

# Impacto de la COVID-19 sobre el consumo en España en tiempo real y alta definición

Semana del 25 al 31 de mayo

# Mensajes principales

- Durante las primeras semanas de abril, el confinamiento redujo el gasto semanal con tarjeta\* en torno al -60% interanual.
- El cambio de fase y la flexibilización de las restricciones en cada una de ellas han impulsado la recuperación del consumo. La desescalada ha moderado esta contracción hasta el -47% en la semana del 4 al 10 de mayo, el -37% en la del 11 al 17 de mayo, el -21% en la del 18 al 24 de mayo y el -14% en la del 25 al 31 de mayo.
- Las provincias que pasaron de fase el 25 de mayo continuaron mostrando avances en actividad en la semana del 25 al 31 de mayo:
  - El consumo aumentó un 8% interanual en las que entraron en la fase 2.
  - El ajuste del gasto se redujo ligeramente en las que accedieron a la fase 1, pero todavía exhibieron caídas del 15%.
- En aquellas provincias que permanecieron en la fase 1, el consumo detuvo su mejoría y consolidó caídas del 10% durante la última semana.

## Mensajes principales

- El gasto aumentó en 32 provincias en la semana del 25 al 31 de mayo respecto al mismo periodo de 2019. De ellas, 9 de cada 10 se encuentran en la fase 2 (28 provincias).
- El efecto de acceder a la fase 2 sobre el crecimiento del gasto alcanzó los 16 puntos en las provincias que transitaron el 25 de mayo. El impacto es similar al causado por el cambio de la fase 0 a la 1 en estos mismos territorios.
- Alimentación, equipamiento del hogar, salud, libros y prensa y grandes superficies han abanderado la recuperación del consumo. Tan solo el gasto en ocio y el vinculado a viajes no muestran signos de mejora.
- La desescalada ha impulsado las compras presenciales, lo que ha invertido el diferencial de crecimiento con las compras por internet. El peso del gasto *online* se ha reducido hasta el 15% del total, frente al 18% hace un año.
- El gasto por internet ha repuntado más en las categorías ligadas al consumo en el hogar y en las regiones que partían de una penetración del comercio electrónico menor.

## 32 provincias se encontraban en la fase 2 de la desescalada entre el 25 y el 31 de mayo. Representan el 40% del gasto con tarjeta en 2020

### FASES DE LA DEESCALADA POR PROVINCIAS

(SEMANA DEL 11 AL 17 DE MAYO)

(SEMANA DEL 18 AL 24 DE MAYO)

(SEMANA DEL 25 AL 31 DE MAYO)



■ Fase 0 ■ Fase 0/1 ■ Fase 1 ■ Fase 2

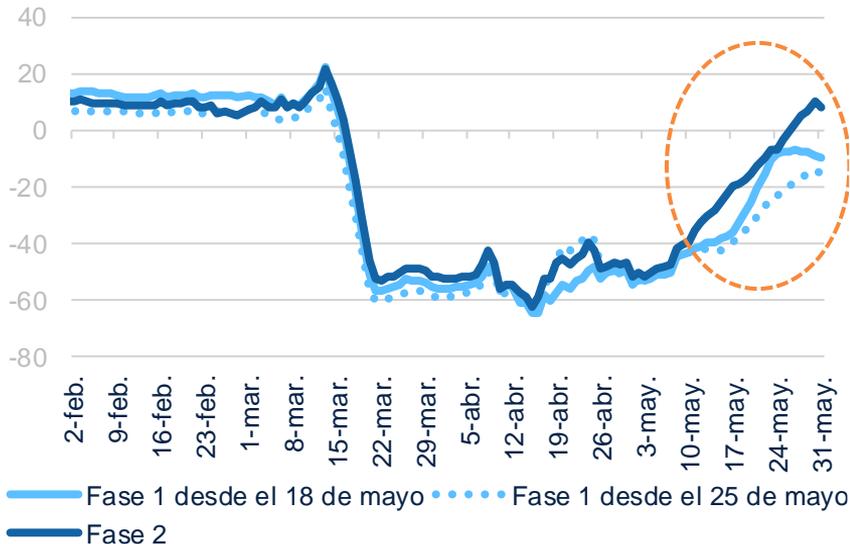
Fase 0/1: Provincias en las que tan solo una parte se encontraba en fase 1 en la semana de referencia.

Fuente: BBVA Research a partir de BBVA

**El gasto semanal con tarjeta en las provincias que iniciaron la fase 2 el 25 de mayo aumentó el 8% interanual la pasada semana. Las que continuaban en fase 1 redujeron su consumo entre el -10% y el -15%**

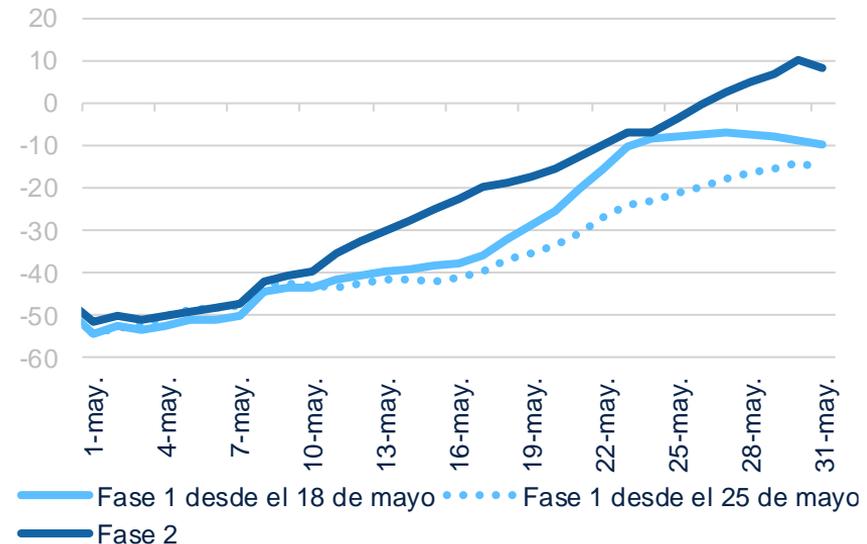
### GASTO MEDIO SEMANAL CON TARJETA SEGÚN FASE DE LA DESESCALADA\*

(2020 VS 2019, CRECIMIENTO INTERANUAL EN %)



### GASTO MEDIO SEMANAL CON TARJETA SEGÚN FASE DE LA DESESCALADA\*

(2020 VS 2019, CRECIMIENTO INTERANUAL EN %)



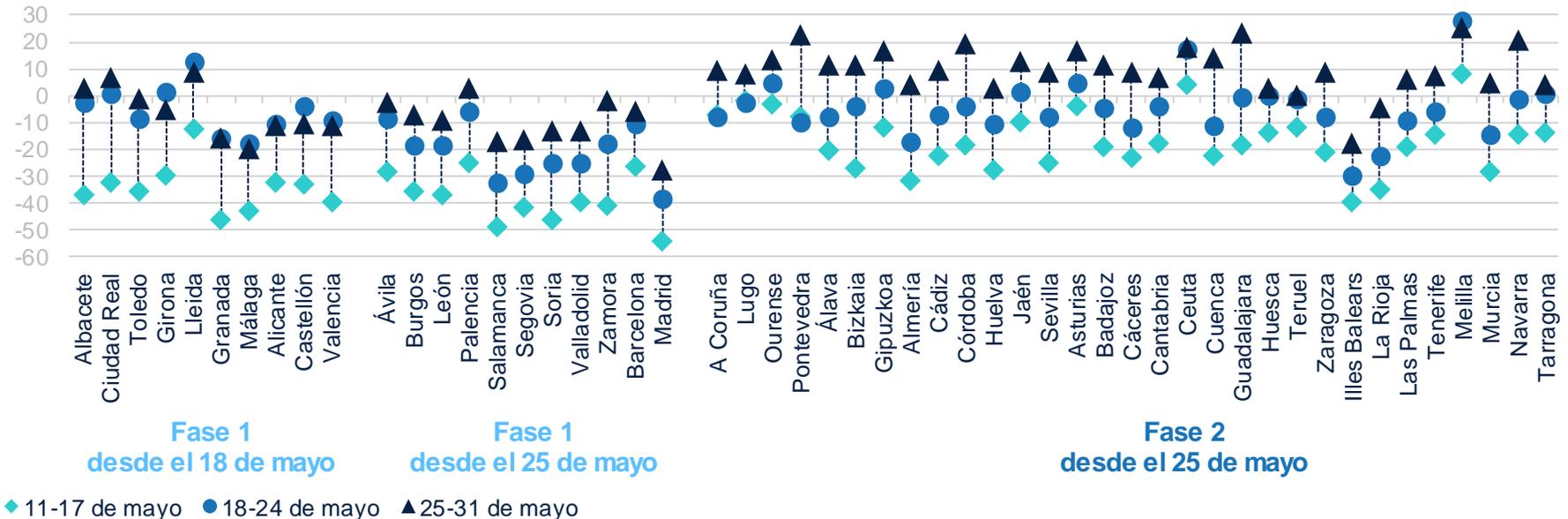
\*Gasto presencial con tarjetas emitidas por BBVA más gasto de no clientes en TPV BBVA.

Fuente: BBVA Research a partir de BBVA

Las compras crecieron en todas las provincias en fase 2, excepto Teruel, Baleares y La Rioja. Las provincias mediterráneas que continúan en fase 1 desde el 18 de mayo (Girona, Lleida, Granada, Málaga y la Com. Valenciana) lastraron el avance del gasto

### GASTO MEDIO SEMANAL CON TARJETA SEGÚN FASE DE LA DESESCALADA POR PROVINCIA\*

(2020 VS 2019, CRECIMIENTO INTERANUAL EN %)

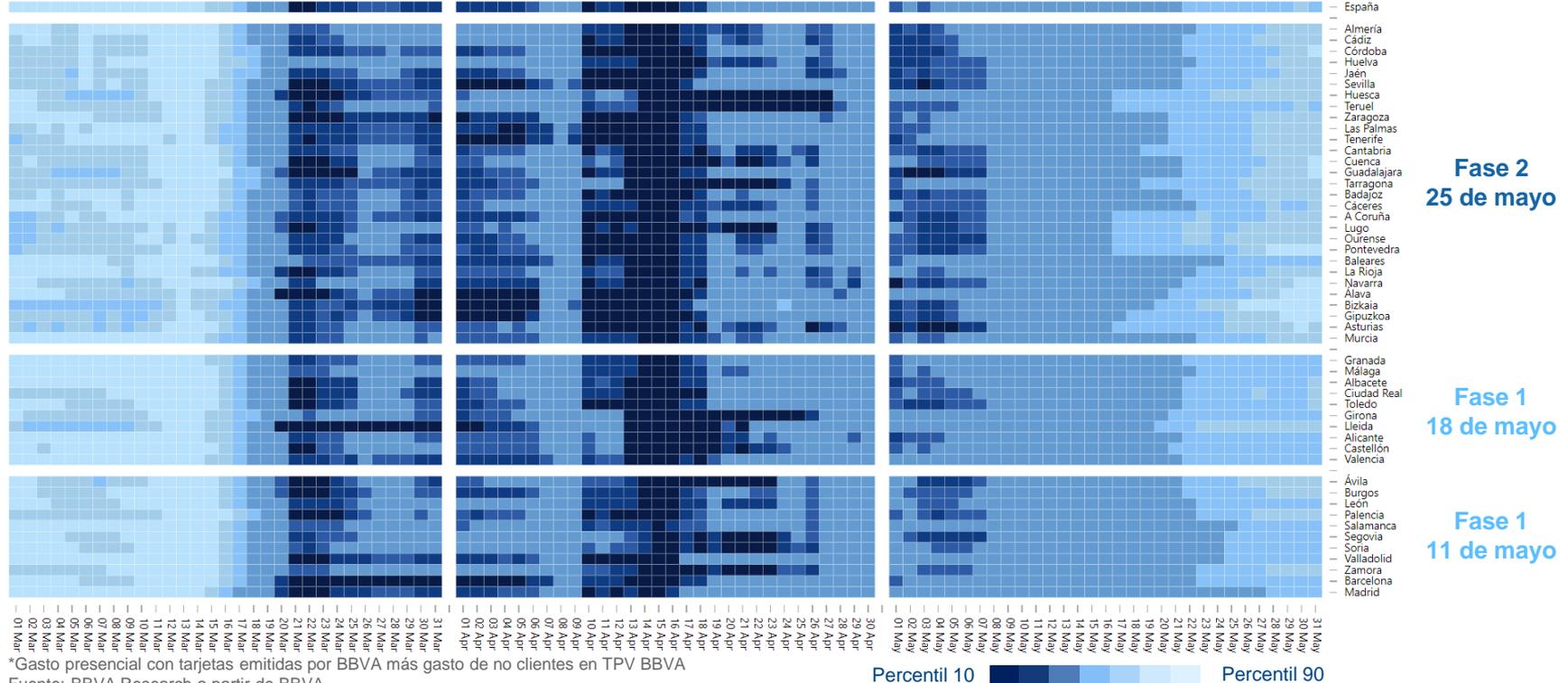


\*Gasto presencial con tarjetas emitidas por BBVA más gasto de no clientes en TPV BBVA.

Fuente: BBVA Research a partir de BBVA

# El avance de la desescalada explica la recuperación del gasto

## EVOLUCIÓN DEL GASTO MEDIO SEMANAL CON TARJETA POR PROVINCIA\* (VALORES MÁS OSCUROS INDICAN UNA MAYOR CAÍDA INTERANUAL DEL GASTO)



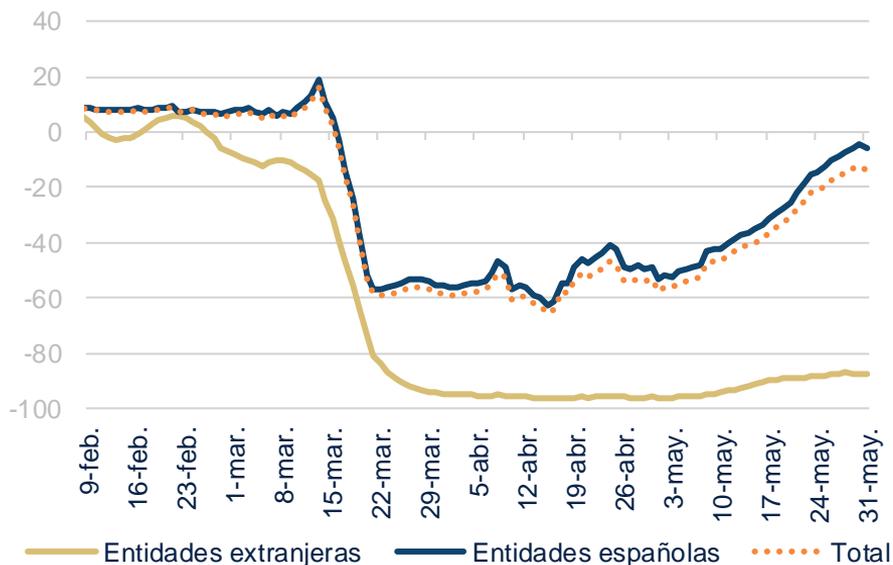
\*Gasto presencial con tarjetas emitidas por BBVA más gasto de no clientes en TPV BBVA

Fuente: BBVA Research a partir de BBVA

## Las compras con tarjetas españolas (-6% interanual) impulsaron la recuperación del gasto, que cayó el 14% interanual. Navarra, Asturias, Galicia, Extremadura, País Vasco, Cantabria, Castilla-La Mancha, Aragón y Murcia, en positivo

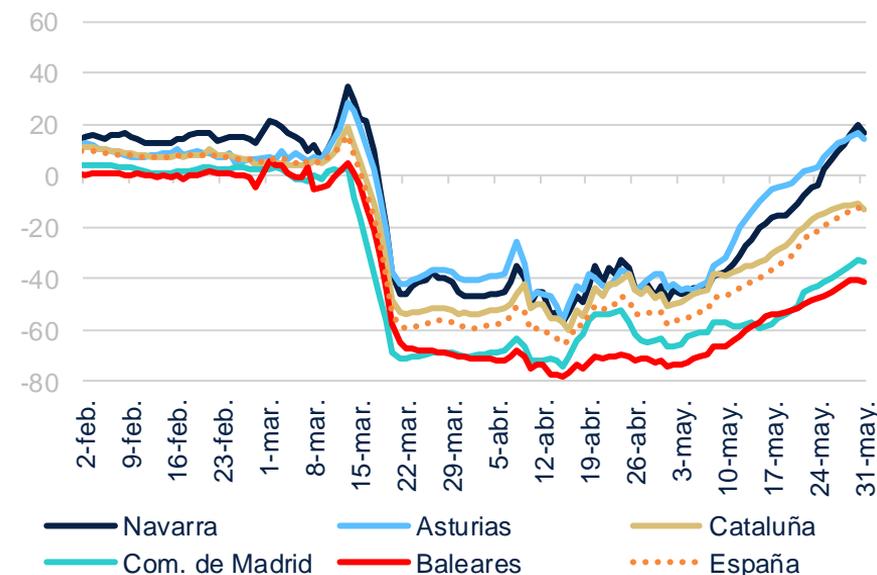
### GASTO MEDIO SEMANAL CON TARJETA POR NACIONALIDAD DE LA TARJETA\*

(2020 VS 2019, CRECIMIENTO INTERANUAL EN %)



### GASTO MEDIO SEMANAL CON TARJETA POR COMUNIDAD AUTÓNOMA\*\*

(2020 VS 2019, CRECIMIENTO INTERANUAL EN %)



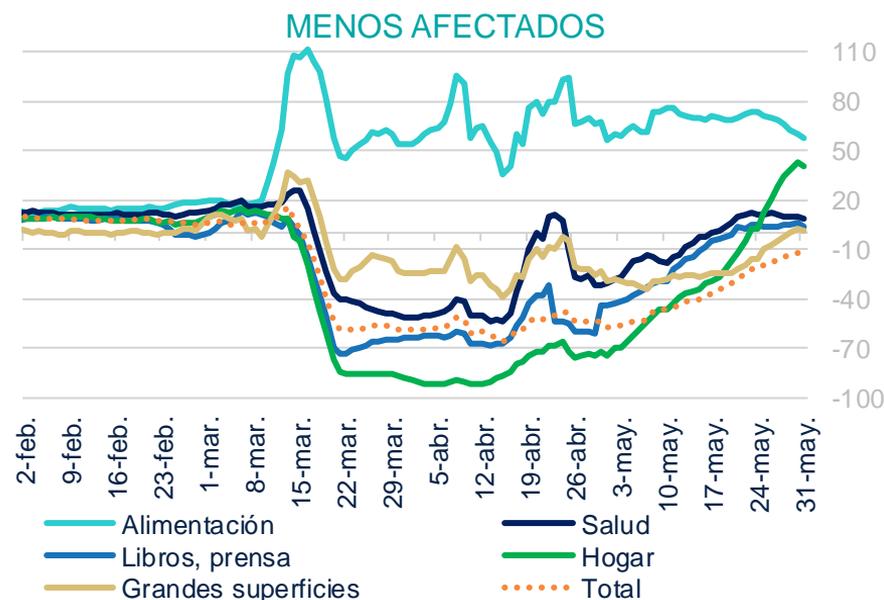
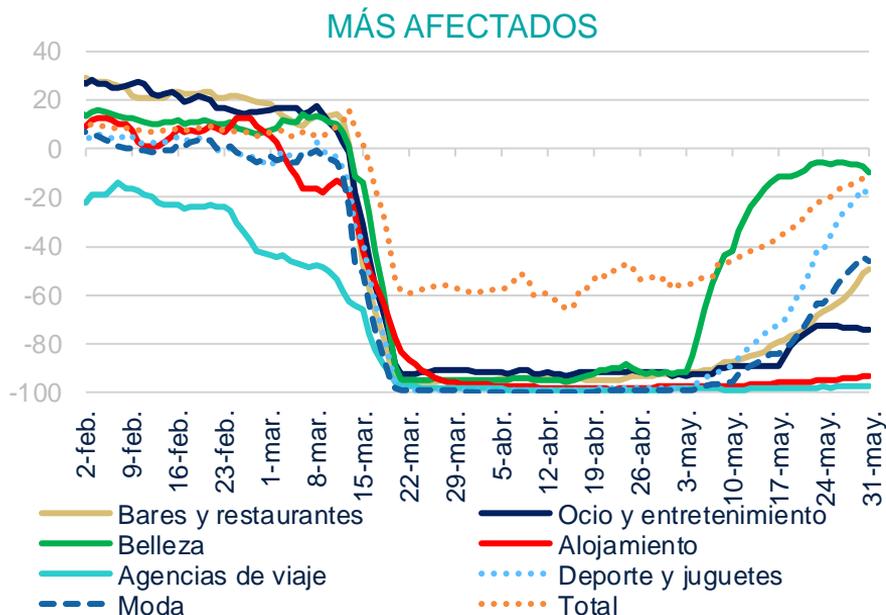
\*Gasto presencial con tarjetas emitidas por BBVA más gasto de no clientes en TPV BBVA. \*\*Comunidades autónomas seleccionadas. Véase el Anexo para más información.

Fuente: BBVA Research a partir de BBVA

## Alimentación, equipamiento del hogar, salud, libros y prensa y grandes superficies abanderarán el crecimiento del consumo. Tan solo el gasto en ocio y el vinculado a viajes no muestran signos de mejora

### GASTO MEDIO SEMANAL CON TARJETA POR SECTOR\*

(2020 VS 2019, CRECIMIENTO INTERANUAL EN %)



\*Gasto presencial con tarjetas emitidas por BBVA más gasto de no clientes en TPV BBVA. Sectores seleccionados. Véase el Anexo para más información.

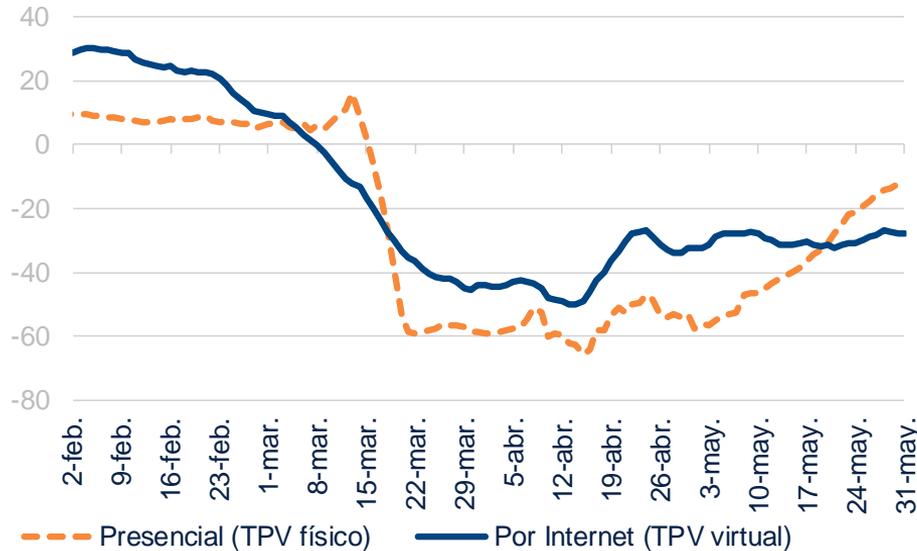
Fuente: BBVA Research a partir de BBVA



**El avance de la desescalada ha impulsado las compras presenciales (-14%), lo que ha invertido el diferencial de crecimiento con las compras por internet (-28%). El peso del gasto *online* se ha reducido hasta el 15% del total, frente al 18% de hace un año**

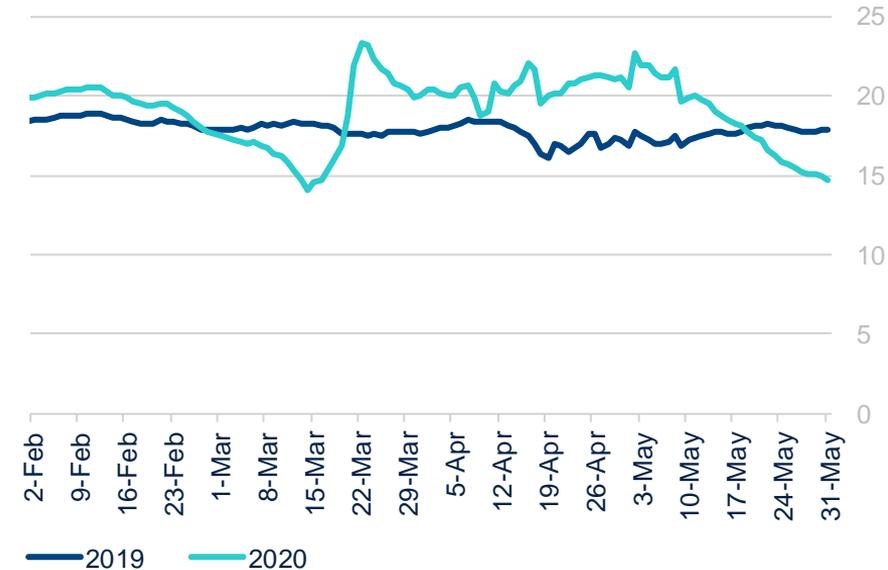
### GASTO MEDIO SEMANAL CON TARJETA POR TIPO DE TPV\*

(2020 VS 2019, CRECIMIENTO INTERANUAL EN %)



### PESO DEL GASTO MEDIO SEMANAL CON TARJETA POR INTERNET\*

(% SOBRE EL TOTAL)



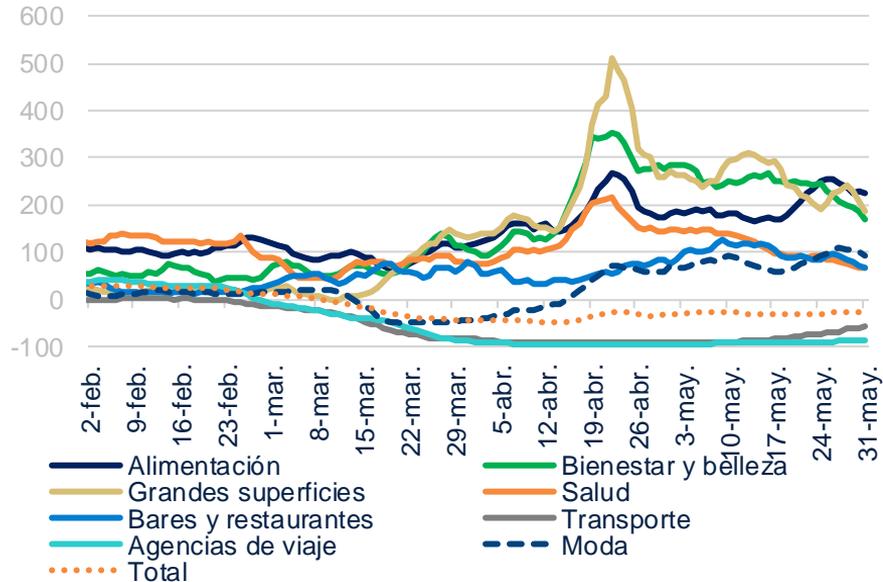
\*Gasto con tarjetas emitidas por BBVA más gasto de no clientes en TPV BBVA.

Fuente: BBVA Research a partir de BBVA

## El gasto *online* ha aumentado en las categorías ligadas al consumo en el hogar y retrocedido en las relacionadas con desplazamientos, como viajes, transporte, alojamiento

### GASTO MEDIO SEMANAL ONLINE CON TARJETA POR SECTOR\*

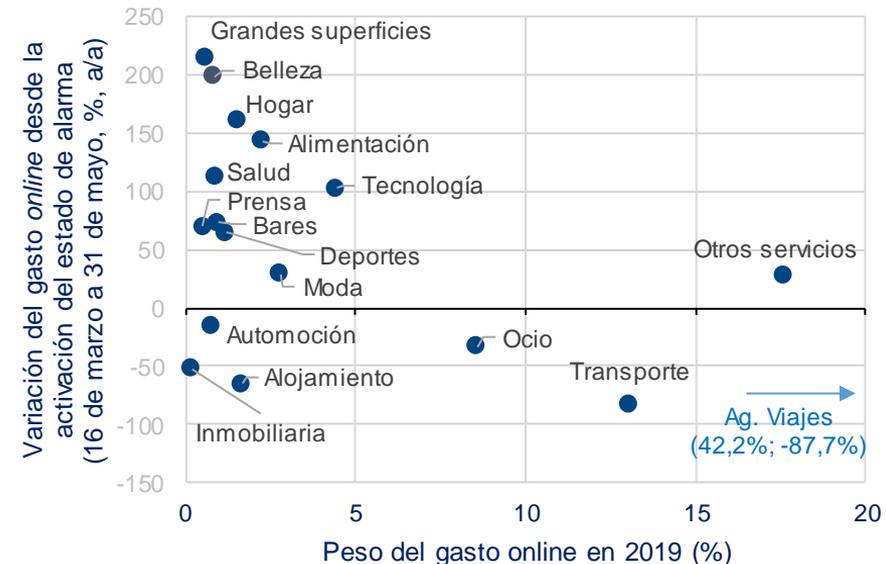
(2020 VS 2019, CRECIMIENTO INTERANUAL EN %)



\*Gasto con tarjetas emitidas por BBVA más gasto de no clientes en TPV BBVA. Sectores seleccionados.  
Fuente: BBVA Research a partir de BBVA

### PESO DEL GASTO MEDIO SEMANAL CON TARJETA POR INTERNET POR SECTOR\*

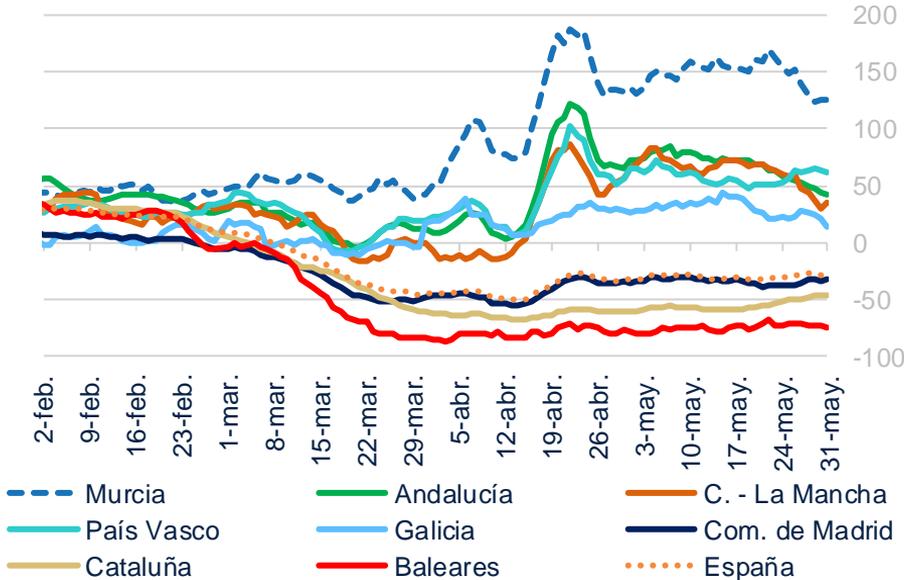
(% SOBRE EL TOTAL GASTO CON TARJETA EN CADA REGIÓN)



## Las compras por internet han crecido más en las regiones que partían de una penetración del comercio electrónico menor. Madrid, Cataluña y Baleares han sesgado a la baja el gasto más online en el conjunto de España

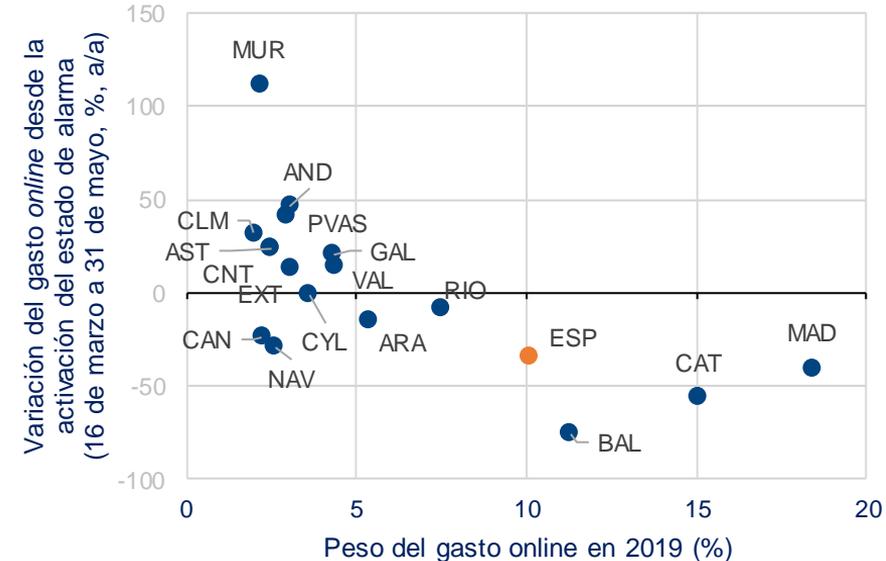
### GASTO MEDIO SEMANAL ONLINE CON TARJETA POR COMUNIDAD AUTÓNOMA\*

(2020 VS 2019, CRECIMIENTO INTERANUAL EN %)



### PESO DEL GASTO MEDIO SEMANAL CON TARJETA POR INTERNET POR COMUNIDAD AUTÓNOMA\*

(% SOBRE EL TOTAL GASTO CON TARJETA EN CADA REGIÓN)



\*Gasto con tarjetas emitidas por BBVA más gasto de no clientes en TPV BBVA. \*\* Comunidades Autónomas seleccionadas. Véase el Anexo para más información.

Fuente: BBVA Research a partir de BBVA

# Impacto de la COVID-19 sobre el consumo en España en tiempo real y alta definición

Semana del 25 al 31 de mayo

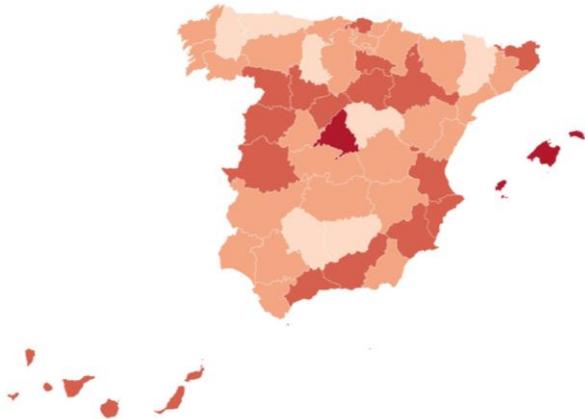


# Anexo

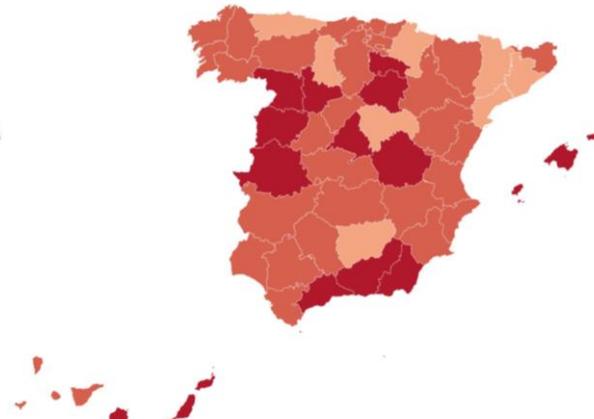
## Anexo. Evolución del gasto medio semanal presencial

### GASTO MEDIO SEMANAL CON TARJETA POR PROVINCIA\* (2020 VS 2019, CRECIMIENTO INTERANUAL EN %)

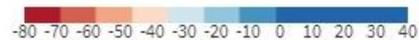
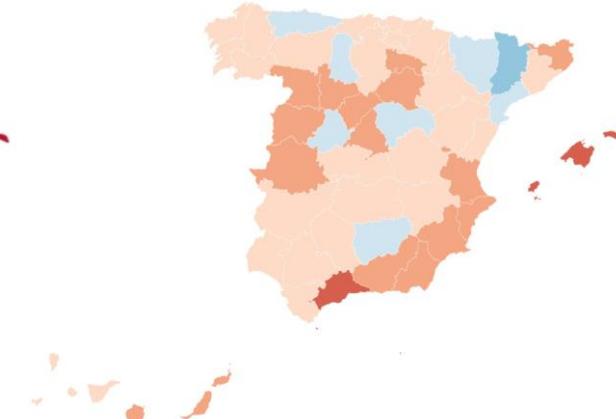
SEMANA DEL 24 AL 31 DE MARZO



SEMANA DEL 9 AL 15 DE ABRIL



SEMANA DEL 4 AL 10 DE MAYO



\*Gasto presencial con tarjetas emitidas por BBVA más gasto de no clientes en TPV BBVA.  
Fuente: BBVA Research a partir de BBVA

## Anexo. Evolución del gasto medio semanal presencial

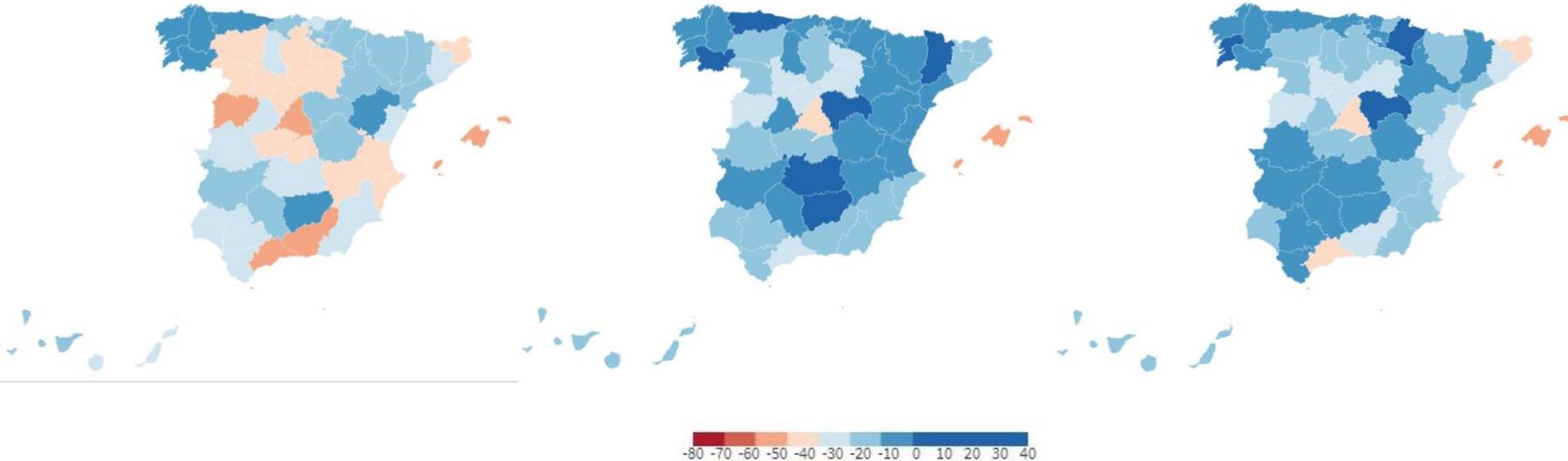
### GASTO MEDIO SEMANAL CON TARJETA POR PROVINCIA\*

(2020 VS 2019, CRECIMIENTO INTERANUAL EN %)

SEMANA DEL 11 AL 17 DE MAYO

SEMANA DEL 18 AL 24 DE MAYO

SEMANA DEL 25 AL 31 DE MAYO



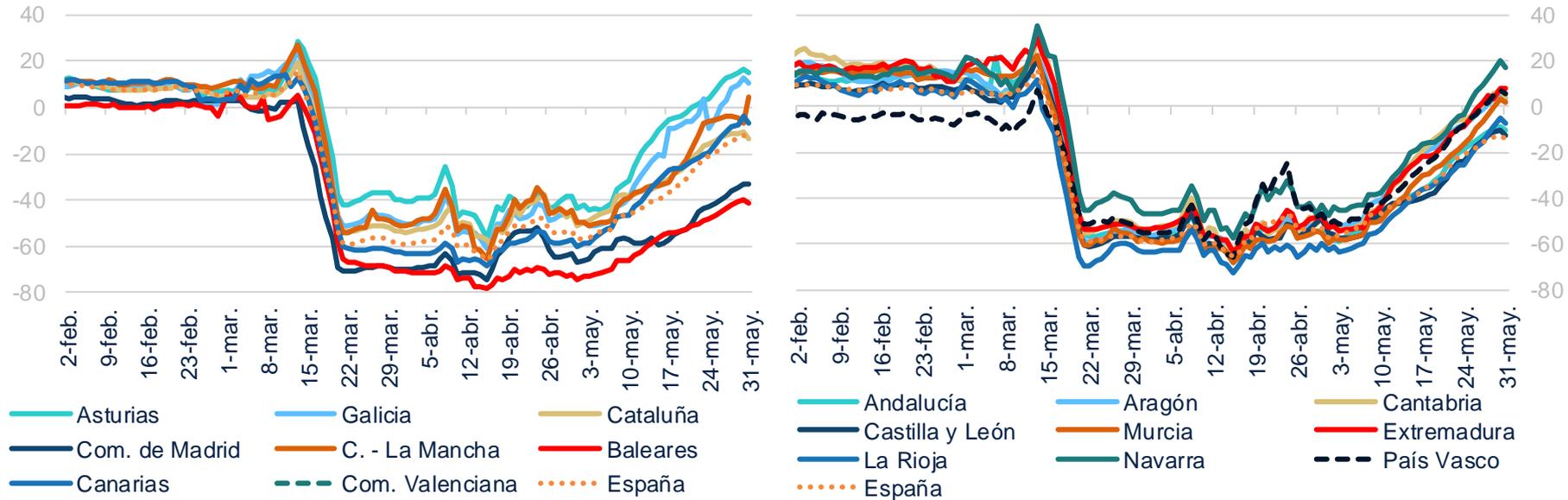
\*Gasto presencial con tarjetas emitidas por BBVA más gasto de no clientes en TPV BBVA.

Fuente: BBVA Research a partir de BBVA

## Anexo. Evolución del gasto medio semanal presencial por comunidad autónoma

### GASTO MEDIO SEMANAL CON TARJETA POR COMUNIDAD AUTÓNOMA\*

(2020 VS 2019, CRECIMIENTO INTERANUAL EN %)

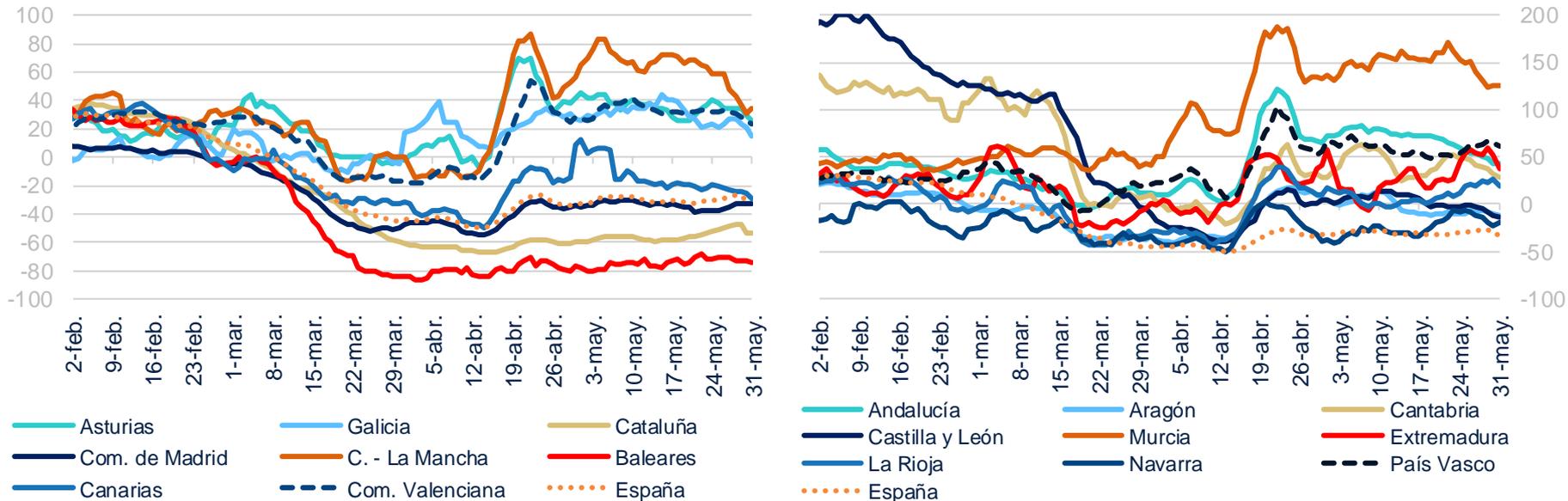


\*Gasto presencial con tarjetas emitidas por BBVA más gasto de no clientes en TPV BBVA.

Fuente: BBVA Research a partir de BBVA

## Anexo. Evolución del gasto medio semanal *online* por comunidad autónoma

### GASTO MEDIO SEMANAL ONLINE CON TARJETA POR COMUNIDAD AUTÓNOMA\* (2020 VS 2019, CRECIMIENTO INTERANUAL EN %)



\*Gasto con tarjetas emitidas por BBVA más gasto de no clientes en TPV BBVA.

Fuente: BBVA Research a partir de BBVA