

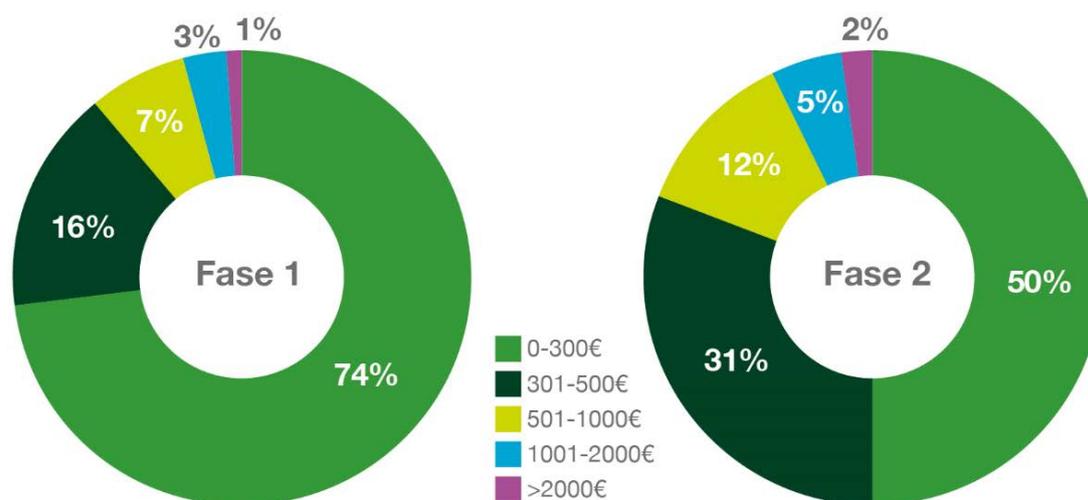
## Nota de prensa

### El inicio de la fase 2 de la desescalada impulsa el consumo

**Madrid, 2 de junio de 2020.-**

Con el 70% de la población española en la fase 2 de la desescalada desde ayer, los españoles ponen de manifiesto su intención de aumentar el gasto que piensan realizar en compras durante esta fase. Concretamente, se ha duplicado el porcentaje de españoles que declara su intención de gastar más de 300€ e importes superiores.

Esta cuestión y otras referentes al comportamiento de los españoles en la fase 2 de la desescalada, se recogen y analizan en la edición especial COVID-19 de El Observatorio Cetelem Estacional.



Concretamente, el 31% de los españoles declara que realizará un gasto que oscile entre los 300 y 500 euros, frente al 16% que lo manifestó en la fase 1. El porcentaje de aquellos que piensan gastar entre 500 y 1.000€ se duplica, situándose en un 12% de menciones frente al 6% de la fase anterior.

El descenso de menciones, con una disminución de 24 puntos porcentuales con respecto a la fase 1, lo localizamos en aquellos españoles que manifiestan su intención de no superar los 300€ de gasto.

Ante la posibilidad en la fase 2 de poder ir a centros comerciales, solo el 18% de los españoles encuestados declara preferir acudir a esta tipología de tienda. El 48% manifiesta que su opción

favorita son las tiendas de proximidad. El 34% dice no tener una preferencia clara entre las dos opciones, sino que acude a un canal u otro en función del tipo de producto o servicio que vaya a comprar.

En cuanto a los productos o servicios comprados en cada uno de los tipos de tienda, los españoles manifiestan su preferencia por las tiendas de barrio o proximidad para los productos de alimentación (70,6%) , los productos de belleza (38,9%) y moda y calzado (35,8%).

Las tiendas ubicadas en los centros comerciales será el lugar donde los españoles realizarán más compras de moda y calzado (38%), productos de textil deportes (33%) y complementos y decoración, con un 28%.

En cuanto a los bienes y servicios más adquiridos por estos consumidores en sus compras online o con intención de comprar, localizamos en primer lugar los viajes con un 46% seguido por tecnología/informática (41%); en tercer lugar, encontramos los productos de gaming con un 35%.

Segmentado por edades, los mayores de 55 años destacan por encima de la media en su preferencia por las tiendas de barrio o proximidad (52%, frente al 48% de la media); mientras que los más jóvenes, entre 18 y 34 años, se decantan más por los centros comerciales (24% , frente al 18% de la media).

Aunque el 34% de los encuestados declara no tener pensado dejar de comprar *online* aún abriendo las tiendas en centros comerciales, en el caso de las compras de productos de moda y calzado encontramos el mayor número de consumidores españoles que afirma que dejará de realizar sus compras *online* para acudir a las tiendas en centros comerciales, con un 30% de menciones. Le sigue el sector de productos de alimentación, con el 21% de españoles que dejará de comprar online y volverá a las tiendas físicas, y los productos de textil deportes con un 19%.

El 45% de los encuestados declara no tener pensado financiar ninguna compra. Entre aquellos que sí piensan financiar, el top 5 lo componen los productos de alimentación con un 23% seguido de tecnología/informática (21%), moda y calzado (20%), viajes (13%) y por último smartphones con un 12%.

## **Ficha técnica**

Los datos analizados y las tendencias mostradas en esta edición de El Observatorio Cetelem, se han obtenido a partir de la realización de una encuesta online realizada por la empresa

Invesmarket. Metodología online (CAWI). Universo: Población mayor de 18 años. Ámbito: Nacional. Tamaño de muestra: 1.000 encuestas. Error Muestral:  $\pm 3,16\%$  para datos globales.

### **Sobre BNP Paribas Personal Finance en España**

BNP Paribas Personal Finance, conocida en el mercado español a través de su marca comercial Cetelem, es especialista en crédito al consumo, préstamos personales y gestión de tarjetas. Opera en España desde 1988, donde cuenta actualmente con más de 1.500 empleados y 2,5 millones de clientes. Partner financiero de importantes empresas de distribución de bienes de consumo duradero y concesionarios de automóviles, es además un referente de información y análisis de su mercado gracias al estudio El Observatorio Cetelem.

BNP Paribas Personal Finance se sitúa en el área de International Financial Services, dentro de área de banca minorista de BNP Paribas. BNP Paribas Personal Finance cuenta con 20.000 empleados y 27 millones de clientes a los que da servicio en 29 países en cuatro continentes.

BNP Paribas Personal Finance forma parte activa de la Asociación Nacional de Establecimientos Financieros de Crédito (ASNEF), de la Asociación de Empresas Españolas Contra el Fraude (AEECF) y de la Asociación para el desarrollo de la experiencia cliente (DEC)

Por sexto año consecutivo, BNP Paribas Personal Finance fue distinguida con el certificado "Top Employer España 2020", por el que se acredita a la entidad como una empresa que promueve condiciones óptimas para el desarrollo personal y profesional de sus empleados.

### **El Observatorio Cetelem**

El Observatorio Cetelem (@Obs\_Cetelem\_ES en Twitter) ha cumplido recientemente su vigésimo aniversario, convirtiéndose en un referente del análisis del consumo y la distribución en España con más de 80 estudios a lo largo de estos 20 años.

A día de hoy, El Observatorio Cetelem se ha consolidado con cuatro importantes informes anuales (Motor, Consumo Europa, Consumo España y e-Commerce), ediciones mensuales, y estudios temáticos específicos y estacionales.

El Observatorio Cetelem es una herramienta informativa de gran calado social; seguido por empresas, asociaciones, consumidores y medios de comunicación.

**Contacto**  
[prensa@cetelem.es](mailto:prensa@cetelem.es)  
**Más información:**

