

05 de diciembre

Información al 30 de noviembre 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) creció 16,7 % a/a en noviembre, mostrando una fuerte aceleración respecto de los meses previos (7,7% a/a en octubre, 10,5 % a/a en septiembre) (ver diapositiva 6).

La mejora se dio en un contexto de inicio de pagos por retiros extraordinarios de fondos previsionales (comenzaron el 21 de noviembre) que otorgan liquidez adicional a los hogares.

(ver diapositiva 6)



## Entorno económico

El gasto de consumo sigue encontrando soporte en el buen desempeño del mercado laboral. Destaca la creación de empleo, sobretodo el formal y de calidad, y la mejora de los ingresos, lo que resulta en una expansión de la masa salarial. Además, 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 noviembre en 8,7 % m/m.



## Crecimiento interanual en 4T25

El Índice Big Data de Consumo Privado mostró un crecimiento de 12,2% a/a en lo que va del cuarto trimestre (octubre y noviembre) (3T25: 6,4 %).

La aceleración estuvo en línea con la menor base de comparación (los retiros de fondos previsionales del año anterior perdieron fuerza en el cuarto trimestre) y con el inicio de los retiros de fondos previsionales de este año.

(ver diapositiva 20)



# Mensajes principales

## Componentes de gasto



En noviembre, se observó una aceleración generalizada de todos los componentes, a excepción de Turismo.

Dentro de los sectores con mejoras más marcadas se encontraron Alimentos (en particular gasto en restaurantes), Bienes y Servicios para el Hogar y Moda y Belleza.

También se observó una aceleración en el gasto en Tiendas por Departamentos.

(ver diapositiva 8-19).

## 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)**

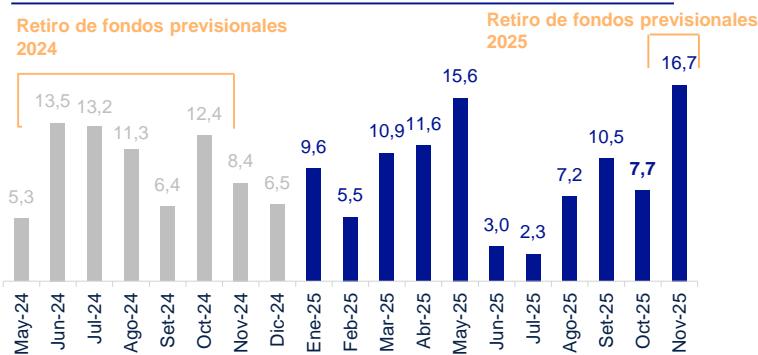
MÓDULO 01.C

**Digitalización  
del gasto en  
consumo**

# 1. Índice de Big Data de Consumo

# El Índice Big Data de Consumo aceleró su crecimiento en noviembre, apoyado en el mercado laboral, el crédito, y ...

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



## VAR. % INTERMENSUAL (CORREGIDO POR ESTACIONALIDAD) <sup>2</sup>

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

(1) Información diaria al 30 de noviembre 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	Dic-24	Mar-25	Jun-25	Sep-25	Oct-25	Nov-25
Empleo Formal Nacional							
Puestos formales	0,6	4,9	7,8	4,8	4,6		
Privados	0,5	6,2	9,8	6,3	5,9		
Ingreso laboral (ajustado por inflación)	1,8	1,8	3,2	1,2	4,4		
Masa salarial (ajustado por inflación)	2,4	6,8	11,3	6,1	9,1		
Empleo en Lima Metropolitana							
Ocupados	4,6	4,4	1,7	0,4	3,9	3,9	
Tasa de subempleo (% ocupados)	42%	37%	36%	35%	34%	34%	
Ingreso laboral (ajustado por inflación)	3,3	7,4	5,2	7,3	10,1	10,0	
Masa salarial (ajustado por inflación)	8,1	12,1	7,0	7,7	14,4	14,3	
Créditos de consumo (sistema bancario)	7,3	-2,5	0,1	6,0	11,5	10,1	
Confianza del consumidor	44	43	45	47	47	47	48

(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 el inicio de los pagos por retiros de fondos previsionales

El indicador mostró un mejor desempeño durante noviembre, con una tendencia a acelerarse conforme avanzaban las semanas. En ese mes coincidió el inicio de nuevos retiros de fondos previsionales (pagos desde el día 21) que generó desde el inicio del mes un adelanto y un impulso extraordinario en el consumo de los hogares.

## ÍNDICE BIG DATA DE CONSUMO 2025<sup>1</sup> (TÉRMINOS REALES, PROMEDIO OCTUBRE 2024 = 100)



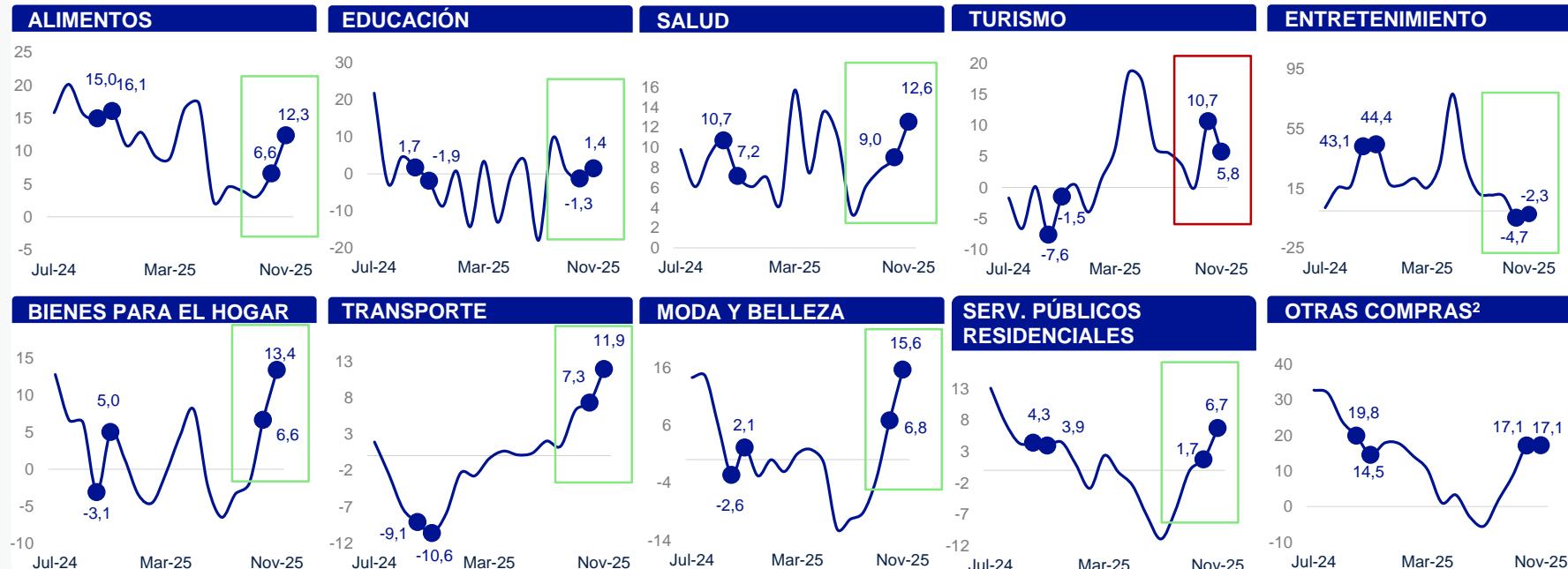
\* Se adelanta un días por factores estacionales de la semana (los sábados se presentan los mayores gastos de la semana). Con el cambio se consigue una coincidencia en el gráfico.  
Fuente: BCRP

1.A

# Índice Big Data por componentes y subcomponentes

# Índice Big Data de Consumo por componentes

## COMPRAS CON TARJETAS<sup>1</sup> (VAR. % INTERANUAL EN TÉRMINOS REALES)



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

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

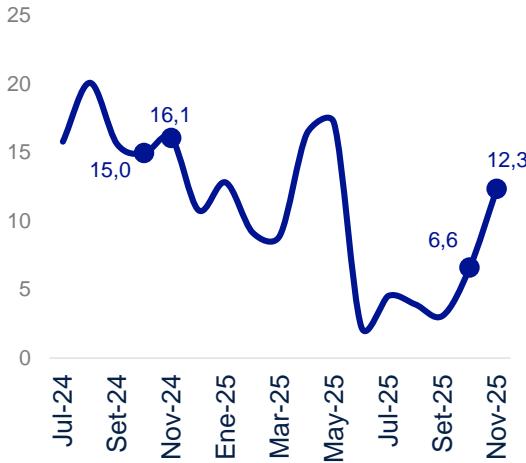
Fuente: BBVA

# Gasto en Alimentos y subcomponentes

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

(VAR. % INTERANUAL EN TÉRMINOS REALES)

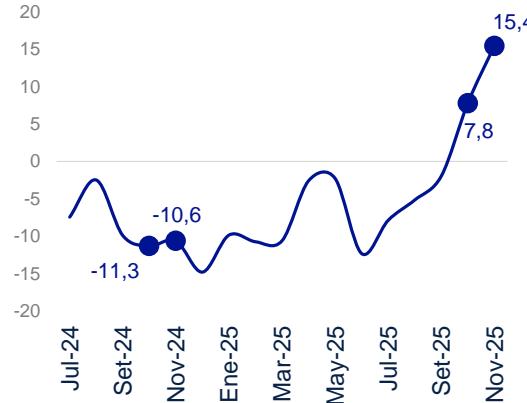
### ALIMENTOS <sup>2</sup>



### SUPERMERCADOS <sup>3</sup>



### RESTAURANTES <sup>4</sup>



(1) Información al 30 de noviembre 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.

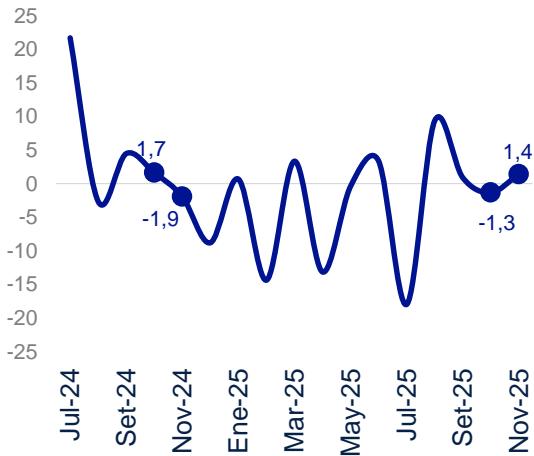
Fuente: BBVA

# Gasto en Educación y subcomponentes

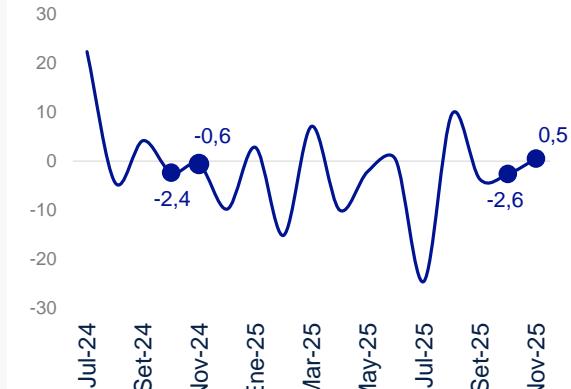
## COMPRAS CON TARJETAS <sup>1</sup>

(VAR. % INTERANUAL EN TÉRMINOS REALES)

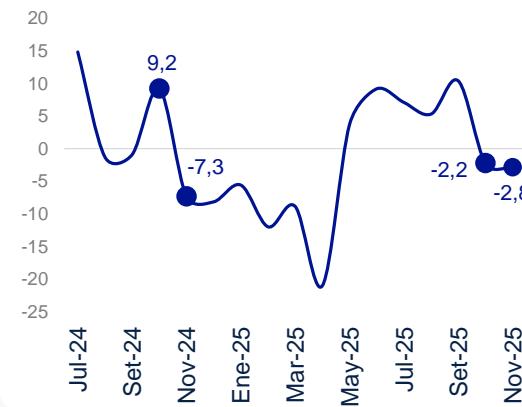
### EDUCACIÓN <sup>2</sup>



### UNIVERSIDAD E INSTITUTOS <sup>3</sup>



### OTROS EDUCACIÓN <sup>4</sup>



(1) Información al 30 de noviembre 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

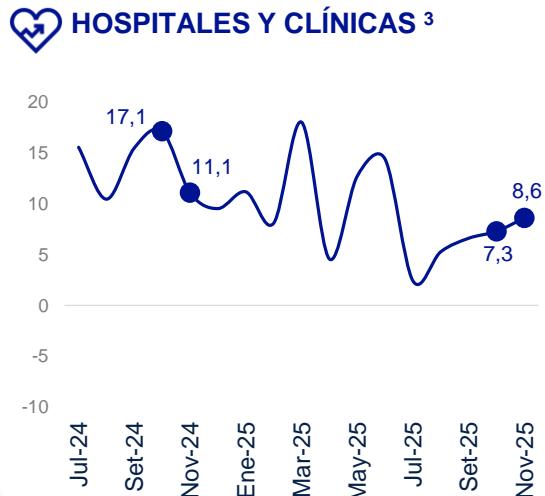
## COMPRAS CON TARJETAS <sup>1</sup>

(VAR. % INTERANUAL EN TÉRMINOS REALES)

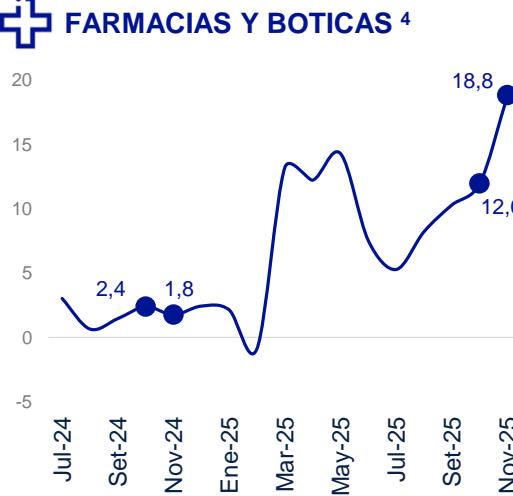
### SALUD <sup>2</sup>



### HOSPITALES Y CLÍNICAS <sup>3</sup>



### FARMACIAS Y BOTICAS <sup>4</sup>



(1) Información al 30 de noviembre 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

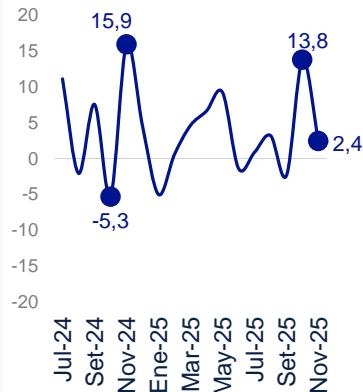
## COMPRAS CON TARJETAS <sup>1</sup>

(VAR. % INTERANUAL EN TÉRMINOS REALES)

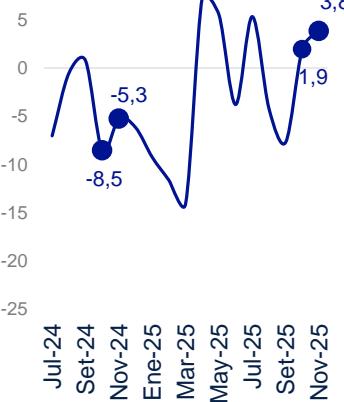
### TURISMO <sup>2</sup>



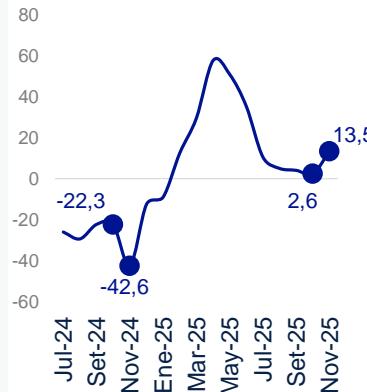
### PASAJES AÉREOS <sup>3</sup>



### ALOJAMIENTO <sup>4</sup>



### EXCURSIONES (TOURS) <sup>5</sup>



(1) Información al 30 de noviembre 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

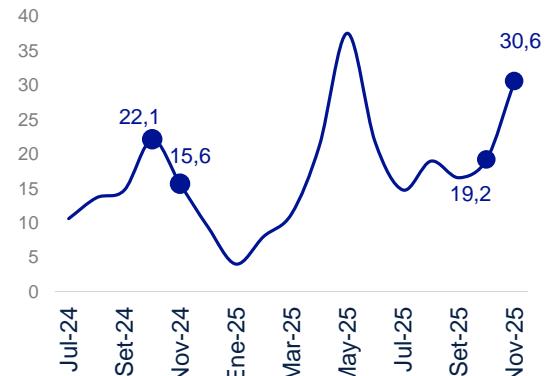
## COMPRAS CON TARJETAS <sup>1</sup>

(VAR. % INTERANUAL EN TÉRMINOS REALES)

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



### CASINOS Y LOTERIAS <sup>3</sup>



### CINE, TEATRO Y OTROS ESPECTÁCULOS <sup>4</sup>



(1) Información al 30 de noviembre 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 diversiones.

(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.

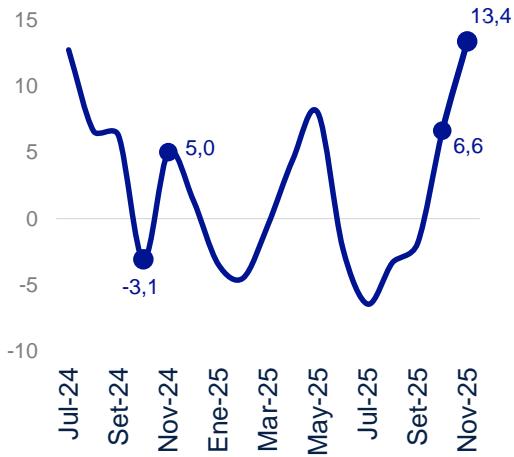
Fuente: BBVA

# Gasto en Bienes para el Hogar y subcomponentes

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

(VAR. % INTERANUAL EN TÉRMINOS REALES)

### BIENES PARA EL HOGAR <sup>2</sup>



### MUEBLES Y DECORACIÓN <sup>3</sup>



### MANTENIMIENTO DE CASA O DEPARTAMENTO <sup>4</sup>



(1) Información al 30 de noviembre 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.

Fuente: BBVA

# Gasto en Transporte y subcomponentes

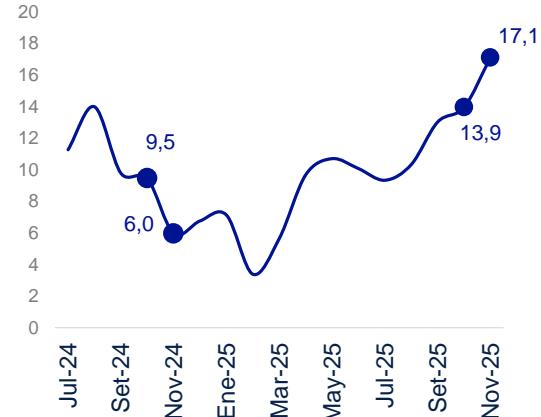
## COMPRAS CON TARJETAS <sup>1</sup>

(VAR. % INTERANUAL EN TÉRMINOS REALES)

### TRANSPORTE <sup>2</sup>



### COMBUSTIBLE <sup>3</sup>



### TAXIS Y PEDIDOS DE DELIVERY <sup>4</sup>



(1) Información al 30 de noviembre 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.

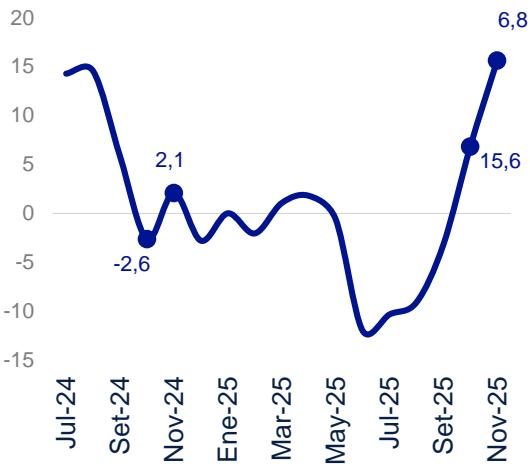
Fuente: BBVA

# Gasto en Moda y Belleza y subcomponentes

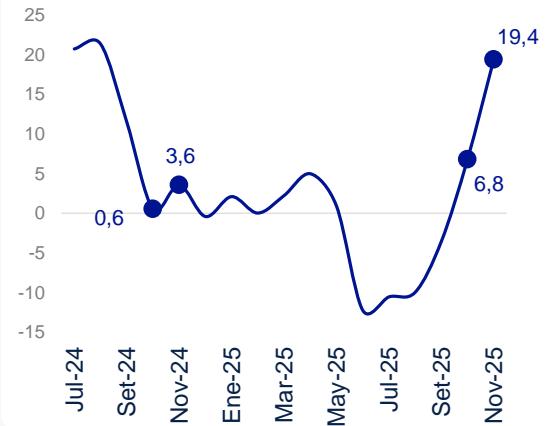
## COMPRAS CON TARJETAS <sup>1</sup>

(VAR. % INTERANUAL EN TÉRMINOS REALES)

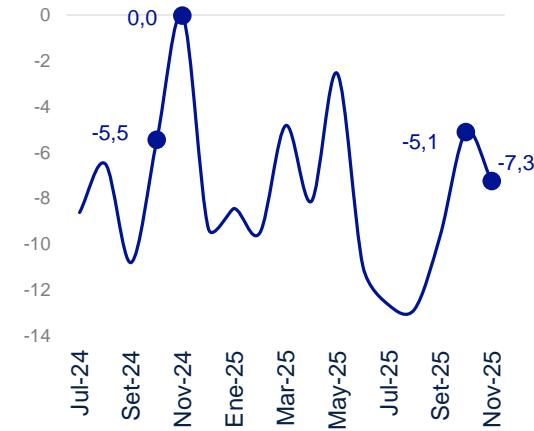
### MODA Y BELLEZA <sup>2</sup>



### MODA <sup>3</sup>



### SALONES DE BELLEZA Y SPA <sup>4</sup>



(1) Información al 30 de noviembre 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.

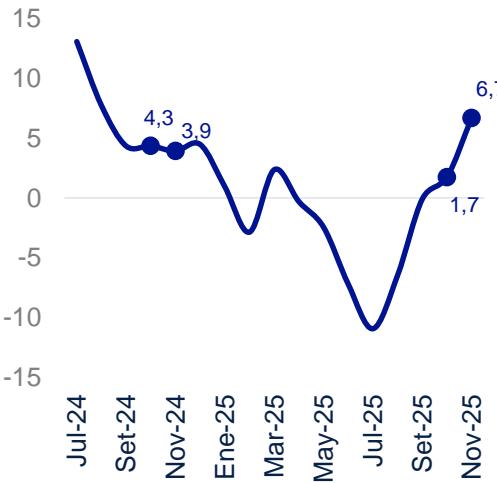
Fuente: BBVA

# Gasto en Servicios Públicos Residenciales y subcomponentes

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

(VAR. % INTERANUAL EN TÉRMINOS REALES)

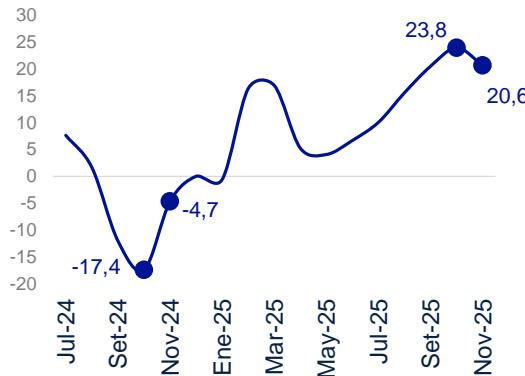
### SERVICIOS PÚBLICOS Y RESIDENCIALES <sup>2</sup>



### TELEFONÍA, INTERNET, CABLE <sup>3</sup>



### OTROS (INCLUYE SERVICIOS DE AGUA, ELECTRICIDAD Y CUENTAS DE STREAMING) <sup>4</sup>



(1) Información al 30 de noviembre 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.

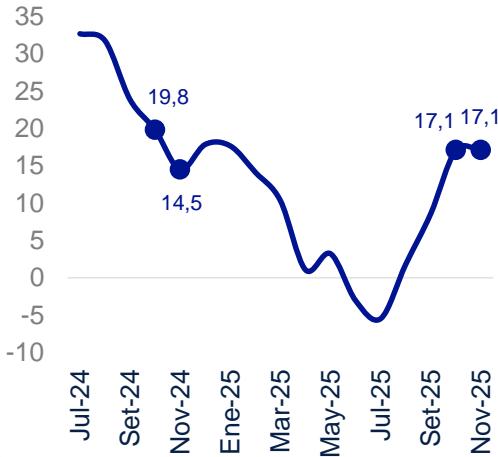
Fuente: BBVA

# Gasto en Otras compras y subcomponentes

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

(VAR. % INTERANUAL EN TÉRMINOS REALES)

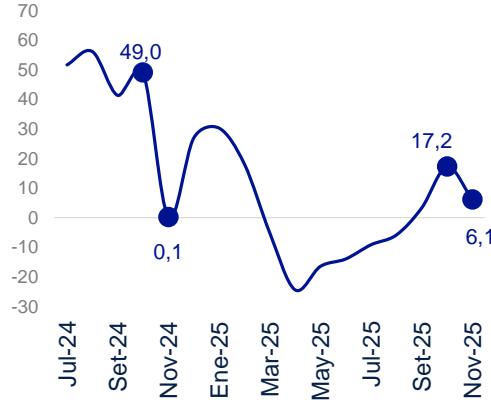
### OTRAS COMPRAS <sup>2</sup>



### TIENDAS POR DEPARTAMENTO <sup>3</sup>



### ELECTRÓNICA <sup>4</sup>



(1) Información al 30 de noviembre 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 (incluye empresas dedicadas a la venta de celulares, relojes inteligentes y softwares) de representó el 30% del gasto de Otras Compras en 2024.

Fuente: BBVA

1.B

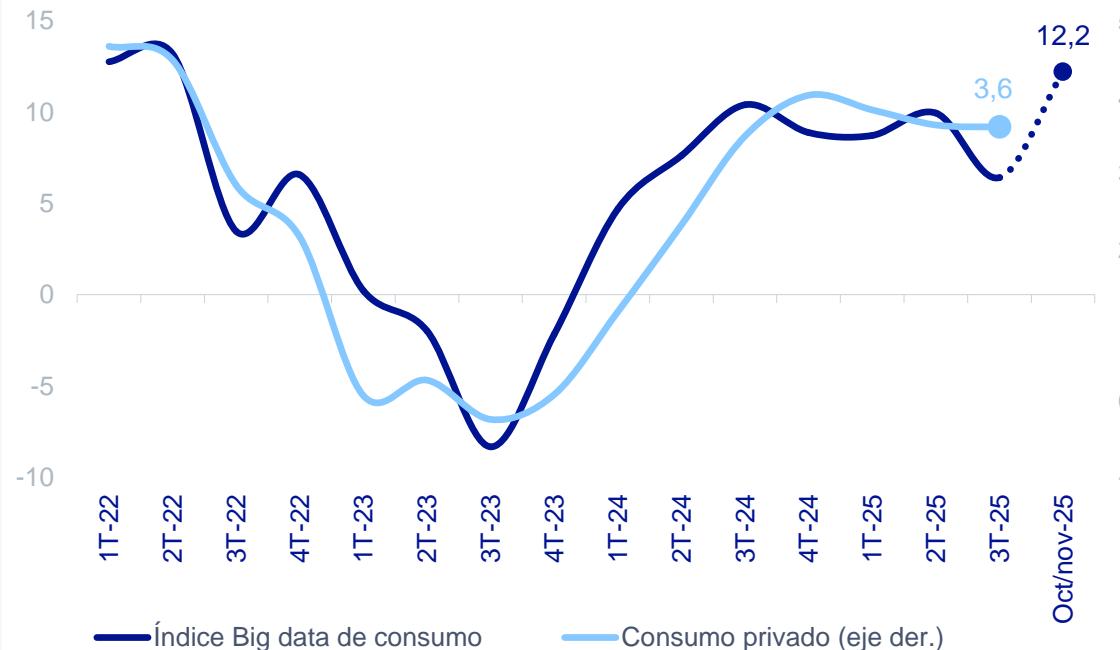
# Índice Big Data y Consumo privado (trimestre)

## Desde una perspectiva trimestral, el Índice Big Data de Consumo mostró una aceleración en lo que va del cuarto trimestre

En octubre y noviembre se observó una aceleración marcada que contrastó con el avance moderado del tercer trimestre. Por un lado, se dejó atrás la alta base de comparación del 2024 a causa de los retiros de fondos previsionales de ese año; y de otro, hubo un aumento en la liquidez de los hogares por el inicio de los nuevos retiros de 2025.

El consumo de los hogares sigue apoyado por la mejora del mercado laboral, el avance en el crédito de consumo y estabilidad de precios.

### CONSUMO PRIVADO E ÍNDICE BIG DATA DE CONSUMO<sup>1</sup> (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 noviembre de 2025.  
Fuente: BCRP y BBVA

1.C

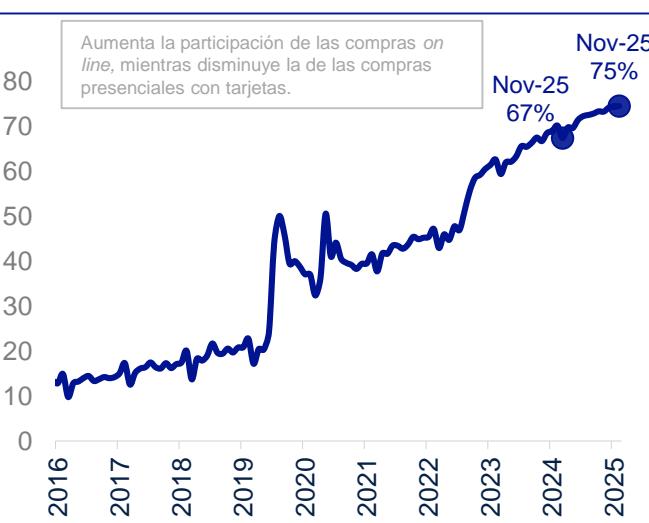
# Digitalización del gasto en consumo

# La digitalización del gasto de consumo continúa ganando terreno, prolongando su tendencia ascendente

## COMPRAS REALIZADAS CON TARJETAS COMO PORCENTAJE DEL GASTO TOTAL<sup>1,2</sup> (% CON RESPECTO AL GASTO TOTAL QUE INCLUYE RETIROS DE DINERO)



## PARTICIPACIÓN DEL CANAL ONLINE<sup>1,3</sup> (% DENTRO DEL TOTAL DE COMPRAS)



(1) Información diaria al 30 de noviembre 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

05 de diciembre

Información al 30 de noviembre 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.bbvareresearch.com](http://www.bbvareresearch.com).

