

El consumo crece un 1,2%, de media, durante las fases de la desescalada según Bnext

Durante la semana del 4 mayo, en la que el país estuvo en fase 0, el consumo general aumentó más de un 2%, mientras que entre el 11 y el 24 de mayo, cuando el 51% de los españoles se encontraban en fase 1, el consumo descendió una media de 7%

Comienza la llamada “nueva normalidad”. Nuevas formas de relacionarse con familiares y amigos, nuevas medidas de higiene, pero también nuevos hábitos de consumo que han ido cambiando durante el desconfinamiento. Pero ¿cómo ha sido esta evolución en el consumo de los españoles durante la desescalada? ¿En qué han gastado los españoles su dinero durante las siete semanas del desconfinamiento? Bnext, la alternativa a la banca tradicional líder en España, ha analizado su comportamiento en el informe “Post Covid-19: Las fases del consumo”. Una de las principales conclusiones del estudio es el crecimiento del 1,2% en el consumo experimentado en el conjunto de España durante los casi 50 días que ha durado el periodo de desconfinamiento.

Fase 0: equipados para la práctica deportiva

Con la entrada en vigor de la llamada fase 0, el consumo aumentó ligeramente, en concreto un 2,1% respecto a la semana anterior. En este periodo, en el que se permitía la práctica deportiva de los deportistas profesionales pero también la posibilidad de salir a pasear o practicar deporte de forma individual al resto de la ciudadanía, se registró un incremento del gasto destinado a la adquisición de material deportivo de un 55% respecto a la semana anterior, en la que los españoles vivían el final del confinamiento.

Por edades, los que más aumentaron sus gastos fueron las personas de entre 40 y 49 años, seguidas de los mayores de entre 60 y 69 años, mientras que en el lado opuesto se situaron los veinteañeros, que fueron los que más redujeron su gasto.

En esta fase también aumentó el consumo de gasolina, más de 27% respecto a la semana anterior debido a la necesidad de desplazarse de los trabajadores que debían incorporarse a su puesto de trabajo.

Fase 1: Aumenta el gasto en viajes y transporte y desciende en belleza

Entre el 11 y el 24 de mayo, el 51% de los españoles entraban en fase 1, sin embargo, el consumo se contrajo un 7% de media.

En este periodo, la posibilidad de desplazarse dentro de la provincia generó un aumento medio de un 13% y casi un 30% en el gasto destinado a transporte y viajes, respectivamente.

Por edades, los españoles de entre 60 y 69 años fueron los que más gastaron en ambas categorías -66% en viajes y 53% en transporte- frente a los jóvenes de entre 20 y 29 años, cuyo gasto fue de una

tercera parte: un 20% y casi un 13% en cada una de esas categorías.

En esa misma línea se sitúa la partida destinada a Ópticas, donde su gasto se incrementó más de un 63% de media, en este periodo, después de varias semanas en casa utilizando ordenadores, móviles o viendo la televisión.

En el lado opuesto se sitúa el gasto en belleza que se redujo hasta un 8,4%, y en alimentación, que registró una contracción de un 7,6%.

En el caso de la compra de moda, a pesar de la apertura de los comercios sin necesidad de acudir con cita previa, cayó ligeramente, un 0,3%. Fueron los españoles de entre 30 y 39 años los que más redujeron el gasto (-5%), mientras que en la categoría de belleza fueron las personas entre 50 y 59 años las que más recortaron su presupuesto, un 25%.

Fase 2: más gasto en transporte y ocio

Entre el 25 de mayo y el 7 de junio, 22 millones de españoles accedieron a la fase 2 frente a los 25 millones que se mantuvieron en fase 1, y durante estas dos semanas el consumo aumentó, de media, un 17,4%.

Transporte, de nuevo, fue una de las partidas que más creció, en concreto un 200% respecto al periodo anterior. Los españoles de entre 50 y 59 años fueron los que más gastaron en esta partida, algo más de un 33% de media, mientras que los jóvenes de entre 20 y 29 años redujeron su gasto un 0,3% en promedio.

El cambio de fase también supuso poder hacer planes hasta el momento imposibles. En este sentido, a la partida de ocio se le dedicó un 32% del gasto, siendo los españoles de entre 60 y 69 los que más dinero dedicaron a esta partida (39%) frente a los jóvenes de entre 30 y 39 años que apenas dedicaron un 8%.

En este periodo, la práctica totalidad de España podía acudir a los comercios y en lo referente a la compra de moda, el gasto medio se situó en torno al 27%. Los que más gastaron fueron los consumidores de entre 40 y 49 años, que destinaron un 37% de su presupuesto a esta partida, frente a los mayores de entre 60 y 69 años, cuyo gasto medio fue de en torno al 14%.

En lo referente al gasto en comida a Domicilio, éste se situó, de media, en un 27%, con un crecimiento en todas las franjas de edad. Alimentación, por su parte, crece ligeramente en esta nueva fase, una media de un 2,5%.

Fase 3: el gasto en Transporte mantiene su ritmo de crecimiento

A partir del 8 de junio, el 52% de los españoles ya se encontraban en fase 3 mientras que el 42% restante avanzaba o se mantenía en fase 2, un nuevo periodo para la gran mayoría que avanzaba en

su camino a la nueva realidad, incluida la del consumo. Durante este periodo, el consumo disminuyó un 7,2% de media respecto a las semanas previas.

En esta nueva etapa, el gasto en óptica es la partida que más crecimiento registró, con un 42% de media, seguida del transporte, con un 39%, y de ocio, con una media de 29%. Por edades, los españoles de entre 60 y 69 años fueron los que más gastaron en transporte y eventos, mientras que los cincuentañeros lo hicieron en ópticas.

En el lado contrario, las partidas en las que más se redujo el gasto fueron: alimentación, cultura y belleza, que cayeron casi un 10% de media. En este sentido, los treintañeros fueron los que más recortaron de media el gasto en alimentación y cultura y los españoles de entre 20 y 29 años, los que menos invirtieron en belleza.

Navarra, única comunidad en la que creció el consumo entre el 11 y el 24 de mayo. Por Comunidades, Andalucía fue la que mayor crecimiento de consumo registró de media durante la fase 0, con un 15,5%, mientras que Cantabria fue la región que más redujo su consumo, casi un 14%.

Entre el 11 y el 24 de mayo, solo Navarra, que se encontraba en fase 1, vio crecer su consumo, con una media de 5,5%, mientras en el resto de las comunidades registraban una contracción.

Por otro lado, entre el 25 de mayo y el 7 de junio, Canarias fue la comunidad con mayor consumo medio, más del 35%, frente a Extremadura, donde apenas creció un 5% de media en este periodo.

Entre el 8 y el 21 de junio, con la mayor parte de España en fase 3, las comunidades en las que el consumo más aumentó fueron Cantabria y Navarra, con un 13% y un 11,5% de media, respectivamente. Por el contrario, Catalunya (-17,3%), Baleares (-16,4%) y La Rioja (-13,1%) fueron las regiones donde más se contrajo el consumo.

Datos de contacto:

Mireia Herrero
91 411 58 68

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional Finanzas Sociedad Gran consumo y distribución](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>