

El 65% de los compradores online gasta en moda, nuevo motor del ecommerce

- **Moda se convierte en la categoría nº1, seguido de las tradicionales online (entradas y viajes) y con una fuerte subida de tecnología.**
- **El 44% de los internautas (11,8 M de usuarios) compra online. De estos, el 65% (7.8 M usuarios) compra moda.**
- **62% de usuarios reclaman más innovación digital en las tiendas.**
- **PayPal es el medio de pago preferido (50%), seguido de Tarjetas de**

- **Crece el uso multidispositivo en todas las fases del proceso.**

- **Un 70% compraría por Digital Signage en una tienda llena.**

IAB Spain presenta hoy su Primer Estudio sobre el eCommerce en España elaborado por Elogia y patrocinado por Correos. Dicha investigación muestra que el sector moda ya registra comercio electrónico entre 7,8 M usuarios, el 65% de los compradores online, convirtiéndose en el nuevo motor del eCommerce en España. Se mantienen las categorías tradicionales online y se observa una fuerte subida del sector tecnológico. El consumo se diversifica y el comprador online declara comprar en más de 5 categorías de productos diferentes en el último año.

Un 44% de los internautas españoles, 11,8 millones de usuarios de entre 16 y 55 años, ya realiza sus compras por Internet de manera habitual. Los consumidores comprendidos entre los 30 y 40 años elevan esta cifra hasta el 47%, mientras que por géneros, la proporción es muy similar entre hombres (43%) y mujeres (45%).

En función de las categorías de productos, se ha realizado una segmentación que identifica claramente 4 tipologías de compradores online muy bien diferenciadas entre sí:

Heavy buyers: son los más activos en eCommerce. La mayoría son hombres de entre 16 y 30 años, con estudios y puesto de trabajo actualmente. Son los que más utilizan también las Redes Sociales.

Technology buyers (compradores de tecnología): Formados por hombres de entre 16 y 30 años, con estudios, aunque con mayor presencia de desempleados. Realizan un uso bastante activo de las Redes Sociales.

Traditional offline category buyers: son los compradores de moda, libros y CD/DVD. Se observa una

mayor proporción de mujeres de entre 40 y 55 años, con un peso importante de las amas de casa. Son muy poco activas en Redes Sociales.

Pure online category buyers: compradores de billetes de transporte o entradas. Mayor proporción de mujeres adultas y activas laboralmente. Tienen una actividad promedio en Redes Sociales, es decir, usa unas tres redes.

Los principales motivos de compra que declaran los consumidores son la practicidad/comodidad, los precios atractivos y las ofertas exclusivas. En el colectivo de los Heavy buyers, el factor precio y la reputación son los motivadores significativamente más valorados.

Actualmente un 62% de usuarios reclaman a las tiendas más innovación tecnológica, hasta el punto que un 70% de los usuarios compraría por pantallas de Digital Signage en el caso de que una tienda estuviera llena.

A la hora de encontrar el site de compra, un 63% de los compradores busca el eCommerce escribiendo su dirección web. Un 48% lo hace a través de un buscador genérico. Mientras que las Redes Sociales han conseguido dar a conocer un site de eCommerce a un 29% de los compradores.

La variable precio es la más relevante (precios atractivos, sin gasto de envío, etc.) para que los consumidores compren a través de un eCommerce y que además repitan. Esta variable si no es positiva se declara también como la causa de no repetición.

Crece el uso multidispositivo en todas las fases del proceso de compra, manteniéndose el PC como el terminal preferido por el 80% para terminar la compra.

Por último, las tarjetas de crédito/débito así como PayPal son los medios de pago más conocidos y usados. El 50% de los compradores prefiere el sistema PayPal (mientras que un 29% menciona las tarjetas).

Según Antonio Traugott, Director General de IAB Spain, “El comercio electrónico es la estación final de la publicidad online. En la medida que los anunciantes confíen de forma creciente en la comunicación digital, y la tecnología cree un escenario de confianza para los consumidores, el eCommerce seguirá protagonizando grandes crecimientos”.

En palabras de Javier Clarke, Director de Mobile & New Media de IAB Spain, “los usuarios ya son multidispositivo durante todas las fases del proceso de compra. Entender y adaptar las estrategias a esta nueva realidad nos permitirá ofertar a nuestros clientes lo que demandan a cada momento.”

Este estudio ha sido elaborado por Elogia y patrocinado por Correos. Puedes descargar el estudio completo en <http://www.iabspain.net/comision-de-ecommerce/>

Datos de contacto:

Rubén Bastón

Nota de prensa publicada en: [08005](#)

Categorías: [E-Commerce Innovación Tecnológica](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>