Com comprem? *Scroll down & click!*

El consum és un dels principals motors de l'economia espanyola. En els últims anys, ha crescut a un ritme pròxim al 3% en termes reals. Fins aquí, poques sorpreses. On sí que s'han produït canvis profunds és en la manera de consumir, en especial per part de determinats grups de població i en alguns sectors concrets. Moltes persones es continuen desplaçant a la botiga física per veure, tocar i provar el producte abans d'adquirir-lo. No obstant això, cada vegada són més els que realitzen les compres des del canal digital. Alguns, de fet, ja realitzen la major part de la seva despesa en línia. Qui són aquests consumidors digitals? I en quins sectors tenen més presència?

El comerç electrònic va fer un salt endavant durant la pandèmia.[1] Malgrat que les compres en línia ja guanyaven terreny abans del 2020, les restriccions a la mobilitat van dur moltes persones a descobrir els avantatges de comprar des de casa. De llavors ençà, el pes de la despesa realitzada pels canals digitals en relació amb la despesa total realitzada amb targetes i amb reintegraments no ha deixat d'augmentar i ja acumula un increment de gairebé 10 p. p. en relació amb el 2019 (vegeu el primer gràfic).

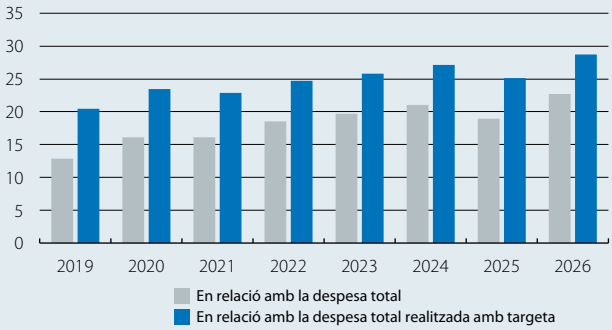
L'avanç ha estat generalitzat. L'augment de les compres en línia s'ha produït tant a les ciutats com a les zones rurals i en tots els nivells de renda. Abans de la pandèmia, el pes del comerç electrònic era molt similar entre els diferents grups d'ingressos, i continua sent-ho en l'actualitat, tot i que en nivells significativament més elevats.

El que marca la diferència en els patrons de consum són l'edat i el sector (vegeu el segon gràfic). Els joves són, amb diferència, el col·lectiu que destina una major proporció de la seva despesa al canal digital. Ja eren els més digitalitzats abans de la pandèmia i, a més a més, són els que han protagonitzat el major canvi de comportament. A l'altre extrem, les persones més grans amb prou feines han modificat els seus hàbits de compra, i la despesa que realitzen en línia continua representant menys del 10% de la seva despesa total.

No sembla que, a mesura que passen els anys, abandonem el comerç electrònic. Més aviat succeeix el contrari: com més temps passa, més difícil és modificar els hàbits de consum adquirits. Així, les generacions de més edat, que, al llarg de la seva vida, han comprat en establiments físics, es mantenen fidels a aquest canal. Les persones de mitjana

Espanya: pes del consum mitjançant comerç electrònic

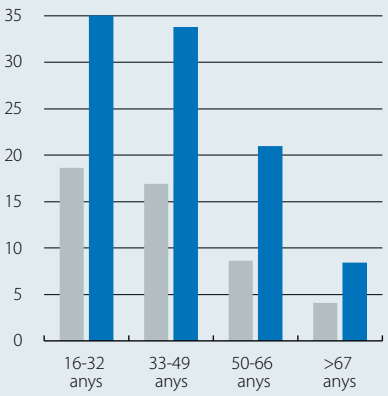
(%)



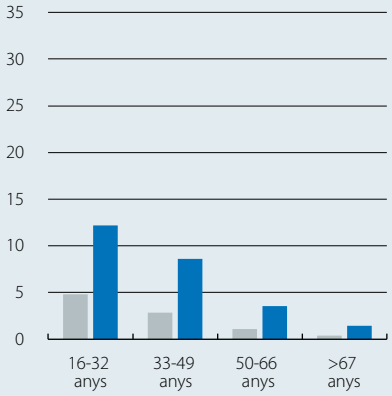
Notes: *La despesa en línia inclou les compres realitzades per canals digitals amb targetes emeses per CaixaBank. La despesa total realitzada amb targeta inclou totes les compres realitzades amb targeta (presencials i en línia). La despesa total afegeix, a més a més, els reintegraments en efectiu realitzats en caixers. Per al 2026, dades fins al juny.*
Font: *CaixaBank Research, a partir de dades internes.*

Espanya: pes del consum mitjançant comerç electrònic per edats i per anys

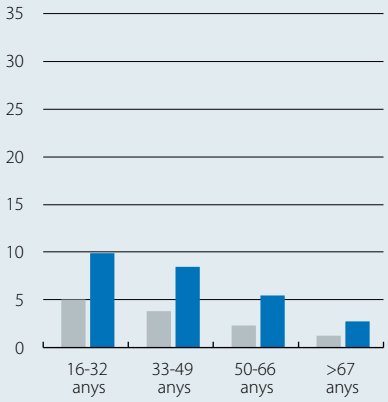
Despesa en moda
(%)



Despesa en bars i restaurants
(%)



Despesa en supermercats i alimentació
(%)



Nota: *Despesa realitzada amb les targetes emeses per CaixaBank.*
Font: *CaixaBank Research, a partir de dades internes.*

1. Estudi realitzat amb dades anonimitzades a partir de la despesa realitzada amb les targetes emeses per CaixaBank.

edat han incrementat de manera notable la seva despesa digital i mantenen aquest patró a mesura que compleixen anys. I tot fa pensar que els joves d'avui tampoc revertiran aquesta tendència amb el pas del temps. De fet, les noves generacions compren més per internet que els joves d'abans de la pandèmia, i els joves de llavors, ara una mica més grans, continuen comprant més en línia que les generacions precedents quan tenien la seva mateixa edat (vegeu el tercer gràfic).

El sector en què el comerç electrònic ha assolit una major penetració és el de la moda. Tant joves com adults realitzen ja al voltant d'un terç de la seva despesa en aquest àmbit a través de canals digitals. És també al sector de la moda on es concentra una major proporció de consumidors eminentment digitals: al voltant del 20% dels joves i dels adults realitzen més de la meitat de les seves compres en línia (vegeu el quart gràfic). Fins i tot entre les persones més grans s'observen canvis significatius, ja que prop del 8% de les seves compres de moda s'efectuen per internet.[2]

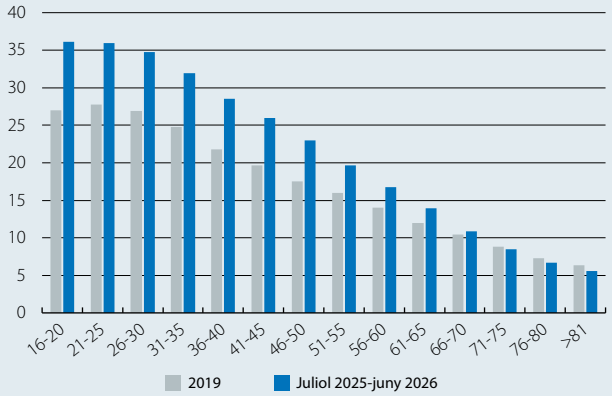
En restauració, i en supermercats i alimentació, el pes de les compres digitals també ha augmentat en els últims anys, en especial entre els joves, tot i que continua sent inferior a l'observat en la moda. Això no impedeix que, en determinats moments, es produeixin repunts molt significatius i que trenquen els patrons habituals. Durant el Mundial de futbol, per exemple, els dies en què va jugar la selecció espanyola, la despesa presencial als bars va augmentar el 36,3% en relació amb un dia normal. Al mateix temps, la despesa en restauració realitzada a través de canals digitals va créixer el 43,3%.

Aquesta vegada, l'augment de la despesa presencial va estar impulsat, principalment, pels més joves: la seva despesa als bars es va disparar el 70,6% mentre jugava la selecció (vegeu el cinquè gràfic). L'augment de la despesa en restauració digital va ser més generalitzat, tot i que també van ser els joves els que van augmentar més les comandes per menjar a casa mentre seguien el partit. Les maneres de consumir són diferents. Les ganes de celebrar, no tant.

Oriol Aspachs i Eduard Alcobé

Espanya: pes de la despesa en comerç electrònic per edat el 2019

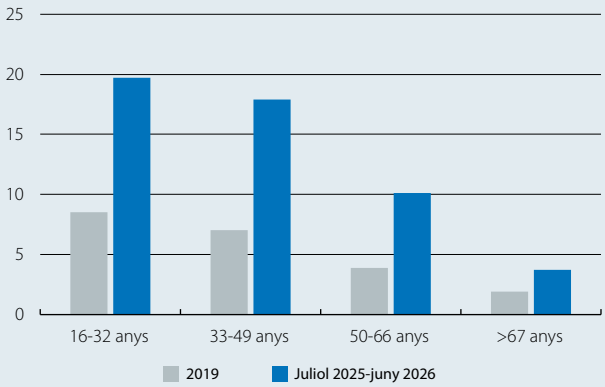
(%)



Nota: *Despesa realitzada amb les targetes emeses per CaixaBank.*
Font: *CaixaBank Research, a partir de dades internes.*

Espanya: consumidors digitals en moda per edats i per anys

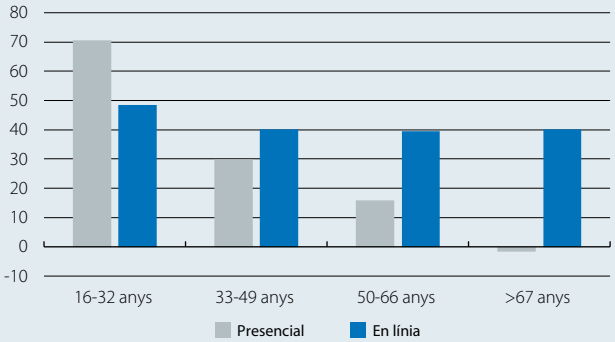
Persones que realitzen més despesa en línia que presencial (%)



Nota: *Despesa realitzada amb les targetes emeses per CaixaBank.*
Font: *CaixaBank Research, a partir de dades internes.*

Espanya: impacte del Mundial de futbol per grups d'edat

Variació interanual (%)



Nota: *Despesa realitzada amb les targetes emeses per CaixaBank al voltant de les hores dels partits de la selecció espanyola durant el Mundial de futbol 2026 en relació amb un dia equivalent de l'any anterior.*
Font: *CaixaBank Research, a partir de dades internes.*

2. La despesa realitzada a les grans plataformes no es pot categoritzar i representa, aproximadament, el 20% de la despesa total en línia.