

La solidaridad y el apoyo a las empresas locales, los grandes beneficiados de la crisis

El 30% de los consumidores está dispuesto a comprar con más frecuencia en pequeñas y medianas empresas después de la cuarentena, según un estudio de Ipsos para PayPal

Para más información y datos, consultar el PDF adjunto al final del artículo

Ante **una situación sin precedentes**, todos hemos hecho **grandes cambios en nuestro día a día** creando nuevas e inesperadas formas de vivir y alimentando nuestro espíritu de comunidad más altruista. La pandemia del COVID-19 nos ha empujado a replantear nuestras perspectivas vitales previas al confinamiento. Esto lo desvela un estudio europeo realizado por PayPal en colaboración con Ipsos durante la crisis, que demuestra el **importante punto de inflexión en los hábitos de compra en España**, y más en particular, en lo que respecta a **la solidaridad y la compra de proximidad**.

Apoyo para las pequeñas y medianas empresas locales

Si bien la lealtad a las grandes marcas continuó durante el confinamiento, fueron las pequeñas y medianas empresas las que despuntaron. Los encuestados españoles reconocieron la importancia de apoyar a los minoristas locales. Más específicamente, **el 57% de los consumidores afirma que compraba a pequeñas y medianas empresas más habitualmente durante la cuarentena**, en comparación con el 44% que lo hacía también en los comercios de mayor tamaño.

Los ancianos fueron el mayor apoyo a las empresas locales:

- **El 57% de los mayores de 65 años cree que apoyar a la economía local es esencial para superar la crisis.**
- **El 60% dice sentirse responsable de impulsar a las empresas de su zona**

Y este apoyo a la economía local y a los negocios de proximidad no se ha detenido con el fin del confinamiento, **el 30% de los encuestados en España explica que a partir de ahora comprará más productos locales y regionales.**

Nuevas costumbres acompañadas de nuevos métodos de pago

El confinamiento ha provocado que tanto empresas como consumidores prefieran los pagos sin contacto, siguiendo así las recomendaciones del Gobierno para evitar contagios.

Durante el confinamiento, **la gran mayoría de ciudadanos españoles (76%) utilizó tarjetas bancarias para realizar sus compras online, pero un 50% optó por servicios de pagos online. El 55% de los millennials ha indicado que prefería pagar con este tipo de servicios**, a los que se les unieron un 47% de mayores de 55 años.

- El 56% está dispuesto a probar nuevas formas de pago para sus tiendas favoritas
- El 80% de los encuestados preferiría utilizar métodos de pago sin contacto para evitar la introducción del PIN

El uso del efectivo sigue en el punto de mira: el 60% de los encuestados en España está dispuesto a volver a pagar en efectivo en las tiendas cuando la situación se relaje, pero el 40% sigue siendo reacio a su uso.

Un aumento de la solidaridad: Las donaciones online aumentaron durante la crisis y siguen siendo muy elevadas

La solidaridad y los pagos en línea salen victoriosos de la crisis. Aunque hubo una disminución temporal de las donaciones durante el confinamiento debido a la incertidumbre, la flexibilización de **la cuarentena ha traído un aumento significativo de la solidaridad**. De hecho, **los españoles quieren contribuir a la recuperación económica y los pagos online es su método preferido para hacerlo**:

- **El 50% de los consumidores afirma que eligió este método de pago para enviar dinero a sus allegados (familiares y amigos)** durante la cuarentena.
- **El 81% de los encuestados ahora prefiere hacer donaciones online**, un aumento del 10% respecto a antes de la crisis.

"Estamos en una situación sin precedentes que ha cambiado radicalmente la forma en que vivimos, trabajamos y consumimos. Estamos orgullosos de cómo nuestra comunidad de PayPal se ha unido para protegerse y apoyarse mutuamente, y de cómo hemos sido capaces de utilizar nuestra tecnología para ayudar a nuestros consumidores y empresas a superar este desafío. Los vendedores han usado su creatividad y generosidad para continuar sirviendo a sus clientes y permitirles pagar con tranquilidad", afirma Javier Moreno, Head of Merchant Services, PayPal España y Portugal.

*PayPal, en asociación con Ipsos, ha encuestado a 26.000 personas para un estudio de mercado sobre la evolución de los pagos en línea durante tres períodos: antes de COVID-19, y durante y después del confinamiento. Estudio realizado del 8 al 29 de mayo de 2020 en 13 países de todo el mundo.

Sobre el estudio

En nombre de PayPal, Ipsos entrevistó una muestra de c.2000 (26.000 en total) encuestados (de 18 a 65 años) en 13 países (Alemania, Bélgica, España, Francia, Grecia, Irlanda, Italia, Noruega, Países Bajos, Polonia, Portugal, Suecia y Reino Unido) para examinar cómo las personas compran, venden, envían dinero y realizan donaciones en la actualidad, cómo quieren hacerlo en el futuro y qué desafíos prevén durante 3 períodos: pre, durante y post confinamiento. Las entrevistas se realizaron online entre el 8 y el 29 de mayo de 2020.

Sobre PayPal

PayPal se ha mantenido a la vanguardia de la revolución de los pagos digitales durante más de 20 años. La plataforma, que aprovecha la tecnología para hacer que los servicios financieros y el comercio sean más cómodos, asequibles y seguros, permite a más de 325 millones de consumidores y vendedores de más de 200 mercados unirse y prosperar en la economía global. Para más información, visita [paypal.com](https://www.paypal.com).

Para obtener más información: Contactar a pmoreno@paypal.com y PAYPALES@edelman.com.

 [Consumer Behaviour Shifts During Lockdown of Spring 2020 Spain](#)
(7,1 MB)

Additional assets available online:  [Photos \(2\)](#)

<https://newsroom.es.paypal-corp.com/La-solidaridad-y-el-apoyo-a-las-empresas-locales-los-grandes-beneficiados-de-la-crisis>