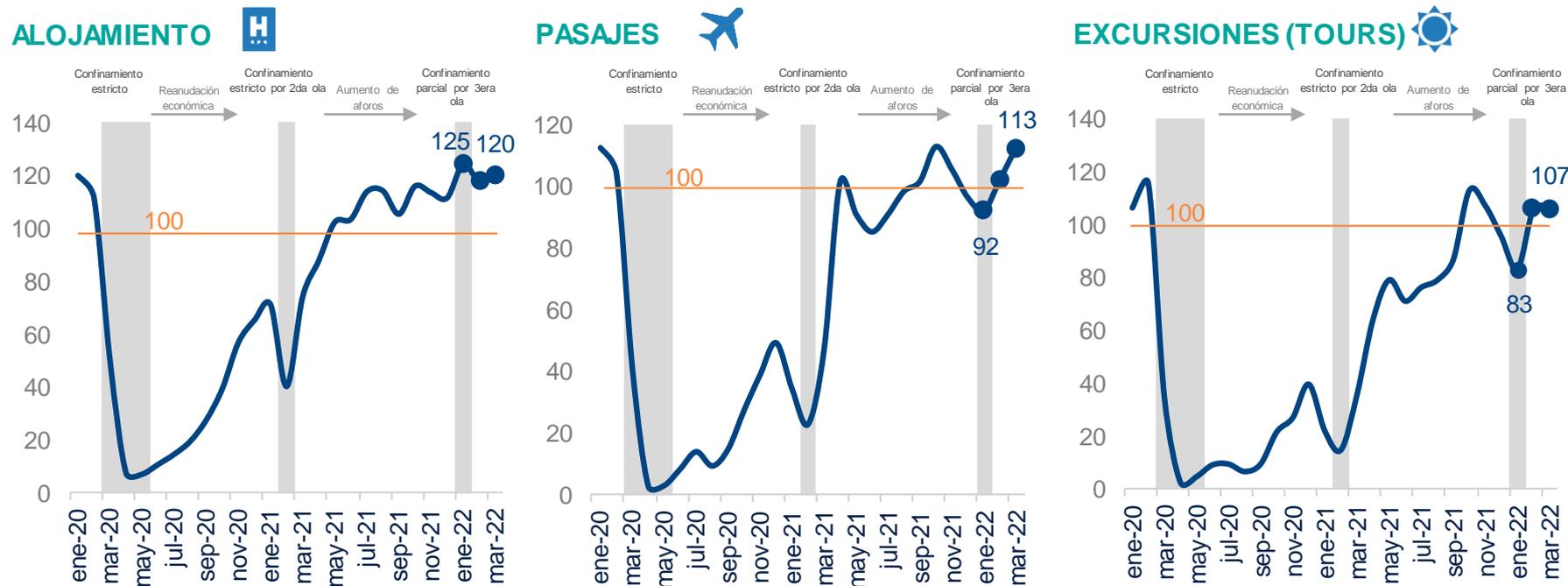


1: Información al 31 de marzo de 2022. La corrección por inflación se realiza con el IPC de Lima Metropolitana. Para obtener la información con frecuencia diaria, revisar [aquí](#).

Fuente: BBVA

Gasto en alojamiento y servicios vinculados al turismo (pasajes y excursiones) vienen consolidando su recuperación

COMPRAS CON TARJETAS ¹
(COMO % DEL MISMO MES DE 2019, EN TÉRMINOS REALES)

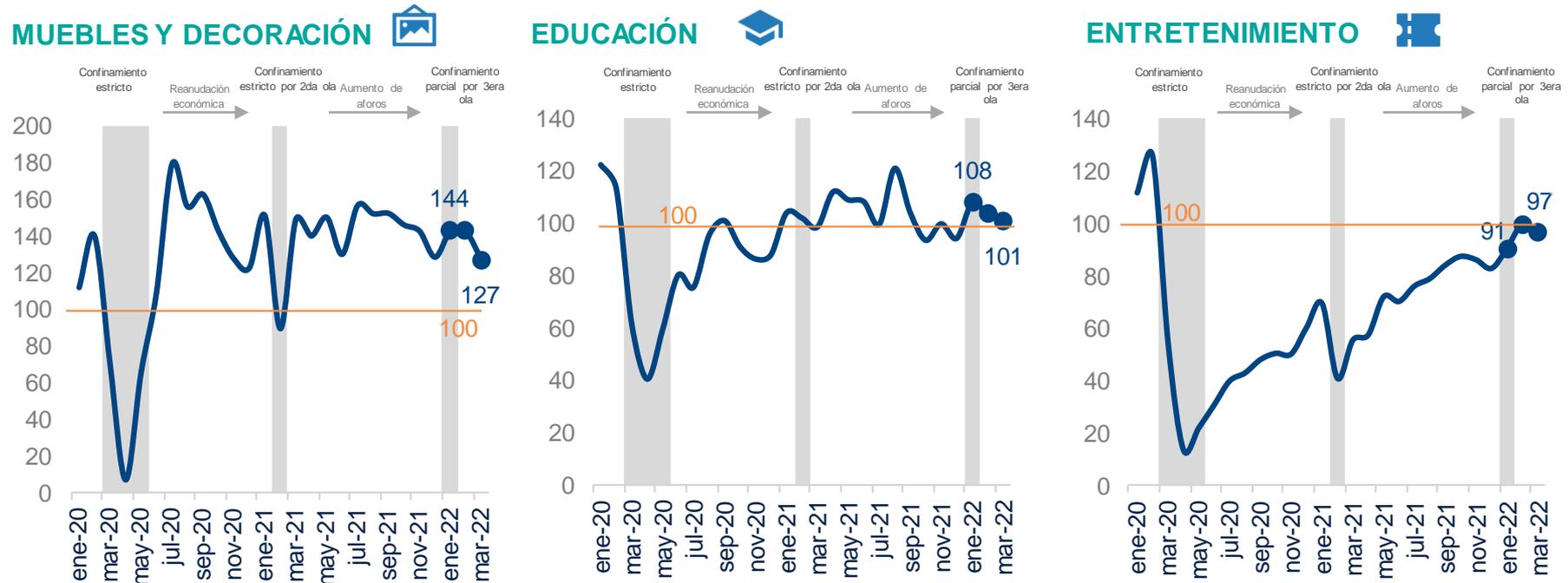


1: Información al 31 de marzo de 2022. La corrección por inflación se realiza con el IPC de Lima Metropolitana. Para obtener la información con frecuencia diaria, revisar [aquí](#).

Fuente: BBVA

Gasto en muebles para el hogar se desacelera, en tanto que, el orientado a educación y entretenimiento continúa débil

COMPRAS CON TARJETAS ¹
(COMO % DEL MISMO MES DE 2019, EN TÉRMINOS REALES)

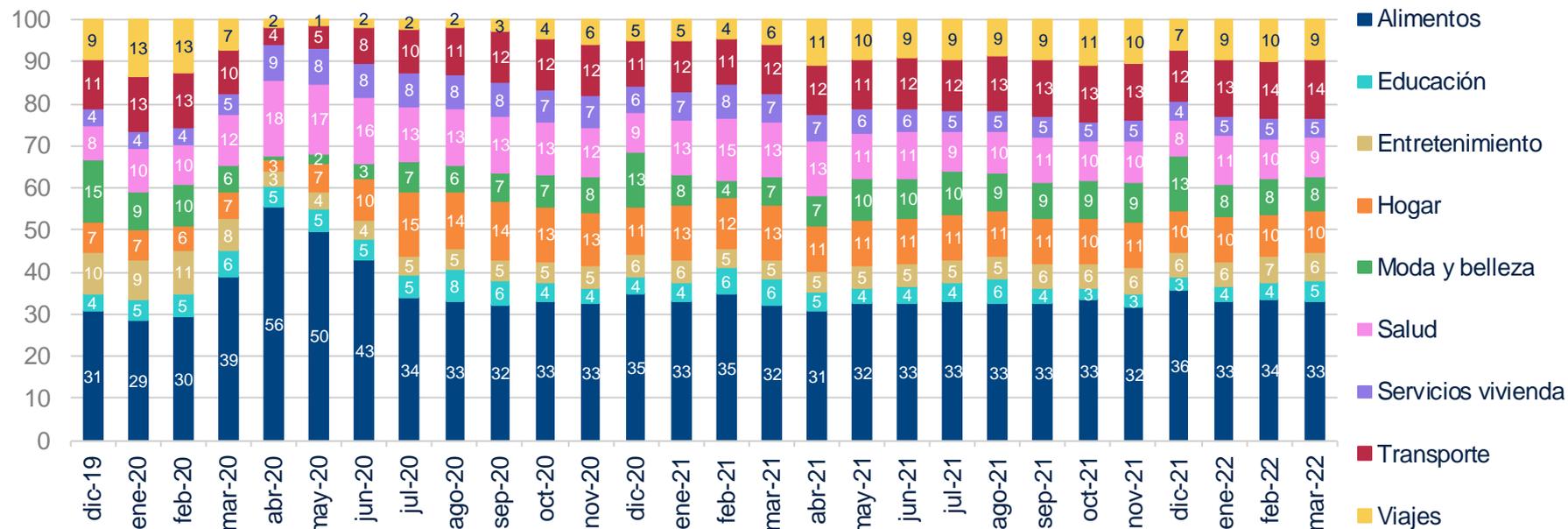


1: Información al 31 de marzo de 2022. La corrección por inflación se realiza con el IPC de Lima Metropolitana. Para obtener la información con frecuencia diaria, revisar [aquí](#).

Fuente: BBVA

En marzo, la participación de los rubros del gasto se mantuvo similar al del mes previo

COMPRAS CON TARJETAS SEGÚN CATEGORÍA DE BIENES O SERVICIOS ¹ (% TOTAL DE COMPRAS)

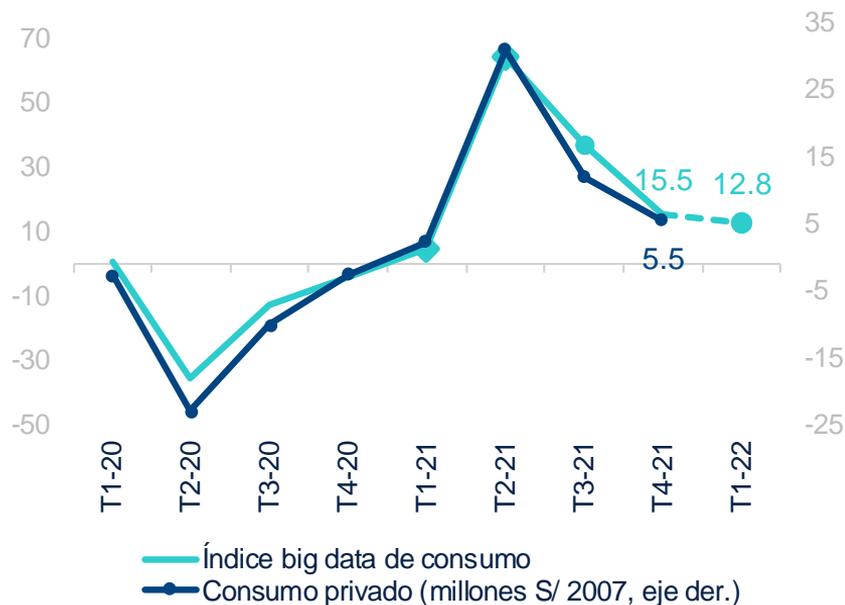


03

Consumo privado e Índice big data de consumo

El indicador BBVA de consumo muestra que el consumo privado moderó su crecimiento interanual en el primer trimestre de 2022

CONSUMO PRIVADO E ÍNDICE BIG DATA DE CONSUMO ¹ (VAR. % INTERANUAL, EN TÉRMINOS REALES)



- El indicador de consumo de BBVA Research apunta a que, en el primer trimestre de 2022, **el gasto de consumo que realizan las familias continuó creciendo (con respecto al año 2021), aunque a una tasa menor a la observada en el cuarto trimestre de 2021.**
- La desaceleración se explica, en parte, por la **base de comparación**, y por el **endurecimiento temporal de las restricciones de movilidad que se dio en enero** debido al pico de contagios visto ese mes.
- **El avance del consumo privado seguirá encontrando apoyo** en la mejora de la actividad y del empleo, así como en la flexibilización de las medidas de aislamiento por los avances en el proceso de vacunación; **sin embargo**, la alta inflación local reduce la capacidad adquisitiva de las familias

1: El indicador BBVA de Consumo agrupa la información de compras con tarjetas y los retiros de efectivo.

2: Información al 31 de marzo de 2022.

Fuente: BCRP y BBVA

Perú | Seguimiento al consumo con datos en tiempo real

Información al 31 de marzo de 2022

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 en su sitio web www.bbvarsearch.com.