

Los catalanes se muestran dispuestos a dar sus datos a cambio de descuentos, según un estudio de Mediapost

Más del 31% de los habitantes de Cataluña se fía del uso que hacen las empresas de su información personal y argumenta que nunca ha tenido ningún problema. Un 15% de los catalanes desconoce las ventajas de los clubs de fidelización, mientras que un 55% valora la obtención de descuentos interesantes en las siguientes compras como el beneficio principal de los mismos

Los catalanes son menos celosos de su privacidad que el resto de españoles a la hora de ceder datos personales a las marcas para conseguir algún descuento en las compras que el resto de los españoles.

Es una de las conclusiones del I Estudio de Marketing Relacional elaborado por Mediapost en colaboración con la Asociación de Marketing de España y que se ha presentado este jueves en Barcelona. Según este informe, cerca de la mitad de los encuestados en esta comunidad autónoma, en concreto un 40,2%, afirma que está a favor de ofrecer sus datos personales siempre que no sean sensibles y les beneficie en algo, por ejemplo, recibiendo comunicaciones o promociones personalizadas. Este porcentaje está notablemente por encima de la media española, que se sitúa en el 33,6%.

También hay un 14% de catalanes a los que les gusta recibir comunicaciones que sean especiales para ellos y según sus gustos, y un 13% que daría sus datos si es para participar en algún concurso o recibir descuentos.

Por el contrario, hay un 33% de habitantes de Cataluña (la media nacional está en un 35,3%) que no está dispuesto a ofrecer sus datos de contacto a las empresas, sea para el motivo que sea.

Entre las conclusiones de este informe sobre marketing relacional realizado por Mediapost para profundizar en las distintas formas de comunicación que las marcas establecen con sus clientes y que ofrece datos tanto a nivel nacional como regional, también destaca la relativa a la confianza que los consumidores tienen en el uso que hacen las empresas de sus datos.

Y es que los catalanes también han demostrado ser más confiados a la hora de dar información personal. No en vano, un 31,1% de los encuestados afirma tener confianza en cómo las marcas o puntos de venta (online o físicos) gestionan sus datos porque nunca ha tenido ningún problema en este aspecto.

Además, un 23,1% argumenta esta confianza asegurando que todo lo que recibe es porque ha dado

su consentimiento y ha sido elección propia, y un 10% explica que todo lo que recibe le parece interesante y adecuado a sus gustos.

Pese a ello, algo más de un tercio de los catalanes encuestados (36%, frente al 42,6% de media española) no termina de fiarse del uso que hacen las empresas de los datos personales, al desconocer la finalidad de este tratamiento.

Clubs de fidelización: menos conocidos por los catalanes

El I Estudio sobre Marketing Relacional también pone el foco en las ventajas que ofrecen los clubs de fidelización como herramienta fundamental para las marcas a la hora de mantener relaciones duraderas con los consumidores.

En este apartado, las estadísticas catalanas bajan ligeramente con respecto a los resultados obtenidos a nivel nacional y, mientras que en España solo un 11% de los encuestados desconocen las ventajas de estos clubs, en Cataluña esta cifra sube al 15,2%.

En cuanto a los beneficios mejor valorados por los catalanes que sí conocen estos clubs se encuentran la obtención de descuentos interesantes para siguientes compras (55%), seguida de las ventajas sobre otros consumidores en precio (18,2%) y la facilidad a la hora de conseguir regalos atractivos (11,6%).

El chat para comunicarse con las tiendas online

En cuanto a la forma en la que los consumidores se comunican con las marcas, el estudio de Mediapost concluye que, en Cataluña, al igual que ocurre en casi el resto de España, el medio preferido de los encuestados es el chat online.

Así, un 42,7% de los catalanes elige este canal para ponerse en contacto con la tienda online en caso de dudas, preguntas o reclamaciones. El segundo canal preferido por los habitantes de esta CCAA es el email (32,3%), seguido del teléfono (14,6%) y de la atención física y personal (10,3%).

Datos de contacto:

Redacción
914115868

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Marketing Cataluña](#) [Gran consumo y distribución](#)

NotasdePrensa

<http://www.notasdeprensa.es>