

Perú | Seguimiento al consumo con datos en tiempo real

Información al 31 de marzo de 2023

Mensajes principales

- ❑ En marzo, 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 por cuarto mes consecutivo. En particular, en el tercer mes del año, el índice registró una contracción (de 2,8%), la primera desde febrero 2021. Así, en conjunto, esta información evidencia que el gasto de la familias se debilita (ver diapositiva 5). En general, la mayoría de rubros de consumo se estancó o se desaceleró.
- ❑ El gasto por rubros (ajustado por inflación, var% interanual) de marzo (ver diapositivas 8 a 11):
 - ❑ Gastos en Alimentos (dentro y fuera del hogar) y en Educación disminuyeron su ritmo de expansión interanual
 - ❑ Gastos en Tiendas por Departamento, Salones de Belleza y los relacionados a Transporte continuaron en contracción en marzo
 - ❑ Gastos en Bienes para el Hogar siguieron mostrando caídas interanuales mientras que en Salud y Entretenimiento se vio cierta mejora
 - ❑ Gastos en Excursiones y Pasajes Aéreos mantuvieron su expansión, en tanto que en Alojamiento continuó en terreno negativo
- ❑ Considerando la participación en el gasto total y tomando como referencia el año previo, creció la importancia del gasto en Restaurantes, Entretenimiento y Turismo. Con respecto a la situación prepandemia, la participación del gasto en Educación, Entretenimiento y Turismo todavía no se recupera (ver diapositiva 12).
- ❑ En el primer trimestre de 2023, el Índice Big Data de Consumo para Perú de BBVA Research mostró un menor crecimiento interanual, respecto al visto el trimestre anterior (ver diapositiva 15).

Índice

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

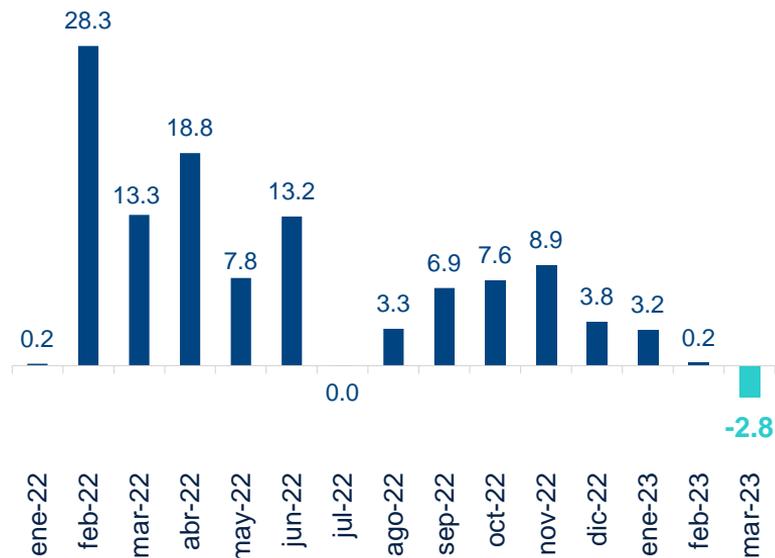
01

Índice Big Data de Consumo agregado

Gasto de familias (ajustado por inflación) retrocedió en marzo

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)



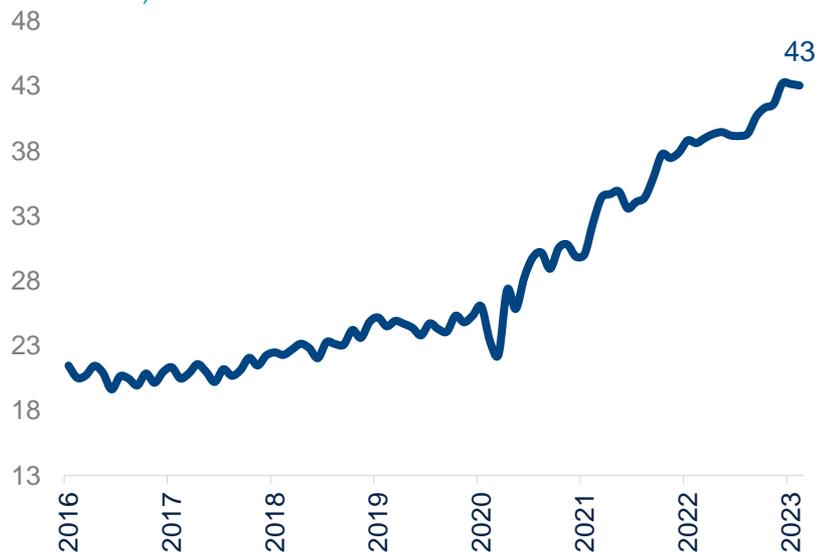
1: Información diaria al 31 de marzo de 2023. Se utiliza información de los montos de compras con tarjetas de crédito y débito que realizan las familias y los retiros de dinero a través de cajeros y ventanilla. La corrección por inflación se realiza con el IPC de Lima Metropolitana. Para obtener la información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

Fuente: BBVA

Las compras con tarjetas mantuvieron una participación de 43% (alrededor de la mitad se realizó vía canal *on line*)

COMPRAS REALIZADAS CON TARJETAS COMO PORCENTAJE DEL GASTO TOTAL^{1 2}

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



PARTICIPACIÓN DEL CANAL *ON LINE*^{1 3}

(% DENTRO DEL TOTAL DE COMPRAS CON TARJETAS)



1: Información diaria al 31 de marzo de 2023. Para obtener la información con frecuencia diaria, revisar [aquí](#).

2: 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.

3: El total de compras con tarjetas consideran el canal *on line* y las compras presenciales.

Fuente: BBVA

02

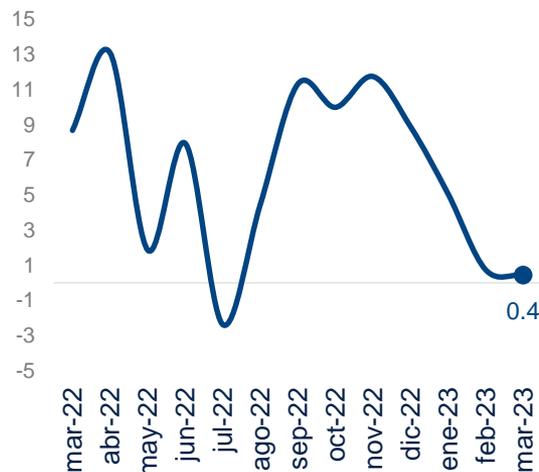
Índice Big Data de Compras con tarjetas por rubros

En marzo, los gastos en Alimentos (dentro y fuera del hogar) y en Educación disminuyeron su ritmo de expansión interanual

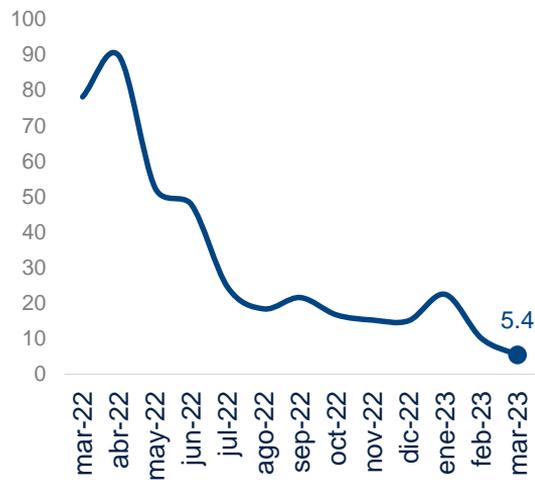
COMPRAS CON TARJETAS ¹

(VAR. %, EN TÉRMINOS REALES)

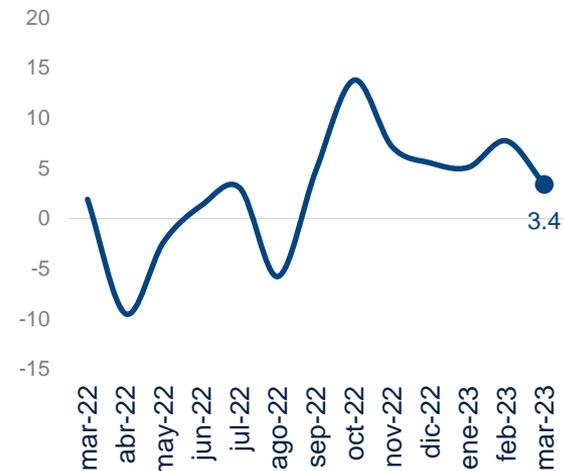
SUPERMERCADOS



RESTAURANTES



EDUCACIÓN ²



1: Información al 31 de marzo 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 nido y jardín, colegios, universidad e institutos, y otros.

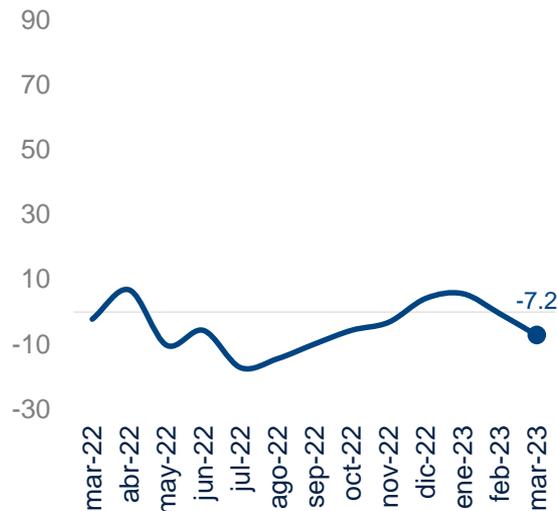
Fuente: BBVA

Gastos en Tiendas por Departamento, Salones de Belleza y los relacionados a Transporte continuaron en contracción en marzo

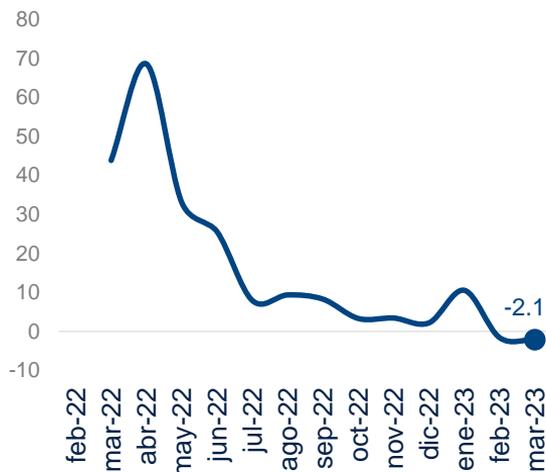
COMPRAS CON TARJETAS ¹

(VAR. %, EN TÉRMINOS REALES)

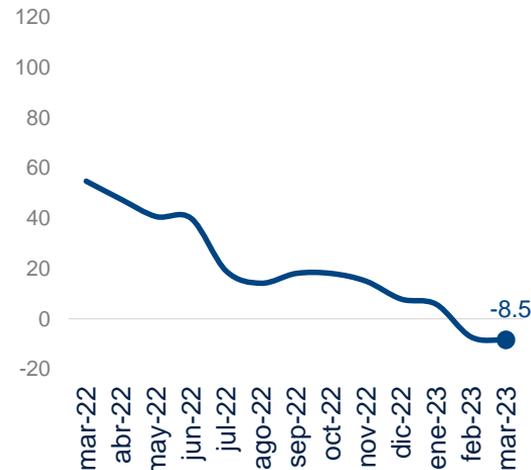
TIENDAS POR DEPARTAMENTO



SALONES DE BELLEZA



TRANSPORTE ²



1: Información al 31 de marzo 2023. 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.

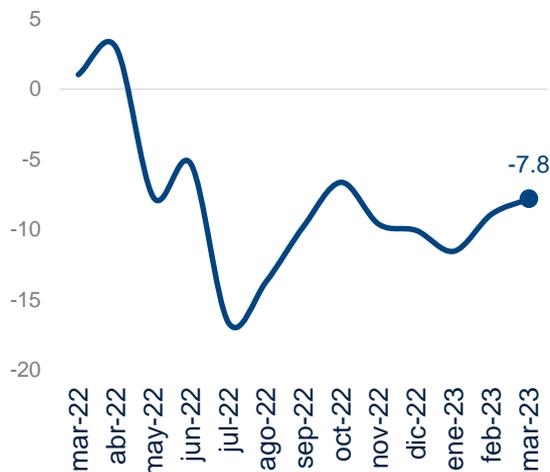
Fuente: BBVA

En marzo, gastos en Bienes para el Hogar siguieron mostrando caídas interanuales mientras en Salud y Entretenimiento se vio cierta mejora

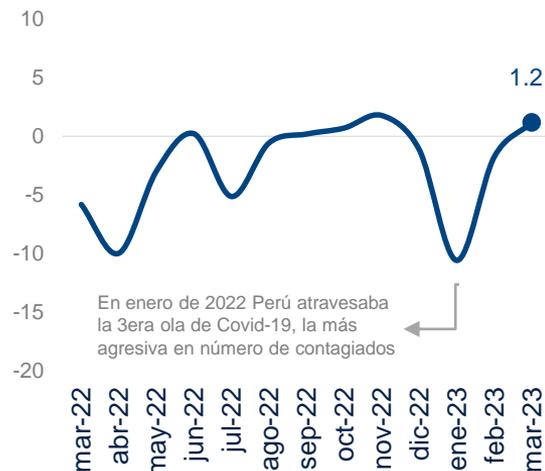
COMPRAS CON TARJETAS ¹

(VAR. %, EN TÉRMINOS REALES)

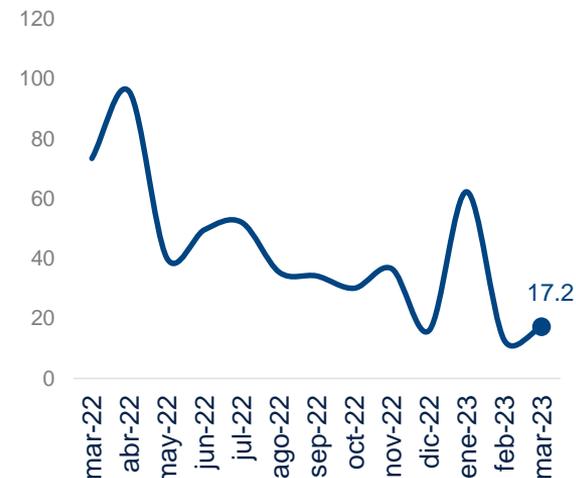
HOGAR ²



SALUD ³



ENTRETENIMIENTO ⁴



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

2: Incluye decoración y muebles, jardinería, lavandería, mantenimiento de casa, y alquiler

3: Incluye gasto en Farmacias y Boticas, en Clínicas y Hospitales, y otros.

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.

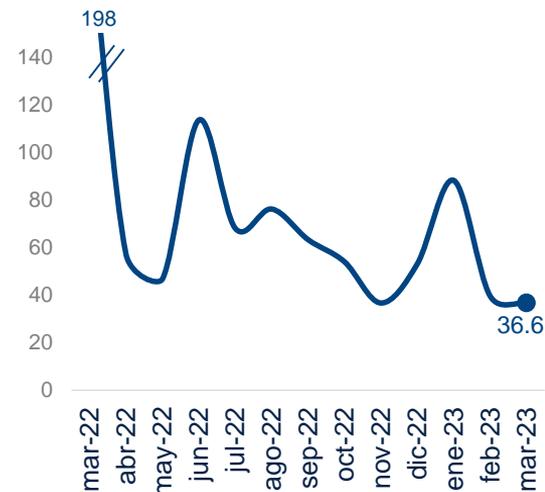
Fuente: BBVA

Gastos en Excursiones y Pasajes Aéreos mantuvieron su expansión, en tanto que en Alojamiento continuó en terreno negativo

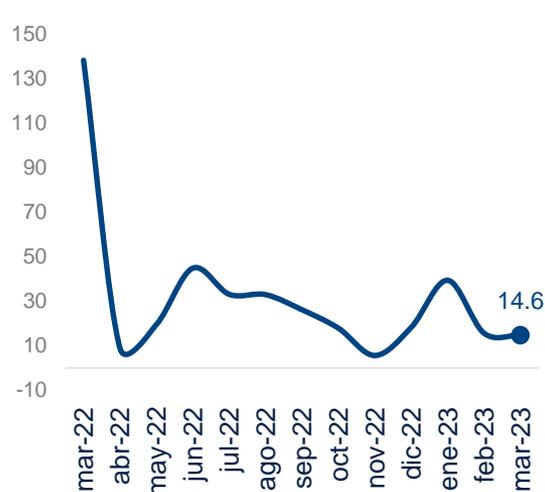
COMPRAS CON TARJETAS 1

(VAR. %, INTERANUAL EN TÉRMINOS REALES)

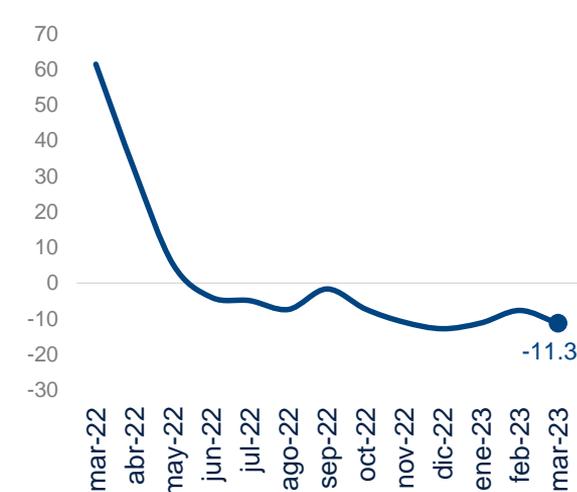
EXCURSIONES (TOURS)



PASAJES AÉREOS



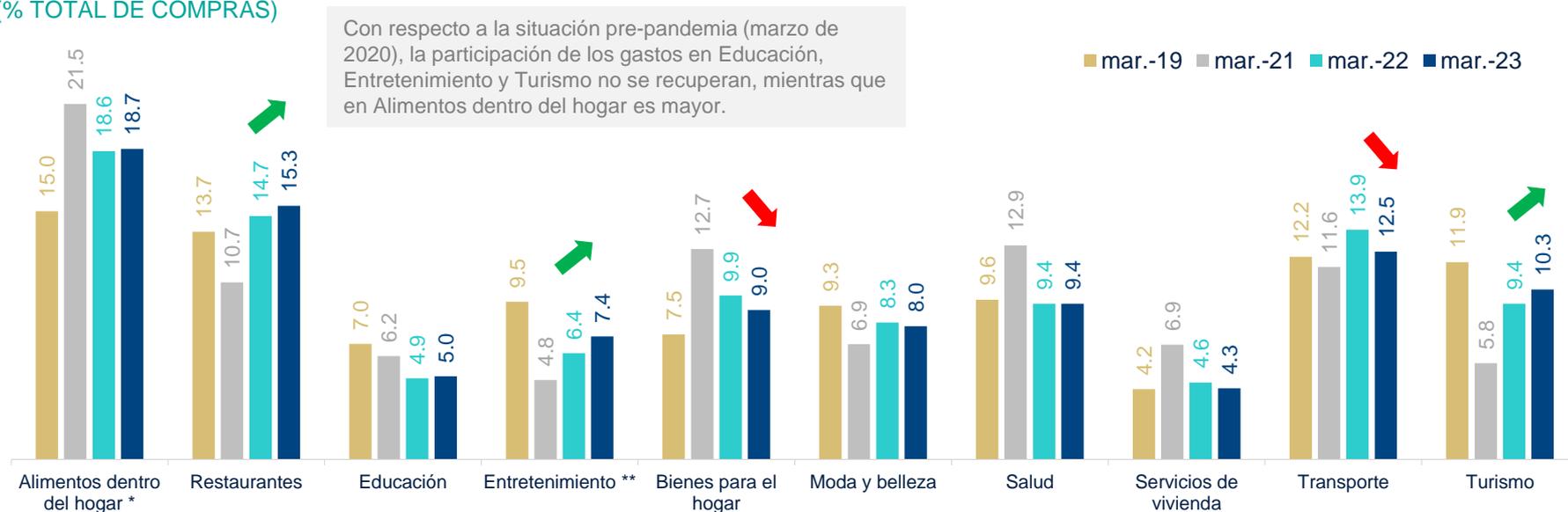
ALOJAMIENTO



1: Información al 31 de marzo 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, creció la importancia del gasto en Restaurantes, Entretenimiento y Turismo, pero se redujo en Bienes para el Hogar y Transporte

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



1: Información al 31 de marzo 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.

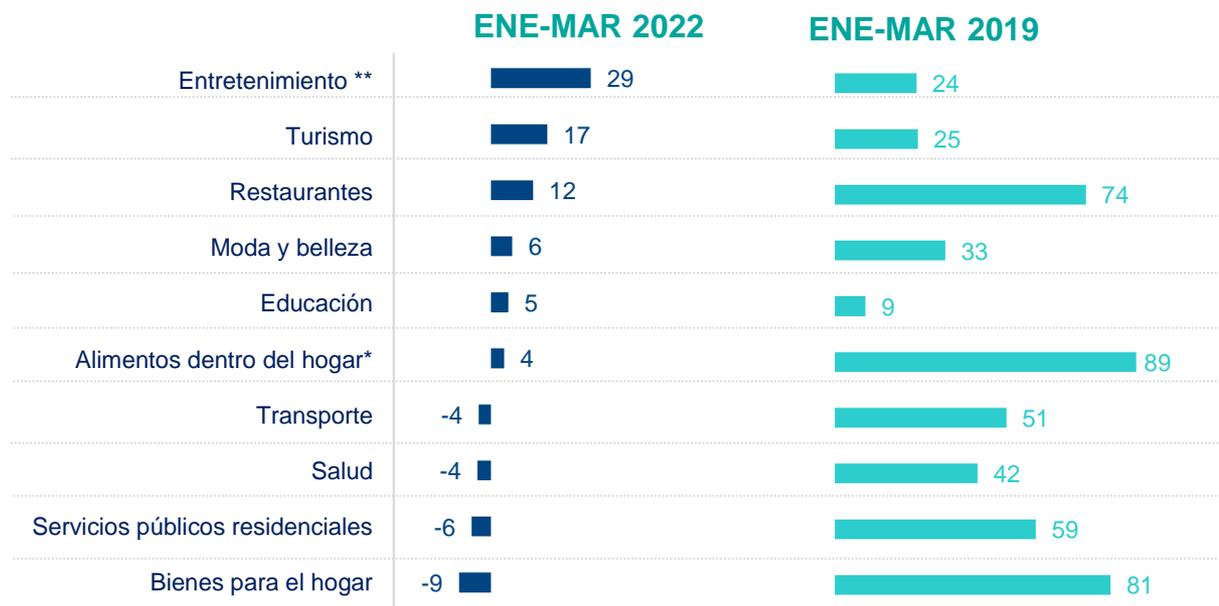
** Incluye gasto en bares y discotecas, casinos y loterías, cine, teatro y espectáculos, clubs, deporte y gimnasio, museos, suscripciones de entretenimiento y parques de diversión

Fuente: BBVA

Los gastos acumulados a marzo 2023 en entretenimiento, turismo y restaurantes fueron los más dinámicos

COMPRAS CON TARJETAS: ENE-MAR 2023¹

(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.

1: El indicador BBVA de Consumo agrupa la información de compras con tarjetas y los retiros de efectivo. Información al 31 de marzo de 2023. 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.

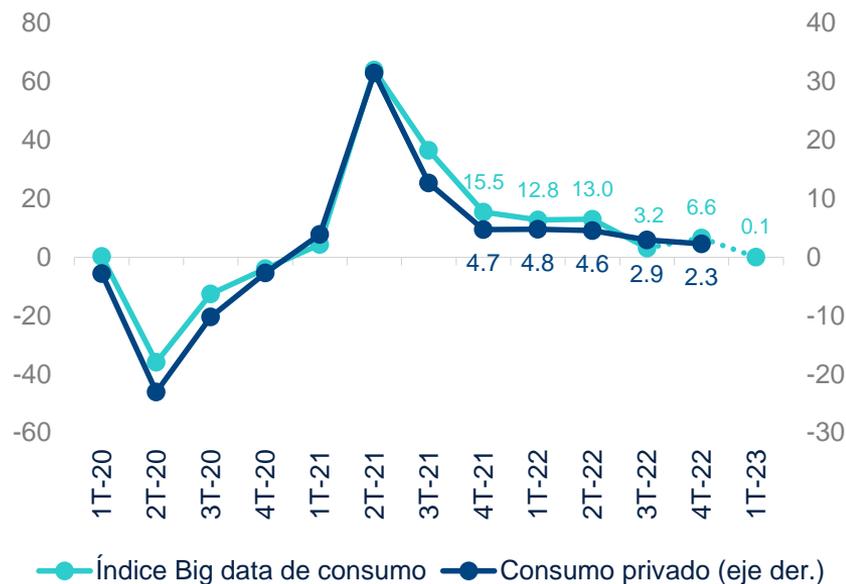
Fuente: BBVA

03

Índice Big Data de Consumo y Consumo Privado

El Índice Big Data de Consumo BBVA para Perú mostró una desaceleración en el primer trimestre de 2023

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 perdió dinamismo en el primer trimestre de 2023.
- El primer trimestre del año transcurrió en un contexto de incertidumbre política, disturbios en el país y consecuencias climatológicas negativas (ciclón Yaku). Hacia adelante, si se ven importantes episodios de inestabilidad política o si los efectos del clima (en este caso del Fenómeno El Niño) son considerables en los próximos meses, es probable que el consumo familiar se vea más golpeado.
- A ello se suma el impacto negativo sobre el consumo de la **elevada inflación y las altas tasas de interés**.

1: El indicador BBVA de Consumo agrupa la información de compras con tarjetas y los retiros de efectivo. Información al 31 de marzo de 2023.

Fuente: BCRP y BBVA

Perú | Seguimiento al consumo con datos en tiempo real

Información al 31 de marzo 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.