

# A

## nálisis de las tarjetas de pago: estacionalidad, tickets promedio y COMISIONES

MILTON VEGA\*, ARTURO ANDÍA\*\*  
Y MARCELO PALIZA\*\*\*

Este artículo analiza los patrones estacionales en el consumo, a partir de las compras con tarjetas en el Perú. El análisis incorpora información del 2024 para validar las conclusiones obtenidas con datos de 2022 y 2023, y la complementa con una evaluación de la estacionalidad y por sectores de los tickets promedio de las compras y las tasas de descuento aplicadas a los comercios.



\* Subgerente de Pagos e Infraestructuras Financieras del BCRP  
milton.vega@bcrp.gob.pe



\*\* Especialista, Departamento de Análisis de Infraestructuras Financieras del BCRP  
arturo.andia@bcrp.gob.pe



\*\*\* Especialista, Departamento de Análisis de Infraestructuras Financieras del BCRP  
marcelo.paliza@bcrp.gob.pe

# MONEDA | TARJETAS DE PAGO

## INTRODUCCIÓN

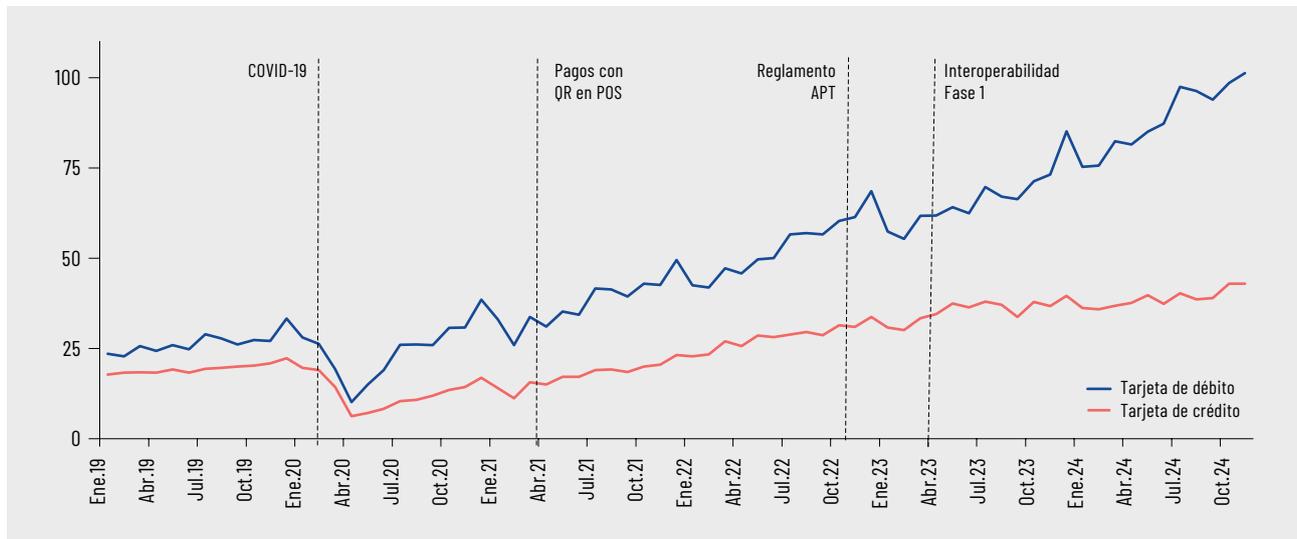
Las tarjetas de pago se posicionan como el segundo instrumento minorista más utilizado para realizar transacciones, solo superadas por las billeteras digitales. En términos de adopción, tras la pandemia, el 66 por ciento de la población bancarizada utiliza tarjetas de pago (Vega y Paliza, 2024). En términos de uso, su importancia se refleja en más de 100 millones de operaciones registradas en octubre de 2024 para tarjetas de débito y más de 30 millones de operaciones para tarjetas de crédito (Gráfico 1).

El uso de los pagos con tarjetas tuvo una caída al inicio de la pandemia, período tras el cual se produjo un rápido crecimiento de los pagos con tarjeta de débito, acompañado por un aumento a un menor ritmo de los pagos con tarjetas de crédito<sup>1</sup>.

Una característica distintiva de las tarjetas de pago es que están diseñadas exclusivamente para operaciones *person-to-merchant* (P2M), a diferencia de otros instrumentos de pago, como las transferencias vía billeteras o las transferencias inmediatas vía la Cámara de Compensación Electrónica (CCE), que tienen un fuerte componente de operaciones *person-to-person* (P2P), es decir, transferencias entre familiares y amigos.

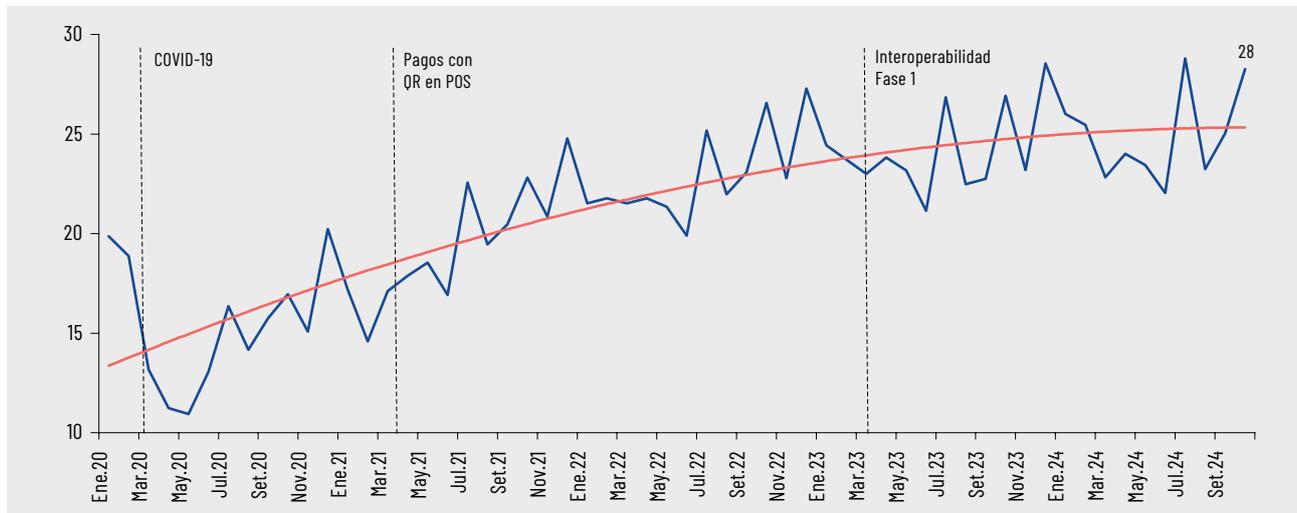
En ese sentido, se espera que las operaciones con tarjetas reflejen parte del patrón de consumo de las personas naturales en términos de sus interacciones con los comercios. Al respecto, el valor de las compras con tarjetas de pago representó alrededor del 28 por ciento del consumo privado a octubre de 2024 (Gráfico 2).

**GRÁFICO 1** ■ Evolución del número de operaciones de las tarjetas de pago (Millones de operaciones)



FUENTE: BCRP.

**GRÁFICO 2** ■ Evolución del ratio del valor de los pagos con tarjetas sobre consumo privado\* (En porcentaje)

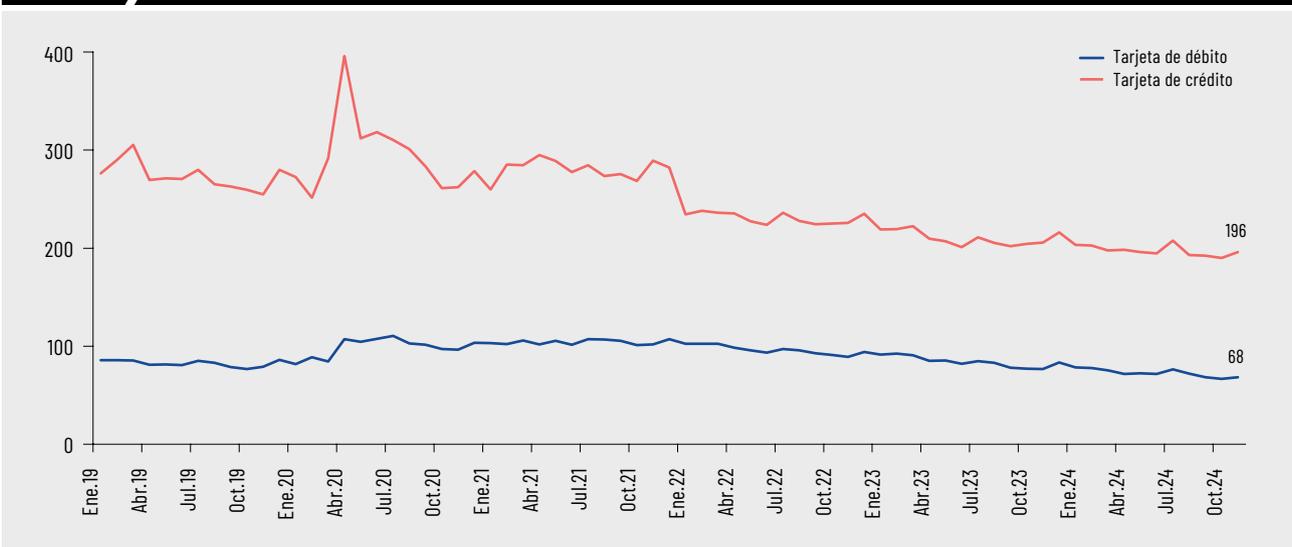


\* CALCULADO A PARTIR DEL VALOR DE LOS PAGOS CON TARJETA SOBRE EL CONSUMO PRIVADO, AMBOS EN MILLONES DE SOLES DE 2007.

FUENTE: BCRP.

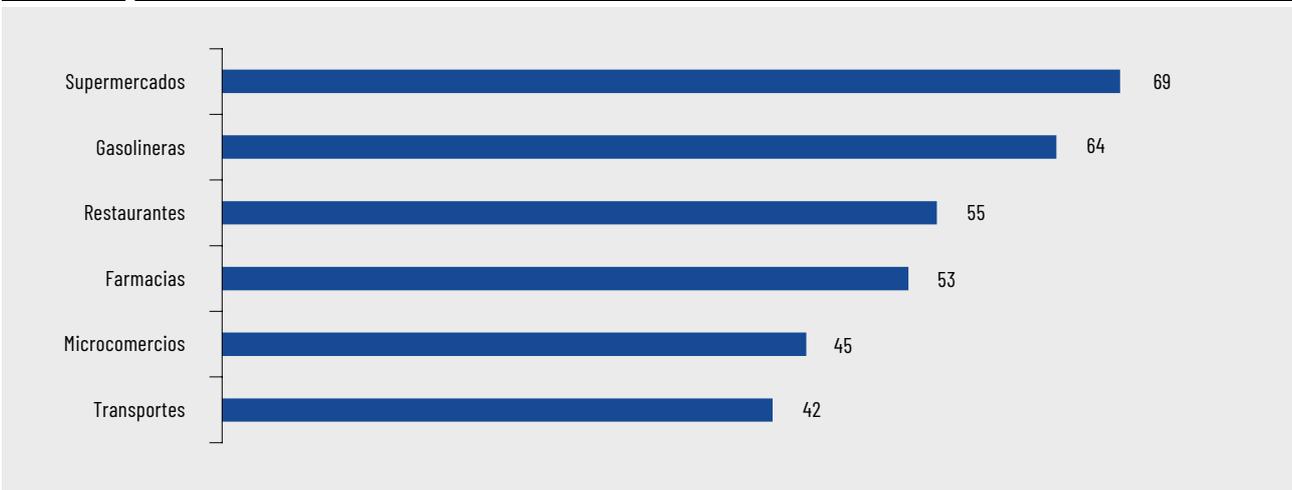
1 La información se ha obtenido de los datos requeridos por el Reglamento de los Acuerdos con Tarjetas de Pago (Circular 0027-2022-BCRP).

**GRÁFICO 3** ■ Evolución del *ticket* promedio de las tarjetas de pago (Soles)



FUENTE: BCRP.

**GRÁFICO 4** ■ *Ticket* promedio por transacción, por segmento de comercio\* (Soles)



\* PROMEDIO DIARIO DE 2024.  
FUENTE: BCRP.

El presente artículo tiene como objetivo evaluar los patrones estacionales en el consumo, a partir de una canasta minorista, construida utilizando los pagos con tarjeta en los segmentos de comercio con el *ticket* promedio por transacción más bajo. El análisis incorpora información de un año adicional para validar las conclusiones obtenidas en Vega et al. (2024) y lo complementa mediante la evolución del *ticket* promedio de las compras y las tasas de descuento aplicadas a los comercios. De esa manera, se busca identificar no solo cuándo los consumidores compran más, sino también el cambio en su hábito de consumo respecto al *ticket* promedio de los bienes y servicios que adquieren.

### Hechos estilizados

El *ticket* promedio por transacción de las tarjetas de pago sugiere que su uso está fuertemente asociado a

transacciones comerciales cada vez de menor valor, por el mayor uso de las tarjetas en compras que usualmente se hacían en efectivo (Gráfico 3). Esta característica refuerza su utilidad para analizar patrones de consumo, ya que estas transacciones reflejan de manera más representativa el comportamiento cotidiano de los consumidores en sus compras del día a día.

Para la composición de la canasta minorista se han escogido seis segmentos que corresponden a casos de uso para compras minoristas o *retail*. Como se observa en el Gráfico 4, sus *tickets* promedio son bajos, lo cual permite inferir que sus casos de uso son principalmente minoristas.

La canasta minorista seleccionada representa, a octubre del 2024, el 54,4 por ciento del número total de las compras con tarjetas, mientras que su participación en términos de valor se limita al 36,3 por ciento.

**CUADRO 1** ■ Comparación de la canasta minorista y el resto de los segmentos

	Canasta minorista	Resto de segmentos
<b>Total</b>	<b>54,40%</b>	<b>45,60%</b>
<b>Canal</b>		
Presencial	86,60%	60,50%
No presencial	13,40%	39,50%
<b>Tipo de tarjeta</b>		
Crédito	29,50%	24,50%
Débito	70,50%	75,50%

Adicionalmente, los segmentos que componen la canasta minorista están asociados mayoritariamente a compras presenciales, que alcanzan un 86,6 por ciento del total de la mencionada canasta. En comparación, el canal presencial solo alcanza el 60,5 por ciento del total del resto de segmentos de comercio. Finalmente, en términos del tipo de tarjeta utilizado no se observan mayores diferencias, puesto que las tarjetas de débito son predominantes tanto en la canasta minorista como en la canasta compuesta por el resto de los segmentos.

**ANÁLISIS DE LOS PATRONES ESTACIONALES**

Siguiendo la metodología propuesta por Bodas et al. (2019) y aplicada al caso peruano por Vega et al. (2024), es posible identificar efectos estacionales que revelan patrones estilizados en el comportamiento de los consumidores a lo largo de una semana y un mes.

En el ámbito semanal, se observa un aumento del número de compras minoristas los viernes y sábados, lo cual está relacionado con el mayor consumo durante los períodos de ocio o tiempo libre. Por otro lado, en el ámbito mensual, se registran picos de compras cercanos a la quincena y al final del mes, un fenómeno explicado

por el patrón del pago de remuneraciones. Ambas tendencias son similares para los años 2022 a 2024.

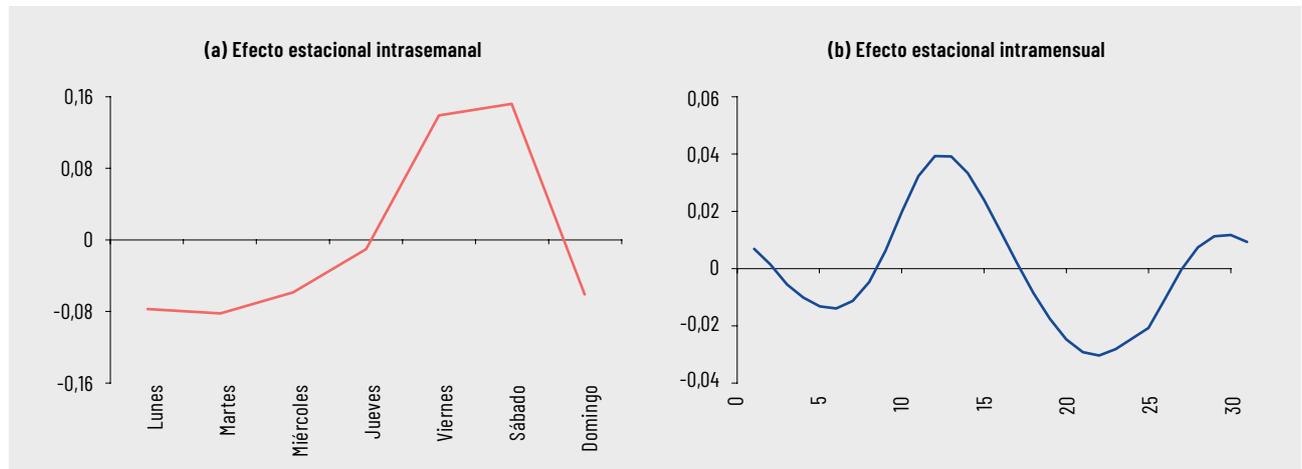
En cuanto al comportamiento a lo largo del año, el Gráfico 6 muestra el promedio diario del número de transacciones que presenta un comportamiento estacional. A mediados de cada año (junio-julio) se observan incrementos en el número de transacciones, mientras que se producen caídas abruptas al inicio de cada año. Este patrón estacional sugiere fluctuaciones recurrentes, asociadas a fiestas patrias y fiestas de fin de año. Además, el crecimiento general del promedio diario de transacciones refleja una tendencia sostenida al alza de las compras minoristas con tarjetas de pago, a pesar de las fluctuaciones estacionales.

La evolución del *ticket* promedio de los pagos con tarjeta por día de la semana muestra un comportamiento diferenciado, lo que sugiere que las personas no solamente realizan un mayor o menor número de compras dependiendo del día de la semana, sino que también el valor promedio de las compras efectuadas podría ser diferente (Gráfico 7a). En particular, se identifica el hábito de que las personas realizan compras de mayor valor durante los fines de semana, siendo este patrón más notorio para el último año del período evaluado (2024).

Al dividir el análisis por segmento de comercio, se identifica que la diferencia entre el valor de las compras durante el fin de semana y el resto de los días está vinculada al gasto en restaurantes y supermercados (Gráfico 7b). Esto se explica porque el gasto en restaurantes tiene un carácter familiar en fines de semana, cuando también las compras para el hogar se llevan a cabo en mayor proporción.

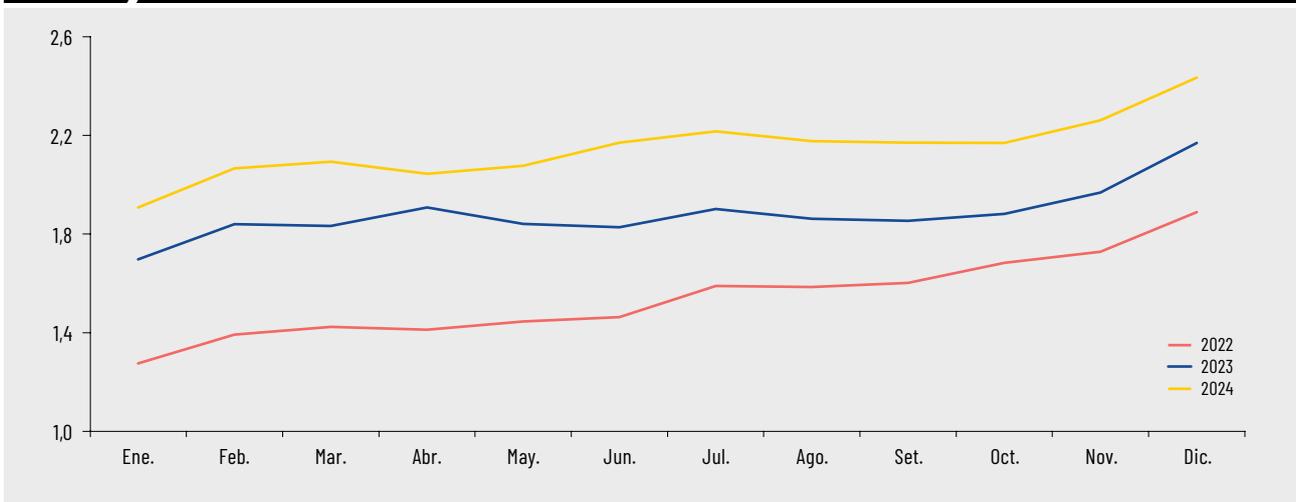
El análisis intraanual muestra algunos resultados de interés. Si bien el Gráfico 8a permite observar claramente que existe una tendencia decreciente en el *ticket* promedio de las compras con tarjetas de la canasta minorista, los meses de julio y diciembre reflejan un incremento significativo, tendencia registrada especialmente en los dos últimos años del período evaluado.

**GRÁFICO 5** ■ Efecto estacional semanal y mensual\*



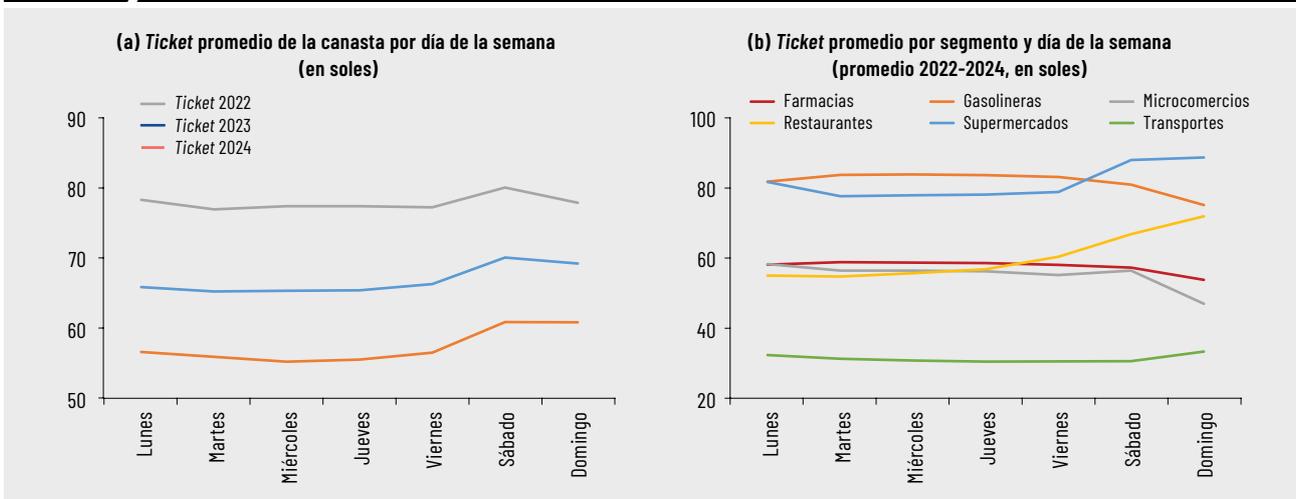
\* PARA EL CÁLCULO SE UTILIZÓ LA INFORMACIÓN DE TODO EL PERÍODO EVALUADO (2022-2024). MUESTRA LA DESVIACIÓN PORCENTUAL RESPECTO A LA TENDENCIA. FUENTE: BCRP.

**GRÁFICO 6** ■ Promedio diario del número de transacciones por mes  
(Millones de operaciones)



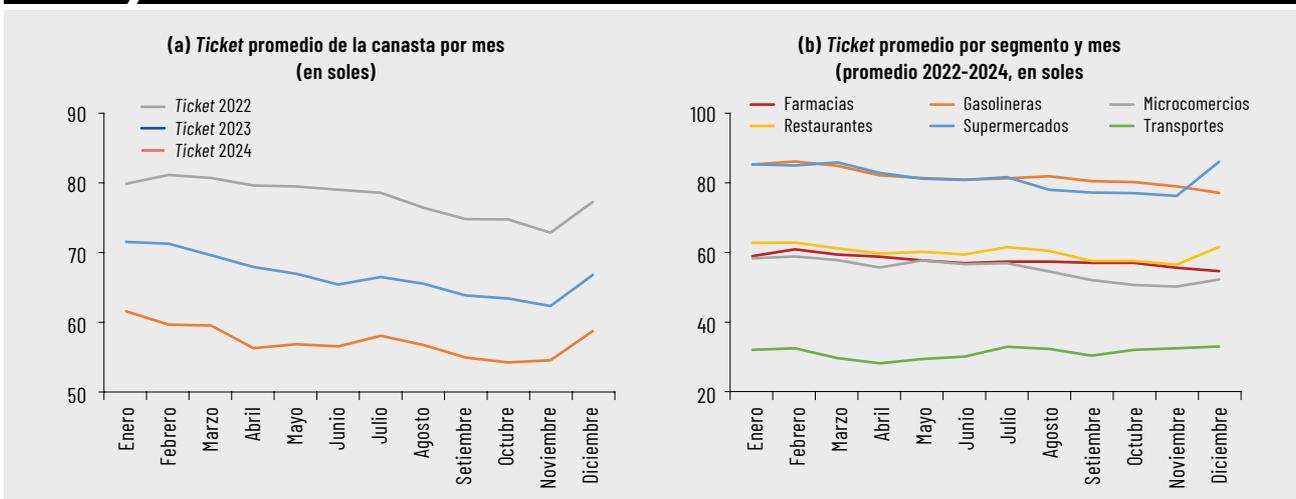
FUENTE: BCRP.

**GRÁFICO 7** ■ Evolución del ticket promedio, por día de la semana  
(Agregado y por segmento)



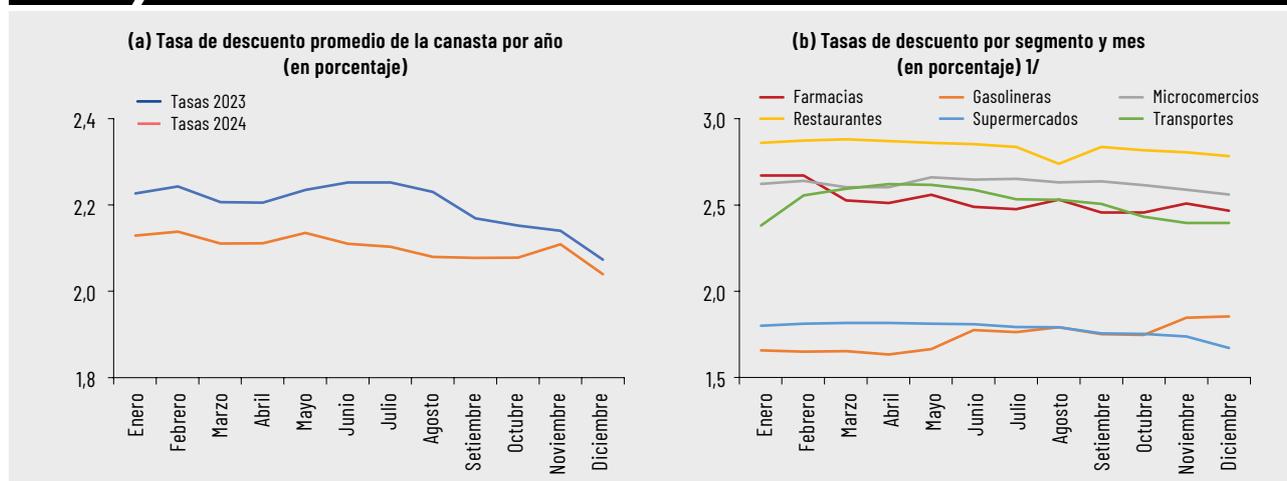
FUENTE: BCRP.

**GRÁFICO 8** ■ Evolución del ticket promedio mensual  
(Agregado y por segmento)



FUENTE: BCRP.

**GRÁFICO 9** ■ Evolución de la tasa de descuento mensual (Agregado y por segmento)



1/ LAS TASAS DE DESCUENTO MOSTRADAS CORRESPONDEN AL PROMEDIO PONDERADO DE LOS AÑOS 2023 Y 2024. FUENTE: BCRP.

Al desagregar el análisis por segmento de comercio, se puede observar que dicha tendencia se explica principalmente por el gasto en supermercados y restaurantes. En ese sentido, se puede deducir que el mayor volumen de ingresos asociado a los meses de julio y diciembre por las bonificaciones salariales incentiva a las personas no solo a incrementar el número de compras realizadas, sino también a adquirir bienes y servicios de mayor valor.

La evolución de las tasas de descuento<sup>2</sup> promedio mensual de los segmentos que componen la canasta minorista, para el 2023 y 2024, muestra una tendencia ligeramente decreciente en el período (Gráfico 9a). La evolución descendente del *ticket* promedio y, en menor medida, de las tasas de descuento implican una tendencia ligeramente decreciente en el valor del pago que realiza el comerciante por una transacción de valor promedio. Cabe señalar que, si bien en el mes de diciembre se tiene un incremento del *ticket* promedio, las tasas de descuento reflejan un menor nivel en dicho mes.

A nivel de segmentos, no se observa una estacionalidad como en el caso del *ticket* promedio (Gráfico 9b). Respecto a las gasolineras, se tiene una tendencia creciente a diferencia del resto de segmentos.

### COMENTARIOS FINALES

Las tarjetas de débito y de créditos son importantes instrumentos de pago de personas naturales a comercios en el país. A partir de la *data* de uso de pagos con tarjetas se puede identificar patrones de consumo de los agentes económicos, esto es, las tendencias y hábitos de las personas en sus compras con tarjetas de pago, referidos a una canasta de segmentos minorista. En el presente artículo se analiza la información para 2024, respecto a los patrones identificados para 2022 y 2023. Asimismo, se evalúa la evolución del valor promedio de las compras en cada segmento y de la estructura de las tasas de descuento vigente.

Mediante el modelo econométrico aplicado, se ha identificado que la estacionalidad semanal y mensual se

mantiene con la nueva información de 2024. En la semana, el número de compras realizadas se incrementa por encima de la tendencia durante los fines de semana, lo cual se explicaría por la disponibilidad de mayor tiempo libre de los consumidores. Asimismo, en el mes, se observa un crecimiento anticipado en los pagos con tarjeta antes de las quincenas y fines de mes.

Del análisis del *ticket* promedio, se puede inferir que las personas no solo consumen más en los fines de semana, sino que también realizan compras de mayor valor. Dicho comportamiento ocurre principalmente en restaurantes y supermercados, lo que se explicaría, en el primer caso, porque el gasto es familiar y, en el segundo, porque las familias tenderían a abastecerse de bienes y servicios principalmente durante el fin de semana. Mensualmente, se infiere que las bonificaciones salariales de los meses de julio y diciembre incentivarían a las personas a realizar compras de mayor valor.

Finalmente, la evolución descendente del *ticket* promedio y, en menor medida, de las tasas de descuento implican una tendencia ligeramente decreciente en el valor del pago que realiza el comerciante por una transacción de valor promedio. Asimismo, dicho cobro tiene una estacionalidad relacionada con los meses de julio y diciembre por los hábitos de los consumidores.

### REFERENCIAS

- Bodas, D., García López, J. R., Murillo Arias, J., Pacce, M., Rodrigo López, T., Romero Palop, J. D. D., Ulloa, C., Ruiz de Aguirre, P., & Valero Lapaz, H. (2019). *Measuring retail trade using card transactional data*. Documento de Trabajo 1921. Banco de España.
- Vega, M., Andia, A., Paliza, M., & Cabello, M. Á. (2024). Análisis de patrones de consumo basado en datos de pagos con tarjetas: caso peruano. *Moneda*, (197), 24-29. BCRP.
- Vega, M., & Paliza, M. (2024). Cambios en los hábitos de pago tras la pandemia. *Moneda*, (198), 17-22. BCRP.

2 La tasa de descuento es la comisión (expresada como porcentaje del valor de la compra) que cobra el procesador al comercio para aceptar una compra con tarjeta.