## 

## **Los españoles, más infieles que nunca a las marcas en un contexto de inflación**

**Barcelona, 11 de abril de 2024 -** Tras meses de escalada inflacionista y con el poder adquisitivo de los consumidores en el punto de mira, [ShopFully](https://shopfully.com/es/), el líder europeo del Drive to Store y propietario de las plataformas de ofertas digitales Tiendeo y Ofertia, ha querido tomar el pulso a las preferencias de compra de los españoles. El estudio “The State of Shopping 2024” realizado a más de 11.000 consumidores europeos, incluyendo 1.000 españoles, revela, entre otras cosas, que las marcas deben estar alerta porque los consumidores les son cada vez más infieles.

**Adiós a la fidelidad ciega: los españoles buscan el mejor precio**

La lealtad a las marcas es cosa del pasado: solo el 13% de los españoles se mantiene fiel a sus marcas favoritas. El consumidor español actual es pragmático y busca el mejor precio en cada compra. De hecho, el precio es el principal factor que impulsa la infidelidad, con un 60% de los españoles dispuestos a probar una nueva marca si esta ofrece un descuento atractivo.

Más de la mitad (52%) reconoce que el precio es un factor determinante a la hora de elegir una marca u otra, pero no es el único que determina la decisión de compra. De hecho, los consumidores españoles declaran que la calidad del producto es la característica más importante a la hora de escoger una marca (68%), además de la experiencia pasada (35%).

**España, fan número 1 de las tiendas físicas**

A pesar del auge del comercio electrónico, el 92% de los españoles sigue prefiriendo las tiendas físicas para realizar sus compras. Austria (17%) y Francia (13%) destacan como los países más inclinados a las compras exclusivamente por internet. Los españoles, en cambio, dan mucha importancia a tocar y probar los productos antes de comprarlos, con un 61% de los consumidores que elige las tiendas físicas por esta razón. Las ofertas en tienda (51%) y la satisfacción de llevarse el producto al instante (29%) también son otros de los motivos clave.

**Consumidores en búsqueda de promociones a lo largo del año**

Las promociones son irresistibles para los españoles. De hecho, el 96% las considera un factor importante en sus decisiones de compra, y el 53% busca ofertas durante todo el año, no solo en eventos como Black Friday o Cyber Monday.

Este año, a pesar de la inflación, el 51% de los españoles se muestra optimista y cree que su poder adquisitivo mejorará en comparación con el anterior. Sin embargo, esta perspectiva no significa que las promociones vayan a perder importancia. De hecho, los consumidores seguirán buscando activamente ofertas y descuentos, ya que se han convertido en una parte integral de su proceso de compra. Además, el estudio de ShopFully revela que los segmentos en los que los españoles recortarán menos sus gastos son farmacia, productos de droguería y alimentos, áreas donde las promociones son especialmente relevantes.

**La sostenibilidad gana terreno**

La sostenibilidad se convierte en un factor cada vez más importante para los consumidores. De hecho, un 49% de los españoles estaría dispuesto a pagar más por productos sostenibles o éticamente producidos, una tendencia que va en aumento.

En resumen, el consumidor español de 2024 es infiel a las marcas, amante de las tiendas físicas, receptivo a la personalización y ávido de ofertas. Las marcas que quieran conquistar su corazón deberán ofrecer precios competitivos, experiencias de compra atractivas en tienda y productos que correspondan a los valores del consumidor.

**Metodología:**

ShopFully ha realizado el estudio 'The State of Shopping 2024', recopilando datos de una muestra representativa de población europea (España, Austria, Bulgaria, Alemania, Francia, Hungría, Italia y Rumania) mayor de 18 años (n = 10.985). La encuesta se realizó durante el período de enero y febrero de 2024.

**Acerca de ShopFully**

ShopFully es el líder europeo en tecnología "Drive to Store" con la misión de reinventar las compras locales. Con cuatro marketplaces (Tiendeo, DoveConviene, PromoQui y VolantinoFacile) y su propia plataforma de marketing hiperlocal basada en inteligencia artificial, ShopFully permite a minoristas y marcas comunicar sus ofertas y promociones a millones de compradores en todo el mundo con el objetivo de atraer más clientes a sus tiendas. En 2023, ShopFully se unió a MEDIA Central Group para convertirse en la plataforma líder en marketing "Drive to Store" en Europa para los principales minoristas y marcas. Visita [www.shopfully.com](http://www.shopfully.com) para saber más.