vinetur

Los consumidores españoles prefieren la tienda física como principal canal de compra

viernes 4 de febrero de 2022



Los consumidores españoles prefieren la tienda física como principal canal de compra de productos de gran consumo. De ellos, un 71% señala el supermercado físico como su lugar favorito para comprar alimentos y artículos para el hogar frente a otro tipo de tiendas, webs de marcas e, incluso, Amazon.

Lo confirma el último estudio de Valassis, especializada en tecnología aplicada al marketing, que gestiona promociones para productos de gran consumo en el mercado europeo desde hace más de 40 años y es pionera en España en el canje de cupones móviles.

Aunque la compra online ha crecido en España más que otros países europeos como Italia y Alemania, la tienda física sigue dominando en las preferencias de los españoles a la hora de comprar productos de gran consumo.

Dominio de los supermercados online y offline

Según datos del estudio, el 80% de los encuestados españoles afirma utilizar el supermercado, físico u online, como principal canal de compras para "productos de gran consumo", es decir, aquellos artículos para el hogar como alimentos, productos de limpieza, belleza y cuidado personal, productos para mascotas y artículos de parafarmacia.

En lo referente al canal offline, y por tipo de tienda, cabe destacar que el 71% de los consumidores encuestados señala el supermercado físico como su canal de compra preferido por delante de tiendas independientes, tiendas especializadas, droguerías, perfumerías y mercados de abastos. Además, el 56% de los encuestados en España que dicen haber comprado productos de gran consumo "online" lo hicieron en supermercados online, frente al 31% que compraron esos productos en Amazon.

Crecimiento del canal online

La compra online de productos de gran consumo se está convirtiendo en un canal importante en España. Un 73% afirma que ha realizado alguna vez alguna compra online. Casi un tercio de ellos (31%) usaron Amazon como canal principal, el dato más alto de todos los países que participaron en el estudio que se realizó sobre más de 4.000 consumidores de cuatro mercados europeos: Alemania, España, Italia y Reino Unido. No obstante, el 99% de los encuestados aseguró seguir comprando en tiendas físicas.

Comportamiento de compra por generaciones

El dominio de la tienda física es consistente en todas las generaciones: un 86% de la Generación Z y un 87% de los llamados boomers prefieren comprar en este canal. Todas las generaciones están de acuerdo en que el entorno de la tienda física es donde es más probable que "encuentren nuevos productos", "compren algo nuevo por primera vez" y "cambien de marca".

A este respecto, Iván Gómez Fernández-Quintanilla, Country Manager de Valassis en España asegura que, aunque los consumidores españoles utilizan el canal online más que en otros países europeos, la tienda física sigue dominando y la mayoría utiliza ambos canales. "La mayor parte de los consumidores compra en la tienda y ahí es donde se cambia de marca. Por ello, las promociones en la tienda siguen siendo esenciales para conseguir prueba de producto y ganar cuota de marca tanto para fabricantes como para marcas de la distribución". En este sentido Gómez Fernández-Quintanilla recomienda que "promociones y actividades de marketing de marcas y fabricantes impulsen ambos canales".