BBVA Research

04 de julio

Información al 30 de junio de 2025

Perú | Seguimiento al consumo con datos en tiempo real

Mensajes principales

Evolución reciente

El Índice Big Data de Consumo Privado (elaborado sobre la base del gasto con tarjetas y retiros de efectivo, corregido por inflación) mostró una marcada desaceleración de su crecimiento interanual en junio (3,0 % a/a frente a 15,6 % a/a en mayo). Esta moderación responde a las caídas interanuales registradas en las dos últimas semanas del mes, las cuales coinciden con el inicio de los retiros extraordinarios de fondos previsionales en 2024, lo que elevó la base de comparación (ver diapositivas 6 y 7).

Entorno económico

El entorno macroeconómico se mantiene favorable. El mercado laboral continúa mostrando solidez, con mejora en la calidad del empleo, mayor empleo formal en el sector privado y recuperación de los salarios reales. Además, la inflación se mantiene en niveles bajos (1,7 % en junio) y sigue contribuyendo a preservar el poder adquisitivo de los hogares.

Crecimiento intermensual

Cabe mencionar que, luego de corregir por estacionalidad, el indicador big data de consumo privado cayó en -4,2% m/m en junio.

Crecimiento interanual del 2T

El Índice Big Data de Consumo Privado creció 10,0 % en el segundo trimestre del año, ligeramente por encima del periodo previo (1T24: 8,7%) (ver diapositiva 20).

Mensajes principales

Componentes de gasto

En junio, gastos en Entretenimiento, Turismo, Bienes para el Hogar, Moda y Belleza, y Alimentos (supermercados y restaurantes) mostraron una desaceleración en su ritmo de crecimiento interanual (ver diapositiva 9). En cambio, los gastos en Educación, Salud, y Transporte mostraron tasas relativamente estables respecto a meses previos (ver diapositiva 9).

Digitalización

La digitalización del gasto de consumo sigue avanzando: la participación del gasto a través de tarjetas (de débito y crédito) aumenta (menor uso de efectivo en términos relativos) y, dentro de este, es también cada vez mayor la importancia del canal *on line* (ver diapositiva 22).

Índice

MÓDULO 01

Índice Big Data de Consumo

MÓDULO 01.A

Índice Big Data por componentes y sub-componentes

MÓDULO 01.B

Índice Big Data y Consumo privado (trimestre)

MÓDULO 01.C

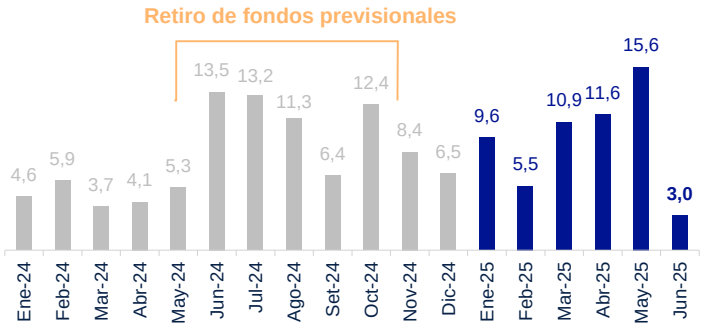
Digitalización del gasto en consumo

BBVA Research

1. Índice de Big Data de Consumo

El Índice Big Data de Consumo tuvo una marcada moderación en su crecimiento interanual por alta base de comparación

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



VAR. % INTERMENSUAL
(CORREGIDO POR ESTACIONALIDAD) [2]

J-24	J-24	A-24	S-24	O-24	N-24	D-24	E-25	F-25	M-25	A-25	M-25	J-25
7,5	-6,8	-3,9	-1,5	5,5	1,8	-0,3	3,7	-1,0	3,6	3,1	3,7	-4,2

(1) Información diaria al 30 de junio de 2025. 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.
(2) Se considera la serie desestacionalizada X13 ARIMA.
Fuente: BBVA

INDICADORES
(VAR. % INTERANUAL)

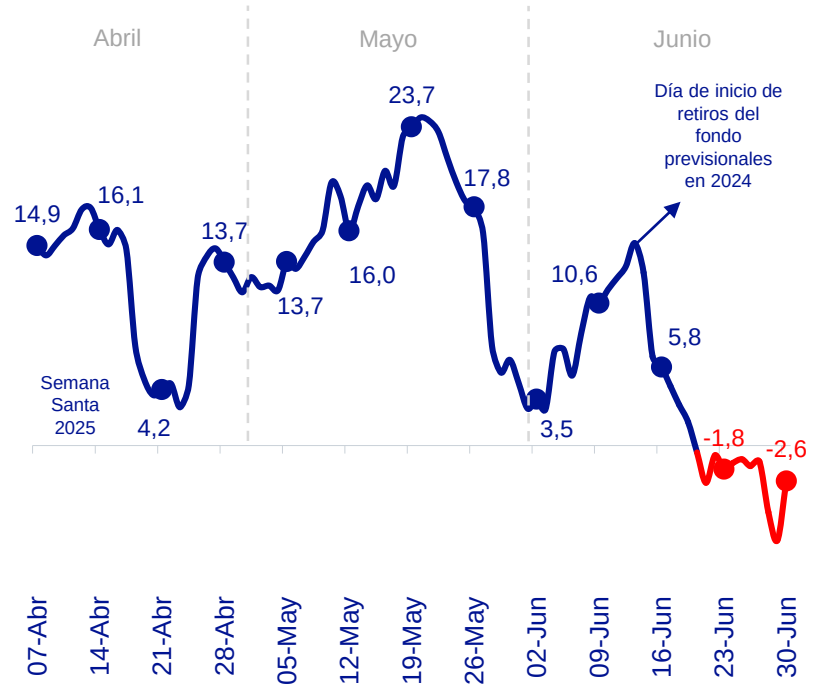
	Dic-23	Mar-24	Jun-24	Set-24	Dic-24	Mar-25	Abr-25	May-25	Jun-25
Empleo Formal Nacional									
Puestos formales	0,6	-0,2	1,6	4,1	4,9	8,1	4,1		
Privados	0,5	-1,2	1,1	4,7	6,2	10,1	5,4		
Ingreso laboral (ajustado por inflación)	1,8	-0,6	5,1	1,6	1,8	3,3	2,5		
Masa salarial (ajustado por inflación)	2,4	-0,8	6,7	5,7	6,8	11,6	6,7		
Empleo en Lima Metropolitana									
Ocupados	4,6	4,6	4,7	4,9	4,4	1,7	2,2	2,0	
Tasa de subempleo (% ocupados)	42%	41%	42%	39%	37%	36%	36%	36%	
Ingreso laboral (ajustado por inflación)	3,3	4,3	1,2	3,7	7,4	5,7	3,3	6,1	
Masa salarial (ajustado por inflación)	8,1	9,0	5,9	8,7	14,3	7,4	5,5	8,3	
Créditos de consumo (sistema bancario)	7,3	2,6	-1,1	-5,3	-2,5	0,1	0,6	1,1	
Tasas de interés[1] (%)									
Tarjetas de crédito	66,0	66,9	70,4	68,8	72,6	71,3	72,1	72,4	72,1
PLD hasta 360 días[2]	55,3	58,2	61,2	63,1	71,9	75,5	74,5	80,0	77,1
PLD más 360 días[2]	22,9	23,1	22,1	21,1	20,5	21,8	21,6	21,5	22,3
Confianza del consumidor	44	39	40	41	43	45	43	46	47

(1) Tasa de interés de operaciones realizadas en los últimos 30 días útiles. Información del último día hábil de cada mes.
(2) PLD: Préstamos no revolventes para libre disponibilidad
Fuente: BCRP, INEI, SBS, Apoyo Consultoría.

En junio de 2025, el índice revirtió su aceleración y cerró con caídas interanuales en las dos últimas semanas del mes

- A partir de mediados de junio de 2024 empezaron los retiros de fondos provisionales. Parte de estos recursos se destinó al consumo de los hogares en ese periodo, generando una base elevada para la comparación con junio de este año.
- Cabe mencionar que los indicadores laborales se mantienen sólidos: mejora de la calidad del empleo, creación de empleo formal en el sector privado y mayores salarios respecto al año anterior.
- Además, la inflación se ha mantenido controlada (1,7 % en junio 2025 frente a 2,3 % junio 2024), lo que ayuda a preservar el poder adquisitivo de las familias.

ÍNDICE BIG DATA DE CONSUMO 2025 [1]
(VAR. % INTERANUAL PROMEDIO 7 DÍAS, EN TÉRMINOS REALES)



(1) Información diaria al 30 de junio de 2025. 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.
Fuente: BBVA

BBVA Research

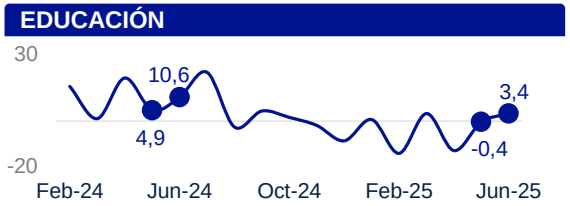
1.A

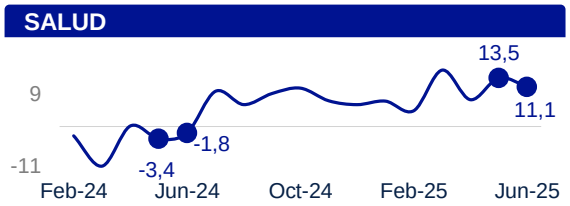
Índice Big Data por componentes y subcomponentes

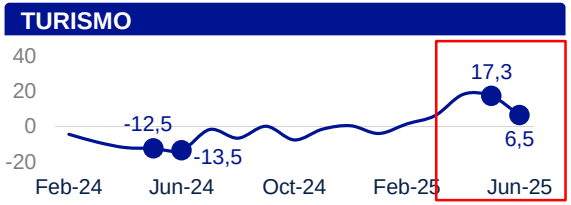
Índice Big Data de Consumo por componentes

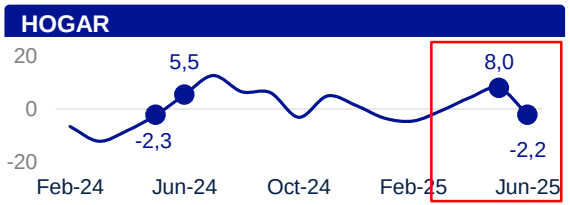
COMPRAS CON TARJETAS [1]

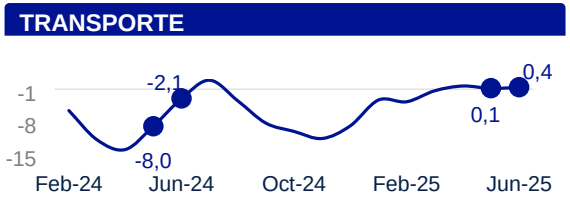
(VAR. % INTERANUAL EN TÉRMINOS REALES)

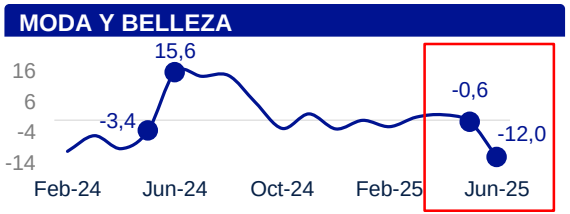


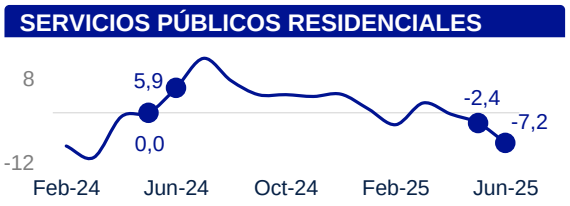










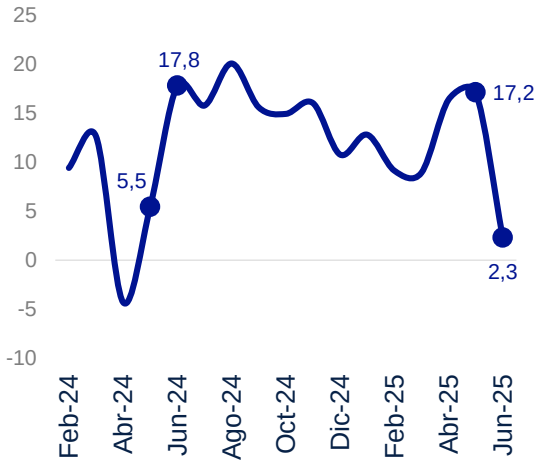


(1) Se muestran componentes seleccionados. Información al 30 de junio de 2025. La corrección por inflación se realiza con el IPC de Lima Metropolitana.
Fuente: BBVA

Gasto en Alimentos y subcomponentes

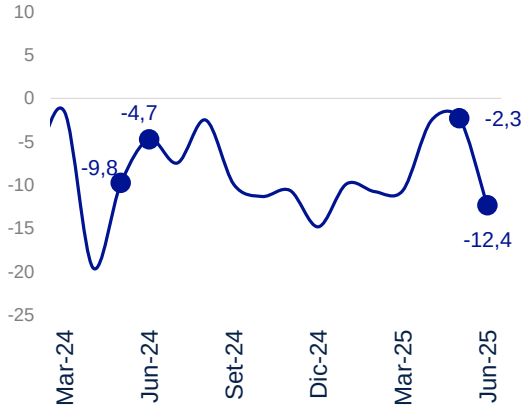
COMPRAS CON TARJETAS [1]
(VAR. % INTERANUAL EN TÉRMINOS REALES)

ALIMENTOS [2]



SUPERMERCADOS [3]

RESTAURANTES [4]

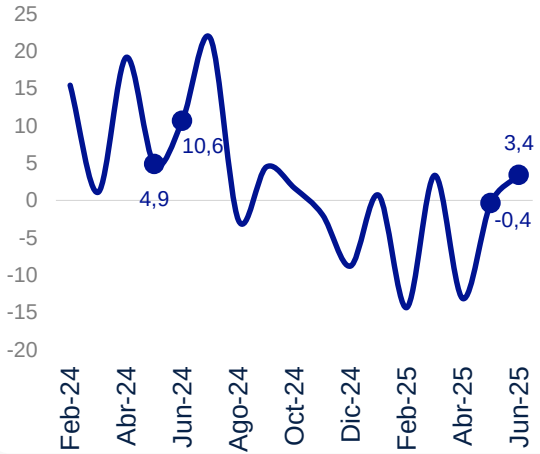


(1) Información al 30 de junio de 2025. La corrección por inflación se realiza con el IPC de Lima Metropolitana.
(2) Incluye gasto en restaurantes, supermercados, panaderías, licorerías, y otros.
(3) Supermercados representa el 48% de los gastos en Alimentación.
(4) Restaurantes representa el 47% de los gastos en Alimentación.
Fuente: BBVA

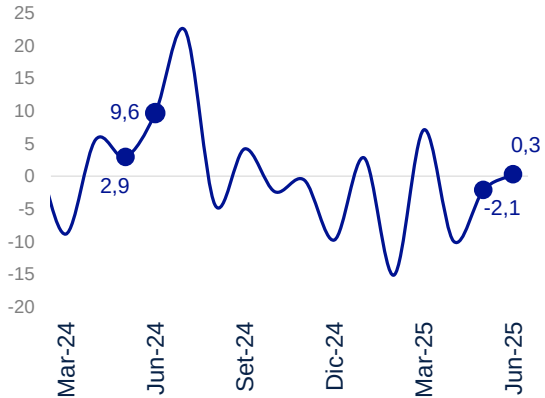
Gasto en Educación y subcomponentes

COMPRAS CON TARJETAS [1]
(VAR. % INTERANUAL EN TÉRMINOS REALES)

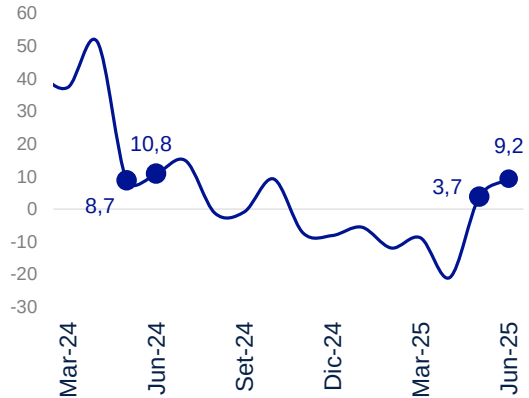
EDUCACIÓN [2]



UNIVERSIDAD E INSTITUTOS [3]



OTROS EDUCACIÓN [4]

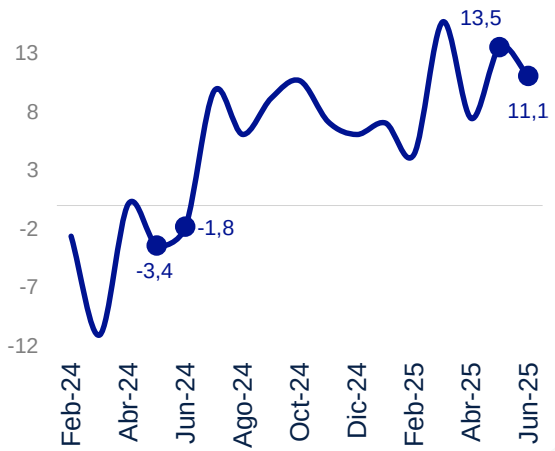


(1) Información al 30 de junio de 2025. La corrección por inflación se realiza con el IPC de Lima Metropolitana.
(2) Incluye gasto en nido y jardín, colegios, universidad e institutos, y otros.
(3) Universidades e Institutos representan el 74% de los gastos en Educación.
(4) Otros representa el 19% de los gastos en Educación y hace referencia a los gastos en academias de distintos tipos (inglés y deportivas, por ejemplo), cursos on line en plataformas educativas, talleres, etc.
Fuente: BBVA

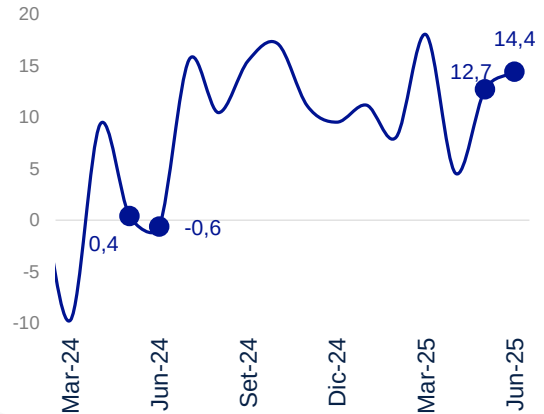
Gasto en Salud y subcomponentes

COMPRAS CON TARJETAS [1]
(VAR. % INTERANUAL EN TÉRMINOS REALES)

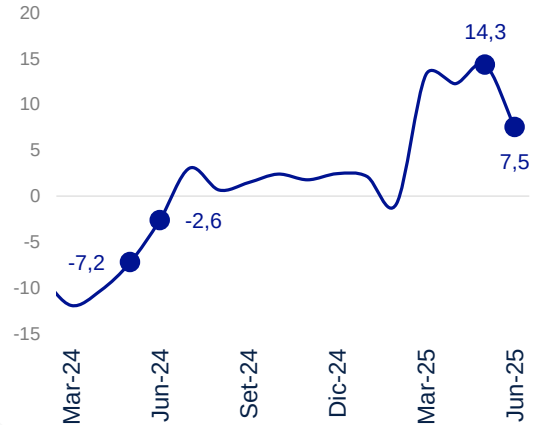
SALUD [2]



HOSPITALES Y CLÍNICAS [3]



FARMACIAS Y BOTICAS [4]



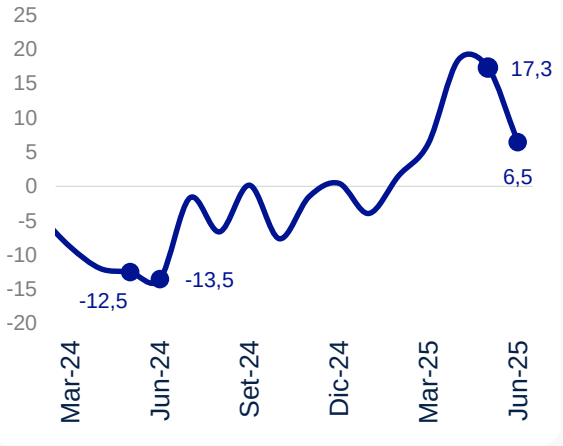
(1) Información al 30 de junio de 2025. La corrección por inflación se realiza con el IPC de Lima Metropolitana.
(2) Incluye gasto en hospitales y clínicas, farmacias y boticas, y otros.
(3) Hospitales y clínicas representan el 54% de los gastos en Salud.
(4) Farmacias y boticas representa el 43% de los gastos en Salud.
Fuente: BBVA

Gasto en Turismo y subcomponentes

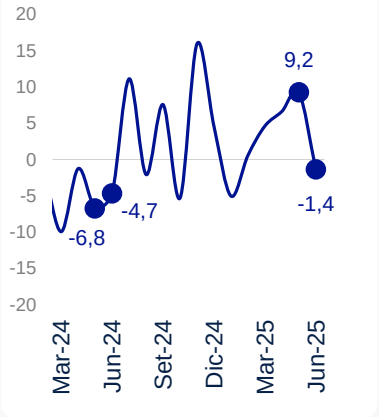
COMPRAS CON TARJETAS [1]

(VAR. % INTERANUAL EN TÉRMINOS REALES)

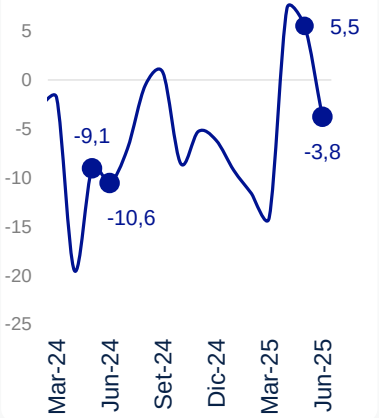
TURISMO [2]



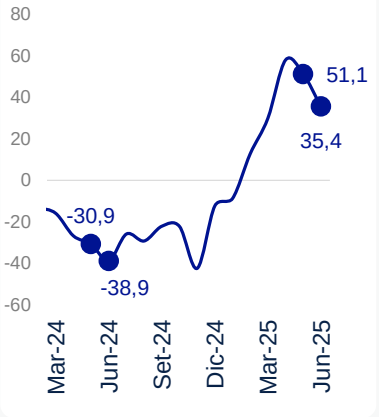
PASAJES AÉREOS [3]



ALOJAMIENTO [4]



EXCURSIONES (TOURS)[5]



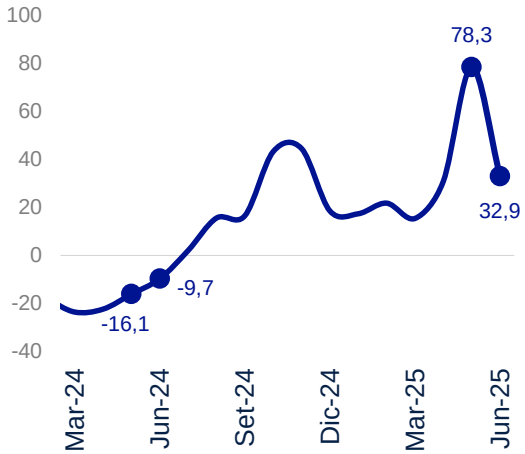
(1) Información al 30 de junio de 2025. La corrección por inflación se realiza con el IPC de Lima Metropolitana.
(2) Incluye gasto en alojamiento, pasajes, peaje, souvenirs, tours.
(3) Pasajes aéreos representan el 49% de los gastos en Turismo.
(4) Alojamiento representa el 27% de los gastos en Turismo.
(5) Tours representa el 20% de Turismo.
Fuente: BBVA

Gasto en Entretenimiento y subcomponentes

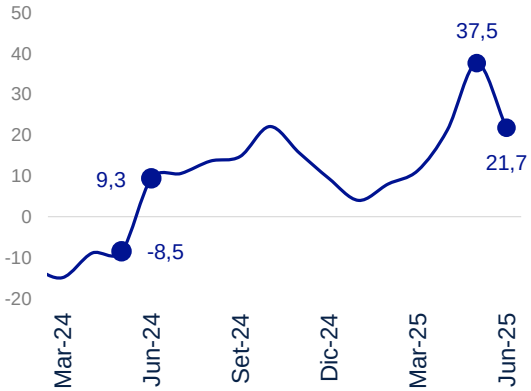
COMPRAS CON TARJETAS [1]

(VAR. % INTERANUAL EN TÉRMINOS REALES)

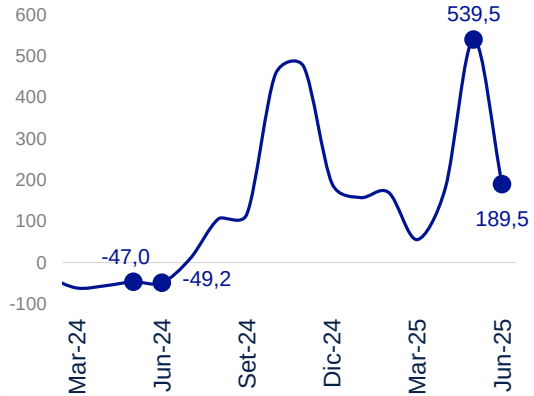
ENTRETENIMIENTO [2]



CASINOS Y LOTERIAS [3]



CINE, TEATRO Y OTROS ESPECTÁCULOS [4]

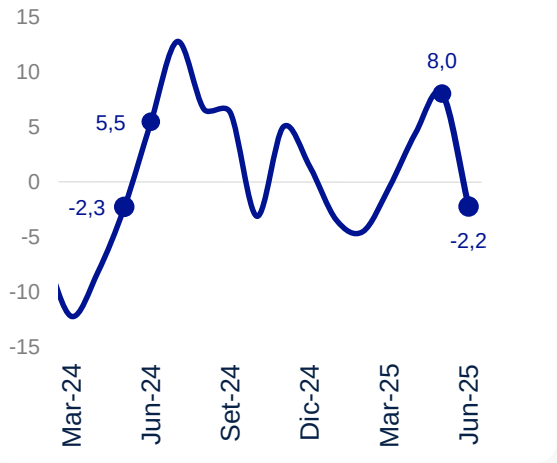


(1) Información al 30 de junio de 2025. La corrección por inflación se realiza con el IPC de Lima Metropolitana.
(2) Incluye gasto en bares y discotecas, casinos y loterías, cine, teatro y espectáculos, clubs, deporte y gimnasio, museos, suscripciones de entretenimiento y parques de diversión.
(3) Casinos y loterías representa el 29% del gasto total en Entretenimiento. 4: Cine, teatro, y espectáculos representa el 20% del gasto total en Entretenimiento.
Fuente: BBVA

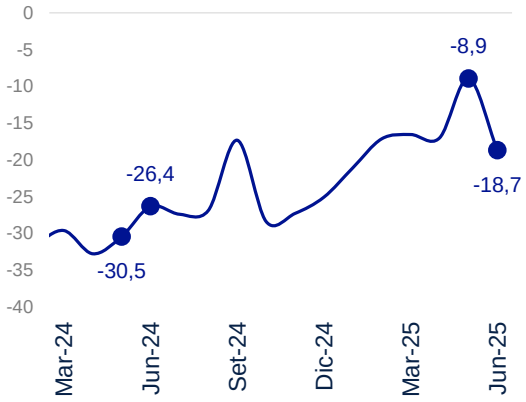
Gasto para el Hogar y subcomponentes

COMPRAS CON TARJETAS [1]
(VAR. % INTERANUAL EN TÉRMINOS REALES)

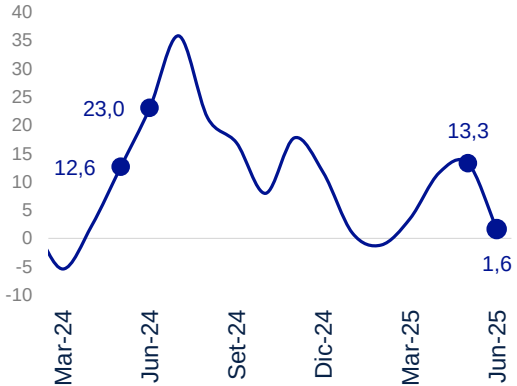
HOGAR [2]



MUEBLES Y DECORACIÓN [3]



MANTENIMIENTO DE CASA O DEPARTAMENTO [4]

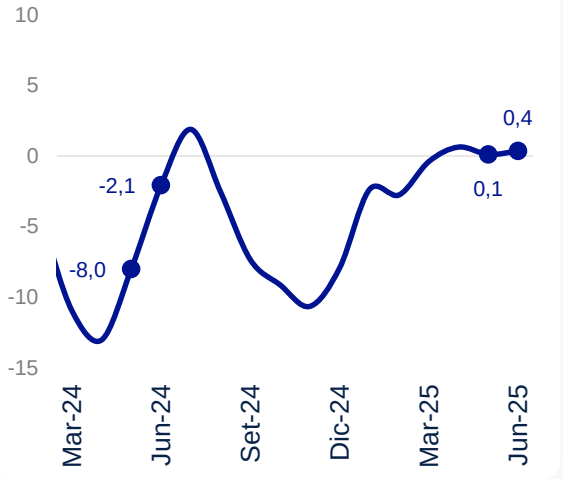


(1) Información al 30 de junio de 2025. La corrección por inflación se realiza con el IPC de Lima Metropolitana.
(2) Incluye decoración y muebles, jardinería, lavandería, mantenimiento de casa, y alquiler.
(3) Muebles y decoración representa el 24% del gasto total para el Hogar.
(4) Mantenimiento de casa o departamento representa el 63% del gasto total para el Hogar.
Fuente: BBVA

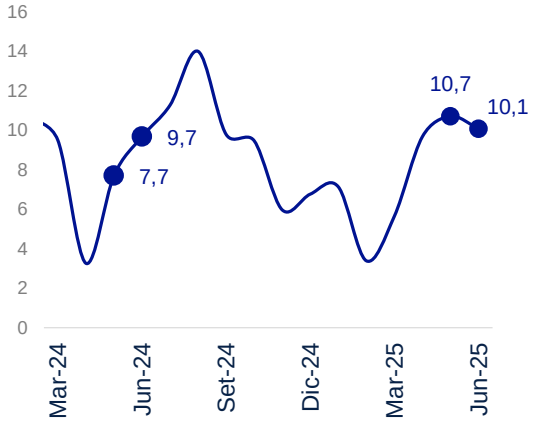
Gasto en Transporte y subcomponentes

COMPRAS CON TARJETAS [1]
(VAR. % INTERANUAL EN TÉRMINOS REALES)

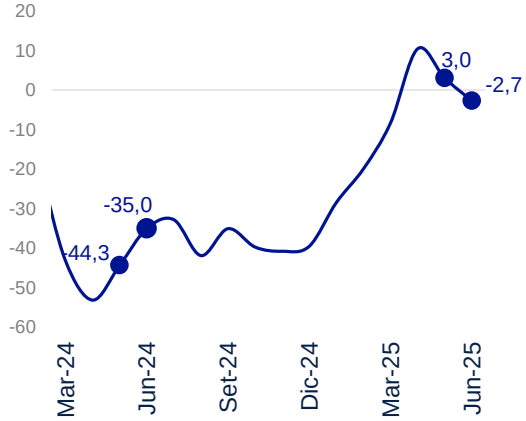
TRANSPORTE [2]



COMBUSTIBLE [3]



TAXIS Y PEDIDOS DE DELIVERY [4]



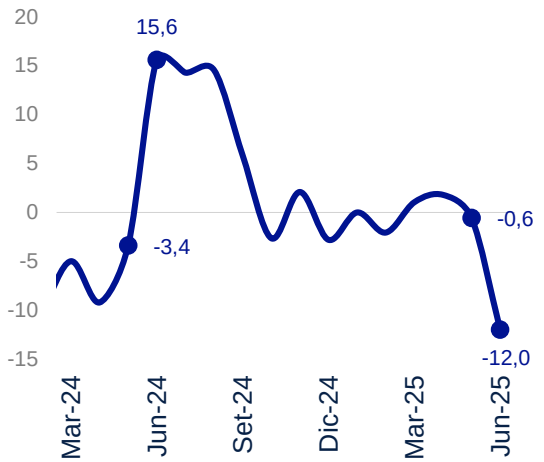
(1) Información al 30 de junio de 2025. La corrección por inflación se realiza con el IPC de Lima Metropolitana.
(2) Incluye compra de combustible, gasto en transporte público y taxis, mantenimiento de autos, y otros.
(3) Combustible representa el 50% del gasto total en Transporte.
(4) Taxis y pedidos de *delivery* representan el 23% del gasto total en Transporte.
Fuente: BBVA

Gasto en Moda y Belleza y subcomponentes

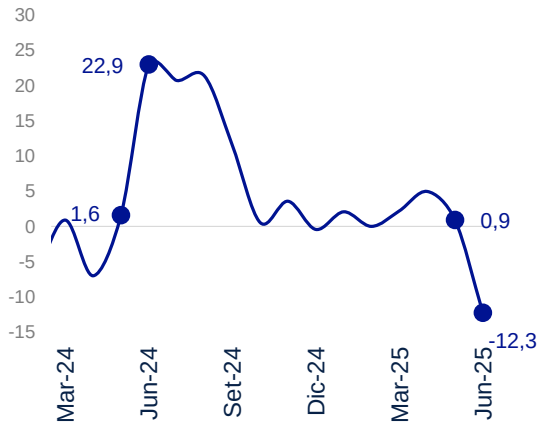
COMPRAS CON TARJETAS [1]

(VAR. % INTERANUAL EN TÉRMINOS REALES)

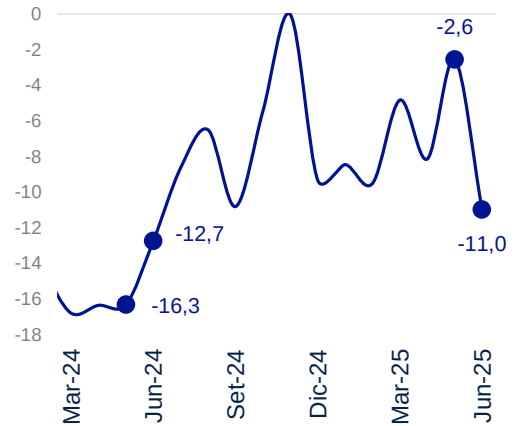
MODA Y BELLEZA [2]



MODA [3]



SALONES DE BELLEZA Y SPA [4]

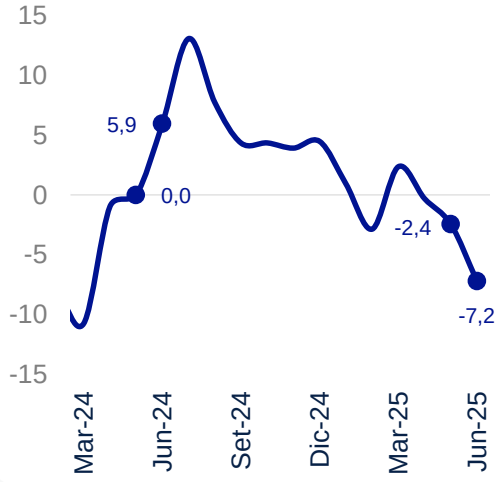


(1) Información al 30 de junio de 2025. La corrección por inflación se realiza con el IPC de Lima Metropolitana.
(2) Incluye decoración y muebles, jardinería, lavandería, mantenimiento de casa, y alquiler.
(3) Moda representa el 76% del gasto total en Moda y Belleza.
(4) Salones de Belleza y spa representan el 12% del gasto en Moda y Belleza.
Fuente: BBVA

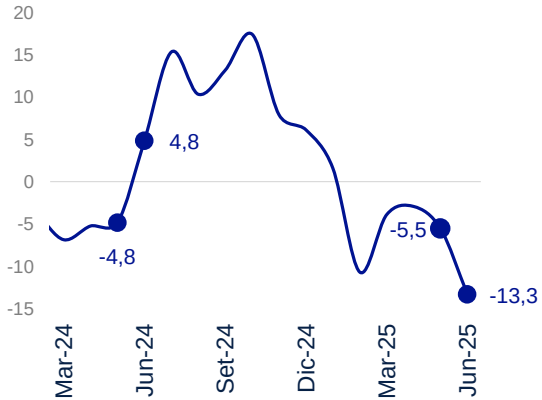
Gasto en Servicios Públicos Residenciales y subcomponentes

COMPRAS CON TARJETAS [1]
(VAR. % INTERANUAL EN TÉRMINOS REALES)

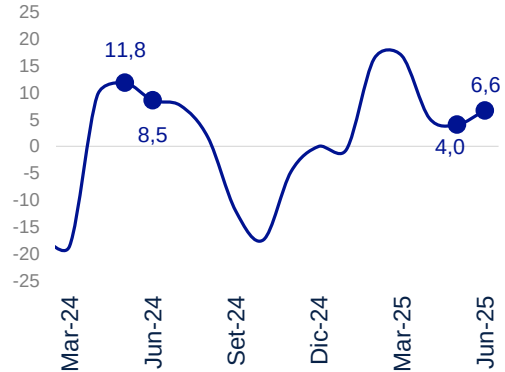
SERVICIOS PÚBLICOS Y RESIDENCIALES [2]



TELEFONÍA, INTERNET, CABLE [3]



OTROS (INCLUYE SERVICIOS DE AGUA, ELECTRICIDAD Y CUENTAS DE STREAMING) [4]



(1) Información al 30 de junio de 2025. La corrección por inflación se realiza con el IPC de Lima Metropolitana.
(2) Incluye Telefonía, internet, cable, entre otros.
(3) Telefonía, internet, cable representa el 69% del gasto total en Servicios Públicos Residenciales.
(4) Otros representan el 31% del gasto total en Servicios Públicos Residenciales.
Fuente: BBVA

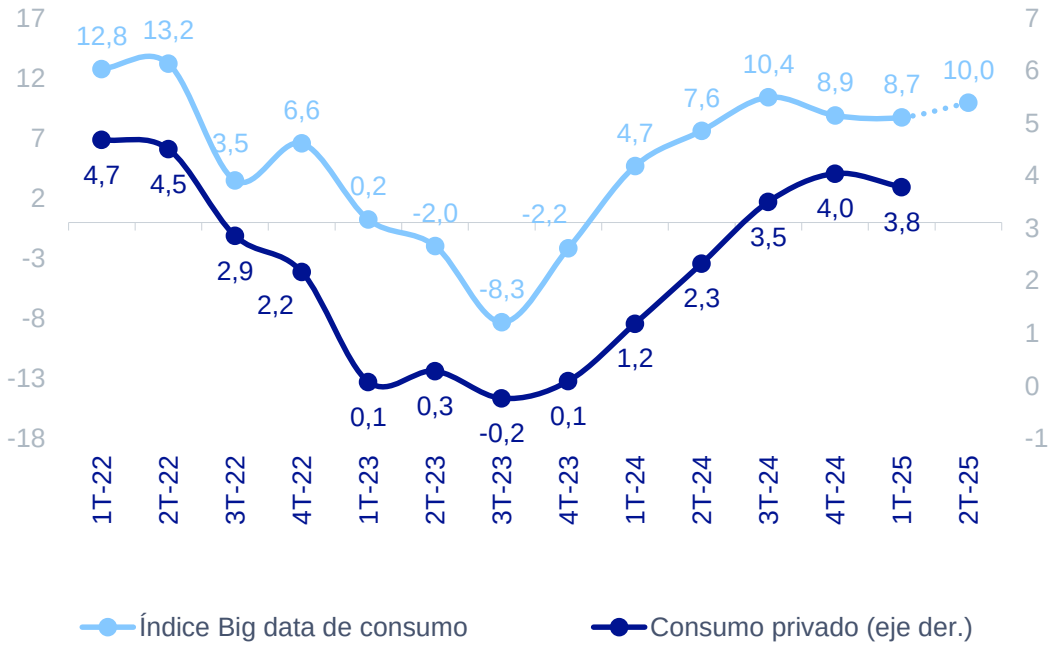
BBVA Research

1.B

Índice Big Data y Consumo privado (trimestre)

El Índice Big Data de Consumo mantuvo, en el segundo trimestre del año, una fuerte expansión

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



(1) El Índice Big Data de Consumo agrupa la información de compras con tarjetas y los retiros de efectivo. Información al 30 de junio de 2025.
Fuente: BCRP y BBVA

BBVA Research

1.C

Digitalización del gasto en consumo

Se mantiene la tendencia creciente en la digitalización del gasto de consumo

COMPRAS REALIZADAS CON TARJETAS COMO PORCENTAJE DEL GASTO TOTAL[1 2]

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

PARTICIPACIÓN DEL CANAL ONLINE [1 3]

(% DENTRO DEL TOTAL DE COMPRAS)

(1) Información diaria al 30 de junio de 2025.
(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 considera el canal *on line* (por internet) y las compras presenciales.
Fuente: BBVA

BBVA Research

04 de junio

Información al 30 de junio de 2025

Perú | Seguimiento al consumo con datos en tiempo real

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.bbvaresearch.com.

BBVA Research