

El 49% de los consumidores españoles aún no ha comenzado sus compras navideñas, según Ágora

Ágora, la unidad de negocio de Mediapost especializada en soluciones en el punto de venta, ha llevado a cabo un estudio para conocer las tendencias de compra durante las próximas semanas en España

Ágora, la unidad de negocio especializada en servicios en el punto de venta de Mediapost, ha presentado el estudio “El consumidor ante las navidades 2020” para conocer cómo se comportarán los consumidores durante los próximos días de cara a sus compras de Navidad. Para este estudio, se ha realizado una encuesta a 1.090 usuarios de la app de Ofertia entre los días 2 y 9 de diciembre de 2020.

De acuerdo con los resultados de este informe, parece que al consumidor español todavía le quedan muchas compras por realizar, por lo que los próximos días serán decisivos para las marcas y un buen momento para intensificar sus campañas publicitarias. El 49% de los encuestados ha declarado no haber siquiera empezado con las compras navideñas, el 32% ha adelantado alguna compra relacionada con la alimentación y solo el 20% ha adquirido ya algún regalo.

Los consumidores reducirán el gasto en unas fiestas marcadas por la pandemia

El 53% de los consumidores planea gastar menos este año, teniendo en cuenta su situación económica y las restricciones a la hora de reunirse con familiares y amigos. Sin embargo, el 41% considera que, a pesar de las circunstancias especiales de este 2020, gastará lo mismo que durante el periodo navideño del año pasado.

La particularidad de estas navidades no despierta en los españoles mucho interés por compensar la situación desfavorable aumentando el consumo: 7 de cada 10 no va a hacer nada especial para mejorar estas fiestas, aunque el 20% sí planea preparar un menú más especial que otros años.

Tienda física sí, pero en horarios de menor afluencia

Al contrario de lo que ocurría durante el Black Friday, en el caso de las compras navideñas el 63% de los consumidores reconoce que no comprará online más de lo que lo hizo el año pasado. Acudirá, como otros años, a la tienda física en busca de alimentos, regalos y decoración: la mitad de los consumidores lo hará en solitario y el 45% acompañados de algún amigo o familiar.

En busca de una experiencia de compra más segura, 7 de cada 10 compradores intentarán visitar la tienda física en momentos de menor tráfico y el 20% cancelará sus planes si ve que la tienda no respeta las medidas de seguridad.

“La tienda física deberá prepararse para recibir a los clientes en esta temporada navideña, maximizando la seguridad”, afirma Carlos de Garnica, responsable de Ágora. “Es una oportunidad

para las marcas, que podrán optimizar sus campañas en el punto de venta para aprovechar esta corriente de consumo”.

Datos de contacto:

Ana Navarrina

609580452

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

Categorías: [Marketing](#) [Logística](#) [Consumo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>