

Hugo Perea: “Gasto en entretenimiento y restaurantes impulsan el consumo privado”

¿Cómo se ha comportado el consumo privado en el primer trimestre?

Tenemos un indicador de alta frecuencia para tratar de anticipar el dato, en base a información del gasto con tarjetas de crédito, débito, retiros de efectivo de las familias (Big Data de Consumo para Perú de **BBVA Research**), pero siempre sale con un rezago. Por ello, las cuentas del primer trimestre recién las tendremos a mediados de mayo.

Pero, lo que estamos viendo es una tendencia decreciente del comportamiento del consumo privado en lo que va del año. Así, en los tres primeros meses de 2023 el consumo se ralentiza, en un contexto en el que pierde dinamismo la generación de **empleo** y en el que hubo una erosión de la capacidad adquisitiva de la gente por la inflación y por enfrentar altas tasas de interés. A esto se suma que se han dado eventos puntuales que también han introducido alguna desaceleración adicional que estuvieron vinculados a la convulsión social en las zonas afectadas, así como el ciclón Yaku.

¿Se puede hacer una proyección del

desempeño trimestral y anual del consumo privado?

Estamos anticipando que tendrá un crecimiento de alrededor del 2% en el primer trimestre de este año (con respecto a similar período 2022), en línea con lo anticipado en la última proyección macro que hicimos a fines de marzo. Estamos incorporando varios elementos y tendencias que estamos viendo y, para 2023, proyectamos un crecimiento del 2,3%. Antes de todos los acontecimientos que han pasado e incluso antes del golpe de Estado realizado por Pedro Castillo el 7 de diciembre pasado, se tenía una visión más constructiva del consumo privado, y se esperaba un incremento del 2,5% para este año.

¿Cuáles son los rubros que vienen teniendo un comportamiento más dinámico en consumo privado?

En gasto por rubro, lo que ha estado más dinámico en el primer trimestre de este año con respecto a enero-marzo de 2022 es entretenimiento, lo que incluye bares discotecas, casinos, loterías, cines, clubes, que creció a un ritmo de 29%. Asimismo, el gasto de turismo se incrementó en 17% y de **restaurantes** en 12% (ver cuadro). Ya todos los rubros de gasto que medimos están por encima del nivel prepandemia (2019). En el caso de algunos rubros ya se está normalizando el consumo, como en los supermercados, donde el gasto ya se moderó, teniendo en cuenta que en pandemia se compraba para almacenar, pero aun así está por encima del nivel prepandemia.

Acciones de mejora

¿Cómo se puede lograr mejorar la proyección anual de crecimiento anual del consumo privado?

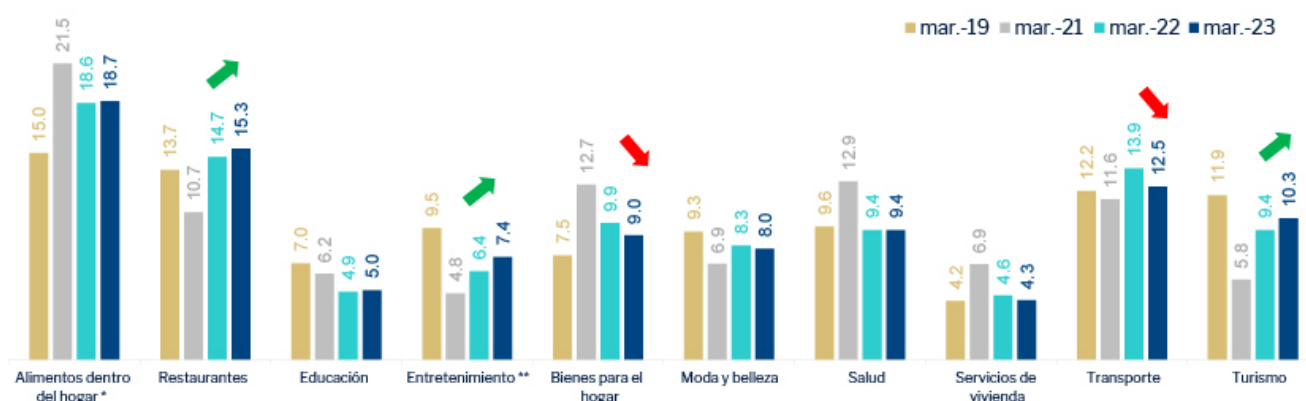
La capacidad de consumo está directamente relacionada con el **crecimiento de la economía** del país y estamos anticipando que esta solo crecerá 1,9%. En ese contexto de bajo dinamismo económico, la generación del empleo va a ir lenta. Por tanto, si los puestos de trabajo no crecen a la velocidad adecuada, el incremento del consumo se mantendrá en niveles relativamente acotados. Entonces, las medidas puntuales para apuntalar el consumo tienen que ver más con generar mayor dinamismo en la economía

¿Cómo se lograría dinamizar la economía del país y, por ende, fomentar el consumo?

Lamentablemente nos hemos visto afectados por una serie de choques que tienen que ver con temas políticos, anomalías climáticas, entre otros que afectan la economía y, por tanto, el empleo. Lo que sí podría ayudar, es mejorar el clima de negocios, porque esto mejora la intención de inversión de las empresas y esto genera más empleo y jala más consumo. Pero, para lograr esto, se necesita una mayor distensión política y que haya menor ruido político.

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.

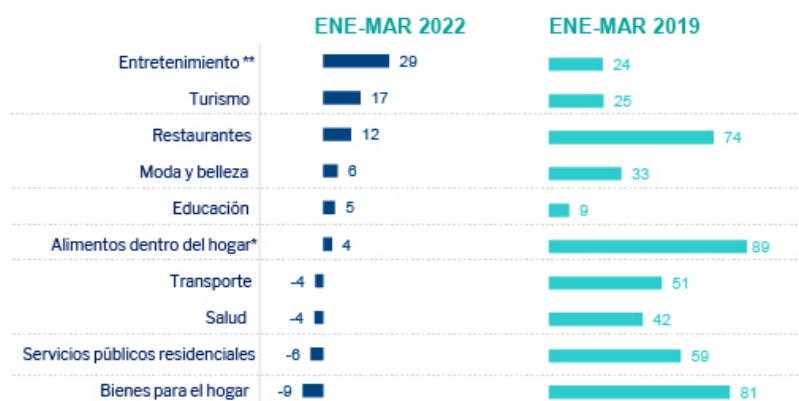
*Incluye supermercados, panaderías, licorerías, y otros.

**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

COMPRAS CON TARJETAS: ENE-MAR 2023¹

(VAR. % RESPECTO A SIMILAR PERIODO, EN TÉRMINOS REALES)



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

Fuente: BBVA

LEA TAMBIÉN

BBVA: Inflación ha empezado a retroceder, aunque más lento de lo previsto – La Cámara

BBVA Research: Economía peruana crecerá 1,9% en el 2023 – La Cámara