

Perú | Seguimiento al consumo con datos en tiempo real

Información al 31 de mayo de 2022

Mensajes principales

- ❑ En mayo 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 7,6% respecto a similar mes del año previo (18,8% interanual en abril).
- ❑ Con respecto a similar mes de 2019, en mayo el gasto de las familias se ubicó 17% por encima (21% en abril).
- ❑ Dentro del gasto total, las compras realizadas con tarjetas representaron el 39% mientras que los retiros de efectivo, el 61%. Al interior de las compras con tarjetas, el uso del canal online mantuvo una participación de 43% (20% en el año 2019).
- ❑ Por rubros, comparando con 2019, en mayo de este año se observó:
 - ❑ Gasto en bienes relacionados a alimentos moderó su crecimiento, mientras el vinculado a salud y educación se aceleró.
 - ❑ Gasto en negocios de muebles y decoración, en tiendas por departamento y en moda y belleza se desaceleró.
 - ❑ Gasto en restaurantes y en servicios vinculados a turismo mantuvo su ritmo de expansión, en tanto que en entretenimiento se moderó.
- ❑ El Indicador Big Data de Consumo de BBVA Research apunta a que, en el segundo trimestre de 2022, el consumo privado continuará creciendo (con respecto al año 2021). El crecimiento de abril-mayo fue similar al observado en el primer trimestre de 2022.
- ❑ Se espera que en junio y en los primeros meses del segundo semestre, el consumo privado encuentre soporte en la liberalización de fondos de pensiones y depósitos de CTS, aunque con un menor impacto que lo visto el año pasado. Por otro lado, el incremento de la inflación seguirá afectando la capacidad de compra de las familias.

Índice

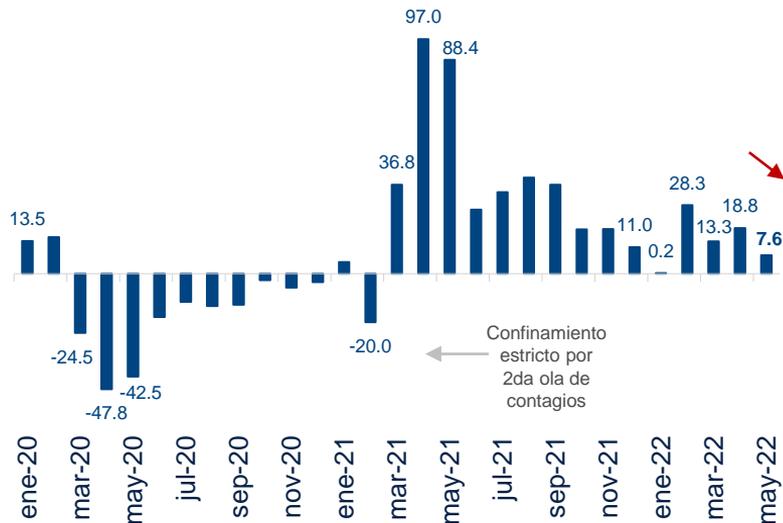
- 01 Gasto agregado
- 02 Gasto por sectores
- 03 Consumo privado e Índice Big Data de Consumo

01

Gasto agregado

Índice Big Data de Consumo de BBVA: el gasto real de las familias se desaceleró en mayo

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)



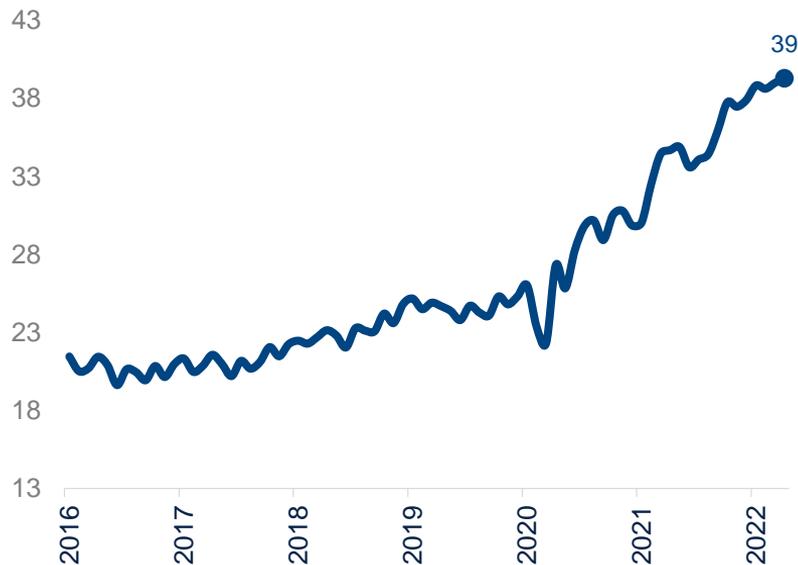
1: Información diaria al 31 de mayo de 2022. Se utiliza información de los montos de compras con tarjetas de crédito y débito que realizan las familias y los retiros de dinero a través de cajeros y ventanilla. La corrección por inflación se realiza con el IPC de Lima Metropolitana. Para obtener la información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

Fuente: BBVA

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

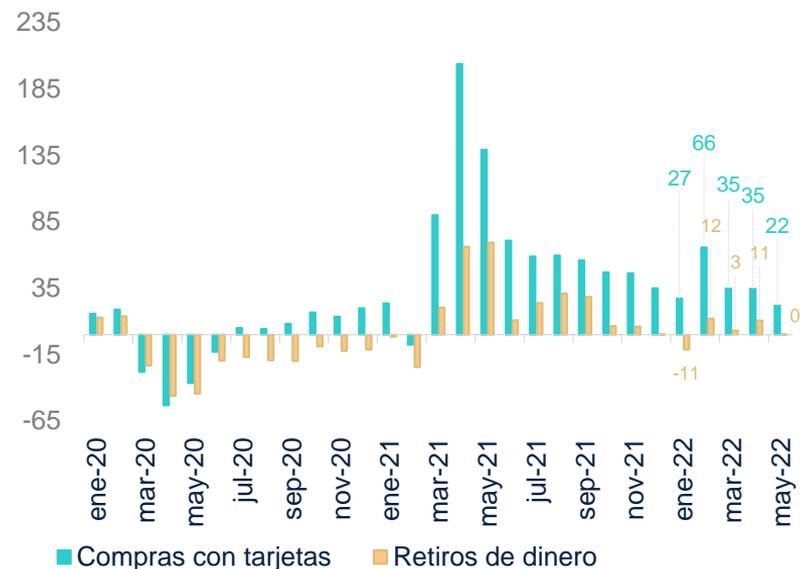
COMPRAS HECHAS CON TARJETAS COMO PORCENTAJE DEL GASTO TOTAL¹

(% RESPECTO AL GASTO TOTAL QUE INCLUYE RETIROS DE DINERO)



ÍNDICE BIG DATA DE CONSUMO POR COMPONENTES¹

(VAR. % INTERANUAL, EN TÉRMINOS REALES)



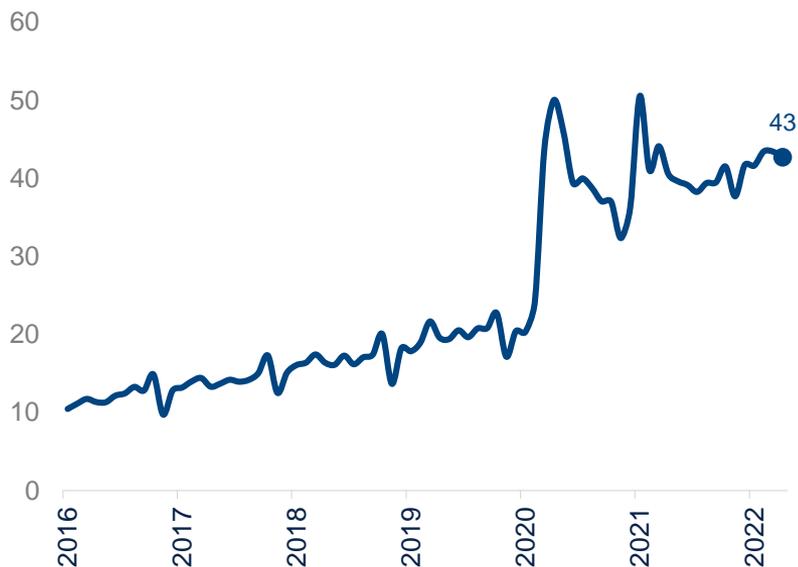
1: Información diaria al 31 de mayo de 2022. Se utiliza información de los montos de compras con tarjetas de crédito y débito que realizan las familias y los retiros de dinero a través de cajeros y ventanilla. La corrección por inflación se realiza con el IPC de Lima Metropolitana. Para obtener la información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

Fuente: BBVA

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

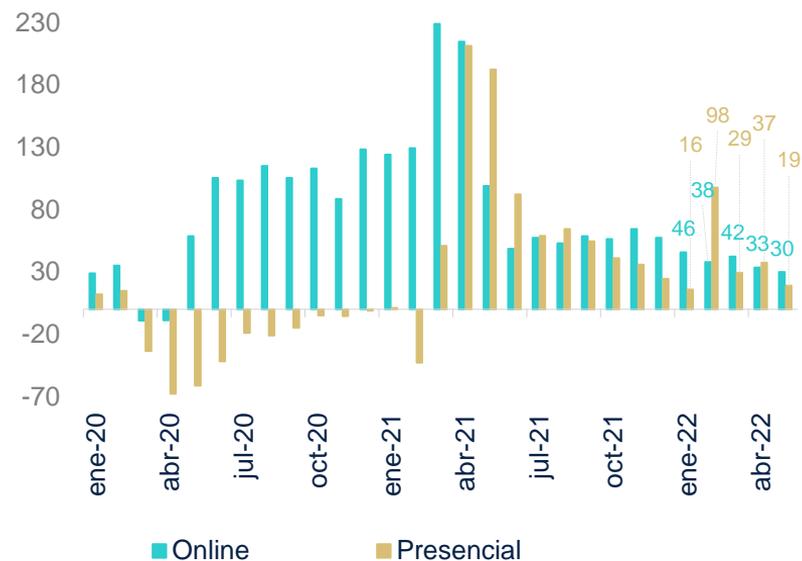
PARTICIPACIÓN DEL CANAL ONLINE¹

(% DE LAS COMPRAS HECHAS CON TARJETAS QUE INCLUYE COMPRAS PRESENCIALES)



COMPRAS CON TARJETAS POR CANAL¹

(VAR. % INTERANUAL, EN TÉRMINOS REALES)



1: Información diaria al 31 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](#).

02

Gasto por sectores ¹

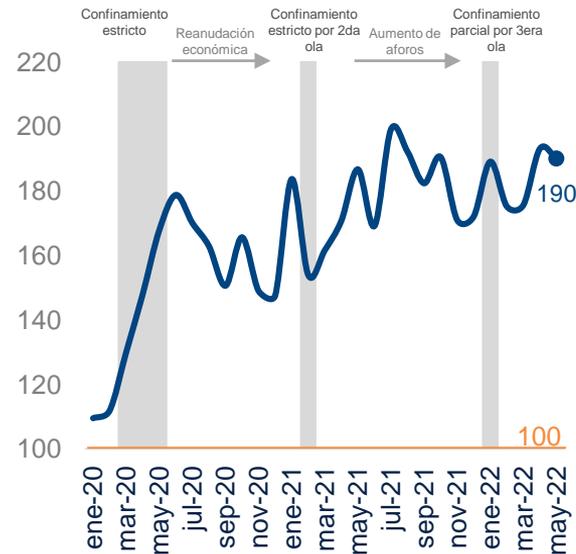
1: En esta sección se prioriza la comparación con 2019 (año pre pandemia) para aislar efectos estadísticos.

Gasto en bienes relacionados a alimentos moderó su crecimiento en mayo, mientras el vinculado a salud y educación se aceleró

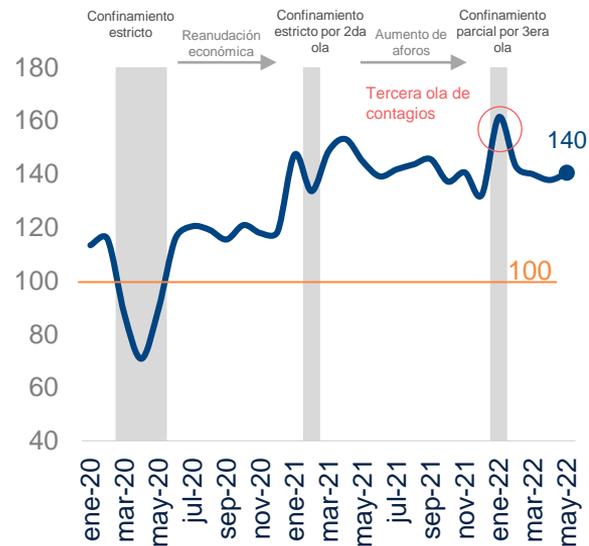
COMPRAS CON TARJETAS ¹

(COMO % DEL MISMO MES DE 2019, EN TÉRMINOS REALES)

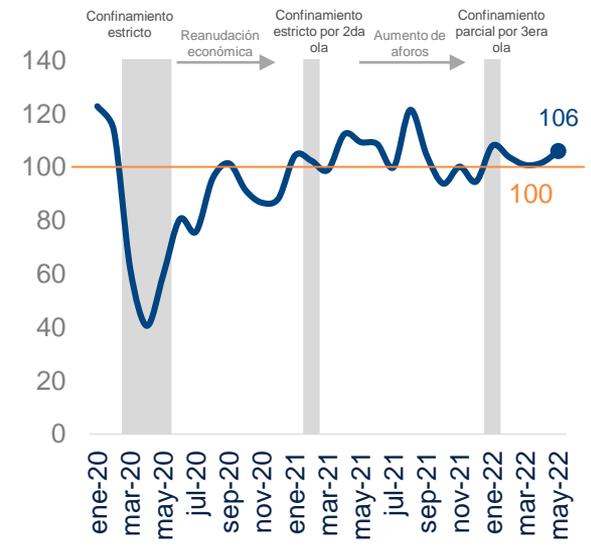
SUPERMERCADOS



SALUD ²



EDUCACIÓN ³



1: Información al 31 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](#).

2: Incluye gasto en clínicas y hospitales, farmacias y boticas y otros.

3: Incluye gasto en nido y jardín, colegios, universidad e institutos, y otros

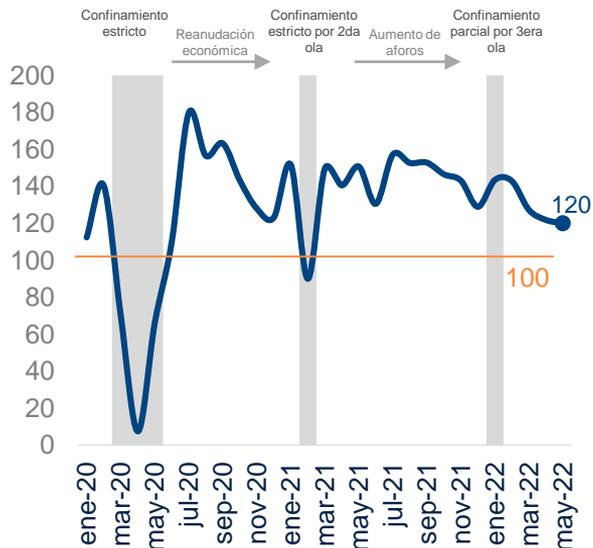
Fuente: BBVA

Gasto en negocios de muebles y decoración, en tiendas por departamento y en moda y belleza se desaceleró en mayo

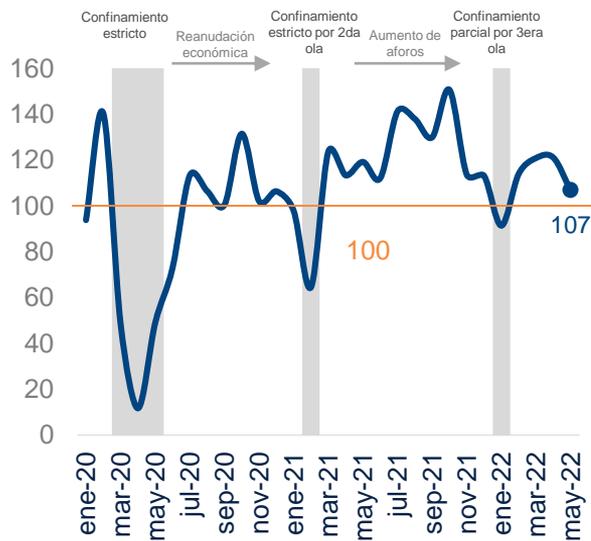
COMPRAS CON TARJETAS ¹

(COMO % DEL MISMO MES DE 2019, EN TÉRMINOS REALES)

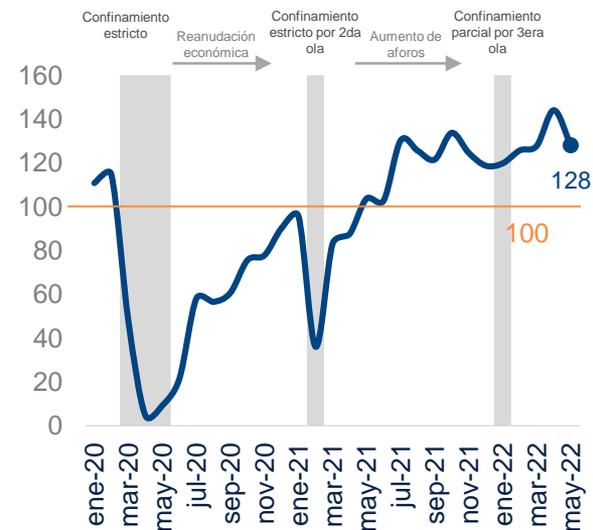
MUEBLES Y DECORACIÓN



TIENDAS POR DEPARTAMENTO



MODA Y BELLEZA ²



1: Información al 31 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](#).

2: Incluye moda, joyería y accesorios, productos de belleza, y salones de belleza y spa.

Fuente: BBVA

Gasto en restaurantes y en servicios vinculados a turismo mantuvo su ritmo de expansión, en tanto que en entretenimiento se moderó

COMPRAS CON TARJETAS ¹

(COMO % DEL MISMO MES DE 2019, EN TÉRMINOS REALES)



1: Información al 31 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](#).

2: Incluye gasto en bares y discotecas, casinos y loterías, cine, teatro y espectáculos, clubs, deporte y gimnasio, museos, suscripciones de entretenimiento y parques de diversión.

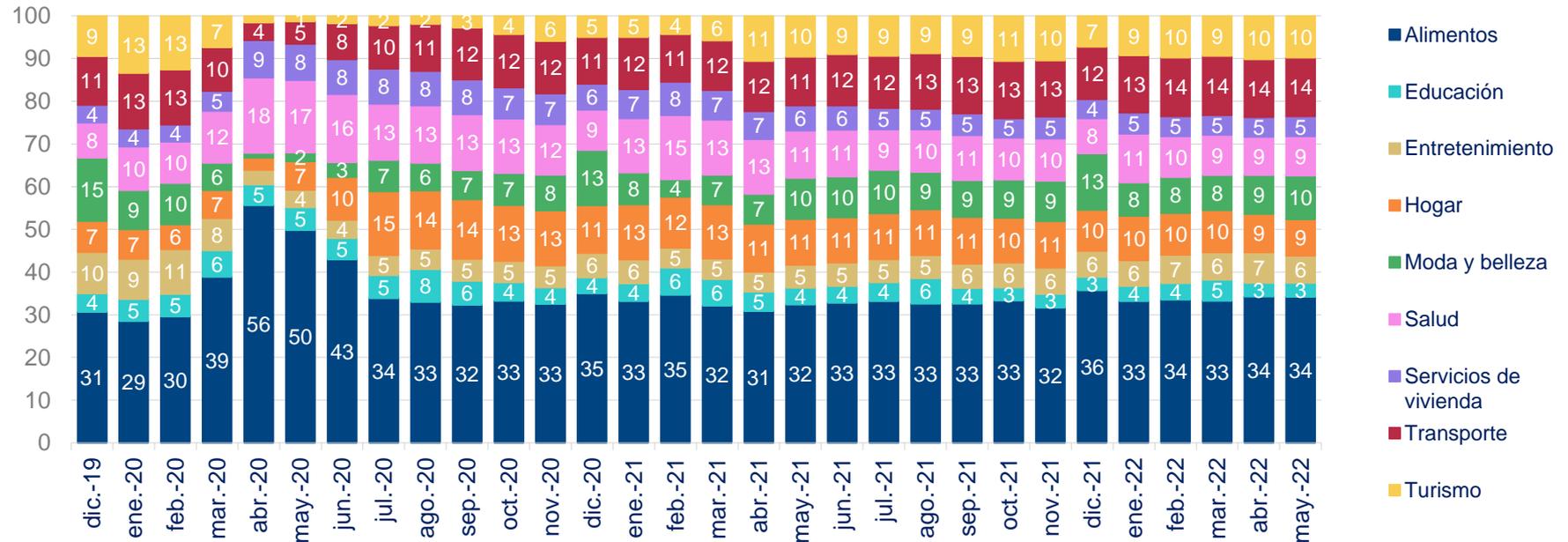
3: Incluye gasto en pasajes, excursiones (tours), alojamiento, y souvenirs.

Fuente: BBVA

En mayo, la estructura del gasto se mantuvo estable

COMPRAS CON TARJETAS SEGÚN CATEGORÍA DE BIENES O SERVICIOS ¹

(% TOTAL DE COMPRAS)



1: Información al 31 de mayo de 2022. No considera pagos legales y de tributación, pagos financieros, EPS y seguros.

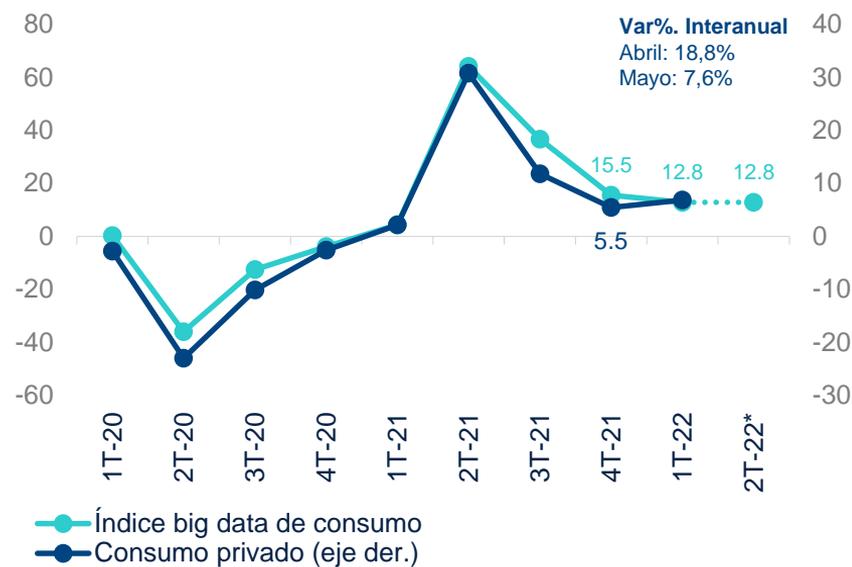
Fuente: BBVA

03

Consumo privado e Índice Big Data de Consumo

Indicador BBVA muestra que el consumo privado mantuvo en abril-mayo un crecimiento similar al del primer trimestre

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 segundo trimestre de 2022, el gasto de consumo que realizan las familias continuará creciendo (con respecto al año 2021).
- Se espera que en junio y en los primeros meses del segundo semestre, el consumo privado encuentre soporte en la liberalización de fondos de pensiones y depósitos de CTS, aunque con un menor impacto que lo visto el año pasado. Por otro lado, el incremento de la inflación seguirá afectando la capacidad de compra de las familias.

1: El indicador BBVA de Consumo agrupa la información de compras con tarjetas y los retiros de efectivo. Información al 31 de mayo de 2022.

(*) Abril y mayo de 2022

Fuente: BCRP y BBVA

Perú | Seguimiento al consumo con datos en tiempo real

Información al 31 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.bbvarresearch.com.