

# Perú | Seguimiento al consumo con datos en tiempo real

Información al 09 de mayo de 2022

# Mensajes principales

- ❑ En abril de 2022, el índice big data de consumo de BBVA Research (elaborado sobre la base del gasto, corregido por inflación, con tarjetas y retiros de efectivo) tuvo un crecimiento de 18,0% respecto a similar mes del año previo (13,0% interanual en marzo).
- ❑ Con respecto a abril de 2019, situación pre pandemia, resalta que el gasto de las familias se mantuvo relativamente estable, y se ubicó 21% por encima.
- ❑ Dentro del gasto total, continúa creciendo 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 del canal online mantuvo una participación elevada (43% en abril 2022; 20% en el año 2019)
- ❑ Por rubros, comparando con 2019, en abril de este año se observó:
  - ❑ Gasto en bienes relacionados a alimentos se expandió, mientras que el vinculado a salud moderó su crecimiento.
  - ❑ Gasto en servicios de transporte tuvo una ligera moderación en abril mientras el gasto en restaurantes se aceleró.
  - ❑ Gasto en alojamiento y servicios vinculados al turismo (pasajes y excursiones) se mantuvo por encima de la situación pre pandemia.
  - ❑ Gasto en muebles para el hogar se desacelera, el orientado a educación continúa débil, en tanto que el de entretenimiento mejora.
- ❑ 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. Sin embargo, a inicios del segundo trimestre del año (abril) se ve una ligera aceleración.

# Índice

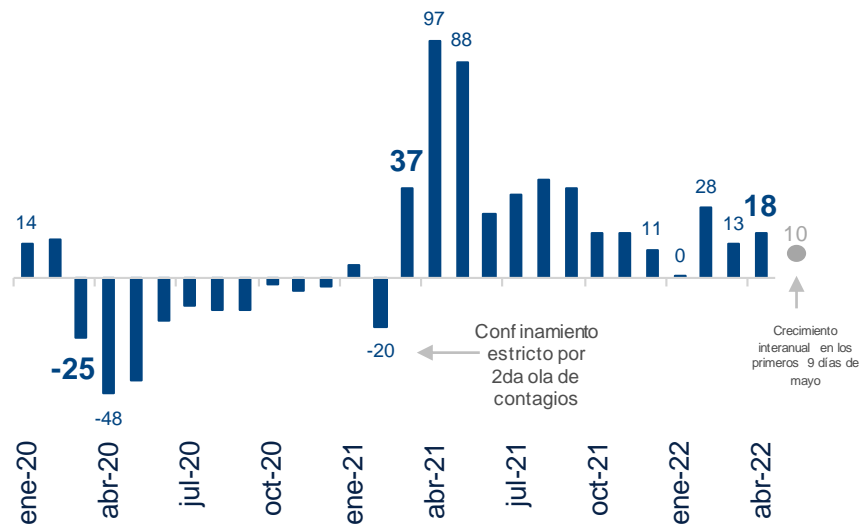
- 01 Gasto agregado
- 02 Gasto por sectores
- 03 Consumo privado e Índice big data de consumo

01

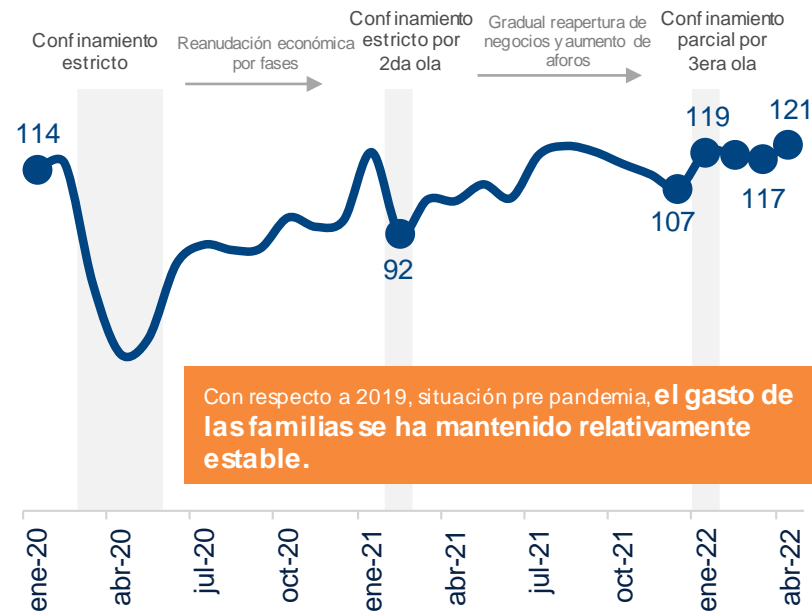
# Gasto agregado

# Índice big data de consumo de BBVA: el gasto real de las familias se aceleró en abril

## ÍNDICE BIG DATA DE CONSUMO <sup>1</sup> (VAR. % INTERANUAL, EN TÉRMINOS REALES)



## ÍNDICE BIG DATA DE CONSUMO <sup>1</sup> (COMO % DEL MISMO MES DE 2019, EN TÉRMINOS REALES)

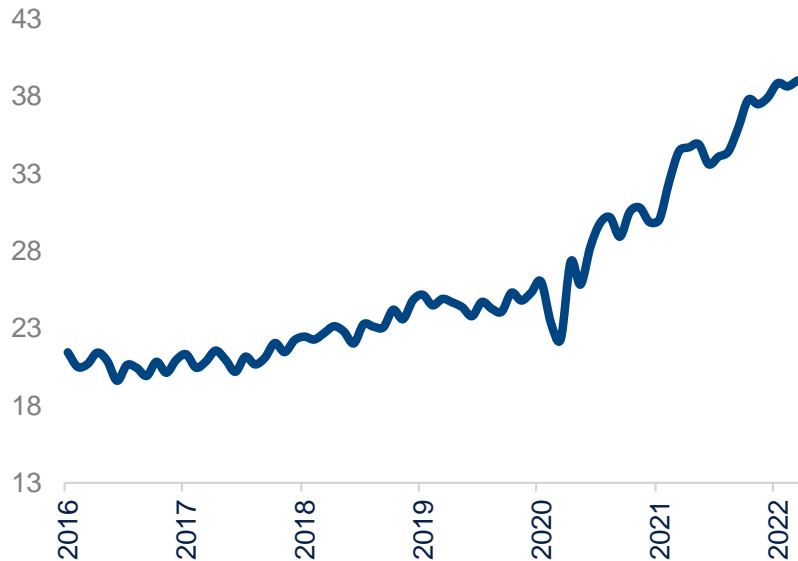


1: Información diaria al 09 de mayo de 2022. Se utiliza información de los montos de compras con tarjetas de crédito y débito que realizan las familias y los retiros de dinero a través de cajeros y ventanilla. La corrección por inflación se realiza con el IPC de Lima Metropolitana. Para obtener la información con frecuencia diaria, revisar [aquí](#).

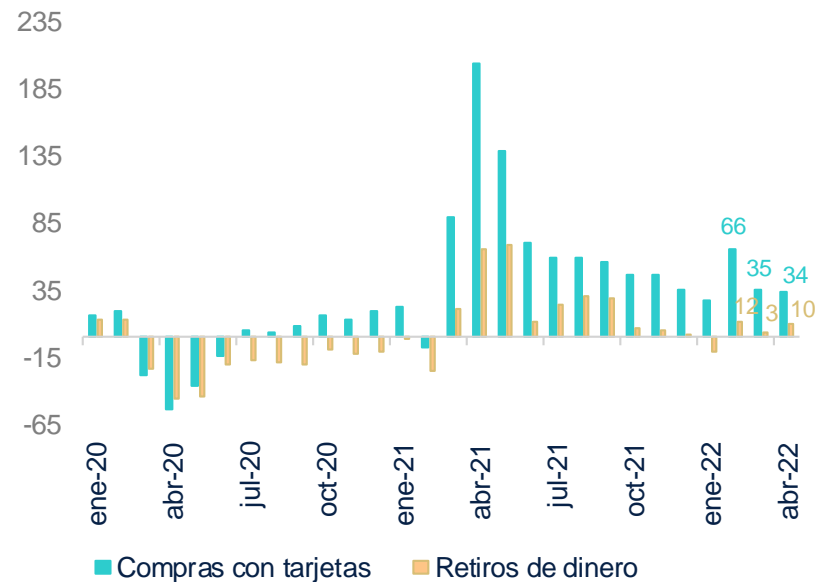
# Dentro del gasto total, continúa creciendo la participación de las compras que se realizan con tarjetas, ...

## PARTICIPACIÓN DE LAS COMPRAS HECHAS CON TARJETAS<sup>1</sup>

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



## ÍNDICE BIG DATA DE CONSUMO POR COMPONENTES<sup>1</sup> (VAR. % INTERANUAL, EN TÉRMINOS REALES)



1: Información diaria al 09 de mayo 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 abril 2022; 20% en el año 2019)

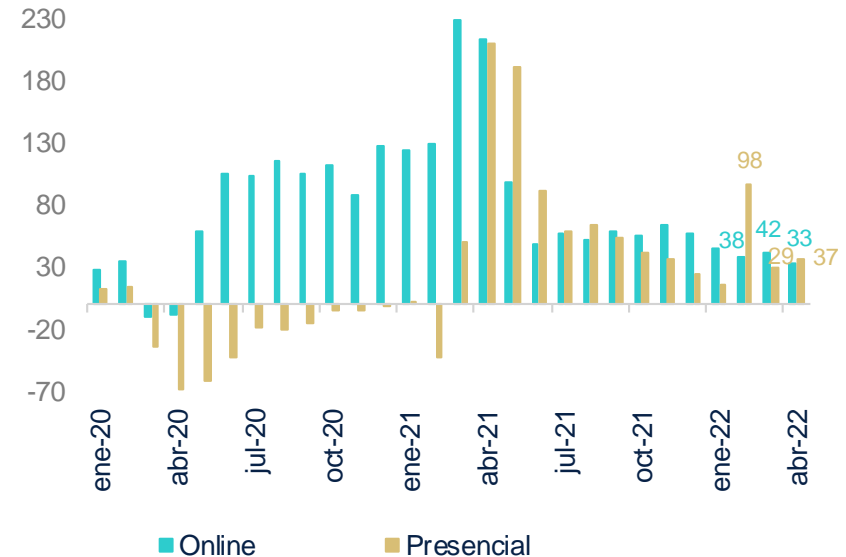
## PARTICIPACIÓN DEL CANAL ONLINE<sup>1</sup>

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



## COMPRAS CON TARJETAS POR CANAL<sup>1</sup>

(VAR. % INTERANUAL, EN TÉRMINOS REALES)



1: Información diaria al 09 de mayo 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

# 02

## Gasto por sectores <sup>1</sup>

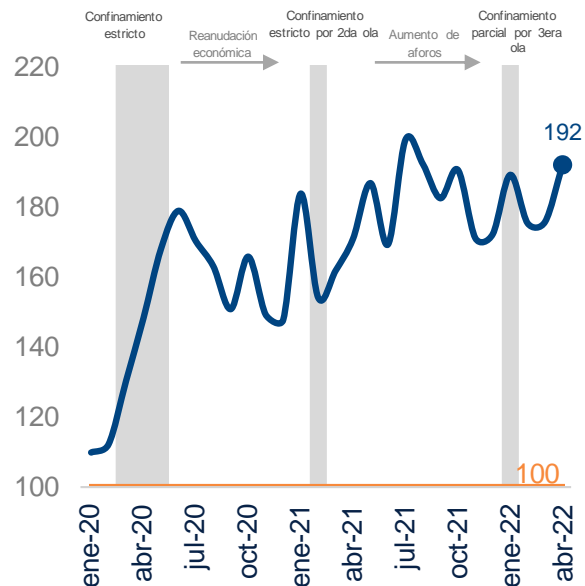
1: En esta sección se prioriza la comparación con 2019 (año pre pandemia) para aislar efectos estadísticos.



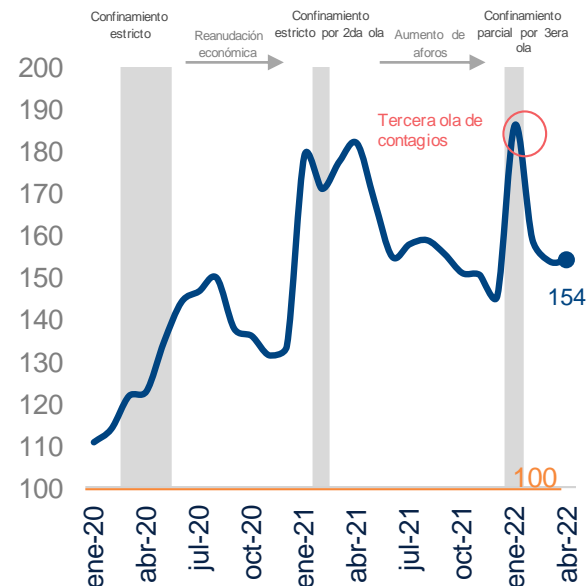
# Gasto en bienes relacionados a alimentos se expandió, mientras el vinculado a salud moderó su crecimiento

**COMPRAS CON TARJETAS <sup>1</sup>**  
(COMO % DEL MISMO MES DE 2019, EN TÉRMINOS REALES)

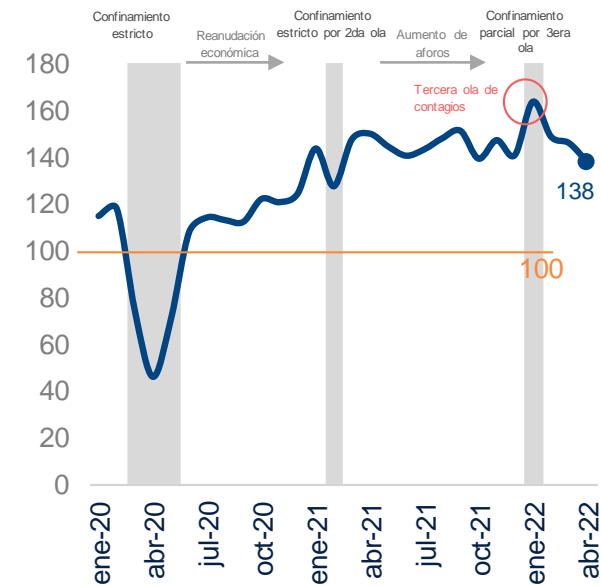
## SUPERMERCADOS



## FARMACIAS Y BOTICAS



## CLÍNICAS Y HOSPITALES

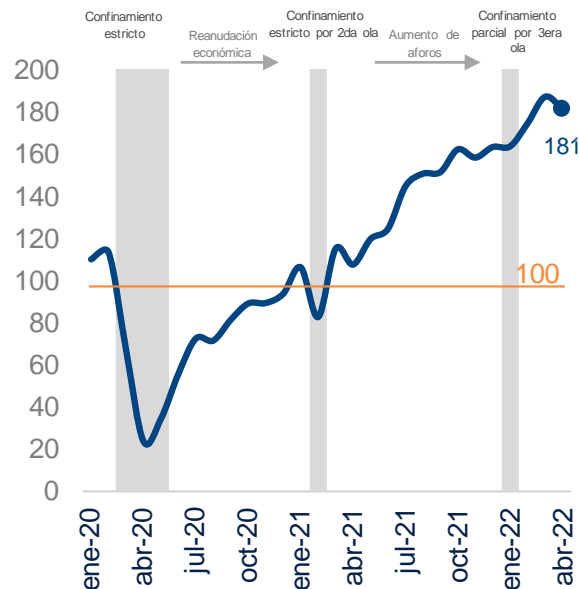


1: Información al 09 de mayo de 2022. La corrección por inflación se realiza con el IPC de Lima Metropolitana. Para obtener la información con frecuencia diaria, revisar [aquí](#).

# Gasto en servicios de transporte tuvo una ligera moderación en abril mientras el gasto en restaurantes se aceleró

**COMPRAS CON TARJETAS <sup>1</sup>**  
(COMO % DEL MISMO MES DE 2019, EN TÉRMINOS REALES)

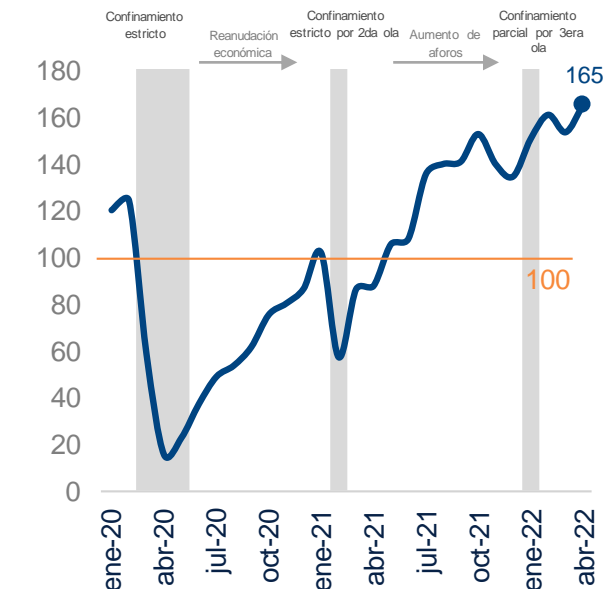
**COMBUSTIBLE <sup>3</sup>**



**TRANSPORTE PÚBLICO**



**RESTAURANTES**

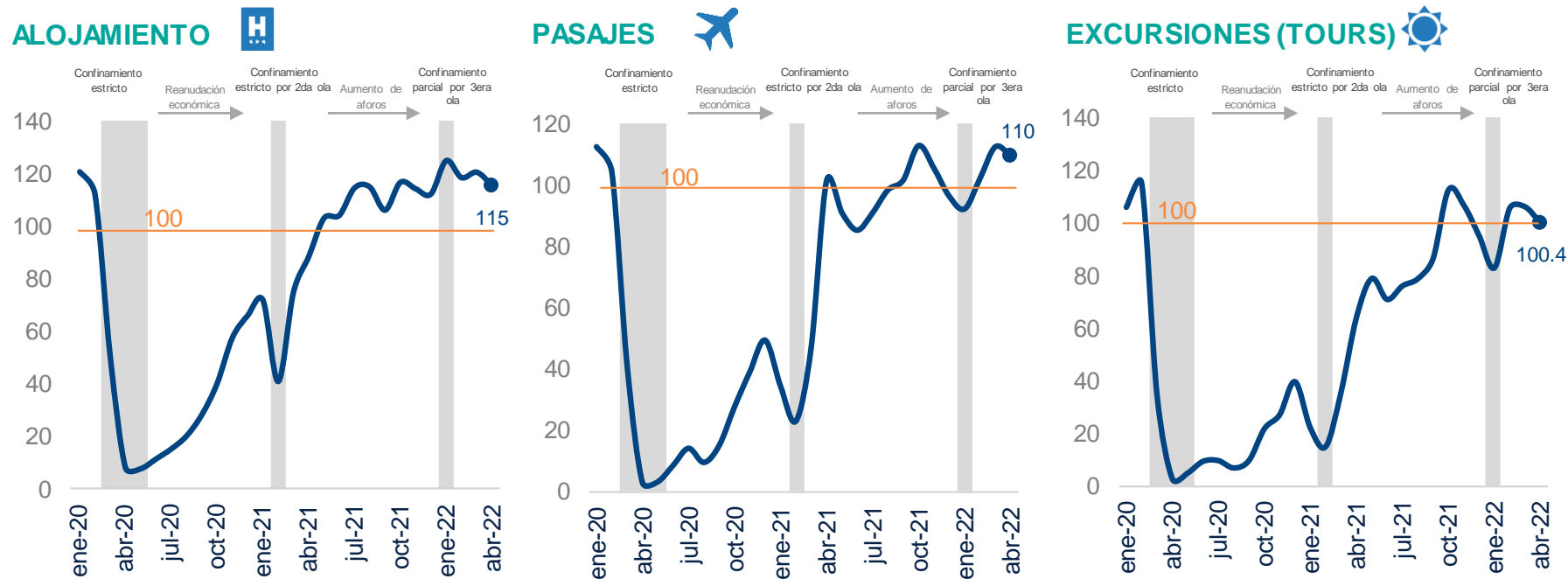


1: Información al 09 de mayo de 2022. La corrección por inflación se realiza con el IPC de Lima Metropolitana. Para obtener la información con frecuencia diaria, revisar [aquí](#).

Fuente: BBVA

# Gasto en alojamiento y servicios vinculados al turismo (pasajes y excursiones) se mantuvo por encima de la situación pre pandemia

**COMPRAS CON TARJETAS <sup>1</sup>**  
(COMO % DEL MISMO MES DE 2019, EN TÉRMINOS REALES)



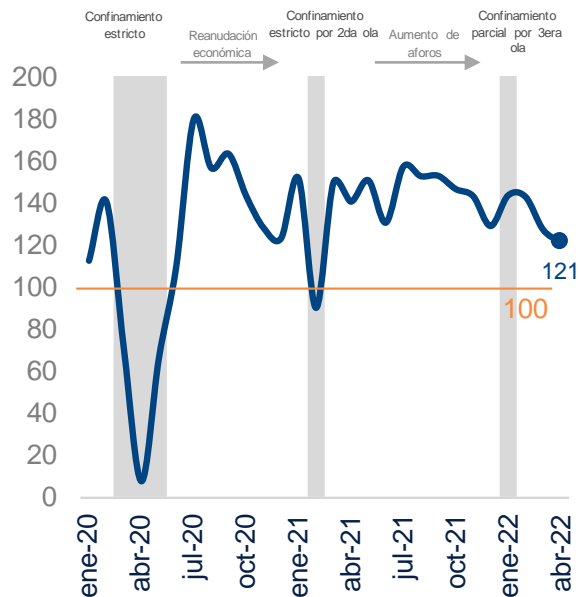
1: Información al 09 de mayo de 2022. La corrección por inflación se realiza con el IPC de Lima Metropolitana. Para obtener la información con frecuencia diaria, revisar [aquí](#).

Fuente: BBVA

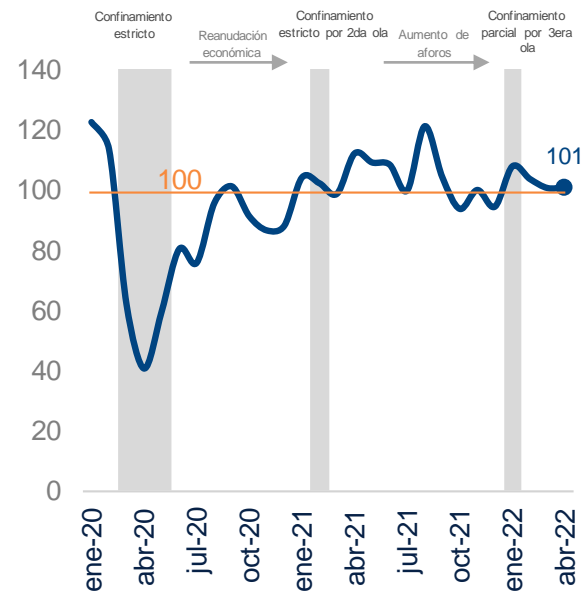
# Gasto en muebles para el hogar se desacelera, el orientado a educación continúa débil, en tanto que el de entretenimiento mejora

**COMPRAS CON TARJETAS <sup>1</sup>**  
(COMO % DEL MISMO MES DE 2019, EN TÉRMINOS REALES)

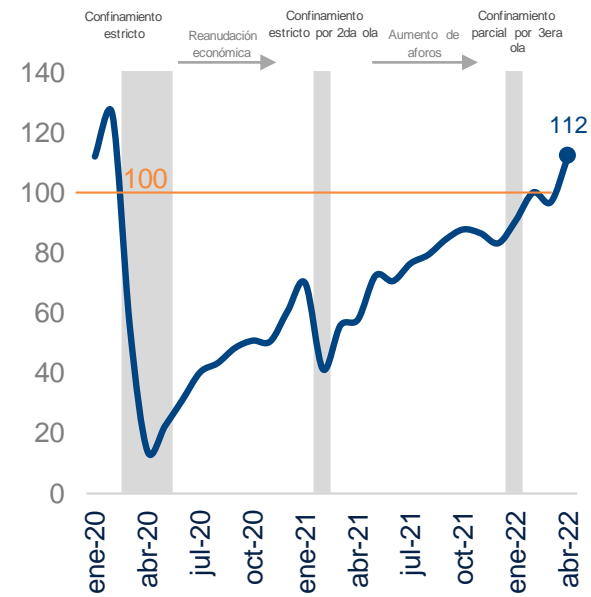
## MUEBLES Y DECORACIÓN



## EDUCACIÓN



## ENTRETENIMIENTO

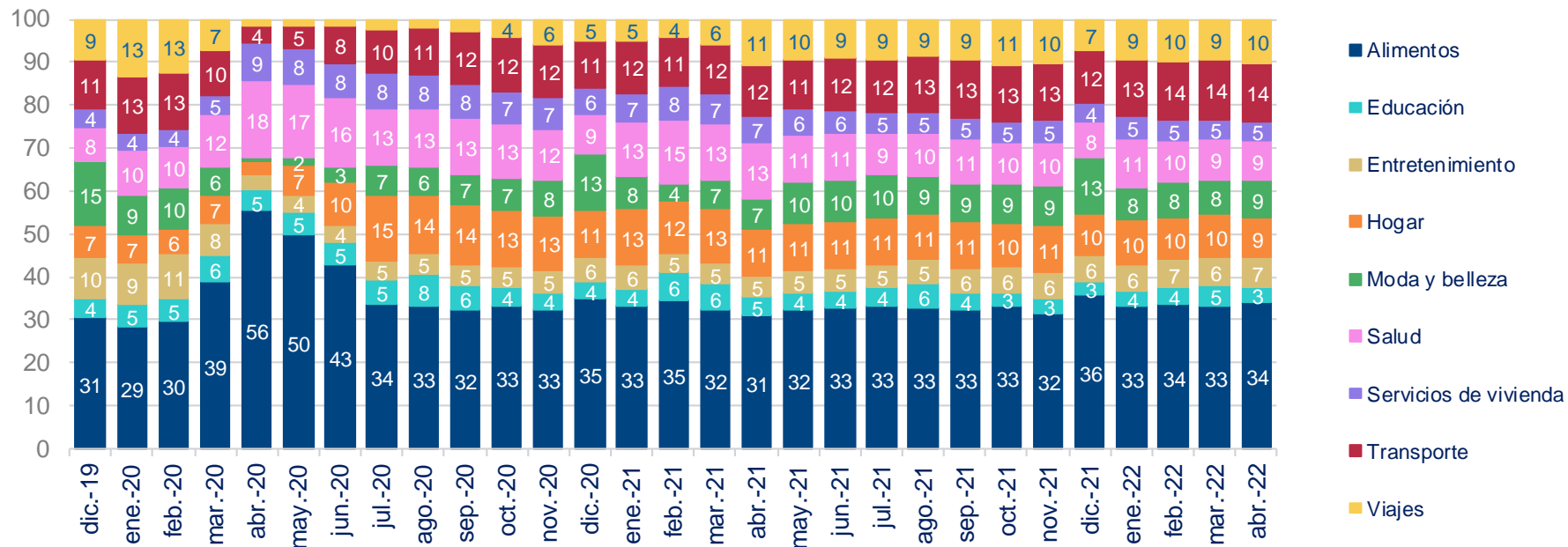


1: Información al 09 de mayo de 2022. La corrección por inflación se realiza con el IPC de Lima Metropolitana. Para obtener la información con frecuencia diaria, revisar [aquí](#).

Fuente: BBVA

# En abril, creció la participación de los rubros de moda, viajes y entretenimiento, y se redujo la de educación

## COMPRAS CON TARJETAS SEGÚN CATEGORÍA DE BIENES O SERVICIOS <sup>1</sup> (% TOTAL DE COMPRAS)



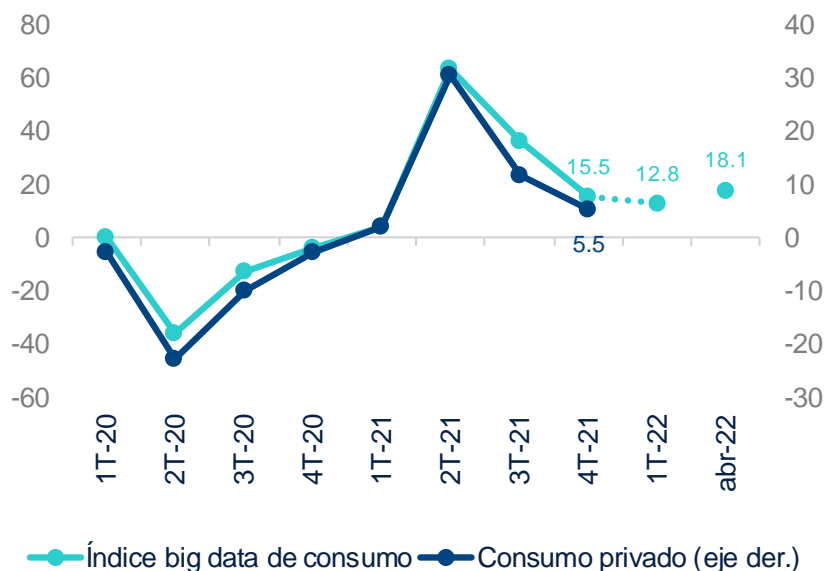
1: Información al 09 de mayo de 2022. No considera pagos legales y de tributación, pagos financieros, EPS y seguros.

# 03

## Consumo privado e Índice big data de consumo

# Indicador BBVA muestra que el consumo privado moderó su crecimiento interanual en el primer trimestre de 2022, pero que hay una mejora a inicios del segundo trimestre

## CONSUMO PRIVADO E ÍNDICE BIG DATA DE CONSUMO <sup>1</sup> (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. Sin embargo, a inicios del segundo trimestre del año (abril) se ve una ligera aceleración.
- 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 09 de mayo de 2022.

Fuente: BCRP y BBVA

# Perú | Seguimiento al consumo con datos en tiempo real

Información al 09 de mayo 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](http://www.bbvarsearch.com).