

# La empresa española ante la COVID-19: Consumo y Distribución



## El impacto del nuevo consumidor

**La crisis de la COVID-19 ha acelerado tendencias ya identificadas en el sector de Consumo y Distribución y está generado nuevos retos para las empresas. Con un aumento exponencial de la venta online, entender el comportamiento del consumidor en el entorno digital se convierte en una necesidad para las compañías del sector, según los datos recogidos en el último sondeo de *La empresa española ante la COVID-19*.**

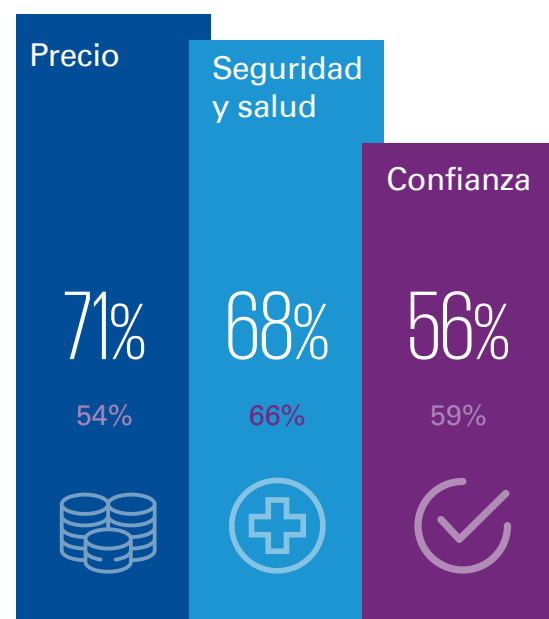
Casi la mitad de los empresarios del sector Consumo y Distribución consideran que la situación actual es negativa, aunque un tercio espera recuperar la facturación anterior a la crisis en los próximos 12 meses. Para alcanzar esta recuperación, piensan en mejorar sus procesos (74%) y en llevar a cabo reestructuraciones operativas (68%). En su opinión, y en mayor medida que en otros sectores, el precio (71%) y la preocupación por la seguridad y la salud (68%) serán determinantes y se producirá un incremento relevante de la venta online (un tercio de los encuestados prevé que suponga más de un 10% de sus ventas). Además, el sector considera necesaria una rebaja de los impuestos indirectos (62%), especialmente del IVA.

“ Los efectos que la COVID-19 está teniendo sobre los hábitos de consumo obliga a las empresas del sector a replantearse su estrategia, que deberá centrarse en profundizar en el conocimiento del cliente y orientar su negocio a satisfacer sus necesidades. En esta nueva realidad, será necesario ganar flexibilidad y rapidez, transformando la cultura y la organización, impulsando el canal digital y optimizando la cadena de suministro. ”

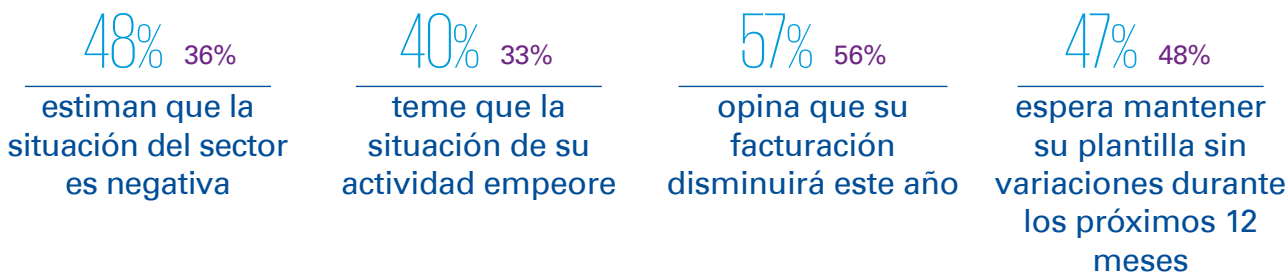
**Enrique Porta**

Socio responsable del sector Consumo y Distribución de KPMG en España

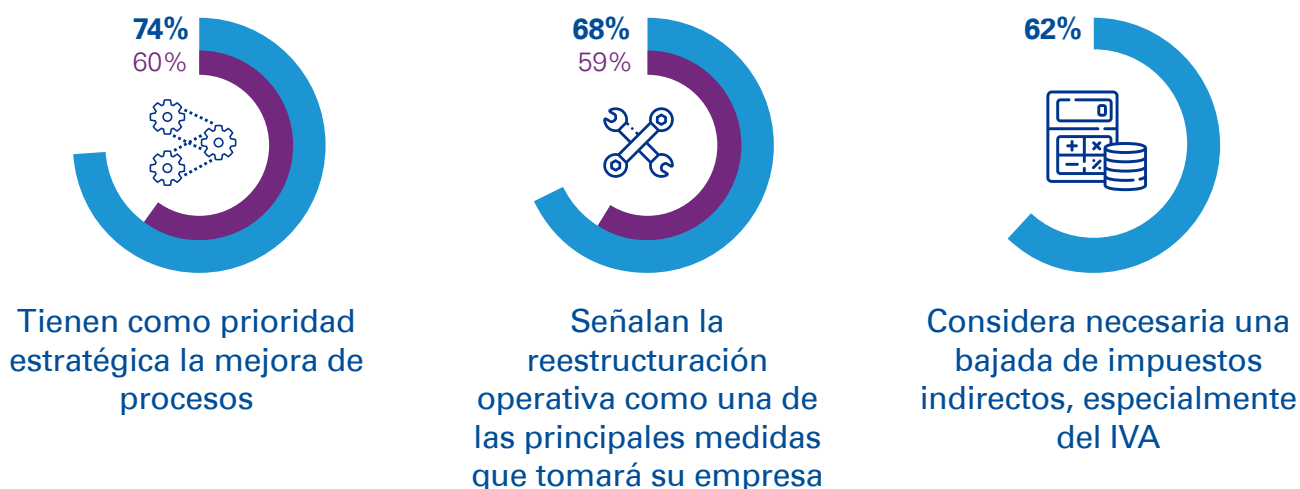
**¿Qué variables van a ser más determinantes a la hora de consumir en la nueva realidad?**



## Cautos en sus perspectivas a corto plazo

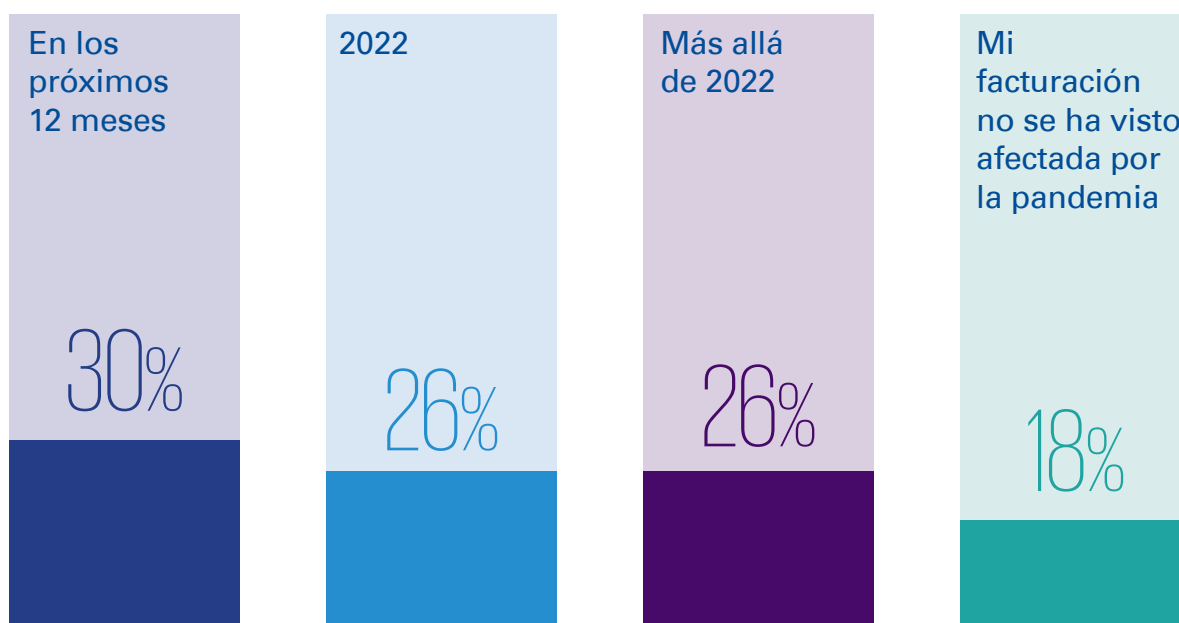


## Volcado en la optimización de las operaciones



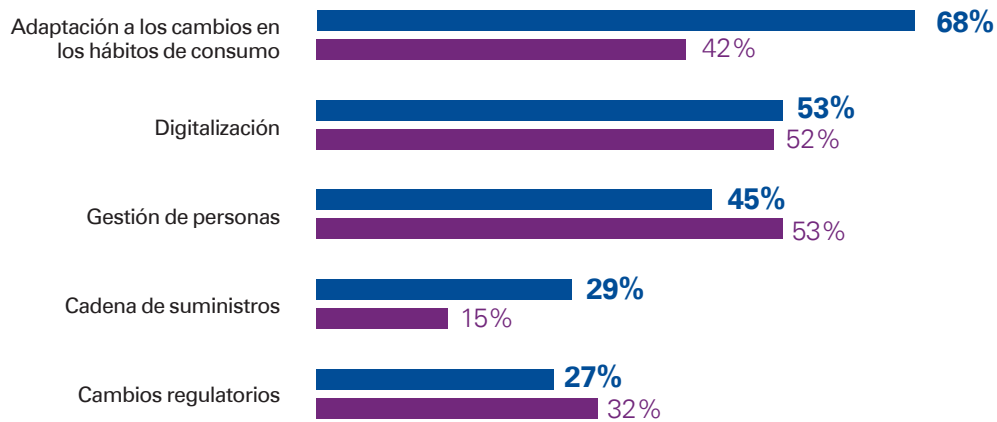
## Prevé una recuperación progresiva

¿Cuándo cree que su facturación recuperará los niveles previos a la pandemia?

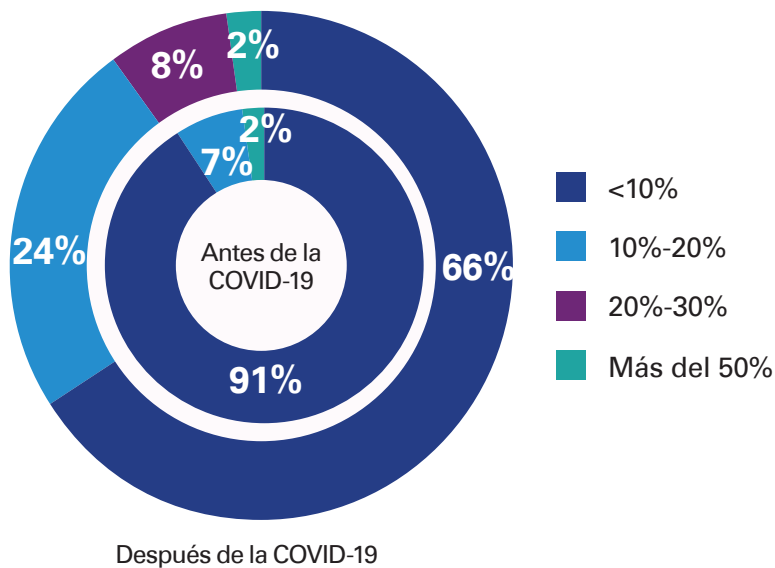


## Nuevos hábitos de consumo en la nueva realidad

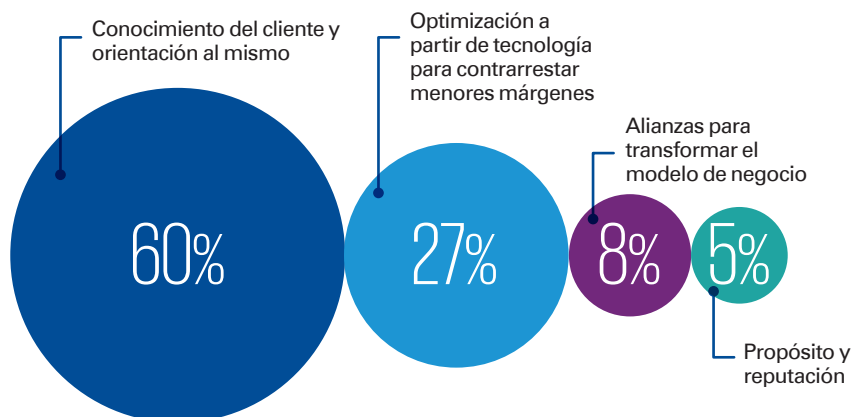
¿Cuáles son los principales retos para adaptarse a la nueva realidad?



Indique qué porcentaje estima que representará la venta online sobre las ventas totales de su empresa dentro de un año:



¿Cuál de los siguientes ámbitos cree que se acelerará más en su empresa a raíz de la COVID-19?



# Para más información, contacte con



**Enrique Porta**  
**Socio responsable del sector Consumo y**  
**Distribución de KPMG en España**  
**E:** [eporta@kpmg.es](mailto:eporta@kpmg.es)



© 2020 KPMG, S.A., sociedad anónima española y miembro de la red KPMG de firmas independientes, miembros de la red KPMG, afiliadas a KPMG International Cooperative ("KPMG International"), sociedad suiza. Todos los derechos reservados.

KPMG y el logotipo de KPMG son marcas registradas de KPMG International Cooperative ("KPMG International"), sociedad suiza.

La información aquí contenida es de carácter general y no va dirigida a facilitar los datos o circunstancias concretas de personas o entidades. Si bien procuramos que la información que ofrecemos sea exacta y actual, no podemos garantizar que siga siéndolo en el futuro o en el momento en que se tenga acceso a la misma. Por tal motivo, cualquier iniciativa que pueda tomarse utilizando tal información como referencia, debe ir precedida de una exhaustiva verificación de su realidad y exactitud, así como del pertinente asesoramiento profesional.