

Los ciudadanos de Baleares hicieron turismo y viajaron más que la media de los españoles en el último año

También destacan por comprar más coches de segunda mano y marca blanca

Palma, a 22 de octubre de 2015.-

Los consumidores de baleares destacan por encima de la media española en lo que respecta al consumo de deportes (textil y accesorios), y viajes (67%), frente al 62% de la media nacional. Así se desprende de los datos del Observatorio Cetelem sobre Consumo de España 2015.

Entre los ocho sectores (que ya fueron también analizados el año pasado), los más comprados por los españoles fueron, además de los deportes, los productos electrodomésticos y tecnología (55%), las telecomunicaciones (54%) y los viajes (53%).

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 Baleares, la preferencia por las grandes superficies es superior (72%).

Los aspectos más valorados a la hora de comprar en una tienda son otro de los temas analizados por el 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.

En el caso de las grandes superficies especializadas lo que más valoran los españoles es el precio (63%), pero sin embargo los consumidores de baleares dan más valor a la variedad (63% vs 60% media España). En segundo lugar está el precio (53% vs 63% media España) ,y en tercero la posibilidad de poder hacer toda la compra en la misma tienda (50% vs 60% media España). En el caso de las tiendas tradicionales hay coincidencia en cuanto al primer motivo, la cercanía, siendo eso sí menos valorada por los de baleares que por la media de españoles (62% vs 66%). La confianza (47%) es lo siguiente más valorado por los gimnesienses (55% vs 48% media España) y el trato/amabilidad de los vendedores (50% vs 52% España).

En cuanto a las impresiones sobre el canal o tipo de establecimiento, 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, tanto en lo que respecta a la media de España como a los consumidores de Baleares. El 55% de la media española necesita que el personal de la tienda sea amable para tener confianza en una tienda determinada, siendo el 56% de los gimnesienses 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, siendo un 36% en el caso de Baleares. Destaca que Internet es cada día más importante 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, un 26% en el caso de los habitantes de las Islas Baleares.

Nuevas tecnologías

Existe la percepción generalizada que con la ayuda de las nuevas tecnologías los consumidores permanentemente conectados realizan compras “más inteligentes”. En este sentido hemos realizado esta pregunta en la que un 47% de consumidores españoles afirma posponer sus compras importantes durante más tiempo, porcentaje mucho menor en el caso de Baleares (38%), 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, 60% de la media de españoles frente al 56% de gimnesienses, lo que le permite ahorrar un dinero que puede utilizar para realizar otras compras, permitiéndoles así consumir más.

Aunque una ligera mayoría de encuestados españoles opina que la distribución dirige cada vez más la venta hacia masas de consumidores (54%), en el caso de los consumidores de baleares ocurre lo contrario ya que la mayoría es de la opinión que la distribución ofrece cada vez más una experiencia personalizada hacia el cliente (58% vs 46% de la media de españoles).

El comportamiento de los consumidores en relación a las marcas blancas es diferente si comparamos los datos de la media de España con los de los de baleares, ya que en el caso de la media española la preferencia por los productos de marca de fabricante (55%) es superior a los de marca blanca, ocurriendo lo contrario entre los gimnesienses, donde un 51% de encuestados opta por los productos de marca blanca.

Es interesante señalar que sólo el 1% de españoles y ningún balear, no compraría ningún producto tecnológico, lo cual nos muestra que la marca blanca en este tipo de productos está muy extendida y que los productos funcionan muy bien en el mercado

Segunda Mano

Analizado el mercado de ocasión o de la segunda mano, un 37% de los consultados confirma haber adquirido algún producto en el último año. En el caso de los consumidores de baleares la demanda de productos de segunda mano es superior a la media (45%). Este mercado ha crecido mucho en los últimos años motivado en gran parte por la crisis económica. La compra de vivienda o automóvil estaba muy desarrollada pero en lo que respecta a los bienes de consumo como electro, muebles o tecnología, era mucho menor. En la actualidad, las respuestas de los consumidores muestran 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 (36%) y los electrodomésticos/informática (25%). Los de baleares optan en primer lugar por los mismos productos pero destacando en ambos casos por encima de la media española (40% en libros/videojuegos/música) y 29% en el caso de electro/informática. Además hay que señalar que los gimnesienses destacan muy por encima de la media española en la compra de coches de segunda mano (26% vs 15%) y en muebles/complementos (17% vs 12%).

La financiación es una herramienta más que facilita el consumo entre los ciudadanos. Así un 66% de españoles considera que es una alternativa para adquirir un bien o servicio, siendo el porcentaje de los de baleares ligeramente inferior con un 64% de declaraciones. 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 Baleares, seguido por los electrodomésticos/tecnología con un 28% en ambos casos. Es importante señalar que en el tercer lugar se posiciona el sector dental con un 28% en el caso de la media española y un 26% en el caso de baleares, lo cual va en consonancia con el incremento en la demanda de este tipo de servicios como hemos podido observar en el capítulo de compra por sectores en el que hemos analizado la demanda en clínicas dentales privadas franquiciadas. A destacar el porcentaje de gimnesienses que por encima de la media financiaría sus compras de muebles de cocina (25% vs 19%).

Técnicas de venta

En cuanto al conocimiento de las nuevas técnicas de venta puestas a disposición por la distribución, la posibilidad de pagar directamente con el Smartphone es la más conocida por los consumidores de nuestro país, siendo superior en el caso de los de baleares (69% vs 55%). Lo siguiente son los carteles digitales con un 35% de menciones en ambos casos. En tercer lugar están las tablet en las tiendas donde declaran conocerlo un 25% de media de los españoles frente a un 22% de los de baleares.

Datos de contacto:

Nota de prensa publicada en:

Categorías: [Finanzas](#) [Viaje](#) [Baleares](#) [Turismo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>