




ECOMMERCE 2021

LA CLAVE
ESTÁ EN LA
LOGÍSTICA

 elobservatoriocetelem.es
 cetelem.es
 [@Obs_Cetelem_ES](https://twitter.com/Obs_Cetelem_ES)

OBSERVATORIO
Cetelem





ÍNDICE

Bienvenidos, Frank Vignard, CEO BNP Paribas Personal Finance en España	03
El Observatorio Cetelem eCommerce 2021. Liliana Marsán, Responsable de El Observatorio Cetelem, BNP Paribas Personal Finance en España.	04
Los puntos clave. Infografía de El Observatorio Cetelem eCommerce 2021	05
Aspectos generales y tendencias en consumo y distribución online	14
Principales indicadores de comercio electrónico en España	15
Aspectos generales	16
Productos y servicios comprados online	20
Gasto medio realizado en la compra de productos online	22
Medios de pago y financiación	24
Intención de compra en los próximos 12 meses	28
Aspectos positivos y negativos de la compra online	30
Compra y venta entre particulares	32
M-Commerce	36
Logística	38
Suscripciones	48
Redes Sociales	53
Ficha técnica	58



BIENVENIDOS

**Franck Vignard-Rosez, CEO
BNP Paribas Personal Finance en España**

Desde 1997, los informes y estudios de El Observatorio Cetelem en España han venido analizando con rigor las tendencias y hábitos de consumo de los ciudadanos.

Hemos analizado, de forma constante, diferentes sectores del consumo, desde el amplio sector de la automoción, pasando por la tecnología y la electrónica, hasta llegar a sectores más concretos como la bicicleta y, en resumen, todo aquello relacionado consumo en los hogares. Mención aparte merece nuestro análisis sobre el comercio electrónico como forma de consumo en crecimiento constante. Estas décadas de esfuerzo han convertido a El Observatorio Cetelem en un referente, no solamente entre los medios de comunicación, sino también entre los profesionales especializados, dentro y fuera de nuestras fronteras, siendo un socio privilegiado para los actores clave en el mundo del consumo, las asociaciones patronales, la distribución y la automoción, con los que mantenemos relaciones permanentes.

A día de hoy, El Observatorio Cetelem se ha consolidado como prescriptor sobre el análisis del consumo, convirtiéndose en una herramienta informativa de gran calado social gracias a los diferentes documentos que comparte

con distintas audiencias. Con cinco grandes informes anuales (Motor en España, Consumo Europa, Consumo España, Sostenibilidad y Comercio electrónico), ediciones mensuales, índices de consumo y estudios temáticos específicos y estacionales, ofrecemos un amplio abanico que refleja siempre la actualidad y tendencias del consumo en su sentido más amplio.

BNP Paribas Personal Finance, a través de su marca comercial Cetelem es, sin duda, un líder del crédito al consumo nacional e internacional y esa experiencia y conocimiento se comparten periódicamente con todos aquellos públicos interesados en profundizar en el consumo como uno de los pilares de la economía. Para mí, por lo tanto, es un placer compartir estas páginas con vosotros e invitaros, no solamente a una lectura de este documento, sino a visitar la página web de El Observatorio Cetelem donde podréis encontrar toda la información relativa a todos los estudios de El Observatorio Cetelem..

Franck Vignard-Rosez,
CEO BNP Paribas Personal Finance en España



INTRODUCCIÓN

Liliana Marsán, Responsable de El Observatorio Cetelem, BNP Paribas Personal Finance en España

Cetelem presenta una nueva edición de El Observatorio Cetelem eCommerce. En esta nueva edición del 2021 mostramos un profundo análisis sobre las compras online realizadas por los españoles en diez sectores de la distribución. Además, contamos con las entrevistas realizadas no sólo a expertos de nuestra empresa, sino también a algunos de nuestros principales partners.

En 2021, el top 5 de productos más comprados a través de internet han sido moda, ocio, calzado y complementos, productos de belleza y dispositivos móviles. El porcentaje de compradores aumenta en todos los sectores analizados a excepción de electrodomésticos, dispositivos móviles, textil deportes y juguetes, que presentan ligeros descensos respecto a 2020.

Según los datos de nuestra encuesta, el gasto medio total realizado por los españoles que han comprado online en los últimos 12 meses, ha sido de 2.336€, un 11% por encima del importe declarado en 2020 y 2019. Los productos relacionados con el coche, la alimentación y los viajes, son los 3 sectores donde han realizado un mayor desembolso.

Los *Marketplace* continúan siendo la opción preferida de compra en todos los sectores analizados excepto en

las compras relacionadas con deportes, mostrando ligeros crecimientos en el sector electro y bicis.

Observamos un crecimiento de las compras a través de redes sociales, con especial atención a las realizadas a través de Instagram.

El 70% de los compradores online, ha realizado alguna de sus compras a través de su smartphone o tablet. Moda y ocio lideran las compras de *mobile commerce*

Aumenta el porcentaje de consumidores que declara haber notado alguna mejora en lo que respecta a la logística del comercio electrónico.

Estas son algunas de las conclusiones que les invitamos a conocer en nuestro Observatorio Cetelem eCommerce 2021

Disfruten de la lectura.
Un saludo,

Liliana Marsán

Responsable de El Observatorio Cetelem,
BNP Paribas Personal Finance.



LOS PUNTOS **CLAVE**

**Infografía de El Observatorio
Cetelem eCommerce 2021**

Los puntos clave

Moda, Ocio, Calzado y complementos, Salud y belleza, Dispositivos móviles y accesorios, los productos más comprados por internet en el último año. Respecto a las intenciones de compra destacar la opción de viajes con un incremento de 12 puntos.

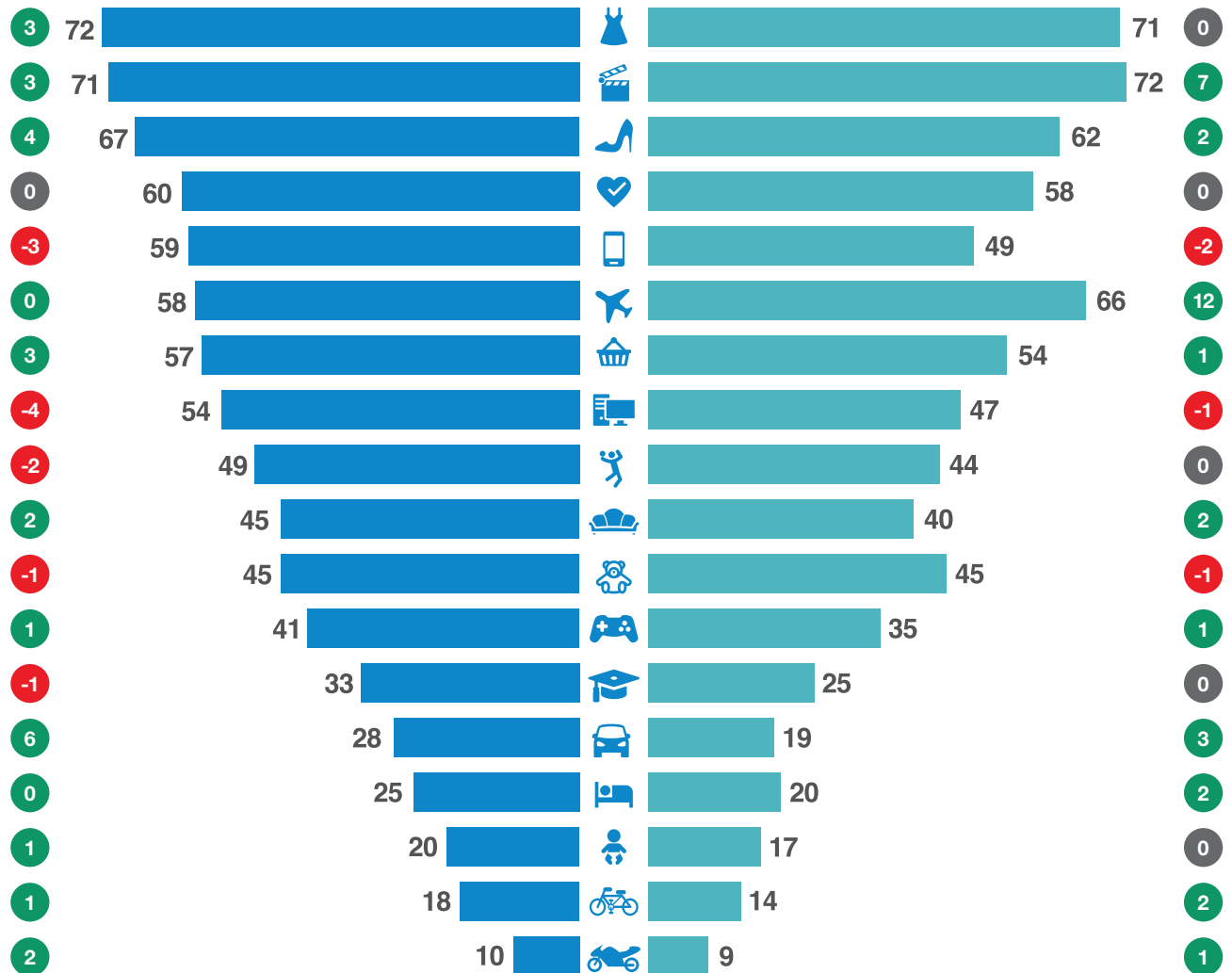
¿Qué productos y/o servicios de la lista has comprado a través de internet en los últimos 12 meses?
(respuesta única)

Variación 2021/2020
(en ptos.
porcentuales)

% Encuestados que
han comprado

% Encuestados con
intención de comprar

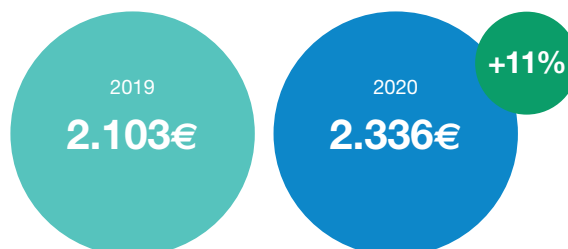
Variación 2021/2020
(en ptos.
porcentuales)



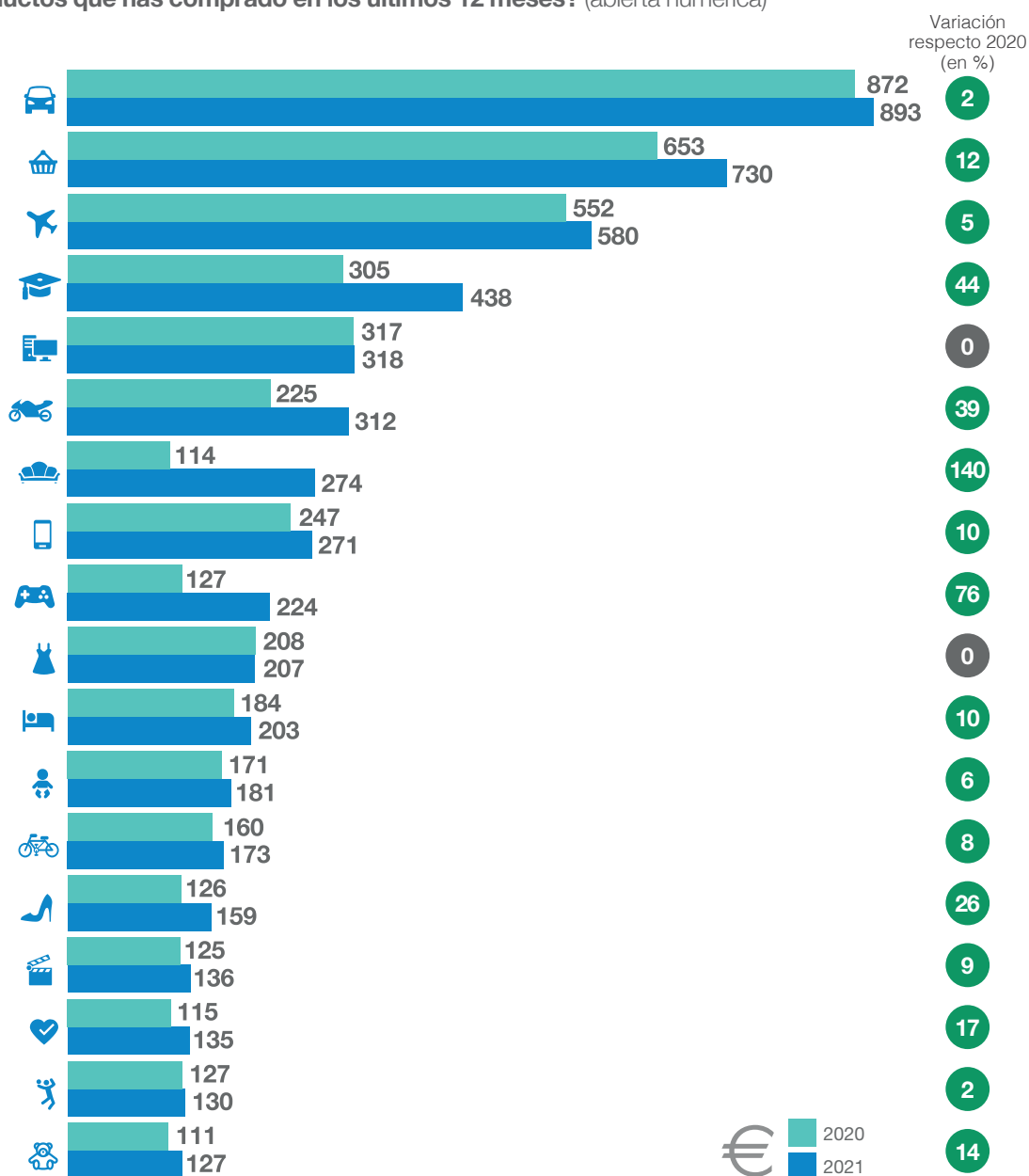
La clave está en la logística

El gasto medio total realizado por los españoles en sus compras por internet es de 2.336€, un 11% por encima de 2020 y de 2019. Los productos relacionados con el coche, alimentación y son los 3 sectores en los que mayor gasto medio se ha realizado.

GASTO MEDIO TOTAL



En concreto, ¿cuál es el importe específico que has gastado en cada una de las categorías de productos que has comprado en los últimos 12 meses? (abierta numérica)



Los puntos clave

Los Marketplace siguen por delante de las webs de las tiendas y las webs del fabricante en la mayoría de sectores.

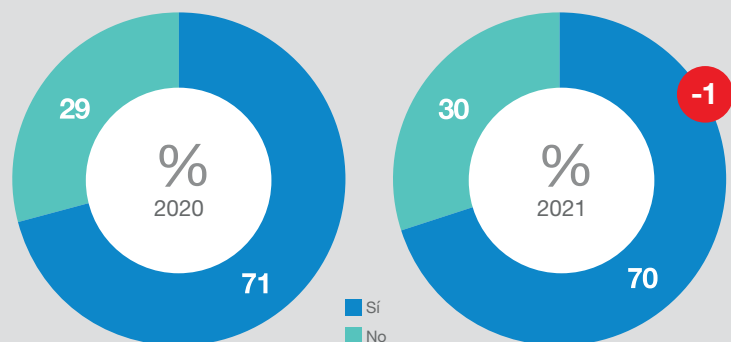
¿Dónde compraste los productos online?
(Respuesta múltiple)

	Marketplaces		Web de la tienda		Web del fabricante	
	2020	2021	2020	2021	2020	2021
Electrodomésticos / Tecnología	50	52	38	36	15	15
Dispositivos móviles y accesorios	58	54	27	27	15	18
Hogar	43	43	42	39	17	20
Deportes	36	37	51	48	19	20
Bicicleta y accesorios	40	41	37	36	15	17
Descanso	38	38	38	36	20	22
Gaming	48	48	34	33	16	17

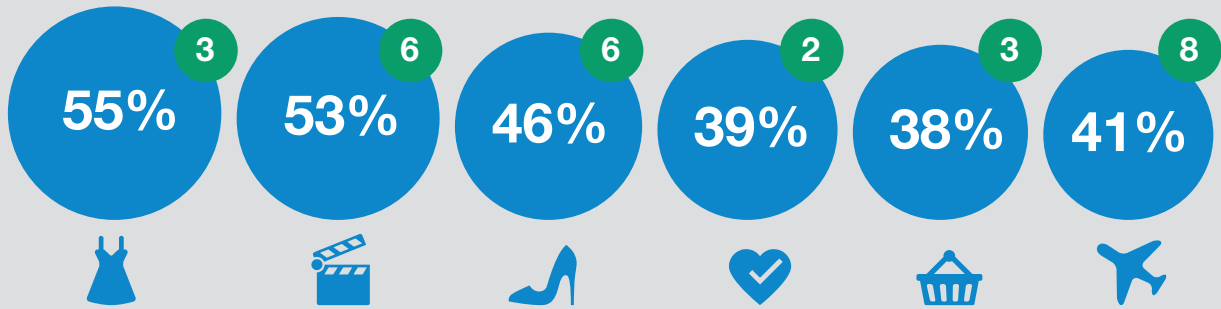
M-commerce

El 70% de los compradores online ha realizado alguna de sus compras a través de su móvil o tablet. Moda y ocio lideran las compras de mobile commerce

¿Has realizado alguna compra a través de tu dispositivo móvil (Smartphone o Tablet) en los últimos 12 meses? (respuesta única)



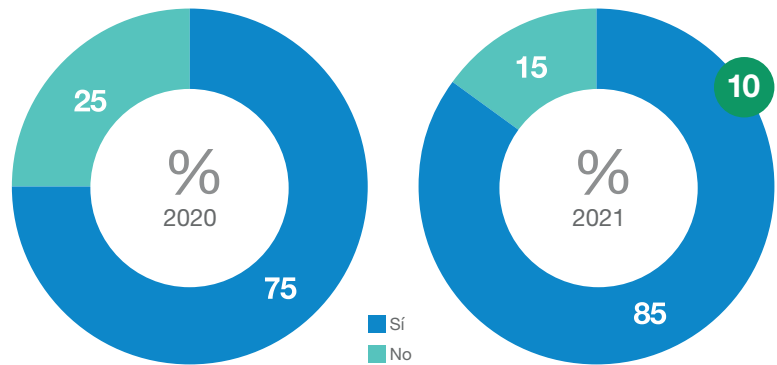
¿Cuáles de los siguientes productos o servicios adquiriste a través de estos en los últimos 12 meses? (Respuesta múltiple)



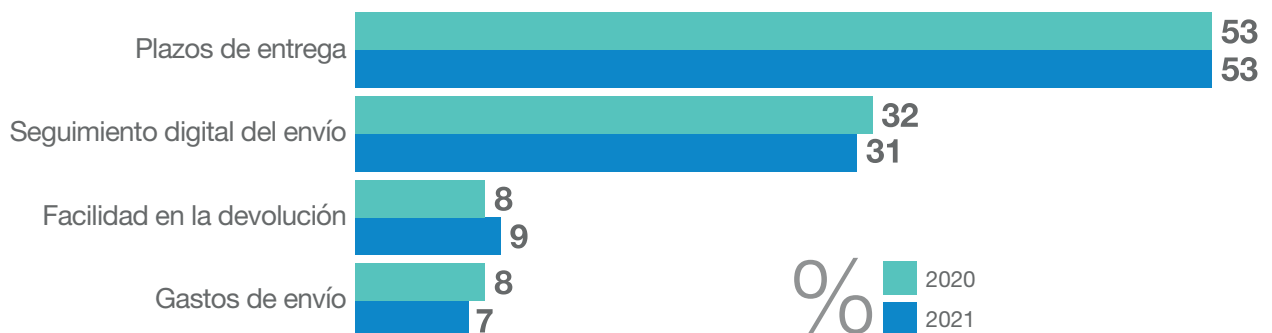
Logística y devoluciones

El 85% de los compradores online ha notado mejoras en los procesos de logística/transporte en el último año, sobretodo en los plazos de entrega.

¿Has notado una mejora en los procesos de logística/transporte en las compras online en los últimos años? (respuesta única)



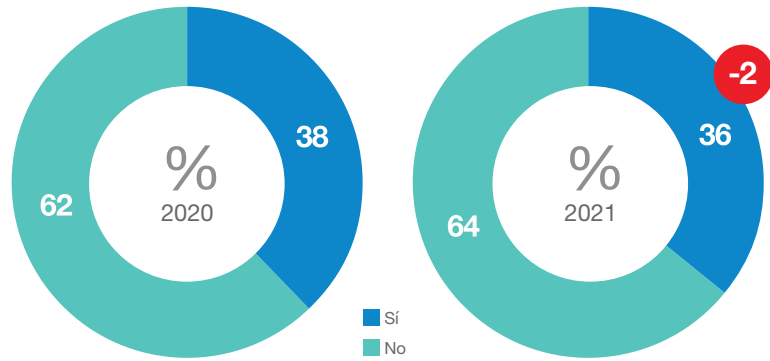
¿En qué aspecto/variable has notado una mayor mejora? (respuesta única)



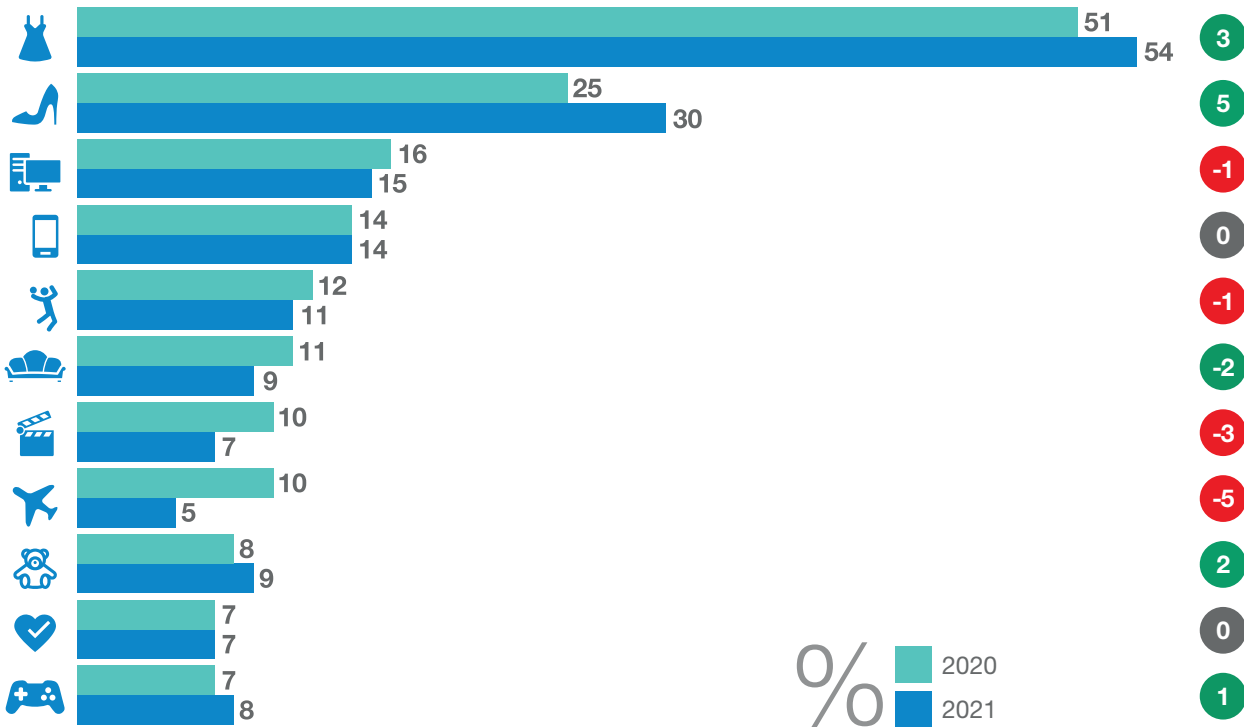
Los puntos clave

El 36% ha tenido que hacer alguna devolución de algún producto que compró online.

¿Has tenido que hacer alguna devolución (no cancelación) de algún producto o servicio comprado online en los últimos 12 meses? (respuesta única)



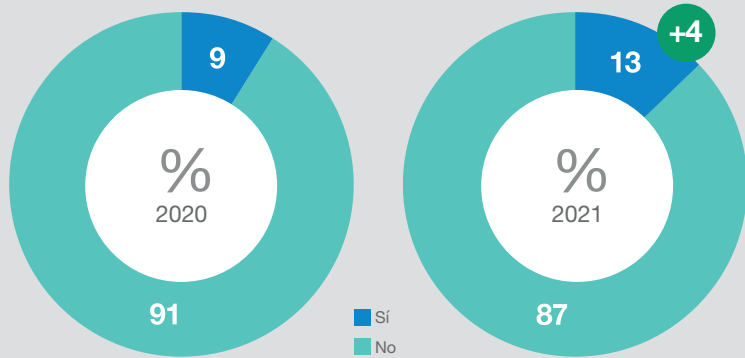
¿Qué producto/s o servicio/s has tenido que devolver en los últimos 12 meses? (respuesta múltiple)



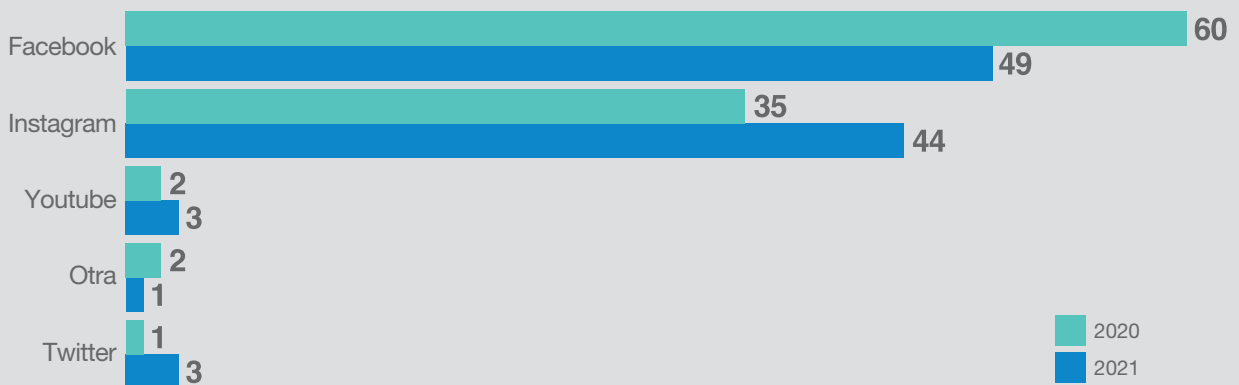
Redes sociales

Crecen las compras en redes sociales. Especial atención a las realizadas en Instagram.

¿Has realizado alguna compra a través de una red social? (respuesta única)



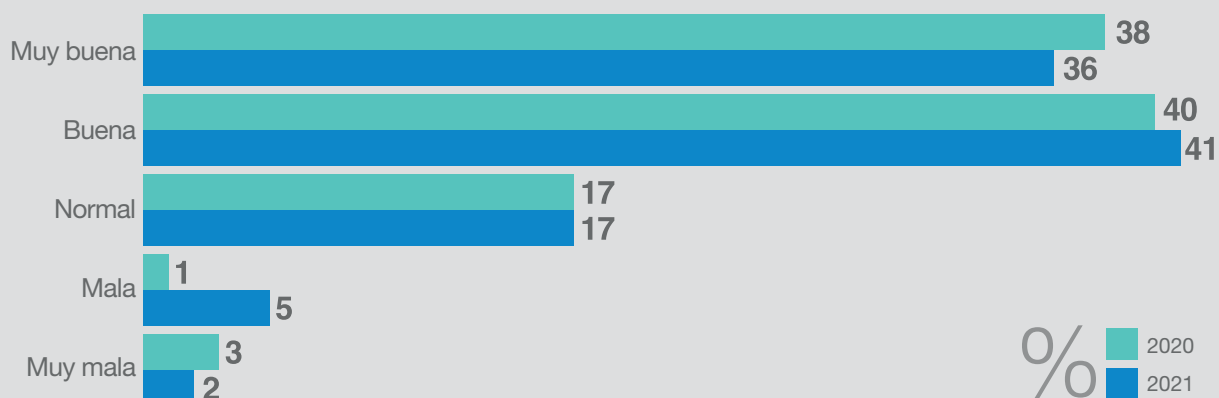
¿A través de qué red social realizaste la compra? (respuesta única)



Aspectos generales y tendencias en consumo y distribución online

Para 8 de cada 10 consumidores la experiencia de compra en redes sociales fue buena o muy buena

¿Cómo fue tu experiencia? (respuesta única)



La falta de confianza sigue siendo el principal freno a la hora de comprar a través de RRSS

¿Por qué no has realizado ninguna compra a través de una red social?? (respuesta única)




El Observatorio Cetelem eCommerce 2021


La clave está en la logística


Leyenda

 Turismo (billetes de avión, hoteles, ...)

 Moda

 Ocio (entradas, libros, restaurantes, ...)


 Calzado y complementos

 Dispositivos móviles


 Electrodomésticos / Tecnología

 Otros


 Alimentación


 Deportes (textil, máquinas fitness, ...)

 Hogar (mobiliario y decoración)

 Juguetes


 Formación

 Automóvil y accesorios

  (Variaciones 2019/2018 en puntos porcentuales)


 Productos para bebé

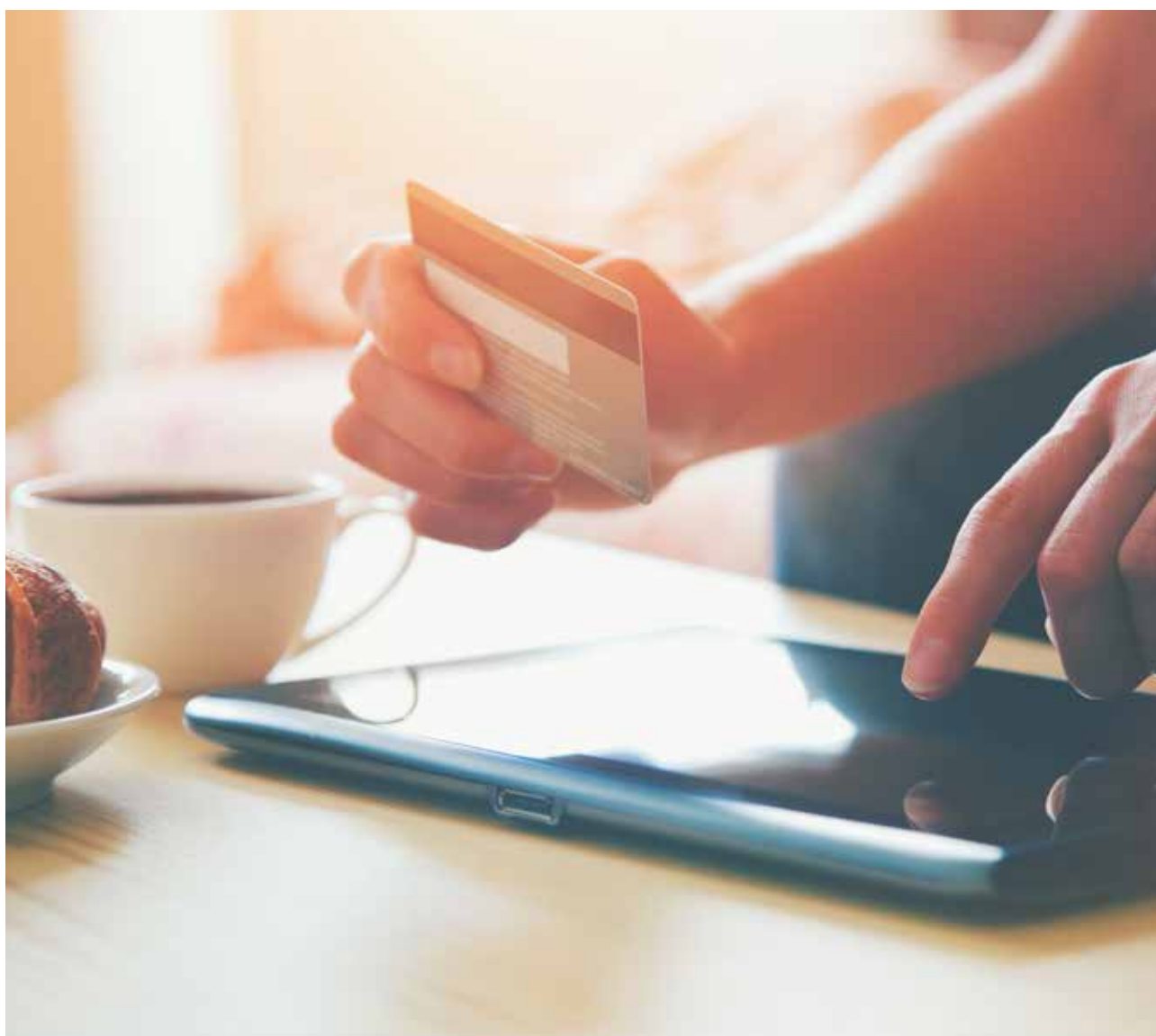
 Bicicleta y accesorios


 Moto y accesorios

 Gaming

 Descanso

 Salud y belleza

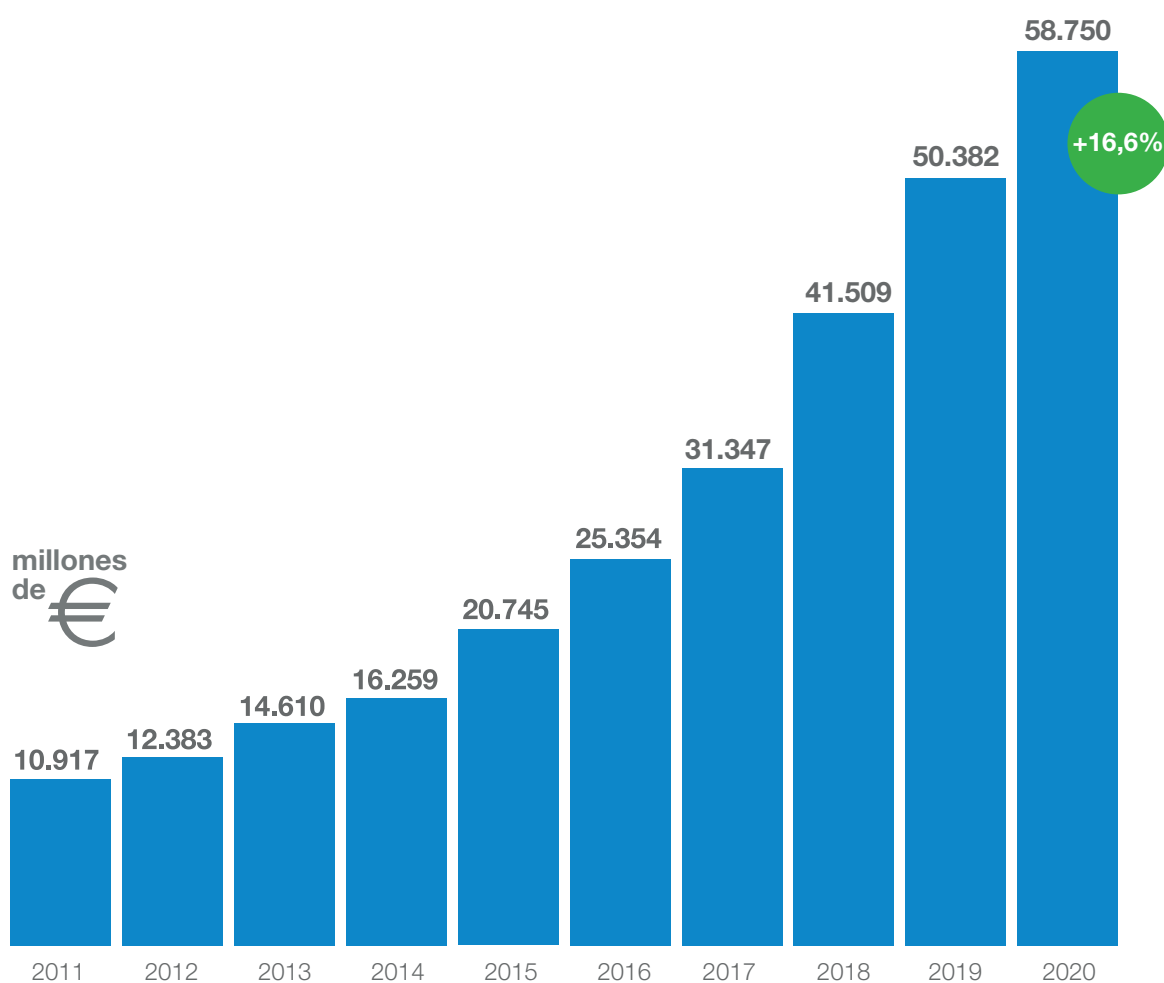




ASPECTOS
GENERALES Y
TENDENCIAS
EN CONSUMO Y
DISTRIBUCIÓN
ONLINE

Principales indicadores de comercio electrónico en España

Volumen de comercio electrónico B2C



Fuente: ONTSI. Estudio sobre comercio electrónico B2C 2020 (Edición 2021)

Antes de comenzar con el análisis de los resultados de la encuesta realizada a consumidores, ponemos en contexto cual es la situación del volumen de negocio del comercio electrónico en nuestro país.

Según los últimos datos publicados por ONTSI, el comercio electrónico B2C en España, creció en térmi-

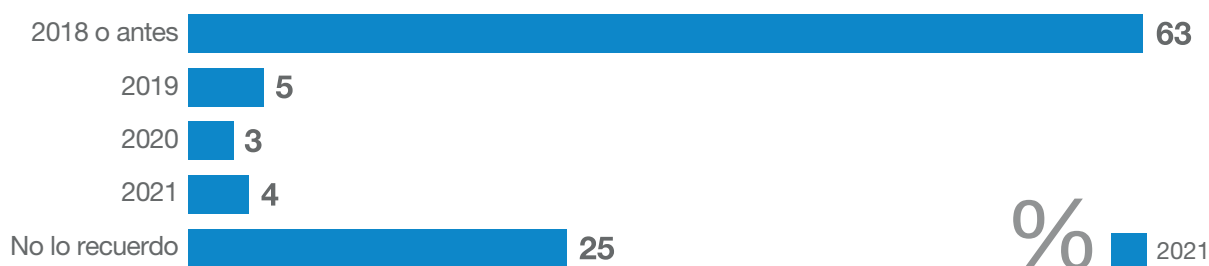
nos absolutos de 50.382 millones de euros en 2019 a 58.750 en 2020, lo que supone, un incremento anual del 16,6% frente al 21,4% registrado en el año 2019.

En la última década (2011 a 2020) el incremento del volumen de negocio total ha aumentado más del 400%, duplicándose en los últimos 5 años.

Aspectos generales y tendencias en consumo y distribución online

Aspectos generales

¿Cuándo compraste por primera vez por internet? (% respuesta única)



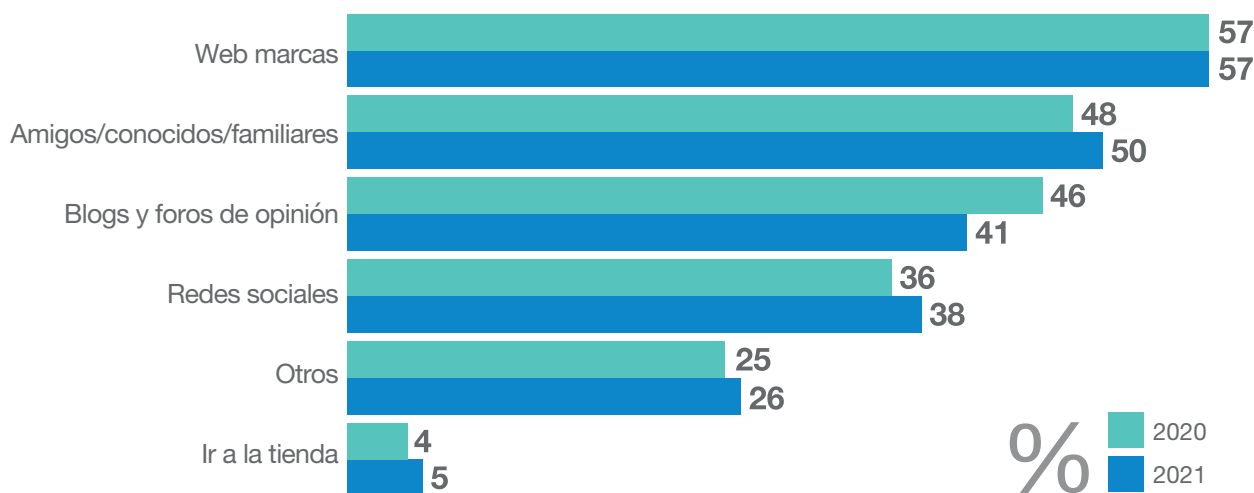
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2021

La mayoría de encuestados (63%) declara haber realizado su primera compra online antes de 2018, siendo el porcentaje mayoritario el de aquellos con edades

comprendidas entre los 25 y 34 años con un 65% de menciones.

Fuentes de información previas a la compra online

Antes de comprar un producto o servicio online, ¿Qué fuentes de información tiene en cuenta? (% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020

Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2021

El Observatorio Cetelem eCommerce 2021

La clave está en la logística

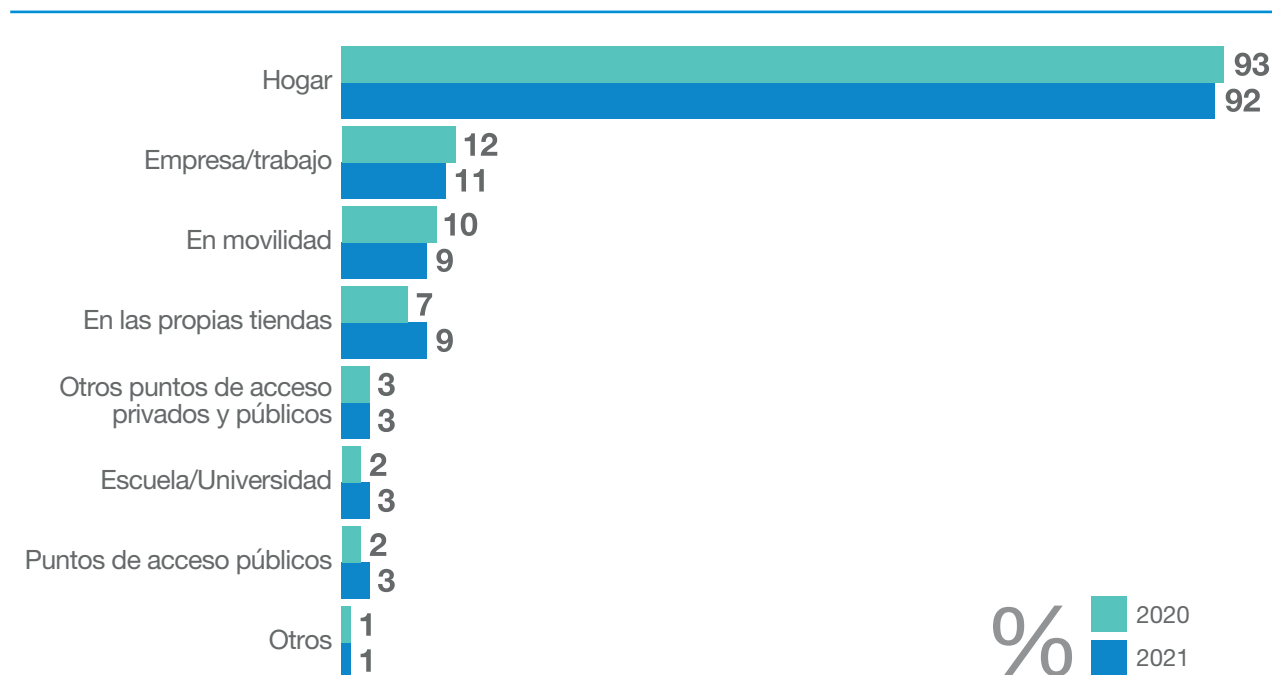
Las webs de las propias marcas continúan siendo la fuente de información más utilizada antes de realizar la compra online, así lo manifiestan un 57% de los encuestados, destacando por encima de la media, aquellos consumidores con edades entre los 45 y 75 años con un 64% de menciones.

Las consultas previas a amigos o familiares, se reafirman en la segunda posición con un 50% de menciones y un incremento de 2 puntos respecto a 2020.

Las consultas realizadas en blogs y foros de opinión, presentan por segundo año consecutivo un descenso (41% vs 46% en 2020). Por el contrario, la búsqueda de información en redes sociales aumenta 2 puntos respecto al año anterior, con un 38% de menciones frente al 36% de 2020.

Lugar de acceso para las compras online

Habitualmente, ¿Desde qué lugar realiza sus compras por internet? (% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020

Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2021

Al igual que el año anterior, el lugar desde donde mayoritariamente los españoles realizan sus compras online es el hogar, con un 92% de menciones y un ligero descenso de 1 punto porcentual.

El lugar de trabajo continúa ocupando el segundo puesto, pero a mucha distancia de las compras realizadas desde casa, sólo el 11% de los encuestados declara haber realizado alguna compra online desde su lugar de trabajo, mostrando un ligero descenso de un punto respecto a 2020.

Las compras en movilidad son declaradas por el 9% de encuestados, destacando por encima de la media aquellos con edades entre los 25 y 34 años con un 13% de menciones.

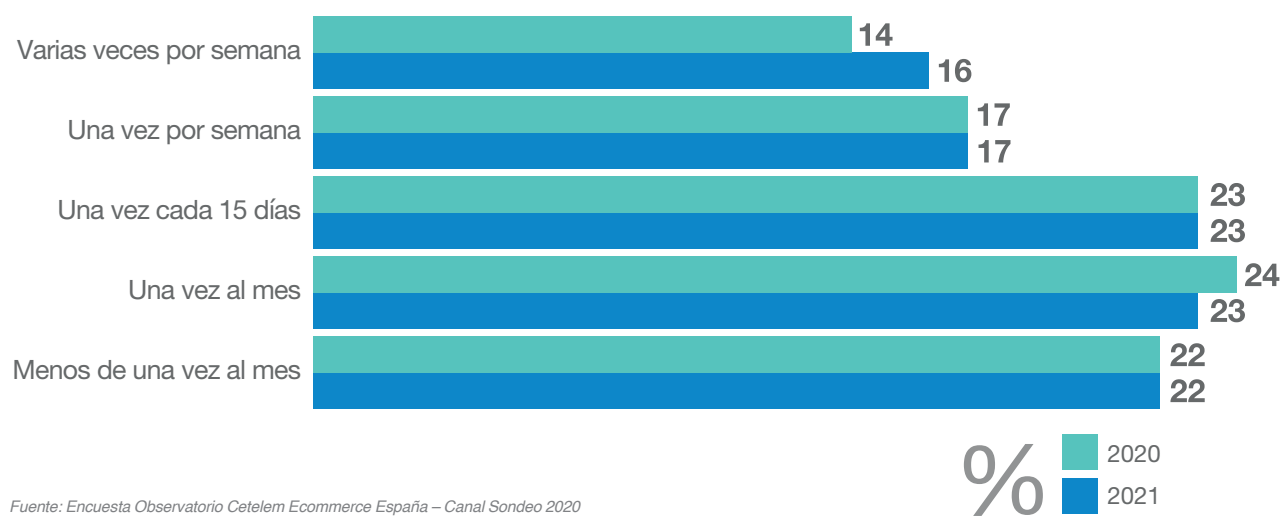
Aunque todavía presentan un porcentaje muy bajo, las compras realizadas desde las propias tiendas van ganando terreno poco a poco (9% vs 7% en 2020), sobre todo entre los compradores más jóvenes entre los 18 y 24 años, que destacan 7 puntos por encima de la media, con un 16% de menciones.

Aspectos generales y tendencias en consumo y distribución online

Frecuencia de compra online

¿Con qué frecuencia suele realizar sus compras online?

(% respuesta única)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020

Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2021

La tendencia en este sentido es clara, la frecuencia de compra online es cada vez mayor desde hace varios años. El 16% de encuestados afirma realizar una o varias compras por semana frente al 14% del año anterior, destacando por encima de la media aquellos compradores con edades comprendidas entre los 25 y 34 años, con un 23% de menciones.

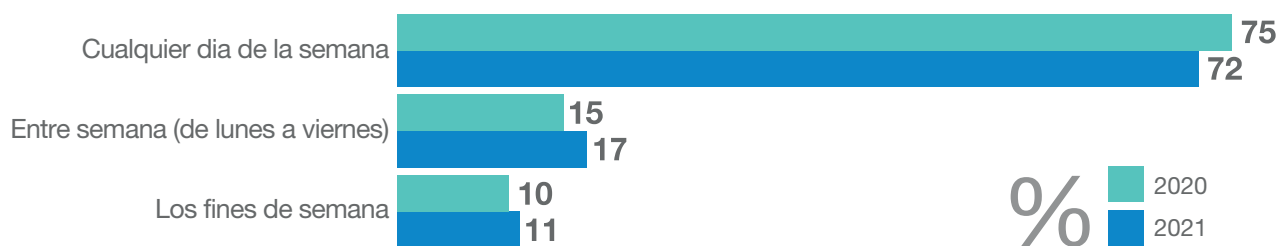
El 17% declara realizar compras online una vez por semana y el 23% cada quince días, ambos porcentajes se mantienen respecto a 2020.

Se observa un ligero descenso y estancamiento, en el porcentaje de aquellos que realizan compras con menor frecuencia.

El Observatorio Cetelem eCommerce 2021

La clave está en la logística

Principalmente, ¿en qué momento sueles realizar tus compras online? (% respuesta única)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020
Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2021

La mayoría de encuestados declara realizar sus compras cualquier día de la semana (72%).

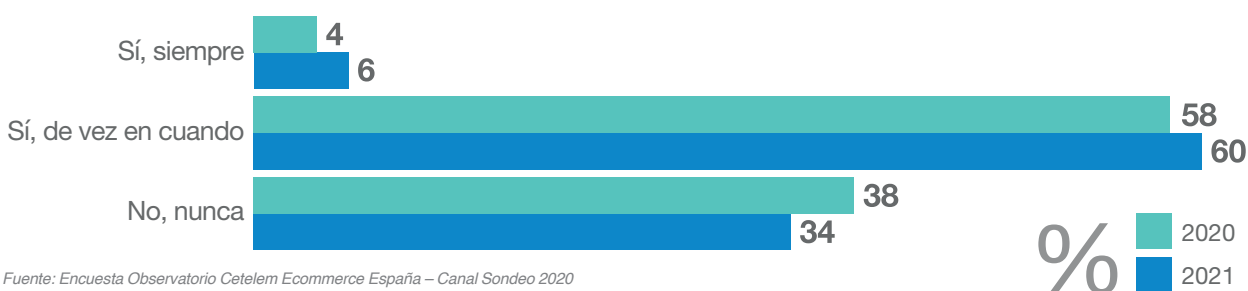
destacando por encima de la media los consumidores entre 18 y 24 años con un 23% de menciones.

El 17% de encuestados y con un incremento de 2 puntos respecto a 2020, prefiere comprar online entre diario,

El 11% opta por el fin de semana para realizar sus compras, aumentando ligeramente respecto al año anterior.

Búsqueda offline, compra online

En sus compras online, ¿suele ir a la tienda física antes de comprar finalmente su producto online? (% respuesta única)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020
Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2021

En general, observamos una tendencia hacia la necesidad de visitar la tienda física antes de realizar la compra online. La gran mayoría de consumidores encuestados, afirma acudir en algunas ocasiones a la tienda física antes de realizar su compra online (60% vs 58% en 2020) y el 6% (4% en 2020), declara visitar siempre la tienda antes de realizar cualquier adquisición por internet. En este sentido, destacan los consumidores entre 25 y 34 años

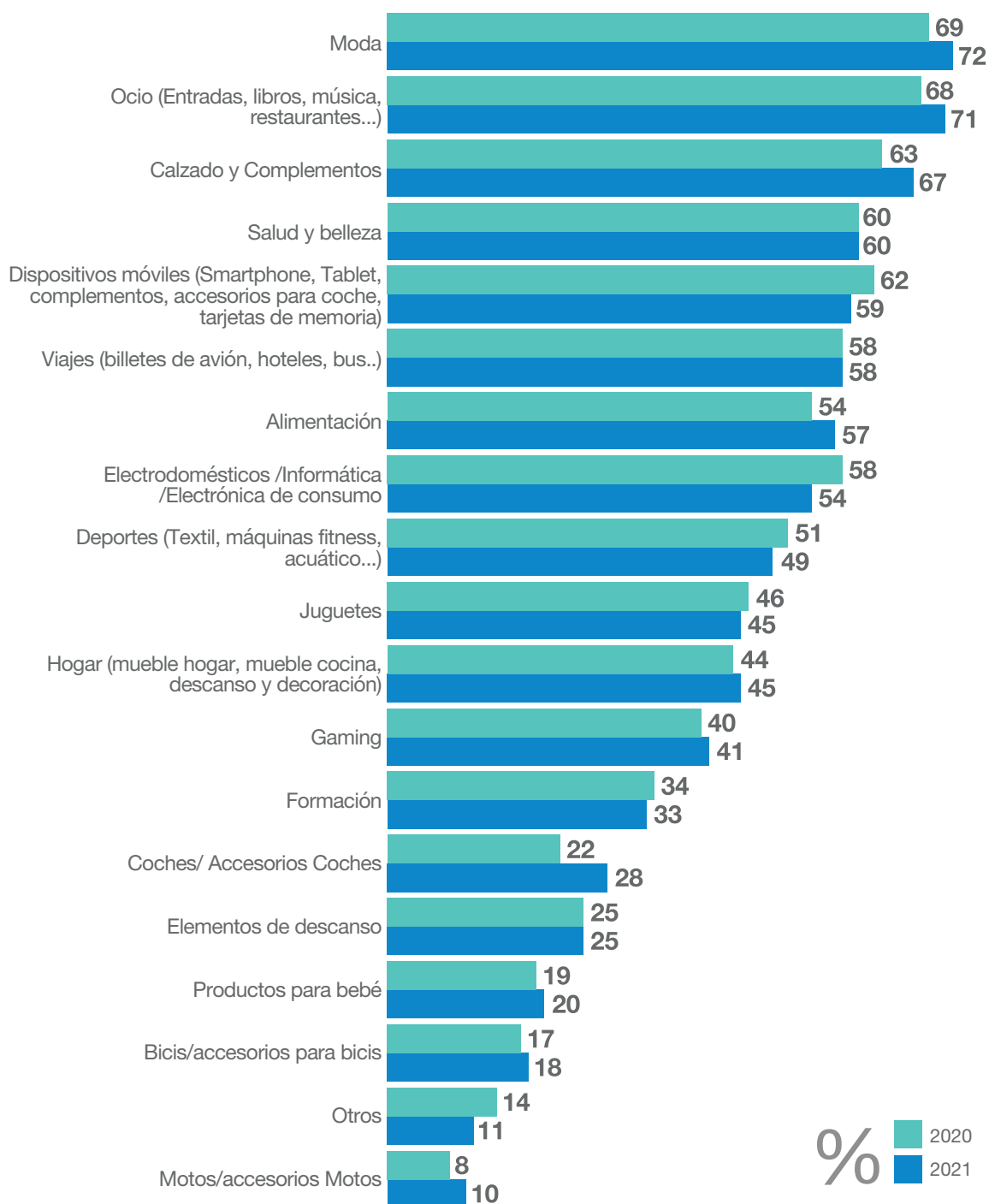
con un 9% de menciones.

En el lado opuesto y con un descenso de 4 puntos porcentuales respecto al año anterior, está el 34% que declara que no acude nunca a la tienda física antes de realizar una compra online.

Aspectos generales y tendencias en consumo y distribución online

Productos y servicios comprados online

¿Qué productos y/o servicios ha comprado online en los últimos 12 meses?
(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020

Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2021

El Observatorio Cetelem eCommerce 2021

La clave está en la logística

Según la encuesta realizada este año 2021, el porcentaje de compradores aumenta respecto al año anterior en todos los productos analizados excepto en electro/tecnología (-4 pts), dispositivos móviles (-3 pts), textil /accesorios deportes (-2 pts) y juguetes (-1 pto).

El Top 5 de productos más comprados online en los últimos 12 meses lo configuran por este orden: la moda

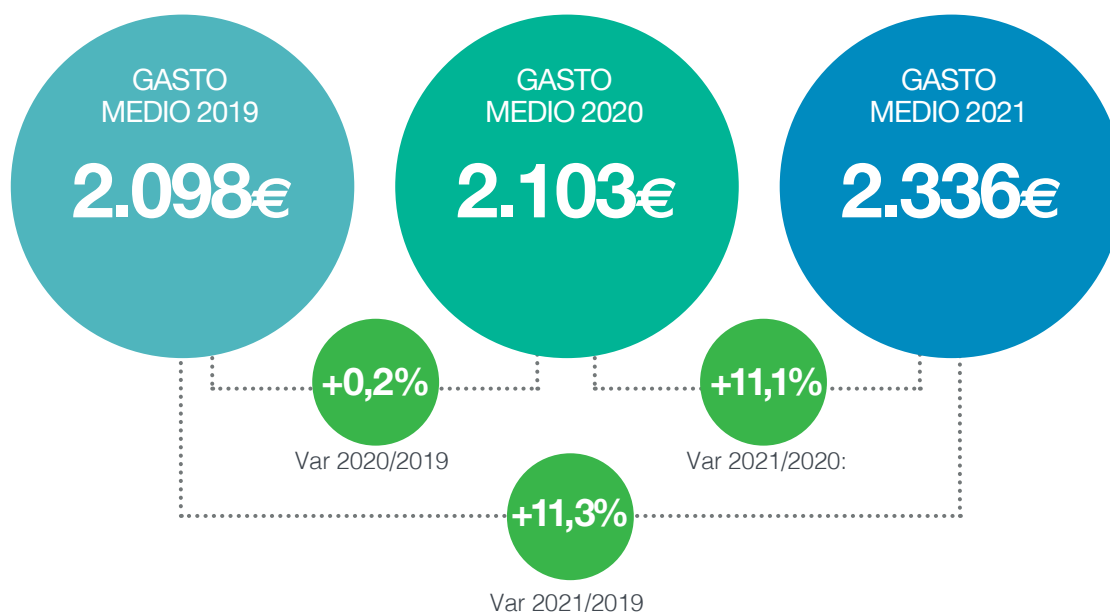
con un 72% de menciones (+3 puntos vs 2020), el ocio con un 71% (+3 puntos vs 2020), calzado y complementos con un 67% vs 63% el año anterior. Los productos de salud y belleza con un 60% de menciones se posicionan en el cuarto lugar y para cerrar este ranking tenemos dispositivos móviles y accesorios con un 59% vs 62% del año anterior.



Aspectos generales y tendencias en consumo y distribución online

Importe medio gastado en las compras online

¿Y cuál ha sido el importe total gastado en todas sus compras online realizadas en los últimos 12 meses? (En % y gasto realizado en €)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2019

Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020

Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2021

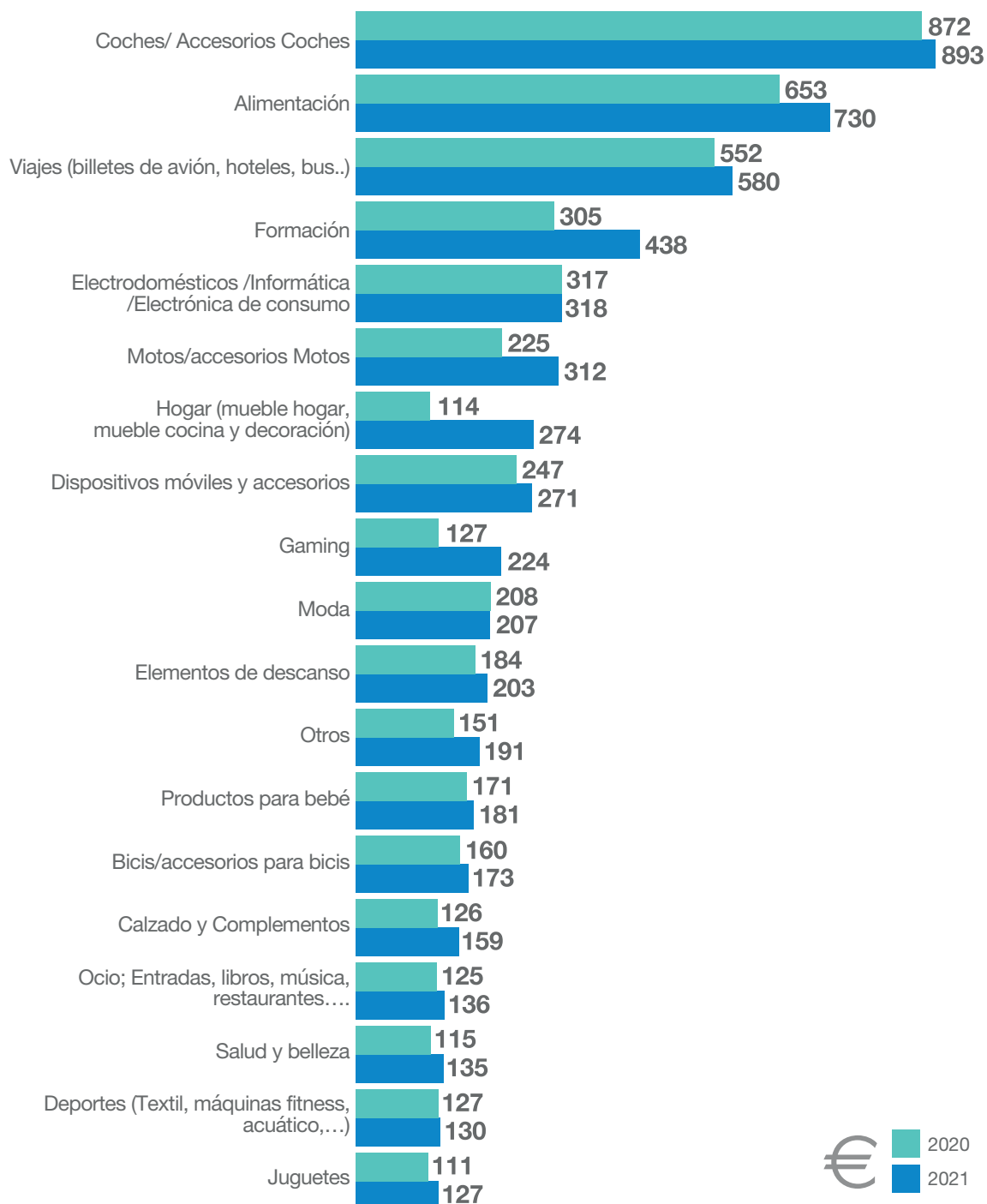
El gasto medio realizado por los españoles que han comprado online en 2021 asciende a 2.336€ lo que supone importante crecimiento del 11,1% respecto al año anterior. Si segmentamos por edades, son los internautas con edades entre los 25 y 34 años los que declaran un mayor gasto que asciende a los 2.562€ (un 10% más que la media).

Es importante señalar que el crecimiento del gasto medio respecto al 2019 (periodo pre-pandemia) es ligeramente superior al obtenido este año (11,3%).

Gasto medio realizado por producto

¿Y cuál ha sido el importe medio gastado en sus compras online en los siguientes productos o servicios realizadas en los últimos 12 meses?

(En % y gasto realizado en €)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020

Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2021

Aspectos generales y tendencias en consumo y distribución online

Lo más destacable respecto al año anterior, es el aumento del gasto medio realizado en todos los sectores analizados.

El top 3 de sectores donde más gasto han realizado los consumidores son: coches y accesorios con un gasto medio declarado de 893€ y un ligero crecimiento del

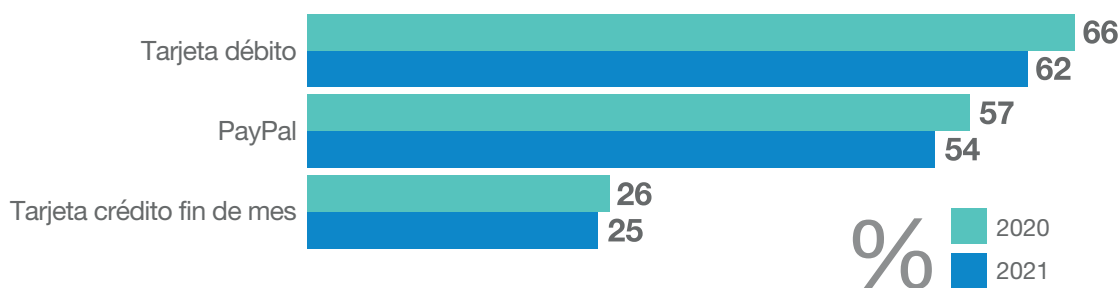
+2% respecto a 2020, alimentación con un desembolso de 730€ (+12%) y viajes con un gasto medio de 580€ y un incremento del 5% respecto a 2020.

Los desembolsos realizados en las compras online del sector hogar y gaming, son los que más han crecido respecto al 2020.

Medio de pago y financiación

¿Qué formas de pago utilizaste en tus compras realizadas por Internet?

(% respuesta múltiple. Top 3 medio de pago)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020

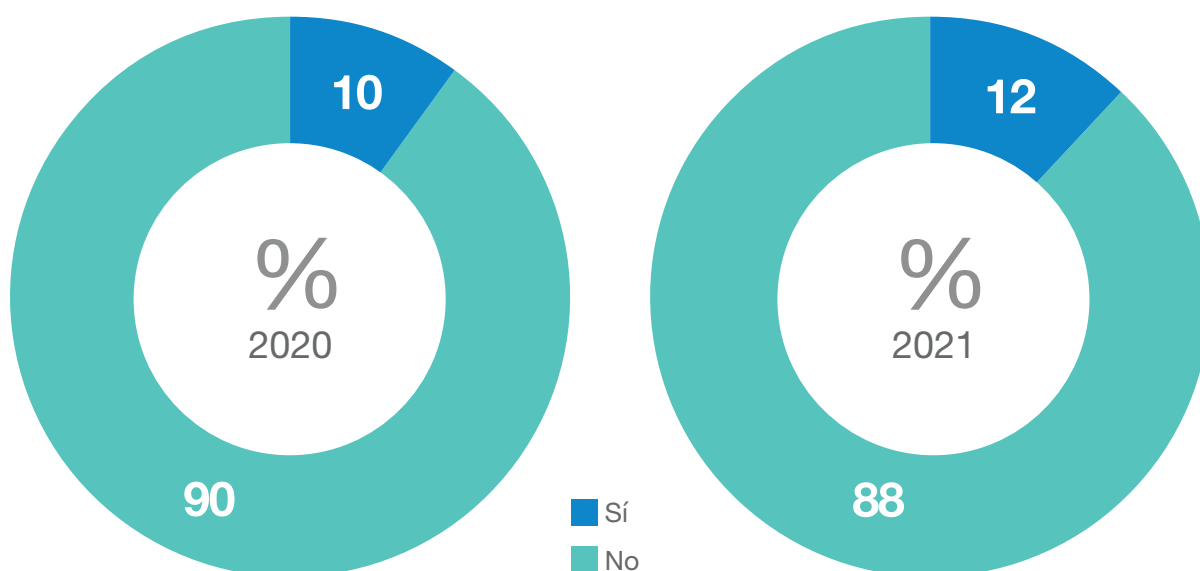
Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2021

Los medios de pago más utilizados por los consumidores en sus compras online, son la tarjeta de débito y Paypal, con un 62% y un 54% de menciones respectivamente.

En ambos casos se produce un descenso respecto a los datos obtenidos en 2020.

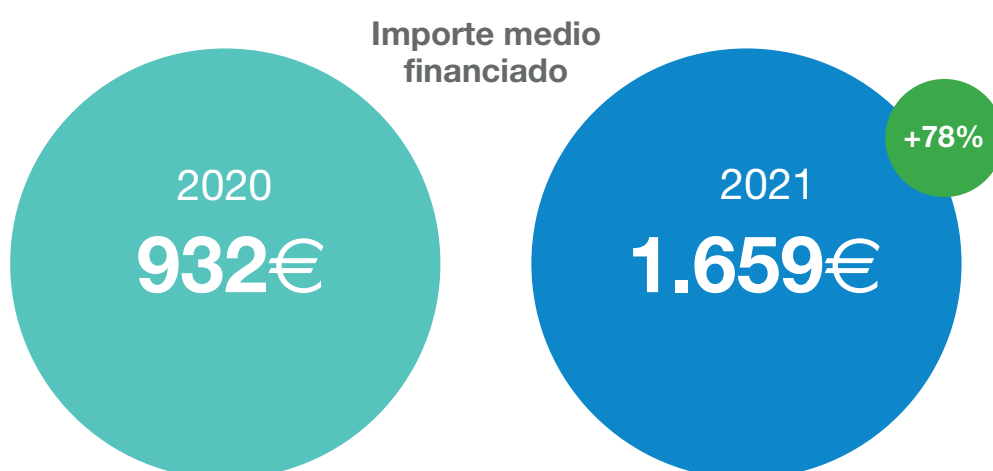
El top 3 lo cierra el pago realizado con tarjeta de crédito fin de mes con un 25% de respuestas obtenidas.

En los últimos 12 meses, ¿has financiado alguna de las compras online que has realizado? (% respuesta única)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020
Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2021

¿Cuál ha sido el importe total que has financiado? (abierto numérica)



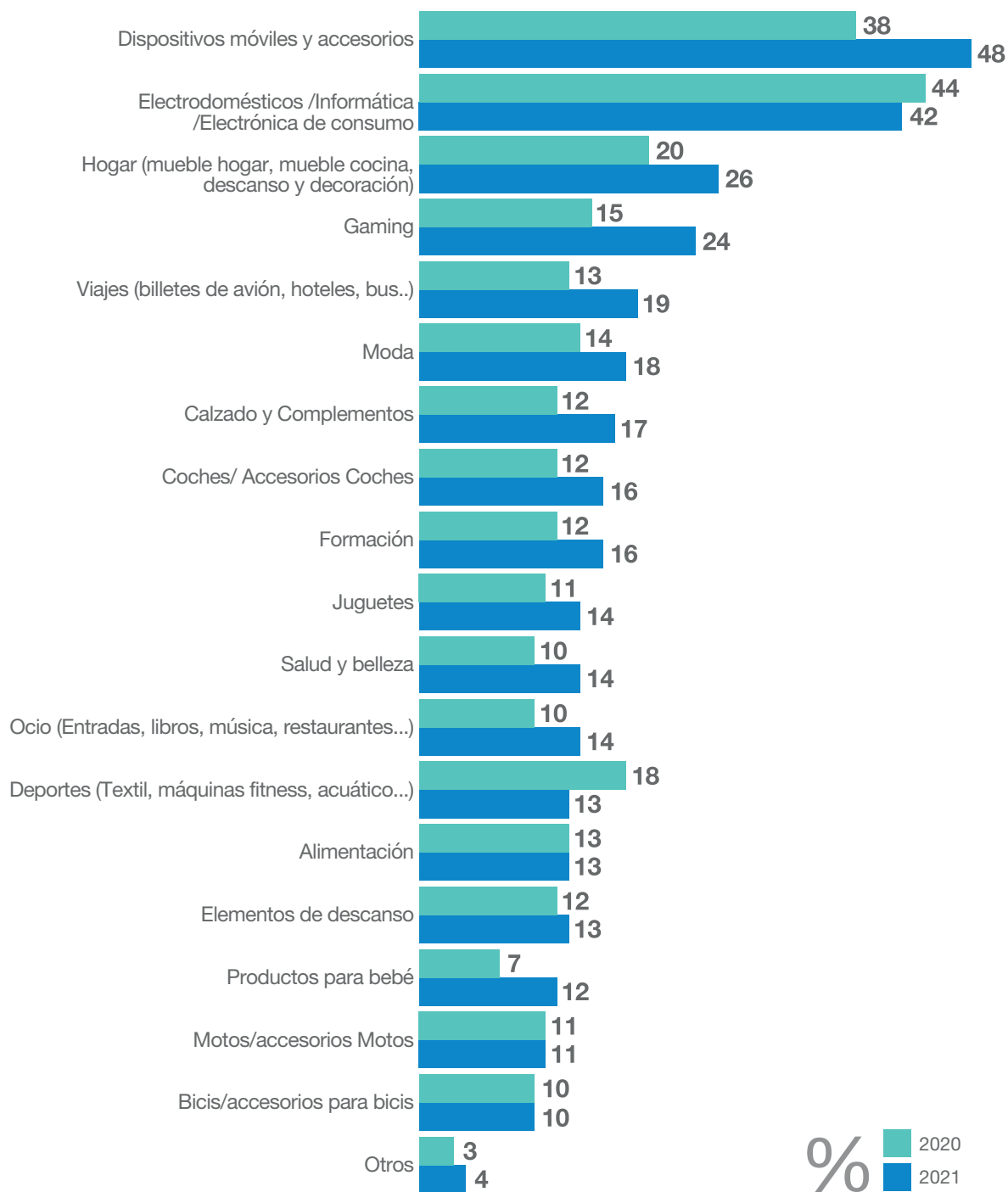
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020
Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2021

El 12% de los encuestados declara haber financiado alguna de las compras que ha realizado por internet, con un incremento de 2 puntos respecto al año ante-

rior. El importe medio financiado en 2021 asciende a unos 1.659€ lo que supone un fuerte incremento del 78% respecto al 2020.

Aspectos generales y tendencias en consumo y distribución online

¿Qué tipo producto/s o servicio/s has financiado en tus compras online? (% Respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020

Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2021

El Observatorio Cetelem eCommerce 2021

La clave está en la logística

A diferencia del año anterior, la mayoría de los porcentajes de financiación aumentan respecto al año anterior, salvo aquellos relacionados con los electrodomésticos/tecnología y los productos deportivos.

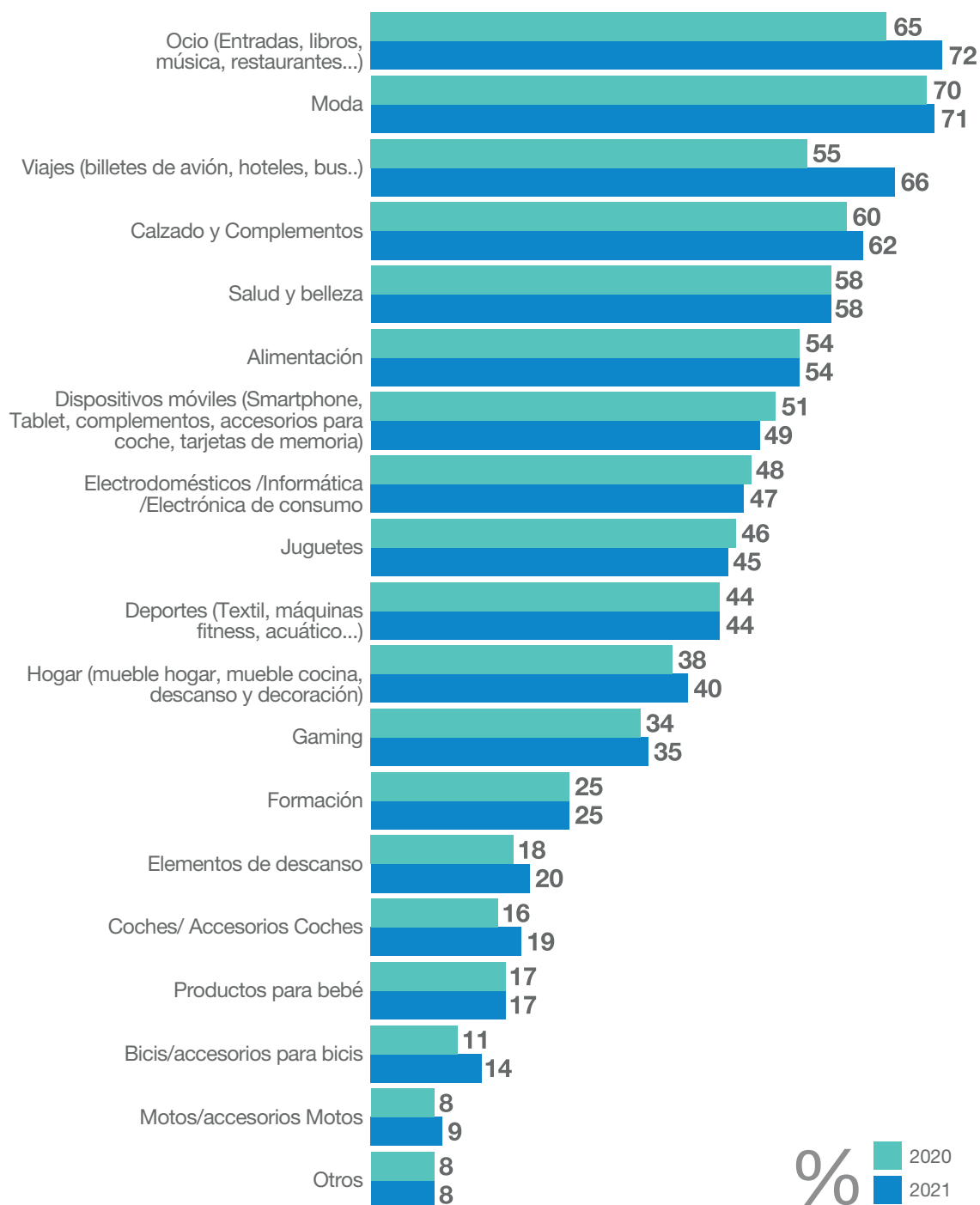
Los productos más financiados por aquellos que declaran haber utilizado este medio de pago son los dispositivos móviles (48% vs 38% en 2020), los electrodomésticos/tecnología (42% vs 44% en 2020), los muebles de hogar (26% vs 20% en 2020) y los productos relacionados con el gaming (24% vs 15% en 2020).



Aspectos generales y tendencias en consumo y distribución online

Intención de compra en los próximos 12 meses

¿Qué productos y/o servicios tiene intención de comprar online en los próximos 12 meses? (% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020

Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2021

El Observatorio Cetelem eCommerce 2021

La clave está en la logística

El top 3 de productos con mayor intención de compra de cara a los próximos 12 meses son ocio (72%), moda (71%) y calzado y complementos (62%).

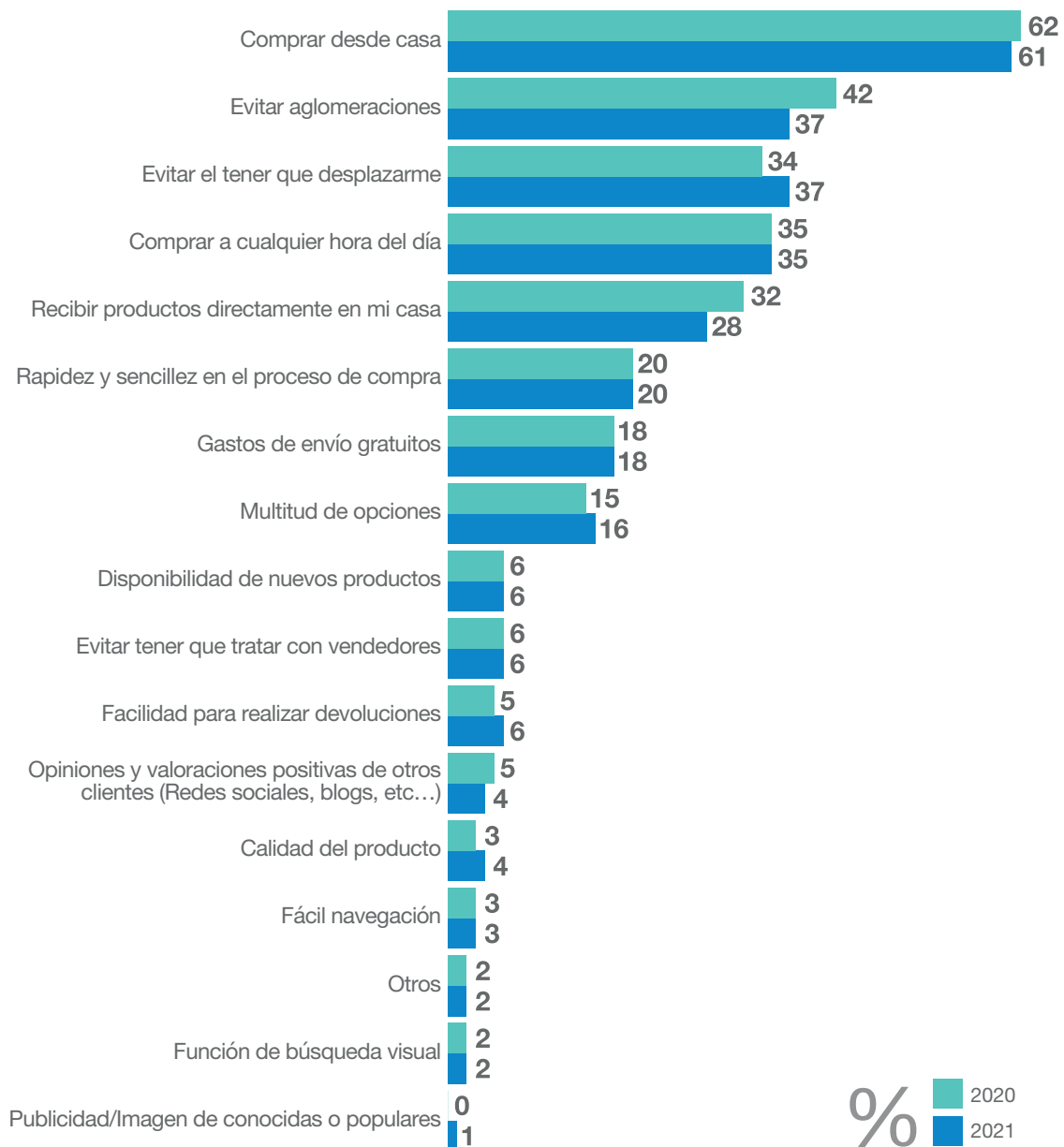
Las intenciones de compra que presentan un mayor crecimiento son las relacionadas con el sector viajes con un 66% de menciones y un incremento de 12 puntos respecto a las manifestadas el año anterior.



Aspectos generales y tendencias en consumo y distribución online

Aspectos positivos y negativos de la compra online

Indique los 3 aspectos más positivos a la hora de realizar compras online
(En % respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020
Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2021

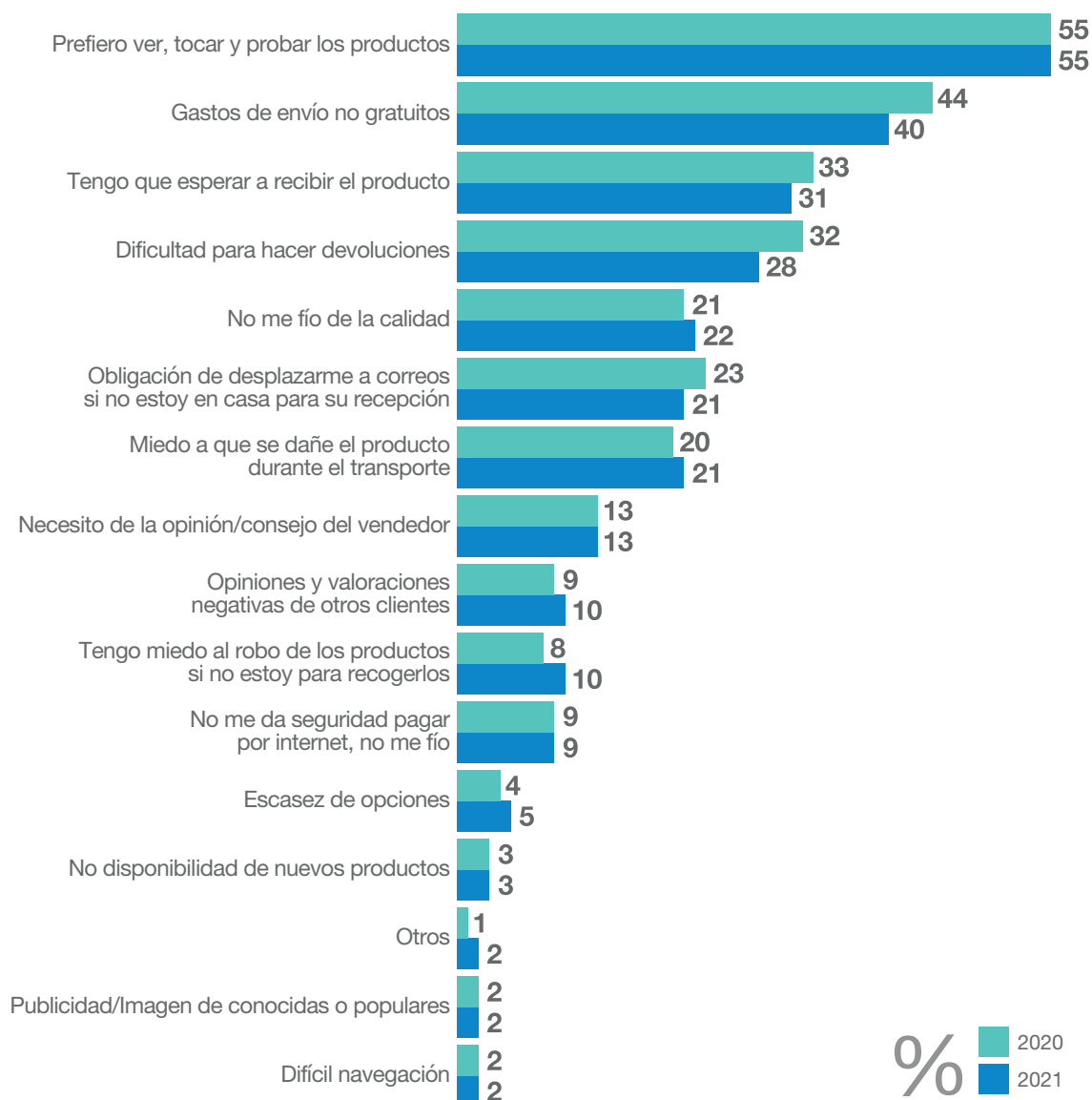
Los tres aspectos más valorados de la compra online por los consumidores, son al igual que el año anterior el poder realizar la compra desde casa (61%), y el evi-

tar aglomeraciones y desplazamientos con un 37% de menciones en ambos casos.

El Observatorio Cetelem eCommerce 2021

La clave está en la logística

Indique los 3 aspectos más negativos a la hora de realizar compras online
(En % respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020

Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2021

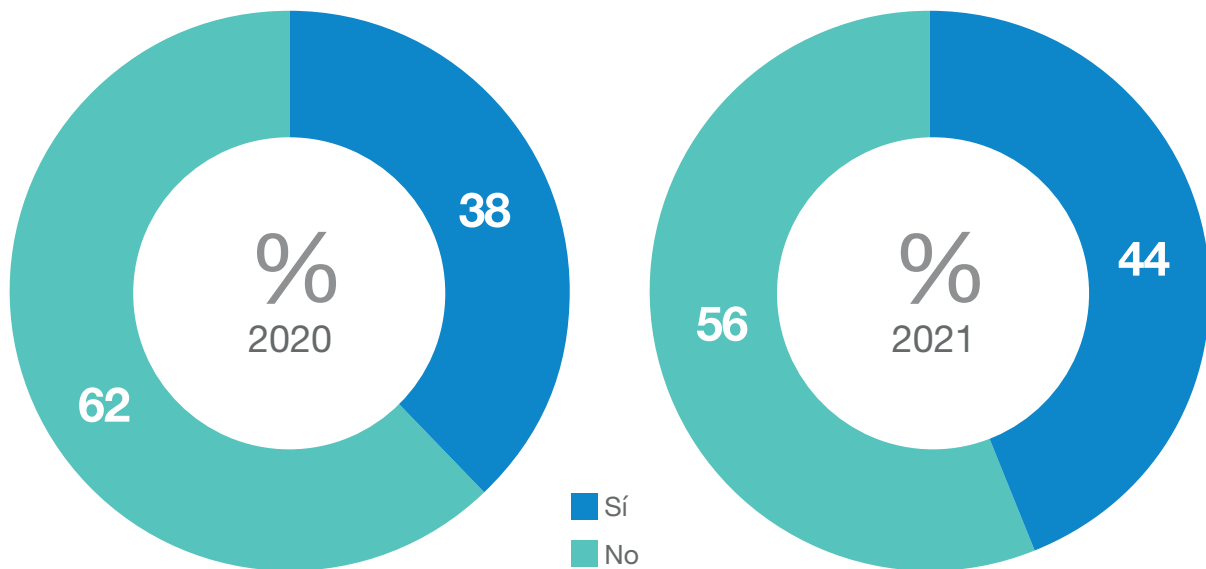
Los tres aspectos considerados más negativos a la hora de comprar online, son la necesidad de ver y

tocar el producto (55%), los gastos de envío (40%) y el tener que esperar a recibir el producto (31%).

Aspectos generales y tendencias en consumo y distribución online

Compra y venta entre particulares

¿Has comprado algún producto a un particular a través de internet?
(% respuesta única)

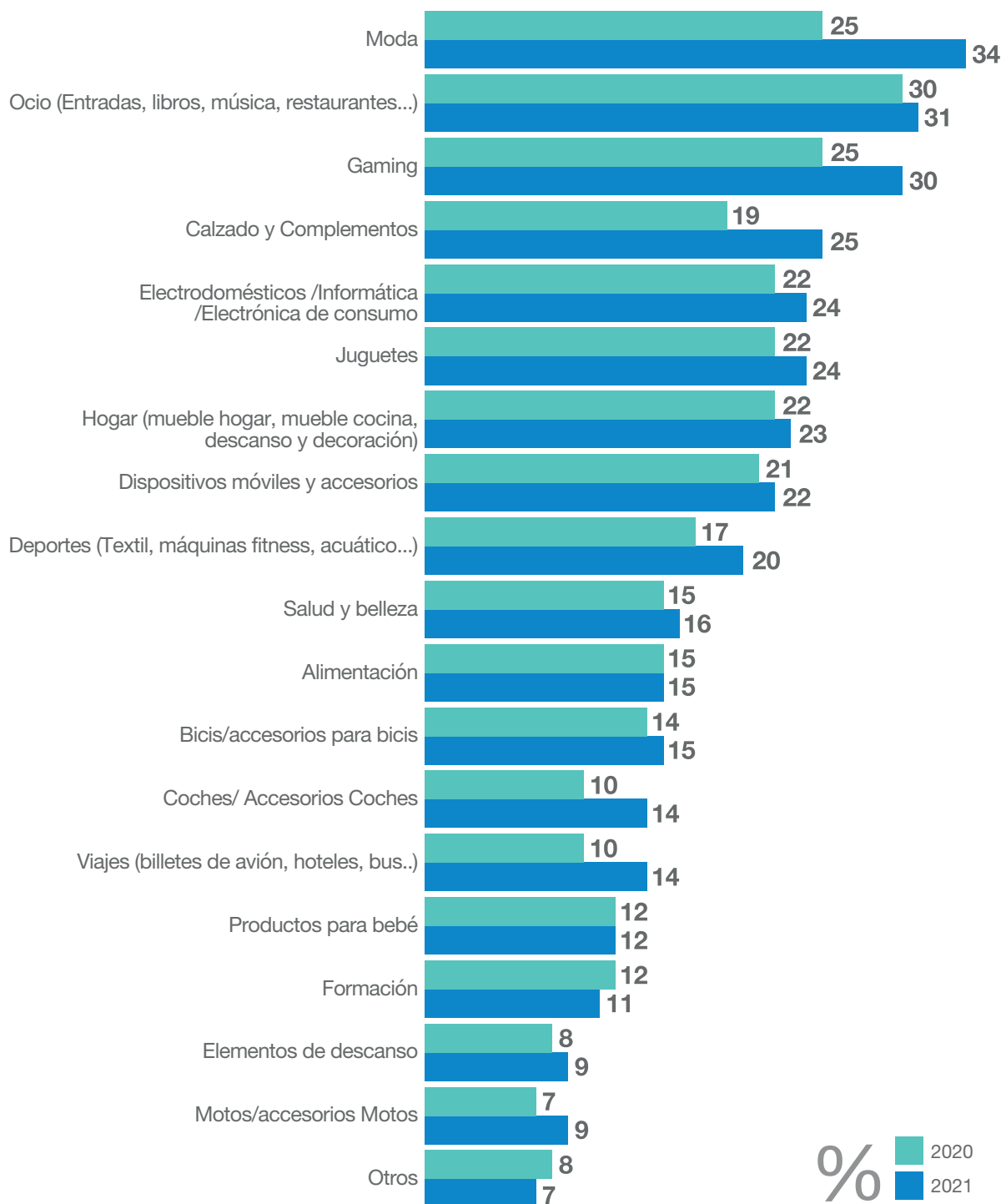


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020
Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2021

El Observatorio Cetelem eCommerce 2021

La clave está en la logística

¿Cuál es el producto/s que has comprado? (% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020

Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2021

Aspectos generales y tendencias en consumo y distribución online

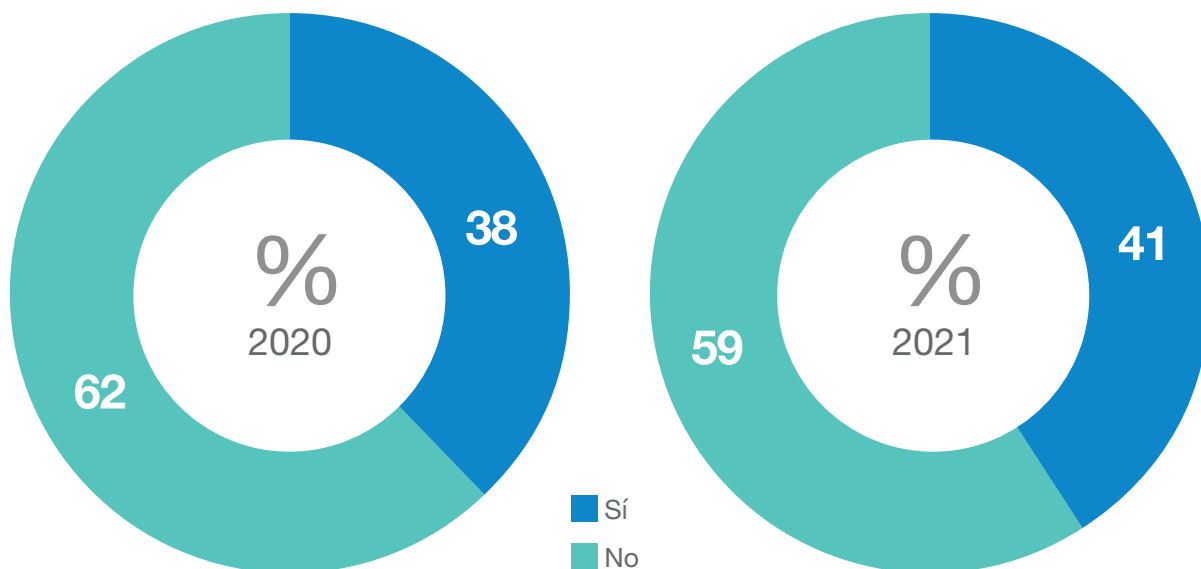
El porcentaje de internautas que ha comprado algún producto a un particular a través de alguna plataforma online se sitúa en el 44% frente al 38% del año anterior, lo que supone un incremento de 6 puntos porcentuales respecto a 2020.

Moda, ocio y gaming, son los productos que más han comprado, con incrementos respecto al año anterior en los tres casos.

Destacar que en general se observa un aumento en el porcentaje manifestado en todos los sectores analizados.

¿Has vendido algún producto a un particular a través de internet?

(% respuesta única)

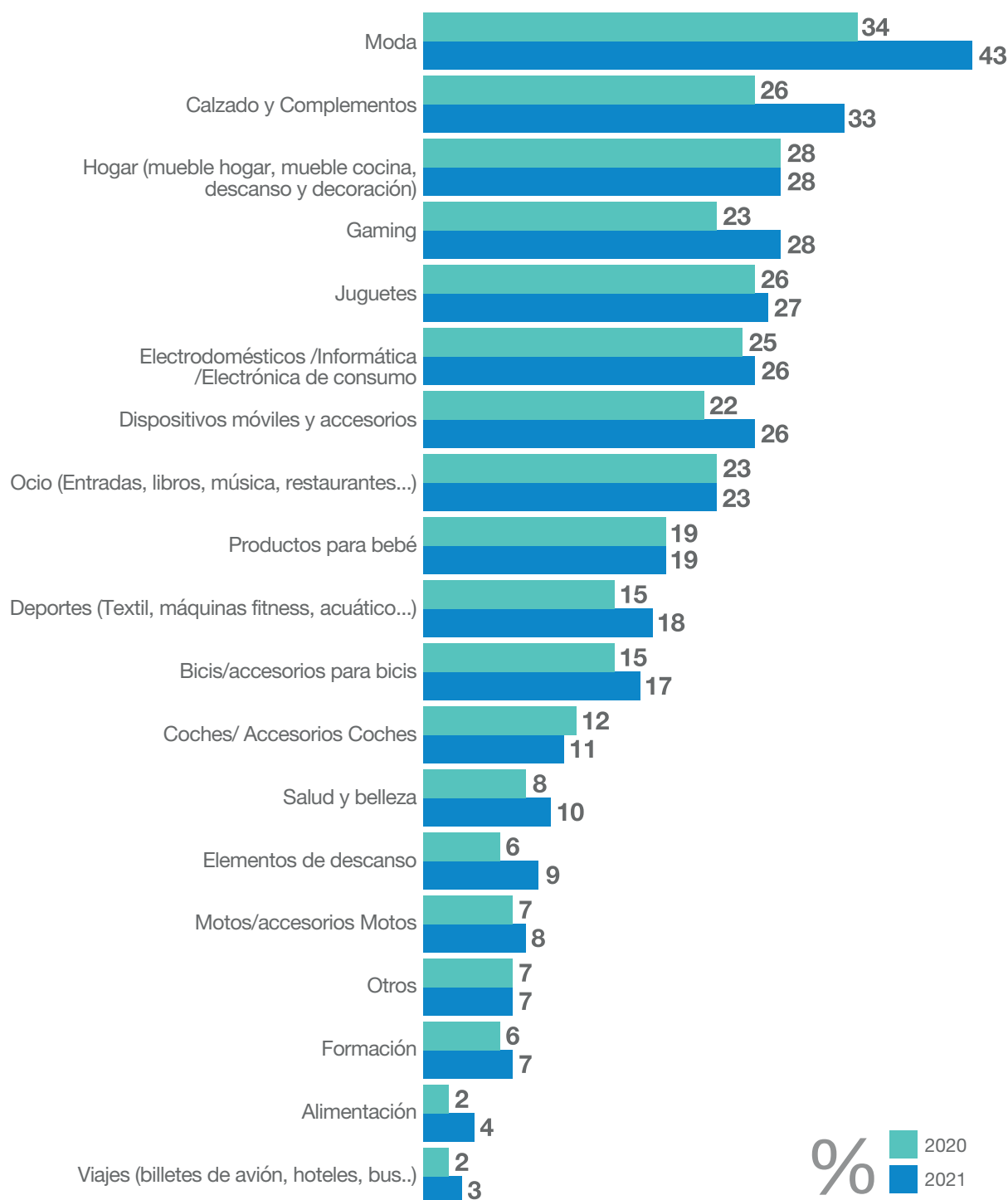


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020

Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2021

El Observatorio Cetelem eCommerce 2021
La clave está en la logística

¿Cuál es el producto/s que has vendido? (% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020

Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2021

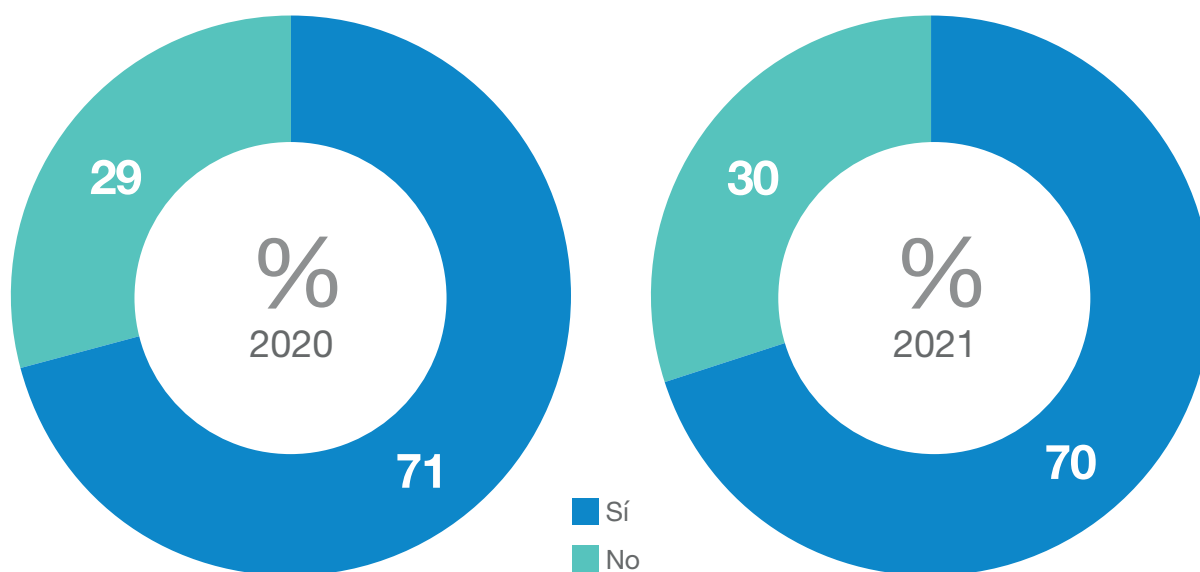
Aspectos generales y tendencias en consumo y distribución online

El porcentaje de internautas que ha vendido algún producto a un particular a través de alguna plataforma online se sitúa en el 41% frente al 38% del año anterior, lo que supone un aumento de 3 puntos porcentuales respecto al 2020.

En lo que respecta al análisis de los productos más vendidos, la moda es sin lugar a dudas la que destaca por encima del resto con un 43% de menciones y un aumento de 9 puntos respecto al año anterior. Le siguen el calzado/complementos con un 33% de menciones y un aumento de 7 puntos.

M-commerce

¿Has realizado alguna compra a través de tu dispositivo móvil (Smartphone o Tablet) en los últimos 12 meses? (% respuesta única)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020

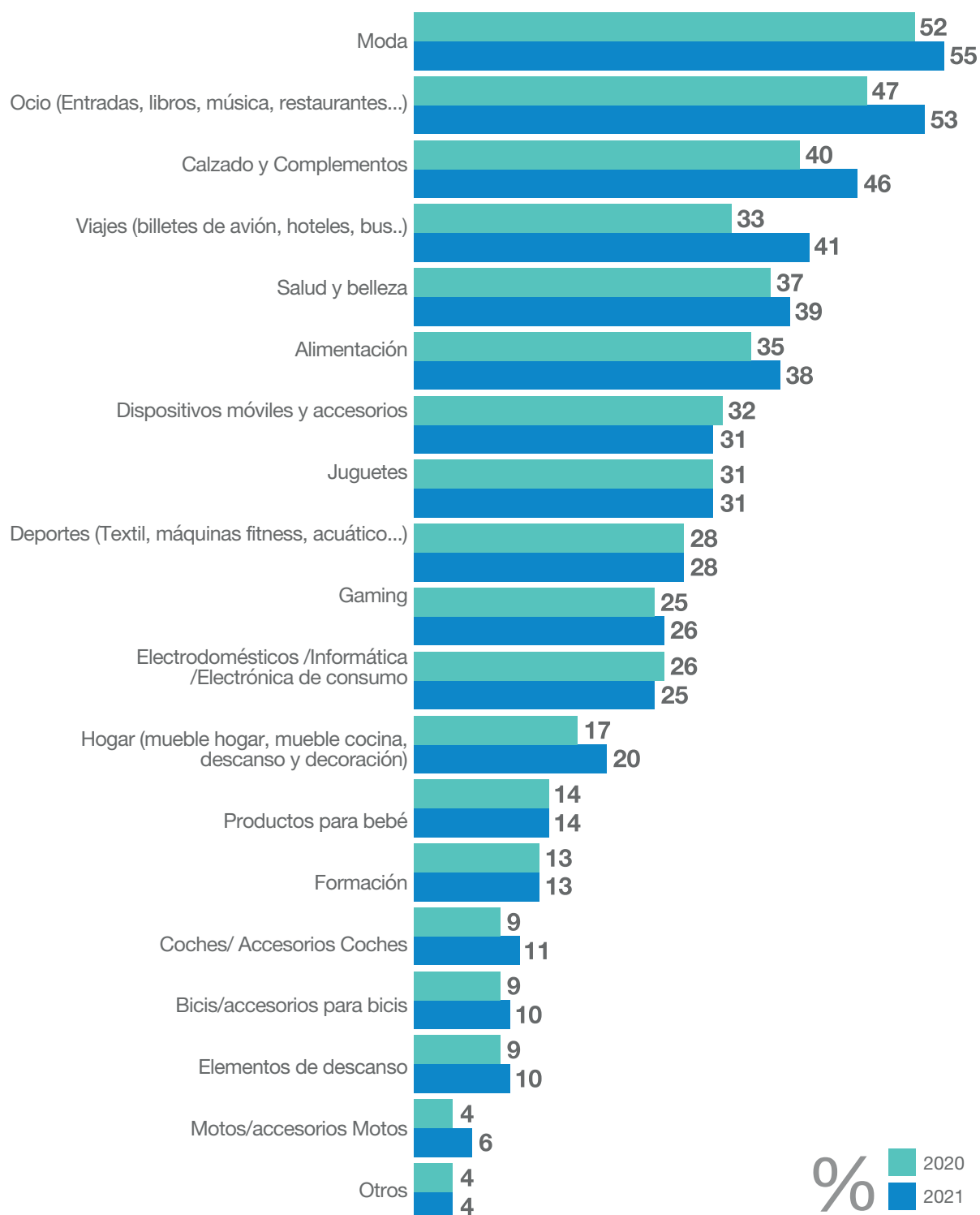
Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2021

El 70% de internautas españoles que han comprado online declara haber realizado alguna de sus compras a través de su dispositivo móvil, lo que supone un ligero descenso de 1 punto porcentual respecto a 2020. Señalar que desde 2014, es el primer año que no se registra un incremento.

Según los datos obtenidos en la segmentación por edades, los consumidores encuestados entre 25 y 34 años son los que se muestran más propensos a las compras online a través del dispositivo móvil con un 79% de menciones y 9 puntos porcentuales por encima de la media. Por el contrario, los consumidores mayores de 45 años, se sitúan 9 puntos por debajo con un 61% de menciones.

La clave está en la logística

¿Cuáles de los siguientes productos o servicios adquiriste a través de tu dispositivo móvil en los últimos 12 meses? (% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020

Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2021

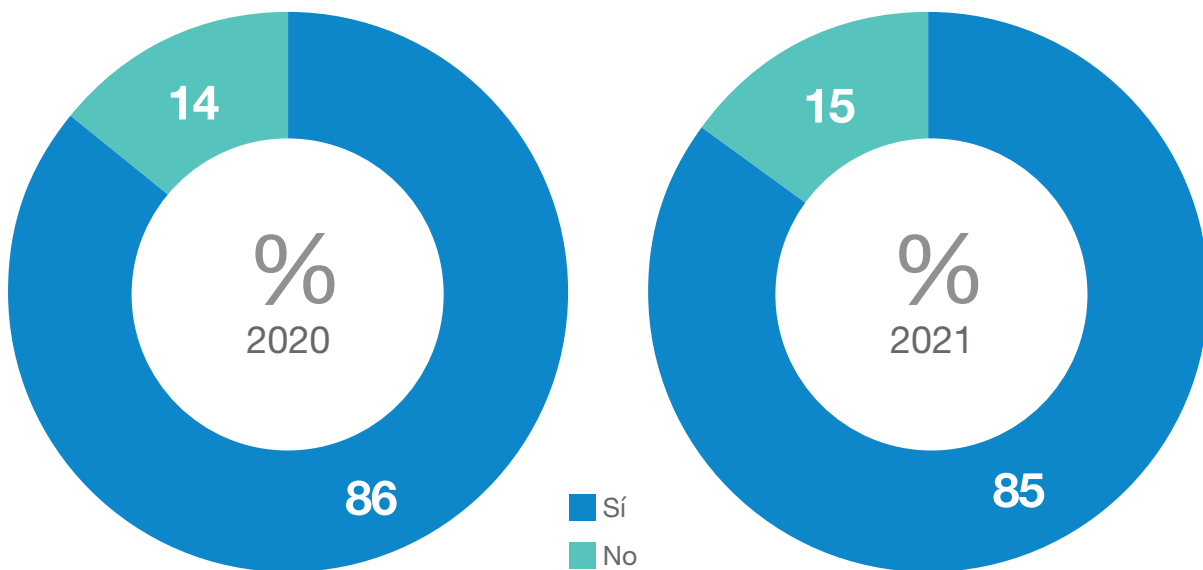
Aspectos generales y tendencias en consumo y distribución online

En 2021 observamos crecimientos en las compras realizadas a través del dispositivo móvil en todos los sectores analizados excepto en dispositivos móviles y electrodomésticos/informática.

El Top 5 lo componen en primer lugar las compras realizadas en productos de moda con un 55% de menciones (52% en 2020), le sigue ocio con un 53% (47% en 2020). El tercer puesto lo ocupan las compras de calzado y complementos con un 46% (40% en 2020).

Logística

¿Conoces el concepto de “puntos de recogida” donde ciertos establecimientos llegan a un acuerdo con las webs para dar entrega de sus pedidos online a los consumidores? (% respuesta única)

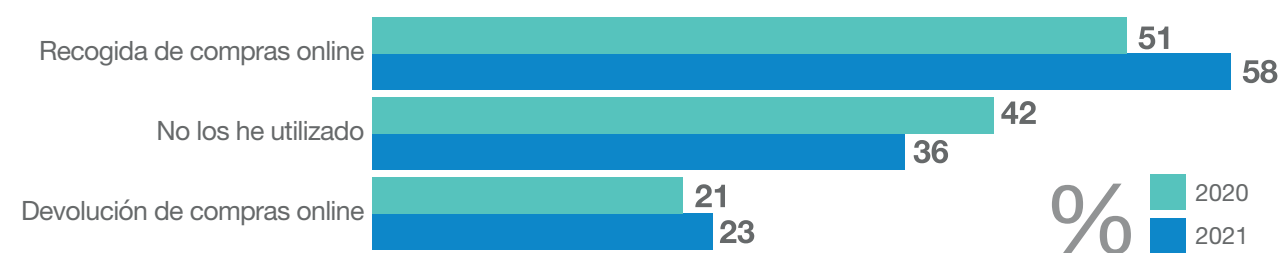


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020

Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2021

¿Has utilizado este tipo de puntos de recogida?

(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020

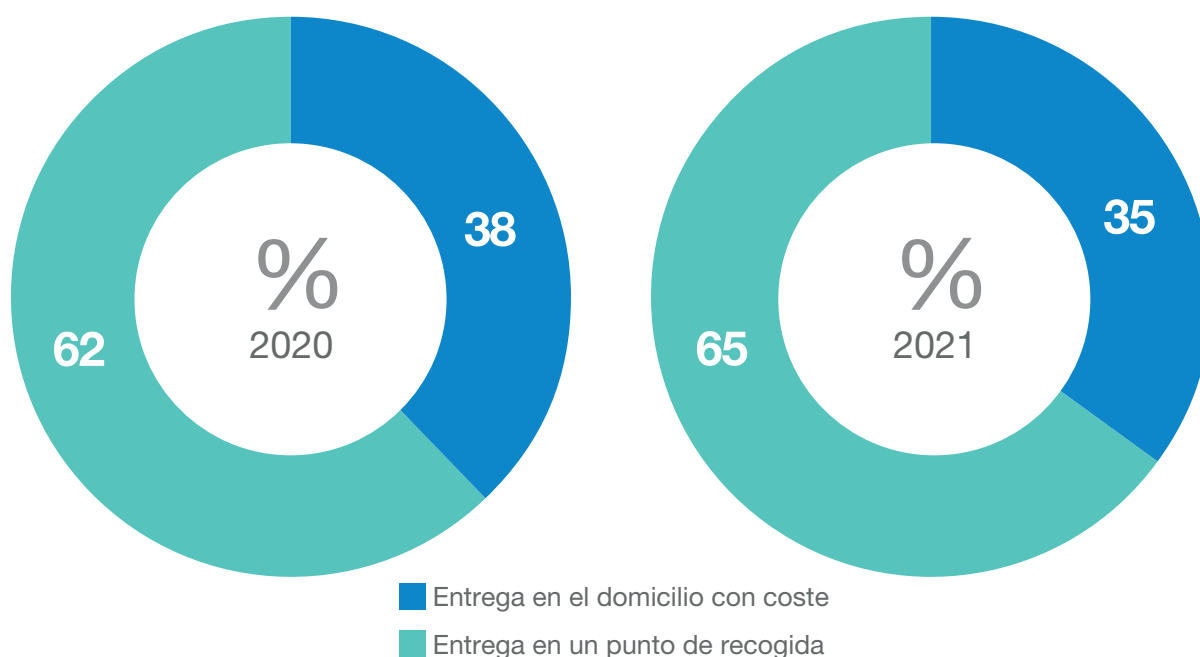
Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2021

El 85% de los internautas españoles encuestados declara conocer los “puntos de recogida” de los pedidos online. Respecto a la utilización que los compradores online hacen de este tipo de logística, seis de cada diez encuestados declara utilizarlos para la recepción y recogida de sus compras por internet, este porcentaje aumenta 7 puntos porcentuales este año situándose en el 58% de menciones.

El 23% declara utilizarlos para devolver los productos con los que no están satisfechos, porcentaje que aumenta respecto al año anterior (21% en 2020). El 36% de ellos a pesar de declarar conocerlos no los utiliza, destacando en este sentido los consumidores más jóvenes entre 18 y 24 años con un 40% de menciones, 4 puntos por encima de la media.

Aspectos generales y tendencias en consumo y distribución online

Este tipo de iniciativa permite tener una mayor eficiencia a la hora de asegurar la entrega de los pedidos a los clientes. A la hora de realizar una compra online, si tienes las dos opciones de entrega del pedido, ¿Cuál eliges? (% respuesta única)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020

Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2021

La tendencia a utilizar los puntos de recogida para la recepción de las compras online aumenta ligeramente respecto al año anterior. El 65% de los encuestados

elige esta opción frente al 35% que prefiere recibirlo en su domicilio, aunque esto suponga un coste adicional.

¿Qué periodo de tiempo, cuántos días, consideras como “normal” a la hora de recibir una compra realizada online? (abierta numérica)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2019.

Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020

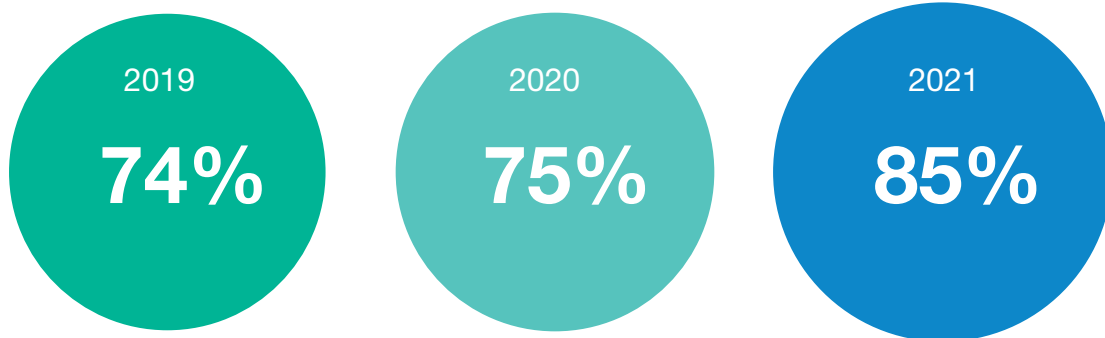
Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2021

El 85% de los consumidores encuestados han notado una mejoría en los procesos de logística y transporte de sus compras online en los últimos años, porcentaje

que aumenta 10 puntos porcentuales respecto a las declaraciones de 2020.

Aspectos generales y tendencias en consumo y distribución online

¿Has notado una mejora en los procesos de logística/transporte en las compras online en los últimos años? (% respuesta única)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2019.

Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020

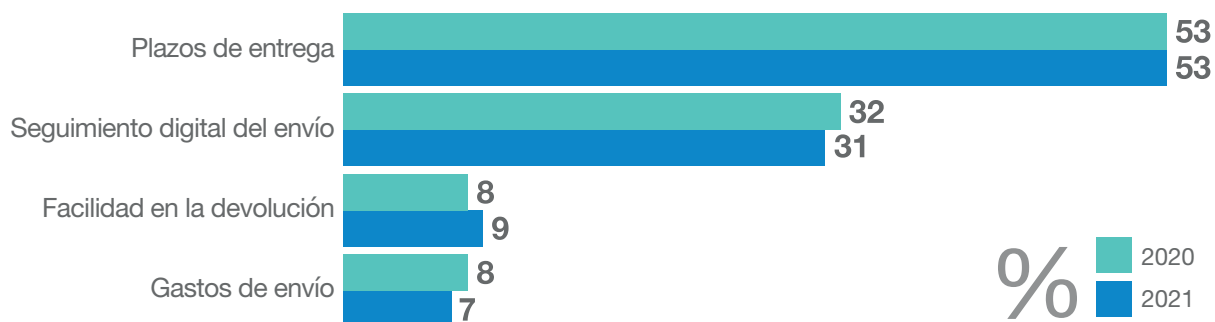
Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2021

El 85% de los consumidores encuestados han notado una mejoría en los procesos de logística y transporte de sus compras online en los últimos años, porcentaje

que aumenta 10 puntos porcentuales respecto a las declaraciones de 2020.

¿En qué aspecto/variable has notado una mayor mejoría?

(% respuesta única)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020

Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2021

En general, los porcentajes se mantienen estables respecto al año anterior. Los plazos de entrega con un 53% de menciones continúa ocupando el primer puesto. En este sentido destacan los consumidores con edades comprendidas entre los 25 y 34 años con un 56% de menciones.

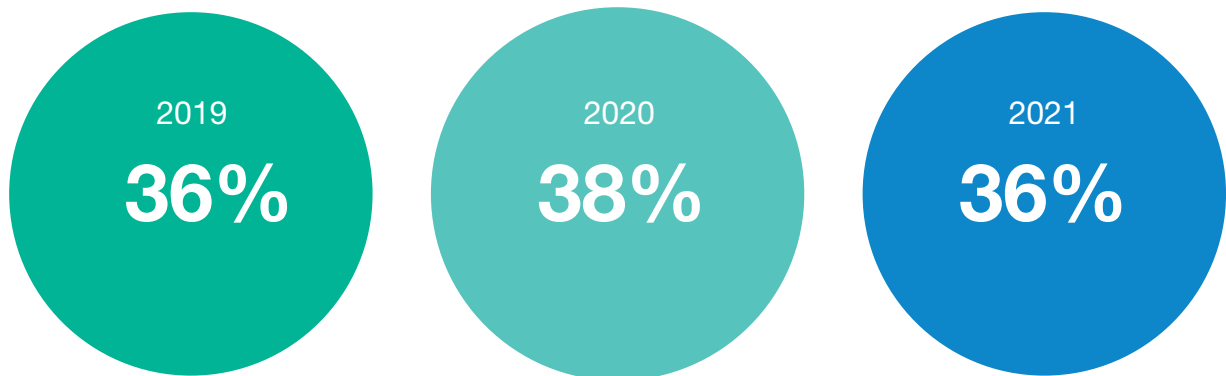
El 31% valora positivamente la mejora en lo que respecta a la posibilidad de realizar un seguimiento digi-

tal del envío, siendo los consumidores mayores de 45 años los que destacan por encima de la media con un 35% de menciones.

La facilidad para realizar cambios o devoluciones, así como los gastos de envío, continúan siendo variables en las que muy pocos consumidores consideran que hayan mejorado con un 9% y un 7% de respuestas respectivamente.

Aspectos generales y tendencias en consumo y distribución online

¿Has tenido que hacer alguna devolución (no cancelación) de algún producto o servicio comprado online en los últimos 12 meses? (% respuesta única)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2019.

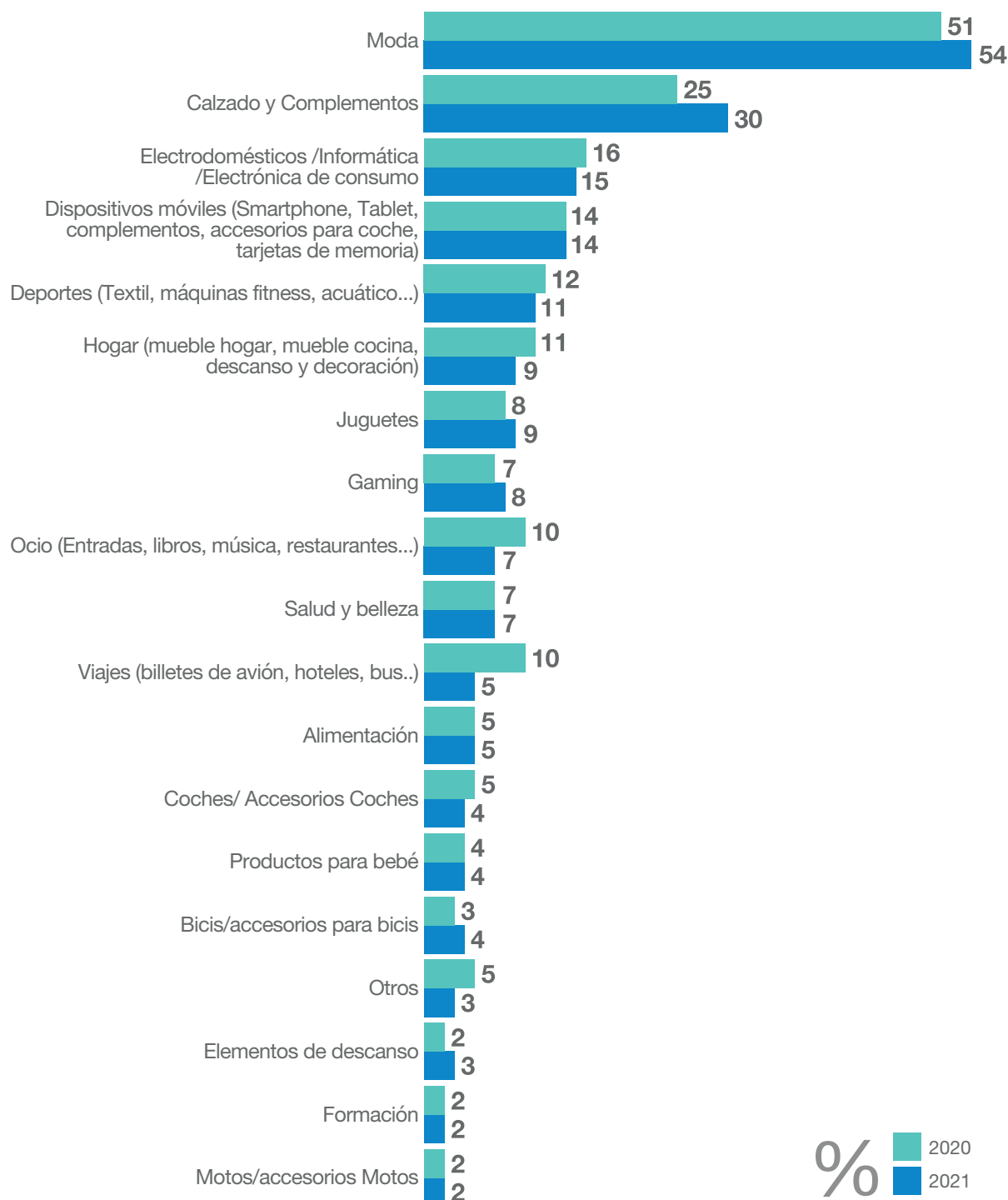
Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020

Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2021

Uno de los puntos más críticos del comercio online es el tema de las devoluciones, pero en 2021 tras varios años de subidas, obtenemos un porcentaje más bajo que el año anterior. El 36% de compradores online declara haber realizado alguna devolución en los últimos 12 meses frente al 38% que lo mencionaba el año anterior.

Si segmentamos por edades, los que más devoluciones han realizado han sido aquellos consumidores con edades entre los 35 y 44 años, con un 44% de menciones (8 puntos por encima de la media).

¿Qué producto/s o servicio/s has tenido que devolver en los últimos 12 meses? (% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020
 Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2021

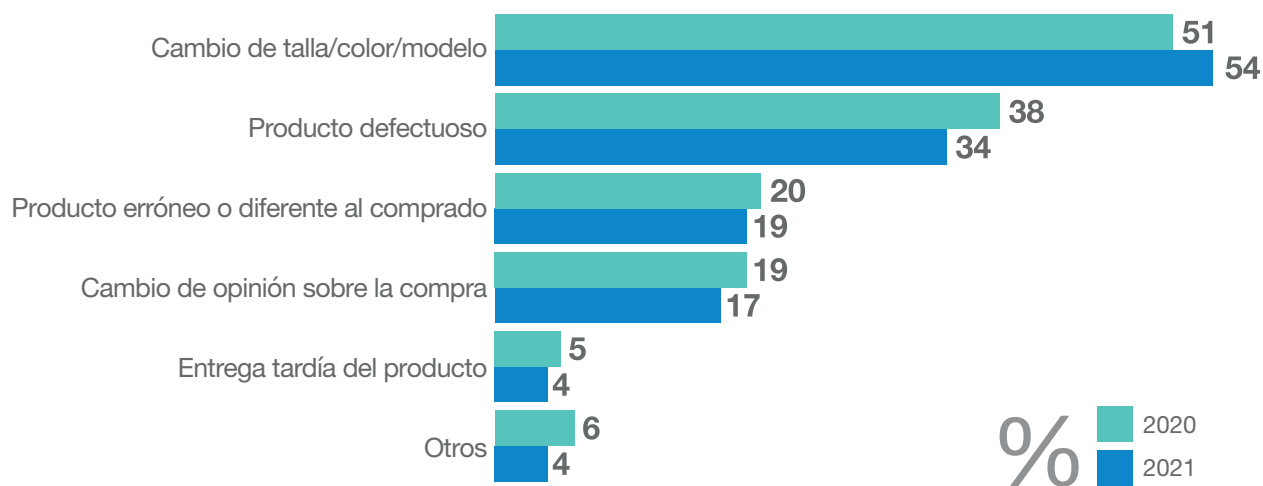
Entre el 36% de compradores que ha realizado alguna devolución, lo han hecho principalmente de algún producto de moda (54% vs 51% en 2020) o calzado y com-

plementos (30% vs 25% en 2020). En ambos casos, se observa un incremento respecto al año anterior.

Aspectos generales y tendencias en consumo y distribución online

¿Cuáles fueron los motivos para realizar la devolución?

(% respuesta múltiple)



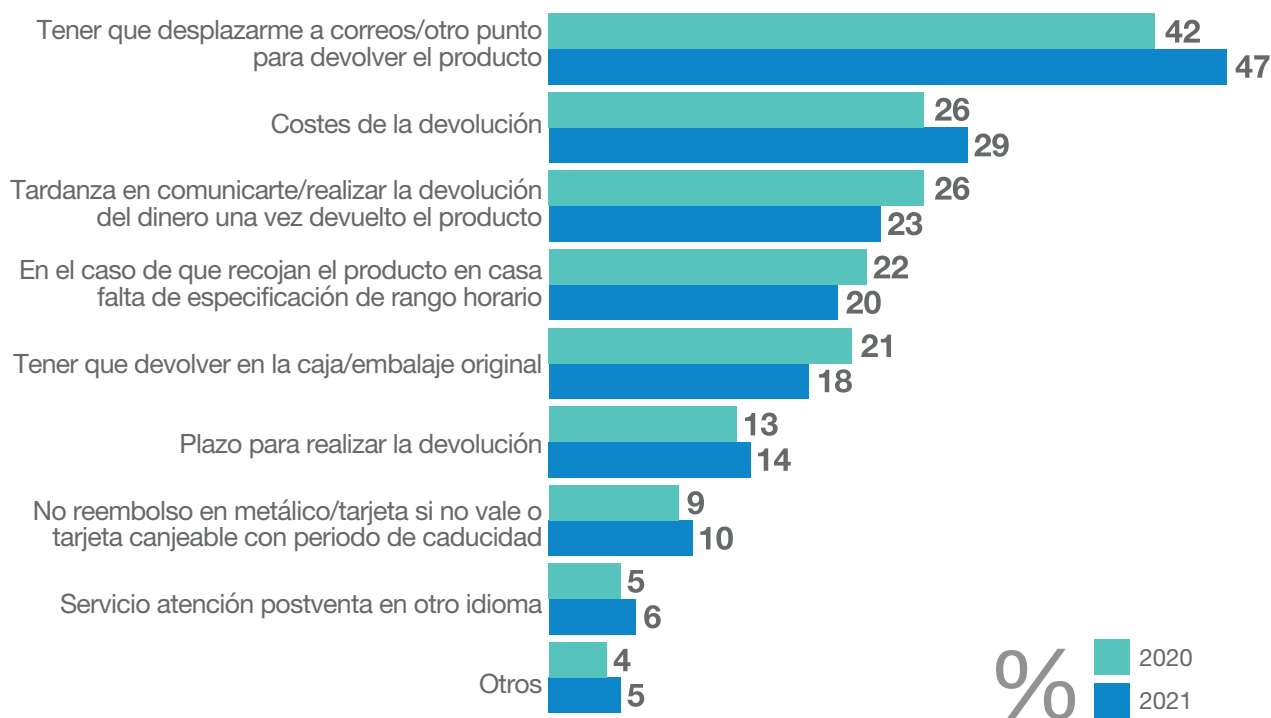
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020

Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2021

Los motivos principales alegados por los encuestados son un cambio de talla o color que pasa de un 51% de menciones en 2020 a un 54% en 2021. Otros aspectos

como un producto defectuoso (34%) o diferente al comprado (19%), son los siguiente más mencionados, pero con descensos respecto al año anterior.

En tu experiencia/s a la hora de realizar la devolución, de los siguientes aspectos o variables, ¿cuál/es consideras que ha sido el más negativo o el mayor problema a la hora de realizar dicha devolución? (% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020
 Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2021

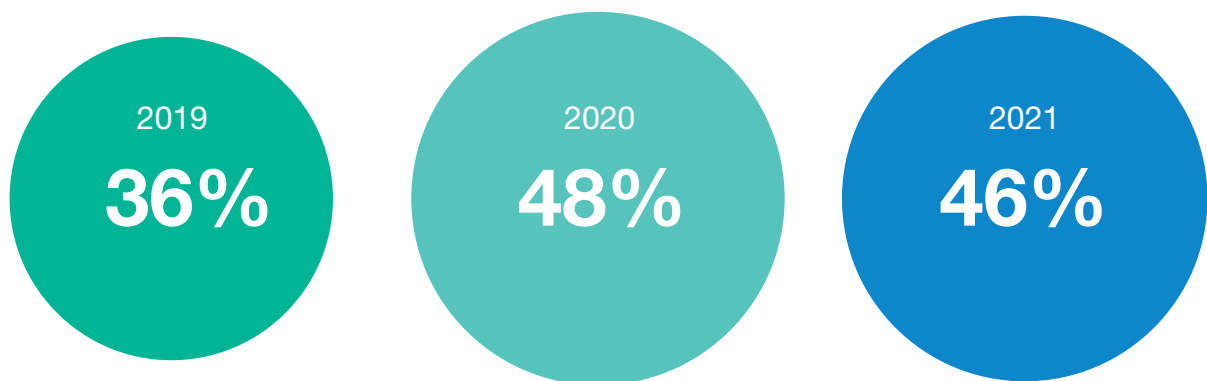
El tener que desplazarse a correos o cualquier otro punto para poder realizar la devolución continúa siendo el aspecto más negativo, con un 47% de menciones (42% en 2020). Le siguen los costes de devolución que obtienen un 29% de respuestas y vuelven a subir tras un año de caída.

Otros factores importantes y que obtienen incrementos respecto a 2020 el plazo para realizar la devolución (14% vs 13%) y el reembolso "no metálico" (10% vs 9%).

Aspectos generales y tendencias en consumo y distribución online

Suscripciones

¿Tienes alguna suscripción online relacionada con el ocio?
(% respuesta única)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2019.

Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020

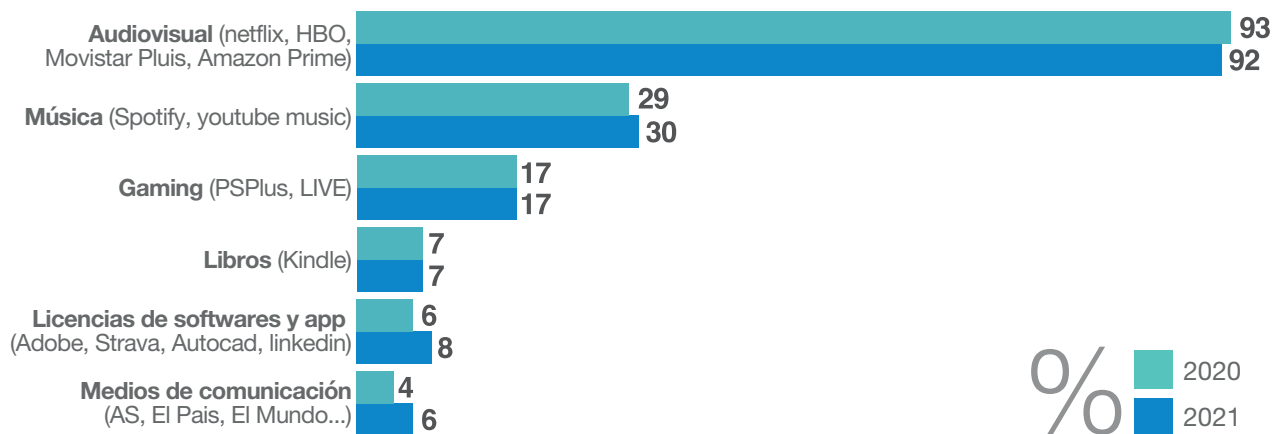
Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2021

El 46% de los consumidores encuestados afirma tener algún tipo de suscripción online, lo que supone un ligero descenso de 2 puntos porcentuales respecto a

2020, siendo los aquellos entre 25 y 34 años los que destacan claramente por encima de la media con un 58% de menciones.

¿Qué tipo de suscripción tienes?

(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020

Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2021

Todo el tema audiovisual destaca claramente entre los consumidores alcanzando un 92% de menciones de aquellos que afirman tener alguna suscripción de este tipo.

El 30% se decanta por opciones de música siendo los más jóvenes (18 y 24 años) los que se llevan la palma en este sentido con un 49% de menciones, 19 puntos porcentuales por encima de la media.

En tercer lugar, encontramos las suscripciones relacionadas con el gaming, el 17% de los que afirman tener alguna suscripción, la tiene relacionada con el sector de los videojuegos siendo los hombres con edades entre los 25 y 34 años los que destacan por encima de la media con un 25% de menciones.

Aspectos generales y tendencias en consumo y distribución online

¿Cuánto paga mensualmente por este tipo de suscripciones al mes?

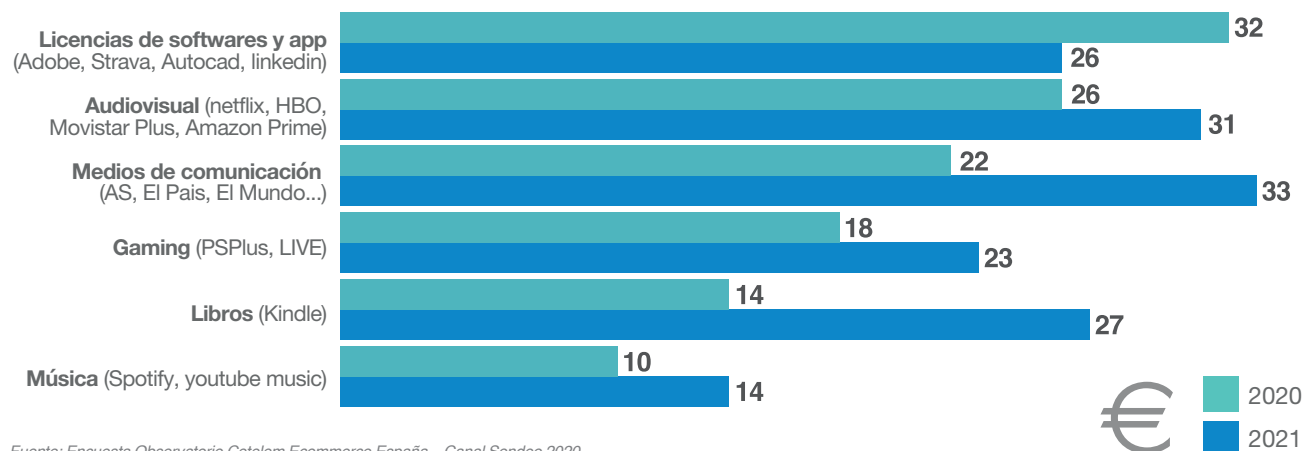
(Gasto medio en €)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2019.

Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020

Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2021



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020

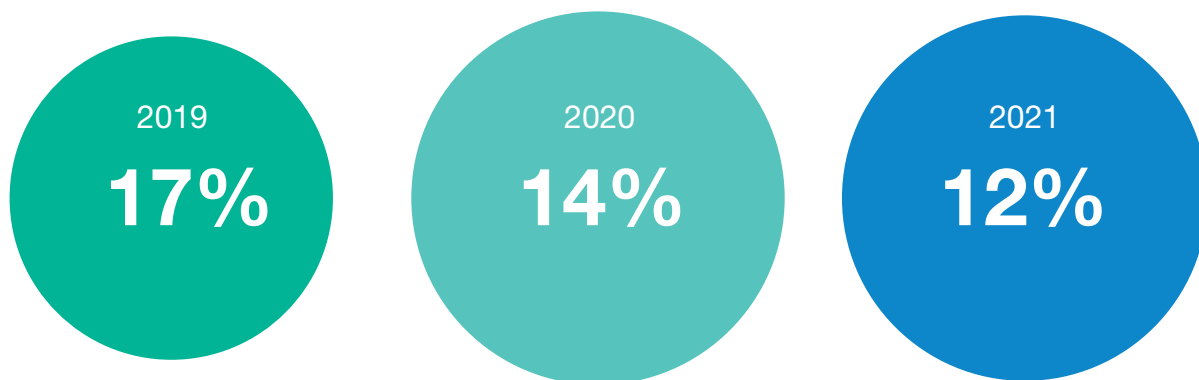
Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2021

El gasto medio realizado por el 46% de los consumidores encuestados que dice tener algún tipo de suscripción online asciende a los 39€ mensuales de media, lo que supone un aumento del 15% respecto a lo declarado en 2020.

Una vez mostrados los datos relacionados con las suscripciones de ocio pasamos a ver los relacionados con la movilidad.

¿Tienes alguna app relacionada con los servicios de movilidad?

(% respuesta única)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2019.

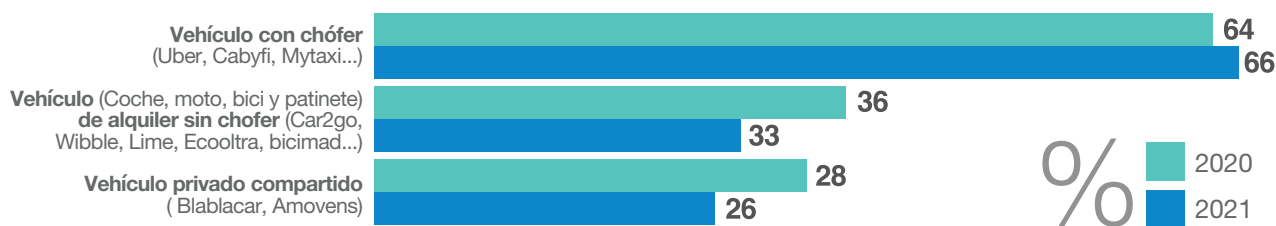
Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020

Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2021

Observamos un descenso en este tipo de app en los últimos 2 años, sólo el 12% de encuestados afirma contar con una aplicación de este tipo frente al 17% que lo declaraba en 2019.

¿De qué tipo es la app relacionada con los servicios de movilidad?

(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020

Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2021

Las más comunes parecen ser aquellas relacionadas con vehículos con chofer ya sea privado o público como por ejemplo Uber, Cabify o Mytaxi. El 66% de

los que tiene alguna app de movilidad afirma tener alguna de las mencionadas anteriormente.

Aspectos generales y tendencias en consumo y distribución online

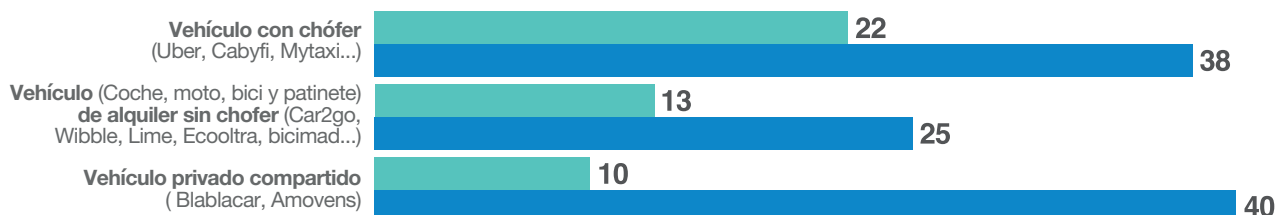
¿Cuánto paga mensualmente por la utilización de este tipo de servicios? (Gasto medio en €)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2019.

Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020

Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2021



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020

Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2021

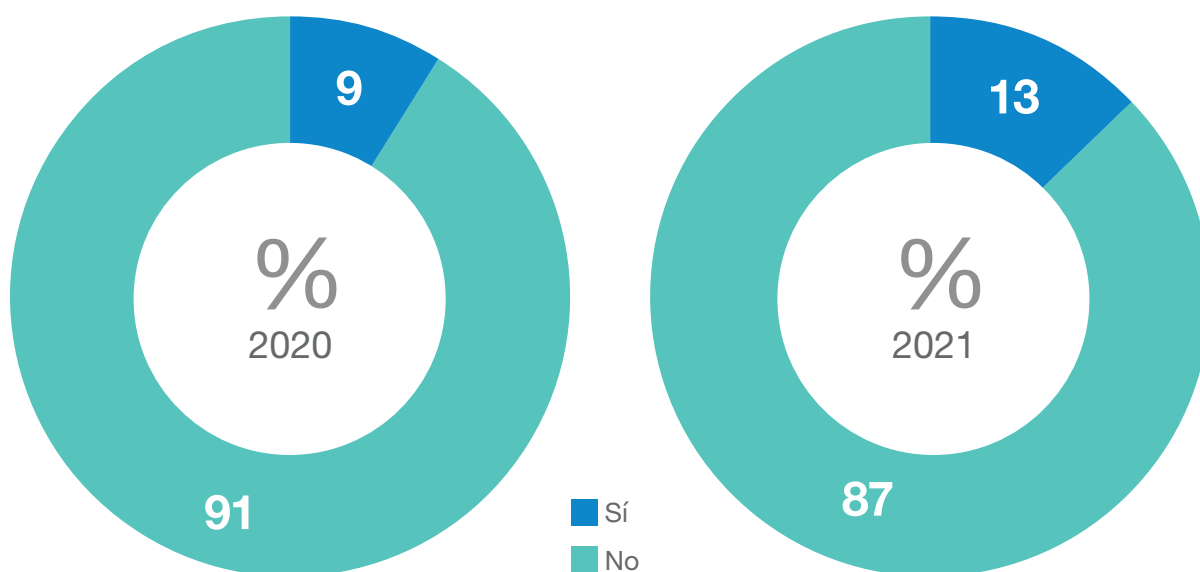
€ 2020
2021

El gasto medio mensual declarado por aquellos que son usuarios de alguna app relacionada con la movi-

lidad asciende a los 29€ de media, lo que supone un aumento del 32% respecto a 2020.

Redes sociales

¿Has realizado alguna compra a través de una red social?
(% respuesta única)

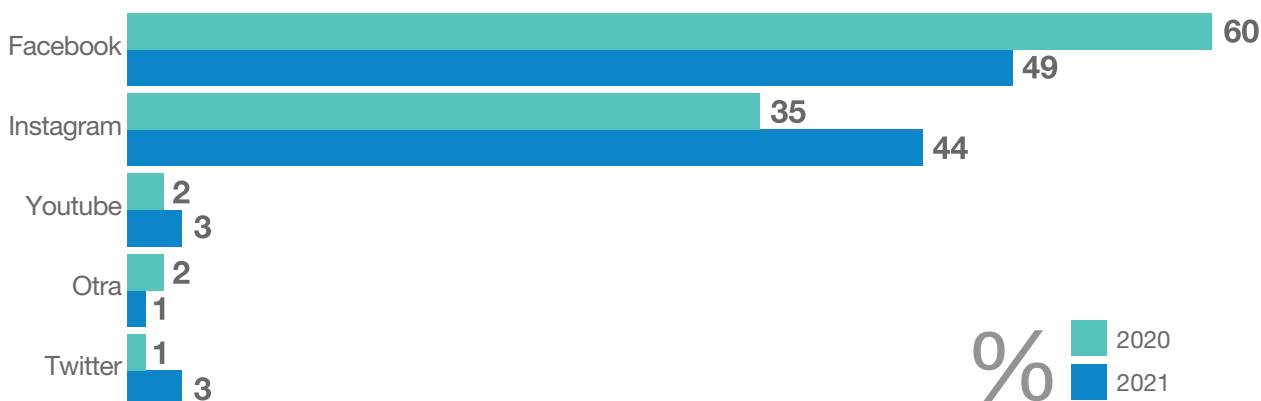


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020
Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2021

Aspectos generales y tendencias en consumo y distribución online

¿A través de qué red social realizaste la compra?

(% respuesta única)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020

Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2021

Un 13% de los internautas españoles encuestados ha realizado alguna compra a través de una red social, lo que supone un importante crecimiento de 4 puntos porcentuales respecto al año anterior. Los consumidores más jóvenes entre 18 y 24 años destacan por encima de la media con un 26% de menciones.

Facebook continúa siendo la red social más mencionada (49%) pero con un descenso notable respecto

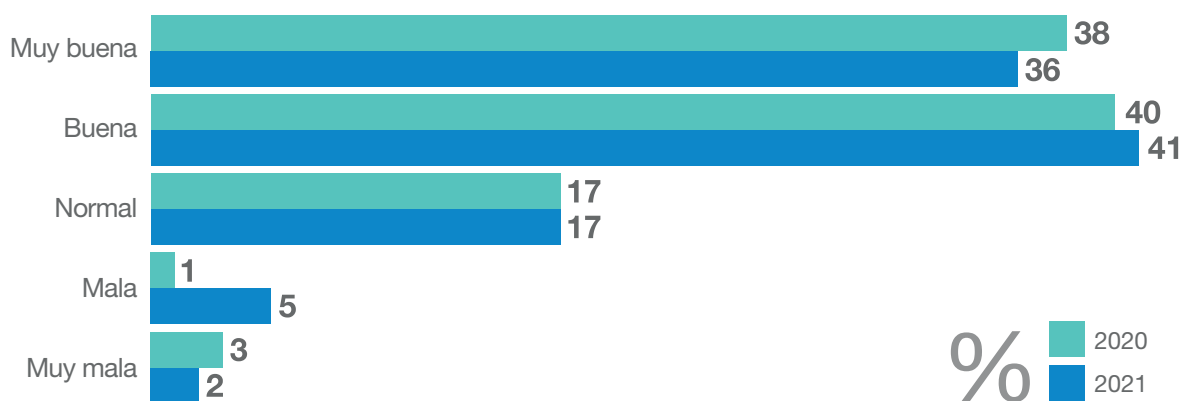
al año anterior. Los internautas con edades superiores a los 45 años destacan por encima de la media en las compras realizadas a través de esta RRSS con un 76% de menciones.

Destacar el papel de la red social Instagram que con un 44% de menciones aumenta 9 puntos respecto a 2020.

El Observatorio Cetelem eCommerce 2021

La clave está en la logística

¿Cómo fue tu experiencia? (% respuesta única)

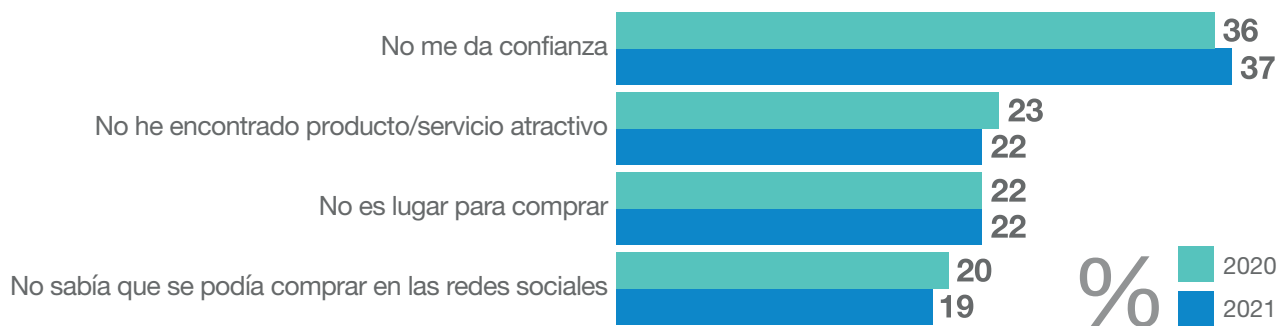


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020
Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2021

Son pocos los internautas que compran a través de las redes sociales pero la experiencia de los que lo han hecho es positiva en la mayoría de los casos. 7

de cada 10 encuestados afirma haber tenido una experiencia buena o muy buena en su compra a través de las redes sociales.

¿Por qué no has realizado ninguna compra a través de una red social? (% respuesta única)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020
Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2021

En lo que respecta a los motivos por los que los internautas no realizan ninguna compra a través de estas

plataformas, la falta de confianza sigue siendo la más mencionada con un 37% de menciones.

FICHA TÉCNICA

El Observatorio Cetelem eCommerce 2021

Encuesta a consumidores

La metodología realizada ha sido la siguiente:

Universo

Individuos de 18 a 65 años, que hayan comprado en internet alguna de las categorías contempladas en los últimos 12 meses: Electrodomésticos y Tecnología, Hogar (incluye cocina, complementos y accesorios), Descanso, Dispositivos móviles, Viajes, Deportes, Bicis/accesorios, Automóvil/complementos, Moto/complementos y Gaming.

Metodología

Técnica cuantitativa basada en una entrevista online (CAWI) autoadministrada online al panel de consumidores.

Muestra

Se han realizado 2.200 entrevistas, representativas de la población. Datos CCAA representativos de España según censo INE.

Error Muestral

- Para un nivel de confianza del 95,5 % y en las condiciones habituales de muestreo $p=q=50\%$, el margen de error para datos totales es de un $\pm 2,05\%$.
- El muestreo en base a población, considerando cuotas de género, edad y Comunidad Autónoma.

Trabajo de campo:

Realizado entre el 21 de octubre y el 7 de noviembre de 2021 por la empresa CANAL SONDEO.

El Observatorio Cetelem eCommerce 2020

Encuesta a consumidores

La metodología realizada ha sido la siguiente:

Universo

Individuos de 18 a 65 años, que hayan comprado en internet alguna de las categorías contempladas en los últimos 12 meses: Electrodomésticos y Tecnología, Hogar (incluye cocina, complementos y accesorios), Descanso, Dispositivos móviles, Viajes, Deportes, Bicis/accesorios, Automóvil/complementos, Moto/complementos y Gaming.

Metodología

Técnica cuantitativa basada en una entrevista online (CAWI) autoadministrada online al panel de consumidores.

Muestra

Se han realizado 2.200 entrevistas, representativas de la población. Datos CCAA representativos de España según censo INE.

Error Muestral

- Para un nivel de confianza del 95,5 % y en las condiciones habituales de muestreo $p=q=50\%$, el margen de error para datos totales es de un $\pm 2,05\%$.
- Método muestreo. El muestreo en base a población, considerando cuotas de género, edad y Comunidad Autónoma.

Trabajo de campo:

Realizado entre el 16 y el 30 de octubre de 2020 por la empresa CANAL SONDEO.



OBSERVATORIO
Cetelem

