

Nota de prensa

Los nuevos hábitos de compra por la pandemia acercan al consumidor al pequeño comercio e internet

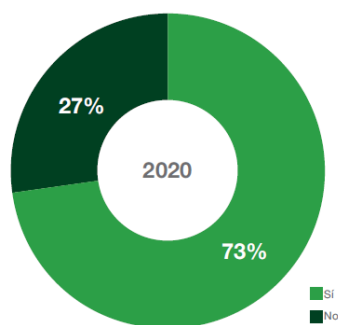
Madrid, 30 de junio de 2020.-

Con el fin del estado de alarma el pasado 21 de junio y con la nueva normalidad recién estrenada, el 73% de los españoles afirma que la crisis provocada por la Covid-19 ha cambiado sus hábitos de consumo, y no sólo durante la crisis, sino también de cara al futuro. La proximidad a la hora de hacer las compras e internet despuntan como referentes de este nuevo escenario. Concretamente, el 48% de ciudadanos españoles afirma que realizará más compras *online*. También se observa una afinidad hacia las tiendas de proximidad (46%), principalmente como señal de solidaridad con un pequeño comercio que ha sufrido mucho los últimos meses. Solo el 6% declara que acudirá a los grandes centros comerciales a realizar sus compras.

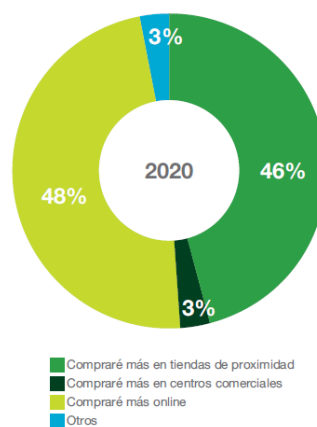
El Observatorio Cetelem 2020

Ed. Especial COVID-19 NUEVA NORMALIDAD

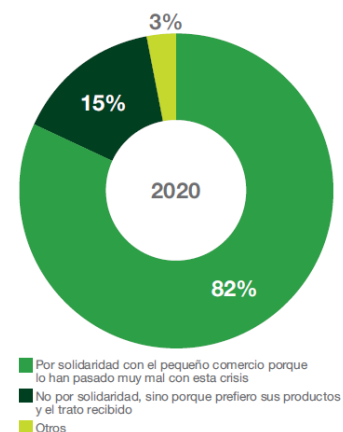
¿Esta crisis va a cambiar o ha cambiado sus hábitos de consumo en un futuro o volverá a consumir de la misma manera y en los mismo canales que lo hacía antes? (% única)



¿Cuáles son los hábitos que ha adquirido en esta crisis y que va a mantener en un futuro? (% única)



Usted ha dicho que comprará más en tiendas de proximidad y lo hará... (% única)



Esta cuestión y otras referentes al gasto real de los españoles en las fases 1 y 2 de la desescalada, así como la intención de compra en la nueva normalidad, se recogen y analizan en la edición especial COVID-19 de El Observatorio Cetelem Estacional.

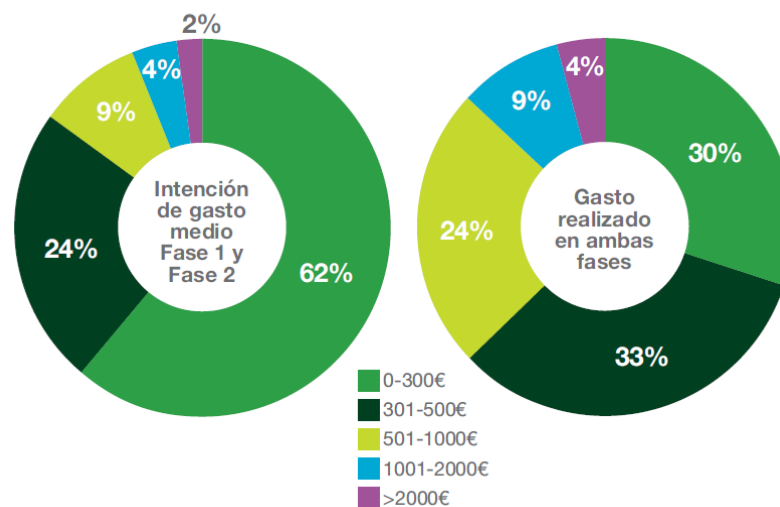
El top 5 de productos con mayor intención de compra de cara a la *nueva normalidad* (sin tener en cuenta la alimentación) son moda y calzado, productos de belleza, textil deportes, viajes, tecnología y *smartphones*.

En lo que respecta al tipo de tienda, la moda y calzado así como textil deportes, son los más referenciados en los centros comerciales. Respecto a las tiendas de proximidad, destacan los productos de belleza. Las tiendas online imperan en las compras de viajes, tecnología y los *smartphones*. Tan sólo 3 de cada 10 españoles afirman que no tienen pensado realizar ninguna compra durante la nueva normalidad.

En otro orden de cosas, el informe especial de El Observatorio Cetelem Estacional también hace un análisis del gasto real de los españoles durante las fases 1 y 2 de desescalada frente a la intención manifestada al inicio de cada una de ellas. En concreto, un 62% de consumidores españoles declaró una intención de gasto de menos de 300€ en sus compras durante las fases 1 y 2, finalmente sólo el 30% declara haberlo hecho. En cuanto a los siguientes tramos, el 24% de españoles declaró una intención de gasto entre 300 y 500€, mientras que ha sido el 33% el que finalmente declara haber realizado compras en ese tramo. Sólo el 9% tenía intención de gastar entre 500 y 1.000€, aunque realmente ha sido el 24% de consumidores españoles los que declaran haber realizado compras por este importe. Por último, el 6% manifestó tener previstos gastos superiores a los 1.000€, siendo el 13% el que declara haber gastado ese tramo de gasto durante las fases previas al conocido como desconfinamiento. En definitiva, el gasto realizado por los consumidores españoles ha sido superior al que tenían pensado realizar, en la mayoría de los casos, con un importe superior a los 500€.

El Observatorio Cetelem 2020

¿Cuál es el gasto que ha realizado en compras durante la Fase 1 y 2? (% intervalo de gasto)



Referente a los productos y servicios que manifestaron tener intención de comprar los españoles durante la Fase 1 y 2 de la desescalada, y los que finalmente afirman haber comprado, se mantienen prácticamente los mismos productos, aunque con variaciones en el orden. Finalmente, los más comprados han sido productos de belleza, moda y calzado, textil deportes, tecnología/informática y libros.

Por último, a pesar de que el *Plan Moves 2020* es considerado una buena noticia para el 36% de los españoles afirmando que esta ayuda hace que se plantee la compra de un vehículo eficiente, aún queda un 49% de ellos que opina que las nuevas ayudas no son suficientes para plantearse la compra de este tipo de vehículos.

Ficha técnica

Ficha técnica: Los datos analizados y las reflexiones 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

Más información:

www.prensacetelem.es | www.elobservatoriocetelem.es | www.cetelem.com.es