

## **Según Valassis, aumenta la distribución de cupones descuento en España**

**Entre los datos más significativos del ejercicio anterior destacan: Las promociones en papel continúan siendo las más utilizadas por las marcas, aunque los cupones digitales ganan cuota rápidamente. Se espera que el cambio a digital se acelere con la disponibilidad de cupones móviles. Las marcas de cuidado personal son las que más cupones emiten; los descuentos en productos de cuidado del hogar son los más utilizados por los consumidores. El supermercado es el formato favorito para los compradores**

Valassis, compañía líder en activación de compradores, ha publicado los datos correspondientes al mercado de cupones en España durante el año 2018.

### Distribución de cupones

Los vales descuento lanzados al mercado crecen un 2% respecto al ejercicio anterior. El valor medio de los descuentos distribuidos por las marcas aumentó casi en un 20%.

En lo que respecta a las categorías, las promociones para productos de cuidado personal aumentan un 8% respecto a 2017 y pasan a representar casi dos tercios del total de cupones distribuidos el año pasado. A una distancia muy considerable aparecen productos de droguería y limpieza, alimentación y bebidas y, por último, las promociones para productos de bazar.

### Canje de cupones

Pese a la importancia de los productos de cuidado personal en el apartado de distribución, los datos de redención indican que los consumidores están muy interesados en productos para el cuidado del hogar (droguería y limpieza). Así, en 2018 casi un 44% de los cupones utilizados corresponden a productos de esta categoría.

Los supermercados son el lugar favorito de los consumidores para canjear los cupones: el 31% de los vales descuento se redimen en este formato de tienda. A continuación, aparecen hipermercados, droguerías y perfumerías, tiendas tradicionales, farmacias y parafarmacias y, por último, clínicas veterinarias.

En cuanto a dónde consiguen los cupones, un 71% de los consumidores los encuentran en el propio punto de venta, un 21% los recibe en su buzón (envíos personalizados y sin personalizar) y un 7% a través de medios digitales; apenas un 1% corresponden a cupones distribuidos a través de revistas y periódicos. Iván Gómez, director general de Valassis en España, indica que "las promociones multicanal ganan terreno rápidamente porque, independientemente de la marca, siempre generan un impacto positivo. Sus datos indican que este tipo de promociones aumentan el alcance, generan ventas incrementales y aumentan significativamente el ROI".

Valassis España

Valassis Communications, S.L. es la filial española de Valassis Communications, Inc., compañía líder en activación de compradores. Las soluciones multicanal de Valassis ayudan a las marcas a conocer, atraer y activar a millones de consumidores. La compañía ha formado parte de la vida de los consumidores durante décadas, introduciendo nuevas formas de distribución de promociones y mensajes que los activan, ya sea en la tienda, por correo o a través de medios digitales. Las promociones de Valassis son aceptadas en más de 15.000 puntos de venta en nuestro país, incluyendo tanto las principales cadenas de supermercados e hipermercados como tiendas especializadas y de proximidad. Valassis es propiedad de Harland Clarke Holdings.

Fuente

Basado en cupones procesados por Valassis Communications, S.L., en España durante 2018.

**Datos de contacto:**

J. Antonio Naranjo

91 809 03 20

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

Categorías: [Nacional Marketing E-Commerce Consumo](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>