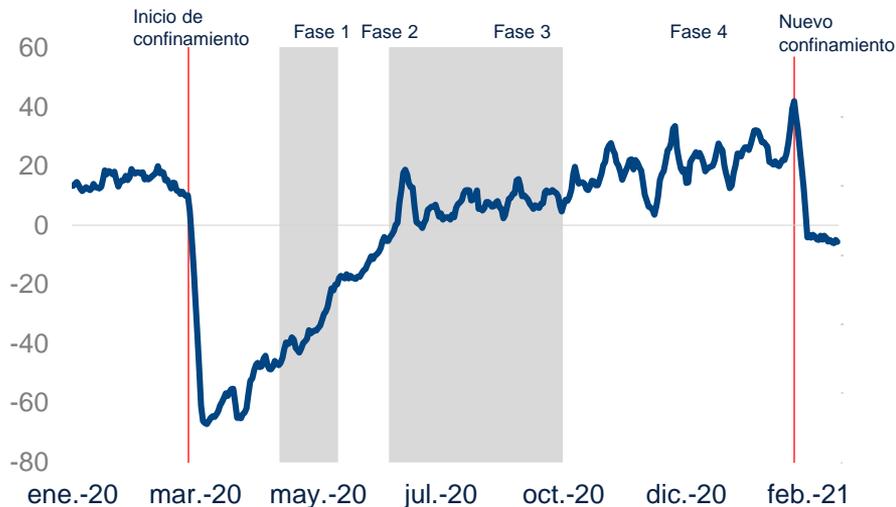


# Perú | Análisis del impacto de la COVID-19 sobre el consumo con datos en tiempo real

Información al 22 de febrero de 2021

# En febrero, las compras con tarjetas cayeron 4,3% interanual

## PERÚ: COMPRAS CON TARJETAS <sup>1/2/</sup> (VAR.% INTERANUAL, ACUMULADO 7 DÍAS)



Var. % interanual (promedio mensual)

ene. 20	feb. 20	mar. 20	abr. 20	may. 20	jun. 20	jul. 20	ago. 20	set. 20	oct. 20	nov. 20	dic. 20	ene. 21	feb. 21
18,0	21,3	-26,7	-52,5	-35,5	-11,7	6,9	6,2	10,2	18,9	16,1	22,2	26,9	-4,3

1/ Información al 22 de febrero de 2021. Se utiliza información de los montos de compras con tarjetas de crédito y débito que realizan las familias. 2/ Cada fase hace referencia a las etapas de reanudación de la actividad económica.

Fuente: BBVA

- En el mes de febrero, el consumo con tarjetas disminuyó en 4,3% con respecto a similar mes del año previo (26,9% en enero de 2021).
- Se vio un fuerte incremento de la participación de las compras on-line con tarjetas, en línea con las nuevas restricciones de movilidad (inició el 31 de enero).
- En el segundo mes del año, el gasto en salud, alimentos y Bs y Ss del hogar moderó su dinamismo, luego de una fuerte expansión en los días previos al inicio del nuevo confinamiento. Además, las compras con tarjetas en rubros relacionados a alojamiento y turismo continuaron acentuaron retrocesos en las últimas semanas. Asimismo, hubo una fuerte caída en febrero en gasto en servicios como transporte, restaurantes, entretenimiento y moda y belleza.
- Las nuevas medidas de confinamiento obligatorio focalizadas que empezaron el 31 de enero de 2021 ralentizarán la recuperación del gasto en el primer trimestre de 2021.

# Fuerte incremento de la participación de las compras on-line con tarjetas

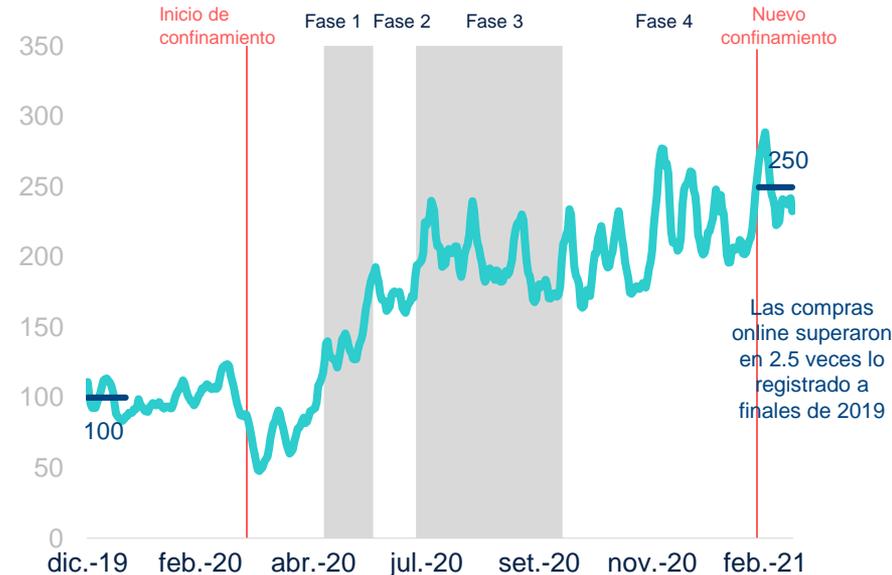
## PARTICIPACIÓN DE COMPRAS ON LINE CON TARJETAS <sup>1/ 2/</sup>

(% COMPRAS TOTAL CON TARJETAS, PROMEDIO 7 DÍAS)



## MONTO TOTAL DE COMPRAS HECHAS POR EL CANAL ON LINE CON TARJETAS <sup>1/ 2/</sup>

(ÍNDICE, DIC2019=100, PROMEDIO 7 DÍAS)



1/ Información al 22 de febrero de 2021. Se utiliza información de los montos de compras con tarjetas de crédito y débito que realizan las familias, de manera no presencial. 2/ Cada fase hace referencia a las etapas de reanudación de la actividad económica.

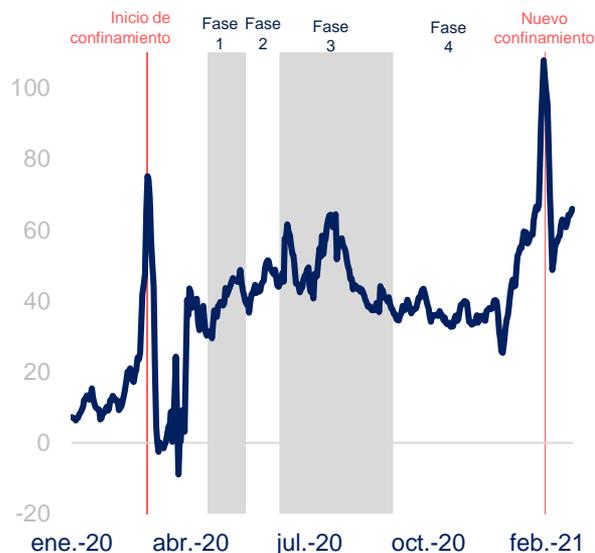
Fuente: BBVA

# Gasto en salud, alimentos y Bs y Ss para el hogar se moderó luego de fuerte expansión en los días previos al inicio del nuevo confinamiento

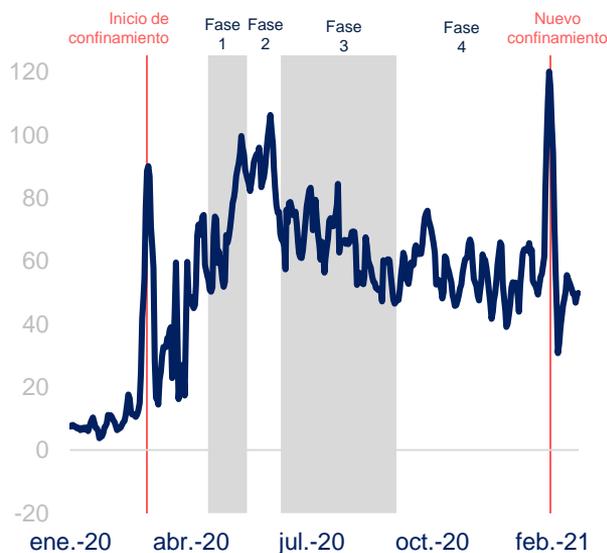
## COMPRAS CON TARJETAS <sup>1/2/</sup>

(VARIACIÓN ANUAL, %, PROMEDIO 7 DIAS)

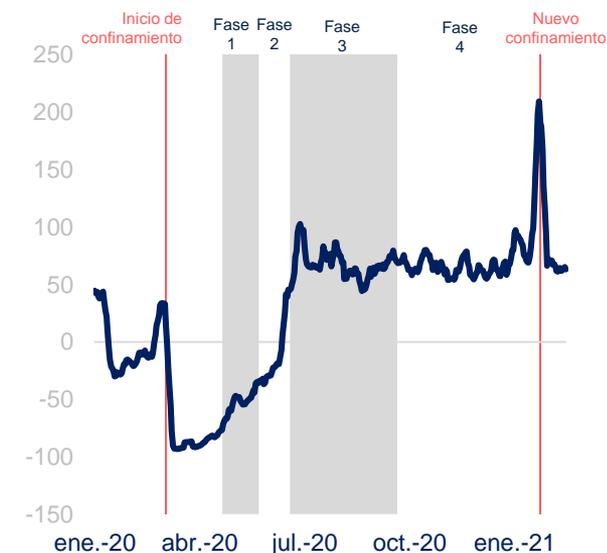
### FARMACIAS Y BOTICAS



### SUPERMERCADOS



### Bs y Ss PARA EL HOGAR <sup>3/</sup>



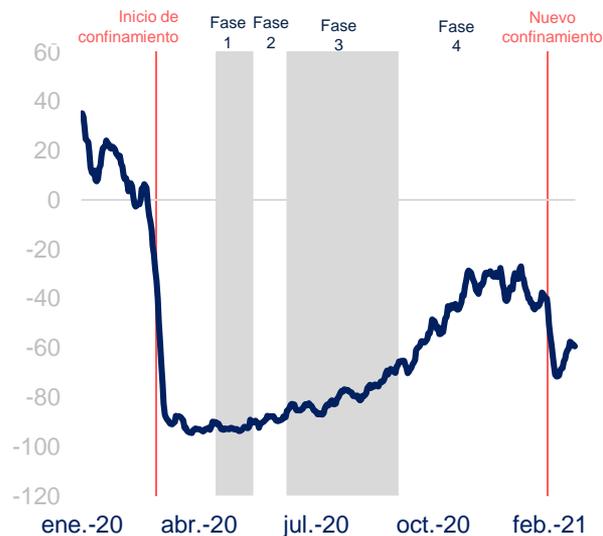
1/ Información al 22 de febrero de 2021. 2/ Cada fase hace referencia a las etapas de reanudación de la actividad económica. 3/ Bs y Ss para el hogar incluye: decoración y muebles, jardinería, alquiler, lavandería, y mascotas. 3/ Servicios públicos para el hogar incluye: teléfono, internet, clave, y otros  
Fuente: BBVA

# Compras con tarjetas en rubros relacionados a alojamiento y turismo acentuaron retrocesos en la últimas semanas

## COMPRAS CON TARJETAS <sup>1/2/</sup>

(VARIACIÓN ANUAL, %, PROMEDIO 7 DIAS)

### ALOJAMIENTO



### PASAJES



### EXCURSIONES (TOURS)



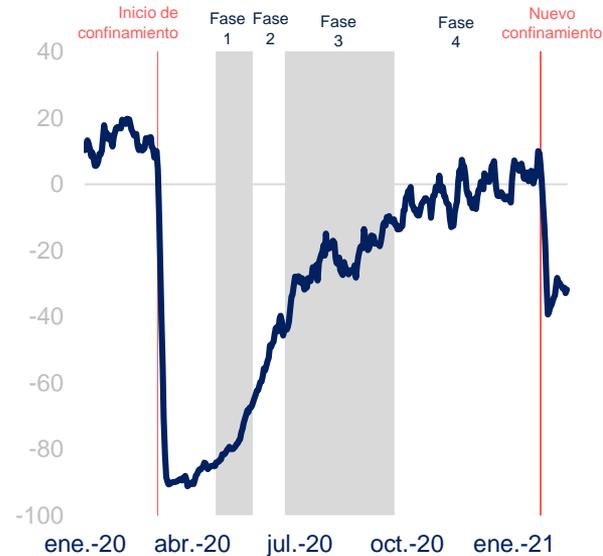
1/ Información al 22 de febrero de 2021. 2/ Cada fase hace referencia a las etapas de reanudación de la actividad económica.

Fuente: BBVA

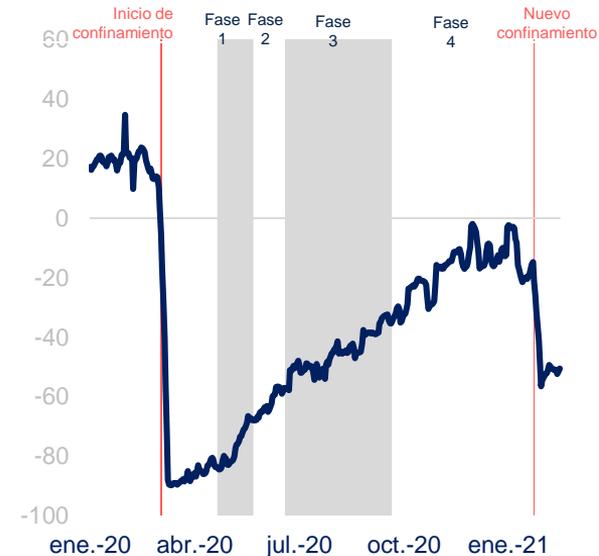
# Fuerte caída en febrero en gasto en servicios como transporte, restaurantes...

**COMPRAS CON TARJETAS** <sup>1/ 2/</sup>  
(VARIACIÓN ANUAL, %, PROMEDIO 7 DIAS)

## TRANSPORTE <sup>3/</sup> 🚗



## RESTAURANTES 🍴



1/ Información al 22 de febrero de 2021. 2/ Cada fase hace referencia a las etapas de reanudación de la actividad económica. 3/ Incluye compra de combustible, gasto en transporte público y taxis, mantenimiento de autos, y otros.

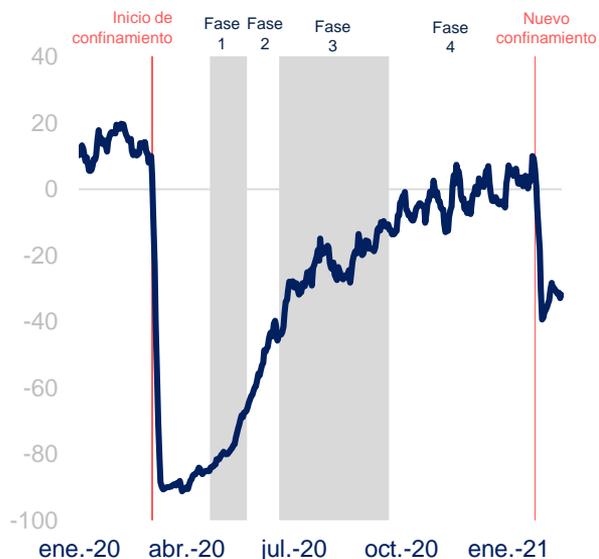
Fuente: BBVA

# ...entretenimiento y moda y belleza

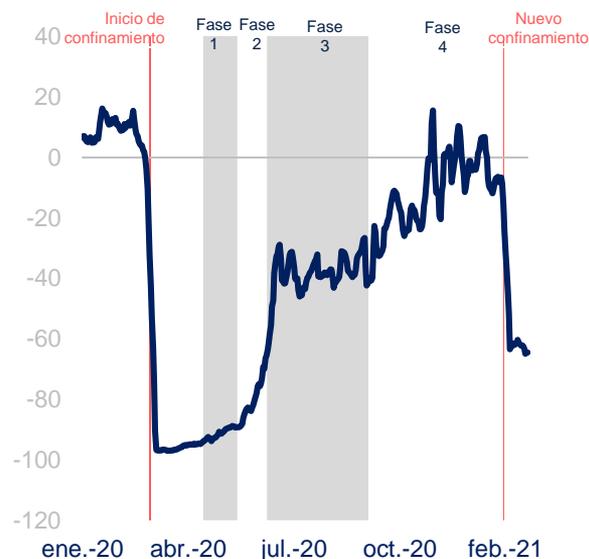
## COMPRAS CON TARJETAS <sup>1/ 2/</sup>

(VARIACIÓN ANUAL, %, PROMEDIO 7 DIAS)

### ENTRETENIMIENTO <sup>3/</sup>



### MODA



### SALONES DE BELLEZA

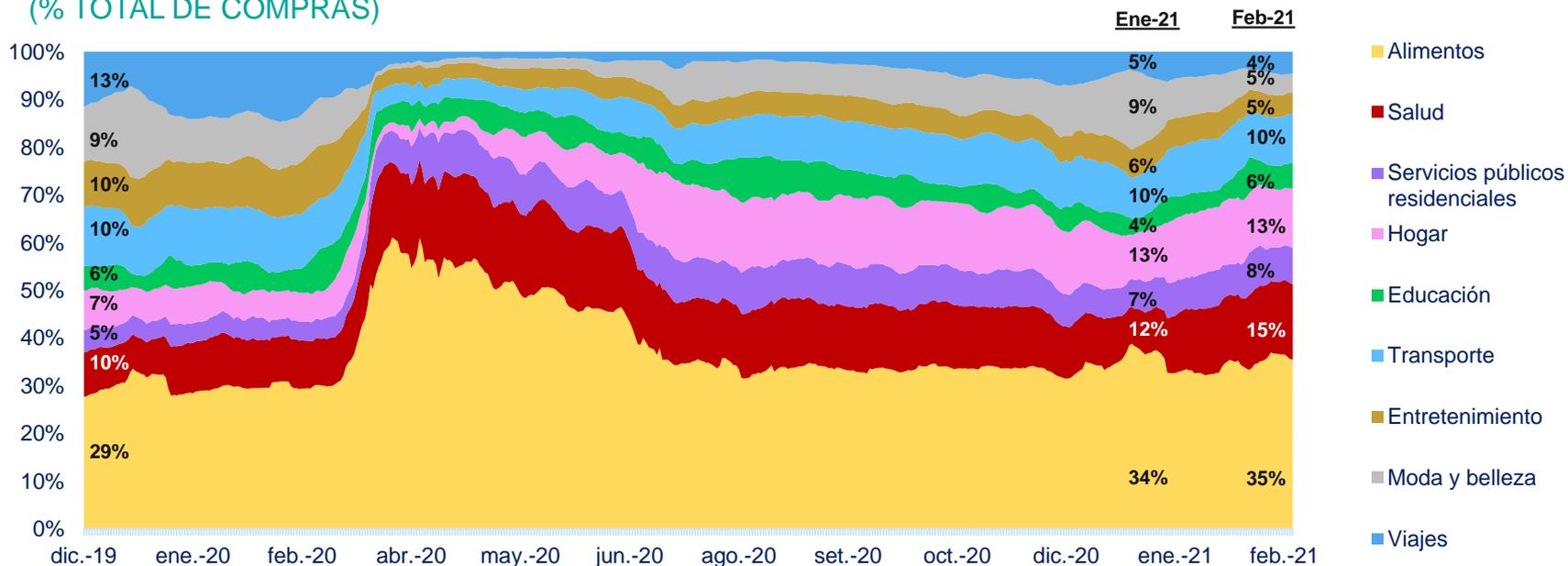


1/ Información al 22 de febrero de 2021. 2/ Cada fase hace referencia a las etapas de reanudación de la actividad económica. 3/ Incluye bares y discotecas, casinos y loterías, cine, teatro, clubs, deporte y gimnasios, museos, suscripciones, entre otros

Fuente: BBVA

# En febrero, hubo un aumento en la participación del gasto en alimentos, salud, y bienes y servicios para el hogar

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



<sup>1/</sup> Información al 22 de febrero de 2021. No considera pagos legales y de tributación, pagos financieros, EPS y seguros.

Fuente: BBVA

# En febrero, el monto total de retiros de efectivo también mostró una caída importante

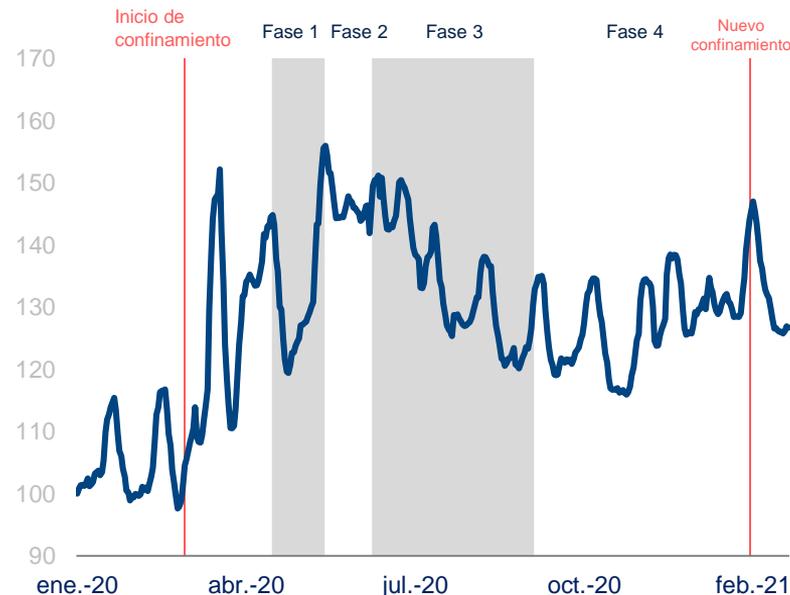
## MONTO TOTAL DE RETIROS DE DINERO <sup>1/ 2/</sup> (VARIACIÓN ANUAL, %, PROMEDIO 7 DÍAS)



Var. % interanual (promedio mensual)

ene. 20	feb. 20	mar. 20	abr. 20	may. 20	jun. 20	jul. 20	ago. 20	set. 20	oct. 20	nov. 20	dic. 20	ene. 21	feb. 21
14,9	16,0	-22,0	-45,1	-43,5	-18,2	-15,2	-17,9	-18,2	-7,3	-10,5	-9,4	1,0	-20,5

## MONTO PROMEDIO DE RETIRO DE DINERO <sup>1/ 2/</sup> (ÍNDICE, 100 = 07 ENERO 2020, PROMEDIO 7 DÍAS)

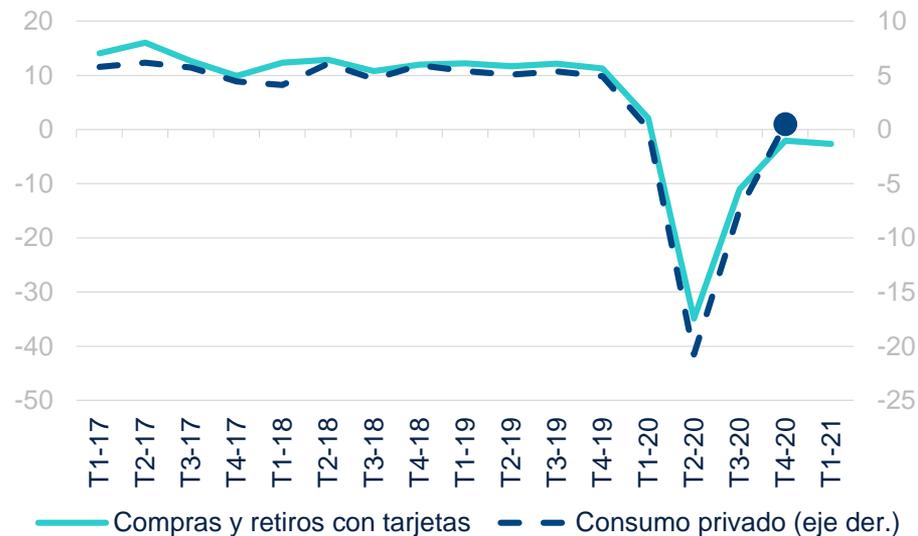


1/ Información al 22 de febrero de 2021. Considera retiros de cajeros y ventanilla. 2/ Cada fase hace referencia a las etapas de reanudación de la actividad económica.

Fuente: BBVA

# El indicador de gasto con tarjetas de BBVA Research anticipa una moderación del consumo privado en el primer trimestre del año

## PERÚ: CONSUMO PRIVADO Y COMPRAS Y RETIROS DE DINERO CON TARJETAS <sup>1/</sup> (VAR.% INTERANUAL, EN TÉRMINOS NOMINALES)



- ❑ La moderación del consumo privado en el primer trimestre refleja, entre otras cosas, el nuevo confinamiento (inicio 31 de enero), así como la ralentización en la mejora del empleo.
- ❑ El indicador de consumo de BBVA Research muestra que en el primer trimestre de 2021, el consumo habría detenido la mejora vista en el cuarto trimestre de 2020.

<sup>1/</sup> Información al 22 de febrero de 2021.  
Fuente: BCRP y BBVA

# Perú | Análisis del impacto de la COVID-19 sobre el consumo con datos en tiempo real

Información al 22 de febrero de 2021

# 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.