Análisis con Big Data / Análisis Regional España / Consumo

La COVID-19, luces y sombras en el consumo

Expansión (España)

Álvaro Ortiz / Tomasa Rodrigo

La pandemia ha supuesto un cambio en la forma en la que los economistas medimos el impacto económico de un shock respecto a métodos más tradicionales. El análisis con Big Data de información en tiempo real y alta definición ha permitido conocer con inmediatez y precisión el impacto del virus en la economía, los costes que está originando y cómo se distribuyen en el tiempo y en el espacio. Además, ha ayudado a Gobiernos e instituciones a reaccionar rápidamente para combatir sus efectos.

Los datos agregados y anonimizados de las compras realizadas con tarjeta son un ejemplo de las ventajas que ofrece el uso del Big Data para monitorizar el impacto de esta crisis en el consumo. Aunque la pandemia ha afectado a cada país en diferentes momentos del tiempo, sí observamos en todos ellos un factor común: una caída sin precedentes del gasto. La magnitud de la misma y la posterior recuperación ha sido distinta dependiendo de las restricciones a la movilidad llevadas a cabo para frenar la expansión de la COVID-19.

España ha sido uno de los países europeos donde primero llegó la pandemia, registrando un desplome del consumo del -60% a finales de marzo comparado con el año previo. Además, dada la severidad del virus y de las medidas de confinamiento impuestas para contenerlo, la recuperación está siendo más lenta que en otros países. De hecho, no se alcanzaron cifras de crecimiento positivas hasta principios de julio. Desde entonces, el consumo se ha mantenido en terreno positivo, especialmente durante el mes de agosto, cuando de media se registraron crecimientos superiores al 6%. Esta dinámica se corrigió a finales de septiembre con una ralentización del consumo dado el aumento de los contagios y nuevos confinamientos.

Si indagamos en la evolución del consumo por sectores, también encontramos diferencias muy relevantes. Los sectores relacionados con bienes y servicios no esenciales o de primera necesidad -como la hostelería, el ocio y el entretenimiento, o los viajes- han sido las partidas de consumo más afectadas, dado además su alto carácter social. Dichos sectores se desplomaron con la llegada de la COVID-19 a tasas del -90%, pero su recuperación está siendo también distinta. El consumo en bares y en restaurantes se dinamizó rápidamente con el proceso de desescalada tras el confinamiento, volviendo a crecer a principios de julio. En las últimas semanas, sin embargo, con la segunda ola y con las nuevas medidas impuestas en algunas ciudades como Madrid, esta senda positiva se ha revertido y observamos caídas cercanas al 5%. El impacto en el gasto en agencias de viaje y hoteles ha sido más negativo y persistente, dada una evolución menos favorable del consumo extranjero, continuando a la cola con caídas del -62 y -58% respectivamente. No obstante, no todos los sectores han sido “sufridores” de la crisis de la COVID-19. Hay partidas de consumo que han crecido significativamente como la alimentación, que se duplicó durante marzo y actualmente sigue creciendo al 40%. Otros como el sector de la salud o del equipamiento del hogar también han reflejado una evolución favorable creciendo al 20% y 16% respectivamente.

Mirando más allá de nuestras fronteras, vemos que el caso de América Latina ha sido más similar a España, con desplomes equivalentes de consumo tras la irrupción del virus y una lenta recuperación. Sin embargo, en países como Estados Unidos la evolución del consumo está siendo bien diferente. El impacto negativo de la llegada de la COVID-19 ha sido significativamente menor. El consumo se contrajo un 22% y fue solo a principios de mayo cuando recuperó la senda de crecimiento positiva, que se mantiene hasta la actualidad con crecimientos a finales de septiembre en torno al 9%.

En definitiva, los meses de verano han mostrado parte de la recuperación del consumo, pero habrá que esperar a ver cómo evoluciona a partir de ahora, que dependerá de la capacidad que tenga cada país de controlar el virus. *Winter is coming*, pero tenemos una mayor capacidad para hacer frente a la COVID-19, conocer en tiempo real su evolución y sus consecuencias, y poder así reaccionar de una manera más eficaz a su propagación.

AVISO LEGAL

El presente documento, elaborado por el Departamento de BBVA Research, tiene carácter divulgativo y contiene datos, opiniones o estimaciones referidas a la fecha del mismo, de elaboración propia o procedentes o basadas en fuentes que consideramos fiables, sin que hayan sido objeto de verificación independiente por BBVA. BBVA, por tanto, no ofrece garantía, expresa o implícita, en cuanto a su precisión, integridad o corrección.

Las estimaciones que este documento puede contener han sido realizadas conforme a metodologías generalmente aceptadas y deben tomarse como tales, es decir, como previsiones o proyecciones. La evolución histórica de las variables económicas (positiva o negativa) no garantiza una evolución equivalente en el futuro.

El contenido de este documento está sujeto a cambios sin previo aviso en función, por ejemplo, del contexto económico o las fluctuaciones del mercado. BBVA no asume compromiso alguno de actualizar dicho contenido o comunicar esos cambios.

BBVA no asume responsabilidad alguna por cualquier pérdida, directa o indirecta, que pudiera resultar del uso de este documento o de su contenido.

Ni el presente documento, ni su contenido, constituyen una oferta, invitación o solicitud para adquirir, desinvertir u obtener interés alguno en activos o instrumentos financieros, ni pueden servir de base para ningún contrato, compromiso o decisión de ningún tipo.

Especialmente en lo que se refiere a la inversión en activos financieros que pudieran estar relacionados con las variables económicas que este documento puede desarrollar, los lectores deben ser conscientes de que en ningún caso deben tomar este documento como base para tomar sus decisiones de inversión y que las personas o entidades que potencialmente les puedan ofrecer productos de inversión serán las obligadas legalmente a proporcionarles toda la información que necesiten para esta toma de decisión.

El contenido del presente documento está protegido por la legislación de propiedad intelectual. Queda expresamente prohibida su reproducción, transformación, distribución, comunicación pública, puesta a disposición, extracción, reutilización, reenvío o la utilización de cualquier naturaleza, por cualquier medio o procedimiento, salvo en los casos en que esté legalmente permitido o sea autorizado expresamente por BBVA.

INTERESADOS DIRIGIRSE A:
BBVA Research: Calle Azul, 4. Edificio La Vela – 4ª y 5ª planta. 28050 Madrid (España).
Tel.:+34 91 374 60 00 y +34 91 537 70 00 / Fax:+34 91 374 30 25
bbvaresearch@bbva.com www.bbvaresearch.com