

Perú | Seguimiento al consumo con datos en tiempo real

Información al 31 de julio de 2022

Mensajes principales

- ❑ En julio 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) se estancó (crecimiento interanual de 0,0% respecto a similar mes del año previo) (ver diapositiva 5).
- ❑ Según este indicador, el consumo privado empezó débil el tercer trimestre del año (julio), luego de haber mantenido en el segundo trimestre un crecimiento interanual similar al del primero. Se espera que el consumo privado encuentre soporte, en los siguientes meses, en la liberación de fondos de ahorros privados (AFPs y CTS) (ver diapositiva 6).
- ❑ Por rubros, en julio (ver diapositivas 8 a 13):
 - ❑ Gastos en bienes relacionados a alimentos dentro del hogar, a salud y a muebles cayeron respecto a similar periodo del año previo.
 - ❑ Gasto en servicios de excursiones y viajes tuvo un crecimiento interanual moderado, en tanto, el gasto en alojamiento decreció.
 - ❑ Gasto en combustible, en moda y belleza, y en restaurantes se desaceleró.
 - ❑ Gasto en servicios vinculados a educación y entretenimiento (especialmente a espectáculos) se aceleró.
 - ❑ Respecto al año previo, creció la importancia del gasto en entretenimiento, turismo y restaurantes, mientras se redujo la del gasto en bienes para el hogar.
 - ❑ En general, en los primeros siete meses de 2022, gastos orientados a restaurantes, entretenimiento, y viajes 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 tuvo una participación de 45% (20% en el año 2019) (ver diapositivas 15 y 16).

Índice

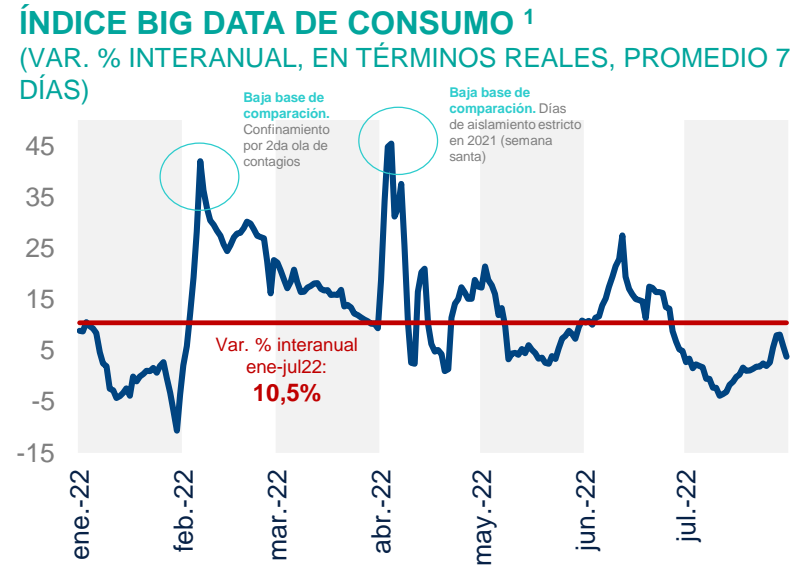
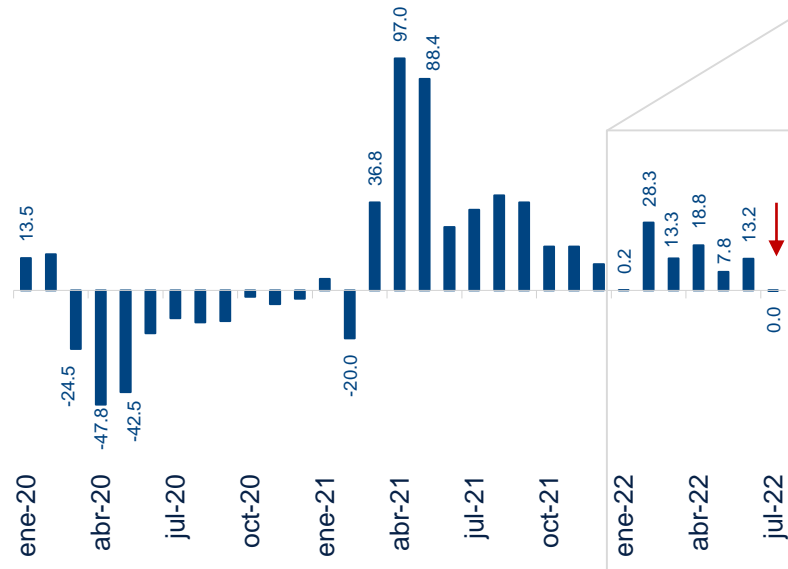
- 01 Índice Big Data de Consumo y consumo privado
- 02 Gasto por rubros
- 03 Composición del gasto con tarjetas

01

Índice Big Data de Consumo y Consumo privado

Índice Big Data de Consumo de BBVA: el gasto de familias (ajustado por inflación) se estancó en julio

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

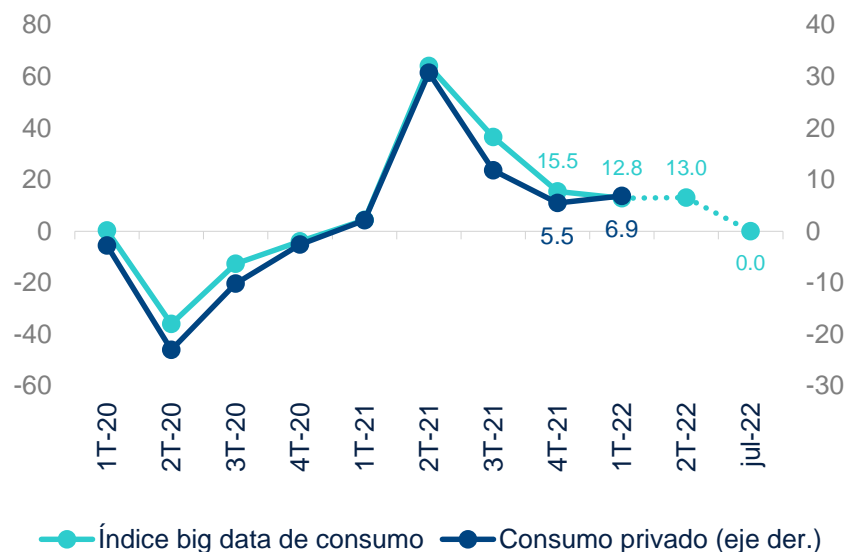


1: Información diaria al 31 de julio de 2022. Se utiliza información de los montos de compras con tarjetas de crédito y débito que realizan las familias y los retiros de dinero a través de cajeros y ventanilla. La corrección por inflación se realiza con el IPC de Lima Metropolitana. Para obtener la información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

El indicador de Consumo de BBVA señala que el consumo privado mantuvo su dinamismo en 2T y anticipa desaceleración al inicio del 3T

CONSUMO PRIVADO E ÍNDICE BIG DATA DE CONSUMO ¹

(VAR. % INTERANUAL, EN TÉRMINOS REALES)



- El indicador de consumo de BBVA Research apunta a que, el gasto de consumo que realizan las familias empezará débil el tercer trimestre del año (julio), luego de haber mantenido en el segundo trimestre un crecimiento interanual similar al del primero.
- En los próximos meses, el consumo contaría 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 31 de julio de 2022.

Fuente: BCRP y BBVA

02

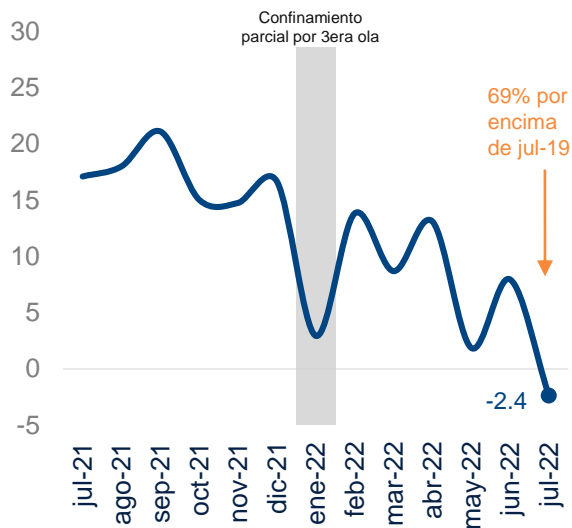
Gasto por rubros

En julio, gastos en bienes relacionados a alimentos dentro del hogar, a salud y a muebles cayeron respecto a similar periodo del año previo

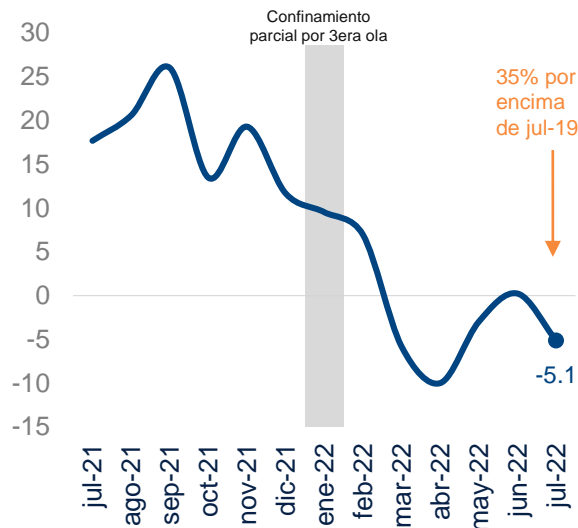
COMPRAS CON TARJETAS ¹

(VAR. % INTERANUAL, EN TÉRMINOS REALES)

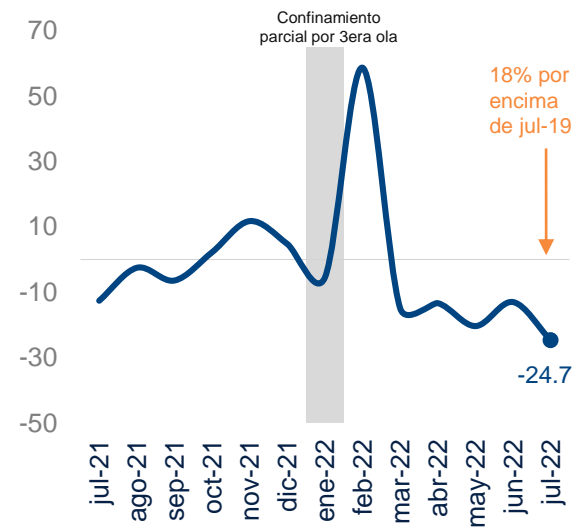
SUPERMERCADOS



SALUD ²



MUEBLES Y DECORACIÓN



1: Información al 31 de julio 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.

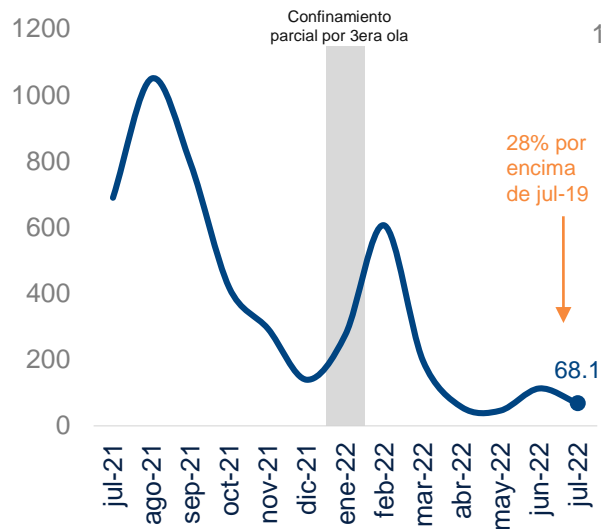
Fuente: BBVA

Gasto en servicios de excursiones y viajes tuvo un crecimiento interanual moderado, en tanto, gasto en alojamiento decreció en julio

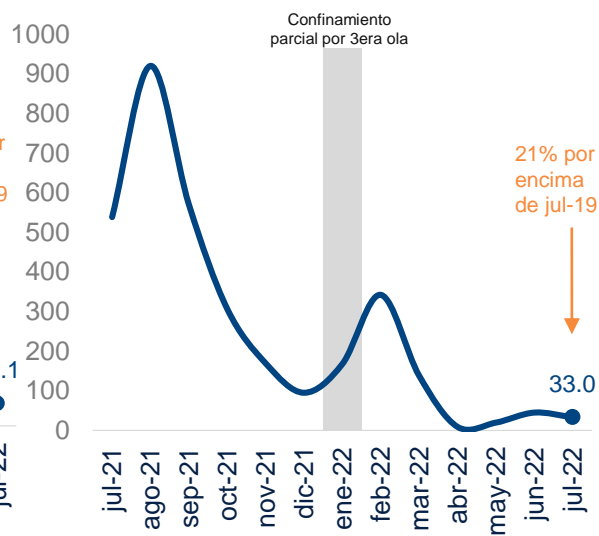
COMPRAS CON TARJETAS ¹

(VAR. % INTERANUAL, EN TÉRMINOS REALES)

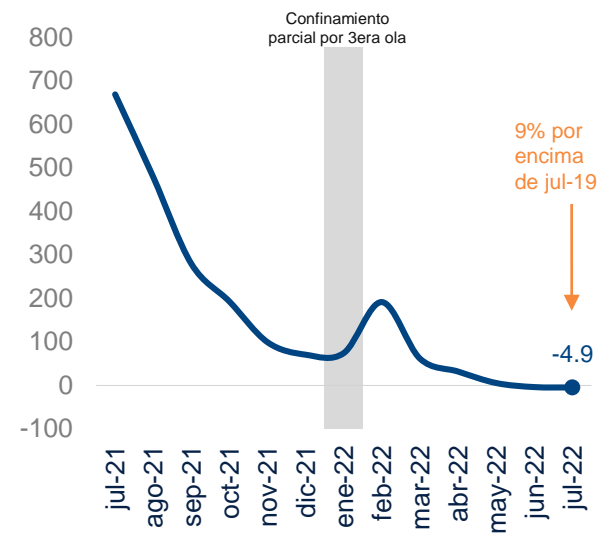
EXCURSIONES (TOURS)



VIAJES (PASAJES)



ALOJAMIENTO



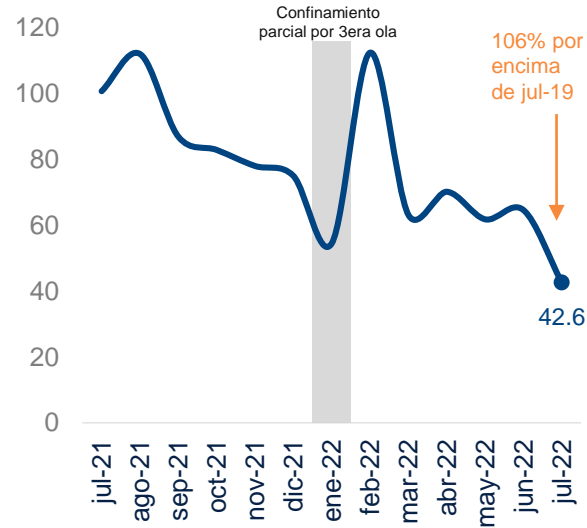
1: Información al 31 de julio de 2022. La corrección por inflación se realiza con el IPC de Lima Metropolitana. Para obtener la información con frecuencia diaria, revisar [aquí](#).

Gasto en combustible, en moda y belleza, y en restaurantes se desaceleró en julio

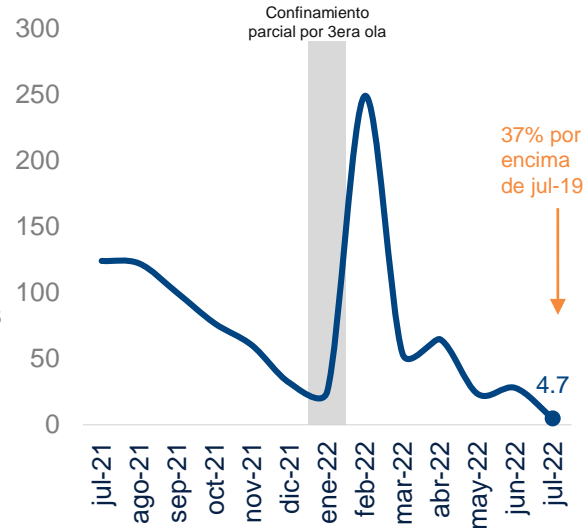
COMPRAS CON TARJETAS ¹

(VAR. % INTERANUAL, EN TÉRMINOS REALES)

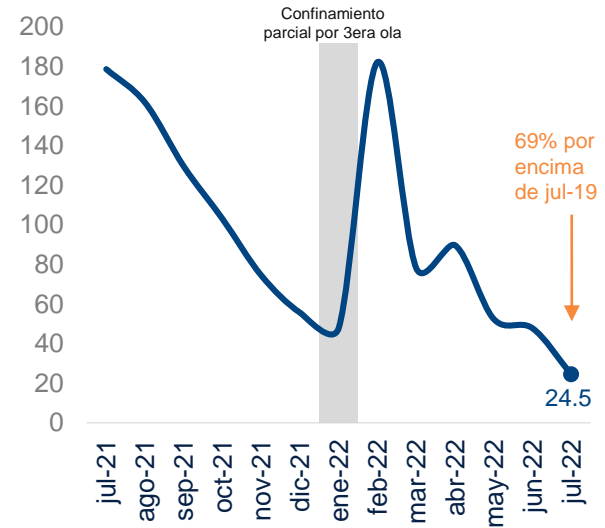
COMBUSTIBLE



MODA Y BELLEZA ²



RESTAURANTES



1: Información al 31 de julio 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.

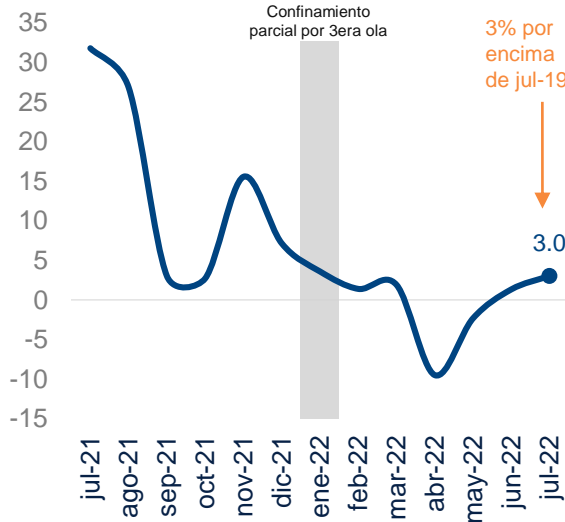
Fuente: BBVA

Gastos en servicios vinculados a educación y entretenimiento (especialmente a espectáculos) se aceleraron en julio

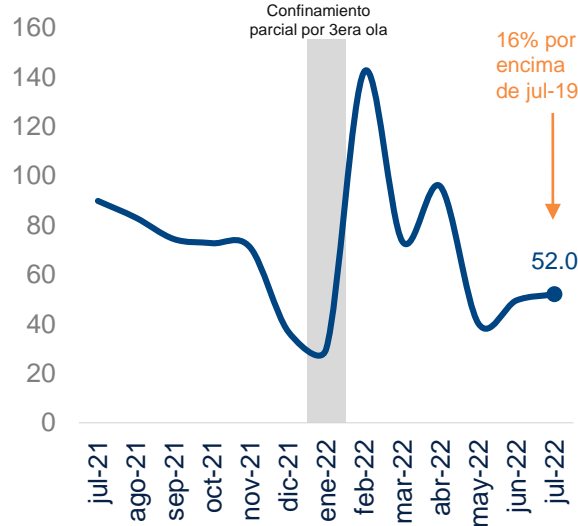
COMPRAS CON TARJETAS ¹

(VAR. % INTERANUAL, EN TÉRMINOS REALES)

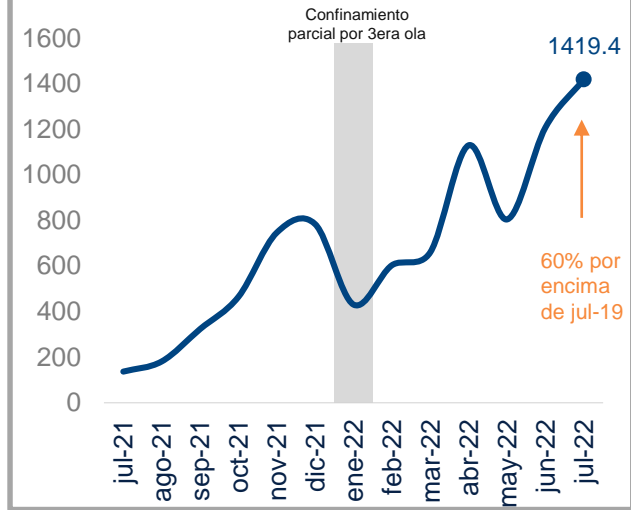
EDUCACIÓN ²



ENTRETENIMIENTO ³



CINE TEATROS Y ESPECTÁCULOS



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

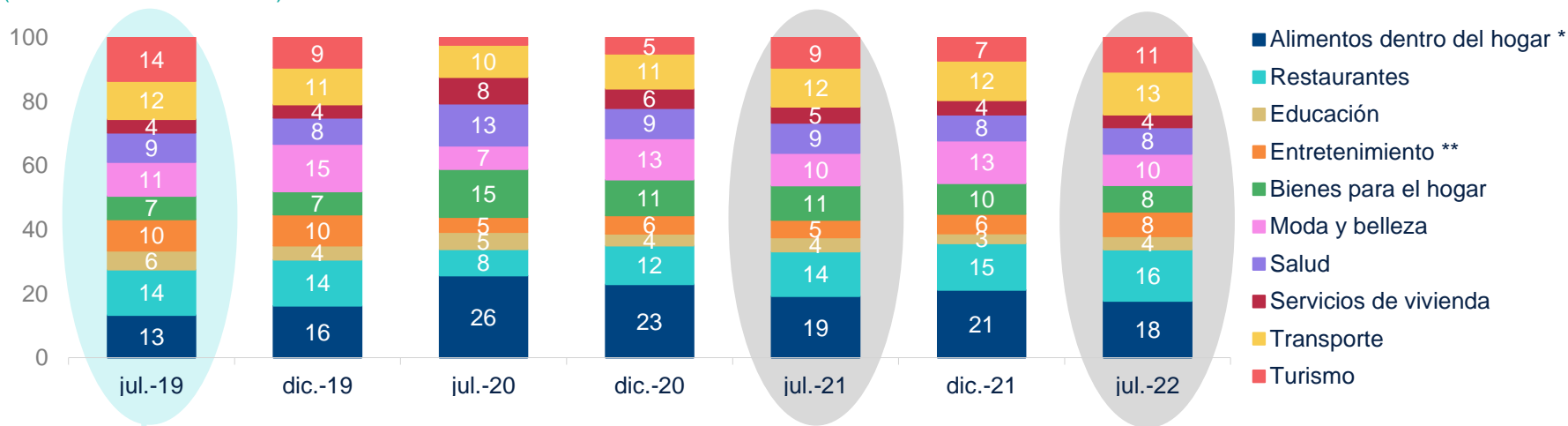
2: Incluye gasto en nido y jardín, colegios, universidad e institutos, y otros.

3: Incluye 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

En julio, respecto al año previo, creció la importancia del gasto en entretenimiento, turismo y restaurantes, mientras se redujo en bienes para el hogar

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



Respecto a la situación pre pandemia (julio 2019), la estructura de gasto actual le da mayor peso a alimentos (dentro y fuera del hogar) y menor importancia a turismo

¹: Información al 31 de julio 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.

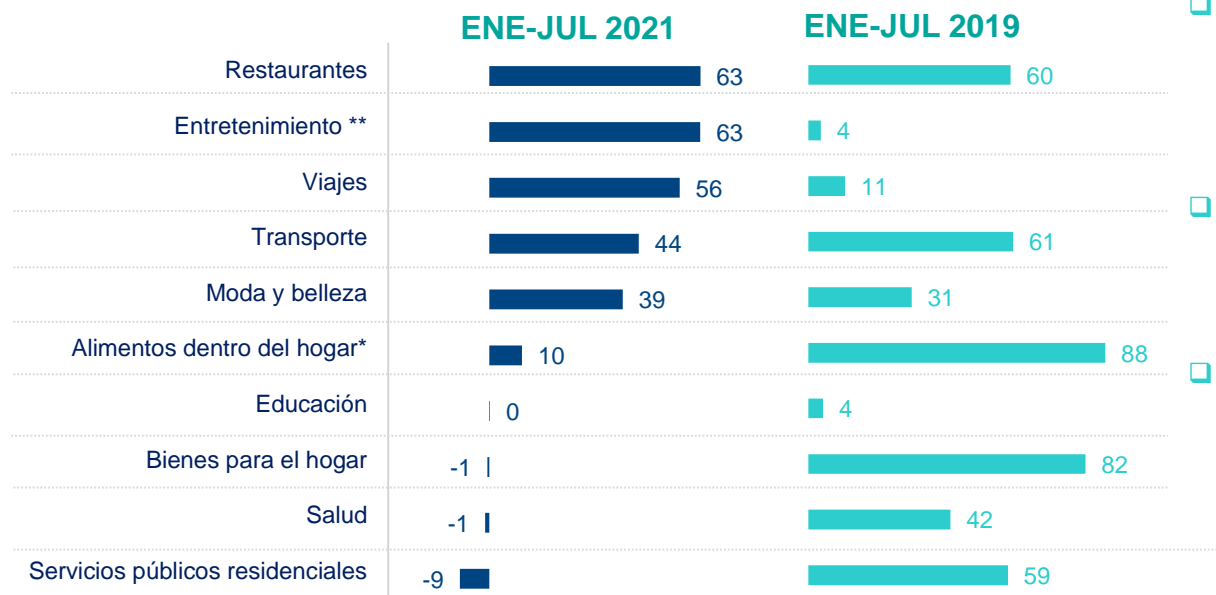
** Incluye gasto en bares y discotecas, casinos y loterías, cine, teatro y espectáculos, clubs, deporte y gimnasio, museos, suscripciones de entretenimiento y parques de diversión

Fuente: BBVA

En general, en los primeros siete meses de 2022, gastos orientados a restaurantes, entretenimiento, y viajes fueron los más dinámicos

COMPRAS CON TARJETAS EN EL PRIMER SEMESTRE DE 2022¹

(VAR. % RESPECTO A SIMILAR PERIODO, EN TÉRMINOS REALES)



- Resalta el crecimiento del **gasto en restaurantes** que continúa con un buen dinamismo interanual, a pesar de ubicarse muy por encima de niveles pre pandemia.
- Gasto en entretenimiento y viajes** tienen tasas de crecimiento interanuales altas, y aún tienen espacio para seguir creciendo respecto a la situación pre pandemia.
- Gasto en **alimentos dentro del hogar y en bienes para el hogar** tienen una variación interanual moderada, pero se ubican muy por encima de la situación pre pandemia.

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

03

Composición del gasto con tarjetas

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

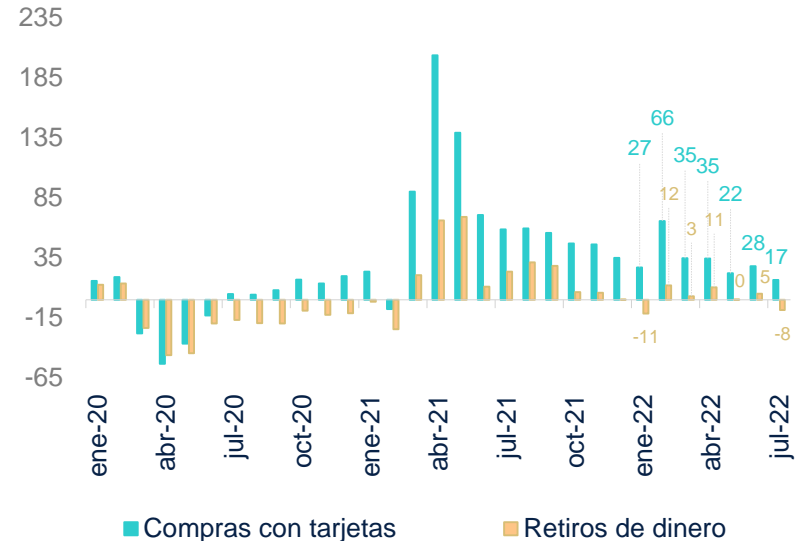
COMPRAS HECHAS CON TARJETAS COMO PORCENTAJE DEL GASTO TOTAL¹

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



ÍNDICE BIG DATA DE CONSUMO POR COMPONENTES¹

(VAR. % INTERANUAL, EN TÉRMINOS REALES)

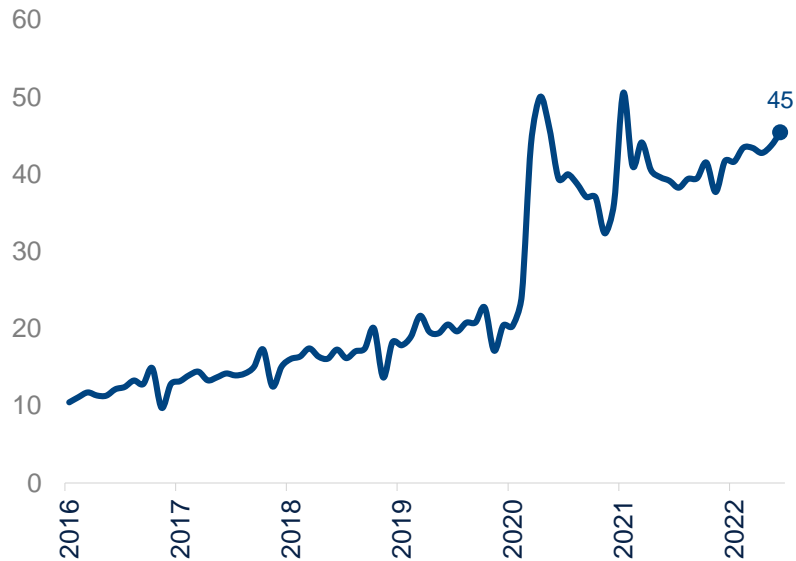


1: Información diaria al 31 de julio de 2022. Se utiliza información de los montos de compras con tarjetas de crédito y débito que realizan las familias y los retiros de dinero a través de cajeros y ventanilla. La corrección por inflación se realiza con el IPC de Lima Metropolitana. Para obtener la información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

... al interior de las compras con tarjetas, el canal on line tuvo una participación de 45% (20% en el año 2019)

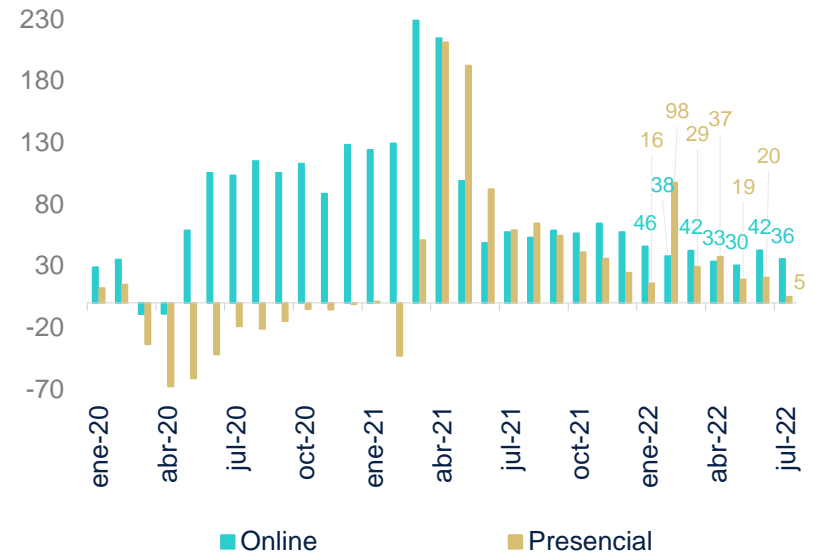
PARTICIPACIÓN DEL CANAL ONLINE¹

(% 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 julio 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 31 de julio 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.