

Rastreado el consumo privado durante la crisis de la COVID-19

- El gasto realizado por las tarjetas españolas y extranjeras en terminales de punto de venta (TPV) más la retirada de efectivo en cajeros de CaixaBank permite monitorizar la salud de la economía, a tiempo real, a lo largo de la crisis de la COVID-19.
- El gasto con tarjetas cayó de manera muy abrupta, alrededor de un 50%, durante las primeras semanas de confinamiento. Sin embargo, el proceso de desconfinamiento ha ido acompañado de una recuperación del gasto sostenida, aunque aún incompleta.
- Las caídas fueron muy fuertes en todas las categorías excepto en el gasto de bienes de primera necesidad, que ha experimentado un fuerte repunte. Asimismo, la recuperación está siendo más rápida en el gasto en comercio minorista, ocio y restauración y transporte que en la categoría de bienes y servicios turísticos.

La irrupción de la pandemia de la COVID-19 hace necesario monitorizar el estado de la economía a tiempo real. Mientras que los indicadores más conocidos se publican con decalaje, el gasto realizado mediante tarjetas de débito y crédito en TPV de CaixaBank más la retirada de efectivo en cajeros de CaixaBank ofrece un indicador de muy alta frecuencia acerca de la evolución del consumo privado.¹ Con él, a continuación, analizamos la evolución semanal del consumo a lo largo de la crisis de la COVID-19.

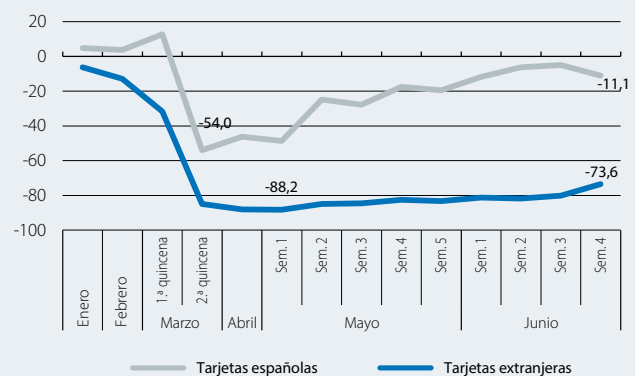
¿Cuál es el impacto de la crisis sobre el consumo privado según los datos de gasto de tarjetas?

El primer gráfico muestra la evolución semanal de la actividad con tarjetas realizado por residentes y por extranjeros. Del gráfico se desprenden varias conclusiones. Primero, hubo cambios en los patrones de consumo antes de la implementación del estado de alarma: el gasto por parte de los residentes repuntó en la primera quincena de marzo –debido al mayor consumo en productos de primera necesidad, como veremos–, mientras que el gasto por parte de extranjeros ya empezó a caer ante el temor a la pandemia, la expectativa de que se introdujeran medidas de confinamiento y la cancelación de grandes eventos.²

Segundo, el impacto del confinamiento fue muy pronunciado: entre la segunda mitad de marzo y la primera semana de mayo, la actividad con tarjetas españolas se redujo a la mitad, y con tarjetas extranjeras cayó cerca de un 90%. La cifra de gasto de los residentes está en consonancia con los datos oficiales disponibles hasta el momento: según los datos del PIB del 1T 2020 que publica el INE, el consumo privado nominal cayó un 6,3% intertrimestral, lo que sugiere un desplome de este consumo privado durante la segunda quincena de marzo del 40%, una cifra no muy alejada de la caída del 54% que observamos en nuestro indicador durante el mismo periodo.³

1. Este indicador se construye a partir de las transacciones individuales, de modo que puede calcularse incluso a diario o por franjas horarias. Además, cabe destacar que la red de TPV de CaixaBank es la más amplia de España y representa el 27% de la facturación total por TPV en España.
 2. Como la cancelación del World Mobile Congress, que debía celebrarse del 24 al 27 de febrero.

España: evolución de la actividad con tarjetas
 Variación frente a la misma semana del año anterior (%)



Nota: El gasto en tarjetas incluye el gasto presencial, reintegros e e-commerce.
Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos internos.

Finalmente, el proceso de desconfinamiento, que empezó el 4 de mayo,⁴ ha permitido una recuperación notable del gasto por parte de los residentes: el gasto pasó de caer un 49% interanual en la primera semana de mayo (semana anterior al inicio del proceso de desescalada) a caer un 11,1% en la última semana de junio. Si excluimos el e-commerce y los reintegros, el gasto de los residentes ya se sitúa en terreno positivo, con un crecimiento interanual del 0,9%. Sin embargo, la recuperación del gasto de los extranjeros ha sido mucho más leve, reflejo de unas restricciones a la movilidad internacional que no se levantaron hasta finales de junio (y solamente de forma parcial con ciertos países).

En el segundo gráfico analizamos el detalle por tipología de gasto. El impacto de la crisis sobre el patrón de gasto de los hogares ha sido muy dispar. Por un lado, el gasto en bienes de primera necesidad aumentó de manera abrupta, incluso durante la primera quincena de marzo, antes del anuncio del estado de alarma. Por el otro, el resto de

3. Para estimar la caída del consumo en la segunda quincena de marzo a partir de los datos del PIB del 1T del INE, asumimos que el consumo privado en enero, febrero y la primera mitad de marzo creció al mismo ritmo que el promedio de crecimiento del consumo privado en 2019. En la medida en la que, como hemos visto, los datos sugieren un mayor crecimiento del consumo en la primera mitad de marzo, esta metodología podría estar subestimando la caída del consumo en la segunda quincena de marzo.
 4. El 4 de mayo corresponde a la segunda semana de mayo según el gráfico.

las categorías de gasto registraron caídas superiores al 80% durante todo el periodo de confinamiento. Sin embargo, la velocidad de recuperación no ha sido homogénea entre categorías de bienes y servicios. Más concretamente, el gasto en comercio minorista (electrodomésticos, textil, muebles, etc.), en ocio y restauración y en transporte se ha recuperado más rápidamente que el gasto en bienes y servicios turísticos. En el caso del gasto en comercio minorista (la categoría que se ha recuperado más rápidamente), el gasto ya se situó por encima del valor registrado durante el mismo periodo del año anterior a partir de la segunda semana de junio, posiblemente por la materialización de la demanda embalsada de este tipo de bienes durante el confinamiento. Sin embargo, en la última semana de junio, el agotamiento de este factor ha devuelto esta partida a un terreno neutro.

Asimismo, también es destacable el mayor peso que adquirió el gasto en *e-commerce*, o compras electrónicas a través de internet, durante el confinamiento. Tal y como se observa en el tercer gráfico, el *e-commerce* (y especialmente el minorista)⁵ ganó peso sostenidamente entre la tercera semana de marzo y la primera de mayo, hasta alcanzar casi el 17% del gasto total. Sin embargo, a medida que se avanzó en el proceso de desconfinamiento y los españoles pudieron volver a realizar compras presencialmente, el peso de este tipo de compras fue disminuyendo hasta alcanzar registros similares a los anteriores a la crisis de la COVID-19.

El desconfinamiento en detalle

En el cuarto gráfico, mostramos la evolución del gasto en tarjetas en tres grupos de provincias. Estas agrupaciones se han generado según la rapidez con la que cada provincia avanzó de fase durante el proceso de desconfinamiento.⁶ El grupo A conforma el grupo de provincias que avanzó de fase más rápidamente (es decir, siempre que el plan de desconfinamiento lo permitió). El grupo B es el conjunto de provincias que avanzó de fase con una semana de retraso en relación con las provincias del grupo A y, finalmente, el grupo C, donde se encuentran Barcelona y Madrid, es el grupo de provincias que tardó más en avanzar de fase.

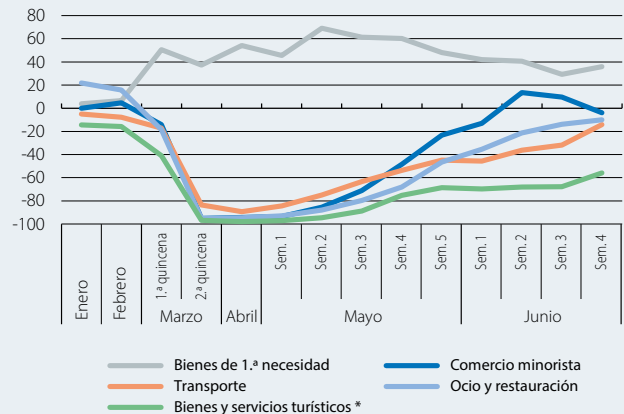
Tal y como era de esperar, la recuperación del gasto fue mayor en aquellas provincias que avanzaron de fase más rápidamente. En particular, mientras que en la última semana de mayo y la primera de junio el gasto en el grupo C (todavía en fase 1) aún se situaba algo más de un 20% por debajo del registro del año anterior, en las provincias

5. Si entre enero y febrero de 2020 el peso del *e-commerce* sobre el gasto en comercio minorista fue de alrededor del 10%, en abril y la primera mitad de mayo el peso se emplazó por encima del 80%.

6. El Gobierno anunció un plan de desconfinamiento en fases que empezó el 4 de mayo y se completó el 22 de junio. El proceso contemplaba cuatro fases, de la 0 a la 3, siendo la 0 la fase más restrictiva y la 3, la menos restrictiva.

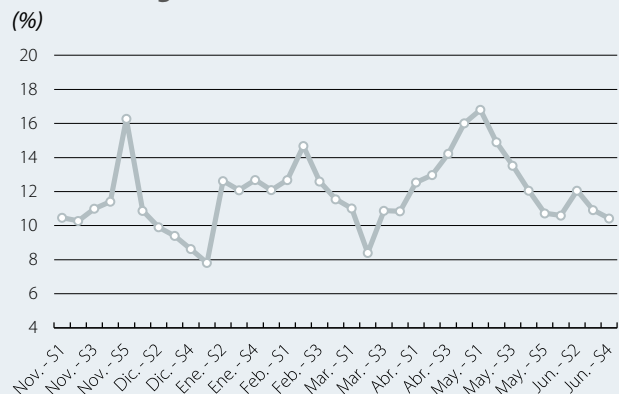
España: gasto presencial con tarjetas españolas según tipo de comercio

Variación interanual (%)



Nota: * «Bienes y servicios turísticos» incluye el gasto en alojamientos, agencias y tiendas de souvenirs.
Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos internos.

España: peso del gasto en e-commerce de los residentes sobre el total de gasto (excl. reintegros)



Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos internos.

del grupo A y B, que ya se situaban en la fase 2, el gasto ya alcanzó cotas similares a las del año anterior. Sin embargo, una vez el grupo C avanzó hasta la fase 2 en la segunda semana de junio, las diferencias entre los tres grupos se desvanecieron casi por completo.

La evolución de la proporción de comercios inactivos⁷ ofrece otro ángulo a través del cual medir el proceso de recuperación de la economía. Como muestra el último gráfico, el porcentaje de comercios sin facturación en sus TPV de CaixaBank subió hasta el 73%. Esta cifra muestra hasta qué punto las medidas de confinamiento forzaron a un elevado número de comercios a cerrar sus puertas al público. Sin embargo, con la supresión gradual de las medidas de confinamiento, los comercios volvieron a abrir y este porcentaje cayó. Con datos hasta la cuarta semana de junio, el porcentaje de TPV de CaixaBank inactivos se situaba un 7% por encima del valor precrisis.

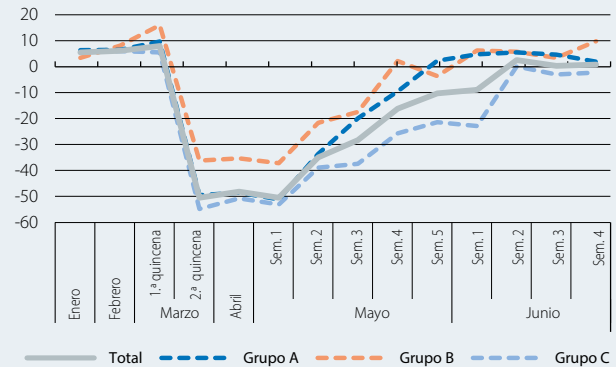
7. Medido con el porcentaje de comercios con TPV de CaixaBank sin facturación.

En definitiva, los datos de actividad con tarjetas nos muestran una información de alta frecuencia muy valiosa para entender la reacción del consumo privado a lo largo del tiempo. Durante la crisis de la COVID-19, hemos visto que las medidas de confinamiento tuvieron un impacto muy significativo sobre el consumo de los hogares y con notables diferencias según el tipo de bienes y servicios. Asimismo, los datos de tarjetas nos muestran que la recuperación del gasto durante el proceso de desconfinamiento ha sido muy rápida, aunque incompleta, dado que a finales de junio todavía no se habían recuperado los niveles precrisis. Con la llegada de la nueva normalidad, prevemos que el consumo seguirá recuperándose, pero de una forma mucho más gradual, sustentado por la mejora del gasto en transporte y del consumo de ocio y restauración. Asimismo, en las próximas semanas esperamos que el gasto turístico doméstico y extranjero, aún en niveles muy reducidos, comience a ganar impulso con la eliminación de las restricciones a la movilidad dentro del territorio nacional y la reapertura de fronteras internacionales con algunos países. Con todo, el impacto de la actual crisis sobre el mercado laboral (prevemos un aumento de la tasa de paro por encima del 20% a finales de año) apunta al hecho de que el consumo tardará en recuperar sus niveles precrisis.

Oriol Carreras

España: gasto presencial en tarjetas* por agrupación de provincias

Variación interanual (%)

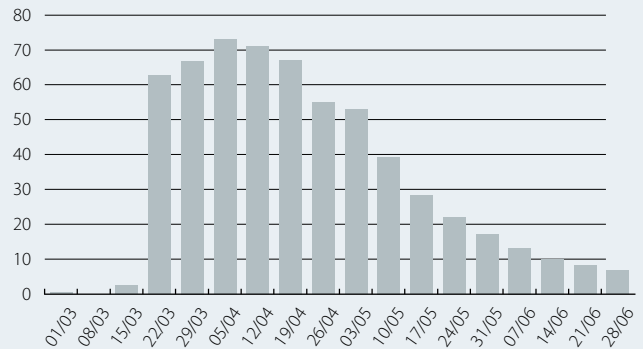


Nota: * Excluidos los reintegros.

Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos internos.

España: comercios inactivos (ajustado para que 1 de marzo = 0%)

(% sobre el total)



Nota: La serie está normalizada para que la proporción de comercios inactivos sea igual a 0% en la semana del 2 al 8 de marzo.

Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos internos.