

# Lo que el big data nos descubre sobre el consumo en España

En noviembre de 2022, CaixaBank Research lanzó el [Portal de economía en tiempo real](#),<sup>1</sup> una herramienta pionera para monitorizar la economía española a partir de los datos internos de la entidad, agregados y debidamente anonimizados. El portal contiene información en tiempo real sobre el consumo de los hogares, la desigualdad, la evolución de los salarios y los sectores inmobiliario y turístico. En junio de este año, el portal se ha ampliado con nuevas dimensiones de análisis y una mayor granularidad en los ámbitos de consumo y de turismo,<sup>2</sup> pasando de 800 a 2.200 series.

En el ámbito de consumo, el nuevo portal incorpora información de los recibos domiciliados, como el del agua, la luz, el gas y la telefonía.<sup>3</sup> Además, aumenta el detalle sectorial del consumo, incluyendo información sobre moda, muebles o restauración, por citar algunos ejemplos (véase la tabla para un mayor detalle). Asimismo, se ha incorporado información sobre la evolución del comercio electrónico. Este artículo analiza la tendencia reciente del consumo utilizando los datos del portal.

Una de las condiciones indispensables de los nuevos indicadores económicos incorporados al portal es que sean de calidad. Para ello, los hemos comparado con otras variables de fuentes externas. En el primer gráfico, se puede observar cómo, a pesar de las diferencias en las definiciones entre las distintas fuentes de datos, las series siguen tendencias simi-

## Desglose de subsectores de consumo disponibles en el portal de economía en tiempo real

- Sectores**
- Primera necesidad
    - Alimentos, bebidas y tabaco
    - Farmacias
  - Ocio y hostelería
    - Cultura y espectáculos
    - Restauración
    - Hoteles
    - Agencias de viajes
  - Transporte
    - Transporte (sin gasolineras)
    - Gasolineras
  - Comercio minorista
    - Moda
    - Muebles y decoración
    - Electrodomésticos y tecnología

Fuente: CaixaBank Research ([Portal de Economía en tiempo real](#), <https://realtimedeeconomics.caixabankresearch.com/>).

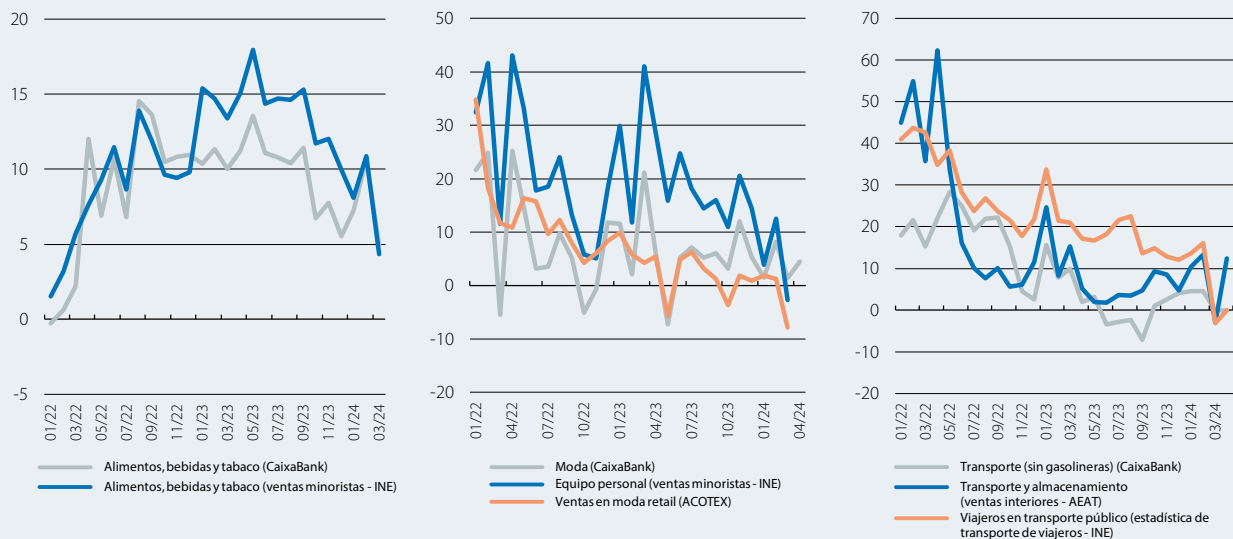
lares.<sup>4</sup> Los indicadores elaborados a partir de datos internos permiten asimismo una mayor inmediatez temporal en el seguimiento, puesto que se publican mensualmente con un decalaje de pocos días después del cierre del mes.

## Evolución del consumo en España según los datos internos de CaixaBank

El crecimiento de la economía española está sorprendiendo por su robustez en un contexto en el que los tipos de interés se mantienen altos y el crecimiento del resto

### Comparativa del indicador de consumo para distintos sectores económicos con referencias externas

Variación interanual (%)



Nota: La serie de ventas minoristas para alimentación incluye los sectores 4711 y 472 y para equipo personal incluye los sectores 4751, 4771 y 4772.

Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos internos anonimizados de CaixaBank, del INE (ventas minoristas, estadística de transporte de viajeros), de ACOTEX y de la AEAT (ventas interiores).

- Véase el Focus «[Economía en tiempo real: el nuevo portal de CaixaBank Research](#)», para más detalle.
- Para turismo, se añade mayor nivel de desglose de los países de origen de los turistas y se publican nuevas series para analizar la evolución del turismo utilizando como base 100 el mismo mes de 2019 (referencia pre-COVID), además de las series existentes en variación interanual.
- Véase el Focus «[El gasto en recibos de los hogares españoles en 2023, un respiro tras un 2022 de infarto](#)» en el IM02/2024, para más detalle.
- Véase el documento metodológico del portal de economía en tiempo real para mayor detalle de la construcción y validación de los indicadores: [https://www.caixabankresearch.com/es/nota-metodologica\\_rte](https://www.caixabankresearch.com/es/nota-metodologica_rte).

de la eurozona está mostrando debilidad. En estos últimos meses, la actividad económica se ha visto impulsada por el buen desempeño del mercado laboral, unos flujos de inmigración aún vigorosos y los buenos datos de turismo internacional. Además, se espera que el consumo privado siga siendo dinámico, dado que la renta de los hogares irá recuperando el poder adquisitivo y el BCE se espera que siga reduciendo los tipos de interés. ¿Está siendo así?

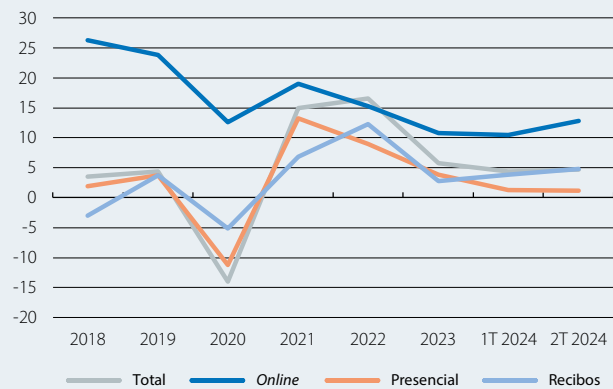
El consumo de los españoles cerró el 2T creciendo un 4,7%, lo que representa una leve aceleración con respecto al 1T y un ritmo de avance muy similar al de 2023, aunque la inflación se ha moderado ligeramente. Entre las distintas partidas de gasto, destaca la realizada por comercio electrónico, con una tasa de crecimiento del 12,9% en el 2T 2024, 2 p. p. por encima del registro de 2023. También el gasto en recibos sigue creciendo de forma notable, un 4,9% en el 2T 2024, debido en parte al aumento del gasto en el recibo del agua.

El gasto en consumo presencial ha mantenido un ritmo de crecimiento más moderado en el 2T, con un avance del 1,2% (1,3% en el 1T 2024), pero con diferencias importantes entre los distintos epígrafes que lo componen. En positivo, destaca el gasto en cultura y espectáculos, con un crecimiento del 2,3% en el trimestre, y en restauración, con un aumento del 4,6%. También el gasto en alimentos sigue registrando un aumento destacable, del 3,7%, aunque mantiene una clara tendencia a la baja, en parte, gracias a las menores presiones inflacionistas.

Las partidas de gasto presencial que presentan un comportamiento más débil son las referidas a muebles y decoración, y electrodomésticos y tecnología. En ambos casos, el gasto aumentó de forma importante durante la pandemia. Desde entonces, su evolución ha sido más floja que el resto de las partidas de gasto presencial. De todas formas,

### España: evolución del consumo por medio de pago

Variación interanual (%)



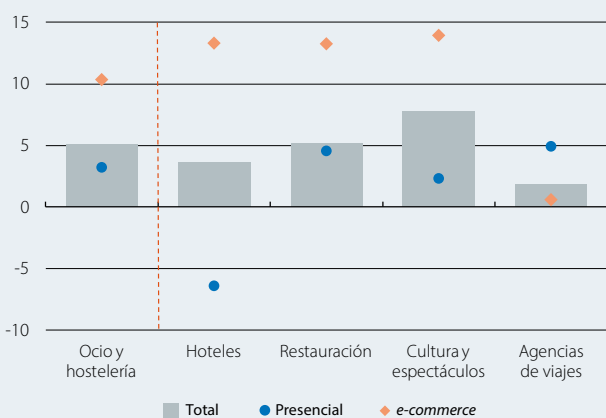
Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos internos.

cabe destacar que en el caso del gasto en electrodomésticos se está produciendo un cambio de patrón de consumo hacia una mayor importancia de la compra de este bien vía comercio electrónico. Así, mientras que esta partida de gasto presencial apenas creció un 1,1% interanual en el 2T 2024, vía *online* el aumento se situó en el 8,9%. En muebles y decoración y en moda se observa una tendencia similar, con un creciente protagonismo del gasto *online* en detrimento del gasto presencial. En el portal, podemos observar cómo los jóvenes son, con diferencia, el colectivo que realiza una mayor proporción del gasto vía *online*. Pero también podemos constatar cómo gradualmente las personas de mayor edad van adaptando su patrón de gasto a este canal.

Zoel Martín Vilató y Josep Mestres Domènech

### España: consumo por subsectores

Variación interanual (%), promedio 2T 2024



Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos internos.

