

Los castellano leoneses hicieron turismo y viajaron más que la media española en el último año

También destacan por comprar productos de deporte, videojuegos y libros de segunda mano

Valladolid, a 20 de octubre 2015.-

En los últimos doce meses, los consumidores de Castilla- León están por encima de la media nacional a la hora de hacer viajes, gastar en Telecomunicaciones y acudir al dentista. Así lo reflejan los datos del Observatorio Cetelem sobre Consumo 2015.

Entre los ocho sectores analizados, los más comprados fueron los productos de deportes (62%), seguidos los productos electrodomésticos y tecnología (55%), las telecomunicaciones (54%) y los viajes (53%). En esta estadística, los castellanoleoneses destacan por encima de la media española en Viajes (60%), Telecomunicaciones (60%) y dentistas (31%).

Las grandes cadenas de distribución o grandes superficies tienen la mayor cuota de mercado en la mayoría de sectores analizados, un 68% de españoles prefiere realizar sus compras en ellos frente al 32% que opta por los comercios de barrio o tiendas tradicionales. En el caso de los castellanoleoneses, la preferencia por los comercios de barrio se encuentra por encima de la media española con un 35%. No obstante, los castellanoleoneses se encuentran muy alineados con la media española en cuanto a preferencias en el lugar preferido para sus compras, que se inclinan fuertemente hacia las grandes cadenas de distribución.

Los aspectos más valorados a la hora de comprar en una tienda son otro de los temas recurrentes en los estudios del Observatorio Cetelem. Antes de la crisis económica el consumidor español no se fijaba tanto en el precio, lo primero era la satisfacción por el producto adquirido y el trato recibido por parte del personal de las tiendas. El precio ocupaba un tercer puesto en el ranking.

El precio

En el caso de las grandes superficies especializadas lo que más valoran los españoles es el precio (63%). En el caso de los castellanoleoneses se encuentran en la misma línea aunque el motivo de que puedan hacer toda la compra en el mismo establecimiento es mucho menor que la media española, exactamente 29 puntos menos.

En el caso de las tiendas tradicionales si coinciden en cuanto al primer motivo, la cercanía, en mucho mayor grado que la media de españoles (66% en el caso de los españoles y 83% en el de Castilla y León). Tras la cercanía, el trato/amabilidad (70%) con también mucha diferencia con respecto a la media nacional y la confianza, en cambio, muy por debajo de la media con tan sólo un 7%, siendo la media nacional 48%.

En cuanto al canal o tipo de establecimiento en el que se realice la compra, esto es, los principales aspectos que le generan confianza a los consumidores, el precio vuelve a aparecer en los primeros

puestos con un 76% de encuestados que afirma tener más confianza en aquellos establecimientos cuyos precios sean ajustados al mercado. El 55% de la media necesita que el personal de la tienda sea amable para tener confianza en una tienda determinada, aspecto más importante para los castellanoleoneses siendo el 65% de estos los que lo mencionan. En cuanto al tercer motivo, para la media española es con un 38% de menciones, el hecho de que la tienda tenga marcas líderes. Sin embargo los castellanoleoneses valoran más la tradición, con un 41%.

Es importante destacar que Internet es cada día más relevante en el proceso de compra al margen de que seas un comprador online o no, ya que el 27% de media declara tener más confianza en aquellas tiendas que también ofrezcan sus productos o servicios en Internet, menor en el caso de los castellanoleoneses con un 22% de menciones.

Nuevas tecnologías

Hoy en día con la ayuda de las nuevas tecnologías los consumidores permanentemente conectados realizan compras “más inteligentes”. En este sentido se ha esta pregunta en la que un 47% de consumidores afirma posponer sus compras importantes durante más tiempo, en el caso de los castellanoleoneses este porcentaje es menor con un 26%, lo cual está relacionado con que la mayoría de los consumidores afirma esperar a las rebajas o a los “días sin IVA” para realizar sus compras importantes, en nuestro caso los castellanoleoneses con un 25% frente al 60% de la media, lo que le permite ahorrar un dinero que puede utilizar para realizar otras compras, permitiéndoles así consumir más.

Otro dato del Observatorio a tener en cuenta es que a pesar de que se siguen realizando esfuerzos por parte de la distribución de cara a mejorar la relación con el cliente, estos no parecen ser suficientes ya que el 46% de los encuestados españoles echa en falta personal cualificado que le pueda asesorar en una tienda. En el caso de Castilla y León parece que este problema es menor, ya que el 23% de consumidores castellanoleoneses dice echar en falta personal cualificado que le pueda asesorar en la tienda. Aunque una ligera mayoría de encuestados opina que la distribución dirige cada vez más la venta hacia masas de consumidores (54% media España y 39% Castilla y León), el 46% de españoles y el 61% de castellanoleoneses, opina que por el contrario los comercios han realizado sus esfuerzos orientando sus negocios hacia una experiencia más personalizada con el cliente.

El comportamiento de los consumidores en relación a las marcas blancas en Castilla y León es parecido al de la media española. La media de españoles que mayoritariamente compra productos de marca blanca es de 45%, en el caso de Castilla y León es de 41%. Los castellanoleoneses, eso sí, compraría más productos de droguería que la media española.

Respecto al mercado de ocasión o de la segunda mano, un 37% de españoles y tan sólo un 19% en el caso de castellanoleoneses, confirma haber adquirido algún producto en el último año.

En la actualidad, las respuestas de los consumidores evidencian el incremento de este mercado que permite adquirir productos seminuevos a un mejor precio, característica indispensable en momentos de presupuestos más reducidos. En el caso de la media española, los productos de segunda mano más adquiridos se encuentran en la categoría de Libros/videojuegos/música con un 36%. En el caso de Castilla y León, este dato se dispara con un 44%. Los castellanoleoneses por su parte destacan en la compra de deporte de segunda mano con un 38%, con más 25 puntos más que la media española.

La financiación es una herramienta más que facilita el consumo entre los ciudadanos. Así un 66%

considera que es una alternativa para adquirir un bien o servicio en España, siendo en el caso de Castilla y León un 64%.

En cuanto a los productos o servicios para los que demandarían principalmente un crédito los consumidores encuestados, nos encontramos en primer lugar a las reformas en el hogar con un 46% de menciones en el caso de la media siendo un 43% en el caso de Castilla y León, seguido por las clínicas dentistas franquicia privadas con un 35% en el caso de los castellanoleoneses, frente al 27% de los españoles.

En cuanto al conocimiento de la posibilidad del uso de las tablets puestas a disposición en las tiendas, los castellanoleoneses están muy por debajo de la media con un 17% vs 25%. Lo mismo ocurre en lo que respecta a la posibilidad de pagar directamente con el Smartphone donde un 53% de castellanoleoneses afirma conocerlo frente al 55% de la media. En lo que respecta al uso de estas nuevas tecnologías, los porcentajes disminuyen con respecto a los observados anteriormente. En el caso de las tablets en las tiendas, los castellanoleoneses las utilizan mucho menos que la media de españoles (6% vs 12%). El pago mediante smartphone es superior a la media con un 17%.

Datos de contacto:

Nota de prensa publicada en:

Categorías: [Finanzas](#) [Viaje](#) [Castilla y León](#) [Turismo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>