

# Perú | Seguimiento al consumo con datos en tiempo real

Información al 30 de junio de 2022

# Mensajes principales

- ❑ En junio 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 13,2% respecto a similar mes del año previo (7,8% interanual en abril) (ver diapositiva 5).
- ❑ Según este indicador, el consumo privado mantuvo en el segundo trimestre del año un crecimiento interanual similar al del primero. El consumo privado encontró soporte en la eliminación de restricciones de aforos en negocios, en la mejora de la masa salarial real del empleo formal (creció la cantidad de puestos de trabajo en planilla y el ingreso salarial), y por la liberación de fondos de ahorros privados (AFPs y CTS) que se dio en 2021 (ver diapositiva 6).
- ❑ Por rubros (ver diapositivas 8 a 12):
  - ❑ Gasto en bienes relacionados a alimentos, salud, y muebles moderaron su crecimiento en junio.
  - ❑ Gastos en bienes relacionados a educación, a moda y belleza, y a entretenimiento aceleraron su expansión.
  - ❑ Gasto en alojamiento se moderó en junio, en tanto, los relacionados a viajes y restaurantes siguieron mostrando solidez.
  - ❑ De manera general, en el primer semestre del 2022, los gastos orientado a restaurantes, viajes y entretenimiento fueron los más dinámicos.
- ❑ 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) (ver diapositivas 14 y 15).

# Índice

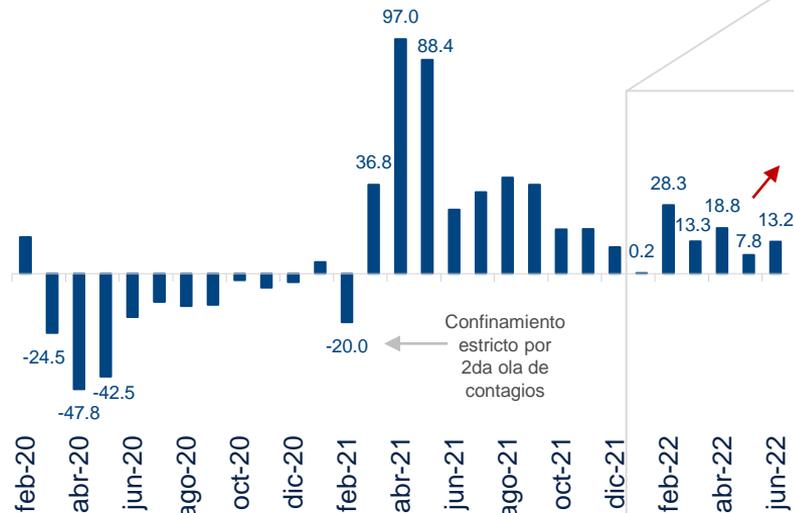
- 01 Índice Big Data de Consumo y consumo privado
- 02 Gasto por rubros
- 03 Composición del gasto con tarjetas

01

# Índice Big Data de Consumo y Consumo privado

# Índice Big Data de Consumo de BBVA: gasto real de familias se aceleró en junio, acumulando un crecimiento de 12,9% en el primer semestre

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



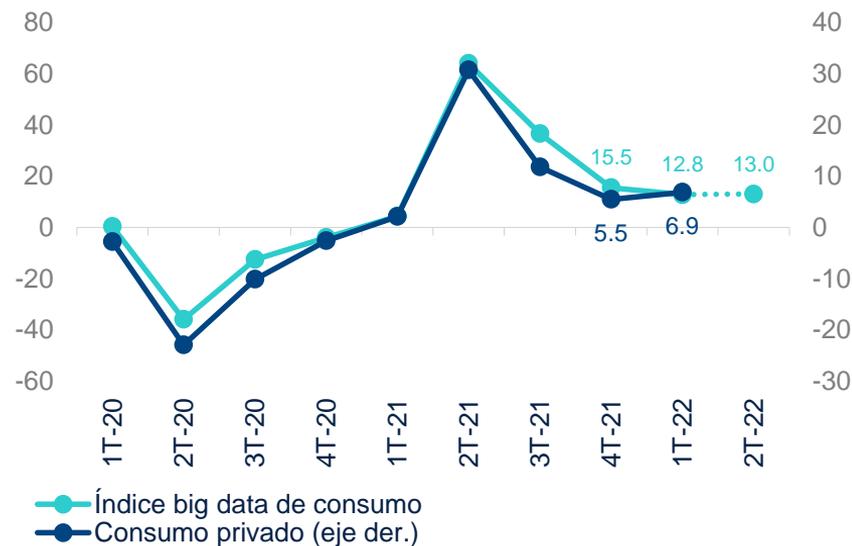
## ÍNDICE BIG DATA DE CONSUMO <sup>1</sup> (VAR. % INTERANUAL, EN TÉRMINOS REALES, PROMEDIO 7 DÍAS)



1: Información diaria al 30 de junio 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](#).

# En el segundo trimestre del año, el consumo privado habría mantenido su dinamismo, según apunta el indicador de Consumo de BBVA

## 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 segundo trimestre de 2022, el gasto de consumo que realizan las familias continuará creciendo (con respecto al año 2021).
- En la primera mitad del año, el consumo privado encontró soporte en la eliminación de restricciones de aforos en negocios, en la mejora de la masa salarial real del empleo formal (creció la cantidad de puestos de trabajo en planilla y el ingreso salarial), y por la liberación de fondos de ahorros privados (AFPs y CTS) que se dio en 2021.
- En la segunda mitad del 2022, el consumo contará con el soporte de los nuevos retiros autorizados de AFPs y CTS. 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 30 de junio de 2022.

Fuente: BCRP y BBVA

# 02

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

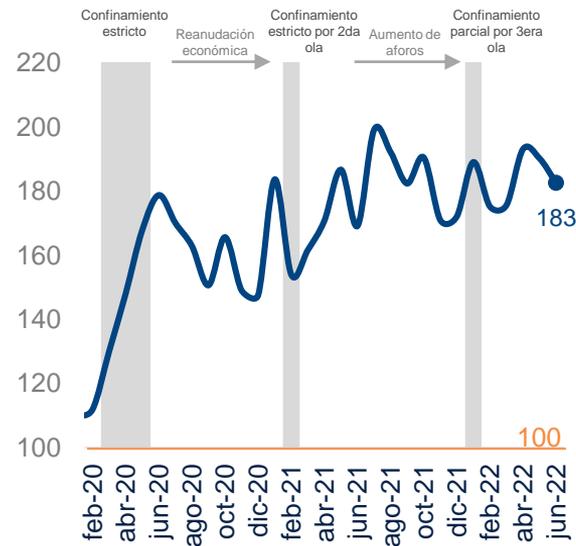
1: En esta sección se prioriza la comparación con 2019 (año pre pandemia) para aislar efectos estadísticos.

# Gasto en bienes relacionados a alimentos, salud, y muebles moderaron su crecimiento en junio

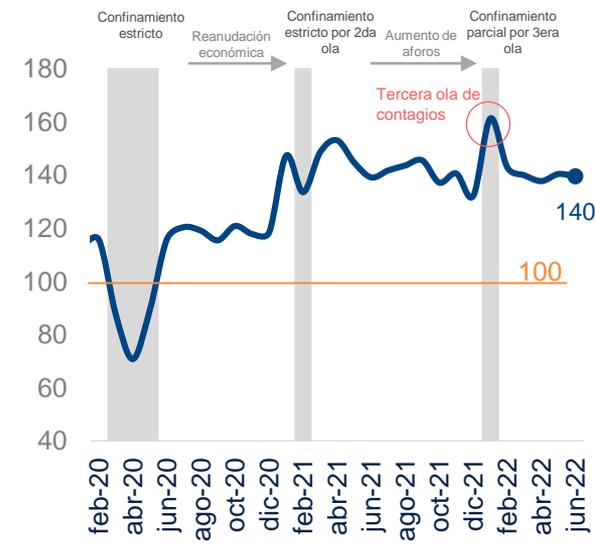
## COMPRAS CON TARJETAS <sup>1</sup>

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

### SUPERMERCADOS



### SALUD <sup>2</sup>



### MUEBLES Y DECORACIÓN



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.

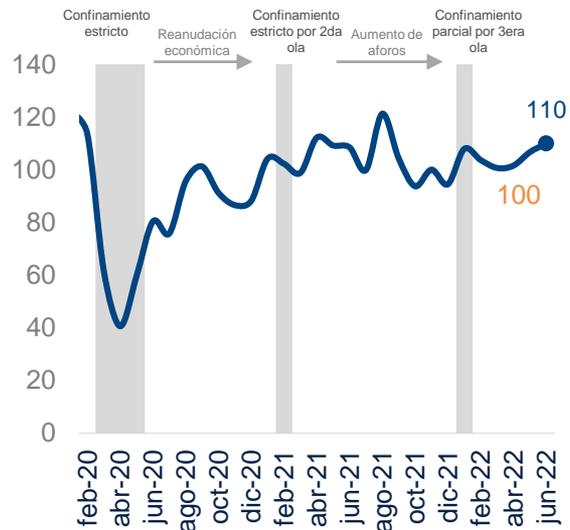
Fuente: BBVA

# Gastos en bienes relacionados a educación, a moda y belleza, y a entretenimiento aceleraron su expansión

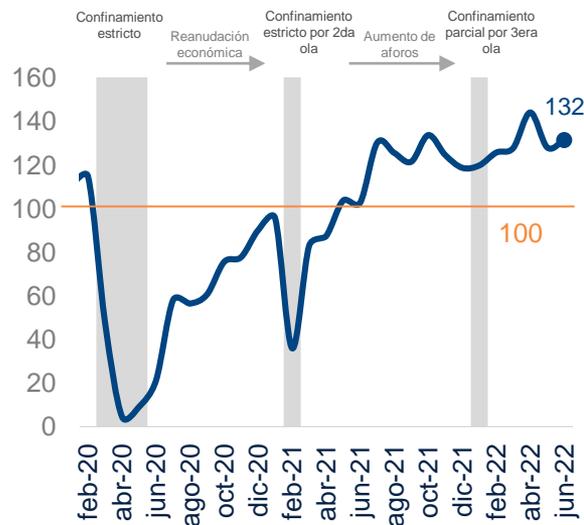
## COMPRAS CON TARJETAS <sup>1</sup>

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

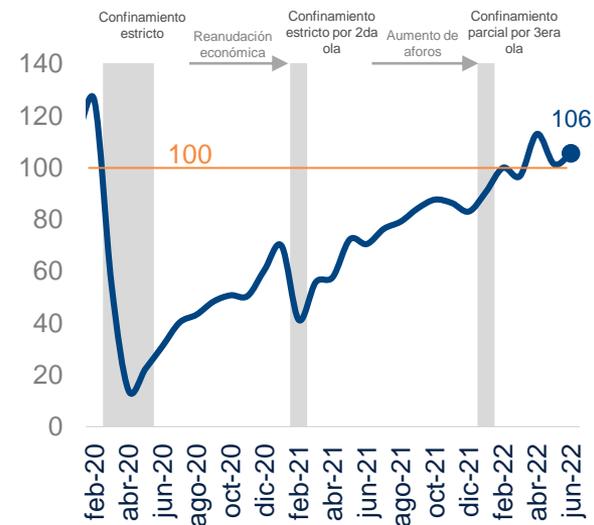
### EDUCACIÓN <sup>2</sup>



### MODA Y BELLEZA <sup>3</sup>



### ENTRETENIMIENTO <sup>4</sup>



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 nido y jardín, colegios, universidad e institutos, y otros

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

4: 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.

Fuente: BBVA

# Gasto en alojamiento se moderó en junio, en tanto, los relacionados a viajes y restaurantes siguieron mostrando solidez

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

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

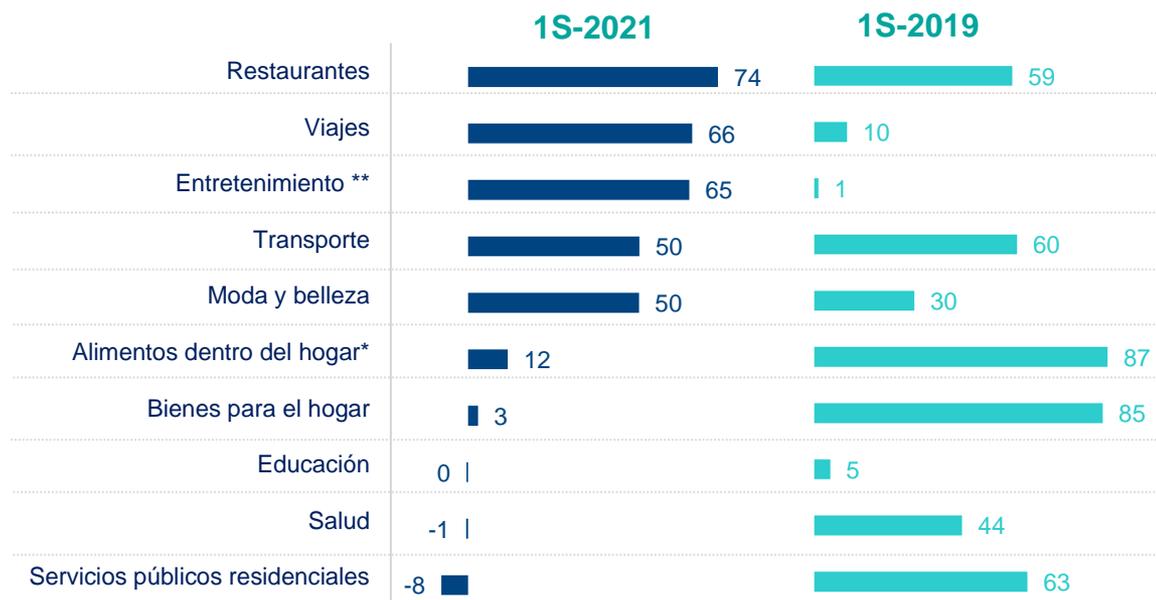


1: Información al 31 de mayo de 2022. La corrección por inflación se realiza con el IPC de Lima Metropolitana. Para obtener la información con frecuencia diaria, revisar [aquí](#).

# Como resumen, en el primer semestre del 2022, gastos orientados a restaurantes, viajes y entretenimiento fueron los más dinámicos

## COMPRAS CON TARJETAS EN EL PRIMER SEMESTRE DE 2022<sup>1</sup>

(VAR. % RESPECTO A, EN TÉRMINOS REALES)



- ❑ Gasto en viajes y entretenimiento tienen las tasas de crecimiento interanual más grandes en el primer semestre del año, pero aún tienen espacio para seguir creciendo respecto a la situación pre pandemia.
- ❑ Resalta el crecimiento del **gasto en restaurantes** que, a pesar de ubicarse muy por encima de niveles pre pandemia, continúa con un buen dinamismo interanual.
- ❑ Gasto en **bienes y servicios para la vivienda y en alimentos dentro del hogar** son los que mayor crecimiento han tenido respecto a la situación pre pandemia. Sin embargo, tienen un crecimiento interanual moderado.

<sup>1</sup>: El indicador BBVA de Consumo agrupa la información de compras con tarjetas y los retiros de efectivo. Información al 30 de junio de 2022. La corrección por inflación se realiza con el IPC de Lima Metropolitana.

\* Incluye supermercados, panaderías, licorerías, y otros.

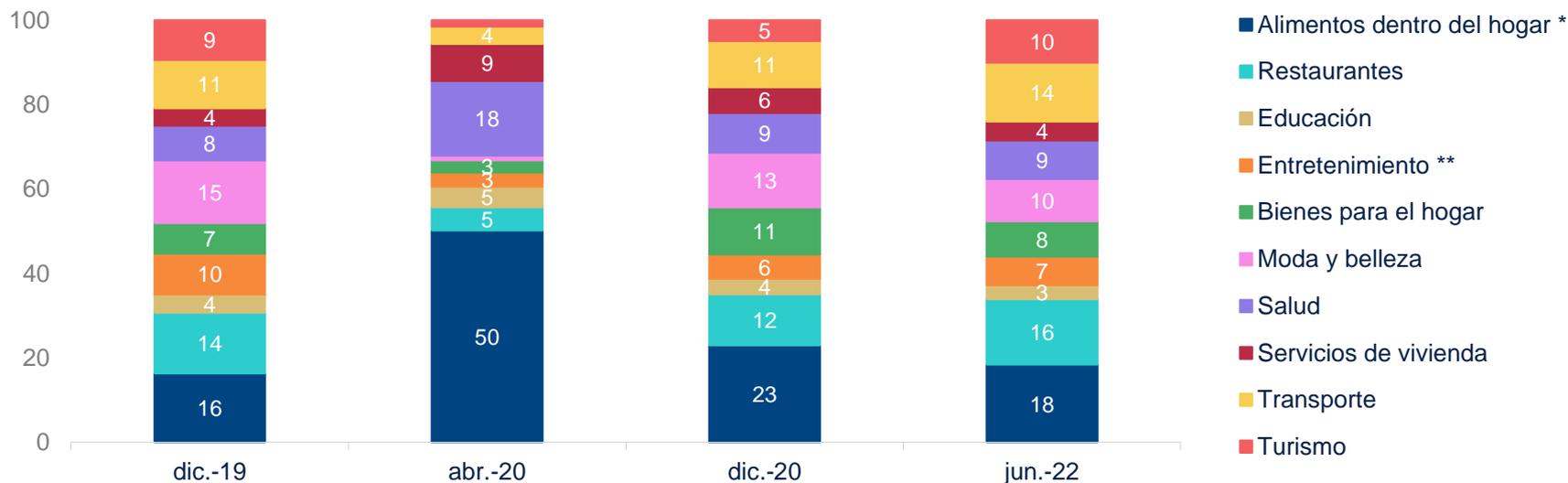
\*\* Incluye gasto en bares y discotecas, casinos y loterías, cine, teatro y espectáculos, clubs, deporte y gimnasio, museos, suscripciones de entretenimiento y parques de diversión.

Fuente: BBVA

# Poco a poco, la estructura de los gastos de consumo tiende a lo observado en 2019 (antes de la pandemia), aunque algunos rubros todavía se encuentran rezagados (moda y belleza y entretenimiento)

## COMPRAS CON TARJETAS SEGÚN CATEGORÍA DE BIENES O SERVICIOS <sup>1</sup>

(% TOTAL DE COMPRAS)



1: Información al 30 de junio de 2022. No considera pagos legales y de tributación, pagos financieros, EPS y seguros. Para obtener la información con frecuencia diaria, revisar [aquí](#).

\* Incluye supermercados, panaderías, licorerías, y otros.

\*\* 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

Fuente: BBVA

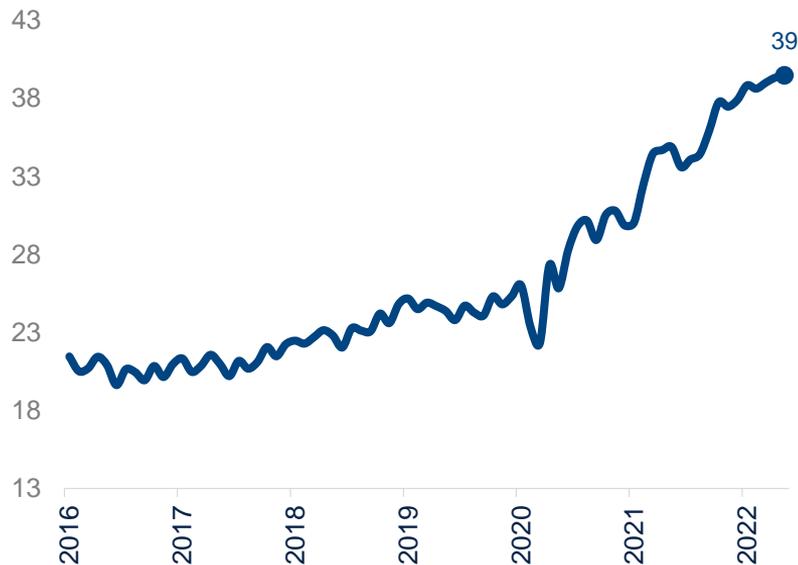
# 03

## Composición del gasto con tarjetas

# 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 TOTAL<sup>1</sup>

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



## ÍNDICE BIG DATA DE CONSUMO POR COMPONENTES<sup>1</sup>

(VAR. % INTERANUAL, EN TÉRMINOS REALES)



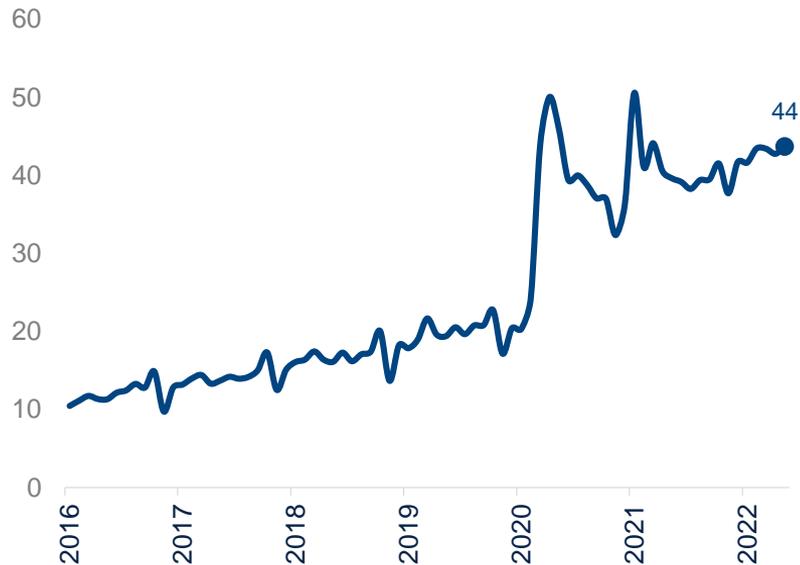
1: Información diaria al 30 de junio de 2022. Se utiliza información de los montos de compras con tarjetas de crédito y débito que realizan las familias y los retiros de dinero a través de cajeros y ventanilla. La corrección por inflación se realiza con el IPC de Lima Metropolitana. Para obtener la información con frecuencia diaria, revisar [aquí](#).

Fuente: BBVA

# ... al interior de las compras con tarjetas, el canal on line mantuvo una participación de 44% (20% en el año 2019)

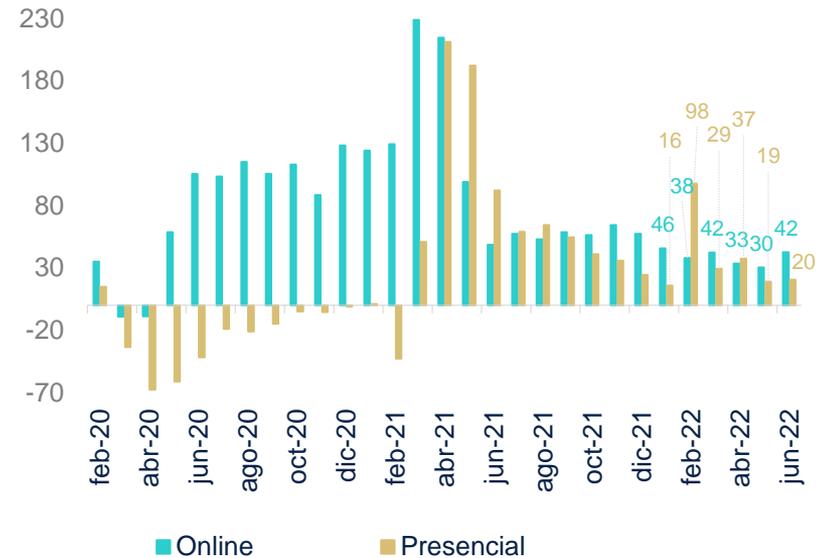
## PARTICIPACIÓN DEL CANAL ONLINE<sup>1</sup>

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



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

(VAR. % INTERANUAL, EN TÉRMINOS REALES)



1: Información diaria al 30 de junio 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](#).

# Perú | Seguimiento al consumo con datos en tiempo real

Información al 30 de junio 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](http://www.bbvarresearch.com).