

## El consum de cada generació en temps normals... i en temps de pandèmia

Cada generació té un patró de consum propi. Els joves, més propensos al canvi i àvids de novetats, tendeixen a concentrar l'atenció dels anunciants i de les empreses de màrqueting amb la intenció d'atreure'ls i d'anticipar-se a les futures tendències de consum. Però la població adulta és el grup que aglutina la major part del consum: el 2019, la població entre 30 i 64 anys va realitzar el 73% de la despesa total amb targetes.<sup>1</sup> Així mateix, els més grans de 65 anys tenen un major poder adquisitiu que en el passat i representen un percentatge cada vegada més elevat de la població: el 2020, 1 de cada 5 espanyols tenia 65 anys o més i, el 2035, el 26,5% de la població estarà en aquesta franja d'edat.<sup>2</sup>

Sabem que la COVID-19 ha afectat molt el consum, tant per les restriccions a la mobilitat com per la major incertesa econòmica.<sup>3</sup> Segons les dades de la comptabilitat nacional de l'INE, a Espanya, el consum privat va disminuir el 12,4% en termes reals el 2020, una caiguda fins i tot més intensa que la registrada pel PIB (del 10,8%). No obstant això, la COVID-19 ha afectat d'igual manera els hàbits de consum de cada generació o els mateixos tipus de béns? Com consumíem abans i durant la pandèmia?

Per respondre aquestes preguntes, ja que fonts públiques com l'enquesta de pressupostos familiars de l'INE només estan disponibles fins al 2019, utilitzem les dades internes de CaixaBank, que permeten desgranar l'evolució del consum de cada generació durant la pandèmia al llarg del 2020.<sup>4</sup> Per fer-ho, analitzem les dades de pagaments amb targeta de 13,4 milions de clients de CaixaBank, completament anonimitzats i classificats en tres trams diferents d'edat: jove (de 18 a 29 anys), adult (de 30 a 64 anys) i sènior (de 65 anys en endavant). Els seus hàbits de consum són representatius del consum que realitza cada generació a Espanya,<sup>5</sup> i començarem estudiant-los en temps normals, per poder-los comparar després amb el fatídic 2020.

### Consum millennial (joves), adult i sènior en temps normals

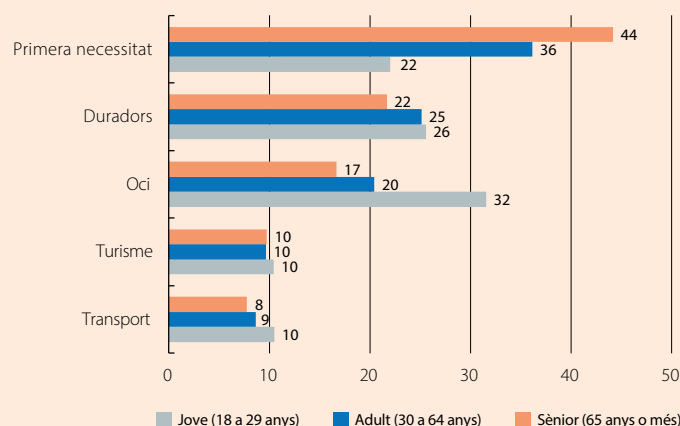
A Espanya, en períodes sense restriccions a l'activitat (com el 2019, any que prenem de referència), joves, adults i sèniors tenen una proclivitat diferent al consum de cada tipus de bé, resultat de les diferències en els preferències i en els recursos (vegeu el primer gràfic). La major part del consum dels sèniors es dedica a béns de primera necessitat (alimentació i farmàcia, el 44%), mentre que els adults i els joves hi destinen un percentatge menor (el 36% i el 22%, respectivament). En canvi, els joves són la generació que gasta més en oci (el 32%), molt per damunt dels adults i dels sèniors. La proporció del consum total dedicada a béns duradors (electrònica, tèxtil, mobles...) és més semblant entre generacions, al voltant d'un quart del total, tot i que amb diferències en funció de la tipologia. Per exemple, els joves dediquen, proporcionalment, gairebé la meitat del consum de duradors al tèxtil i als esports (el 47%), en relació amb el 41% dels adults i el 35% dels sèniors. Finalment, la proporció de consum destinada a turisme i a transport és la més semblant entre generacions, les dues al voltant o una mica per sota del 10%, tot i que els nivells de despesa són diferents.<sup>6</sup>

### Consum millennial, adult i sènior en temps de pandèmia

Durant els primers mesos de la pandèmia, les restriccions a l'activitat van afectar el consum de totes les generacions, que van reduir-lo de manera dràstica (mesurat en termes interanuals). A l'abril, es van observar les caigudes màximes, entre el 60 i el 80% en oci i restauració i en béns duradors, i es va arribar a superar el 85% en transport i en turisme (vegeu el segon gràfic). L'única excepció va ser la millora en el consum de béns de primera necessitat, que va experimentar augments superiors al 50%. Aquest augment es va endarrerir un parell de mesos en el cas dels sèniors, possiblement perquè, en molts casos, els familiars i els amics es van fer càrrec de la compra per a la seva gent gran.

### Espanya: distribució del consum per generació i per tipus de despesa

(% del total de la despesa de cada generació el 2019)



**Nota:** Dades internes de consum de targetes emeses per CaixaBank (exclou les retirades d'efectiu en caixers).  
**Font:** CaixaBank Research, a partir de dades internes.

1. Segons les dades internes de consum de targetes emeses per CaixaBank (exclou les retirades d'efectiu en caixers).

2. INE, «Proyecciones de población. 2020-2070».

3. Vegeu, per exemple, González, J. M., Urtasun, A. i Pérez, M. (2020), «Evolución del consumo en España durante la vigencia del estado de alarma: un análisis a partir del gasto con tarjetas de pago», Boletín Económico del Banco de España, núm. 3, 2020. O Cox, N. et al. (2020), «Initial Impacts of the Pandemic on Consumer Behavior: Evidence from Linked Income, Spending, and Savings Data», BFI Working Paper.

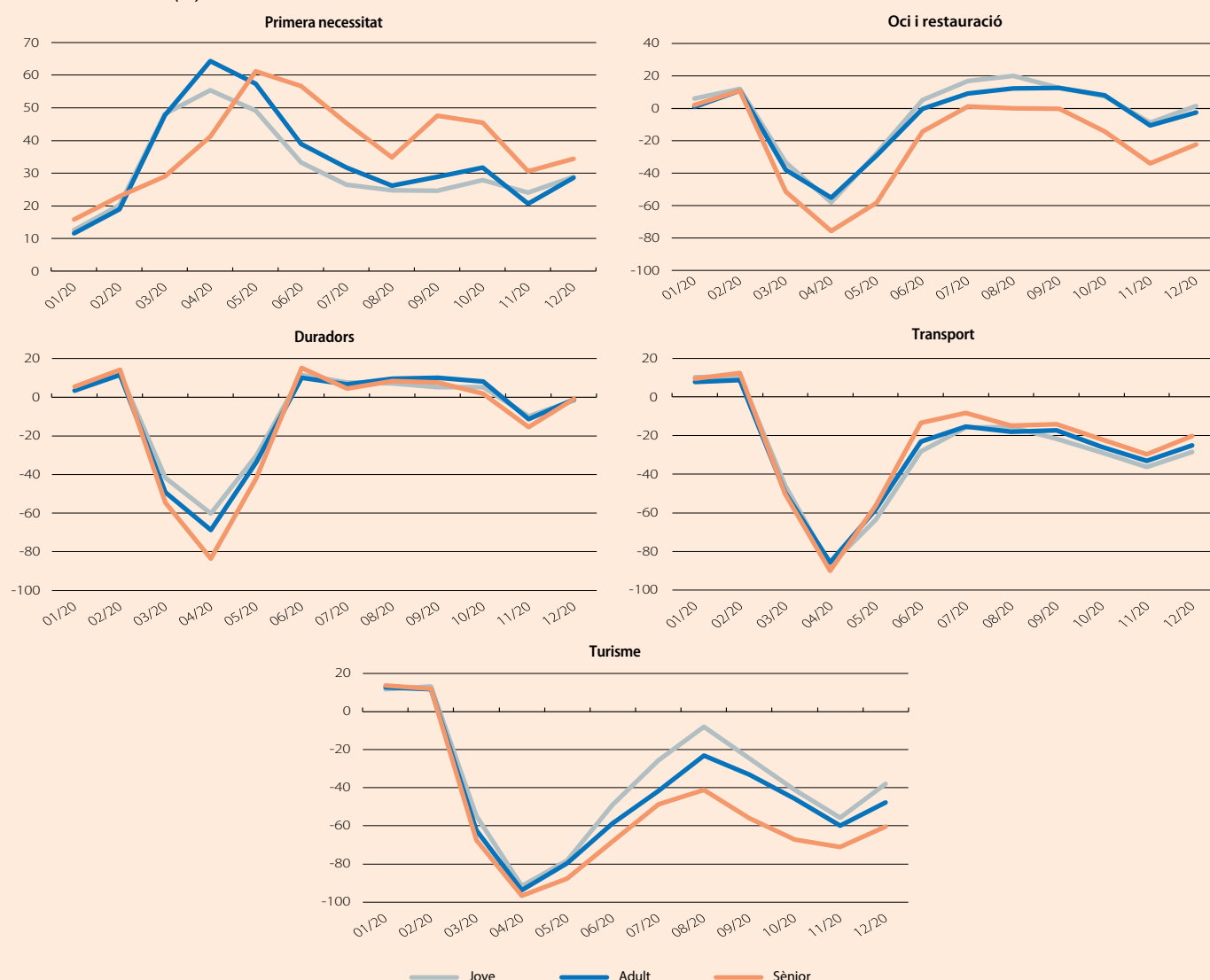
4. Per a un enfocament general, vegeu el Focus «Rastrejant el consum privat durant la crisi de la COVID-19», a l'IM07/2020.

5. La proporció de consum mitjà i de cada generació observat en les dades del Monitor de Consum de CaixaBank és molt semblant a la de l'enquesta de pressupostos familiars de l'INE en aquells tipus de béns comparables entre les dues bases de dades (alimentació i begudes, vestits i calçat o restaurants i hotels).

6. L'import mitjà de la despesa amb targeta d'un sènior el 2019 equivalia a la meitat del d'un adult (el 49%) i el d'un jove, al 91% del d'un adult.

**Espanya: despesa mitjana per client de cada generació i per tipus de despesa**

Variació interanual (%)



**Nota:** Dades internes de consum de targetes emeses per CaixaBank (exclou les retirades d'efectiu en caixers).

**Font:** CaixaBank Research, a partir de dades internes.

En els mesos posteriors, la recuperació va ser, però, més heterogènia per grups d'edat. El consum dels més grans en béns de primera necessitat va registrar augments superiors al dels joves i al dels adults, i de manera més persistent. En l'últim trimestre del 2020, el consum dels sèniors en béns de primera necessitat va ser el 37% superior al del 4T 2019, 10 p. p. per damunt dels augments entre els joves i entre els adults. D'altra banda, el consum dels més grans en oci i restauració i en turisme es va recuperar més lentament que en les altres generacions, i només parcialment. En l'últim trimestre del 2020, el seu consum mitjà en oci i restauració era el 23% inferior al de l'any anterior i el del turisme, el 66% inferior. En canvi, els joves i els adults van realitzar, a l'estiu, una part important de la despesa en oci i restauració i en turisme que havien deixat de realitzar en els mesos anteriors. Sembla, doncs, que els sèniors van realitzar més substitució intratemporal de consum d'oci, restauració i turisme per béns de primera necessitat que les altres generacions. En canvi, els joves i els adults van realitzar més aviat una substitució intertemporal, en ajornar del 2T al 3T la despesa en oci i restauració i en turisme, en lloc de substituir-la per altres categories de béns. Aquestes diferències de comportament mostren que la recuperació de la demanda embassada d'oci i de turisme es va concentrar més en aquests dos grups el 2020. El grup sènior, però, podria jugar un paper més important a l'estiu del 2021, quan estarà ja vacunat i la llibertat de moviment serà major. D'altra banda, a mesura que avançava la tardor del 2020 i que augmentaven de nou les restriccions per controlar la segona onada, totes les generacions van tornar a reduir el consum en tots els tipus de béns.

En definitiva, l'heterogeneïtat de la recuperació del consum mostra que les preferències i les prioritats importen i que el consum postpandèmia podria ser diferent per a cada generació. En els següents articles, ho analitzem amb més detall per als casos del comerç electrònic, de l'ús d'efectiu i de mitjans digitals de pagament i amb la comparació de l'evolució del consum de cada generació amb la dels seus ingressos.

Josep Mestres Domènech i Eduard Llorens i Jimeno