

Perú | Seguimiento al consumo con datos en tiempo real

Información al 30 de noviembre de 2022

Mensajes principales

- ❑ El Índice Big Data de Consumo para Perú de BBVA Research (elaborado sobre la base del gasto, corregido por inflación, con tarjetas y retiros de efectivo) se aceleró en noviembre a 8,7% (7,6%: octubre) (ver diapositiva 5).
- ❑ En noviembre, destacó el crecimiento de las compras con tarjetas (19% interanual), con lo que mantuvo su participación en alrededor de 41%. Al interior de las compras con tarjetas, el canal *on line* mostró nuevamente un alto crecimiento (35% interanual) y elevó su participación (47% frente a 45% en octubre; 20% como promedio de 2019) (ver diapositiva 6 y 7)
- ❑ En lo que va del cuarto trimestre (octubre y noviembre), el Índice Big Data de Consumo para Perú de BBVA Research mostró una recuperación respecto del trimestre anterior (ver diapositiva 8).
- ❑ En noviembre de este año, el gasto (ajustado por inflación) por rubros mostró lo siguiente (ver diapositivas 10 a 14):
 - ❑ Gastos relacionados a alimentos, salud y entretenimiento aumentaron su ritmo de expansión interanual.
 - ❑ Gastos en transporte, restaurantes y moda y belleza se desaceleraron.
 - ❑ Gastos en excursiones y viajes perdieron dinamismo, en tanto que en alojamiento se acentuó su contracción.
 - ❑ Considerando la participación en el gasto total, respecto al año previo, creció la importancia del gasto en entretenimiento y restaurantes, mientras se redujo en bienes y servicios para el hogar y en salud.
 - ❑ Los gastos acumulados a noviembre de 2022 en entretenimiento, restaurantes y viajes fueron los más dinámicos.

Índice

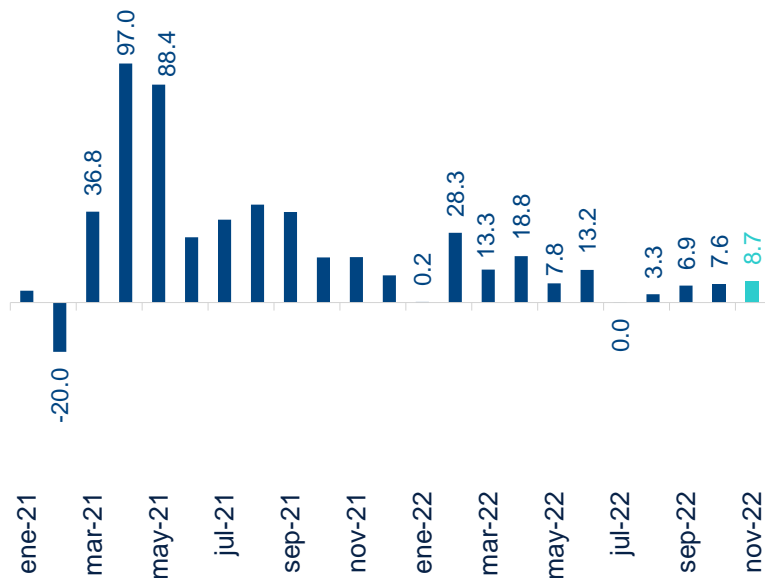
- 01 Índice Big Data de Consumo y Consumo privado
- 02 Gasto por rubros

01

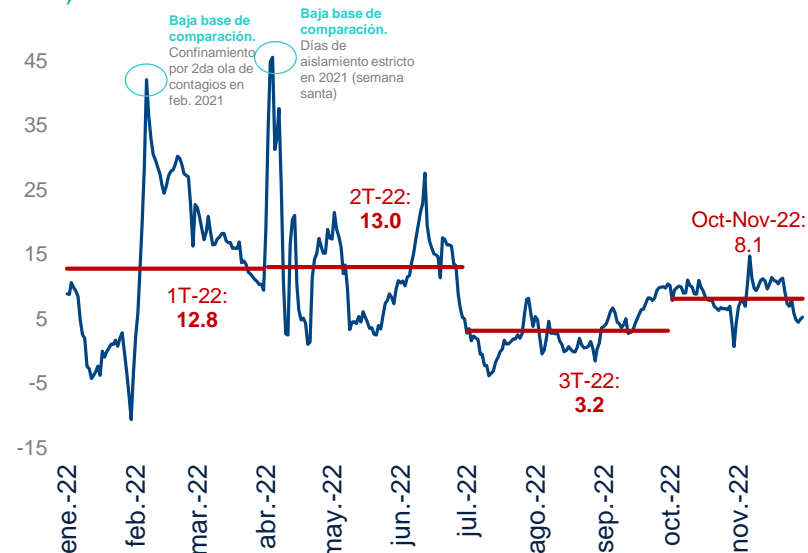
Índice Big Data de Consumo y Consumo privado

Índice Big Data de Consumo BBVA: gasto de familias se aceleró en noviembre a 8,7% (7,6%: octubre)

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



ÍNDICE BIG DATA DE CONSUMO ¹ (VAR. % INTERANUAL, EN TÉRMINOS REALES, PROMEDIO 7 DÍAS)

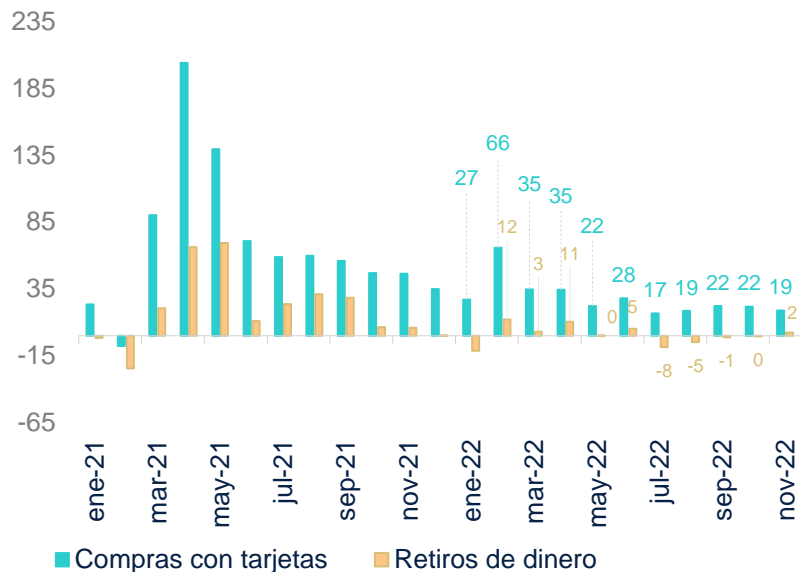


1: Información diaria al 30 de noviembre de 2022. Se utiliza información de los montos de compras con tarjetas de crédito y débito que realizan las familias y los retiros de dinero a través de cajeros y ventanilla. La corrección por inflación se realiza con el IPC de Lima Metropolitana. Para obtener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

Fuente: BBVA

En noviembre, destacó el crecimiento de las compras con tarjetas (19%), con lo que mantuvo su participación en alrededor de 41%

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



COMPRAS HECHAS CON TARJETAS COMO PORCENTAJE DEL GASTO TOTAL ¹

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

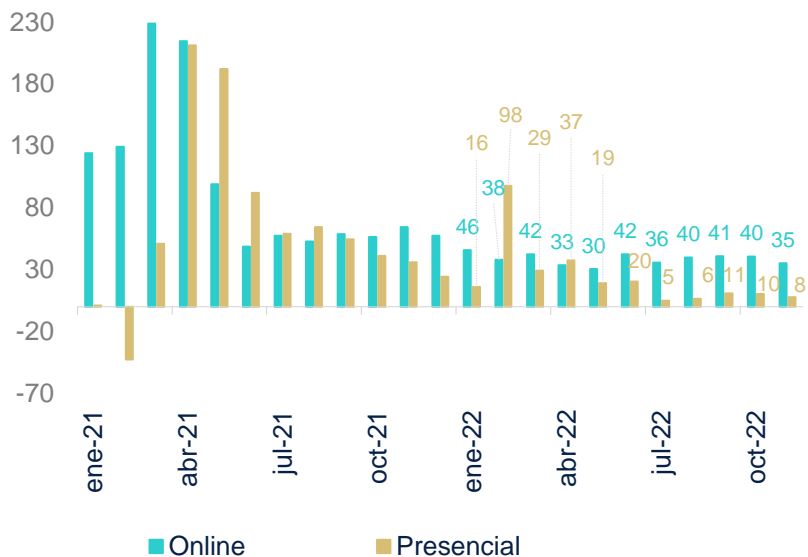


¹: Información diaria al 30 de noviembre de 2022. Se utiliza información de los montos de compras con tarjetas de crédito y débito que realizan las familias y los retiros de dinero a través de cajeros y ventanilla. La corrección por inflación se realiza con el IPC de Lima Metropolitana. Para obtener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

Al interior de las compras con tarjetas, el canal *on line* mostró un alto crecimiento (35%) y aumentó su participación a 47%

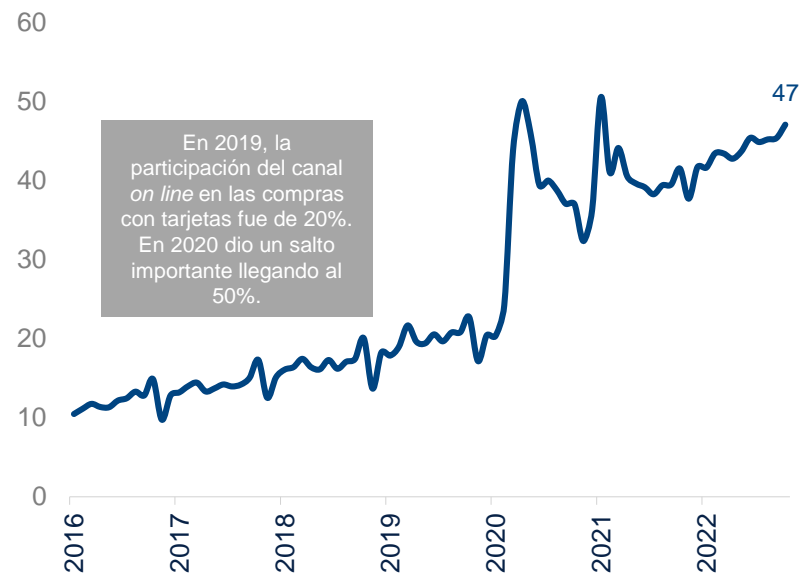
COMPRAS CON TARJETAS POR CANAL ¹

(VAR. % INTERANUAL, EN TÉRMINOS REALES)



PARTICIPACIÓN DEL CANAL ONLINE¹

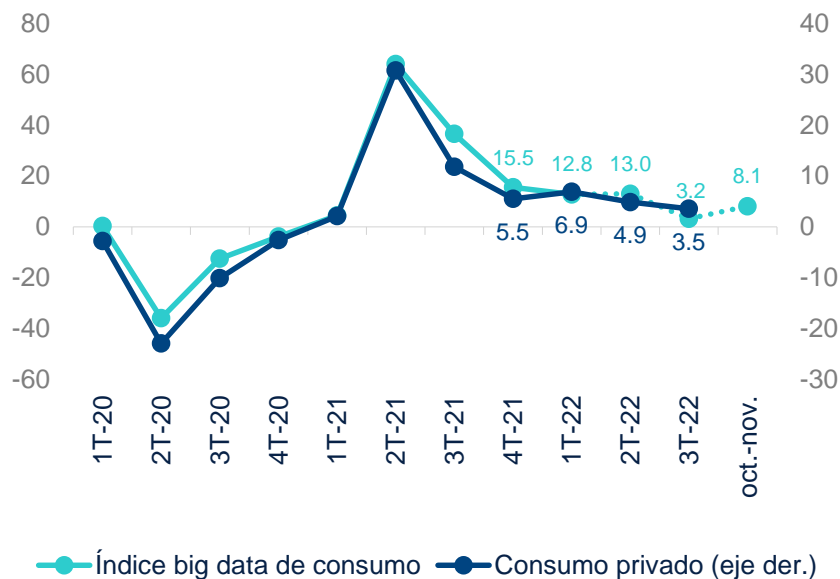
(% DE LAS COMPRAS HECHAS CON TARJETAS QUE INCLUYE COMPRAS PRESENCIALES)



1: Información diaria al 30 de noviembre 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 lo que va del cuarto trimestre, el Índice Big Data de Consumo BBVA para Perú mostró una recuperación respecto del trimestre anterior

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 que realizan las familias mejoró en el cuarto trimestre (octubre y noviembre).
- Los retiros adicionales CTS darán algún soporte al consumo.
- Pero de otro lado, la elevada inflación seguirá afectando la capacidad de compra de las familias. Así mismo, las mayores tasas de interés darán un castigo adicional al consumo.

1: El indicador BBVA de Consumo agrupa la información de compras con tarjetas y los retiros de efectivo. Información al 30 de noviembre de 2022.
Fuente: BCRP y BBVA

02

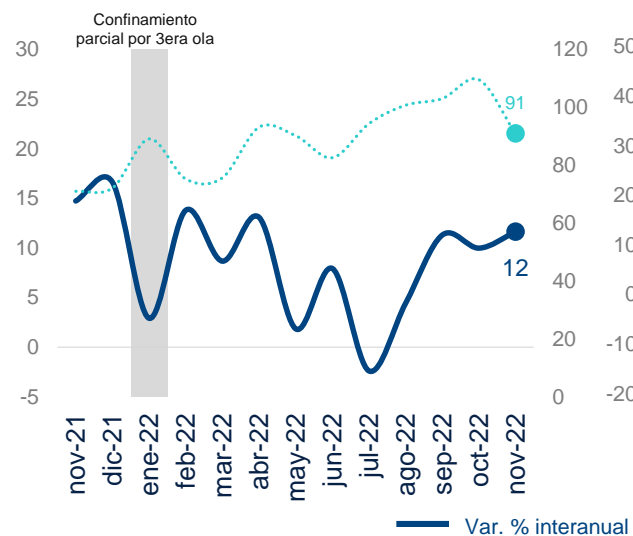
Gasto por rubros: noviembre 2022

En noviembre, gastos relacionados a alimentos, salud y entretenimiento aumentaron su ritmo de expansión interanual

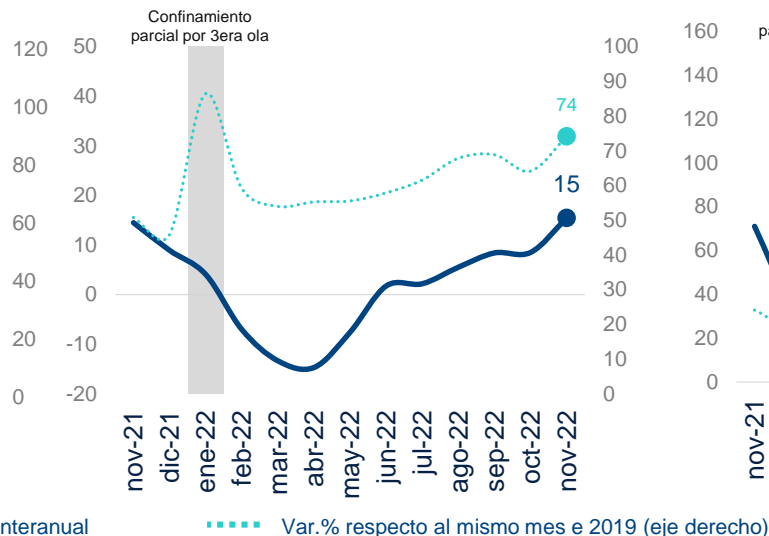
COMPRAS CON TARJETAS ¹

(VAR. %, EN TÉRMINOS REALES)

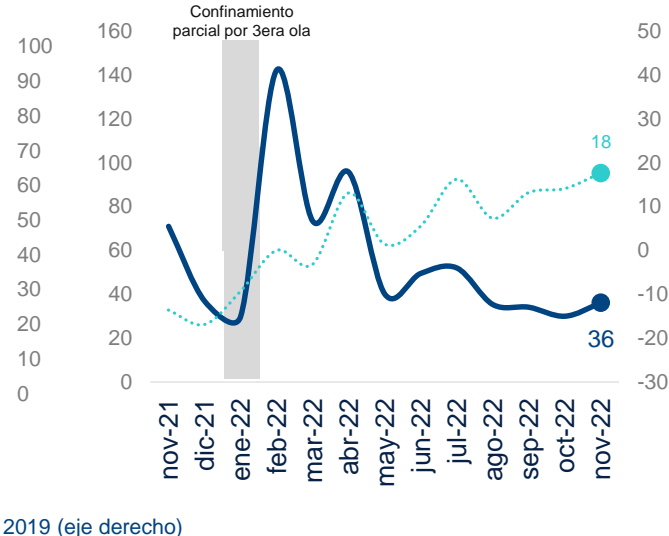
SUPERMERCADOS



FARMACIAS Y BOTICAS



ENTRETENIMIENTO ³



1: Información al 30 de noviembre de 2022. La corrección por inflación se realiza con el IPC de Lima Metropolitana. Para obtener la información con frecuencia diaria, revisar [aquí](#).

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

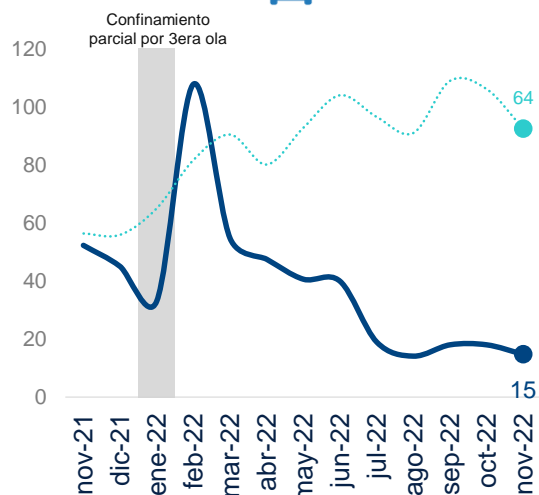
Fuente: BBVA

En noviembre, gastos en transporte, restaurantes y moda y belleza se desaceleraron

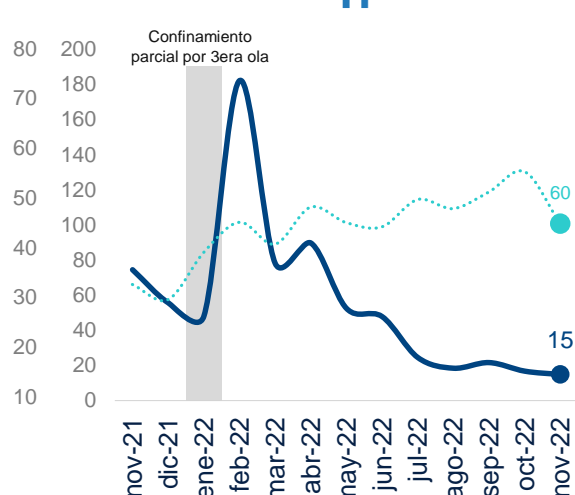
COMPRAS CON TARJETAS ¹

(VAR. %, EN TÉRMINOS REALES)

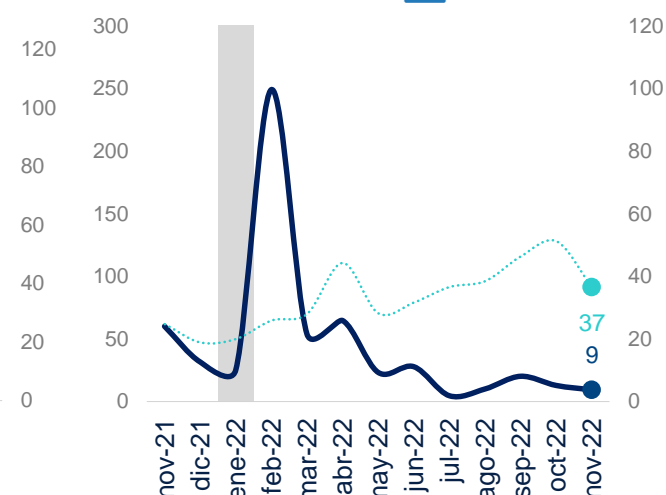
TRANSPORTE ²



RESTAURANTES ³



MODA Y BELLEZA ³



— Var. % interanual

..... Var. % respecto al mismo mes e 2019 (eje derecho)

1: Información al 30 de noviembre 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 compra de combustible, gasto en transporte público y taxis, mantenimiento de autos, y otros.

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

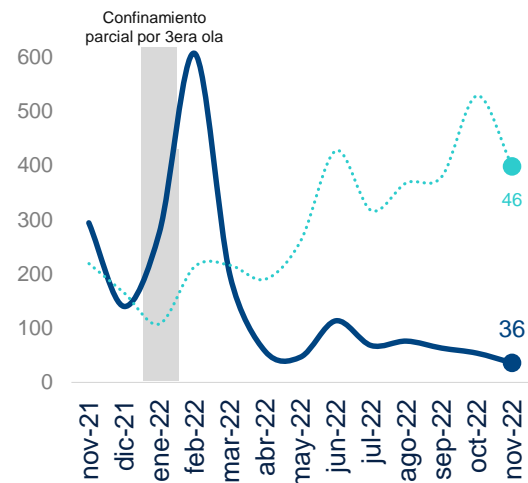
Fuente: BBVA

Gastos en excursiones y viajes perdieron dinamismo, en tanto que en alojamiento se acentuó la contracción

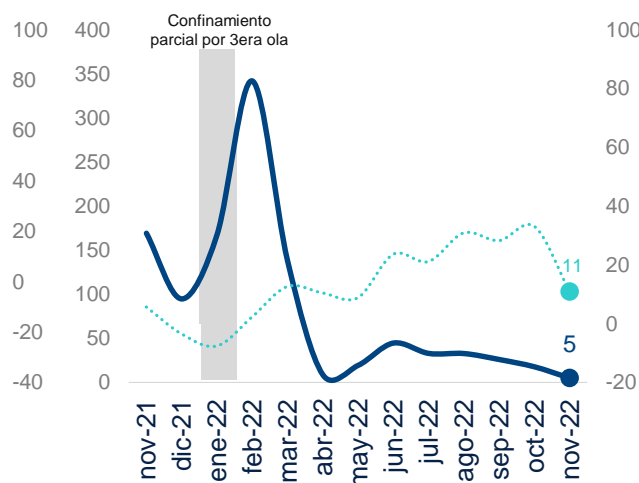
COMPRAS CON TARJETAS ¹

(VAR. %, EN TÉRMINOS REALES)

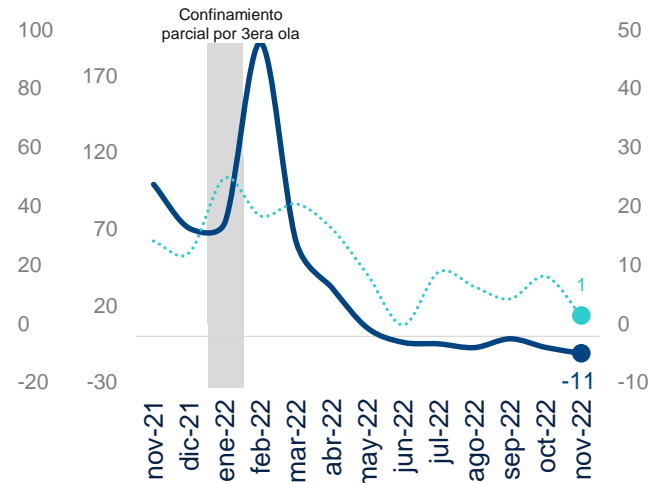
EXCURSIONES (TOURS)



VIAJES (PASAJES)



ALOJAMIENTO



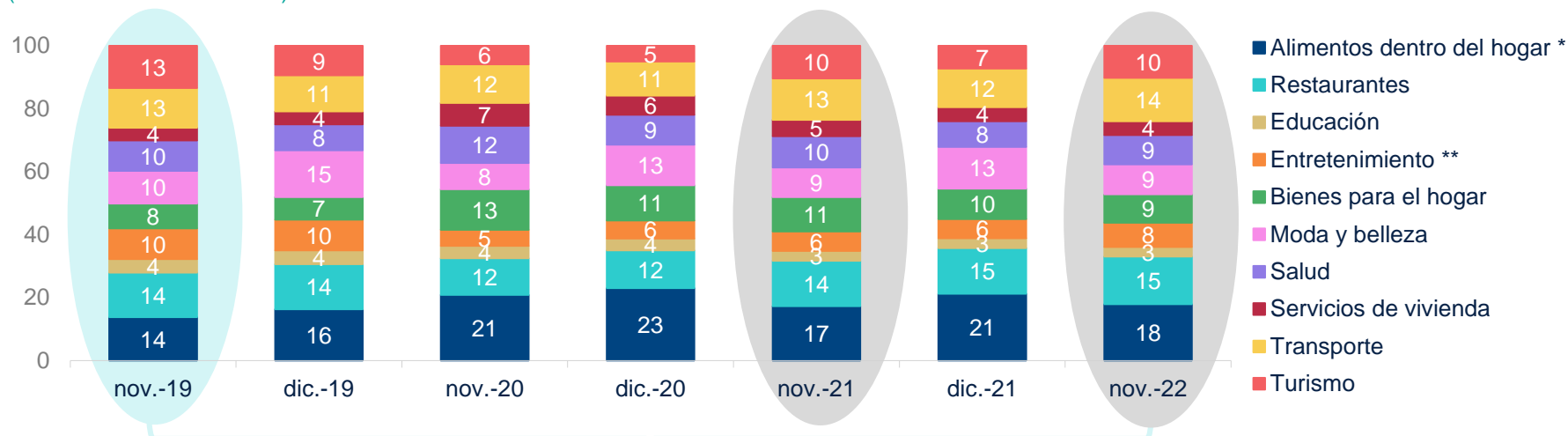
— Var. % interanual

..... Var. % respecto al mismo mes e 2019 (eje derecho)

1: Información al 30 de noviembre de 2022. La corrección por inflación se realiza con el IPC de Lima Metropolitana. Para obtener la información con frecuencia diaria, revisar [aquí](#).

Respecto de la participación, considerando el año previo, creció la importancia del gasto en entretenimiento y restaurantes, mientras se redujo en bienes y servicios para el hogar y en salud

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



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

¹ Información al 30 de noviembre 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.

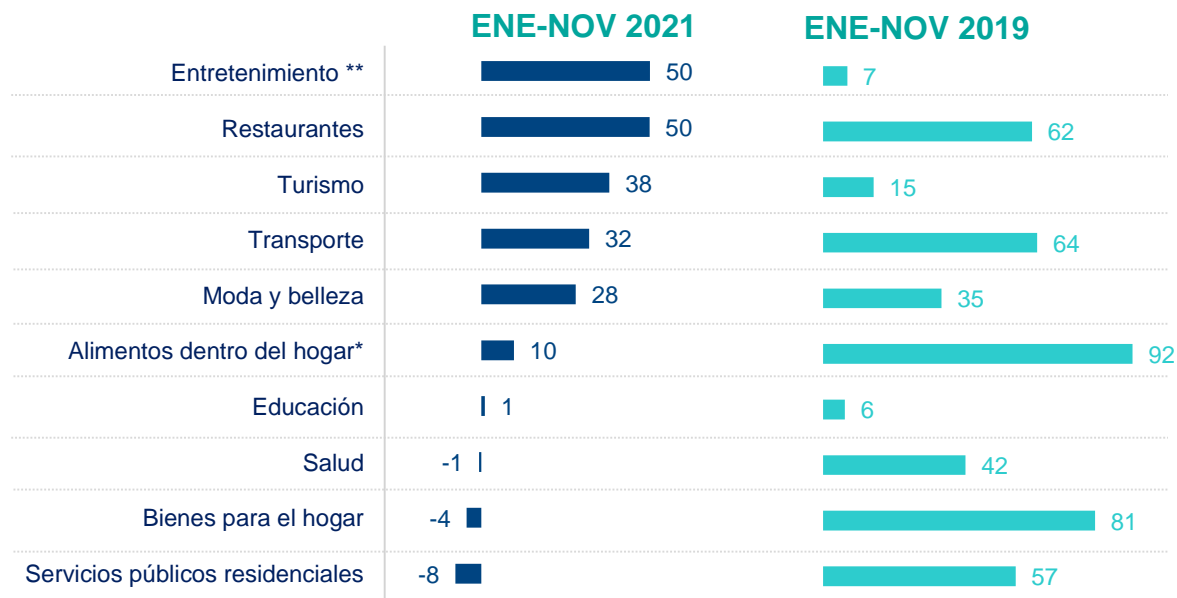
** Incluye gasto en bares y discotecas, casinos y loterías, cine, teatro y espectáculos, clubs, deporte y gimnasio, museos, suscripciones de entretenimiento y parques de diversión

Fuente: BBVA

Los gastos acumulados a noviembre 2022 en entretenimiento, restaurantes y turismo fueron los más dinámicos

COMPRAS CON TARJETAS: ENE-NOV 2022¹

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



- Gasto en entretenimiento y turismo tienen tasas de crecimiento interanuales altas, y aún cuentan con espacio para seguir creciendo respecto a la situación pre pandemia.
- 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 **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 30 de noviembre 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

Perú | Seguimiento al consumo con datos en tiempo real

Información al 30 de noviembre 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.