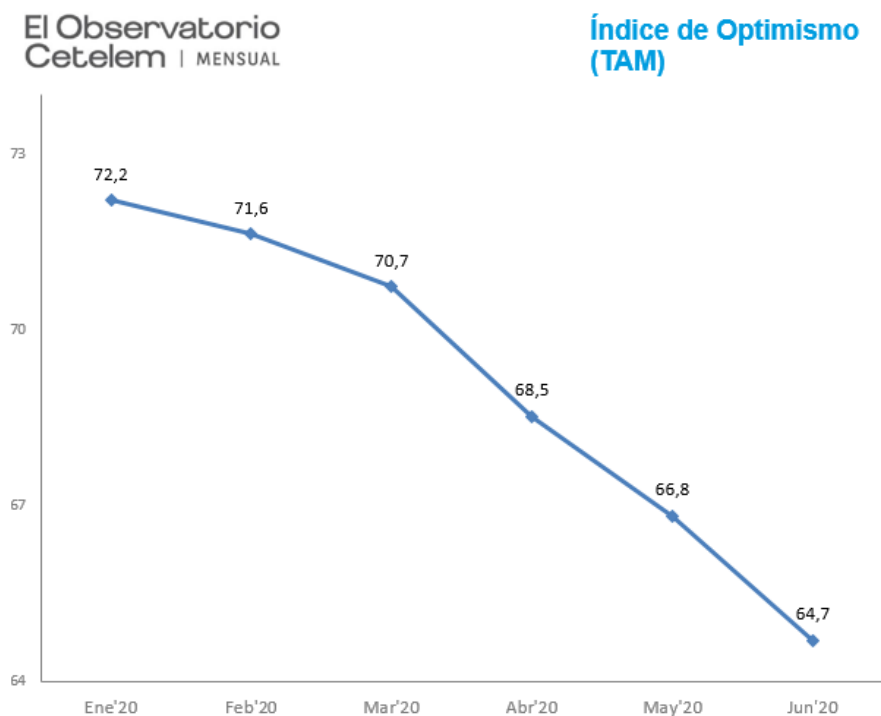


Nota de prensa

El optimismo de los españoles disminuye 7,5 puntos en los últimos 6 meses.

Madrid, 7 de julio de 2020.-

Una de las consecuencias más dolorosas de la crisis provocada por la pandemia, ha sido la falta de expectativas sociales o laborales que padecen buena parte de los españoles. Según el último informe de El Observatorio Cetelem Mensual relativo al primer semestre de este año, el índice de optimismo de los españoles ha disminuido en 7,5 puntos desde principios de año, pasando de un 72,2 en enero a un 64,7 en el mes de junio.

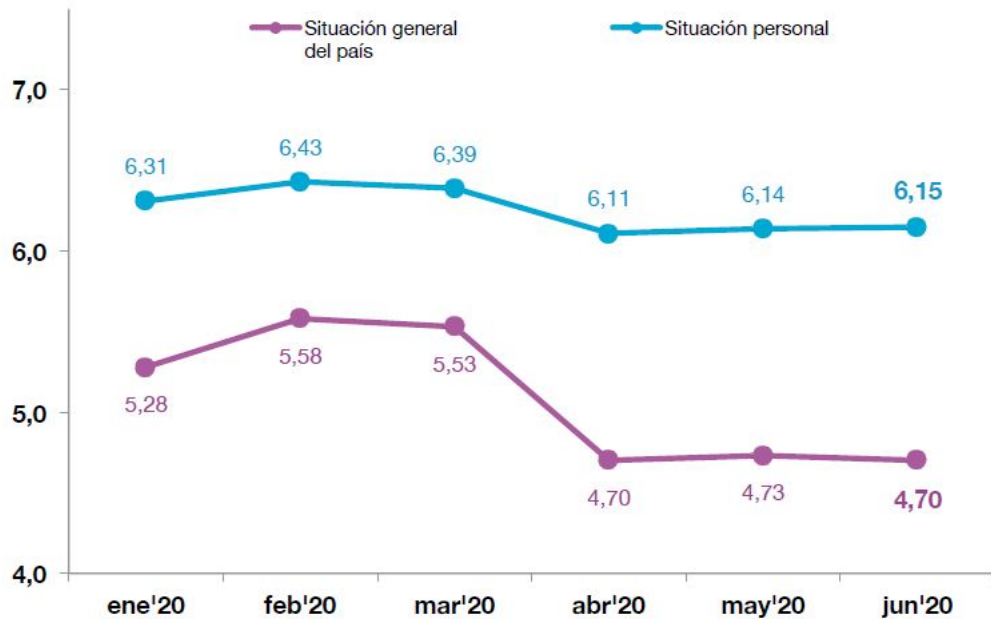


Según el estudio de Cetelem, la percepción del consumidor sobre su situación personal, que había iniciado el 2020 con un leve aumento, comienza a presentar una bajada a partir del mes de marzo (6,39) hasta situarse en el 6,15 en el mes de junio.

No obstante, esta percepción de la situación personal es mayor que la otorgada a la situación general del país, la cual llega a situarse en el mes de junio en un 4,70. En

ambos casos, la tendencia que comenzó siendo positiva a principios de año, cambió radicalmente en abril como resultado de la crisis de la COVID-19.

El indicador de la valoración general del país disminuye de manera muy destacable en abril, como consecuencia de las semanas más críticas del confinamiento, y el súbito parón de la economía.



En este mes, las personas con una visión negativa acerca de la evolución general del país durante los siguientes 12 meses, crecieron 18,5 puntos porcentuales. Este pesimismo se ha reducido moderadamente desde abril, a medida que la crisis sanitaria se ha ido controlando llegando a un 45,6% en el mes de junio.

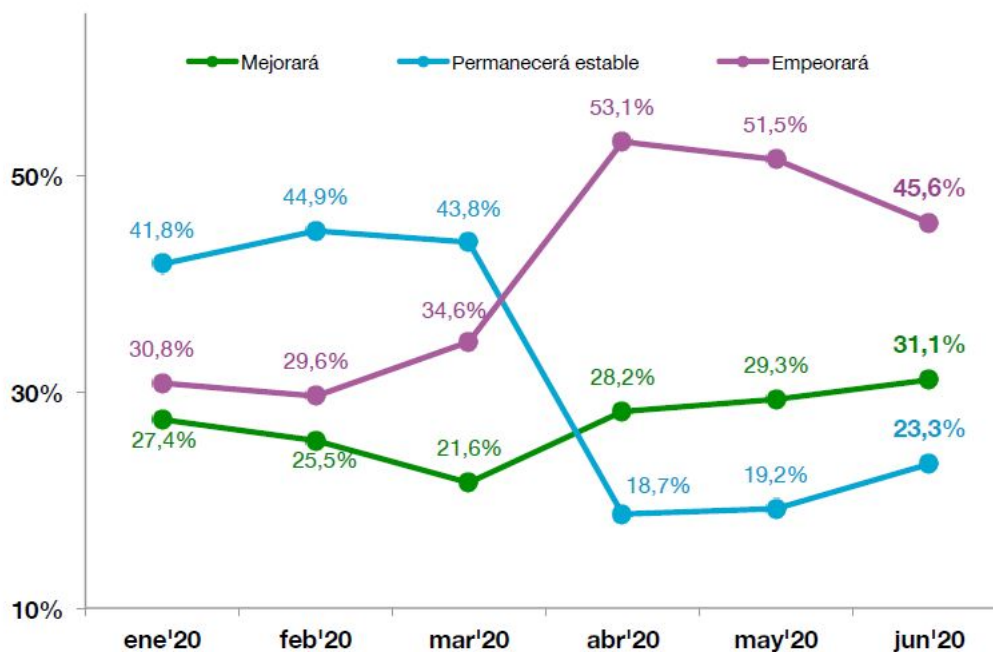
Junio es reflejo de esta leve recuperación, ya que según la unidad de estudios de Cetelem, los españoles que consideran que la situación general empeorará se sitúan en el 45,6%, lo que supone un descenso con respecto al mes anterior de 5,9 puntos (51,5%). Por su parte, los españoles que estiman que la situación general mejorará, aumenta este mes de junio, situándose en un 31,1%, es decir, un incremento de 1,8 puntos con respecto al mes anterior.

De cara al futuro, las perspectivas siguen sin ser del todo optimistas. Desde la comparación semestral (respecto a enero 2020), hay un fuerte incremento de 15 puntos

porcentuales de aquellos ciudadanos que opinan que la situación general empeorará en los próximos meses, pasando de un 30,8% (a primeros de año), a un 45,6% en junio.

La incertidumbre es evidente, ya que en lo que respecta a aquellos que opinan que permanecerá estable, hay una fuerte caída de 18,5 puntos porcentuales entre enero y junio de este año (23,3% vs 41,8% en enero).

La menor diferencia está en aquellos españoles más optimistas que piensan que la situación del país mejorará en los próximos meses, con un 31,1% de menciones en junio, frente al 27,4% de enero (+3,7 puntos).



Respecto al ahorro, un 43,1% de españoles encuestados afirman haber ahorrado en el último mes de junio, frente al 42,4% que lo hizo el mes anterior, lo que significa un aumento de 0,7 puntos porcentuales. La intención de seguir ahorrando también aumenta este mes, siendo un 32,7% los consumidores que manifiestan esta intención, 1,5 puntos mas que el mes anterior.

Si realizamos un análisis del primer semestre del año observamos una reducción de 3,8 puntos en el porcentaje de españoles que afirma haber ahorrado en el último mes pasando del 46,9% en enero 2020 al 43,1% en junio. La caída de la intención de ahorro en el primer semestre es incluso mayor (-8,8 puntos porcentuales) pasando del 41,5% al 32,7% este mes.

Intención de compra

A lo largo del primer semestre, las intenciones de compra más importantes fueron: tecnología e informática (18,9%); turismo (18,5%); textil deportes (17,3%); muebles/complementos, 14,2%, y *smartphones*, 13,1%.

Así mismo, las intenciones de compra más importantes para los próximos tres meses son: turismo (19,4%); textil deportes (18,9%); tecnología e informática (17,2%); muebles, complementos y decoración (15,9%) y finalmente electro gama blanca con un 12,4%.

En el canal *online*, destaca turismo (12,2%); tecnología e informática (10,0%) seguido por textil deportes (8,0%); *smartphones* (6,4%); y muebles y complementos de decoración (5,7%). En el canal *offline*, los productos destacados son textil deportes (10,9%); muebles y complementos de decoración (10,2%); tratamientos de belleza (9,1%) y tecnología e informática con un 7,2%.

Ficha técnica

Los datos analizados y las reflexiones mostradas en esta edición semestral de El Observatorio Cetelem Mensual del pasado mes de junio 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, 6.000 encuestas (1.000 encuestas mensuales). 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

