Los madrileños compran menos productos de marca blanca que la media española

Les gusta acudir más a las grandes superficies que en la tienda tradicional

Madrid, a 22 de octubre de 2015.- Los madrileños tienen más tendencia a comprar productos de fabricante, frente a los conocidos como marca blanca; según el Observatorio Cetelem Consumo 2015, un 38% de los encuestados reconoce esta afinidad por el sello del fabricante, frente al 45% (media nacional), que apuesta por la marca blanca. Este es una de las conclusiones del Observatorio Cetelem Consumo 2015.

Los madrileños, por otra parte, han sido más viajeros, y han hecho más turismo que el resto de la media de los españoles, en los últimos doce meses. Entre los ocho sectores analizados desde la perspectiva nacional, los más comprados fueron los productos de deportes (62%), seguidos los productos electrodomésticos y tecnología (55%), las telecomunicaciones (54%) y los viajes (53%). En el caso de los madrileños, el primer puesto del ranking es para los productos deportivos (64%) seguido de los viajes; en concreto, un 59% de madrileños que adquirieron un viaje en el último año frente al 55% de la media nacional. Los electrodomésticos/tecnología y las telecomunicaciones ocupan el 3º y 4º puesto (54% y 53% respectivamente), ligeramente por debajo de la media.

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 madrileños, la preferencia por las grandes superficies va más allá, siendo un 70% 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 analizados en el estudio del Observatorio Cetelem. En el caso de las grandes superficies especializadas lo que más valoran los españoles es el precio (63%), pero sin embargo los madrileños dan más valor a la variedad de productos (62% vs 60% de la media). En segundo lugar para los madrileños está el precio y el poder realizar toda la compra en el mismo establecimiento (60%)

Respecto a los principales aspectos que 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, siendo superior el porcentaje de madrileños que lo declara (78%). El 55% de la media necesita que el personal de la tienda sea amable para tener confianza en una tienda determinada, siendo el 53% de los madrileños los que lo mencionan.

Internet, y en general las nuevas tecnologías, son cada día más importantes en el proceso de compra de los españoles al margen de que seas un comprador online o no, ya que el 27% de media y el 26% de madrileños declara tener más confianza en aquellas tiendas que también ofrezcan sus productos o

servicios en Internet. Pero no sólo eso sino que además para un 23% de españoles y madrileños es importante que las opiniones de la tienda en foros, blogs o redes sociales sean positivas.

Con la ayuda de las nuevas tecnologías los consumidores permanentemente conectados realizan compras “más inteligentes”. En este sentido se ha realizado esta pregunta en la que un 47% de consumidores afirma posponer sus compras importantes durante más tiempo, (44% en el caso de los madrileños) 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, el 60% de la media y el 55% en el caso de los consumidores de Madrid.

El asesoramiento en tienda también es analizado por el Observatorio Cetelem de Consumo 2015. 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 Madrid es ligeramente inferior con el 44% de consumidores madrileños que dice echar en falta personal cualificado que le pueda asesorar en la tienda. 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 madrileños en concreto el porcentaje se eleva hasta el 61%. También es importante señalar a aquellos que, por el contrario, opinan que la distribución está haciendo avances y mejoras y cada vez ofrecen una experiencia más personalizada, siendo el 46% de la media frente a sólo el 39% de madrileños.

Mercado de ocasión

En cuanto al mercado de ocasión o de la segunda mano, un 37% de españoles y un 31% en el caso de madrileños, confirma haber adquirido algún producto en el último año. En el caso de la media española, los productos de segunda mano más adquiridos se encuentran en la categoría de Libros/videojuegos/música (36%), siendo muy superior el de madrileños que destacan con un 41% de declaraciones. Los madrileños destacan también en la compra de electrodomésticos/tecnología de segunda mano, donde un 30% afirma haber adquirido algún producto de este tipo en el último año frente al 25% de la media española.

Financiación

La financiación es una herramienta más que facilita el consumo entre los ciudadanos. Así un 66% de media y un 65% en el caso de los madrileños considera que es una alternativa para adquirir un bien o servicio, tanto en el caso de la media española como de andaluces. 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 38% en el caso de Madrid, seguido por los electrodomésticos/tecnología con un 28% de media, y un 31% en el caso de las compras declaradas por los madrileños. Es importante señalar que en el tercer lugar se posiciona el sector dental con un 28% en el caso de la media y un 23% en el caso de madrileños. A destacar el elevado porcentaje de madrileños respecto a la media española (14% vs 10%) que solicitaría financiación para la adquisición de dispositivos móviles.

En cuanto al conocimiento de la posibilidad del uso de las tablet puestas a disposición en las tiendas, los madrileños destacan por encima de la media con un 27% vs 25%. Lo mismo ocurre en lo que respecta a la posibilidad de pagar directamente con el Smartphone donde un 57% de madrileños afirma conocerlo frente al 55% de la media.

Datos de contacto:

Nota de prensa publicada en:

Categorías: [Finanzas Madrid](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>