

La compra online de regalos para San Valentín aumentará un 20% en 2018

Los estudios revelan que las compras online para San Valentín vieron un aumento del 125% entre 2014 y 2017. Crece la tendencia de hacer regalos experiencia en detrimento de los regalos físicos. Prácticamente la mitad de las transacciones ya se realizan desde el móvil

Durante los últimos 4 años el auge de las compras por Internet se ha dejado ver de forma muy evidente en estas fechas, a la hora de comprar regalos de San Valentín. En este periodo, según los últimos estudios, el porcentaje de regalos para el Día de los Enamorados que se compran online se ha más que duplicado. Aladinia, el mayor ecommerce de España de regalos experiencia, ha querido estudiar cómo afecta esta tendencia a su negocio.

Según los datos analizados por Aladinia, en un solo año, del 2016 al 2017, ya registraron un aumento de las ventas de regalos para San Valentín cercano al 20%. Para el 2018 prevén volver a crecer a un ritmo similar o incluso un poco superior, debido, en parte, a que Aladinia.com está sabiendo beneficiarse de dos tendencias recientes de los regalos para San Valentín: por un lado, las transacciones móviles (aproximadamente 4 de cada 10 compras para esta fecha se hacen con el móvil) y por el otro, la preferencia de los españoles a regalar experiencias como cenas románticas antes que flores o tarjetas. De hecho, sólo las cenas ya suponen alrededor del 60% de las transacciones relacionadas con el Día de los Enamorados.

“En los últimos años las preferencias están cambiando, de tal modo que la compra de obsequios como rosas o bombones está dejando paso a la compra de experiencias. Los usuarios buscan generar emociones en su pareja que dejen una huella profunda y que perduren en la memoria”, asegura Joaquim Esteve, gerente y fundador de Aladinia.com.

Búsquedas que se traducen en compras

Las búsquedas relacionadas con los regalos para San Valentín también han aumentado los últimos años. El volumen de búsquedas de los usuarios de propuestas de regalos de San Valentín ha aumentado hasta un 40% respecto a 2014. No siempre el crecimiento en búsquedas va tan ligado a un crecimiento en las ventas, por la reticencia que aun existe con las compras por Internet. No obstante, en el caso de los regalos para el 14 de febrero ambos fenómenos sí que han ido mucho de la mano. Tanto las búsquedas como las compras online han crecido, incluso estas últimas más que las primeras.

Datos de contacto:

Ignasi Thió
Responsable de merchandising y SEM
931 000 525

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

Categorías: [Sociedad](#) [Entretenimiento](#) [E-Commerce](#) [Consumo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>