

Las compras a medianoche desde el sofá, las más tentadoras para los jóvenes españoles según Bnext

Las compras en ecommerce, alimentación, comida a domicilio y moda son los grandes gastos de los jóvenes españoles entre 18 y 35 años. Amazon y Mercadona son las marcas de más confianza entre los jóvenes consumidores en España

Las prioridades en este año de pandemia parecen haber cambiado y el comercio online se ha consolidado como una de las mejores alternativas durante el confinamiento. A pesar de los cambios en las tendencias, los jóvenes continúan liderando las compras por Internet y siguen controlando las operaciones online y lanzándose a adquirir productos y servicios en la red. Así lo demuestra la segunda edición del informe “¿En qué gastan los jóvenes su dinero?”, elaborado por Bnext, la alternativa a la banca tradicional líder en España, con motivo del Día Internacional de la Juventud.

Los jóvenes de entre 25 y 30 años son los que más dinero destinan a las compras online, seguidos de cerca por los de entre 18 y 24 años. Estos últimos, sin embargo, utilizan los servicios de envío y recepción de dinero más que ningún otro grupo de edad y demuestran que la moda de pagar a medias y devolver dinero en el momento ha venido para quedarse.

El informe muestra, un año más, que, a pesar de las circunstancias y la crisis sanitaria y económica a la que se enfrenta el mundo, la moda y la alimentación son los dos sectores que más compras acumulan y Amazon y Mercadona se proclaman como las marcas estrella entre los consumidores jóvenes en España el estudio realizado por Bnext con datos de este año 2020 de sus usuarios de entre 18 y 35 años.

Mercadona se alza como la empresa más consumida por mujeres de entre 31 y 35 años (26%), jóvenes entre 25 y 30 años (22%) y 18 y 24 años (20%). Amazon, por su lado, se hace con el público masculino, que también se decanta por sus productos en los tres grupos diferenciados de edad: entre 18 y 24 años (30%), entre 25 y 30 34 (30%) y entre 31 y 35 (31%).

Los jóvenes no renuncian a viajar

Las compras en diferentes ecommerce siguen siendo el mayor gasto de los jóvenes de entre 18 y 35 años. En el caso de los hombres, destinan en torno al 11%, mientras que las mujeres solo un 5%.

La alimentación y los servicios de comida a domicilio son otras de las partidas en la que los jóvenes de hasta 35 años gastan más. De hecho, a medida que se cumplen años, el gasto en alimentación se incrementa ligeramente, pasando de un 5% en el caso de los chicos entre 18 y 24 años a un 7% entre los jóvenes de 31 y 35. Sin embargo, el porcentaje de gasto en las mujeres se mantiene prácticamente similar con una media superior al 4%. En lo referente a la comida a domicilio, en el caso de los hombres, el gasto se mantiene constante entre los 18 y los 35, con un 6%, mientras que las mujeres de entre 25 y 30 años son las que más gastan en este tipo de servicio, con un 5%.

A pesar de la rareza del 2020, poder conocer otros lugares continúa siendo uno de los intereses de los jóvenes que siguen destinando en torno al 3% de su presupuesto a viajar. Por género, los hombres entre 25 y 35 años son los más viajeros con un gasto del 4% en esta partida, mientras que son las mujeres de entre 25 y 30 las más viajeras, también con un 4%.

La moda se mantiene como una de las partidas estrella de los jóvenes. En general, las mujeres duplican este gasto frente a los hombres.

Las mujeres prefieren Zara y los hombres, El Corte Inglés

El gigante Amazon es la marca en la que más compran los jóvenes. En concreto, a más edad, más compras se realizan en el ecommerce americano. Son los hombres entre 31 y 35 años los que más compras realizan, con un 31%, frente al 26% de las mujeres en la misma franja de edad.

En el caso de la alimentación, Mercadona es el supermercado de confianza de los jóvenes españoles, seguido de Carrefour y Lidl.

A la hora de viajar, Booking y Ryanair son las empresas más utilizadas por los jóvenes entre 18 y 35 años para preparar un viaje, mientras que la plataforma Uber es su preferida para moverse por la ciudad. Por otro lado, en lo referente al ocio, los jóvenes parecen tenerlo claro, Netflix y Spotify son sus plataformas de contenido preferidas.

Por último, el buque insignia de Inditex, Zara, la preferida por las mujeres para actualizar su armario frente a los hombres que optan por El Corte Inglés, mientras que ambos géneros encuentran en Decathlon su marca de confianza para la compra de material deportivo.

Las compras a medianoche, las más tentadoras

La compra por Internet brinda la opción de aprovechar descansos de oficina, trayectos en metro e incluso películas desde el sofá para comprar la última moda o encargarse de la compra del mes o la comida ya preparada para el siguiente día, pero ¿qué horario es el preferido según la edad de los consumidores?

El informe Juventud 2020 de Bnext demuestra que los jóvenes de entre 18 y 24 años, en general, son más trasnochadores y prefieren realizar sus compras a medianoche, entre las 12 y la 1 de la madrugada. Esto demuestra que es entonces cuando más desconectan y pueden relajarse para invertir en compras y ocio.

Aunque los jóvenes de entre 18 y 24 años realizan el 7% de su gasto total diario en la anteriormente mencionada franja horaria (12pm-1am), no acaban de decantarse por ella como la favorita. Llama la atención su diversificación para comprar a lo largo de todo el día y no parece que se decidan por un horario estrella en el que centrar su atención en el consumo. Esto podría deberse a su constante relación con los dispositivos móviles, que les permiten tener acceso a compras a cualquier hora y en un solo clic.

Los jóvenes de entre 25 y 30 años, sin embargo, son menos trasnochadores y, aunque también se animan a comprar a medianoche (7% del presupuesto diario gastado entre las 12am y la 1am), prefieren otros horarios menos comprometedores que les permitan descansar por la noche. Apuestan por aprovechar entre las 11am y las 10pm, horario que acumula el 62% del gasto del presupuesto diario con entre un 6%-7% de gasto del presupuesto cada hora.

Los jóvenes de entre 31 y 35 años, sin embargo, sí que muestran horarios más marcados que podrían coincidir con un pequeño receso en el trabajo a media mañana (19% del gasto de 10am a 1pm) y con el fin de la jornada laboral (19% de gasto de 6pm a 9pm), dos momentos clave en sus jornadas en los que aprovechar para consumir y solucionar compras.

Madridenses, entre 31 y 35 años, los más derrochadores

Cabe destacar, también, la diferencia de gasto entre residentes de las distintas Comunidades Autónomas en España. De nuevo Madrid, Cataluña y Andalucía se alzan como las tres comunidades con mayor gasto entre los jóvenes de entre 18 y 35 años.

En Madrid, los jóvenes de entre 31 y 35 forman el grupo de edad que incurre en más gastos de toda España y representan el 30% del consumo total de su grupo de edad en el país. Lo mismo ocurre con los jóvenes de entre 18 y 24 años y los jóvenes de entre 25 y 30 de la Comunidad de Madrid, que se hacen con el segundo y tercer puesto de gasto de sus grupos de edad en España, con un 27% ambos.

La Rioja y Navarra vuelven a formar parte del grupo de comunidades con menos gasto entre sus jóvenes.

Pago en otras divisas, una tendencia creciente

Llama la atención, en 2020, el ligero aumento de pagos registrados en España y efectuados en otras divisas diferentes al Euro. Los jóvenes de 28 años son los que más se animan con esta tendencia y un 4,3% de ellos seleccionan otra moneda para efectuar sus compras. Por el contrario, los jóvenes de 18 años son los menos atrevidos y tan solo un 0,1% de ellos se anima a pagar con una divisa diferente a la nacional.

De todos los pagos efectuados con Bnext en España con divisa extranjera, el sector que más compras ha recibido ha sido el sector de la moda, muchas marcas no se encuentran en nuestro país, lo que hace pensar que los jóvenes adquieran sus productos en sus tiendas online. Además, los países que más pagos han recibido en divisas diferentes al Euro y desde España son EE. UU. y Reino Unido.

La pandemia, un cambio en las tendencias de consumo

Las tendencias de compra suelen evolucionar a lo largo de todo el año, sin embargo, el primer trimestre de 2020 ha sido mucho más decisivo y las circunstancias sanitarias, económicas y sociales han dado un giro de 180º al panorama financiero en todo el mundo.

Como era de esperar, las prioridades en cuanto a gasto y consumo se han visto afectadas durante el

confinamiento. El gasto en viajes ha sido uno de los más afectados por la situación vivida. Los hombres de entre 31 y 35 años eran los que más gasto destinaban a esta partida y, por tanto, los que más han visto cómo esta disminuía durante el estado de alarma, pasando de un 6% de su presupuesto a un 2%. Las mujeres de la misma edad destinaban un 5% a turismo y durante el estado de alarma han disminuido el gasto en esta partida en 4 puntos porcentuales.

Los hombres de entre 18 y 35 años eran los que más productos y servicios de retail consumían antes del estado de alarma, pues destinaban un 9% de sus presupuestos a estos conceptos, frente al 4%-5% destinado por las mujeres del mismo grupo de edad. Tras la declaración del estado de alarma, ambos géneros aumentaron el gasto en retail: los hombres de entre 18 y 24 años pasaron a destinar un 15% de su presupuesto, las mujeres de la misma edad, un 6%. Los hombres de entre 25 y 30 años destinaron, entre el 14 de marzo y el 21 de junio, un 14% de su presupuesto, frente al 7% destinado por las mujeres de la misma edad. Los hombres de entre 31 y 34%.

El grupo comprendido por los jóvenes de entre 31 y 35 años es el que menos invertía e invierte en moda, pero es, por el contrario, el que más presupuesto destina a alimentación y restauración. Antes de la pandemia, los hombres de este grupo de edad destinaban un 12% de su presupuesto a estas partidas. Durante el estado de alarma, aumentaron el gasto hasta alcanzar el 15% de su presupuesto total. Las mujeres de entre 31 y 35 años, que destinaban un 9% de su presupuesto a las mismas partidas antes del 14 de marzo, destinaron el mismo porcentaje durante el confinamiento.

Por su parte, los jóvenes de entre 18 y 24 años, disminuyeron su gasto en alimentación y restauración tras el confinamiento, probablemente porque, además de no poder realizar salidas con amigos, cubrían sus necesidades de gasto en estas partidas gracias a la inversión de otros miembros del núcleo familiar en ellas. Los chicos, que destinaban un 11% de su presupuesto pre-pandemia, pasaron a destinar un 10% y las chicas, pasaron de un 11% a un 7%.

Con el fin de la desescalada, el gasto de jóvenes entre 18 y 35 años en viajes, gasolina o transporte empieza a aumentar de nuevo como demostración de la vuelta a la nueva normalidad.

Datos de contacto:

Mireia
91 411 58 68

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

Categorías: [Finanzas](#) [Moda](#) [Sociedad](#) [Consumo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>