



() nominalia

Nominalia
Ebook num 6

Los hábitos de compra por internet de los españoles



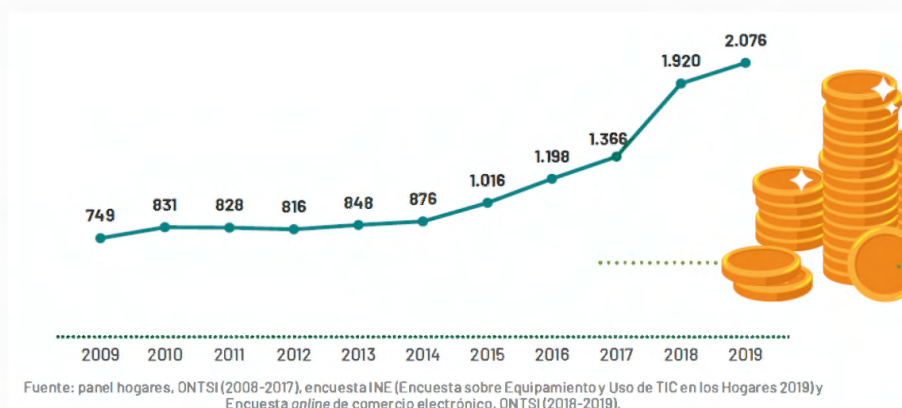
ÍNDICE

- 3** Introducción
- 5** El perfil del comprador online
- 7** Qué se compra por internet
- 8** Cómo se compra
- 10** Dónde se compra
- 12** Forma de pago
- 13** Satisfacción del consumidor
- 15** Reclamaciones y devoluciones
- 17** Aspectos positivos, mejoras y motivos de rechazo
- 20** El futuro del comercio online

Introducción

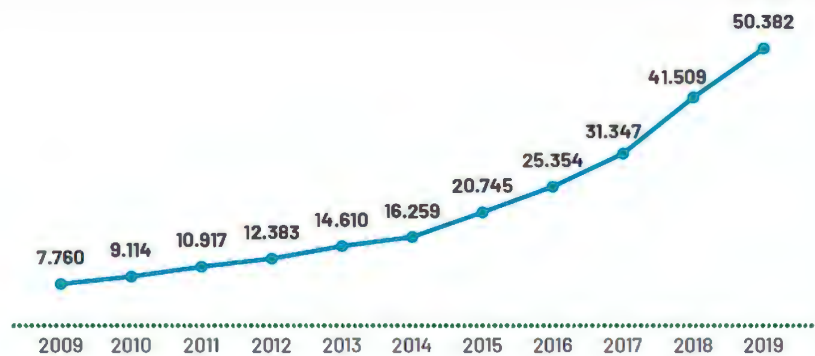
En España hay aproximadamente 34 millones de internautas. De estos, el **76,4% dicen comprar por internet**, es decir, **24,3 millones de personas** compran telemáticamente.

De hecho, los que compran por internet cada vez gastan más dinero: de media, **cada comprador gasta al año 2.076 €**, el doble que en 2015.



Introducción

Esta tendencia al alza en el volumen de compras por internet hizo que en 2019 el sector ganara **50.000 millones**, un **21,4% más que el año anterior** y que tuviera **un crecimiento del 210%** comparado con los últimos 5 años.

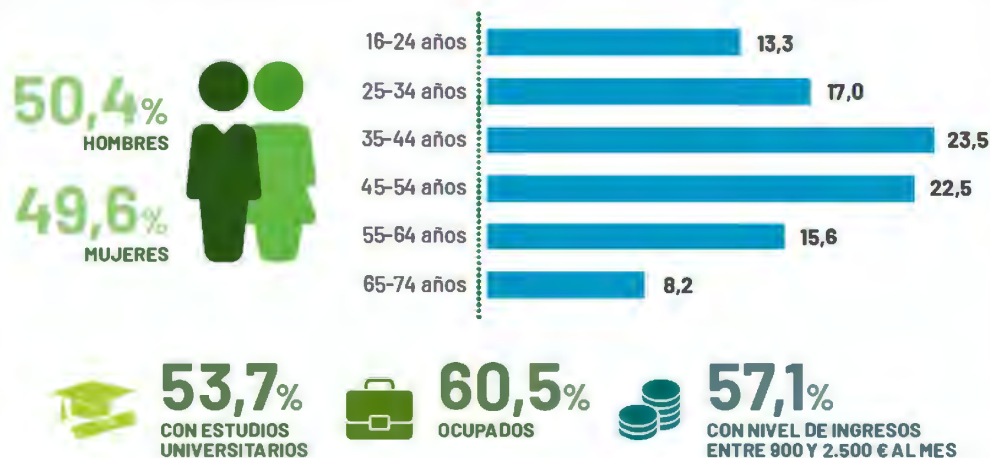


Fuente: panel hogares, ONTSI (2008-2017), encuesta INE y Encuesta *online* de comercio electrónico, ONTSI. (2018-2019).

¿A qué se debe este auge del sector? ¿Qué perfil tienen las personas que compran por internet y cuáles son sus preferencias? Este ebook se propone **analizar los hábitos de compra online de los españoles y dar información útil** a todos aquellos que se planteen **abrir un ecommerce**.

Los datos recogidos se basan en el estudio 'El Comercio electrónico B2C en España en 2019 (Ed. 2020) del Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTSI), que se puede consultar aquí.

El perfil del comprador online



Base: total internautas compradores online. / Fuente: Encuesta online de comercio electrónico, ONTSI.

Hombre o mujer, entre 35 y 54 años, activo laboralmente, con estudios universitarios e ingresos entre 900 y 2.500 €. Este es el perfil medio de las personas que compran en internet en España. La población activa de entre 25 y 44 años con estudios superiores e ingresos mensuales superiores a 2.500 euros son quienes compran con más frecuencia.

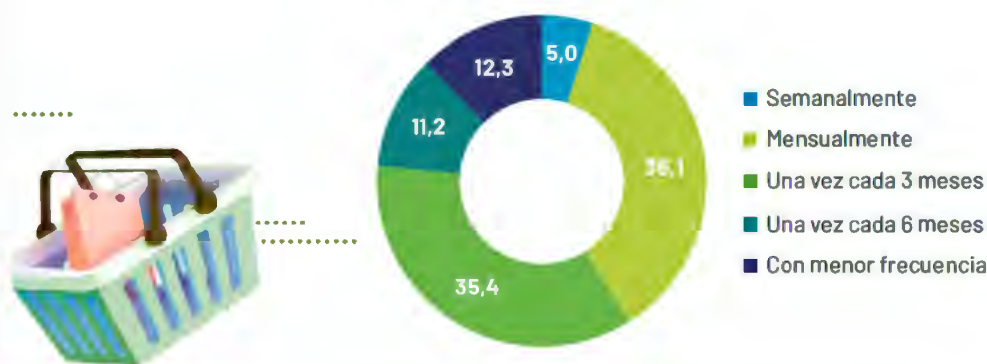
El perfil del comprador online

Sobre su estilo de vida, **el 36,2% de los consumidores online vive con su pareja e hijos**, el 27,2% con su pareja y el 21,8% con amigos o familiares. Además, el 52% comparte la responsabilidad de la compra.

		COMPRADORES	NO COMPRADORES
NIVEL DE INGRESOS EN EL HOGAR	Menos de 900 euros	9,1	19,3
	Entre 900 y 1.599 euros	27,0	30,2
	Entre 1.600 y 2.499 euros	30,1	34,5
	Entre 2.500 y 2.999 euros	16,7	10,2
	3.000 euros o más	17,0	5,7
SITUACIÓN EN EL HOGAR	Vivo solo/a	9,1	9,7
	Vivo con mi pareja	27,2	28,9
	Vivo con familiares o amigos (no pareja o hijos)	21,8	19,4
	Vivo con mi pareja e hijo/a/s	36,2	35,1
	Vivo solo/a con mi hijo/a/s	4,0	4,0
	Otra situación	1,8	2,9
RESPONSABILIDAD SOBRE LA COMPRA	Si	37,8	32,2
	No	10,2	13,9
	Comparto la responsabilidad	52,0	54,0

Base: total internautas compradores y no compradores. / Fuente: Encuesta online de comercio electrónico, ONTSI.

De media, los compradores realizan casi **30 compras anuales**. El **36,1% compra mensualmente**, un 35,4% una vez cada 3 meses y un 5% semanalmente.



Base: total internautas compradores online. / Fuente: Encuesta online de comercio electrónico, ONTSI.

Qué productos y servicios se compran más por internet

	% Compradores	Nº Compradores	Gasto medio (€)	Nº Medio compras	Gasto total (Mill. €)	% Sobre gasto total*
Ropa, calzado y complementos	59,2	14.364.099	254	5,9	3.644	7,2
Reserva de alojamiento y paquetes turísticos	52,1	12.646.006	753	3,4	9.524	18,9
Entradas para espectáculos y eventos (cine, teatro, arte, deportes, ferias, etc.)	49,0	11.892.427	150	5,0	1.786	3,5
Billetes de transporte (avión, tren, autobús, barco taxi, metro, etc.)	45,3	10.995.418	552	4,6	6.069	12,0
Comida a domicilio de restaurantes	38,5	9.332.617	203	10,4	1.896	3,8
Ocio, restaurantes, servicios personales y experiencias	33,6	8.152.996	279	5,3	2.277	4,5
Salud y cuidado personal (cosmética, perfumería, farmacia, etc.)	32,4	7.873.037	169	4,8	1.328	2,6
Electrodomésticos, muebles, hogar, bricolaje y jardín	30,5	7.393.735	511	3,1	3.779	7,5
Teléfonos móviles, smartphones y accesorios relacionados	30,3	7.361.930	380	2,3	2.795	5,5
Deporte y fitness (ropa deportiva, accesorios y otros productos)	24,6	5.967.177	167	4,0	997	2,0

Compras de contenido exclusivamente digital y suscripciones a plataformas en streaming

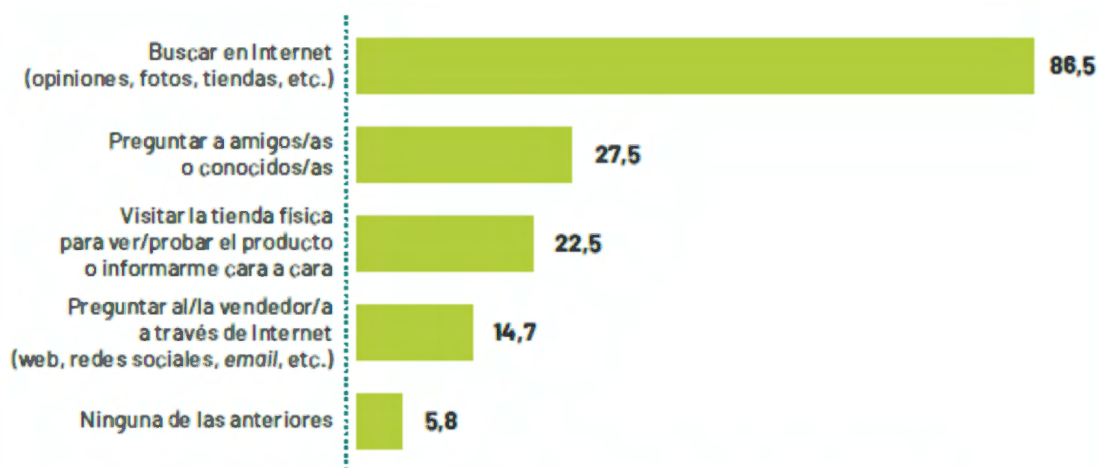
En 2019, el porcentaje de **compradores de productos exclusivamente digitales** creció del 3,7% al 11,8%. Además, **más de la mitad de los consumidores online está suscrito a algún proveedor de servicios o contenidos digitales de pago.**

Un **94%** está suscrito a **servicios de streaming de películas, series y vídeo** y un **27,2%** a **plataformas de música y radio**. La mayoría accede a estos servicios directamente desde el smartphone. Además, 6 de cada 10 comparte estas suscripciones con otras personas.

¿Cómo se compra?

La gran mayoría de los consumidores (86,5%) **busca información por internet de los productos que le interesan**. De esta manera, la decisión de compra se fundamenta, sobre todo, en el **conocimiento de los bienes** a adquirir, seguido de las **opiniones** de amigos y conocidos sobre el producto y de la **visita a la tienda física** para ver el producto o informarse cara a cara.

Los que más buscan por internet información de los productos antes de comprar son los jóvenes de entre 16 y 34 años. Las mujeres de entre 16 y 24 años son las que más preguntan a amigos y conocidos para decidir su compra.



Base: total internautas. / Fuente: Encuesta online de comercio electrónico, ONTSI.

¿Cómo se compra?

Tener un blog para el posicionamiento SEO

Muchas personas buscan información en internet para decidir sobre la compra de un producto. Tener un blog con artículos sobre tus productos puede ayudarte con el posicionamiento SEO y a tener más visibilidad entre los clientes. Nominalia incluye blogs en sus planes de creación de tiendas online.

Dispositivos

Aunque el **ordenador sigue siendo la vía más habitual** para comprar por internet, **cada vez más personas usan el smartphone**, que se sitúa a menos de 10 puntos porcentuales del ordenador. El teléfono inteligente gana adeptos especialmente entre personas de entre 25 y 44 años.



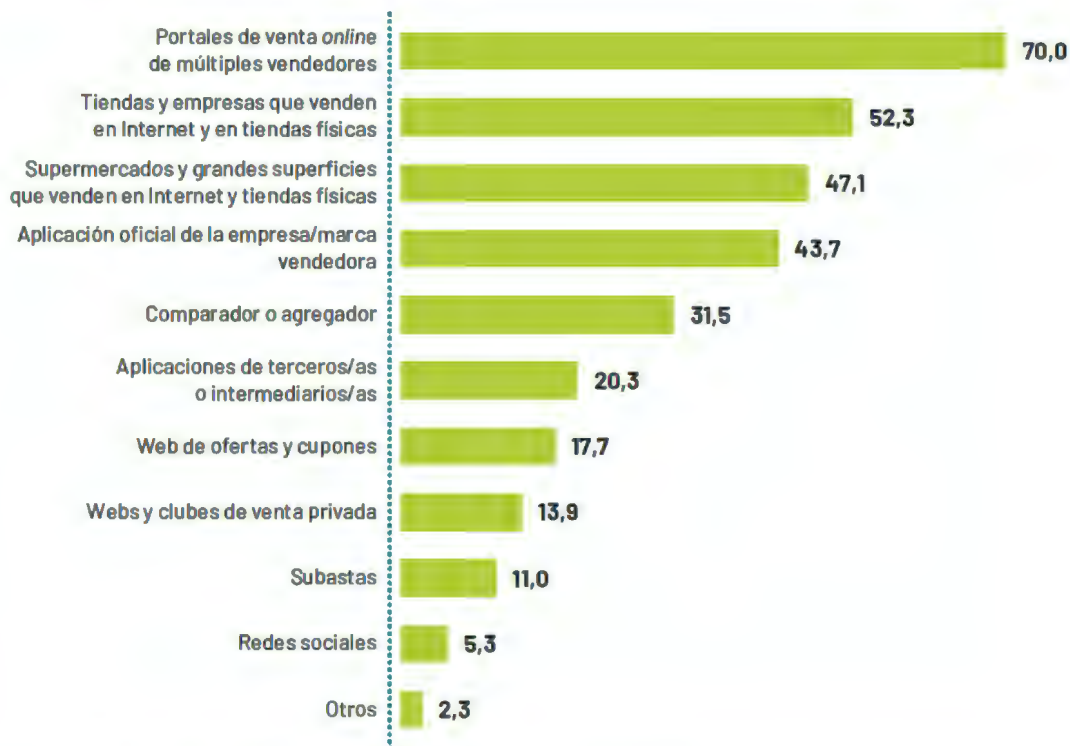
Que tu tienda online sea responsive

El aumento del uso de los smartphones como medio para comprar por internet hace que sea muy importante que las tiendas online sean responsive, es decir, que se adapten a cualquier pantalla. Todas las opciones del plan de tienda online de Nominalia incluyen webs responsive y que se pueden ver perfectamente desde cualquier dispositivo.

Dónde se compra

17 millones de personas compran habitualmente en marketplaces (portales con múltiples vendedores). Lo hacen sobre todo por la variedad de productos, los precios y porque pueden leer las opiniones de otros usuarios.

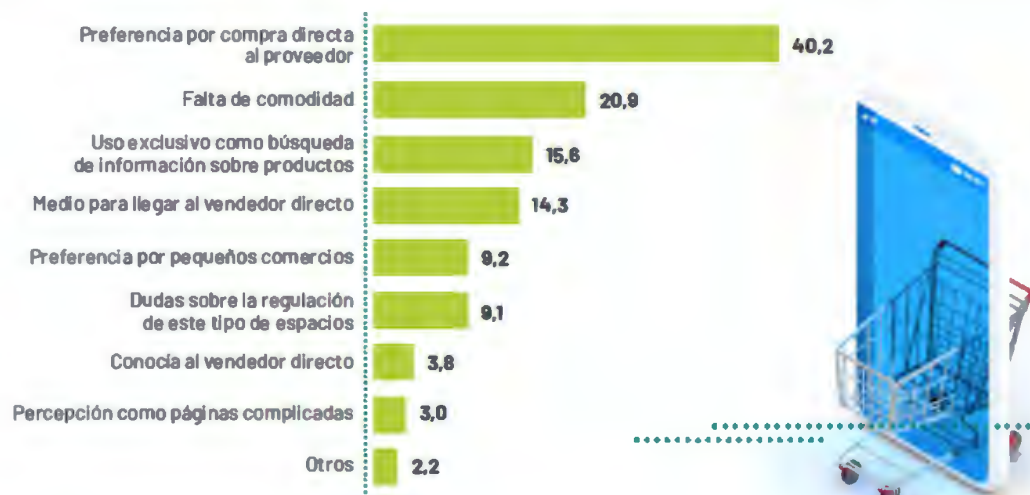
Sin embargo, **cada vez ganan más peso las tiendas y empresas que venden tanto en internet como en tienda física**, ya que aparecen como segunda opción.



Base: total internautas compradores *online*. / Fuente: Encuesta *online* de comercio electrónico, ONTSI.

Dónde se compra

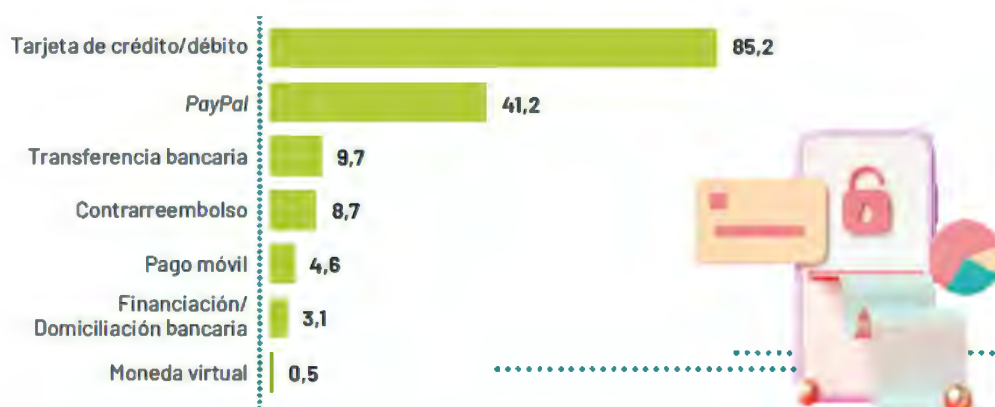
Las personas que rechazan comprar en un marketplace lo hacen principalmente porque prefieren comprar directamente al proveedor y porque lo perciben como incómodo. Un 15% los usa como medio para buscar información del producto, que luego adquieren en otro establecimiento.



e: internautas compradores online que no utilizan marketplace. / Fuente: Encuesta online de comercio electrónico ONTSI.

Forma de pago

La forma de pago predilecta por internet es la **tarjeta de crédito o débito**, seguido de PayPal. Un 0,5% se decanta por la moneda virtual.



Base: total internautas compradores online. / Fuente: Encuesta online de comercio electrónico, ONTSI.

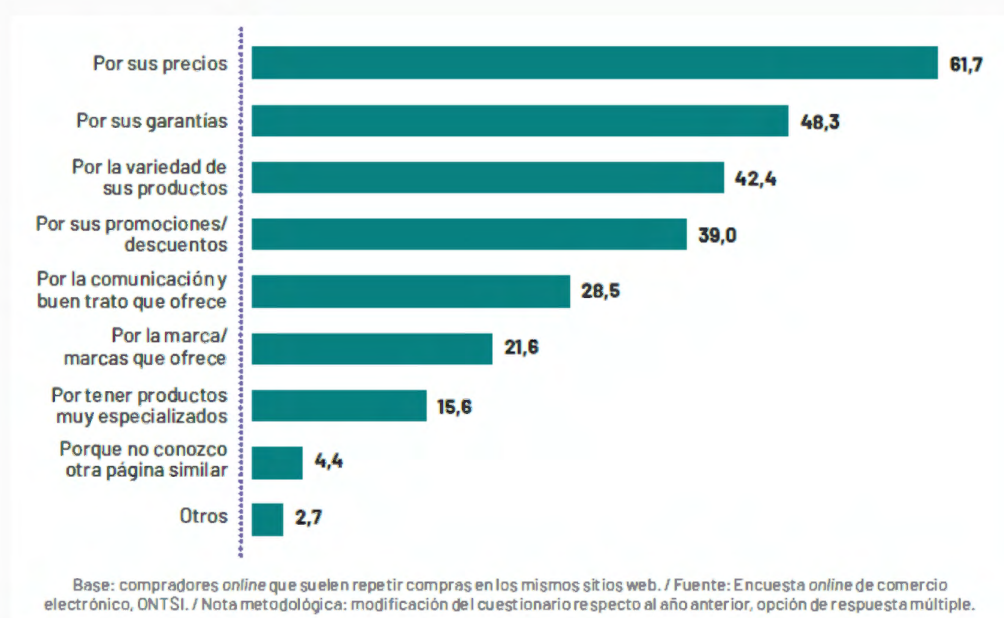
Incluye todas las formas de pago posibles

Para asegurar la compra, es preferible configurar las formas de pago preferidas por los usuarios. Con los planes de creación de tienda online de Nominalia puedes configurar pago con Tarjeta, Paypal, transferencia bancaria, contrarreembolso y pasarelas de pago con Redsys, Paypal, Stripe, 2Checkout, Authorize.net y más.

Satisfacción del consumidor

Cuando un internauta prueba la compra en internet es bastante probable que repita: 3 de cada 4 que compraron con anterioridad declara que comprará por esta vía en los próximos meses. Además, **el 96,1% afirma haber repetido sus compras en los mismos sitios web.**

La **fidelidad** del consumidor se fundamenta en primer lugar por los **precios**, en segundo lugar, por las **garantías** y en tercer lugar por la **variedad de productos**. Le siguen las promociones, la comunicación y buen trato, y el aprecio a las marcas que ofrecen.

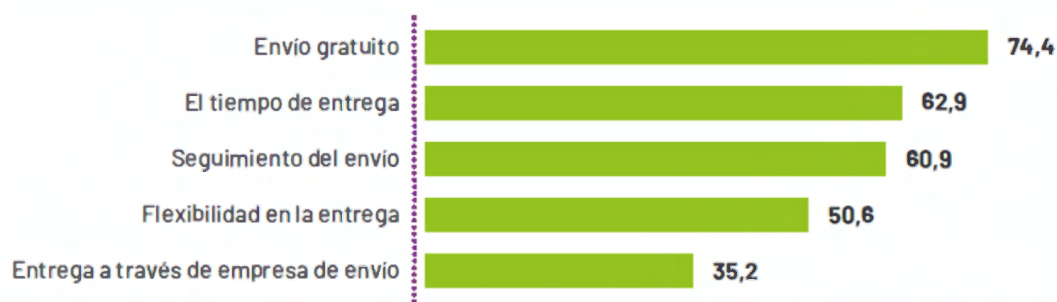


Satisfacción del consumidor

El envío, clave para la satisfacción del consumidor

Entre los aspectos que se valoran positivamente en general y que hacen que el usuario decida su compra, destacan el **envío gratuito**, el **tiempo de entrega**, el **seguimiento del envío** y la flexibilidad de la entrega.

La mayoría considera que un plazo de **entrega razonable de envío son 3 días**.



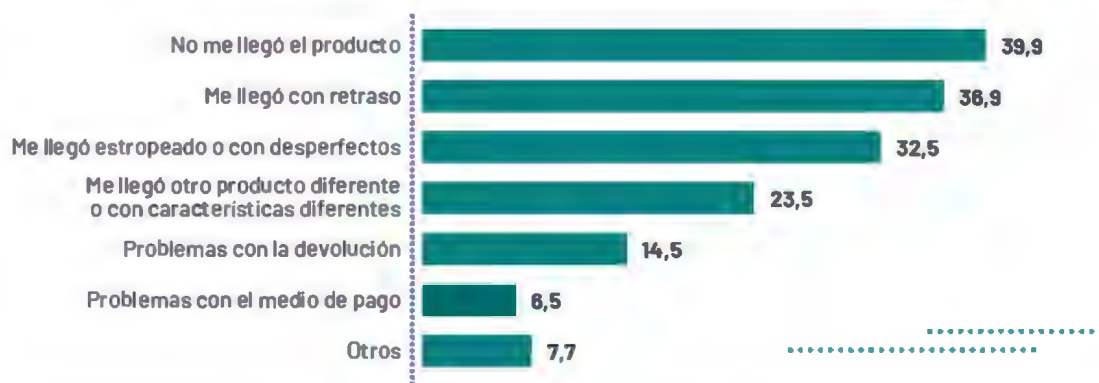
Base: total internautas compradores online. / Fuente: Encuesta online de comercio electrónico, ONTSI.

Ten una buena política de envíos y devoluciones

El envío es determinante para muchos internautas a la hora de valorar una tienda virtual. Por eso es importante poner especial atención en este aspecto. Nominalia incluye en sus planes de creación de tienda la configuración total de los sistemas de envío y los procesos de compra.

Reclamaciones y devoluciones

Un **18,1%** de los compradores online ha tenido alguna incidencia con su compra. El proceso de entrega concentra la mayoría de las incidencias. La mayoría fueron porque el **paquete no llegó**, lo hizo **con retraso** o con algún **desperfecto**.



Base: internautas compradores online que tuvieron algún problema en sus compras. / Fuente: Encuesta online de comercio electrónico, ONTSI.

Prácticamente la mitad de los que tuvieron alguna incidencia la solucionaron antes de tener que realizar una reclamación. Sin embargo, **8 de cada 10 compradores online realizó alguna reclamación**. La vía más frecuente es el servicio de atención al cliente o contacto directo con el vendedor, seguido de las quejas públicas en redes sociales.

Reclamaciones y devoluciones

Un 37% acabó devolviendo las compras realizadas. Los artículos más devueltos fueron **ropa, productos deportivos, electrodomésticos y electrónica.**

	% Devolución
Ropa, calzado y complementos	33,5
Deporte y fitness	15,9
Electrodomésticos, muebles, hogar, bricolaje y jardín	15,6
Ordenadores, tabletas, accesorios y otros productos de electrónica (sonido, foto y video)	14,8
Teléfonos móviles, smartphones y accesorios relacionados	9,4
Juguetes y juegos de mesa	7,4
Material de oficina, papelería e imprenta	7,3
Joyería, bisutería y relojes	6,5
Películas, música y videojuegos para recibirlos en formato físico	5,8
Vehículos de motor (alquiler y compra, repuestos y accesorios, y vehículos eléctricos)	5,5

Aspectos positivos, mejoras y motivos de rechazo

Preguntados por su opinión sobre las compras por internet, la mayoría valora la **comodidad, los precios, la rapidez y el ahorro y la facilidad.**

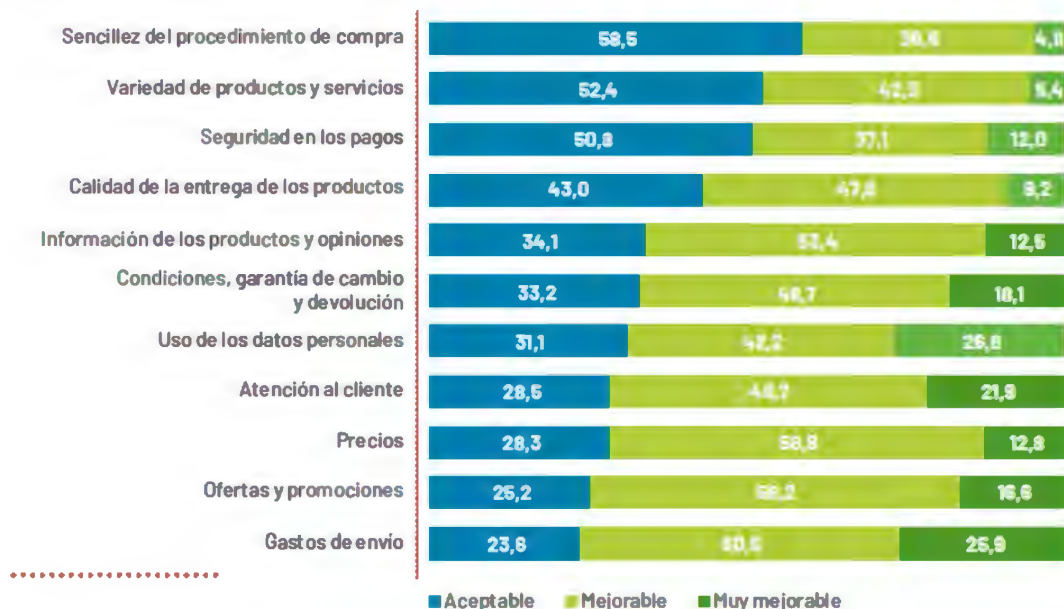
Los aspectos que impulsan a comprar online son la **necesidad o la imposibilidad de desplazarse para comprar y encontrar algo muy interesante que no está disponible en la tienda física.**



Base: total internetas no compradores online. / Fuente: Encuesta online de comercio electrónico, ONTSI. / Nota metodológica: modificación del cuestionario respecto al año anterior, opción de respuesta múltiple.

Aspectos positivos, mejoras y motivos de rechazo

Los aspectos que la mayoría consideran muy mejorables son **el uso de los datos personales** y los **gastos de envío**. Una parte importante creen que serían mejorables los precios, la información sobre los productos y la atención al cliente.



Base: total internautas compradores *online* por aspecto de los sitios de compra *online*. / Fuente: Encuesta *online* de comercio electrónico. ONTSI.

Aspectos positivos, mejoras y motivos de rechazo

Los motivos de los no compradores

El principal argumento para los internautas que no han comprado por internet en 2019 es que **no lo han necesitado**, seguido de que prefieren visitar tiendas físicas. En tercer lugar, para el **21% de los internautas no compradores, internet no es un medio seguro de compra**.



Base: total internautas no compradores online. / Fuente: Encuesta online de comercio electrónico. DNTSI. / Nota metodológica: modificación del cuestionario respecto al año anterior, opción de respuesta múltiple.

El futuro del comercio electrónico

Desde hace años el comercio electrónico **está en auge y todo apunta que seguirá creciendo en los próximos años**. En 2019 el sector ha mejorado en términos de ingresos y de percepción de seguridad, lo que indica que **la confianza en la compra por internet va en aumento**.

3 de cada 4 que han comprado en internet afirma que repetirá en los próximos meses. El 74,8% de quienes no han comprado en 2019 pero sí lo habían hecho en el pasado, afirman que **sí comprarán de nuevo en el futuro**. De la población internauta no compradora, **un 38,3% afirma que es probable que compren por internet** en los próximos años.

Si te planteas abrir un negocio de venta por internet, Nominalia puede ayudarte. Te ofrece hosting para tu web con dominio gratis el primer año y los mejores planes para crear tu tienda online, con certificado SSL para garantizar su seguridad, más de 100 plantillas donde elegir y herramientas para gestionar el catálogo, el proceso de compra y la promoción. Todo esto con soporte técnico las 24 horas del día. Visita Nominalia para saber más.

¡GRACIAS!

Puedes encontrarnos en:



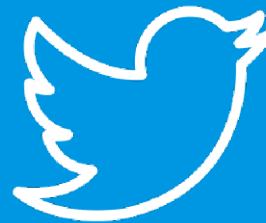
WEB
nominalia.com



FACEBOOK
facebook.com/nominalia



INSTAGRAM
[@nominalia_internet](https://instagram.com/nominalia_internet)



TWITTER
[@nominalia](https://twitter.com/nominalia)