

Los nuevos hábitos del consumidor español en tiempos de crisis

05.04.2012 **Amaia Ormaextea**

La crisis ha cambiado a los españoles. Gastan menos en ropa y ocio, buscan chollos y compran coches de 600 euros. Pero no les importa hacer un desembolso para verse guapos.

Somos los mismos que hace cuatro años, pero nos comportamos de forma diferente. La crisis ha modificado nuestro estilo de vida de manera que incluso las personas que no han visto reducidos sus ingresos en los últimos años han adaptado sus hábitos de consumo al nuevo escenario económico por mera precaución.

1. **Coches.** Como los españoles no pueden comprarse un coche nuevo, recurren ahora más que nunca al mercado de segunda mano. El pasado año se vendieron en España 1,7 millones de vehículos usados, lo que supone un incremento del 8% con respecto a los datos de 2008.

2. **Cupones.** Muchos consumidores se han lanzado a internet en busca de chollos y descuentos que les permita mantener su nivel de vida anterior a la crisis. Según un estudio de Nielsen España, se ha disparado el fenómeno conocido como Cuponing: la búsqueda de gangas y buenos precios en la red. Los portales dedicados a descuentos y cupones aumentaron su número de visitantes en un 64% durante el año pasado.

3. **Alimentación:** la composición de la cesta de la compra ha sufrido algunas variaciones: el consumo de carne congelada ha aumentado en un 14,2% y, en general, optamos más por el pollo y la casquería evitando así la compra de carne de ternera, según consta en un estudio del CIS y en el Estudio de la Evolución de la Alimentación en España. También acudimos más a las tiendas que ofrecen descuentos (tipo Dia o Lidl) –un 39% más, según Nielsen– y optamos en mayor medida que antes por las marcas blancas. Del carrito del supermercado se han caído, sobre todo, las bebidas alcohólicas, que han experimentado un retroceso del 8,8%.

4. **Ocio:** el sábado por la noche nos quedamos en casa, cada vez más, para desesperación del gremio de bares y restaurantes, que acumula 42 meses de caídas de ingresos.

5. **Estética:** los expertos en estética lo tienen claro: la crisis nos impide comprar productos caros, pero nadie se resiste a un corte de pelo o a una barra de labios; son caprichos asequibles que permiten mantener la ilusión por consumir. Prueba de ello es el auge que han experimentado las clínicas de medicina estética.