

Nota de prensa

La Covid-19 empuja definitivamente el online como primer canal de compra

Madrid, 29 de octubre de 2020.-

Como consecuencia de la pandemia, no sólo el gasto se ha visto reducido, sino que también se observa un cambio en el canal de compra. Un significativo 28% de encuestados afirma que el confinamiento ha cambiado su mentalidad a la hora de comprar *online* siendo los sectores de alimentación, moda y ocio los tres sectores con mayor porcentaje de compras por internet durante el confinamiento. De cara a los próximos doce meses, los consumidores que pretenden seguir comprando por este canal se inclinan por el ocio, la moda y la alimentación.

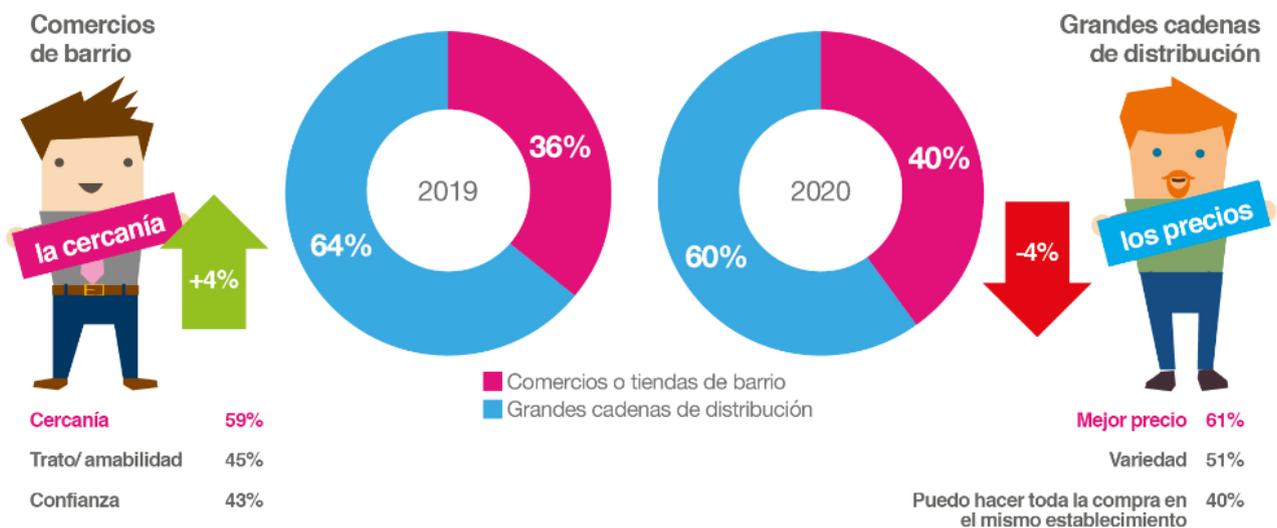
Así lo recoge el Observatorio Cetelem Consumo España, dado hoy a conocer, que analiza las últimas tendencias en el sector de la distribución a partir de una encuesta realizada a 2.200 consumidores.

Entre las principales conclusiones del estudio de Cetelem, marca comercial de BNP Paribas Personal Finance, se evidencia que la crisis pasa factura entre los ciudadanos, ya que el gasto medio cae de forma significativa en todos los sectores analizados, excepto cocina, deporte, y reformas del hogar. En cuanto a la variación en el número de consumidores, por sectores, aumenta el porcentaje (de nuevo) en deportes, seguido por muebles, complementos o bicis, mientras que el sector viajes ha sido el más golpeado por la COVID-19 con una caída drástica de 15 puntos este año con respecto a 2019.



Respecto a los canales de compra, las tiendas *online* se han consolidado a lo largo del año en todos los sectores excepto el mueble, donde la gran superficie especializada sigue siendo el canal preferido. En datos concretos, las menciones a la tienda *online* a la hora de comprar aumentan en una horquilla que va desde los 11 a los 21 puntos.

Las tiendas de barrio o proximidad también han ganado adeptos, en gran medida por las medidas restrictivas a la movilidad. El porcentaje de encuestados que manifiesta hacer sus compras en comercios o tiendas de barrio ha crecido este año 4 puntos con respecto a 2019. Cercanía y trato personalizado son aspectos que tienen muy en cuenta los clientes de estos establecimientos.



Según el Observatorio Cetelem Consumo España 2020, llama la atención que las reformas del hogar han cobrado interés entre los consumidores, muy probablemente por las circunstancias personales que conlleva un confinamiento. Un 34% de los encuestados afirma que han realizado alguna reforma en los últimos doce meses, con un gasto medio de 3.329 €, frente a los 3.319€ de 2019. De cara al futuro, un 34% de encuestados tienen previsto realizar algún tipo de reforma en su hogar.

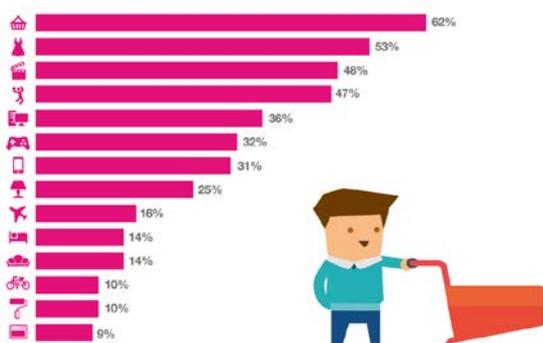
Practicar deporte es una de las actividades que más tirón tiene en estos días. Un 85% de los consumidores han comprado algún producto de deporte en los últimos doce meses, destacando el textil /calzado. El gasto medio este año en este tipo de productos, es de 138€ (1% más que en 2019), estando la tienda online (110€), un poco por encima de la tienda física (105€). A largo plazo, el *efecto deporte* parece que seguirá teniendo relevancia entre los consumidores, ya que un 76% tiene intención de hacer alguna compra en este sector en el futuro.

Las bicicletas también han ganado seguidores. Un 20% de los consumidores encuestados afirma haber comprado algún producto relacionado con el ciclismo en los últimos doce meses, siendo las tiendas especializadas los lugares donde más se acude para ultimar dicha compra. En cuanto al gasto medio, el, pasado año aumento un 32% frente al 2019. En otro orden, la intención de compra para los próximos doce meses es de un significativo 19%.

Impacto COVID-19

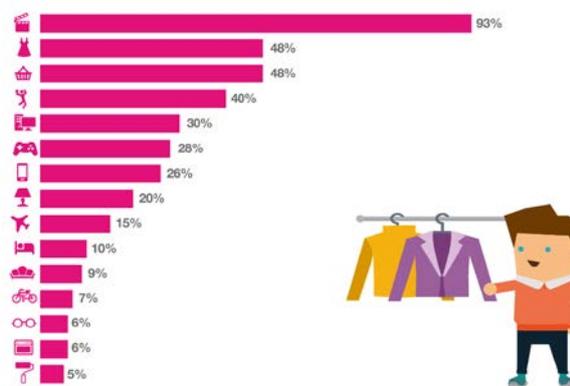
Productos que ha comprado online durante la temporada de confinamiento a causa de la COVID-19

Alimentación, moda y ocio son los 3 sectores con mayor porcentaje de compra online durante la temporada de confinamiento.



Productos que pretende seguir comprando online tras la temporada de confinamiento

Los 3 principales sectores en los que los consumidores pretenden seguir comprando online tras la temporada de confinamiento son ocio, moda y alimentación.



Nuevas tecnologías

Los móviles siguen manteniendo un indudable atractivo para la media de los consumidor, aunque hay señales inequívocas de que la crisis económica afecta a todos los bolsillos. Según recoge la encuesta, el gasto medio, tanto en tienda física como *online*, ha caído de forma sensible, siendo este año 288€, frente a los 344€ de 2019 (-16%). El impacto de la Covid 19 es evidente, ya que un 17% de los encuestados manifiesta que tuvo que cancelar sus compras para llevarlas a cabo más adelante. Respecto a los canales de compra de estos dispositivos, la compra por internet destaca frente a otras opciones como podrían ser las grandes superficies. El *gaming* también se deja llevar por esta corriente de reducción del gasto medio: este año ha sido de 185€, frente a los 267€ de 2019 (-31%).

En cuanto al sector de las energías renovables, según recoge la unidad de estudios de la marca comercial de BNP Paribas Personal Finance, el gasto medio respecto a las instalaciones de este tipo apenas varía, ya que este año ha sido de 1.325€ frente a los 1.209€ de 2019. El principal freno para invertir en energías renovables, según los encuestados, es el precio (63% de opiniones).

Ficha técnica

Estudio cuantitativo realizado en España por Canal Sondeo en Julio de 1919 y 2020. Universo: Individuos de 18 a 65 años, Individuos que hayan comprado y/o utilizado alguno de los siguientes productos o servicios en los últimos doce meses: bicicleta, cocina, deporte, muebles, óptica, reformas, electrodomésticos, descanso, dispositivos móviles, gaming y renovables. Metodología y muestra: técnica cuantitativa basada en una entrevista online (CAWI) asistida por ordenador, utilizando access panel de consumidores. El número de encuestas han sido 2.200, con un error muestral del +- 2,09% al 95,5% de confianza.

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 es socio de la AEB (Asociación Española de Banca), y 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