

La inflación eleva el interés de los consumidores españoles por los programas de fidelización

- El 66% de usuarios que los usan afirman estar más interesados en este tipo de planes debido a la inestabilidad económica actual.
- Un 57% de los compradores busca nuevas formas de ahorrar dinero ante el impacto generado por la situación económica.



Barcelona, 7 de febrero de 2023. Según un estudio realizado por [Capterra](#) a finales de 2022, la crisis y el aumento de precios ha afectado significativamente los hábitos de consumo de los españoles. El 58% de los consumidores encuestados afirmaron haber experimentado los efectos negativos de la inflación hasta el punto de cambiar sus hábitos de consumo, mientras que solo el 3% indicó no haber sufrido los impactos.

Como resultado, la inflación impulsa el interés de los españoles por los programas de fidelización. La encuesta de Capterra recoge que más de 7 de cada 10 españoles utilizan esta clase de planes. Es más, el 66% de consumidores que los usan afirman estar más interesados en ellos debido a la inestabilidad económica actual.

En este sentido, un 57% de los compradores buscaron nuevas formas de ahorrar dinero debido a la inflación, mientras que un 39% siempre trató de hacerlo más allá de la situación económica actual.

Descuentos, palabra clave en el escenario económico

Asimismo, un 69% de los consumidores españoles que usan programas de fidelización declaran que el principal beneficio que obtienen de ellos son los descuentos frecuentes. Esta estrategia de fidelización resulta ser altamente efectiva tanto para los consumidores como para los negocios. Al ayudar al cliente a ahorrar dinero, también se fomenta la lealtad y se motiva a los consumidores a continuar haciendo compras con la perspectiva de conseguir más descuentos.



¿Ha utilizado alguna vez programas de fidelización?



¿Está más interesado en los programas de fidelización ahora que antes a causa de la inflación actual?



Fuente: Estudio sobre tendencias de fidelización de los consumidores y programas de fidelización en España 2022.

Pregunta 1: ¿Ha utilizado alguna vez programas de fidelización?

n: 1010.

Pregunta 2: ¿Está más interesado en los programas de fidelización ahora que antes a causa de la inflación actual?

n: 718.

Nota de la pregunta 2: Solo respondieron a esta pregunta aquellos encuestados que respondieron "Sí, actualmente utilizo programas de fidelización" en la Pregunta 1.

Por otro lado, el estudio revela que el 39% de los españoles que actualmente utilizan programas de fidelización han abandonado alguna vez su uso. Capterra preguntó a los usuarios por las razones detrás de su abandono. Los tres motivos más comunes son: tener que gastar demasiado para obtener premios (55%), las recompensas suelen ser inútiles (52%) y recibir demasiado correo electrónico no deseado (27%). Estos resultados sugieren que para tener éxito en los programas de fidelización, las marcas deben centrarse en la personalización y conocimiento del cliente.

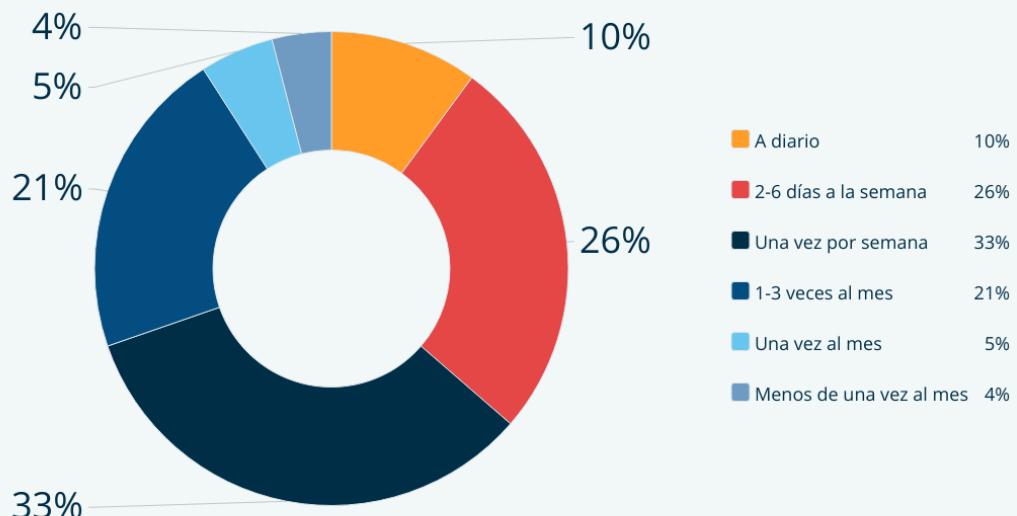
Los programas de puntos triunfan entre los consumidores

Las empresas emplean estrategias variadas de lealtad para incrementar sus ventas. Una de las técnicas más populares es el sistema de puntos, que funciona de manera sencilla: cuanto más compre un cliente, más puntos obtendrá, los cuales pueden ser canjeados por recompensas.

El estudio de Capterra revela que el 70% de los españoles inscritos en un programa de lealtad usan programas basados en puntos. El segundo tipo más utilizado (45%) ofrece reembolso de dinero, en el que el cliente recupera un importe al gastar con la marca o minorista. El tercer programa más utilizado en España es el de tarifa, usado por el 39% de los usuarios, en el que los miembros pagan por adelantado para obtener descuentos que pueden utilizar en cualquier momento, por ejemplo, una cuota anual fija para recibir envíos gratis todo el año.

Sobre la frecuencia de utilización de los programas de fidelización, ¿cuál es la tendencia entre los usuarios españoles?

¿Con qué frecuencia utilizan los españoles sus programas de fidelización?



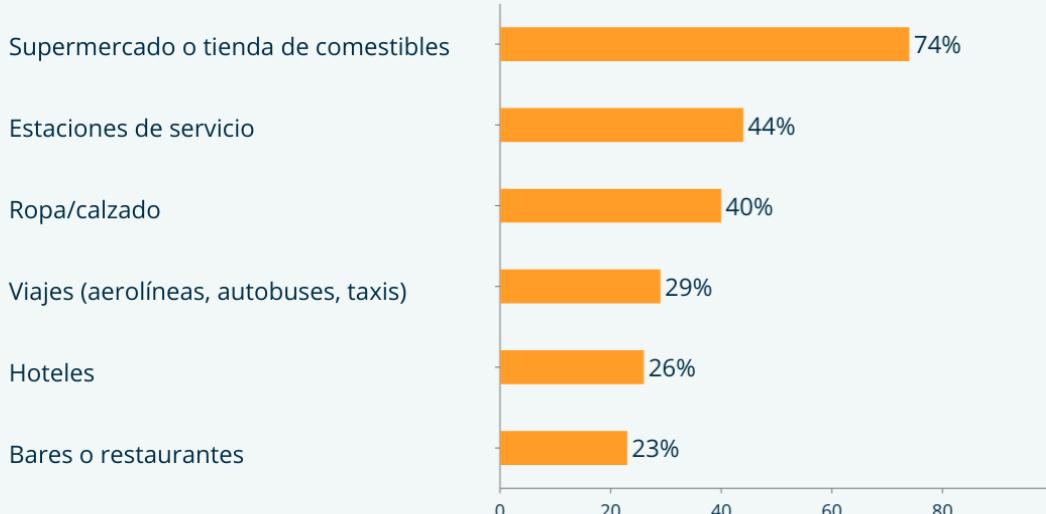
Fuente: Estudio sobre tendencias de fidelización de los consumidores y programas de fidelización en España 2022.
 Pregunta: ¿Con qué frecuencia utiliza sus programas de fidelización (desde la obtención de puntos o el uso de su cuenta premium hasta la obtención de recompensas)?
 n: 718.

Nota: debido al redondeo de porcentajes, la suma de ellos puede ser mayor o menor a 100.

En cuanto a la cantidad de programas de lealtad a los que los españoles están suscritos, más del 60% de los usuarios de estos programas declaran usar entre 2 y 4. Mientras tanto, un 17% está suscrito a 5-7 programas, un 3% a 8-10 y solo un 2% a más de 10.

Con respecto a la tipología por sectores, los clientes tratan de ahorrar dinero en supermercados y tiendas de comestibles a través de promociones y descuentos. El estudio lo confirma: el 74% de los usuarios españoles de programas de fidelización los utilizan en supermercados. Las estaciones de servicio son el segundo sector donde más los usan.

Los sectores en los que más se utilizan los programas de fidelización en España



Fuente: Estudio sobre tendencias de fidelización de los consumidores y programas de fidelización en España 2022.
 Pregunta: ¿En cuál de los siguientes sectores está utilizando un programa de fidelización? (Seleccione todas las que correspondan)
 n: 718.

Nota: Se muestran las 6 principales respuestas de 12 posibles.

Por otro lado, un 45% de los usuarios de estos programas interactúan con ellos a través de una cuenta online en una aplicación móvil, y otro 23% a través del sitio web de la marca. El 28% usa una tarjeta física (por ejemplo, para recoger los puntos ganados después de comprar) y solo un 3% sigue usando la tradicional tarjeta de papel con sellos.

Como conclusión, los usuarios de programas de fidelización que participaron en el estudio de Capterra valoran positivamente su experiencia general con estos programas. El 73% se muestra algo o muy satisfecho, mientras que tan solo el 3% dice estar muy insatisfecho. Estos resultados invitan a deducir que esta estrategia está teniendo muy buena acogida por parte de los usuarios españoles.

Acerca de Capterra

[Capterra](#) es el destino número 1 para que las organizaciones encuentren el software adecuado. Nuestra plataforma abarca más de 17.500 soluciones entre 900 diferentes tipos de software y ofrece acceso a más de 1.7 millones de opiniones verificadas, lo que ayuda a las organizaciones a ahorrar tiempo, aumentar la productividad y acelerar su crecimiento.

Contacto de prensa

Capterra

pr@capterra.es

TEAM LEWIS

Noelia Iglesias / Clara Casanovas
T. + 34 935 228 600
capterra@teamlewis.com