

el Observatorio Cetelem 2014

Mensual |

Las compras de los
españoles en San
Valentín

www.elObservatorioCetelem.es
www.PrensaCetelem.es
En **Twitter**: @Obs_Cetelem_ES



INTRODUCCIÓN

Cetelem presenta en 2014 una edición especial de **El Observatorio** sobre las compras de los españoles con motivo de la celebración del día de San Valentín.

Los datos analizados y las reflexiones mostradas en esta edición de El Observatorio Cetelem, se han obtenido a partir de la realización de una encuesta online realizada por la empresa Investmarket:

Metodología online (CAWI)

- Universo: Población mayor de 18 años
- Ámbito: Nacional
- Tamaño de muestra: 500 encuestas
- Error Muestral: $\pm 4,47\%$ para datos globales

Esperamos que el contenido sea de su agrado y la información pueda serle de utilidad.

Un cordial saludo,

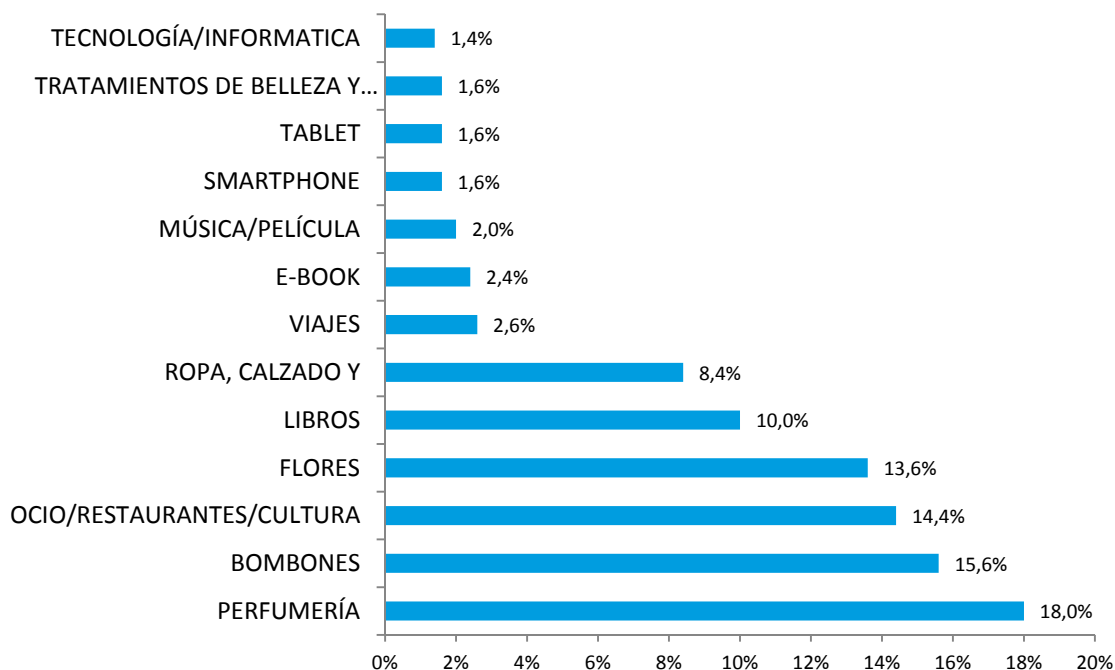
El Observatorio Cetelem

www.elobservatoriocetelem.es

www.prensacetelem.es

[@Obs_Cetelem_ES](https://twitter.com/Obs_Cetelem_ES)

Entre los siguientes productos y servicios ¿Cuáles ha adquirido como regalo del Día de San Valentín?
(En % respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Cetelem-Investmarket

En esta ocasión y con motivo del día de San Valentín, los españoles han dejado a un lado la tecnología y han vuelto a comprar regalos más tradicionales en estas fechas, como son los perfumes (18%) o los bombones (15,6%).

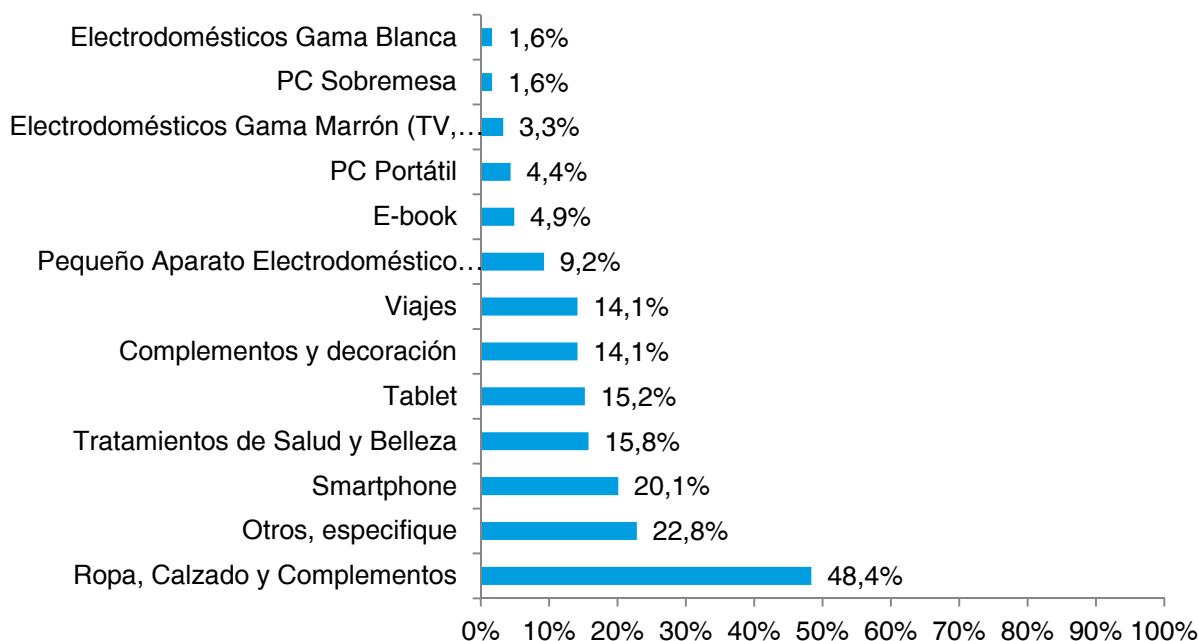
No podemos olvidar otro “clásico” como son las flores, las cuales han adquirido un 13,6% de los encuestados.

Las ofertas de ocio y cultura, y salir a cenar con la pareja, ocupan un tercer puesto en el ranking, con un 14,4%.

Un 10% ha regalado un libro y un 8,4% se ha decantado por la ropa y los complementos.

Por primera vez desde que Cetelem comenzó a realizar su Observatorio mensual, encontramos en los últimos puestos a productos tecnológicos como pueden ser los smartphones o las tablets, pero recordemos que han sido productos muy adquiridos en los últimos meses sobre todo de cara a las compras navideñas, y en esta ocasión los españoles han optado por regalos más tradicionales entre otras por contar con un presupuesto más reducido como veremos más adelante

¿Qué tipo de producto o servicio ha adquirido online estas navidades?
 (En % respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Cetelem-Investmarket

Los productos que han liderado las compras navideñas en el canal online coinciden con las intenciones de compra que mostrábamos en la edición especial de el Observatorio del mes pasado.

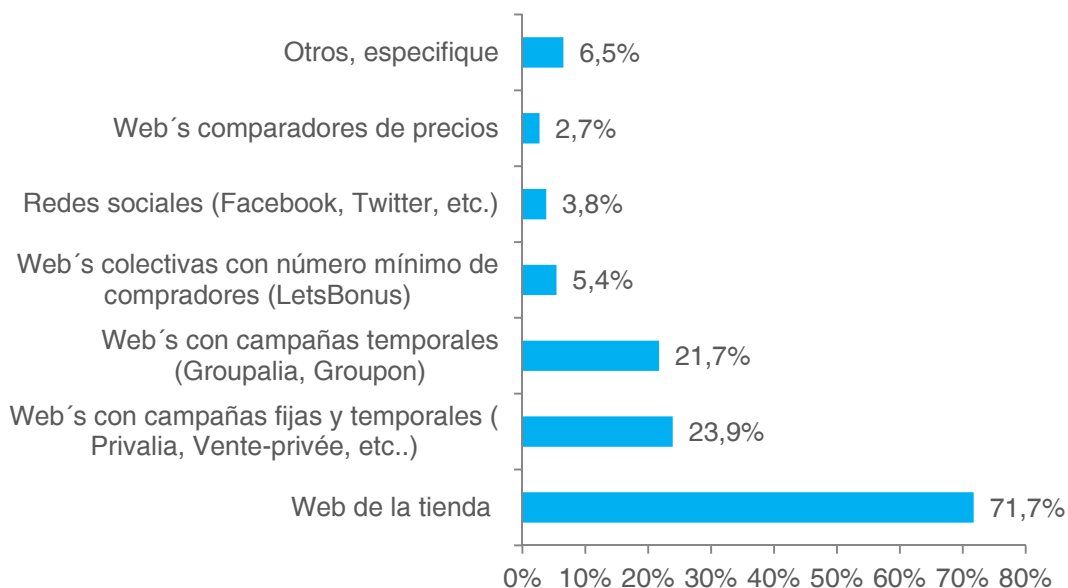
Ropa, calzado y complementos (48,4%) junto con los Smartphones (20,1%) han sido los productos más adquiridos estas navidades.

Un porcentaje bastante elevado de los encuestados ha respondido la categoría de "otros", en concreto un 22,8%, entre los que podemos destacar productos como juguetes, libros o videojuegos.

Las ofertas de tratamientos de salud y belleza ofrecidos en las páginas web de compra colectiva han tenido también un porcentaje notable de compradores, casi un 16% de los encuestados ha adquirido alguno de estos servicios.

En la mitad del ranking nos encontramos productos como las tablets, los complementos y decoración y los viajes.

¿Qué tipo de producto o servicio ha adquirido online estas navidades?
(En % respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Cetelem-Investmarket

La gran oferta de promociones online ha contribuido a completar la experiencia online del consumidor, que se beneficia de una mayor variedad en la oferta, así como ventajas en el precio de compra cualquiera que sea el producto o servicio que quiera adquirir.

En lo que respecta al tipo de página web donde el consumidor puede realizar sus compras, las de las propias tiendas han sido las grandes beneficiadas estas navidades.

Según las respuestas obtenidas en la encuesta realizada, un 72% adquirió sus productos en las webs de las propias tiendas o marcas.

Por otro lado hay que señalar la importancia adquirida por las webs con campañas fijas o temporales (como por ejemplo Provalia, Groupon, etc...) las cuales agrupan más de un 45% de declaraciones de compra.

Los desarrollos y evolución de las empresas de distintos sectores en materia online, están teniendo sus frutos, atrayendo a clientes online que hace años no hubieran utilizado este canal.

el Observatorio Cetelem 2014

Mensual |

www.elObservatorioCetelem.es
www.PrensaCetelem.es
En **Twitter**: @Obs_Cetelem_ES

