vinetur

El 60% de españoles compra online con un gasto superior a los 40 euros mensuales

Según un reciente estudio España y Portugal se sitúan como los mercados en los que el e-commerce crece a un ritmo de doble dígito

lunes 29 de agosto de 2022



Las compras a través de tiendas online continúan con su crecimiento a doble dígito en este año 2022, según los datos del "Tercer Estudio Ecommerce" realizado por CTT Express a consumidores de entre 18 y 70 años.

Según este último estudio sobre hábitos del consumidor online, el 60% de las personas encuestadas hacen al menos una compra al mes con un gasto superior a los 40 euros. Estas cifras confirmarían las últimas declaraciones realizadas por los especialistas que aseguran que, España, pese a la desaceleración de los primeros meses del año, se sitúa junto a Portugal como los mercados en los que el e-commerce crece a un ritmo de doble dígito.

Además, cabe destacar que el móvil se posiciona como la vía o dispositivo a través del cual casi el 80% de los consumidores llevan a cabo sus compras, haciéndolo aún más cómodo y accesible.

"Cada vez más, pequeños y grandes Marketplace ven el mercado ibérico como una gran oportunidad de venta de sus productos", afirma Manuel Molins, CEO de CTT Express.

Precisamente, la comodidad en la entrega es, para el 90% de los encuestados la principal razón de su compra online. Como también lo es, el no tener que desplazarse, tal y como señala el 6%. El consumidor 2.0, precisa de métodos cómodos y flexibles que se adapten a sus necesidades diarias. Por ello, el 70% continúa queriendo recibir sus envíos en casa, pero, además, aumenta un 3% (hasta el 12%) el número de personas que se decantan por los puntos de conveniencia para recibir sus paquetes. Una alternativa flexible y segura que permite ajustar las entrega a las necesidades del propio destinatario, garantizando el éxito en la primera entrega.

También, el 70% de los consumidores reclama poder devolver sus compras online desde casa y sin necesidad de imprimir etiquetas. Este dato se desprende de los resultados del tercer informe realizado por la compañía

Por otro lado, según señala el informe, la cuestión medioambiental gana peso entre las exigencias de los consumidores hacia los operadores de reparto.