

07 de noviembre

Información al 31 de octubre 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) mantiene un interesante dinamismo: en octubre aumentó en 7,7 % a/a.

Si bien la expansión en octubre fue menor que en septiembre (10,5 %), la base de comparación interanual fue alta: octubre del año pasado fue el último mes en que se dieron retiros de fondos previsionales en 2024.

(ver diapositiva 6)



Entorno económico

El gasto de consumo sigue encontrando soporte en el buen momento del ciclo económico. Por el lado del mercado laboral, destaca la creación de empleo, sobre todo del formal y de calidad, así como la mejora de los ingresos, lo que resulta en la expansión de la masa salarial. El entorno de estabilidad de precios (baja inflación) contribuye a preservar el poder adquisitivo de esa mayor masa salarial de los hogares.

El sostenido avance de la confianza de los consumidores y la aceleración del crédito de consumo también apoyan el mayor gasto de las familias.

(ver diapositiva 6)



Crecimiento intermensual

Luego de corregir por estacionalidad, el indicador Big Data de Consumo privado creció en octubre en 2,3 % m/m.



Crecimiento interanual en 4T25

El tercer trimestre estuvo condicionado por una alta base de comparación: los retiros de fondos previsionales en 2024 se concentraron en ese período. Si bien este efecto persiste a inicios del cuarto trimestre, tiende a disiparse y, en ese contexto, la tasa de crecimiento interanual del índice Big Data aumentó en octubre.

(ver diapositiva 20)



Mensajes principales

Componentes de gasto



En octubre, los componentes que registraron las mejoras más marcadas en su tasa de crecimiento interanual fueron Alimentos (principalmente gasto en restaurantes), Turismo, Bienes para el Hogar, Salud, Transportes, Moda y Belleza, y Tiendas por Departamento.

Por otro lado, los componentes Educación y Entretenimiento mostraron una moderación en su ritmo de expansión (ver diapositiva 8).

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)**

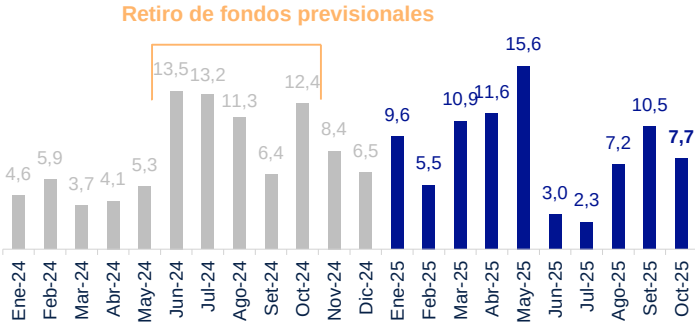
MÓDULO 01.C

**Digitalización
del gasto en
consumo**

1. Índice de Big Data de Consumo

El Índice Big Data de Consumo mantiene un interesante dinamismo, apoyado en el mercado laboral y el crédito

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



VAR. % INTERMENSUAL (CORREGIDO POR ESTACIONALIDAD) ²

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

(1) Información diaria al 31 de octubre 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 (actualizado a factores estacionales de 2024).
Fuente: BBVA

INDICADORES (VAR. % INTERANUAL)

	Dic-23	Mar-24	Jun-24	Set-24	Dic-24	Mar-25	Jun-25	Ago-25	Sep-25	Oct-25
Empleo Formal Nacional										
Puestos formales	0,6	-0,2	1,6	4,1	4,9	7,8	4,8	5,2		
Privados	0,5	-1,2	1,1	4,7	6,2	9,8	6,3	6,9		
Ingreso laboral (ajustado por inflación)	1,8	-0,6	5,1	1,6	1,8	3,2	1,2	3,1		
Masa salarial (ajustado por inflación)	2,4	-0,8	6,7	5,7	6,8	11,3	6,0	8,4		
Empleo en Lima Metropolitana										
Ocupados	4,6	4,6	4,7	4,9	4,4	1,7	0,4	2,8	3,9	
Tasa de subempleo (% ocupados)	42%	41%	42%	39%	37%	36%	35%	34%	34%	
Ingreso laboral (ajustado por inflación)	3,3	4,3	1,2	3,7	7,4	5,2	7,3	10,4	10,1	
Masa salarial (ajustado por inflación)	8,1	9,0	5,9	8,7	12,1	7,0	7,7	13,6	14,4	
Créditos de consumo (sistema bancario)										
	7,3	2,6	-1,1	-5,3	-2,5	0,1	6,0	10,1	11,5	
Tasas de interés ¹ (%)										
Tarjetas de crédito	66,0	66,9	70,4	68,8	72,6	71,3	72,1	72,1	72,0	72,4
PLD hasta 360 días ²	55,3	58,2	61,2	63,1	71,9	75,5	77,1	73,5	74,6	78,6
PLD más 360 días ²	22,9	23,1	22,1	21,1	20,5	21,8	22,3	22,8	22,2	22,1
Confianza del consumidor										
	44	39	40	41	43	45	47	49	47	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.

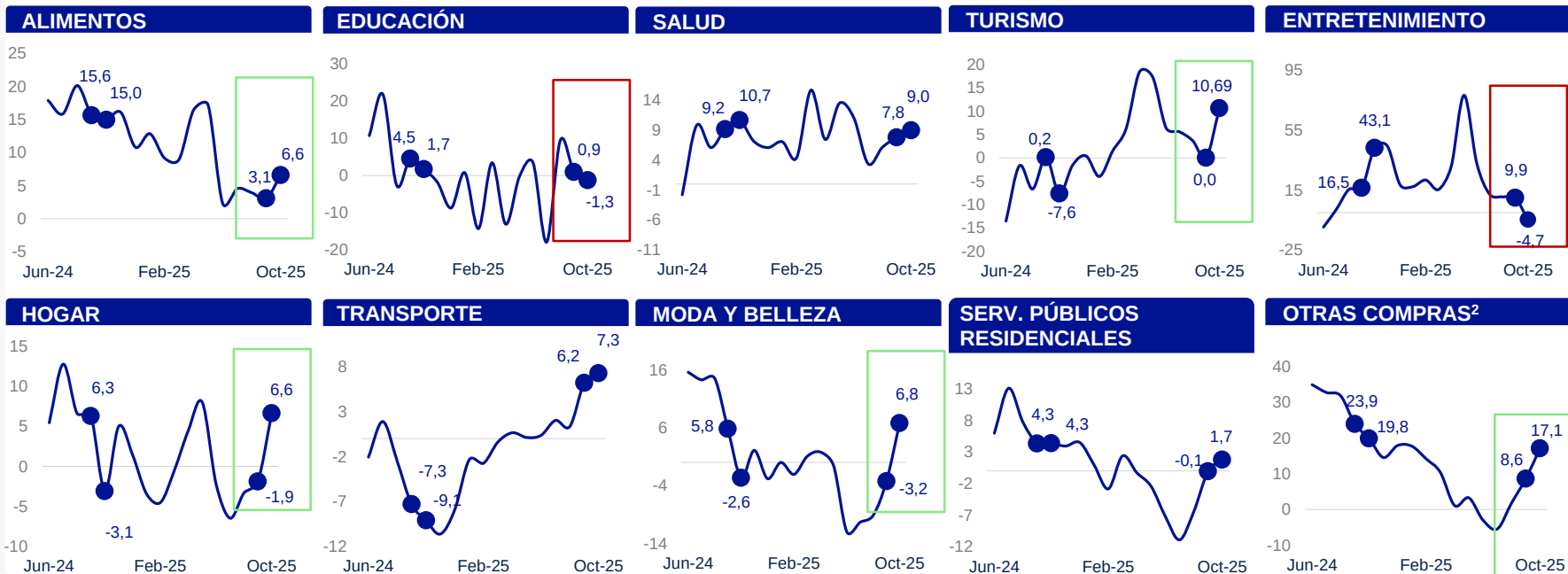
1.A

Índice Big Data por componentes y subcomponentes

Índice Big Data de Consumo por componentes

COMPRAS CON TARJETAS¹

(VAR. % INTERANUAL EN TÉRMINOS REALES)



(1) Se muestran componentes seleccionados. Información al 31 de octubre de 2025. La corrección por inflación se realiza con el IPC de Lima Metropolitana.

(2) Incluye tiendas por departamentos, productos electrónicos, entre otros.

Fuente: BBVA

Gasto en Alimentos y subcomponentes

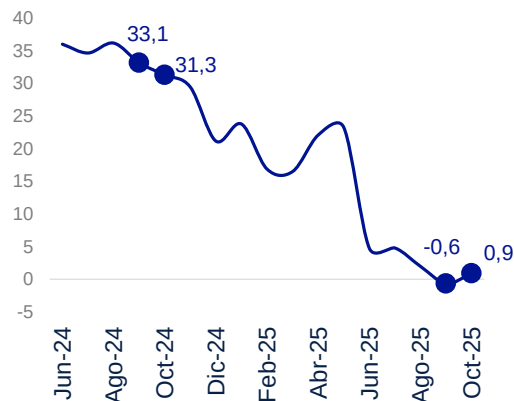
COMPRAS CON TARJETAS ¹

(VAR. % INTERANUAL EN TÉRMINOS REALES)

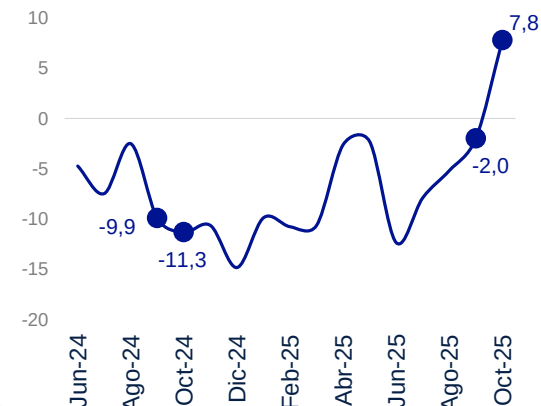
ALIMENTOS ²



SUPERMERCADOS ³



RESTAURANTES ⁴



(1) Información al 31 de octubre 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 representó el 56% de los gastos en Alimentación en 2024.

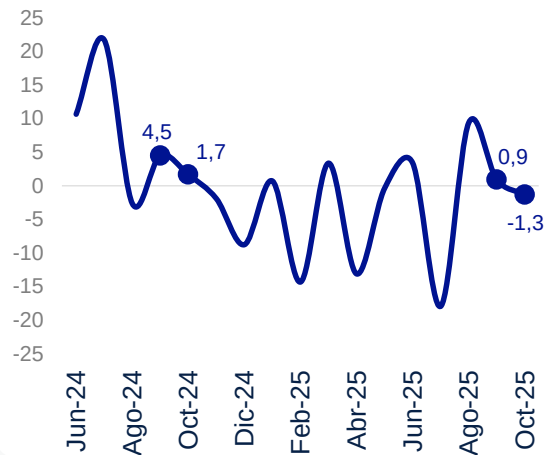
(4) Restaurantes representó el 37% de los gastos en Alimentación en 2024.

Fuente: BBVA

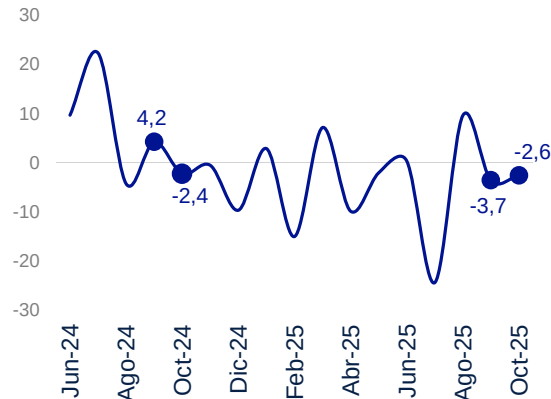
Gasto en Educación y subcomponentes

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

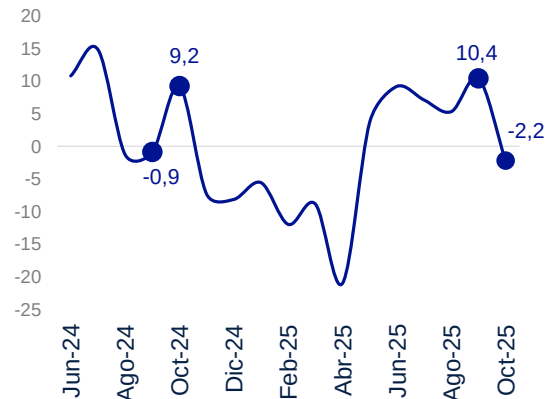
EDUCACIÓN ²



UNIVERSIDAD E INSTITUTOS ³



OTROS EDUCACIÓN ⁴



(1) Información al 31 de octubre 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.

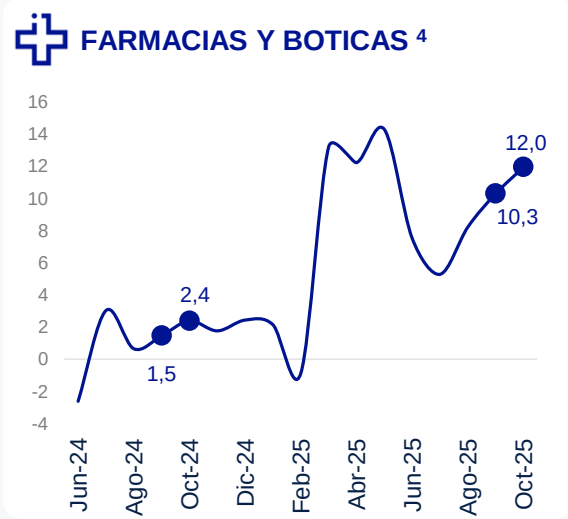
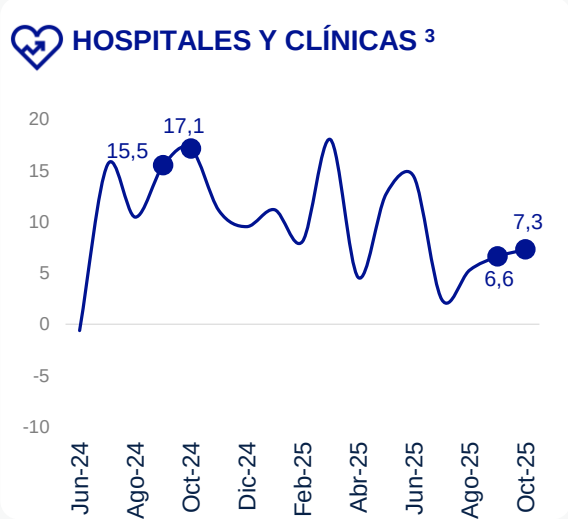
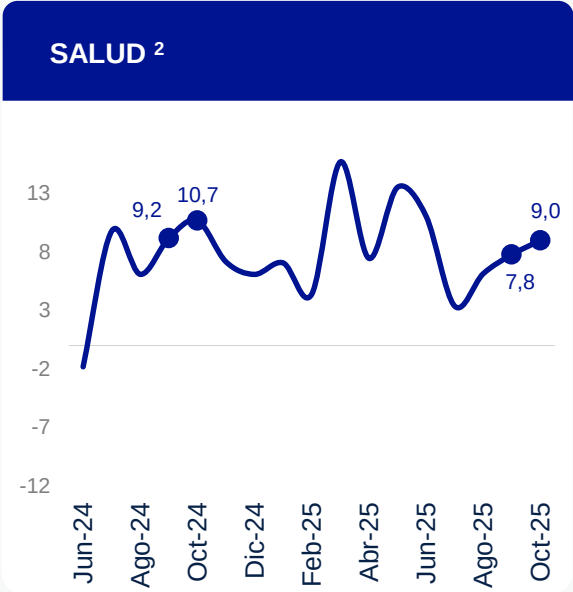
(3) Universidades e Institutos representó el 69% de los gastos en Educación en 2024.

(4) Otros representó el 23% de los gastos en Educación y hace referencia a los gastos en academias (inglés y deportivas, por ejemplo), cursos on line en plataformas educativas, talleres, etc. en 2024

Fuente: BBVA

Gasto en Salud y subcomponentes

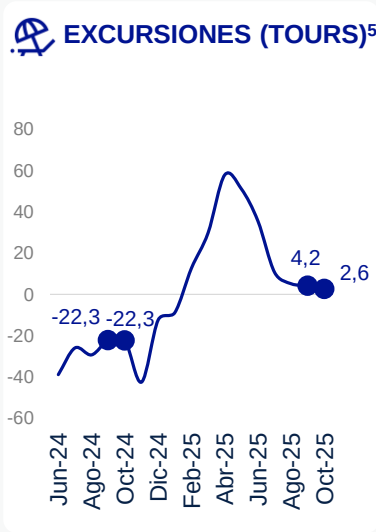
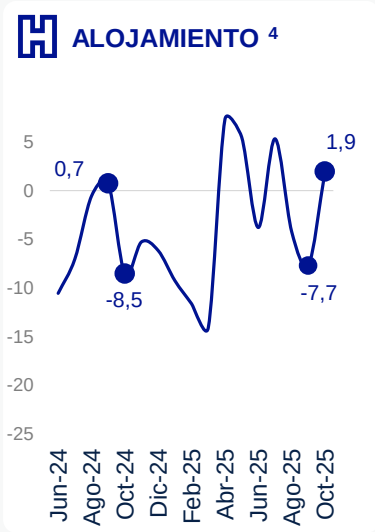
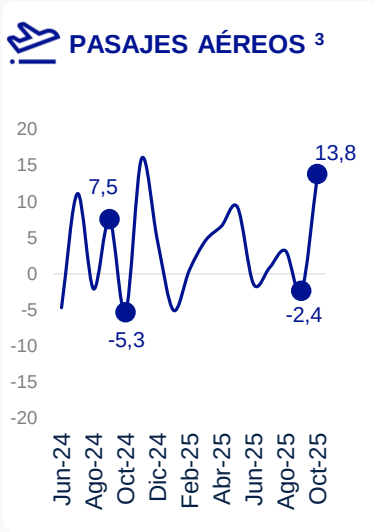
COMPRAS CON TARJETAS ¹ (VAR. % INTERANUAL EN TÉRMINOS REALES)



(1) Información al 31 de octubre 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 representó el 57% de los gastos en Salud en 2024.
(4) Farmacias y boticas representó el 41% de los gastos en Salud en 2024.
Fuente: BBVA

Gasto en Turismo y subcomponentes

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



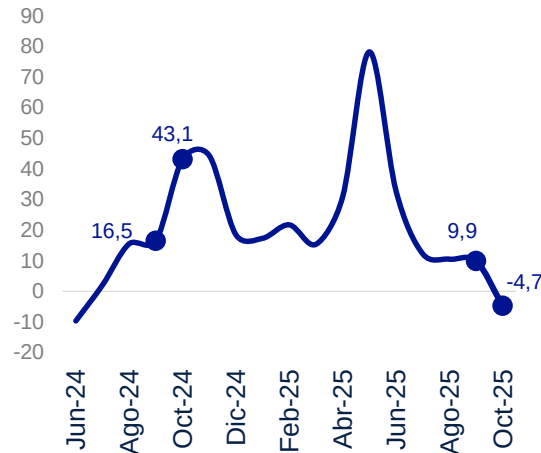
(1) Información al 31 de octubre de 2025. La corrección por inflación se realiza con el IPC de Lima Metropolitana.
(2) Incluye gasto en alojamiento, pasajes, peaje, souvenirs, tours.
(3) Pasajes aéreos representó el 52% de los gastos en Turismo en 2024.
(4) Alojamiento representó el 26% de los gastos en Turismo en 2024.
(5) Tours representó el 16% de Turismo en 2024.
Fuente: BBVA

Gasto en Entretenimiento y subcomponentes

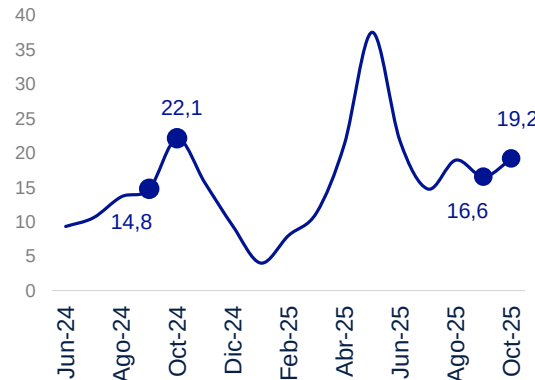
COMPRAS CON TARJETAS ¹

(VAR. % INTERANUAL EN TÉRMINOS REALES)

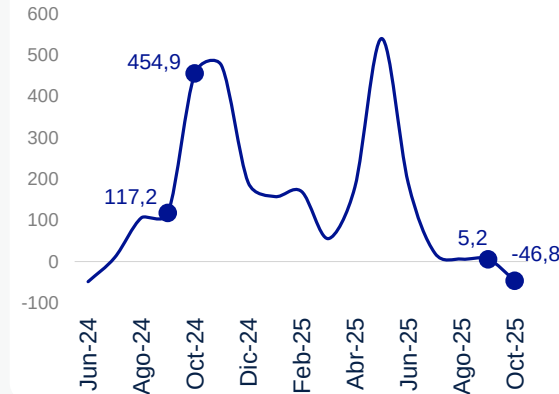
ENTRETENIMIENTO ²



CASINOS Y LOTERIAS ³



CINE, TEATRO Y OTROS ESPECTÁCULOS ⁴



(1) Información al 31 de octubre 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 representó el 33% del gasto total en Entretenimiento en 2024.

(4) Cine, teatro, y espectáculos representó el 16% del gasto total en Entretenimiento en 2024.

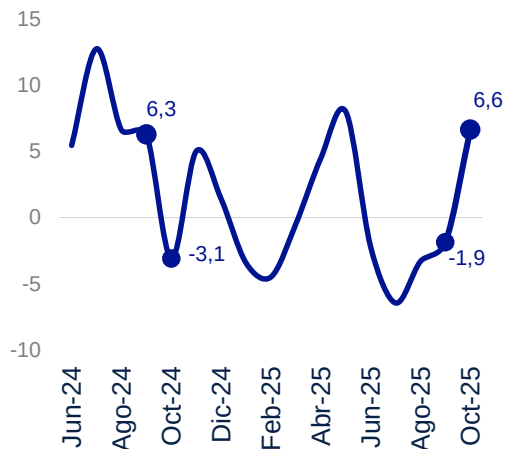
Fuente: BBVA

Gasto para el Hogar y subcomponentes

COMPRAS CON TARJETAS ¹

(VAR. % INTERANUAL EN TÉRMINOS REALES)

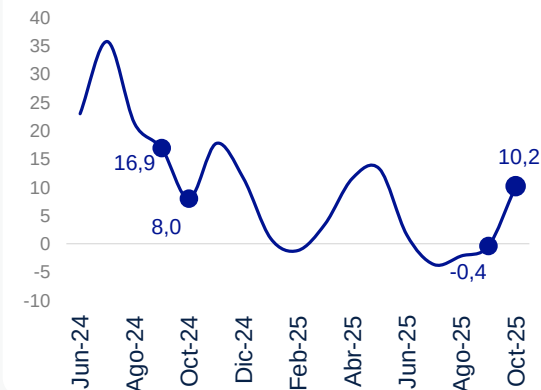
HOGAR ²



MUEBLES Y DECORACIÓN ³



MANTENIMIENTO DE CASA O DEPARTAMENTO ⁴



(1) Información al 31 de octubre 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 representó el 17% del gasto total para el Hogar en 2024.

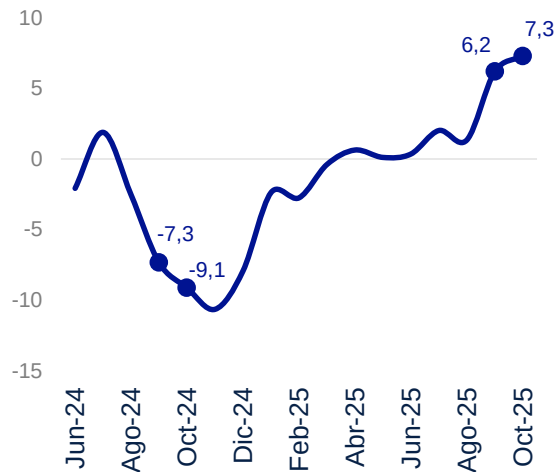
(4) Mantenimiento de casa o departamento representó el 72% del gasto total para el Hogar en 2024.

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 31 de octubre 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 representó el 58% del gasto total en Transporte en 2024.

(4) Taxis y pedidos de delivery representó el 14% del gasto total en Transporte en 2024.

Fuente: BBVA

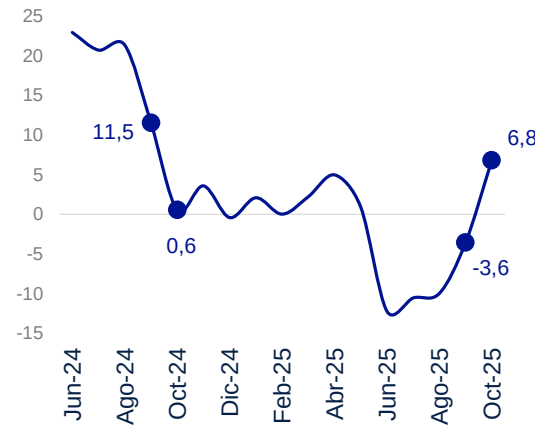
Gasto en Moda y Belleza y subcomponentes

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

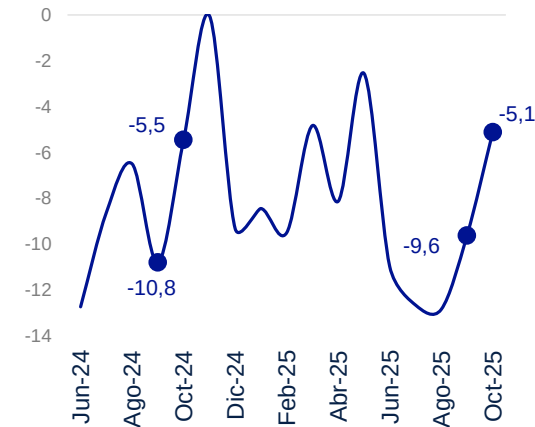
MODA Y BELLEZA ²



MODA ³



SALONES DE BELLEZA Y SPA ⁴



(1) Información al 31 de octubre 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 representó el 81% del gasto total en Moda y Belleza en 2024.

(4) Salones de Belleza y spa representó el 10% del gasto en Moda y Belleza en 2024.

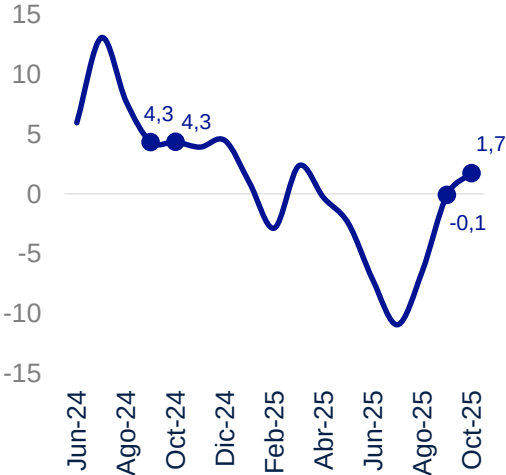
Fuente: BBVA

Gasto en Servicios Públicos Residenciales y subcomponentes

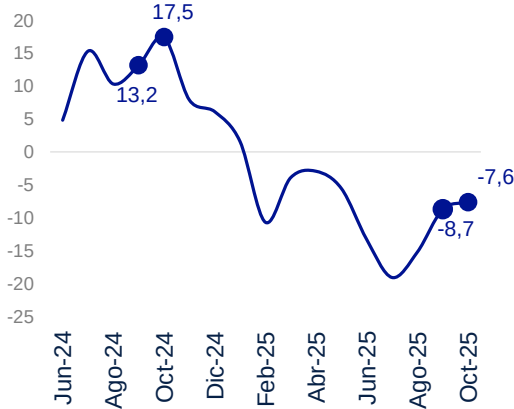
COMPRAS CON TARJETAS ¹

(VAR. % INTERANUAL EN TÉRMINOS REALES)

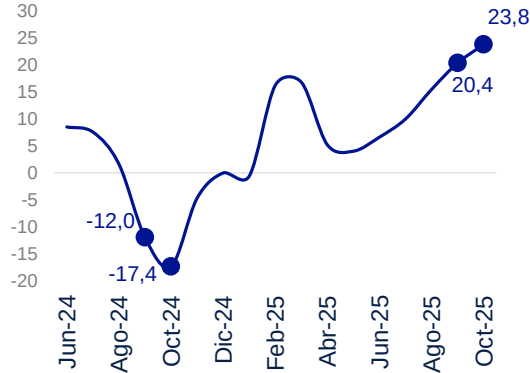
SERVICIOS PÚBLICOS Y RESIDENCIALES ²



TELEFONÍA, INTERNET, CABLE ³



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



(1) Información al 31 de octubre 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 representó el 70% del gasto total en Servicios Públicos Residenciales en 2024.

(4) Otros representó el 30% del gasto total en Servicios Públicos Residenciales en 2024.

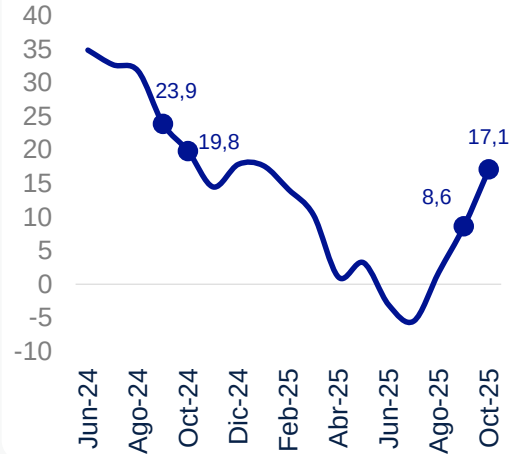
Fuente: BBVA

Gasto en Otras compras y subcomponentes

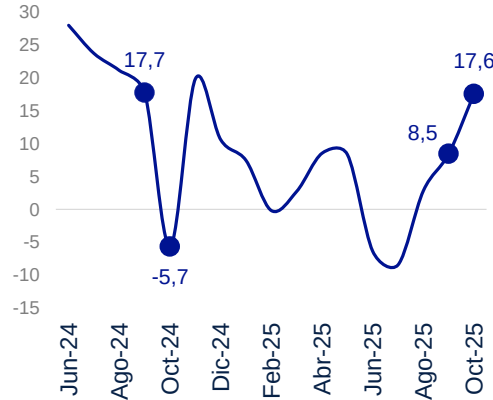
COMPRAS CON TARJETAS ¹

(VAR. % INTERANUAL EN TÉRMINOS REALES)

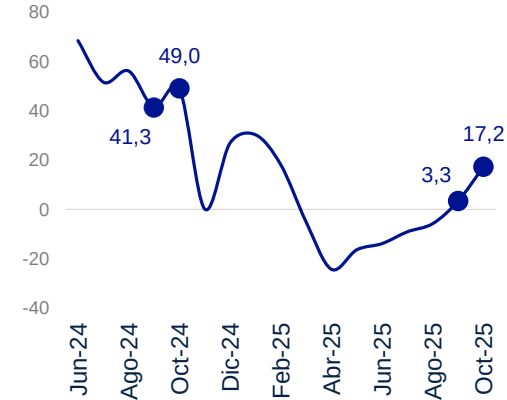
OTRAS COMPRAS ²



TIENDAS POR DEPARTAMENTO ³



ELECTRÓNICA ⁴



(1) Información al 31 de octubre de 2025. La corrección por inflación se realiza con el IPC de Lima Metropolitana.

(2) Incluye tiendas por departamento, productos electrónicos, juegos y videojuegos, fotografía, entre otros.

(3) Tiendas por departamentos representó el 31% del gasto de Otras Compras en 2024.

(4) Electrónica representó el 30% del gasto de Otras Compras en 2024.

Fuente: BBVA

1.B

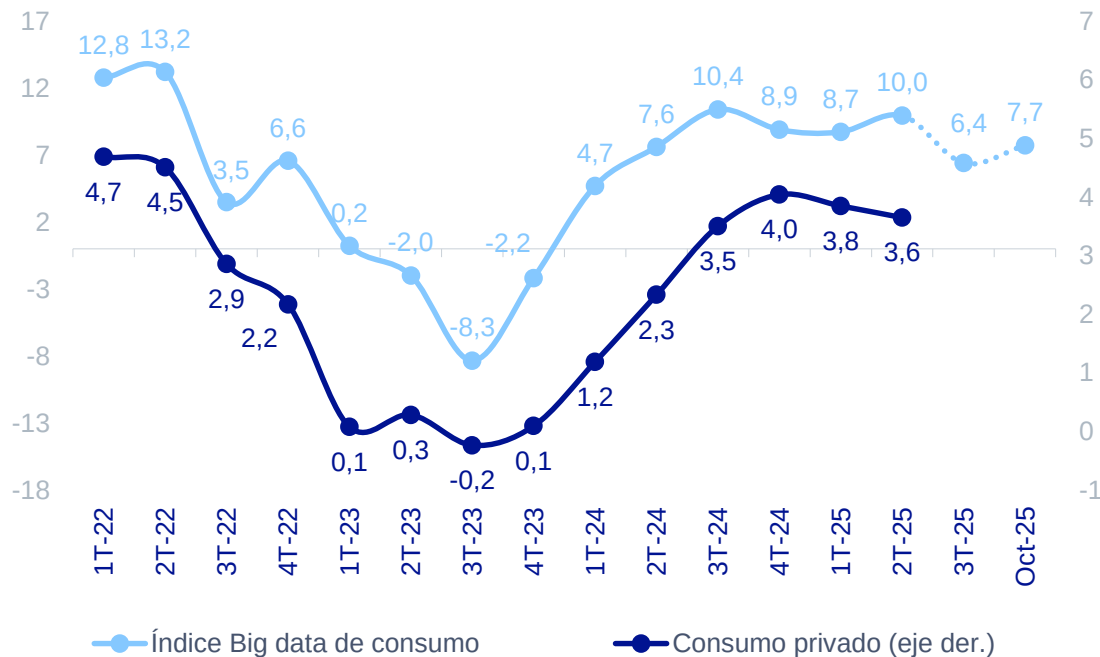
Índice Big Data y Consumo privado (trimestre)

Desde una perspectiva trimestral, el Índice Big Data de Consumo mostró una aceleración al inicio del cuarto trimestre (octubre).

El tercer trimestre estuvo condicionado por una alta base de comparación: los retiros de fondos previsionales en 2024 se concentraron en ese período. Si bien este efecto persiste a inicios del cuarto trimestre, tiende a disiparse y, en ese contexto, la tasa de crecimiento interanual del índice Big Data aumentó en octubre.

El consumo de los hogares se ha visto respaldado por la mejora del mercado laboral, la aceleración del crédito de consumo, y un entorno de estabilidad de precios.

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 31 de octubre de 2025.
Fuente: BCRP y BBVA

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 31 de octubre 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

07 de noviembre

Información al 31 de octubre 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.bbvarresearch.com.

