

EL CONSUMO DE LAS FAMILIAS EN LA CRISIS DEL CORONAVIRUS



L. Hernández ¹



F. Pérez ^{1,2}

Ivie¹ y Universitat de València²

12/05/2020

IvieLAB

Ivie

COVID19: IvieExpress

El COVID-19 ha impactado con fuerza en el consumo de las familias hasta el punto de que la caída de este componente de la demanda agregada se ha contraído en el primer trimestre de 2020 un -7,5 % en términos reales y un -7,2 % en euros corrientes con respecto a su valor en el trimestre anterior, según la Contabilidad Nacional Trimestral del INE. Dadas las circunstancias, se estima que la contracción continuará durante el resto del año alcanzando un -11,8% en 2020. Esa reducción del gasto de los hogares va acompañada de una recomposición del consumo, perdiendo peso los componentes que el confinamiento ha bloqueado —comercio, transportes, hostelería y actividades artísticas y recreativas— y aumentando algunos realizados dentro de las viviendas, como la alimentación. Ciertos servicios cuyo uso se ha intensificado, como los basados en las telecomunicaciones, no significan en muchas familias más gasto porque están contratados con tarifas planas.

1. Las familias son las principales protagonistas del gasto en consumo pues una parte muy importante del mismo está organizada para atender las necesidades de los miembros del hogar de manera conjunta, no individual. Así sucede con la alimentación, el alojamiento, los electrodomésticos y los vehículos. El gasto en consumo de los hogares representa más del 55 % del PIB según la Contabilidad Nacional, ascendiendo según la Encuesta de Presupuestos Familiares del último año disponible (2018) a 556.433 millones de euros en España y a 56.701 millones en la Comunitat Valenciana.
2. El COVID-19 ha impactado en el consumo de las familias de varias maneras. Por una parte, el confinamiento ha reforzado el papel de los hogares en la vida de las personas al obligarles a desarrollar más actividades en la vivienda, incluida parte de la laboral y la educativa. La pandemia ha impedido desarrollar de la manera habitual algunos consumos, al cerrarse comercios, restaurantes y lugares de ocio y limitarse mucho los desplazamientos. Además, el frenazo en las actividades económicas ha provocado caídas del empleo que han afectado severamente a los ingresos de muchas familias y generado incertidumbre en la mayoría. Todas estas circunstancias tienen consecuencias sobre el gasto en consumo de los hogares, afectando a su nivel y composición. Ese impacto afecta de distinta manera a familias a las que la crisis golpea de manera diferenciada por su edad, actividad laboral, fuente de ingresos y nivel de los mismos.
3. Las crisis económicas afectan significativamente al consumo. Aunque es un gasto que las familias intentan mantener estable porque es clave para sus condiciones de vida, cuando la caída de ingresos es profunda y duradera el consumo también se ajusta a la baja y cambia su composición. La anterior crisis nos dejó lecciones importantes para valorar lo que puede suceder ahora, aunque esta crisis tiene características singulares. Entre 2007 y 2013, los años de la *gran recesión*, el gasto en consumo de las familias se redujo un -6,3 % en términos nominales y un -16,6 % en términos reales en España, y hasta un -13 % y -22,3 %, respectivamente en la Comunitat Valenciana. Las importantes diferencias del ajuste en términos nominales y reales se deben a que el periodo durante el cual el consumo se redujo fue largo y el efecto acumulado de la inflación resultó significativo. También se produjo durante esos años un aumento del 9,4 % en el número de hogares, y el gasto por hogar todavía cayó con más fuerza.
4. El ajuste durante la gran recesión no fue el mismo en los distintos grupos de gasto, debido a que su función no es la misma. Tanto en España como en la Comunitat Valenciana, numerosos componentes del gasto acumularon ajustes nominales superiores al 20 % y mayores incluso en términos reales (ocio y cultura, vestido y calzado, hostelería, muebles y artículos del hogar, o transporte). Los gastos en alimentos y bebidas, sanidad y comunicaciones apenas cambiaron. En este último caso el gasto se

Tabla 1. Distribución y variación del gasto corriente de las familias por grandes grupos ECOICOP. España y C. Valenciana, 2007 y 2013 (orden de mayor a menor tasa de variación en España)

	España			C. Valenciana		
	2007 (% sobre total)	2013 (% sobre total)	Var. 2007-2013 (%)	2007 (% sobre total)	2013 (% sobre total)	Var. 2007-2013 (%)
Total (miles de euros)	527.605.853	494.475.216	-16,6	56.642.184	49.290.711	-22,3
10. Enseñanza	1,0	1,4	32,7	0,8	1,4	45,8
04. Vivienda, agua, electricidad, gas y otros combustibles	25,7	33,0	20,6	24,3	31,4	12,6
06. Sanidad	3,0	3,2	1,1	3,1	3,6	0,0
01. Alimentos y bebidas no alcohólicas	14,1	15,1	0,6	13,7	15,5	-1,6
02. Bebidas alcohólicas y tabaco	1,9	2,0	-2,1	2,0	2,2	-4,8
08. Comunicaciones	2,9	3,0	-2,8	2,9	3,1	-8,8
12. Otros bienes y servicios	7,6	7,4	-8,3	8,2	7,5	-20,5
11. Restaurantes y hoteles	10,4	8,5	-23,6	10,4	8,6	-28,1
09. Ocio y cultura	7,0	5,7	-24,2	7,3	6,2	-26,2
07. Transporte	14,3	11,5	-24,6	15,1	11,5	-34,1
03. Vestido y calzado	6,5	5,0	-28,9	6,4	5,1	-31,0
05. Muebles, artículos del hogar, etc.	5,7	4,2	-30,0	5,7	4,1	-37,8

Fuente: INE (Encuesta de Presupuestos familiares) y elaboración propia.

redujo, sobre todo por efecto de la caída de los precios en esos bienes y servicios. En cambio, aumentaron con fuerza el gasto en enseñanza (al compensar las familias los recortes de los fondos públicos) y la vivienda (menos en la Comunitat Valenciana). La pauta que subyace a estos cambios es que las principales partidas ajustadas son las de los bienes duraderos — porque sus compras se posponen— y las relacionadas con el ocio, mientras que las más protegidas tienen que ver con las necesidades consideradas más prioritarias.

5. Los ajustes en el consumo dependen de las circunstancias de las familias, pues ni sus niveles y estructuras de gasto son las mismas ni sus ingresos en las crisis se ven afectados de la misma manera. En conjunto, el gasto por hogar cayó el -14,4 %, pero con diferencias notables entre, por ejemplo, un hogar de jubilados que tiene garantizada su pensión y sale poco de casa, y una familia con dos hijos y un solo sustentador que pierde el empleo. En efecto, en la crisis anterior mientras las reducciones del consumo en las familias cuyo sustentador principal era un asalariado la reducción acumulada

del gasto por hogar entre 2007 y 2013 fue del -14,8 %, en los hogares encabezados por trabajadores autónomos alcanzó el -18,6 %, en los encabezados por parados se elevó hasta el -23,9 %, y en cambio, en los de jubilados o prejubilados el gasto aumentó un 4,2 %.

6. Una de las características de la crisis actual es la velocidad a la que ha impactado en todos los países, en especial sobre el consumo. Habiendo merecido atención inmediata de los expertos (Muellbauer 2020¹; OCDE 2020²), los estudios coinciden en destacar varias singularidades,

¹ Muellbauer, J. (11 de abril de 2020). «The coronavirus pandemic and US consumption» [Post publicado en VoxEU.org]. Washington D.C.: CEPR (Center for Economic and Policy Research). Disponible en: <https://voxeu.org/article/coronavirus-pandemic-and-us-consumption>

² OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos) (2020). «Evaluating the initial impact of COVID-19 containment measures on economic activity». Tackling coronavirus (COVID-19). Contributing to a global effort. París: OECD Publishing. Disponible en: <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/evaluating-the-initial-impact-of-covid-19-containment-measures-on-economic-activity/>

junto al hecho de que al caer con fuerza la renta de las familias el consumo se resiente. La primera, que el consumo se ve pronto afectado porque la presencia del virus impide o dificulta realizar algunos gastos por ser incompatibles con las medidas para frenar el contagio. Esa circunstancia ha detenido actividades como hostelería y restauración, ocio, cine y actividades deportivas grupales, viajes, y puede limitarlas hasta que se disponga de tratamientos eficaces o vacunas para combatir el COVID-19. Aunque poco a poco se irán relajando las limitaciones a medida que las distintas fases de desescalada avancen, solo lo sucedido durante la primera fase del confinamiento —la última quincena de marzo— ha supuesto una contracción en el primer trimestre de 2020 del comercio, transporte y hostelería del -10,9 % y en las actividades artísticas, recreativas y otros servicios del -11,2 %.

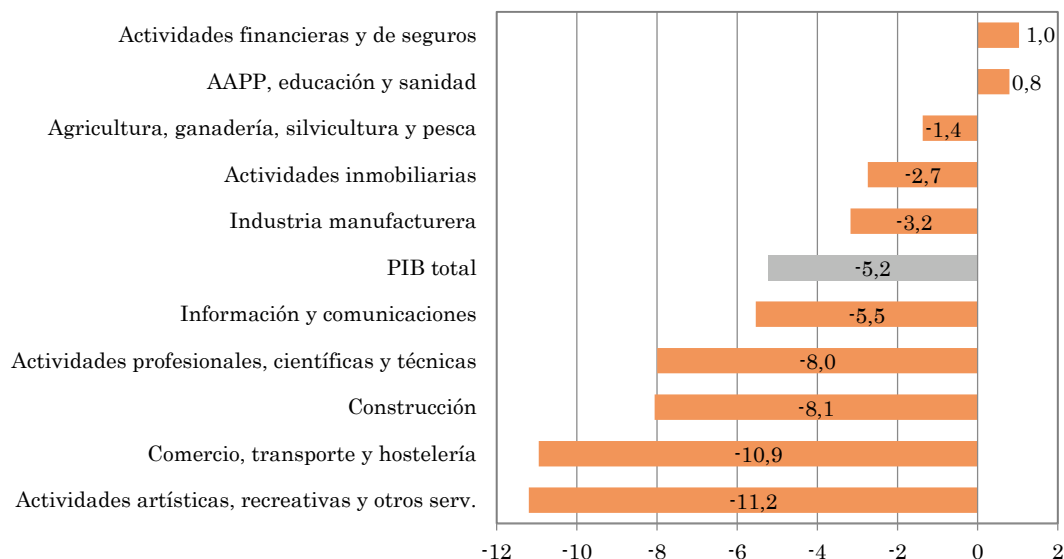
7. La segunda particularidad es que algunas actividades que no es posible desarrollar fuera como antes tienen sustitutos en el hogar, aunque sean imperfectos: comer, ver películas, hacer compras, hablar con la familia o los amigos, hacer ejercicio físico. Consumir esos bienes y servicios sustitutivos también requiere gastar, pero de forma diferente y casi siempre menos. La razón es que el valor aportado a esos servicios por las empresas y trabajadores que ofrecen estos productos en el mercado no hay que pagarlo en buena medida cuando la producción es doméstica, y el tiempo que en ese caso han de aportar los miembros del hogar no se retribuye.
8. La tercera singularidad es que los servicios de comunicación, información y entretenimiento consumidos en el hogar son adquiridos en la mayoría de los casos mediante tarifas planas. En esas condiciones, el sustancial aumento del consumo de los mismos en este periodo —con récords de horas de visionado de televisión en abierto e Internet, llamadas, consumo de datos, etc.— solo supone mayor gasto para las familias si aumenta el número de suscriptores a los

servicios. Ahora bien, sí ha habido un aumento de la compra de equipamientos digitales, para reforzar las dotaciones de manera que puedan usarse más intensamente para el ocio, el teletrabajo o la formación a distancia por distintos miembros de las familias sin padecer cuellos de botella.

9. Una cuarta novedad es el cambio en el uso de medios de pago, intensificándose los electrónicos para reducir riesgos de contagio y por ser el único medio utilizable en el comercio electrónico. Los datos publicados indican que ha aumentado el gasto de los hogares con tarjeta un 60 % interanual en alimentación, mientras que en bienes y servicios no esenciales (hostelería, ocio, viajes, vestido, calzado, etc.) se ha reducido en más de un 90 % (Carvalho *et al.* 2020³), al ser muchos de esos consumos impracticables en la actualidad.
10. El impacto conjunto sobre el consumo en 2020 esperable de las circunstancias derivadas del COVID-19 dependerá de cuatro factores: la caída de la renta de las familias; las alteraciones que se produzcan en cada uno de los componentes del consumo; el peso de esos componentes en el gasto total; y la duración de la crisis. En cuanto a este último elemento se pueden distinguir dos etapas. La etapa 1 corresponde al periodo de confinamiento y desescalada, aproximadamente tres meses, de mediados de marzo a mediados de junio, concentrados en el segundo trimestre. En ella las restricciones

³ Carvalho, Vasco, J. V. Rodríguez, J. R. García, S. Hansen, Á. Ortiz, T. Rodrigo y P. Ruíz (abril de 2020). «España: efectos de la COVID-19 en el consumo a través de las operaciones con tarjeta bancaria» [Post publicado en [bbvaresearch.com](https://www.bbva.com)]. Bilbao: BBVA Research. Disponible en: <https://www.bbva.com/publicaciones/espana-efectos-de-la-covid-19-sobre-el-consumo-a-traves-de-las-operaciones-con-tarjeta/>

Gráfico 1. Tasa de variación real intertrimestral del PIB, por sectores de actividad. España, primer trimestre de 2020 (porcentaje)



Fuente: INE (Contabilidad Nacional Trimestral).

de movilidad y proximidad operan con mucha intensidad y ciertas actividades están significativamente restringidas. La etapa 2 corresponde al resto de 2020, los trimestres tercero y cuarto, en los que las actividades de comercio al por menor, hostelería, restauración, ocio y viajes, se tendrán que realizar todavía con limitaciones debido al temor a que rebroten los contagios mientras no se disponga de tratamientos eficaces o vacunas.

11. La OCDE (2020) ha formulado hipótesis sobre el aumento o reducción del gasto en las distintas partidas del consumo en el documento arriba citado. A partir de las mismas, revisando ligeramente los supuestos en algunos casos y modificando otros⁴, y de los últimos datos sobre

volúmenes de gasto en consumo de los hogares de las Encuestas de Presupuestos Familiares anteriores a la llegada del coronavirus (2018), hemos estimado el impacto de la crisis sobre el consumo a lo largo de las dos etapas mencionadas. Hemos tenido en cuenta las particularidades del caso español y la información disponible en este momento sobre la caída esperable del PIB y sus componentes estimadas por el Banco de España, el Programa de Estabilidad del Gobierno y la Airef, así como las condiciones anunciadas para la desescalada. Según nuestros cálculos, los cambios en el consumo estimados en la misma, el impacto del COVID-19 sobre el gasto total en consumo de los hogares supondría, además de la caída intertrimestral ya conocida del -7,2 % del primer trimestre o interanual del -5,7 %, una reducción del -31,5 % en el segundo, del -6,5 % en el tercero y

⁴ A modo de ejemplo, mientras la OCDE supone que el consumo en alimentación no varía, hemos asumido que aumenta, más en el segundo trimestre y menos en los posteriores. También consideramos que los gastos en conservación y reparación de la vivienda sufren descensos importantes que se van reduciendo a medida que pasan los meses. Los gastos asociados a equipos audiovisuales, fotográficos y de procesamiento de información, junto con los equipos de los hogares para ocio,

deporte y cultura, suponemos que experimentan cierta subida. En todo caso, asumiendo todos los supuestos de la OCDE en el segundo trimestre, la reducción sería de un -32,2 % frente al -31,5% resultante de nuestros supuestos.

del -3,5 % en el cuarto. En total, la contracción del consumo en 2020 se elevaría hasta el -11,8 %, una cifra próxima a la que el Banco de España⁵ estima para el consumo privado en su escenario más desfavorable (-11,9 %).

12. En resumen, la crisis del COVID-19 está teniendo importantes consecuencias en muchos ámbitos y también en el consumo de las familias:

- El gasto en consumo se ha ajustado rápidamente a la baja, mucho más intensamente de lo que ocurrió al principio de la *gran recesión*.
- Como en otras crisis, las funciones de gasto más golpeadas por la del coronavirus son las relacionadas con el ocio y con los bienes duraderos, por tratarse de bienes y servicios considerados menos esenciales y más aplazables.
- La experiencia de crisis anteriores enseña que los ajustes realizados por las familias en el consumo son mayores cuanto más elevadas son las caídas de sus ingresos y más inciertos son estos (parados, autónomos).
- Ciertos servicios cuyo uso se ha intensificado en estos meses, basados en las telecomunicaciones, no significan en muchos casos más gasto para las familias porque están contratados con tarifas planas.
- En esta crisis hay consumos que no se realizan por las limitaciones impuestas a ciertas actividades debido a que suponen riesgo de contagio, pero la prolongación de esa situación supone un impacto mayor sobre dichos sectores.
- Las medidas de protección de trabajadores y empresas de hostelería, restauración, entre-

tenimiento y viajes habrán de prolongarse si se desea proteger este tejido productivo más afectado, tan importante en la economía valenciana.

⁵ Banco de España (2020). «Escenarios macroeconómicos de referencia para la economía española tras el COVID-19». Boletín Económico n.º 2/2020. Madrid. Disponible en: <https://www.bde.es/f/webbde/GAP/Secciones/SalaPrensa/COVID-19/be2002-art1.pdf>

