



España

Principales resultados

El COVID-19 ha impactado en la renta disponible y en la evolución del gasto

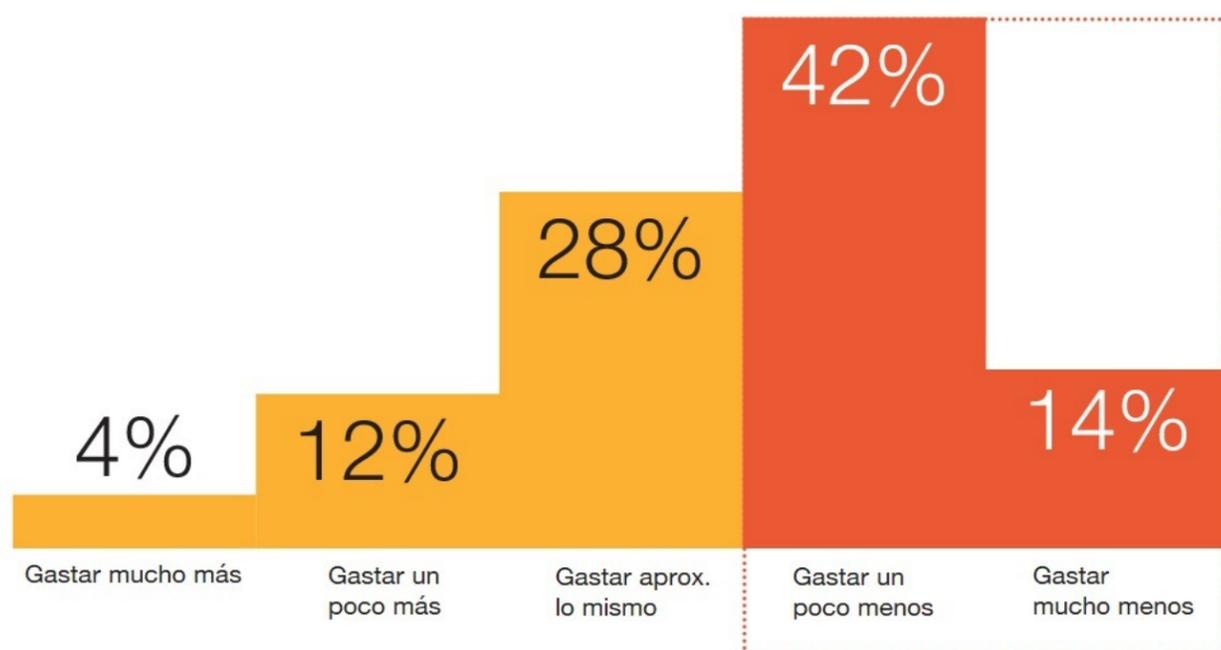


61% de los consumidores españoles encuestados ha experimentado una disminución de sus ingresos

...y casi la mitad (47%)

ha experimentado un incremento de los gastos domésticos

Evolución del gasto doméstico de los consumidores españoles en los próximos 12 meses (porcentaje de respuestas)



Como resultado, los consumidores españoles piensan realizar actividades indispensables y evitar eventos sociales, servicios y productos no esenciales

Las tres áreas principales de incremento del gasto doméstico



Las tres áreas principales de disminución del gasto doméstico



54% compra con menor frecuencia Vs **18%** compra con mayor frecuencia en supermercados

La compra presencial en el supermercado sigue siendo predominante, pero cada vez más consumidores la hacen on-line y manifiestan su intención de seguir haciéndola de esta forma cuando terminen las medidas de distanciamiento social



También se ha visto un incremento en las compras on-line de productos no alimenticios



El uso de redes sociales y aplicaciones de mensajería se ha incrementado y, probablemente, se mantendrá cuando finalicen las restricciones

Los tres principales canales de comunicación más usados y que perdurarán tras el final del confinamiento



Los consumidores están satisfechos con su servicio de Internet

70%

Está 'extremadamente satisfecho' o 'satisfecho' con la velocidad de su conexión a Internet



La situación actual ha generado mayor preocupación acerca de la salud y la seguridad, tanto a nivel personal como de la ciudad, en los 'urbanitas'

Estoy más enfocado en cuidar de mi... (% muy de acuerdo/de acuerdo)



Principales características de mi ciudad (los tres primeros):



Impacto del COVID-19 en mi ciudad:

