



SISTEMA DE INFORMACIÓN

Reporte Económico Macroconsult

COMPORTAMIENTO ECONÓMICO DE LOS HOGARES PERUANOS

Junio 2017

1. Introducción	pp. 03
2. Crecimiento de la población adulta	pp. 05
3. Empleo e ingresos de los hogares	pp. 08
4. El consumo de los hogares	pp. 22
5. Conclusiones	pp. 50

El Reporte Económico Macroconsult es una publicación de MACROCONSULT S.A. que circula exclusivamente por suscripción al SIM

COMITÉ EDITORIAL

Raúl Salazar
Claudio Herzka
Álvaro Monge

SOCIOS

Mónica Com
Elmer Cuba
Rafael Carranza
Róger Espinosa
Drago Kisic

Álvaro Monge
Mateo Moreyra
Manuel Salazar
Raúl Salazar

ANALISTAS

Yohnny Campana
Diego Díaz
Sandra Flores
Laís Grey
Eduardo Jiménez

Witson Peña
Katherine Sánchez

Si usted está interesado en adquirirla puede comunicarse al 203 9800 o enviar un mail a ivalencia@macroconsult.pe

El contenido de esta publicación es propiedad de Macroconsult S.A. Prohibida su reproducción, traducción, divulgación, distribución, reenvío, adaptación, total o parcial, por cualquier forma, procedimiento o medio, sin previa autorización por escrito de Macroconsult S.A.

INTRODUCCIÓN

Desde el punto de vista de la demanda, el Producto Bruto Interno (PBI) está compuesto por el consumo privado, el consumo público, la inversión y las exportaciones netas. De todos estos, el primero es el componente más importante, pues representa cerca de 65% del PBI y se divide, a su vez, en el consumo de los hogares (equivalente a 37% del PBI) y el de las empresas (equivalente a 28% del PBI). El consumidor doméstico es, pues, el agente más importante de la demanda. El principal interés en esta edición del Reporte Económico Mensual (REM) es describirlo detalladamente.

A su vez, en tiempos recientes en el Perú han aparecido nuevas tendencias dentro de la cadena de distribución de la economía, a partir de los *retailers*, por ejemplo, que se caracterizan por especializarse en la comercialización masiva de productos y servicios a grandes grupos de clientes. A este canal le denominaremos canal moderno, que se contrapone al tradicional, que más bien se refiere a los pequeños establecimientos adaptados al contexto local para atender necesidades inmediatas de compradores; como las bodegas, los mercados locales o incluso los puestos callejeros. En ese sentido, ¿qué tan importante es el canal moderno como fuente de abastecimiento de bienes y servicios para el consumo de los hogares? Explorar esta pregunta es el segundo interés de este REM.

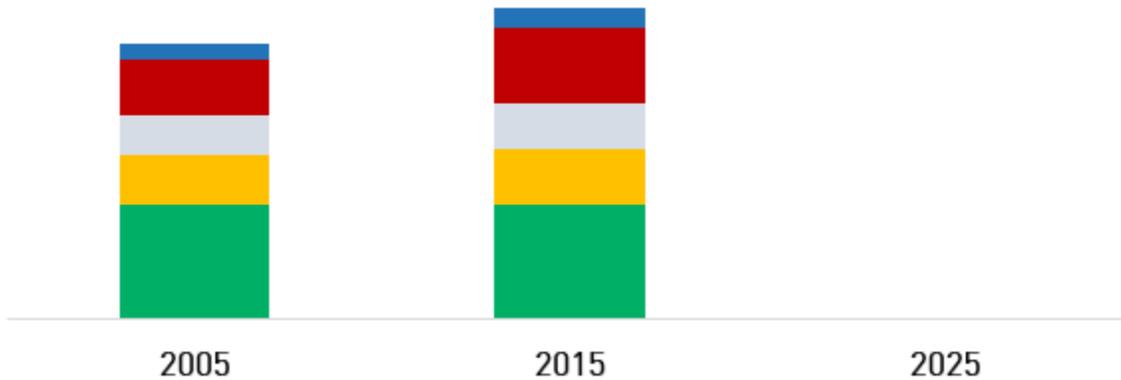
Los dos objetivos del presente REM apuntan, por tanto, a caracterizar de modo integral al consumidor doméstico desde una óptica agregada, tanto en su rol de generador de ingresos en el mercado laboral, como de demandante en el mercado de bienes y servicios. No obstante, esta caracterización responde a una primera aproximación que toma como fuente de datos la Encuesta Nacional de Hogares (ENAH0) que elabora el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI).

El documento está estructurado del siguiente modo: después de esta introducción se presenta una breve sección demográfica con el propósito de observar las grandes tendencias en la composición poblacional. En seguida, se plantea una rápida caracterización del mercado laboral como un acercamiento al consumidor en su rol de agente generador de ingresos. En este punto se hace hincapié en la calidad de empleo como un factor que da sostenibilidad a la demanda. Posteriormente se analiza al consumidor en su rol de comprador, describiendo la canasta de consumo de los hogares según rubros de gasto y canales de compra. Para terminar se presentan las conclusiones del estudio.

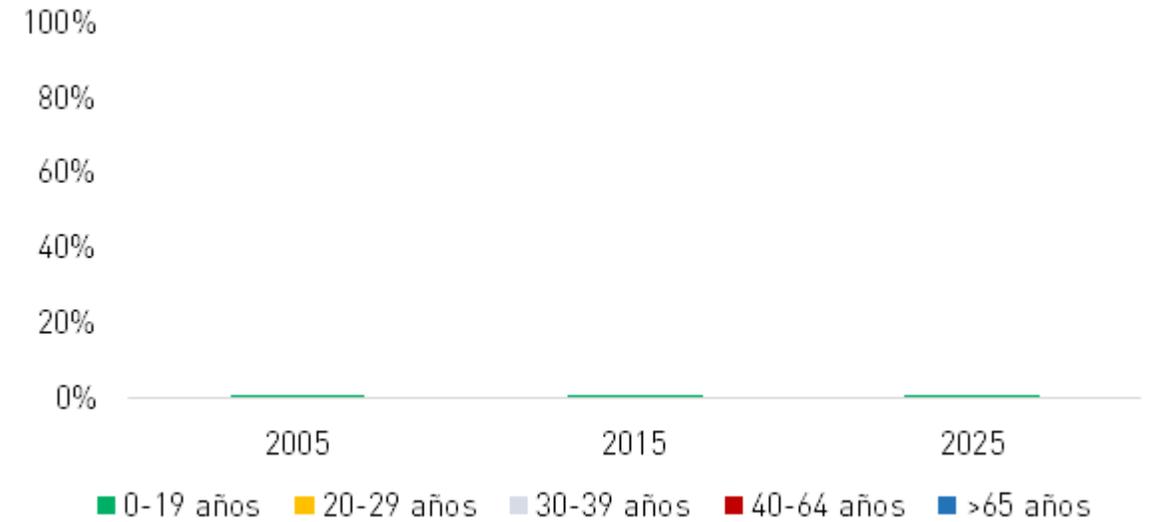
CRECIMIENTO DE LA POBLACIÓN ADULTA

SOSTENIDO CRECIMIENTO DE LA POBLACIÓN ADULTA

Composición poblacional 2005, 2015 y 2025
(miles de personas)



Composición poblacional relativa 2005, 2015 y 2025
(%)



Fuentes: ENAHO-INEI y Cepal. Elaboración: Macroconsult.

La estructura etaria de la población es un primer condicionante fundamental del consumo, pues no solo determina la capacidad de la economía para generar ingresos, sino también delimita gustos y preferencias diferenciados. El Perú vive hoy...

POBLACIÓN URBANA ES LA QUE CRECE MÁS

Crecimiento poblacional promedio 2012-2016 según zonas (%)



Fuente: [ENAH0-INEI](#). Elaboración: Macroconsult.

A la par del crecimiento demográfico, el otro determinante de la demanda es la consolidación de las urbes, que en el Perú se explica, por un lado, por la movilización de la población rural y, por otro, por el crecimiento de las pequeñas localidades dispersas, que con el tiempo forman nuevos espacios urbanos.

En los últimos cinco años la población nacional...

EMPLEO E INGRESO DE LOS HOGARES

- Introducción
- Conceptos previos
- ¿Qué porcentaje de la población pertenece a la PEA?
- Participación y crecimiento de la PEA urbana
- Porcentaje de la PEA dependiente e independiente
- ¿Dónde se encuentra el segmento de alta calidad laboral?
- Crecimiento de los ingresos urbanos
- Fuentes de ingresos
- ¿Qué región es líder en crecimiento de ingresos?

El consumidor, para desarrollar su rol de comprador en el mercado de bienes y servicios, primero debe realizar actividades laborales de generación de ingresos. Por ello, las características de su participación en el mercado laboral condicionarán su capacidad para actuar como demandante de bienes y servicios.

En esta sección se observa al consumidor en su rol de trabajador. Para esto, en primer lugar, se describe a la fuerza laboral y a la población ocupada en el contexto de la población total, para luego observar los cambios ocurridos en los últimos cinco años. Posteriormente, se describe la calidad del empleo y se analiza la composición del ingresos según fuentes de procedencia.

En la descripción del mercado laboral se utilizan definiciones estándar de la población trabajadora y sus diversas formas de clasificación. Sin embargo, hemos añadido un concepto *ad hoc* relacionado al segmento de población con alta calidad laboral (aquella que labora en condición de formalidad y posee ingresos

estables según manifestación verbal del jefe de hogar del trabajador).

Finalmente, en varios momentos presentamos indicadores desagregados para el nivel departamental urbano. Estos indicadores son referenciales, pues la ENAHO exhibe algunas limitaciones a este nivel de desagregación. Sin embargo, se presenta esa información con ánimo de tener una aproximación al estado del empleo entre los departamentos.

POBLACIÓN TOTAL

Comprende a la población nominalmente censada por el INEI, más la población omitida.

POBLACIÓN EN EDAD DE TRABAJAR (PET)

Es el conjunto de personas de 14 años a más que está apto para el ejercicio de funciones productivas.

NO PET

POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA (PEA)

Comprende a las personas que durante el periodo de referencia estaban trabajando o buscando activamente un trabajo.

POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE INACTIVA (PEI)

Son todas las personas que no están trabajando ni buscando trabajo.

PEA OCUPADA

Conjunto de la PEA que trabaja en una actividad económica, sea o no en forma remunerada, en el periodo de referencia.

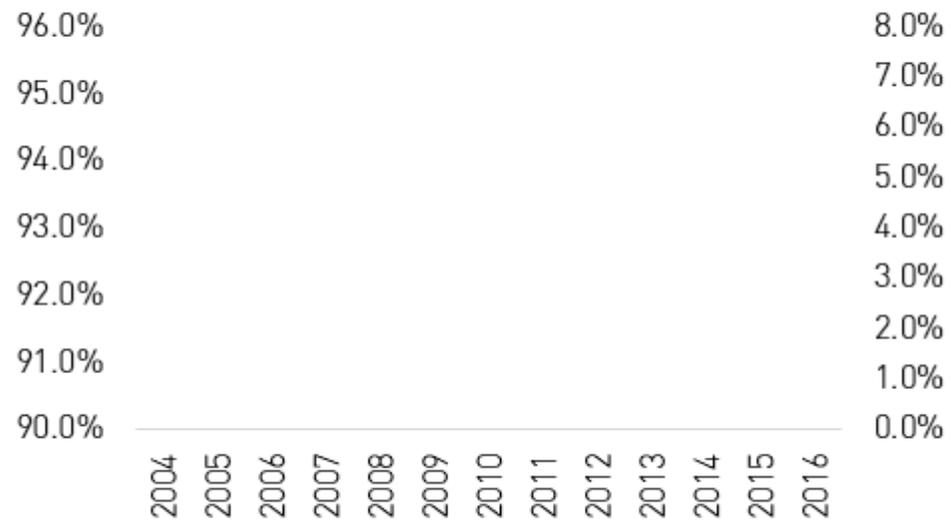
PEA DESOCUPADA

Personas que no tenían trabajo, pero que buscaron activamente durante dicho periodo y no lo encontraron

PARTICIPACIÓN Y CRECIMIENTO DE LA PEA URBANA (2)

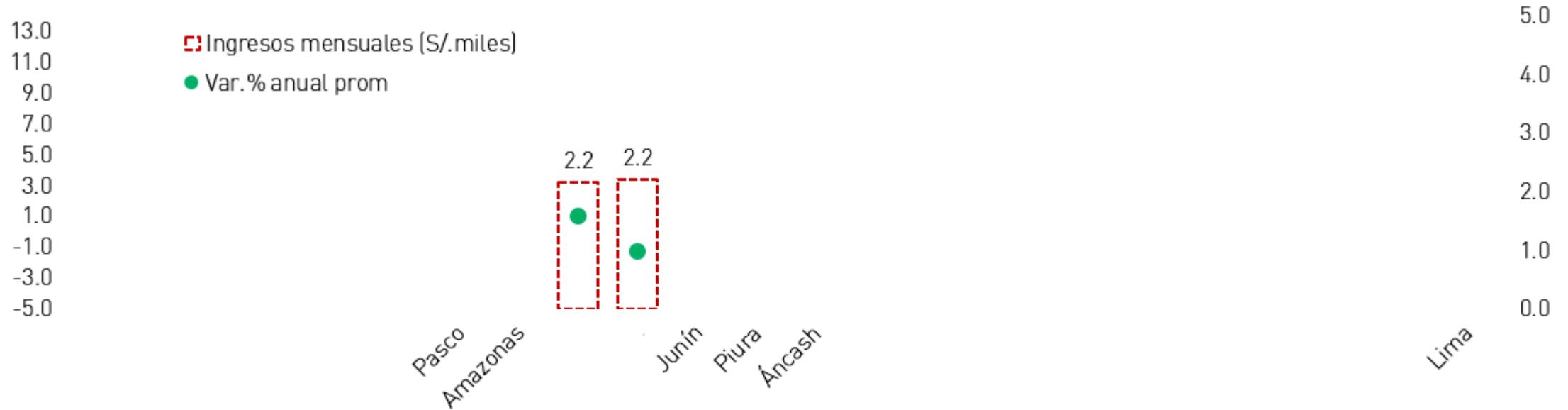
El empleo urbano en el país ha crecido de modo sostenido en la última década. A la par, los niveles de desempleo han tendido a reducirse a espejo del empleo.

Evolución del empleo y desempleo urbano (%)



Fuente: [ENAH0-INEI](#). Elaboración: Macroconsult.

Ingreso mensual del hogar urbano por departamentos 2016
(S/.miles)

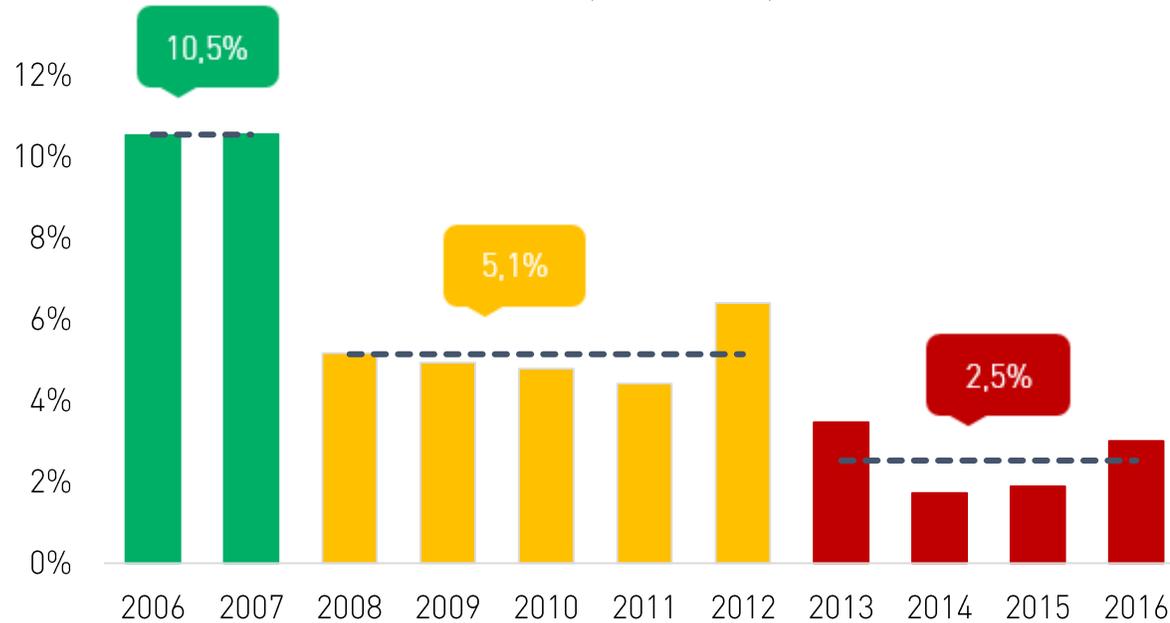


Fuente: [ENAH0-INEI](#). Elaboración: Macroconsult.

EL CONSUMO DE LOS HOGARES

- Introducción
- Tasa de crecimiento del gasto total doméstico
- ¿A cuánto asciende el consumo de los hogares?
- ¿Cómo se distribuye el consumo total de los hogares?
- Composición del gasto promedio de los hogares
- Gasto promedio de los hogares por dominio geográfico
- Gasto monetario promedio anual del hogar urbano por quintiles
- Crecimiento del canal moderno comparado con el gasto total
- Uso del canal moderno
- Gasto en alimentos
- Gasto en vivienda
- Gasto en transportes y comunicaciones
- Gasto en bienes y servicios personales
- Gasto en educación, esparcimiento, diversión y cultura
- Gasto en salud
- Gastos en servicios del hogar

Tasa de crecimiento del gasto total doméstico
(2006-2016)



Nota. Tasa de crecimiento promedio anual del gasto total de hogares urbanos.
Fuente: ENAHO-INEI . Elaboración: Macroconsult.

En correspondencia con la evolución de los ingresos, en los 10 últimos años se han observado los tres períodos de crecimiento alto, medio y bajo del gasto de los hogares urbanos. ...

¿CÓMO SE DISTRIBUYE EL CONSUMO TOTAL DE LOS HOGARES?

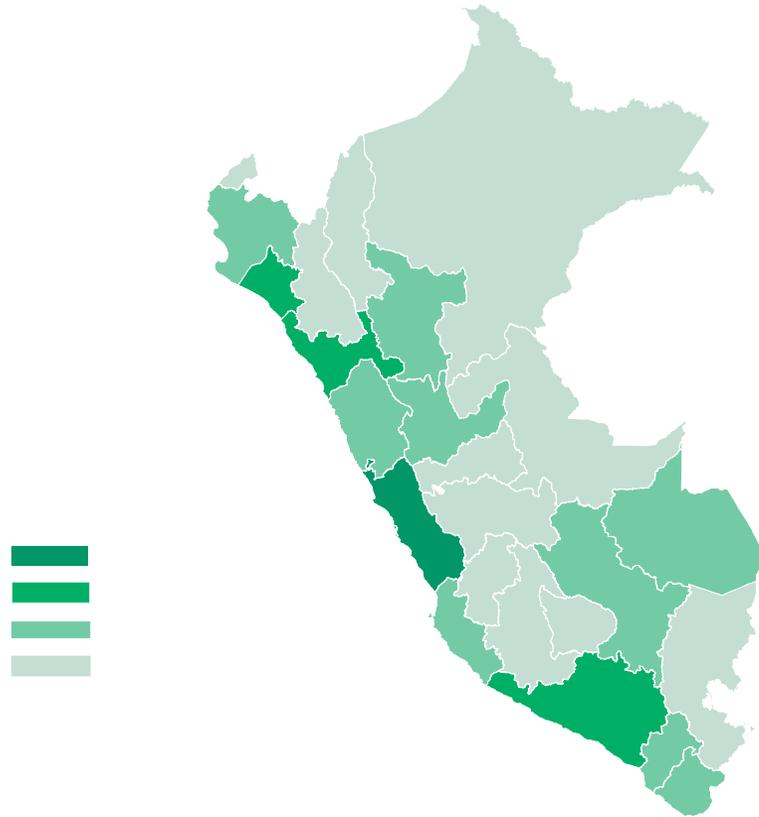
Gasto doméstico monetario agregado anual según grandes grupos 2016
(S/ miles de millones)



Fuente: ENAHO-INEI . Elaboración: Macroconsult.

USO DE CANAL MODERNO

Porcentaje de compra mediante canal moderno
2016



El uso de canales modernos para la compra de bienes y servicios es variado a nivel nacional...

Nota. Porcentajes con respecto a las compras totales dentro de cada departamento.
Fuente: ENAHO-INEI . Elaboración: Macroconsult.

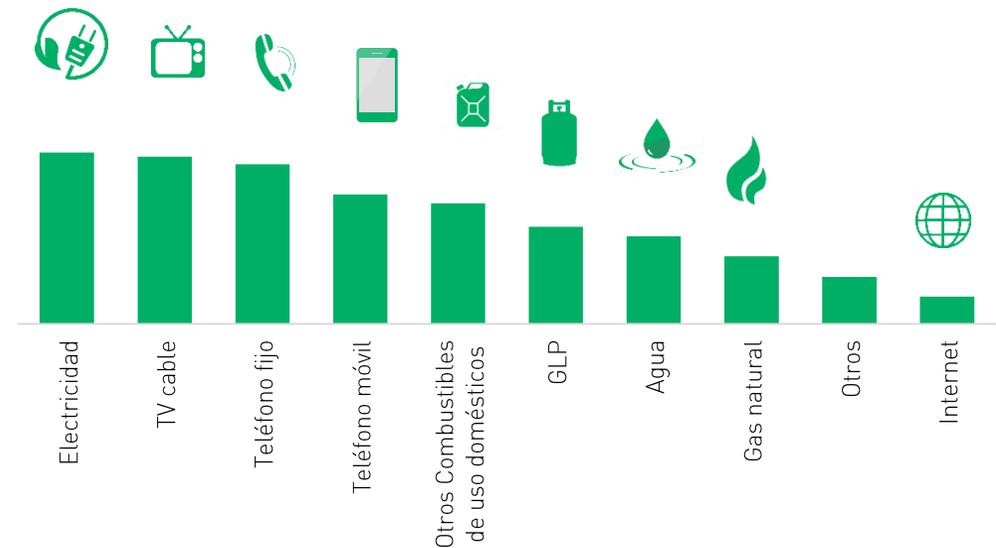
GASTOS EN SERVICIOS DEL HOGAR

Hogares consumidores de servicios básicos de la vivienda (%)

Servicios básicos de la vivienda	2011	2016
Electricidad		
Agua		
Celular		
GLP		
TV Cable		
Internet		
Teléfono fijo		
Otros combustibles		
Gas natural		
Otros		

Fuente: ENAHO. Elaboración: Macroconsult.

Gasto anual en servicios básicos del hogar 2016 (S/)



Nota. Gastos promedio entre hogares que realizan el gasto en el servicio básico.
Fuente: ENAHO. Elaboración: Macroconsult.

CONCLUSIONES



SISTEMA DE INFORMACIÓN

INFORMACIÓN DE CONTACTO

Ibeeth Valencia

ivalencia@macroconsult.pe

sim.macroconsult.pe

www.grupomacro.pe

(511) 203-9800