



Resultados del estudio

# Online Shoppers 2014

*España*

**webloyalty**



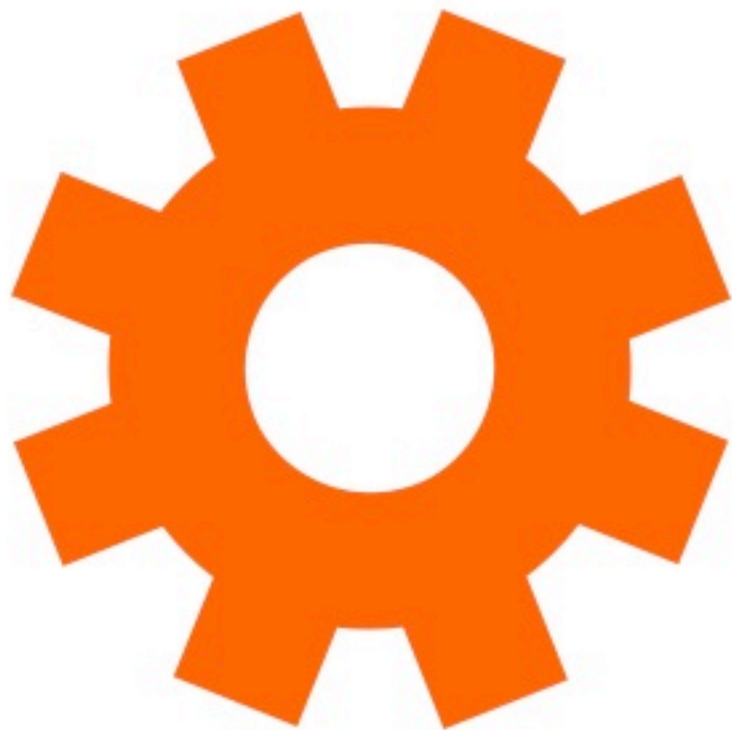
# webloyalty

Líder internacional en programas de compras online, ha llevado a cabo el estudio “Online Shoppers 2014”

## Analiza

- El comportamiento del consumidor español de hoy en día
- Los nuevos hábitos de compra a través de Internet
- Cómo pueden los ecommerce influir sobre estos hábitos

# METODOLOGÍA



# UNIVERSO

Individuos mayores de 18 años, representativos de la población online (sexo, edad y zona geográfica) que han hecho una compra en Internet durante los últimos 6 meses

# MUESTRA

n=1.500 entrevistas  
error máximo =  $\pm 2,6\%$

# TÉCNICA

Entrevista a través del panel online de Ipsos

# FECHA DEL TRABAJO DE CAMPO

Del 14 al 20 de Mayo de 2014

# ¿Quiénes?



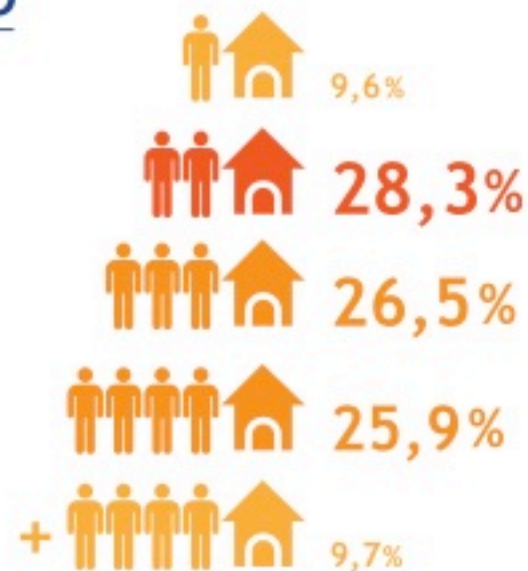
## GÉNERO



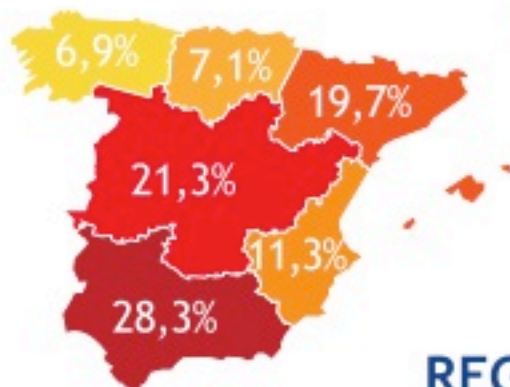
## EDAD



## PRINCIPAL COMPRADOR



## TAMAÑO DEL HOGAR



## REGIÓN

# 84%

se conecta a  
Internet varias  
veces al día

# Sólo el 1%

se conecta menos  
de una vez por  
semana



# HÁBITOS DE COMPRA



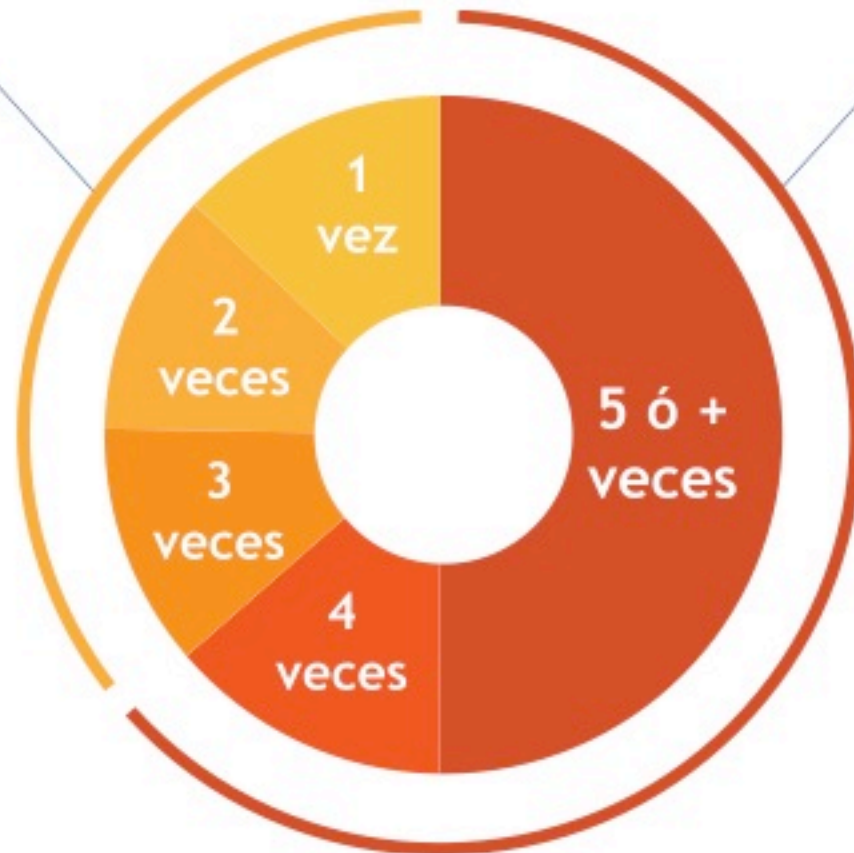
# ¿Cuánto compramos?

**38%**

Compradores  
Ocasionales

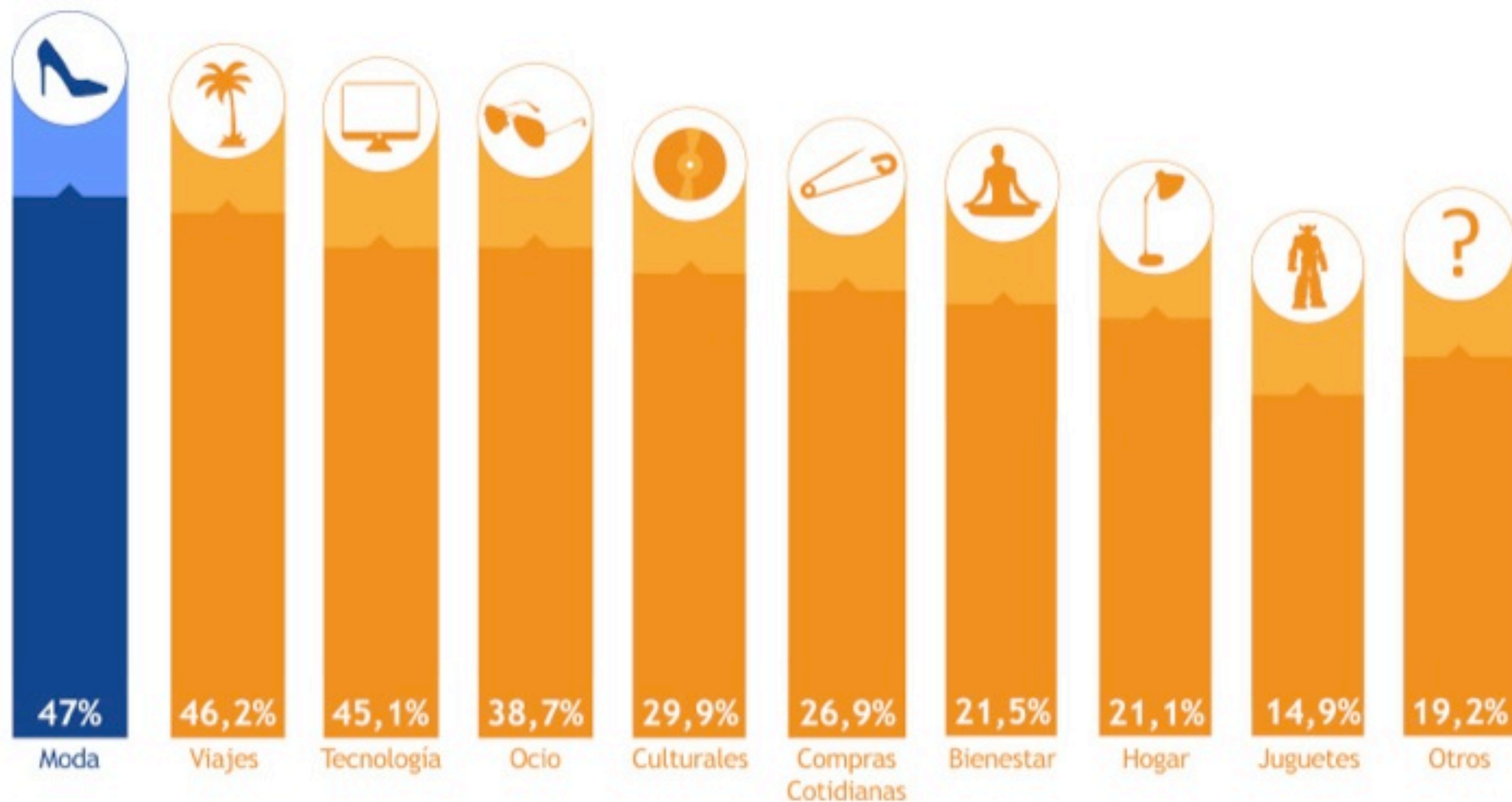
**62%**

Compradores  
Habituales





# ¿Qué compramos?



# ¿Dónde compramos?

amazon.es



35%

ebay



29%

GROUPON



17%

renfe



16%

Groupalia



14%

El Corte Inglés



12%

RYANAIR



12%

Booking.com

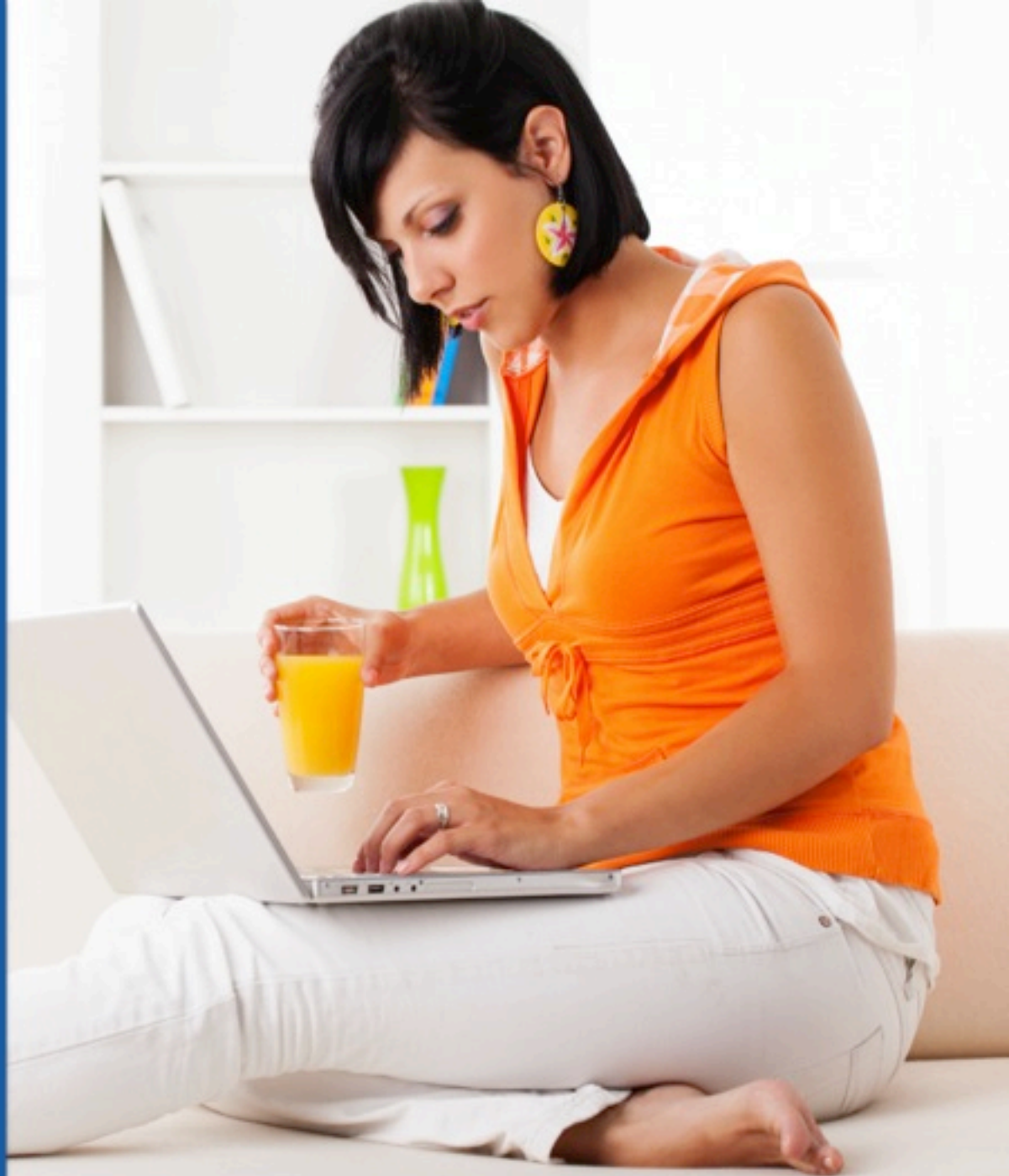


12%



*Por la seguridad,  
porque no hay  
problemas con la  
devolución, por la  
seriedad que  
demuestran.*

*Tienen todo tipo de  
productos, a buenos  
precios y el mejor  
servicio postventa y  
de atención al  
cliente...*





# GROUPON

Porque ofrece una variedad de productos a un precio increíble y da a conocer muchas empresas.

Porque te devuelven el dinero cuando tienes algún problema, te sientes protegido...



# EBAY

Porque es muy famosa y la más visitada.

Facilidad de compra y garantía de PayPal en los pagos.

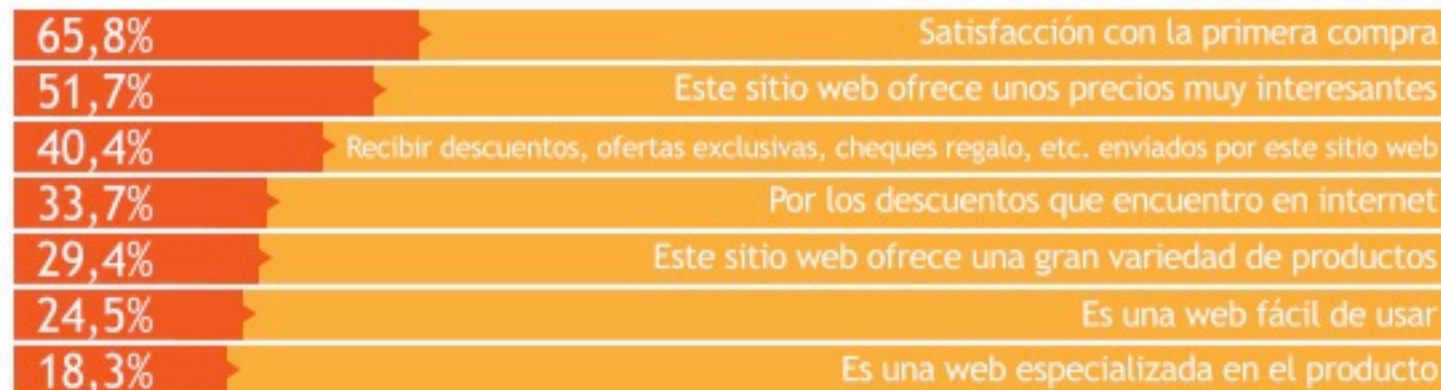


# ¿Por qué compramos?

## LA PRIMERA VEZ



## ¿POR QUÉ REPETIMOS?



# 99%

de los compradores online  
está satisfecho con sus  
experiencias de compra



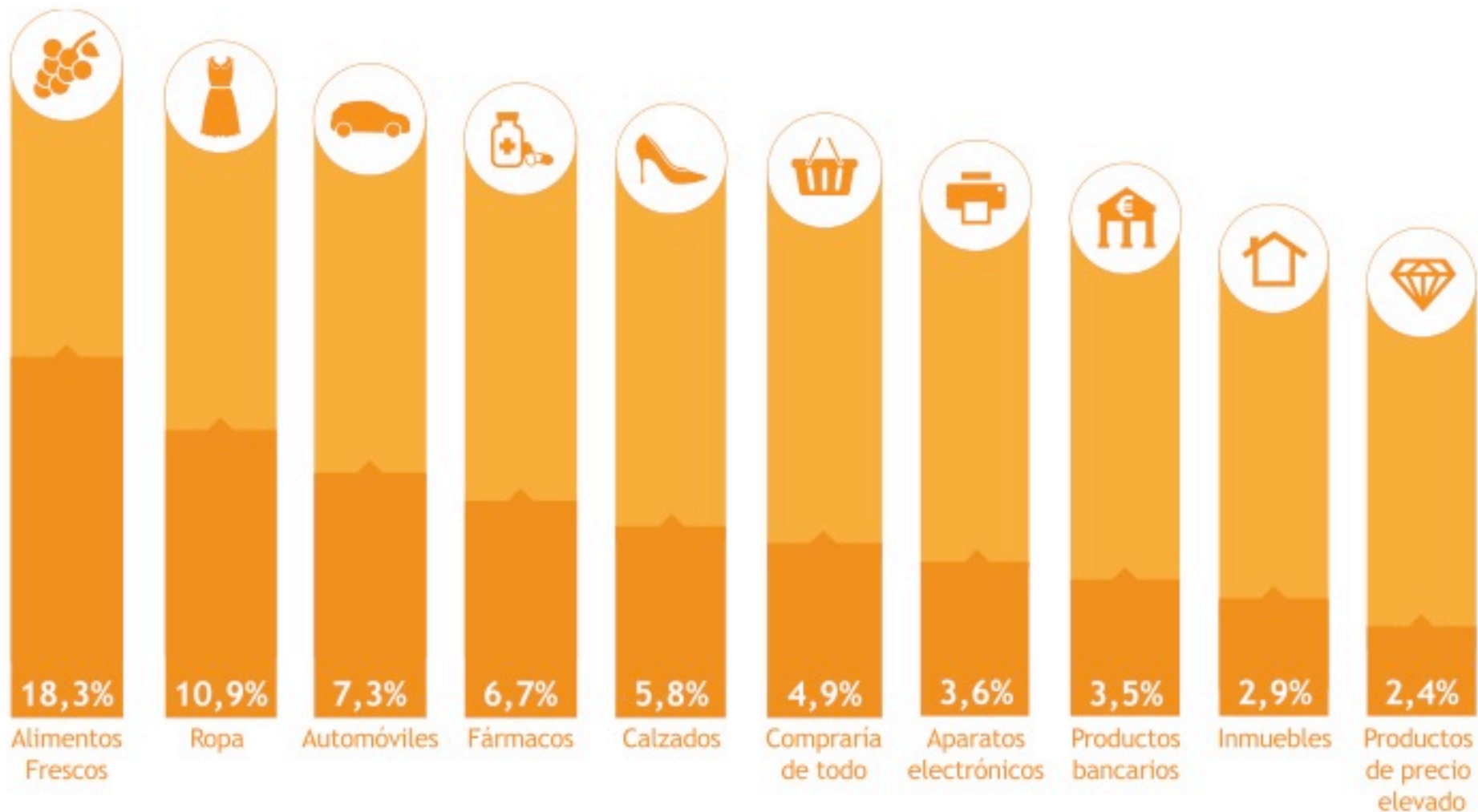
# ¿Por qué no estamos satisfechos?

1%



- Gastos de envío elevados
- Mala calidad del producto recibido
- El producto adquirido no se corresponde con el solicitado
- Precio final superior al previsto
- El producto llega en mal estado

# ¿Qué no compraríamos nunca online?





## ¿Por qué no compraríamos?

32% Desconfianza

30,2% Prefiere el contacto directo

6,1% Conservación/ Salud/ Higiene

2,9% Precio

2,4% Difícil devolución/reclamación

4,4% Otros



13,6%

**LA CONFIANZA,  
una razón de peso  
frente al precio**





## AUTOMÓVILES

Creo que es mejor hablar con el comercial y tener el trato en persona, me parece más fiable.

Porque necesito verlo en persona, comprobar su estado, su diseño, la calidad de los materiales, las medidas.



## ALIMENTOS FRESCOS

Al ser fresco, prefiero verlo por mi misma y comprar productos locales

No se sabe en que estado vendría



M-ECOMMERCE

66%

posee dispositivos  
móviles de gama  
media-alta



## ¿Cómo compramos?

93%



21%



16,6%



26,2%

utiliza más de 1 dispositivo para realizar sus compras online

# ¿Web o App?

La web predomina sobre las apps

15,7%



Visita  
a la web

10,9%



App

MÓVIL

14,3%



Visita  
a la web

6,3%



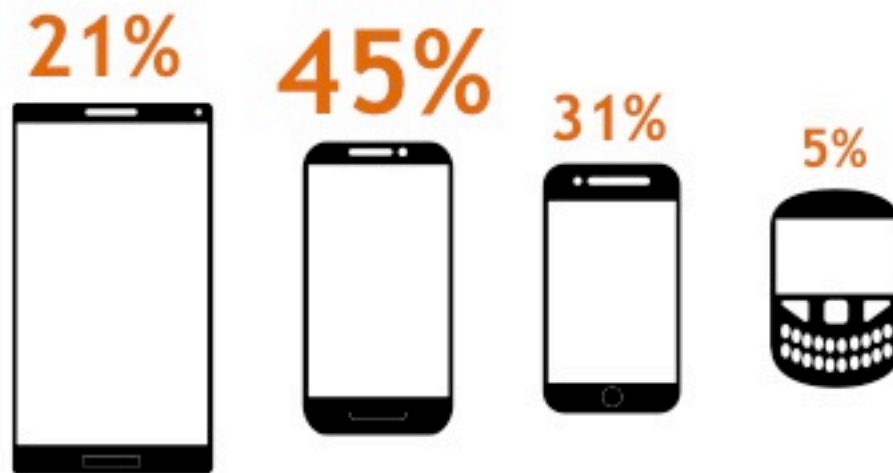
App

TABLET

El tamaño de la pantalla sí importa en la compra online



# ¿Qué tamaño?



Tan sólo un  
**1%**  
de los  
compradores  
online no tiene  
móvil

% de dispositivo utilizado para realizar compras online





# ¿QUÉ PUEDEN HACER LAS EMPRESAS PARA INFLUIR EN LOS HÁBITOS DE COMPRA?



# ¿Cuándo compramos?

¿Tenemos un momento del día determinado para comprar?

**NO**

72,8%

**SÍ**

27,2%

¿A qué hora compramos?

**39,4%**

Por la tarde,  
al acabar la  
jornada

**33,8%**

Por la noche

**20,2%**

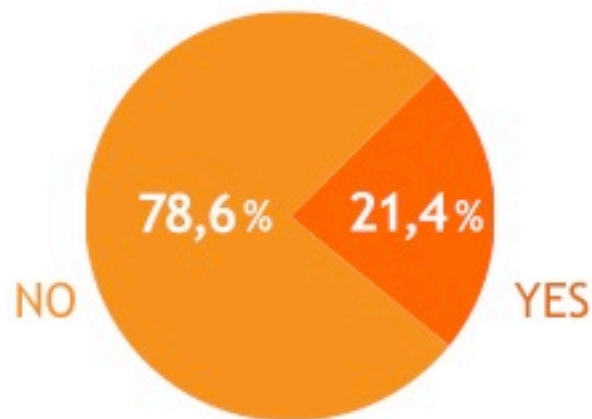
Fin de semana



64%

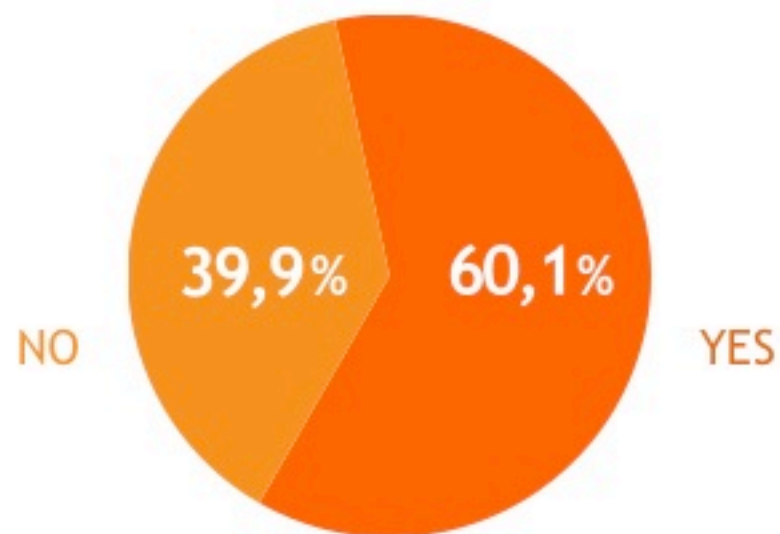
son compradores habituales tienen un momento preferido del día para comprar.

## ¿Cuándo compramos más?



**21,4%**

se ha levantado antes  
para aprovechar una  
oferta online



**60,1%**

ha retrasado una compra  
para esperar a una  
oferta

**Los compradores online  
modifican sus hábitos  
de conducta ante  
una buena oferta**



# ¿Cómo ahorramos?

CÓDIGO DESCUENTO	49%
WEB DE DESCUENTOS	44%
VALE DESCUENTO	43%
CHEQUES REGALO	39%
TARJETA REGALO	31%
VALE DE BIENVENIDA	29%
APADRINA UN AMIGO	15%
VENTAS FLASH	11%
OTROS MÉTODOS	10%
CLUB DE COMPRAS	5%
CÓDIGO BIDI (QR)	3%

# ¿Sabemos qué es un Club de Compras?

USUARIOS

9%

Estoy inscrito  
en uno o varios  
CLUBS DE COMPRAS

PASIVOS

22%

He oído hablar  
de ello pero  
no estoy inscrito  
en ninguno

INTERESADOS

55%

He oído hablar  
de ello pero  
no estoy  
inscrito en ninguno

DETRACTORES

14%

Nunca había oído  
hablar de ello,  
pero no estoy  
interesado  
en este servicio

31%

conoce  
Club de Compras

14%

estaría dispuesto  
a pagar por  
este servicio

# CONCLUSIONES





# Perfil de los “Heavy Online Buyers” Españoles 2014

4

... ha realizado una media de **4 COMPRAS**  
en los últimos 6 meses

27%

... dedican un momento concreto del día para  
realizar compras online, preferentemente la noche

94%

... opta por el ordenador personal para sus compras

- El PC sigue siendo el dispositivo preferido para comprar online.
- 21% de los compradores online utiliza el móvil para sus compras y el 17% la tablet  
Los “heavy users” son los que más utilizan los dispositivos móviles para comprar (móvil 29%, tablet 22%)
- El sector moda supera a viajes y tecnología en eCommerce
- Ebay y Amazon son las webs más frecuentadas a la hora de realizar compras online  
La variedad de productos, sus precios más competitivos y la sencillez de uso de sus páginas son las principales ventajas que destacan sus usuarios
- 13,6% de los compradores online ha respondido que no hay nada que no compraría online
- La confianza está por encima del precio a la hora de comprar determinados productos
- El 99% de los compradores online están satisfechos con sus compras
- El tamaño de la pantalla del dispositivo Sí importa en la compra online  
Cuanto más grande es la pantalla más compramos a través del móvil
- El 64% de los compradores habituales compran a una hora del día determinada