

El consumidor online compra tres veces al mes y gasta 210 euros de media



M. J.Madrid25-06-2015 21:29

El 67% de los internautas en España se declara comprador online, es decir, unos 19,2 millones de españoles, un 52% más que en 2013, según el Estudio de eCommerce 2015 presentado ayer por la IAB Spain (asociación de la publicidad, el marketing y la comunicación digital en España). El informe revela que el consumidor online compra tres veces al mes, con un gasto medio de 70 euros por compra (210 al mes), frente a las 2 veces y 63 euros de hace dos años. El director de innovación y nuevos negocios de IAB Spain, Javier Clarke, aclaró que el gasto medio de las personas de entre 40 y 55 años se eleva a 85 euros.

El principal motivo de la compra online sigue siendo el económico (mejores precios y ofertas solo online), pero también la comodidad, la confianza y la falta de alternativa (tienda cerrada o lejana).

Costes ocultos

Aunque la satisfacción media del consumidor en la compra online es de un 8,1 sobre 10, una de cada dos compras abandonadas fue por costes ocultos (44%), pocos métodos de pago ofrecidos (22%), precios poco claros (18%) o errores en la web (14%).

En lo que se refiere a la privacidad y a la trazabilidad de los datos (tracking), más de la mitad de los compradores online está conforme con que se guarden los datos de sus compras (65%), con tener que registrarse y recibir ofertas según las compras que realizan (52%). De menos aceptación goza la publicidad visible durante la navegación, relacionada con las búsquedas (34%).

Por tipo de productos, 6 de cada 10 compradores adquieren tecnología y comunicación (68%), ocio y cultura (66%) y viajes y estancias (64%). En el caso de los hombres, destacan además deportes (38%) y apuestas (32%), y en las mujeres moda (60%), calzado (43%), complementos (34%) y belleza (26%).

El dispositivo preferido para finalizar la compra es el PC (83%), seguido del smartphone (9%), tableta (6%) y smart TV y consolas (un 1% cada uno). Entre quienes utilizan smartphones las apps ya suponen el 40% del comercio frente al 60% del navegador, sobre todo en el target de entre 16 y 30 años.

Los influenciadores o agentes que más influyen en el comprador son los blogs y foros (36%), la familia y amigos (45%), la web de la marca (36%), las redes sociales (27%, aunque más en los jóvenes), la publicidad online (26%), el e-mail (24%), publicidad offline (11%) y los famosos (3%). El comprador prefiere la entrega en su casa u oficina (87%); un 10% en la tienda física y un 3% en otro tipo de sitios como los cajeros especiales.

Fuente: [Cinco Días](#) 25.06.2015