# Las 7 tendencias de la compra online en España

## Envíos gratuitos antes que rápidos, devoluciones sin coste y consumo sostenible sin sobrecoste son las principales preferencias del consumidor online.

16 de noviembre de 2022

- **El interés por la sostenibilidad gana terreno en el comercio electrónico,**

©IESE Business School

**pero existe una fuerte reticencia del consumidor a asumir costes por ella.**

- **La gratuidad es la principal exigencia para las entregas: 9 de cada 10 consumidores prioriza recibir su paquete sin coste por encima de que llegue a casa o ultrarrápido.**
- **La segunda edición del estudio Veepee-IESE sobre el futuro del comercio electrónico en España refleja la consolidación del canal online, con un aumento de las compras digitales.**

Después de un auge sin precedentes marcado por la pandemia, el comercio electrónico en España se consolida como canal de compra: un 43% de los consumidores online han aumentado sus compras digitales en comparación con 2021 y ya son 7 de cada 10 los consumidores que compran online al menos una vez al mes. Así lo refleja el II estudio Veepee-IESE sobre el futuro del ecommerce en España, realizado por la firma de ventas flash Veepee y el IESE con el objetivo de conocer los hábitos de consumo de los usuarios digitales y las tendencias del sector. Veamos las cifras del comercio electrónico en España.

## Sostenibilidad sin coste para el consumidor

El consumidor digital muestra un interés creciente por la sostenibilidad online, pero no está dispuesto a asumir costes por ella.

- **50%** de los consumidores compran y venden online productos de segunda mano en España.
- **53%** está dispuesto a comprar bajo demanda para ser más sostenible, pese al aumento del tiempo de entrega que ello supone.
- **31%** utiliza habitualmente los servicios de reciclaje de ropa de las marcas.
- **1 de cada 3** compradores digitales muestra una voluntad de pagar los costes verdes, pero nunca una subida superior al 10%.

## Entregas gratis y en casa

Hasta el 90% de los consumidores online prioriza que las entregas sean gratuitas por encima de que el paquete llegue a casa o ultra rápido.

- **30%** anticipa recoger el pedido en un punto de entrega si así se ahorra el coste.
- **6€** es el coste máximo que los compradores online están dispuestos a pagar para entregas rápidas (en 24h-48h) o en domicilio.
- **14%** pagaría una suscripción anual para recibir envíos gratis con una tarifa media

©IESE Business School

anual de 27,50€ (equivalente a 2,30€ al mes).

## Devoluciones habituales y con el mínimo coste

La mayoría de los consumidores online en España (7 de cada 10) realiza devoluciones de forma habitual, aunque estas suponen menos del 10% de sus compras.

- **21%** de los compradores digitales está dispuesto a pagar por realizar devoluciones, pero nunca más del 10% del valor original del producto.
- **3 de cada 4** elige ir a la tienda para ahorrarse los costes de devolución.
- **1 de cada 3** se queda con el producto o intenta venderlo en plataformas de segunda mano.

## El móvil, indispensable para comprar

Un 77% de los consumidores online utilizan este dispositivo habitualmente para sus compras digitales.

- **50%** realizan sus compras con el portátil, el 32% con el ordenador de mesa y solo el 18% con la tablet.
- **73%** de las compras digitales se efectúan a través de la web, y 6 de cada 10 consumidores online en España prefieren comprar a través de este canal que de una app.

## 20€, el gasto mínimo

El 60% de los consumidores destina **entre 20€ y 100€ mensuales** a sus compras digitales, y hasta 3 de cada 10 la rebasa.

- **1 de cada 10** consumidores online (el 12%) paga sus compras digitales a plazos de forma habitual.
- **1 de cada 5** opta por el pago a plazos para sus compras semanales. A mayor frecuencia de compra, mayor tendencia al aplazamiento.
- **5%** de consumidores semestrales o con menor frecuencia pagan a plazos.

## Preferencia por la moda y los viajes

Estas dos categorías de productos mantienen la mayor previsión de compra online respecto al año pasado.

©IESE Business School

- **39%** de las compras previstas corresponden a artículos de moda, categoría que vuelve a encabezar el ránking por sectores situándose 4 puntos por encima de los viajes.
- **33%** del consumo digital esperado es de ocio y cultura, ámbitos que han relegado a un puesto inferior al de la tecnología, con un 32%.
- **7%** de las compras online se calcula que serán productos para hacer deporte, una tendencia en descenso que también se observa en la comida a domicilio, que previsiblemente pasará del 26% en 2021 al 23% este año.

## Experiencia omnicanal

El primer contacto del consumidor digital con las marcas suele ser por vías tradicionales, el mundo digital gana peso en la fase de búsqueda de información y el momento de la compra es el que presenta mayor omnicanalidad. Además, los *marketplaces* se alzan en una fuente de visibilidad e información valiosa.

- **8 de cada 10** consumidores online conoce nuevas marcas a partir de comentarios de amigos y conocidos y/o de ver tiendas físicas.
- **80%** recurre a buscadores y tiendas online para informarse y comparar precios antes de tomar una decisión.
- **7 de cada 10** descubre marcas y decide sus compras a través de *marketplaces*, valorados por los usuarios por su variedad de oferta y precios, así como por sus servicios post-venta, con mejores precios para envíos, entregas más puntuales y flexibles y mejores opciones para realizar devoluciones.
- **50%** de los compradores online acude a las redes sociales para buscar información de productos y marcas; Instagram es la red más usada y con mayor influencia.
- **59%** de los consumidores de la generación Z descubre marcas a través de *influencers*, porcentaje que desciende al 28% para el total de los consumidores.
- **3 de cada 4 viajes** se adquieren de forma digital en España; en cambio, solo 1 de cada 4 cestas de la alimentación son online. Moda, tecnología y belleza equilibran el consumo online/offline.

## Sobre el estudio

La segunda edición del Estudio Veepee-IESE sobre el futuro del *ecommerce* en España, realizado por el IESE junto con la marca de ventas flash europea Veepee, ha analizado los hábitos y costumbres de compra online de 1.605 consumidores digitales mayores de 16 años

©IESE Business School

y residentes en España y ha contado con la colaboración de más de 7.000 marcas.

## +INFO

Lee completo el II estudio Veepee-IESE sobre el futuro del ecommerce en España

El artículo Diez claves del comercio electrónico en España ofrece un resumen del I estudio Veepee-IESE sobre el futuro del ecommerce en España.

www.iese.edu/es/insight

©IESE Business School