

Los consumidores de las Islas Canarias compran más productos de segunda mano que la media nacional

Reconocen más las marcas líderes, y les gusta comprar en las grandes superficies, por delante de la media española

Las Palmas, a 27 de octubre de 2015.- Los consumidores de las Islas Canarias compran más productos de segunda mano, por encima de la media nacional. Un 42% de los ciudadanos canarios encuestados asegura haber adquirido algún producto de estas características en los últimos 12 meses, frente a un 37% de consumidores españoles. Esta es una de las conclusiones del Observatorio Cetelem Consumo 2015.

Los datos reflejan que 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% frente al 44% de canarios). Los consumidores de las Islas Canarias también destacan frente a la media española en la compra de electrodomésticos/tecnología de segunda mano, donde un 32% afirma haber adquirido algún producto de este tipo en el último año frente al 25% de la media española. También en lo que respecta a la compra de dispositivos móviles, un 18% de canarios frente al 14% de media española adquirió algún dispositivo móvil de segunda mano en el último año.

Entre los ocho sectores analizados en España, los más comprados fueron los productos de deportes (62%), seguidos los productos electrodomésticos y tecnología (55%), las telecomunicaciones (54%) y los viajes (53%). Los canarios por su parte destacan por encima de la media española en lo que respecta a sus productos más comprados, que son los productos deportivos (64% vs 62%) y de electro/productos informáticos (58% vs 55%).

Otra tendencia de compra en los que los ciudadanos de las Islas Canarias destacan por encima de la media española son en Muebles, complementos y descanso (33% vs 28%), en temas relacionados con la salud como los servicios dentales y de óptica (30% vs 27%) en ambos casos, y también en lo que respecta a las reformas del hogar (25% vs 20%).

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 canarios, la preferencia por las grandes superficies va más allá, siendo un 71% de ellos los que prefiere este canal

frente a las tiendas tradicionales.

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

En el caso de las grandes superficies especializadas lo que más valoran los españoles es el precio (63%), siendo el porcentaje muy superior en el caso de los canarios (72%). Lo siguiente más valorado por la media española es la variedad y la posibilidad de realizar la compra en el mismo establecimiento con un 60% de menciones, siendo superiores en el caso de los canarios (61% y 67% respectivamente).

En el caso de las tiendas tradicionales los dos aspectos más valorados por la media española son la cercanía y el trato/amabilidad, coincidentes con los motivos mencionados en primer lugar por los canarios pero siendo los porcentajes de estos últimos más elevados. Cercanía (66% España vs 73% Canarias). Trato/amabilidad (52% España vs 56% Canarias).

Analizando el canal o tipo de establecimiento en el que se realice la compra, el estudio define 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, prácticamente igual que los canarios (75%). El 55% de la media necesita que el personal de la tienda sea amable para tener confianza en una tienda determinada, siendo el 51% de los canarios 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. Los canarios destacan muy por encima de la media en este sentido con un 48% de menciones.

Es significativo señalar 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, ligeramente por debajo los canarios con un 26%. Pero no sólo eso sino que además para un 23% de españoles es importante que las opiniones de la tienda en foros, blogs o redes sociales sean positivas, alcanzando el 31% en el caso de Canarias, aspecto a destacar.

Si la crisis ha tenido algo "bueno" es que nos ha convertido en consumidores mucho más "expertos". Hoy en día 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 afirma posponer sus compras importantes durante más tiempo, (38% en el caso de los canarios) 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, destacando los canarios con un 62% frente al 60% de la media, lo que le permite ahorrar un dinero que puede utilizar para realizar otras compras, permitiéndoles así consumir más.

Respecto al asesoramiento en tienda por parte de los vendedores, y a pesar de que se siguen realizando esfuerzos por parte de la distribución, 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 Canarias parece que este problema es menor, ya que sólo el 38% de consumidores canarios 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%). En el caso de los canarios la opinión es opuesta, ya que la mayoría de los consumidores canarios encuestados opinan que los comercios han realizado sus esfuerzos orientando sus negocios hacia una experiencia más personalizada con el cliente (51% vs 46% España)

El comportamiento de los consumidores en relación a las marcas blancas es similar si comparamos los datos de la media de España con los de los consumidores canarios. Un 45% y un 42% respectivamente confirma que la mayoría de productos que compra son de marca blanca.

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, porcentaje superior en el caso de los canarios que alcanza el 74%.

En cuanto a los productos o servicios para los que demandarían principalmente un crédito los consumidores encuestados, nos encontramos en el caso de la media española en primer lugar a las reformas en el hogar con un 46% de menciones siendo superior en el caso de Canarias donde alcanza el 53%, seguido por los electrodomésticos/tecnología con un 28% en el caso de la media española, siendo también superior en Canarias (49%).

Es importante señalar que los canarios destacan por encima de la media española en todas las menciones de posible solicitud de financiación para todos los productos mencionados excepto deportes.

Finalmente, en cuanto al conocimiento de la posibilidad del uso de las tablet puestas a disposición en las tiendas, los canarios destacan por encima de la media con un 26% vs 25%. Lo mismo ocurre en lo que respecta a la posibilidad de pagar directamente con el Smartphone donde un 56% de canarios 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 tablet en las tiendas, los canarios las utilizan más que la media de españoles (14% vs 12%). El pago mediante smartphone es también superior a la media (17% vs 14%).

Datos de contacto:

Nota de prensa publicada en:

Categorías: [Finanzas Canarias](#)

<https://www.notasdeprensa.es>