

Los consumidores gallegos hacen más compras en temporada de rebajas que la media nacional

Prefieren la marca blanca que el producto de fabricante, también por encima del resto de los españoles

Santiago, a 27 de octubre de 2015.- Los consumidores de Galicia tiene una mayor tendencia a hacer sus compras en temporada de rebajas, además de valorar más la marca blanca que el producto del fabricante, por encima de la media de los españoles. Así lo reflejan algunos de los datos más significativos del Observatorio Cetelem sobre Consumo 2015.

Si la crisis ha tenido algo “bueno” es que nos ha convertido en consumidores mucho más expertos pero también más racionales y más “inteligentes”. En base a este argumento, el observatorio Cetelem ha realizado esta pregunta en la que un 47% de consumidores afirma posponer sus compras importantes durante más tiempo, (49% en el caso de los gallegos), 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 gallegos con un 69% frente al 60% de la media.

En la encuesta también se valora el asesoramiento en tienda por parte de los vendedores. 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 Galicia parece que este problema es menor, ya que sólo el 42% de consumidores gallegos 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 61% Galicia), el 46% de españoles y el 40% de gallegos, opina que por el contrario los comercios han realizado sus esfuerzos orientando sus negocios hacia una experiencia más personalizada con el cliente.

El Observatorio Cetelem también analiza los productos más comprados, tanto desde la perspectiva nacional, como el caso específico de Galicia. Entre los diez sectores contrastados, los más comprados fueron los productos de deportes (62%), seguidos los productos electrodomésticos y tecnología (55%), las telecomunicaciones (54%) y los viajes (53%). Los gallegos destacan por encima de la media en las compras de dispositivos móviles (58%vs 54% de la media española) y en la de muebles y complementos (35% vs 28% media).

Las grandes cadenas de distribución o grandes superficies tienen la mayor cuota de mercado en la mayoría de sectores analizado. 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 consumidores gallegos, la preferencia por las grandes superficies es inferior, siendo un 63% 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

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 .

En el caso de las grandes superficies especializadas lo que más valoran los españoles es el precio (63%), siendo más importante para los gallegos que alcanzan un 67% de respuestas. El segundo motivo para la media española es la variedad con un 60%, siendo igualmente más mencionado por los gallegos con un 65%.

En el caso de las tiendas tradicionales si coinciden en cuanto al primer motivo, la cercanía, siendo eso sí más valorada por los gallegos que por la media de españoles (73% vs 66%).

El precio

Respecto al canal o tipo de establecimiento en el que se realice la compra, 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, un 79% en el caso de los consumidores gallegos.

El 55% de la media necesita que el personal de la tienda sea amable para tener confianza en una tienda determinada, alcanzando el 62 % de los gallegos 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 gallegos valoran más el que lleve mucho años/tradición (38%).

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, (22% en el caso de los gallegos). 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, un 22% en el caso de Galicia.

El comportamiento de los consumidores en relación a las marcas blancas es diferente si comparamos los datos de la media de España con la de los ciudadanos de Galicia. Un 45% de media de españoles confirma que la mayoría de productos que compra son de marca blanca, alcanzando el 51% en el caso de Galicia.

En cuanto al mercado de ocasión o de la segunda mano, un 37% de españoles y un 40% en el caso de gallegos, asegura haber adquirido algún producto en el último año. 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 41% de gallegos). Los gallegos por su parte destacan en la compra de coches de ocasión (22% vs 15% media de España) y en la de textil y accesorios de deportes (16% vs 13% media).

Financiación

La financiación es una herramienta fundamental que facilita el consumo entre los ciudadanos. Así un 66% de media de españoles considera que es una alternativa para adquirir un bien o servicio, siendo un 65% en el caso de Galicia.

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, alcanzando un 53% en el caso de Galicia, seguido por los electrodomésticos/tecnología con un 28% de media España y un 26% de consumidores gallegos.

Es importante señalar que en el tercer lugar se posiciona el sector dental con un 28% en el caso de la media y un 26% en el caso de gallegos, lo cual va en consonancia con el incremento en la demanda de este tipo de servicios.

Finalmente, en lo relativo al conocimiento de la posibilidad del uso de las tablet puestas a disposición en las tiendas, los gallegos destacan por encima de la media con un 28% vs 25%. Lo mismo ocurre en lo que respecta a la posibilidad de pagar directamente con el Smartphone donde un 56% de gallegos 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 gallegos las utilizan menos que la media de españoles (7% vs 12%). El pago mediante smartphone es también inferior a la media (10% vs 15%).

Datos de contacto:

Nota de prensa publicada en:

Categorías: [Finanzas Galicia](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>