Diez claves del comercio electrónico en España

El comprador tipo de productos online en España utiliza principalmente su teléfono móvil, paga con tarjeta de crédito y hace un uso intensivo de redes sociales. Así lo describe un estudio sobre el futuro del comercio electrónico.

15 de diciembre de 2021

La pandemia ha incrementado el volumen de compras online en España. Así, seis de cada diez compradores online aseguran que sus compras por esta vía han aumentado en el último año.

Ese es uno de los hallazgos del "I Estudio Veepee-IESE sobre el futuro del ecommerce en

©IESE Business School

España", que analiza las actuales tendencias del comercio electrónico en nuestro país y las que tienen más posibilidades de crecer en el futuro. Concretamente, el informe resalta diez grandes claves para entender el comercio electrónico en nuestro país hoy en día:

1. El comercio electrónico en España se encuentra en un momento de gran crecimiento. El 58,6% de los consumidores online ha aumentado sus compras en los últimos 12 meses.

2. La mayoría de los consumidores online ya compra al menos una vez al mes. Más del 40% compra mensualmente, y casi un 25% compra semanalmente.

3. Moda y viajes, los productos más demandados. Casi un 40% de los usuarios cree que comprarán más ropa y complementos a través de Internet. El porcentaje de los que aumentarán la compra online de viajes roza el 35%. En tercer lugar se sitúa la tecnología (34,1%), seguida de las entradas a espectáculos (30,9%) y la restauración a domicilio (25,8%).

4. Los medios, y sobre todo las redes sociales, influyen mucho en las compras online. El 80% de los consumidores reconoce verse influenciado por los medios en su decisión de compra. Casi la mitad considera que las redes sociales son el medio de mayor impacto, seguido de lejos por la televisión (32,9%).

5. Los consumidores más frecuentes son los más influenciados por los canales online. Más de la mitad de los que compran cada semana aseguran que están influenciados por las redes sociales, la publicidad online (21,8%) y los podcasts (10%). Esos canales afectan menos a los que compran con menos frecuencia.

6. Para los usuarios, los *marketplace* en los que se pueden encontrar multimarca ofrecen varias ventajas frente a las tiendas online específicas o físicas. La principal (para el 58,4% de los usuarios) es el mayor número de productos en un mismo espacio. Le sigue los precios más bajos (50,7%).

7. Precio y plazo de entrega, claves para finalizar la compra. El 52% de los usuarios dice que no compra el producto si tiene que pagar gastos de envío, y un 40% asegura que abandona el pedido si no está especificado el plazo de entrega antes de la fase de pago.

8. La tarjeta de crédito es el método preferido de pago. El 83% de los consumidores prefiere la tarjeta de crédito o débito por su comodidad y rapidez. Las criptomonedas solo convencen al 1,6%.

©IESE Business School

9. El móvil es, de lejos, el dispositivo más utilizado para realizar compras online. El 75% de los consumidores usa su *smartphone*, mientras que un 48% utiliza el portátil en sus compras online y un 31% los ordenadores de mesa.

10. Los consumidores online no están dispuestos a asumir los costes verdes. El 64% de los consumidores no pagaría más por un producto o servicio respetuoso con el medio ambiente. Los que sí lo harían no aceptarían un incremento por encima del 30%.

Sobre el estudio

El informe se basa en el análisis de más de 149 artículos, estudios y conversaciones en RRSS para detectar qué temas son prioritarios para el consumidor. Estos datos se han complementado con una encuesta realizada en los últimos 12 meses a más 1.646 compradores online en España de entre 16 y 65 años.

www.iese.edu/es/insight

©IESE Business School