

# Perú | Seguimiento al consumo con datos en tiempo real

Información al 31 de enero de 2023

# Mensajes principales

- ❑ El **Índice Big Data de Consumo para Perú de BBVA Research** (elaborado sobre la base del gasto con tarjetas y retiros de efectivo, corregido por inflación) **se desaceleró en enero a 3,0%** (3,8%: diciembre). El gasto perdió fuerza desde la segunda semana de enero, lo que coincide con la renovada intensificación de los disturbios en el país (ver diapositiva 5).
- ❑ En enero **destacó el crecimiento de las compras con tarjetas (17% interanual)**, con lo que alcanzó una participación de 43% (57% son los retiros de efectivo). **Al interior de las compras con tarjetas, el canal *online* mostró nuevamente un alto crecimiento (29% interanual)** (ver diapositiva 6 y 7).
- ❑ En enero de este año, el **gasto (ajustado por inflación) por rubros mostró lo siguiente** (ver diapositivas 9 a 12):
  - ❑ El gasto en Salud tuvo un retroceso interanual (en enero de 2022, Perú atravesaba la tercera ola de contagios Covid-19), mientras los relacionados a Alimentos y Transporte disminuyeron su ritmo de expansión.
  - ❑ Gastos en Entretenimiento, en Moda y Belleza, y en Tiendas por Departamento se aceleraron en enero.
  - ❑ Gastos en Excursiones y Viajes registraron un mayor dinamismo, en tanto que en Alojamiento se mantienen en terreno negativo.
  - ❑ Considerando la participación en el gasto total y tomando como referencia el año previo, se redujo la importancia del gasto en Salud y Bienes para el hogar, en tanto creció en Entretenimiento, Restaurantes y Turismo. Con respecto a la situación prepandemia, la participación del gasto en Turismo todavía no se recupera.
- ❑ A inicios del primer trimestre de 2023 (enero), **el Índice Big Data de Consumo para Perú de BBVA Research mostró una desaceleración con respecto al trimestre anterior** (ver diapositiva 14).

# Índice

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

01

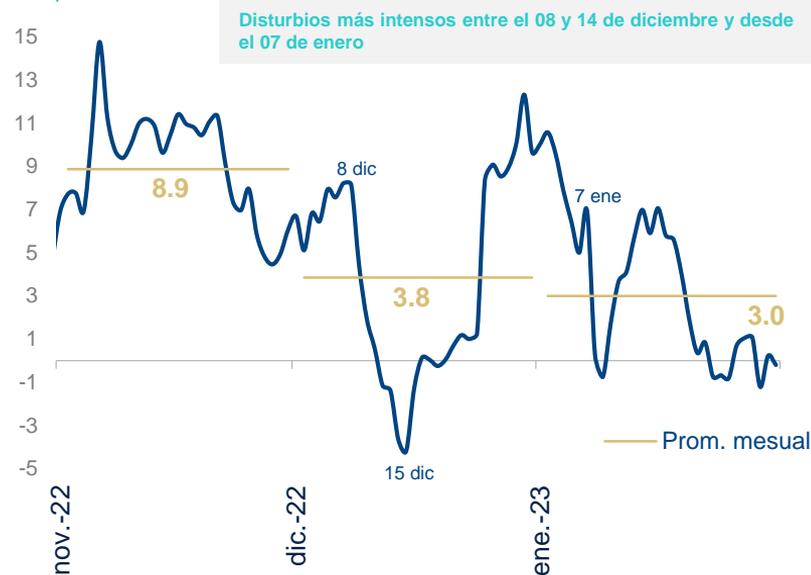
# Índice Big Data de Consumo agregado

# Gasto de familias se desaceleró en enero a 3,0% (3,8% en diciembre)

## 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 31 de enero de 2023. 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

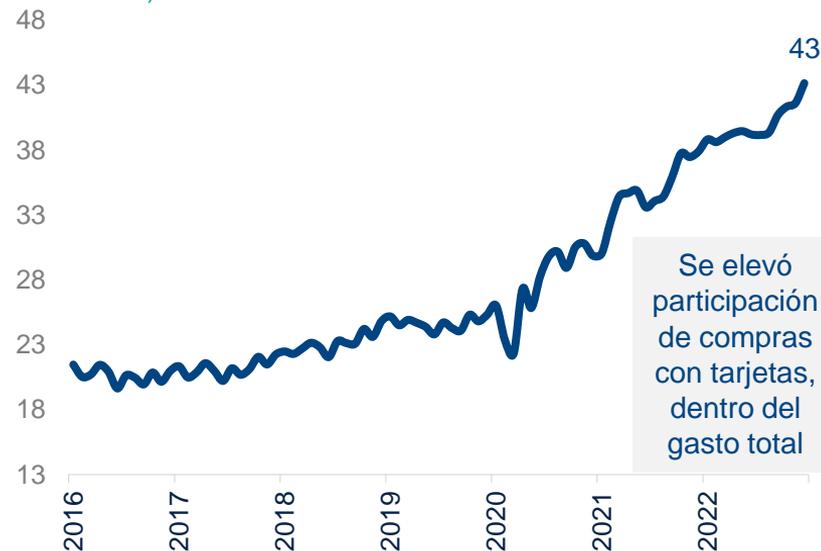
# En enero destacó el crecimiento de las compras con tarjetas (17%), con lo que alcanzó una participación de 43%

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



## COMPRAS REALIZADAS CON TARJETAS COMO PORCENTAJE DEL GASTO TOTAL <sup>1</sup>

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



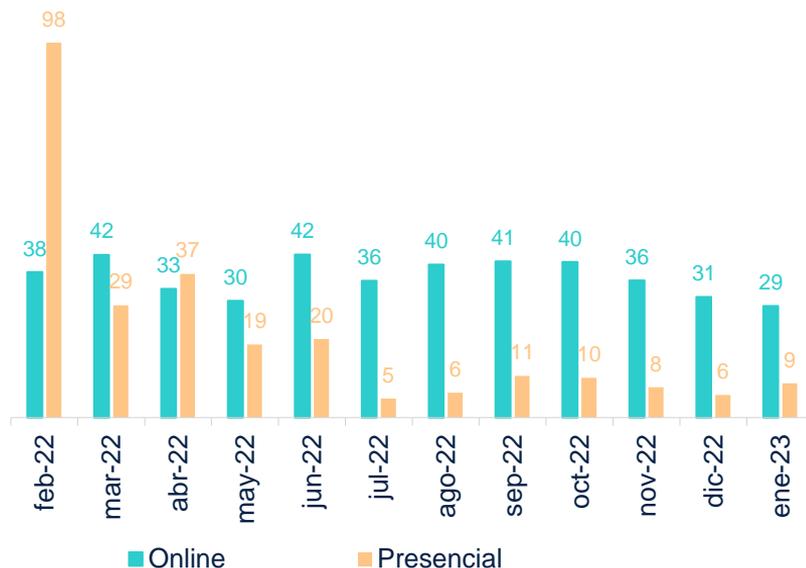
1: Información diaria al 31 de enero de 2023. Se utiliza información de los montos de compras con tarjetas de crédito y débito que realizan las familias y los retiros de dinero a través de cajeros y ventanilla. La corrección por inflación se realiza con el IPC de Lima Metropolitana. Para obtener la información con frecuencia diaria, revisar [aquí](#).

Fuente: BBVA

# Al interior de las compras con tarjetas, en enero el canal *online* mostró un alto crecimiento (29%) y tuvo una participación de 46%

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

(VAR. % INTERANUAL, EN TÉRMINOS REALES)



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

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



1: Información diaria al 31 de enero de 2023. 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

# Índice Big Data de Consumo por rubros: enero 2023

# En enero cayó el gasto en Salud, mientras los relacionados a Alimentos y Transporte disminuyeron su ritmo de expansión interanual

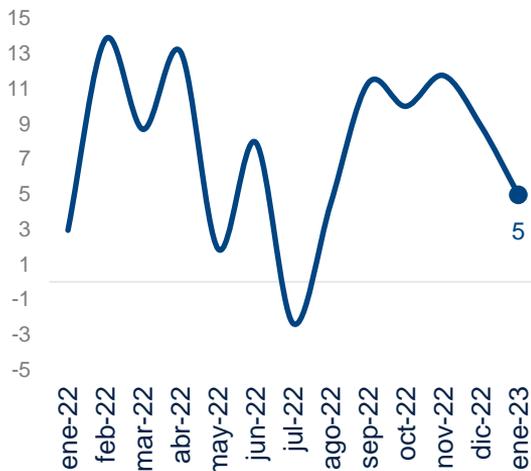
## COMPRAS CON TARJETAS <sup>1</sup>

(VAR. %, EN TÉRMINOS REALES)

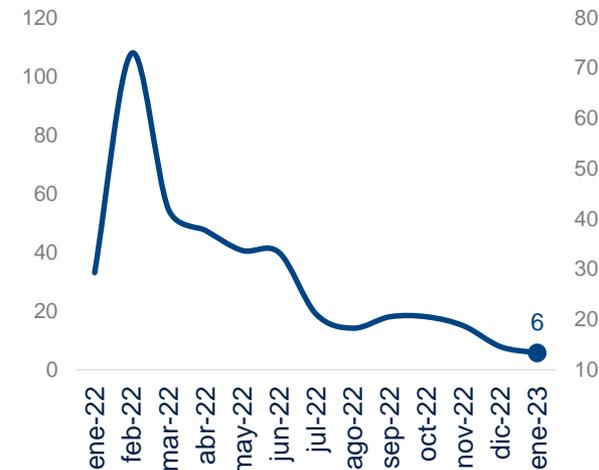
### SALUD <sup>2</sup>



### SUPERMERCADOS



### TRANSPORTE <sup>3</sup>



1: Información al 31 de diciembre 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 Farmacias y Boticas, en Clínicas y Hospitales, y otros

3: Incluye compra de combustible, gasto en transporte público y taxis, mantenimiento de autos, y otros.

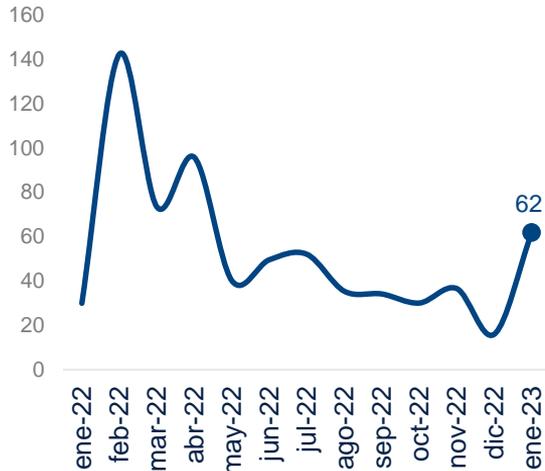
Fuente: BBVA

# Gastos en Entretenimiento, en Moda y Belleza, y en Tiendas por Departamento se aceleraron en enero

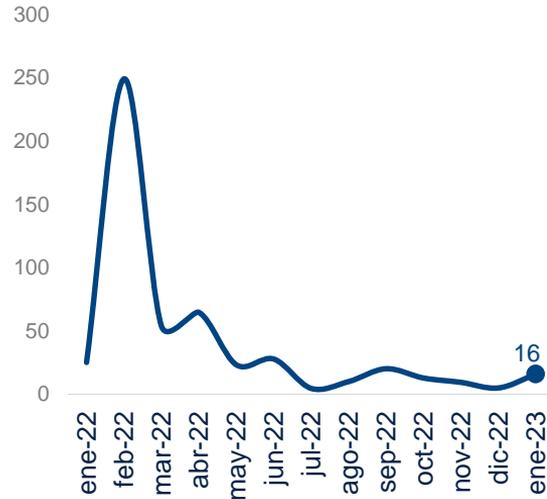
## COMPRAS CON TARJETAS <sup>1</sup>

(VAR. %, EN TÉRMINOS REALES)

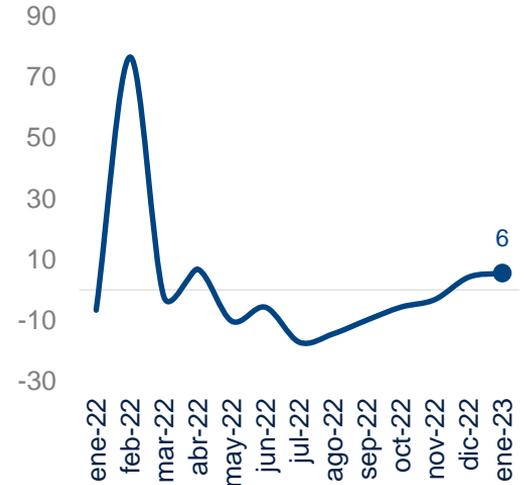
### ENTRETENIMIENTO <sup>2</sup>



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



### TIENDAS POR DEPARTAMENTO



1: Información al 31 de enero de 2023. 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 moda, joyería y accesorios, productos de belleza, y salones de belleza y spa.

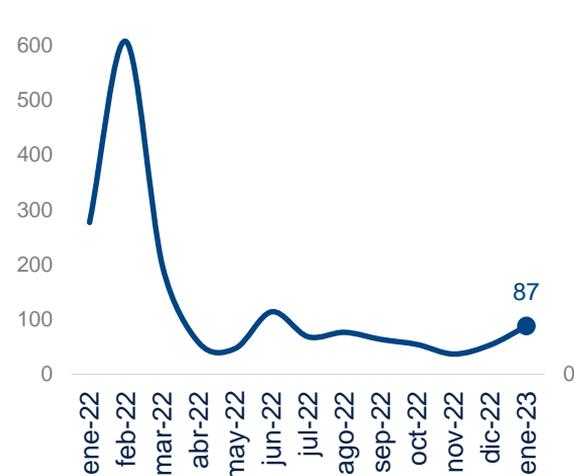
Fuente: BBVA

# Gastos en Excursiones y Viajes registraron un mayor dinamismo, en tanto que en Alojamiento se mantienen en terreno negativo

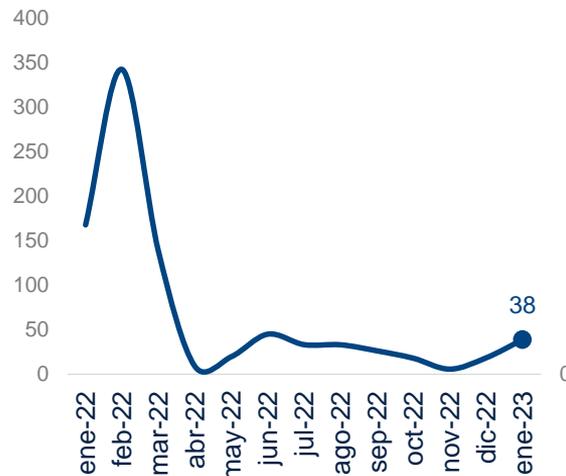
## COMPRAS CON TARJETAS <sup>1</sup>

(VAR. %, INTERANUAL EN TÉRMINOS REALES)

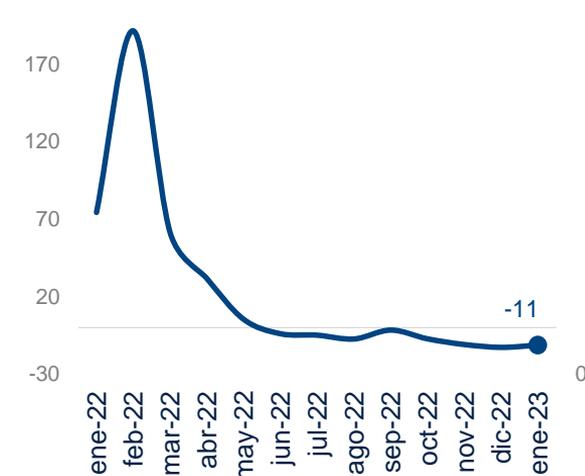
### EXCURSIONES (TOURS)



### VIAJES (PASAJES)



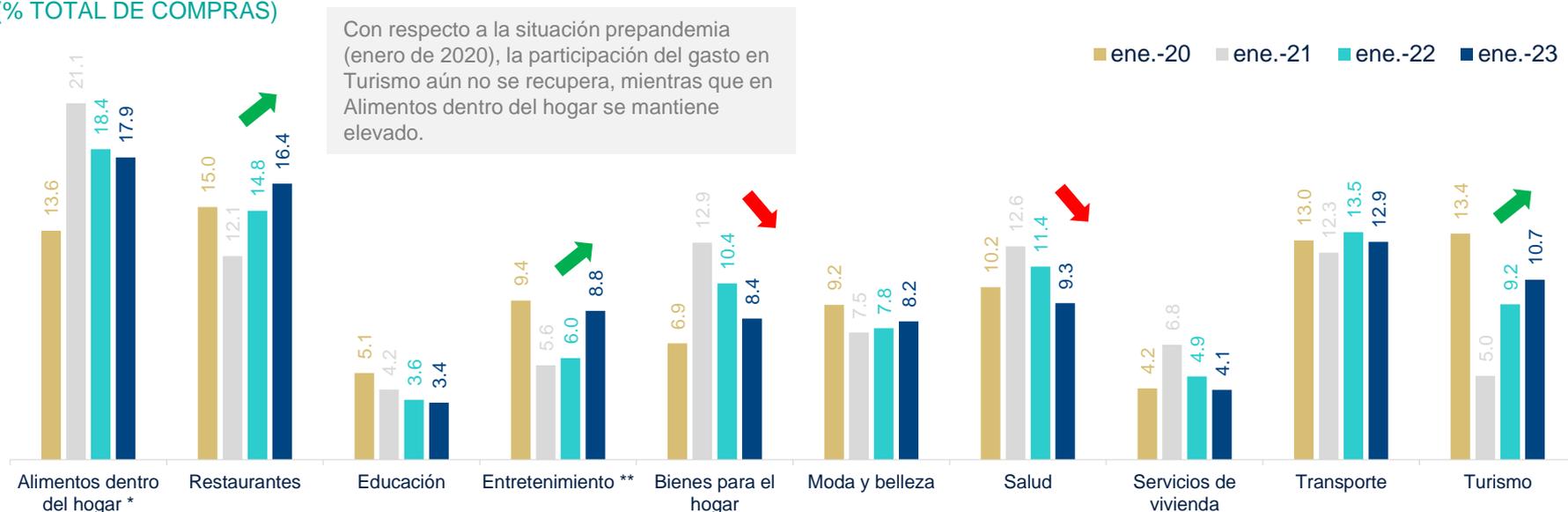
### ALOJAMIENTO



1: Información al 31 de enero de 2023. La corrección por inflación se realiza con el IPC de Lima Metropolitana. Para obtener la información con frecuencia diaria, revisar [aquí](#).

# Con respecto al año previo, se redujo la importancia del gasto en Salud y Bienes para el hogar, pero creció en Entretenimiento, Restaurantes y Turismo

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



1: Información al 31 de enero de 2023. 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

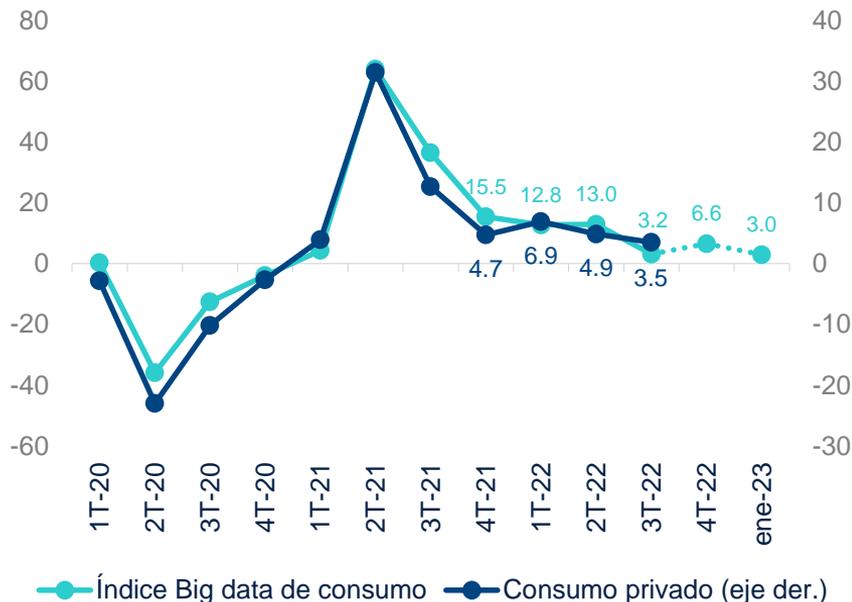
Fuente: BBVA

03

# Índice Big Data de Consumo y Consumo Privado

# El Índice Big Data de Consumo BBVA para Perú mostró una desaceleración a inicios del primer trimestre de 2023

## 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 el gasto que realizan las familias perdió dinamismo a inicios del cuarto trimestre de 2023 (enero).
- Si la incertidumbre política y los disturbios en el país se prolongan, es probable que el consumo familiar se vea más golpeado (a través de una menor generación de ingresos de las familias, por ejemplo).
- A ello se suma el impacto negativo sobre el consumo de la elevada inflación y las altas tasas de interés.

# Perú | Seguimiento al consumo con datos en tiempo real

Información al 31 de enero de 2023

# 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).