

La empresa Tecnomari analiza cómo ha evolucionado la compra online en España

La compra online ha evolucionado notablemente en los últimos años, ya sea a través de dispositivos móviles o mediante ordenadores. Aunque, bien es cierto que las ventas realizadas por los usuarios mediante smartphone ha crecido 38 puntos en los últimos 4 años, situando el 63% de las compras online realizadas

Si se debe destacar los sectores en los que las compras online desde dispositivos móviles (smartphones y tablets) han crecido, sería en los de ocio y cultura con un 53%, turismo con un 46% y moda con un 45%. Además de este aumento, el 71% de los consumidores destacan que la logística y el transporte ha mejorado en los últimos años.

Auge de la compra online a través de smartphones

El número de compras que se realizan con un dispositivo móvil no dejan de incrementar y es que una de cada dos compras se hace mediante un teléfono móvil. Con respecto a años anteriores, el promedio de compras online al mes se mantiene, siendo un promedio de 3 compras online.

Además de esto, el 60% de los compradores de móviles libres baratos, moda y complementos o electrodomésticos para el hogar, entre muchos otros sectores, aseguran que esperan a eventos como el Black Friday para tener descuentos y ahorrar en sus compras.

Principales plataformas de venta

En primer lugar serían las pure players digitales, que son las tiendas que tan solo venden a través de internet y en segundo lugar serían las tiendas que alternan canal online y offline, siendo la comodidad la que promueve estas últimas compras online.

Por tanto, si se debe destacar los principales ámbitos de venta online serían las tiendas de móviles y tecnología, seguidas de las plataformas de experiencias ya sean viajes, entretenimiento o cultura.

Con respecto a los perfiles de compradores, los hombres son más propensos a comprar móviles baratos, gafas, tecnología y productos relacionados con el deporte. En cambio, las compras realizadas por mujeres se centran en calzado, moda, perfumería, farmacia y hogar.

Procesos de compra online y usuarios

Un 70% de los compradores buscan información sobre el producto antes de realizar la compra, ya sean los propios marketplaces, en google o en la web del fabricante. Uno de los principales factores que determinan la compra en una tienda online u otra, son las ofertas, la variedad y calidad de sus productos, los precios y los gastos de envío.

Otro punto a destacar es el tiempo de espera, un 20% de los usuarios prefiere obtener su compra el mismo día o en un plazo de unas 24 horas, y solo uno de cada cuatro está dispuesto a pagar más para que el producto llegue en este plazo. Las tiendas de móviles, tecnología y moda son las plataformas en las que más inmediatez se reclama.

Estos son los datos más relevantes de la compra online en España. Unos en los que se puede observar como la compra online aumenta y los smartphones se convierten en el método predilecto para realizar compras. Por ello, no sería de extrañar que la evolución fuera hacia este sentido y finalmente los smartphones y las tiendas online le ganen el terreno a las compras en tiendas físicas.

Datos de contacto:

Arón Olivares Marín
Propietario de Tecnomari (Jholma Business S.L.)
620519224

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

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

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>