

El número de visitas por usuario a establecimientos físicos crece más de 11% en 2021 según Ofertia

Según Ofertia, la plataforma web y móvil de información de compras locales de Mediapost, los consumidores vuelven a las tiendas físicas, lo que ha hecho que retailers y marcas hayan puesto el foco en la venta física con un mayor número de ofertas en activo respecto a 2020 y una apuesta por la omnicanalidad

Madrid, 29 de noviembre de 2021.- 2021 es el año en el que los consumidores han vuelto a las tiendas físicas. Según Ofertia, la plataforma web y móvil de información de compras locales de Mediapost, el número de visitas por usuario a puntos de interés físico, como tiendas o espacios comerciales, aumentó un 11,3% este año. Tal es así, que los retailers y marcas han decidido poner el foco en la venta física, lo que ha supuesto un incremento superior al 15% de los puntos de interés físicos geolocalizados con ofertas en activo respecto a 2020 según datos de Ofertia.

Además, son muchos los retailers que apuestan por la omnicanalidad, es decir por una promoción híbrida entre canales físicos tradicionales, como el catálogo, en combinación con la promoción digital con el objetivo de optimizar la visita a la tienda. En este sentido, con las soluciones de Ofertia ha identificado un incremento de las conversiones de tienda física de sus clientes de más de 50%.

Por comunidades, este año, ceutíes, aragoneses y vascos han sido los consumidores que más rápido han acudido a las tiendas físicas tras consultar las promociones a través de la App de Ofertia. De ellos, el 46,9% de los ceutíes, el 45,2% de los aragoneses y el 41,1% de los vascos lo hicieron en 24-72 horas tras la consulta. Por el contrario, murcianos, valencianos, andaluces y riojanos son los consumidores más reflexivos a la hora de acercarse a los puntos de venta físicos tras una búsqueda de ofertas online. De ellos, el 53% de los murcianos, el 48,3% de los valencianos y el 46,9 de andaluces y riojanos esperaron al menos una semana para visitar físicamente al comercio.

Más ofertas y promociones publicadas

Este año se ha registrado un incremento de ofertas publicadas por los retailers y marcas. En concreto, hasta el mes de octubre, se han publicado más de 48.000 catálogos y más de un millón de productos en promoción, lo que representa un crecimiento del 26,4% en catálogos/folleto y de casi un 39% en productos respecto al mismo periodo del año anterior. En este sentido, durante estos meses, el número de páginas vistas por usuario roza casi las 5 con un tiempo medio de retención de 1 minuto y 32 segundos.

Por otro lado, se espera que, durante las campañas de Black Friday y Navidad, el número de folletos y catálogos supere en más de un 30% las publicaciones de 2020 y en el caso de los productos, en más de un 40%.

Las ofertas de supermercados, entre las más consultadas

Por sectores, la categoría de supermercados ocupa el primer puesto, seguido de hogar y muebles, moda, electrónica e informática y, cerrando el top 5, bricolaje. Durante este año, más de una de cada dos consultas de catálogos y promociones de los usuarios de Ofertia ha sido en el sector de los supermercados, registrando un incremento de casi un 14% respecto a 2020.

A pesar de esto, salud es la categoría que más ha crecido respecto a 2020 en lo referente a visualizaciones, un 57,6%, previsiblemente a causa de la pandemia del Covid-19 y la concienciación por el cuidado de la salud. Además, se ha detectado interés por el sector de los viajes, con un 4,2% más de visitas que en 2020, un síntoma de que los usuarios tratan de recuperar los hábitos prepandémicos.

Por otro lado, electrónica, moda y deportes son las categorías más inestables de 2020 y 2021, registrando caídas y repuntes de interés en función del momento del año y la evolución de la pandemia. Los tres sectores, con electrónica a la cabeza, están experimentando un crecimiento significativo a causa de la campaña del Black Friday y de Navidad, entre las causas que lo justifican se encuentra la incertidumbre, a nivel internacional, que existe ante un posible desabastecimiento de chips y materias primas.

El perfil del consumidor

Con un alcance de 20 millones de shoppers, es la primera vez en la que aumentan las consultas de los usuarios de Ofertia a través del ordenador, en concreto lo ha hecho un 17,6% respecto a 2020. La razón más probable es el incremento de uso y demanda de estos dispositivos por el incremento del teletrabajo durante los meses de pandemia. Sin embargo, el dispositivo preferido por los usuarios para consultar las ofertas de Ofertia continúa siendo el móvil. Más de 7 de cada 10 usuarios llegan a las promociones online de marcas y retailers por esta vía. En total, la plataforma ha registrado más de 4 millones de sesiones mensuales.

En lo referente a los dispositivos móviles, las consultas de ofertas y promociones de los usuarios con un dispositivo Xiaomi son las que más crecen en comparación con el año anterior, un 36,5%, mientras que los consumidores dueños de un teléfono Apple han incrementado las consultas, más de un 14% respecto al año anterior. A pesar de estos datos, son los usuarios de Samsung quienes más buscan ofertas, aunque, este año, experimentan una pérdida de 7,6%. Lo mismo que ocurre con los consumidores que posee un móvil Huawei, que han realizado un 25,1% menos de consultas, lo que ha hecho que pase de ocupar el tercer lugar, ahora ocupado por Apple, por el cuarto lugar del ranking de Ofertia.

Por edades, se han registrado incrementos en las visitas a la plataforma en todas las franjas de edad, sin embargo, es en los mayores de 65 años, donde más ha crecido, un 9,3% respecto al año anterior, seguida de la franja de 55-64. Entre los más jóvenes, la franja de edad que ha mostrado un mayor crecimiento ha sido la de 18-24 años, con un 4,4% respecto al año anterior.

Datos de contacto:

Redacción
608 171 536

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

Categorías: [Marketing Logística Consumo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>