

# ECOMMERCE 2020

E-2020.  
EL AÑO DEL  
ECOMMERCE

 [elobservatoriocetelem.es](http://elobservatoriocetelem.es)  
 [cetelem.es](http://cetelem.es)  
 [@Obs\\_Cetelem\\_ES](https://twitter.com/Obs_Cetelem_ES)

**OBSERVATORIO**  
Cetelem

 **BNP PARIBAS**  
PERSONAL FINANCE 



# ÍNDICE

Bienvenidos, Frank Vignard, CEO BNP Paribas Personal Finance en España	<b>03</b>
El Observatorio Cetelem eCommerce 2020. Liliana Marsán, Responsable de El Observatorio Cetelem, BNP Paribas Personal Finance en España.	<b>04</b>
Los puntos clave. Infografía de El Observatorio Cetelem eCommerce 2020	<b>05</b>
Aspectos generales y tendencias en consumo y distribución online	<b>14</b>
Principales indicadores de comercio electrónico en España	<b>15</b>
Aspectos generales	<b>16</b>
Impacto COVID-19 en las compras online	<b>20</b>
Productos y servicios comprados online	<b>22</b>
Intención de compra en los próximos 12 meses	<b>24</b>
Gasto medio realizado en la compra de productos online	<b>26</b>
Medios de pago y financiación	<b>28</b>
Aspectos positivos y negativos de la compra online	<b>34</b>
Compra y venta a particulares	<b>36</b>
M-Commerce	<b>40</b>
Logística	<b>43</b>
Suscripciones	<b>53</b>
Ficha técnica	<b>58</b>



# 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 cuatro grandes informes anuales (Motor en España, Consumo Europa, Consumo España 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 2020 mostramos un profundo análisis sobre las compras online realizadas por los españoles en diez sectores de la distribución, además de preguntas específicas sobre el impacto de la Covid-19 en el comportamiento de compra de los consumidores.

La pandemia ha afectado claramente en el consumo de los españoles de tal manera que un porcentaje importante de ellos ha realizado compras online que antes no realizaba. En este sentido han aumentado mucho las compras por internet en el sector de alimentación y moda.

En 2020 el top 5 de productos más comprados a través de internet han sido moda, ocio, calzado y complementos, dispositivos móviles y productos de belleza. El porcentaje de compradores aumenta en todos los sectores analizados a excepción de ocio y viajes, este último ha sido el más perjudicado por la pandemia.

Según los datos de nuestra encuesta, el gasto realizado por los internautas españoles en las compras realizadas en el comercio electrónico asciende a 2.103€ prácticamente estable respecto al año anterior.

Los Marketplace continúan siendo la opción preferida de compra en todos los productos analizados mostrando crecimientos en todos ellos excepto en el sector electro.

Un 48 % de los españoles encuestados tiene algún tipo de suscripción online lo que supone un incremento de 13 puntos porcentuales respecto al año anterior. La televisión bajo demanda lidera el ranking

Estas son algunas de las conclusiones que les invitamos a conocer en nuestro Observatorio Cetelem eCommerce 2020.

Disfruten de la lectura.  
Un saludo,

**Liliana Marsán**

Responsable de El Observatorio Cetelem,  
BNP Paribas Personal Finance.



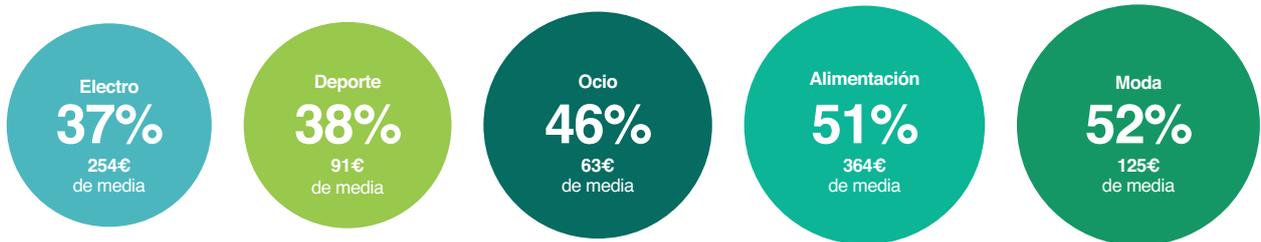
# LOS PUNTOS CLAVE

## Infografía de El Observatorio Cetelem eCommerce 2020

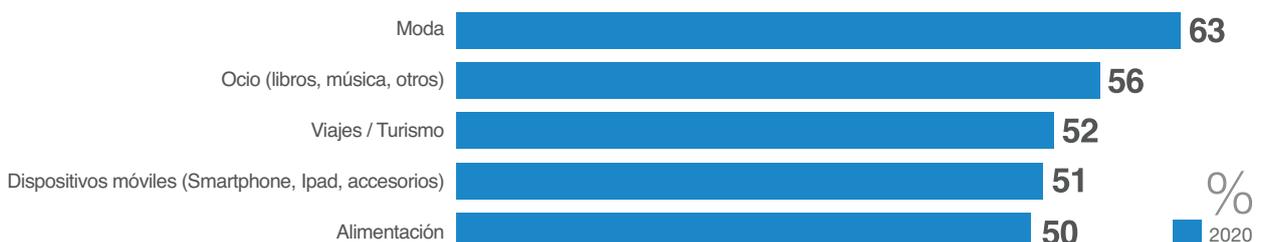
### Impacto de la Covid-19

Los tipos de producto más comprados a través de internet durante la temporada de confinamiento han sido moda, alimentación y ocio.

Durante la temporada de confinamiento a causa de la COVID-19, ¿has comprado online alguno de los productos / servicios que encuentras en la siguiente lista? (respuesta sí - no por cada producto/servicio)

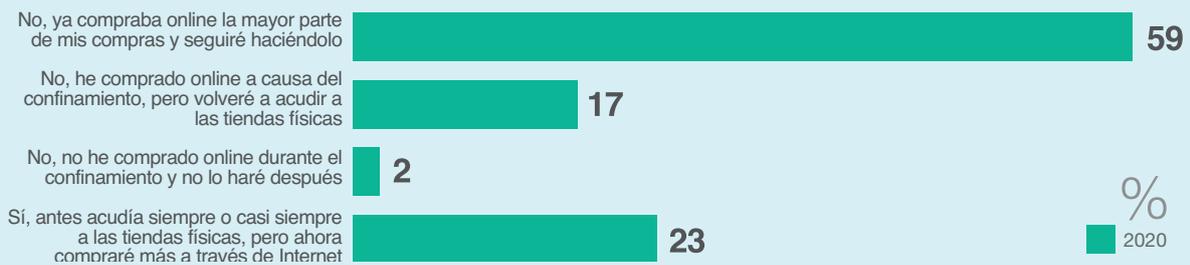


Moda, ocio y viajes serán los tipos de productos que más se seguirán comprando online una vez pasado el confinamiento.

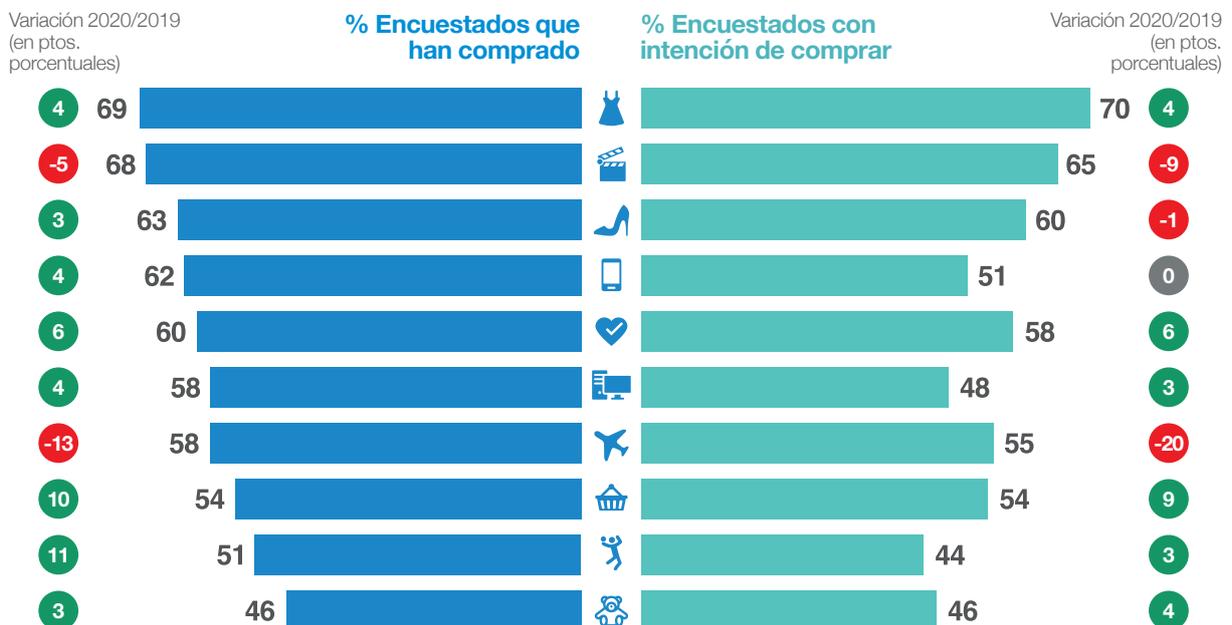


## Los puntos clave

Un 23% de los encuestados dice que la temporada de confinamiento sí ha cambiado su mentalidad a la hora de comprar online, ya que antes acudía siempre o casi siempre a la tienda física y ahora comprará más a través de internet.

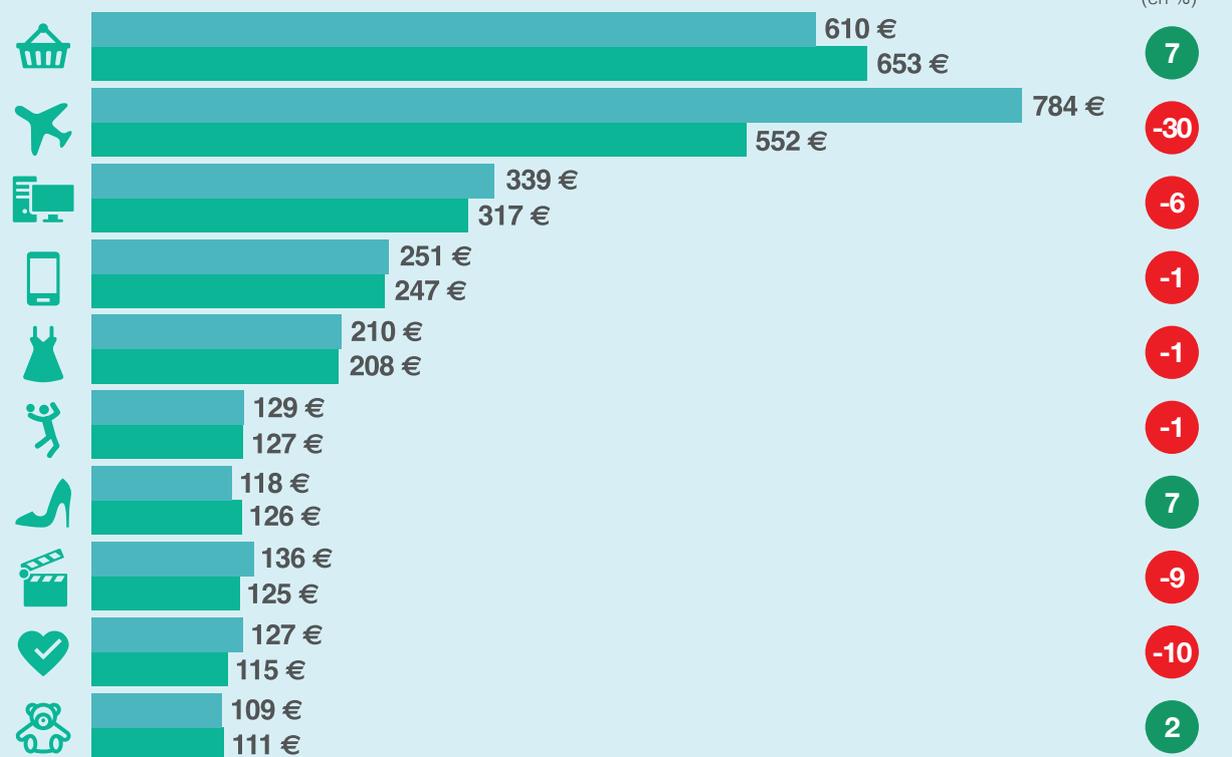


En los últimos 12 meses, moda, ocio y calzado y complementos son los productos más comprados a través de internet. La compra online de todo lo relacionado con el sector viajes ha descendido en 13 puntos porcentuales a causa de la situación actual.

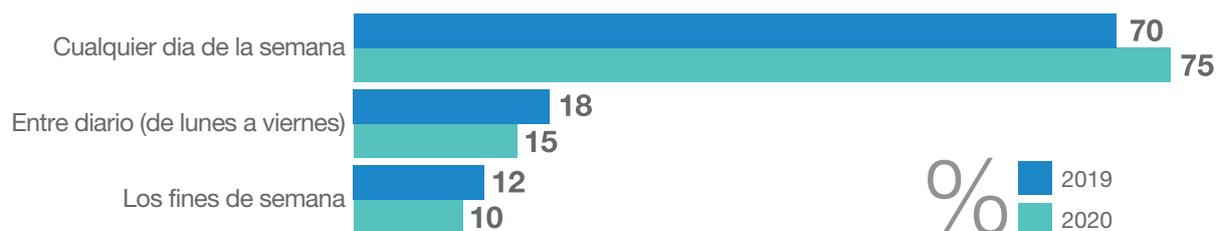


# El Observatorio Cetelem eCommerce 2020 e-2020. El año del eCommerce

El gasto medio total realizado por los españoles en sus compras por internet es de 2.103€, un gasto similar al de 2019. Alimentación, viajes y electrodomésticos son los 3 sectores en los que mayor gasto medio se ha realizado.



Cada vez nos importa menos en qué momento realizar nuestras compras por internet.



# Los puntos clave

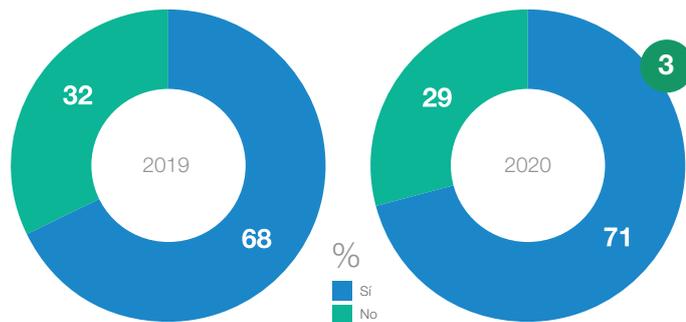
Los Marketplace recuperan terreno a las webs de las tiendas y las webs del fabricante en la mayoría de sectores.

	Marketplaces		Web de la tienda		Web del fabricante	
	2019	2020	2019	2020	2019	2020
Electrodomésticos / Tecnología	52	50	35	38	15	15
Dispositivos móviles y accesorios	57	58	28	27	15	15
Hogar	41	43	39	42	20	17
Deportes	35	36	52	51	19	19
Bicicleta y accesorios	34	40	37	37	20	15
Descanso	35	38	38	38	21	20
Gaming	46	48	36	34	15	16

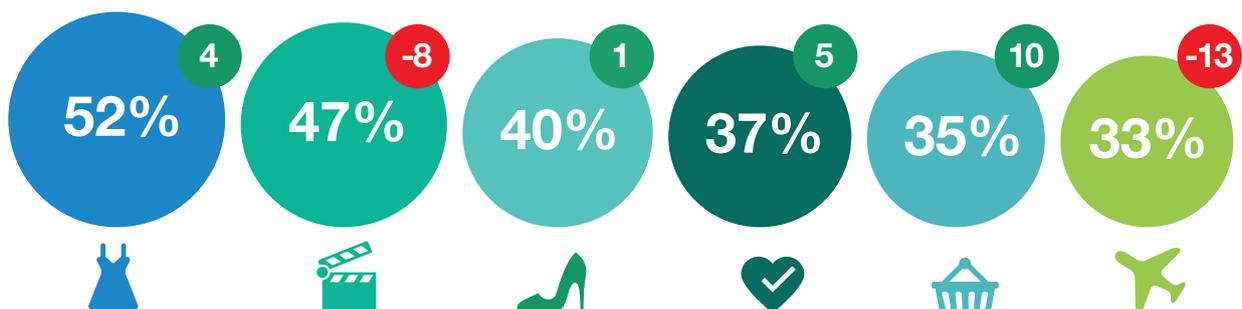
## M-commerce

El 71% 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 comerce.

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



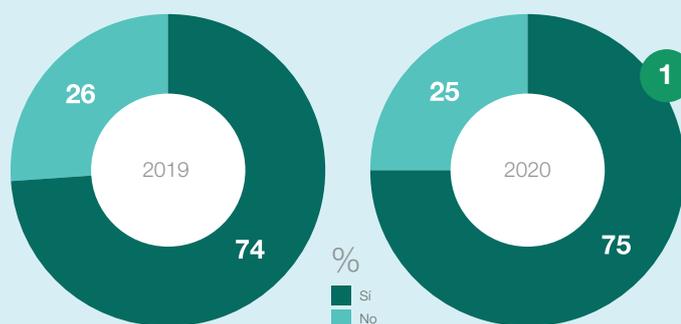
¿Cuáles de los siguientes productos o servicios adquiriste a través de estos en los últimos 12 meses? (Respuesta múltiple)



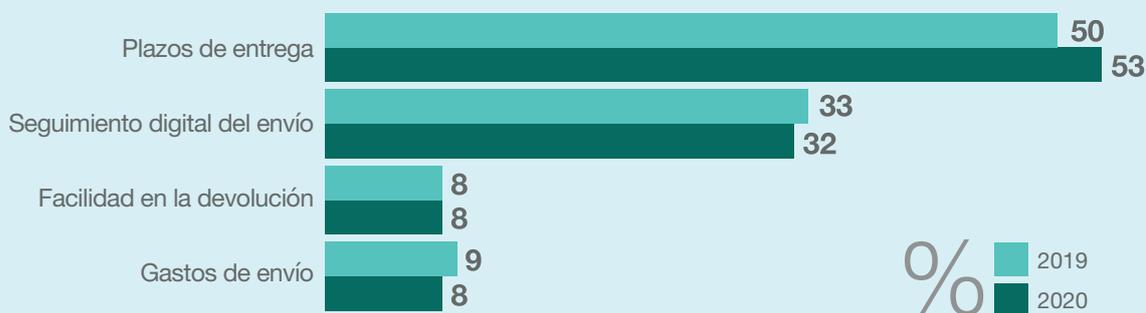
## Logística y devoluciones

**El 75% 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)

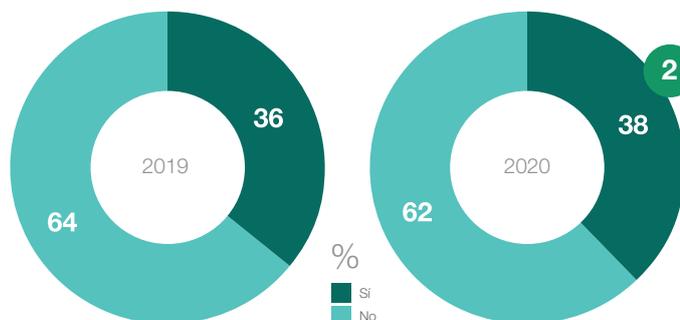


¿En qué aspecto/variable has notado una mayor mejora? (respuesta única)



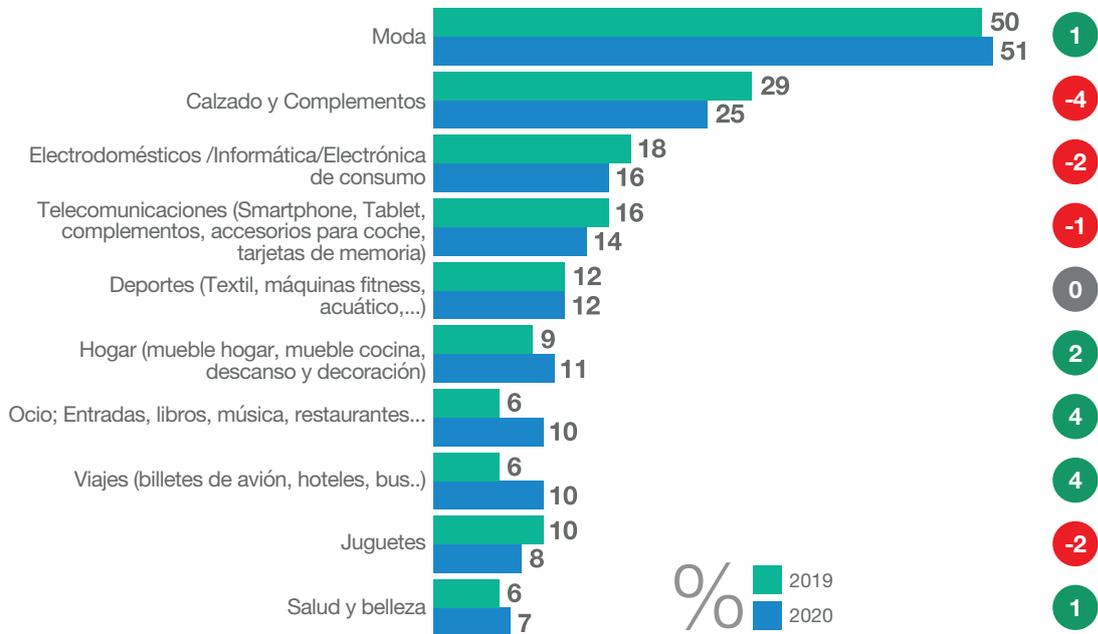
**El 38% ha tenido que hacer alguna devolución de algún producto que compró online.**

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



# Los puntos clave

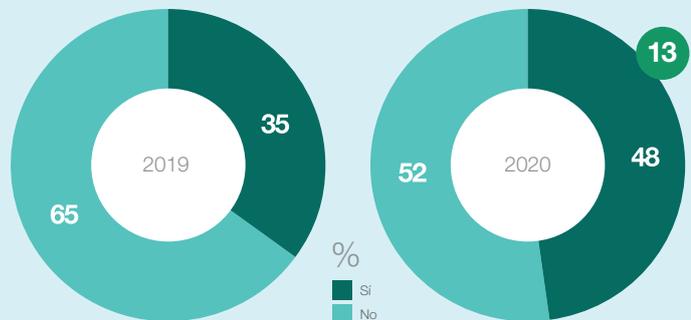
¿Qué producto/s o servicio/s has tenido que devolver en los últimos 12 meses? (respuesta múltiple)



## Suscripciones

El 48% de los españoles tiene algún tipo de suscripción online. La televisión bajo demanda lidera el ranking y es la única categoría que crece en este 2020.

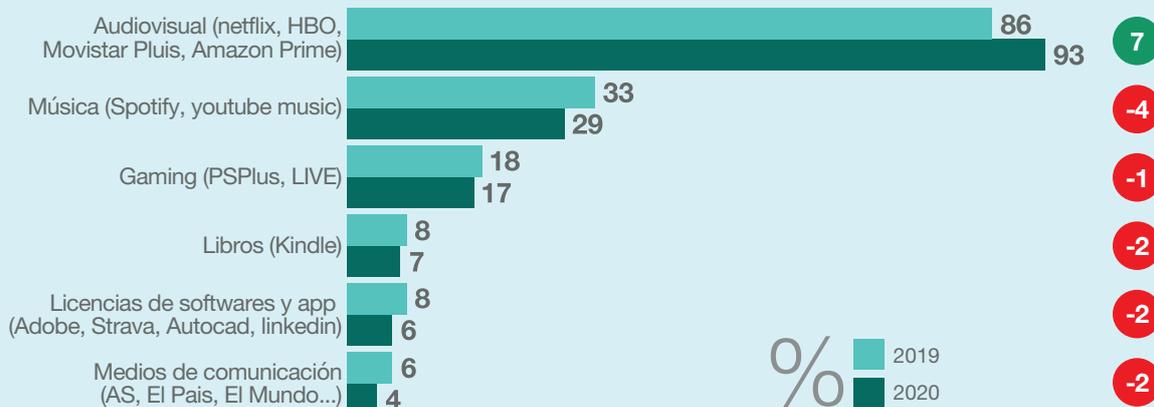
¿Tienes algún tipo de suscripción online? (respuesta única)



# El Observatorio Cetelem eCommerce 2020

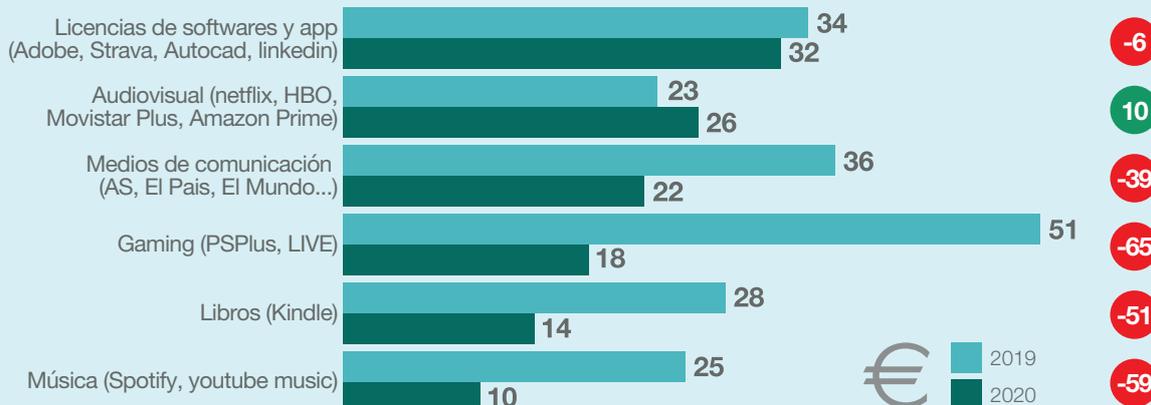
## e-2020. El año del eCommerce

### ¿Qué tipo de suscripción tienes? (respuesta múltiple)



Variación respecto 2019 (en %)

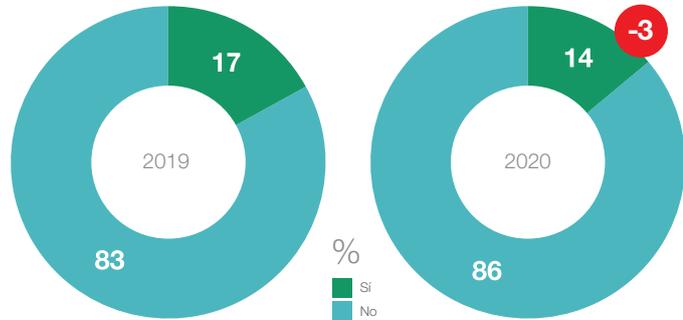
### ¿Cuánto paga mensualmente por este tipo de suscripciones? (respuesta múltiple)



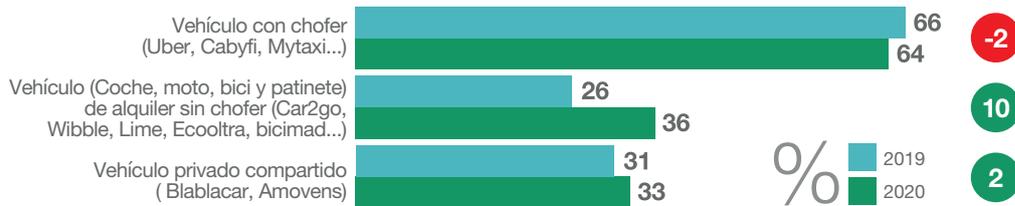
# Aspectos generales y tendencias en consumo y distribución online

La shared mobility llega a los móviles del 14% de los españoles.

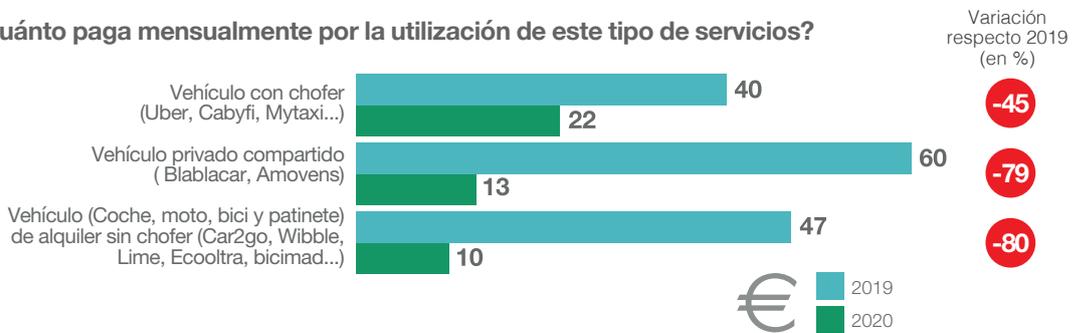
¿Tiene alguna App relacionada con servicios de movilidad? (respuesta única)



App movilidad - ¿De qué tipo?



¿Cuánto paga mensualmente por la utilización de este tipo de servicios?



# El Observatorio Cetelem eCommerce 2020

## e-2020. El año del eCommerce

### Leyenda

+3 -2 (Variaciones 2019/2018 en puntos porcentuales)

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

 Moda

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

 Calzado y complementos

 Dispositivos móviles

 Electrodomésticos / Tecnología

 Alimentación

 Deportes (textil, máquinas fitness, ...)

 Hogar (mobiliario y decoración)

 Juguetes

 Formación

 Automóvil y accesorios

 Productos para bebé

 Bicicleta y accesorios

 Moto y accesorios

 Gaming

 Descanso

 Salud y belleza

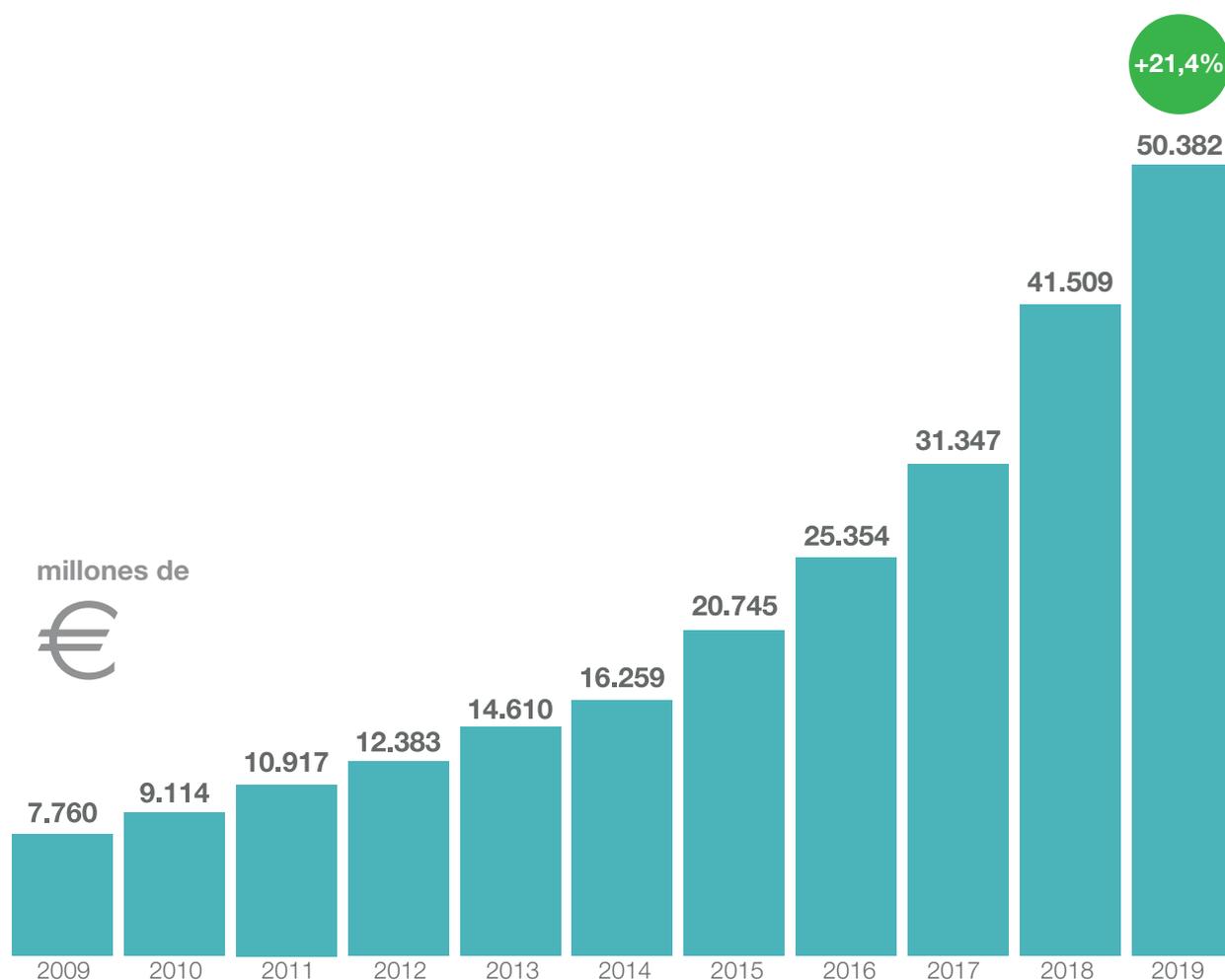




**ASPECTOS  
GENERALES Y  
TENDENCIAS  
EN CONSUMO Y  
DISTRIBUCIÓN  
ONLINE**

## Principales indicadores de comercio electrónico en España

### Volumen de comercio electrónico B2C



Fuente: ONTSI. Estudio sobre comercio electrónico B2C 2019 (Edición 2020)

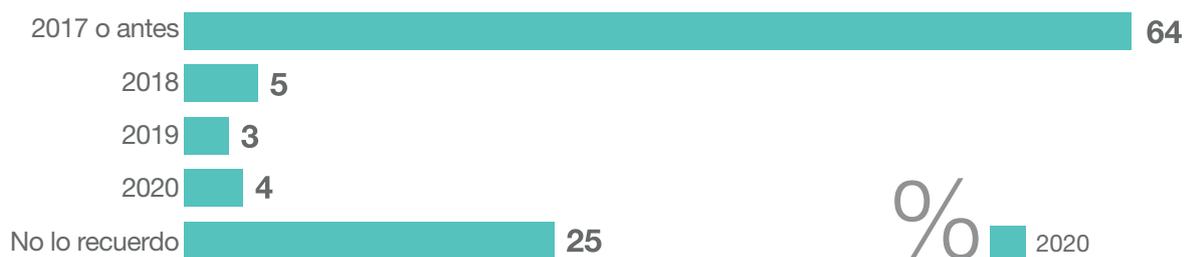
Antes de comenzar con el análisis de los resultados de la encuesta realizada a consumidores, ponemos en contexto cual es la situación del volumen de negocio del comercio electrónico en nuestro país.

Según los últimos datos publicados por ONTSI, el comercio electrónico B2C en España creció en términos absolutos de 41.509 millones de euros en 2018 a 50.382 en 2019, lo que supone un incremento anual del 21,4% frente al 32,4% registrado en el año 2018. La tendencia continua siendo de crecimientos de dos dígitos por encima del 20% desde el año 2015.

# Aspectos generales y tendencias en consumo y distribución online

## Aspectos generales

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



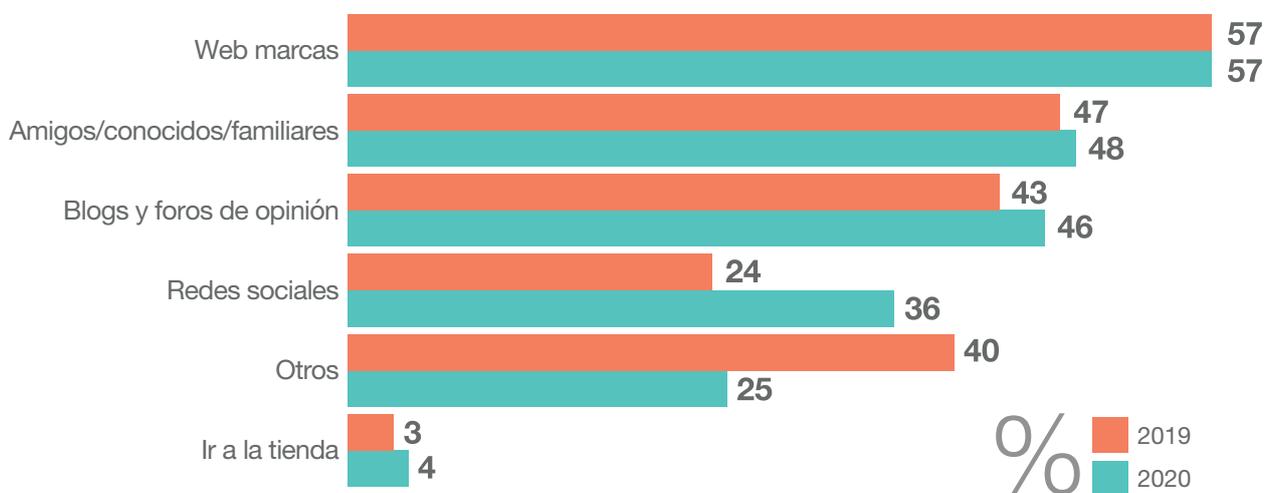
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020

La mayoría de encuestados (64%) declara haber realizado su primera compra online antes de 2017, siendo el porcentaje mayoritario el de aquellos con edades

comprendidas entre los 25 y 34 años con un 68% 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 2019

Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020

# El Observatorio Cetelem eCommerce 2020

## e-2020. El año del eCommerce

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. Las consultas previas a amigos o familiares se posicionan este año en segunda posición con un 48% de menciones (47% en 2019), ligeramente por encima de las consultas a blogs y foros de opinión con

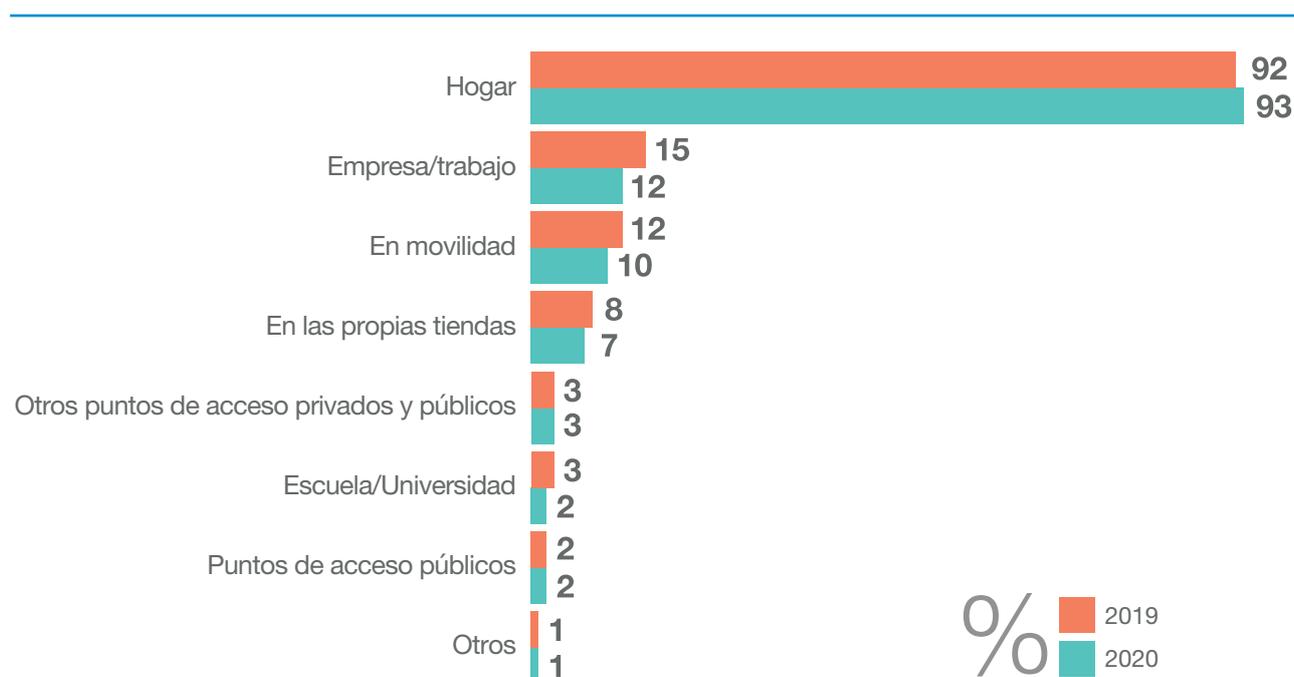
un 46% de menciones y un descenso de 3 puntos respecto al año anterior.

Lo más destacable es el fuerte incremento del porcentaje de aquellos que declaran consultar las redes sociales con un 36% de menciones frente al 24% de 2019.

## 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 2019  
Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020

Al igual que el año anterior el lugar desde donde mayoritariamente los españoles realizan sus compras online es el hogar con un 93% de menciones y un ligero incremento de 1 punto porcentual.

El lugar de trabajo continúa ocupando el segundo lugar y a mucha distancia de las compras realizadas desde casa, sólo el 12% de los encuestados declara haber

realizado alguna compra online desde su lugar de trabajo, mostrando una disminución de 3 puntos respecto a 2019.

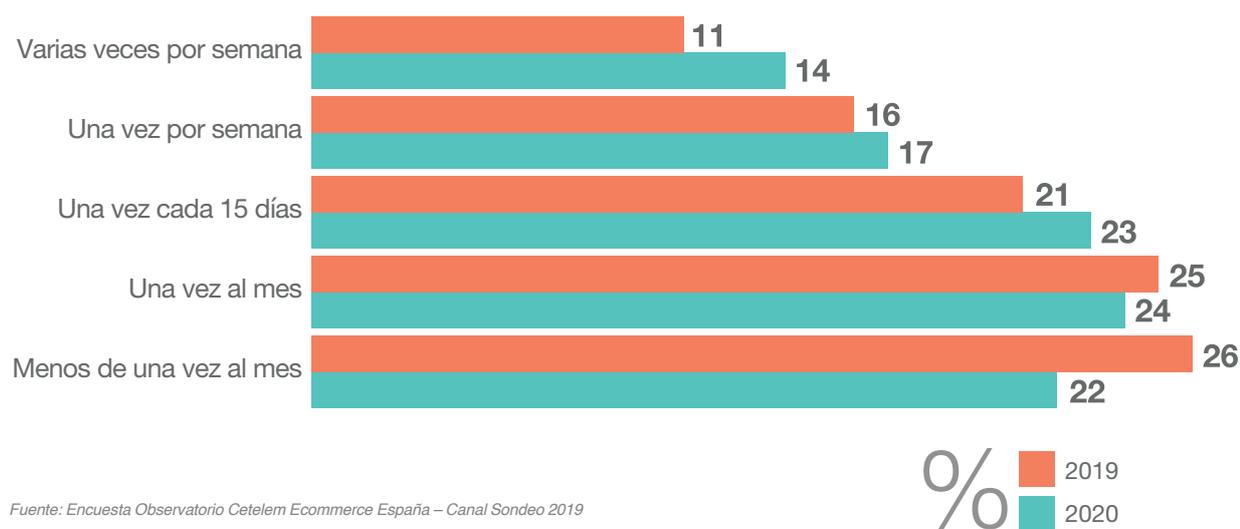
Las compras en movilidad son declaradas por el 10% de encuestados aunque como veremos más adelante el porcentaje de compras realizadas a través de dispositivos móviles es superior.

# 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 2019

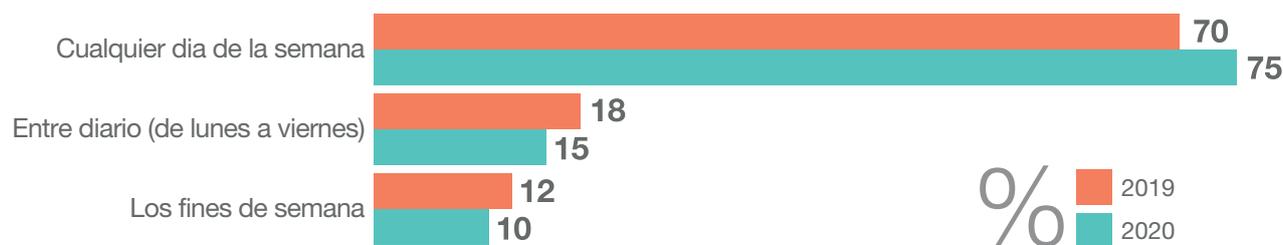
Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020

La tendencia en este sentido es clara, la frecuencia de compra online es cada vez mayor. El 31% de encuestados afirma realizar una o varias compras por semana, destacando por encima de la media aquellos compradores con edades comprendidas entre los 35 y 44 años, con un 43% de menciones.

El 23% declara realizar compras por internet una vez cada 15 días (2 puntos por encima de 2019) y el 24% una vez al mes, 1 punto porcentual menos que en 2019. Es importante señalar que se produce un descenso en el porcentaje de aquellos que realizan compras menos de una vez al mes con un 22% de menciones frente al 26% del año 2019. En este sentido destacan los consumidores con edades entre los 45 y 75 años con un 31,9%.

## Principalmente, ¿en qué momento sueles realizar tus compras online?

(% respuesta única)



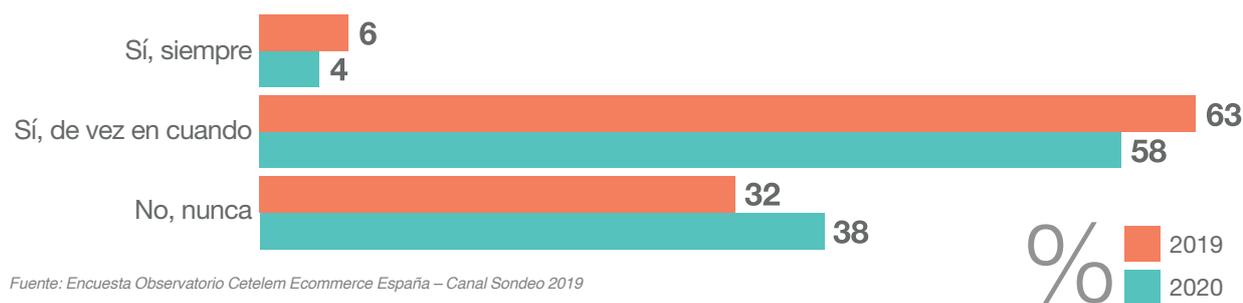
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2019  
Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020

No sólo aumenta la frecuencia de las compras online entre los españoles, sino que también observamos que el momento para realizar dichas compras puede

ser cualquier día de la semana, así lo manifiestan el 75% de los encuestados, lo que supone un aumento de 5 puntos 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 2019  
Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020

La gran mayoría de consumidores encuestados afirma acudir a la tienda física de vez en cuando antes de realizar su compra online (58% vs 63% en 2019). En este sentido destacan aquellos con edades comprendidas entre los 35 y 44 años con un 61% de menciones, dos puntos porcentuales más que la media.

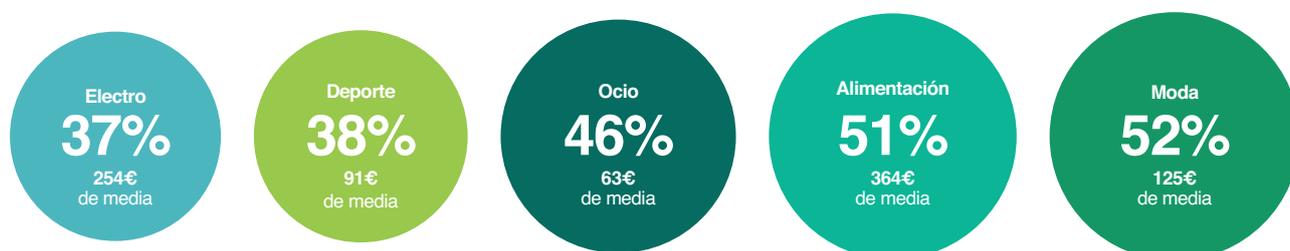
El 38% de los compradores online se muestra rotundo y afirma no acudir nunca a la tienda física antes de realizar sus compras por internet, lo que supone un incremento de 6 puntos respecto al año anterior. En el lado opuesto nos encontramos con el 4% que por el contrario afirma visitar siempre la tienda antes de realizar su compra por internet.

# Aspectos generales y tendencias en consumo y distribución online

## Impacto COVID-19 en las compras online

Durante la temporada de confinamiento a causa de la COVID-19, ¿has comprado online alguno de los productos / servicios que encuentras en la siguiente lista? (respuesta sí - no por cada producto/servicio)

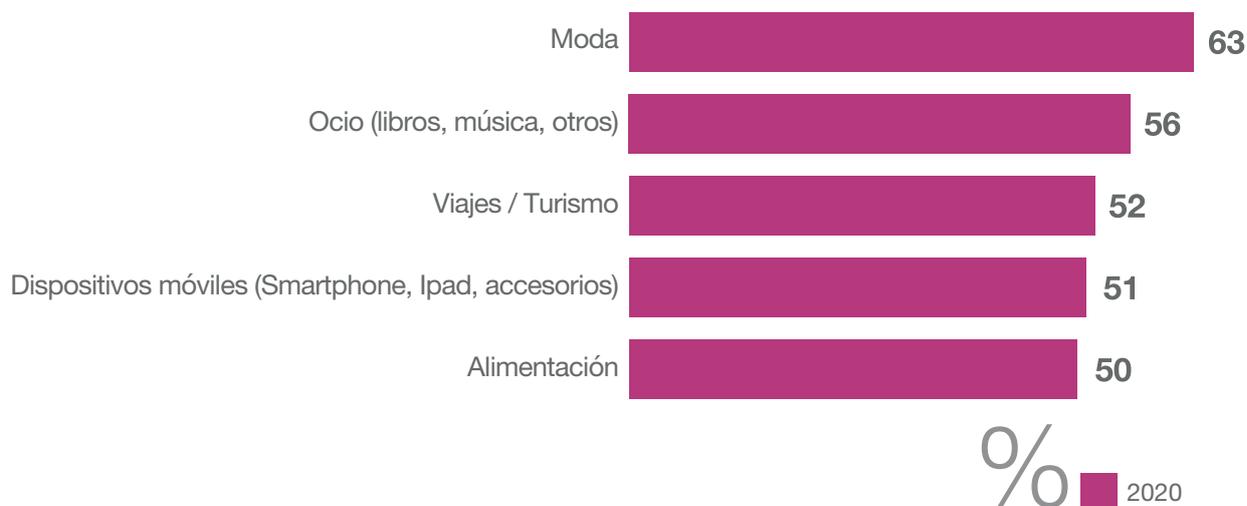
En concreto, ¿cuál es el importe específico que has gastado en cada uno de los productos / servicios que has comprado online durante la temporada de confinamiento a causa de la COVID-19?



Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020

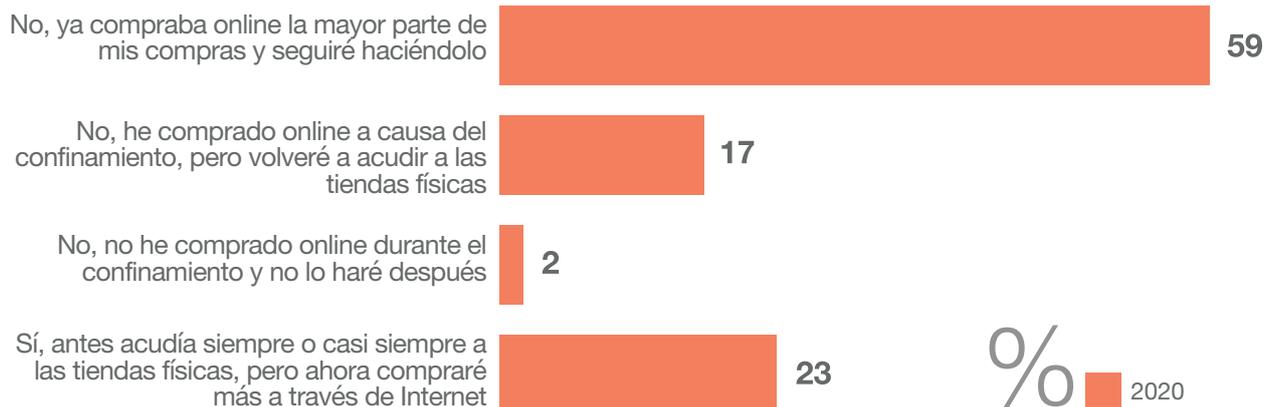
Los tipos de producto más comprados a través de internet durante la temporada de confinamiento han sido moda, alimentación y ocio

Tras la temporada de confinamiento a causa de la COVID-19, ¿piensas seguir comprando online alguno de los productos / servicios que encuentras en la siguiente lista? (respuesta sí - no por cada producto/servicio)



Moda, ocio y viajes serán los tipos de productos que más se seguirán comprando online una vez pasado el confinamiento.

**¿Dirías que la temporada de confinamiento a causa de la COVID-19 ha cambiado tu mentalidad a la hora de comprar online?** (% respuesta única)



Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020

Un 23% de los encuestados dice que la temporada de confinamiento sí ha cambiado su mentalidad a la hora de comprar online, ya que antes acudía siempre

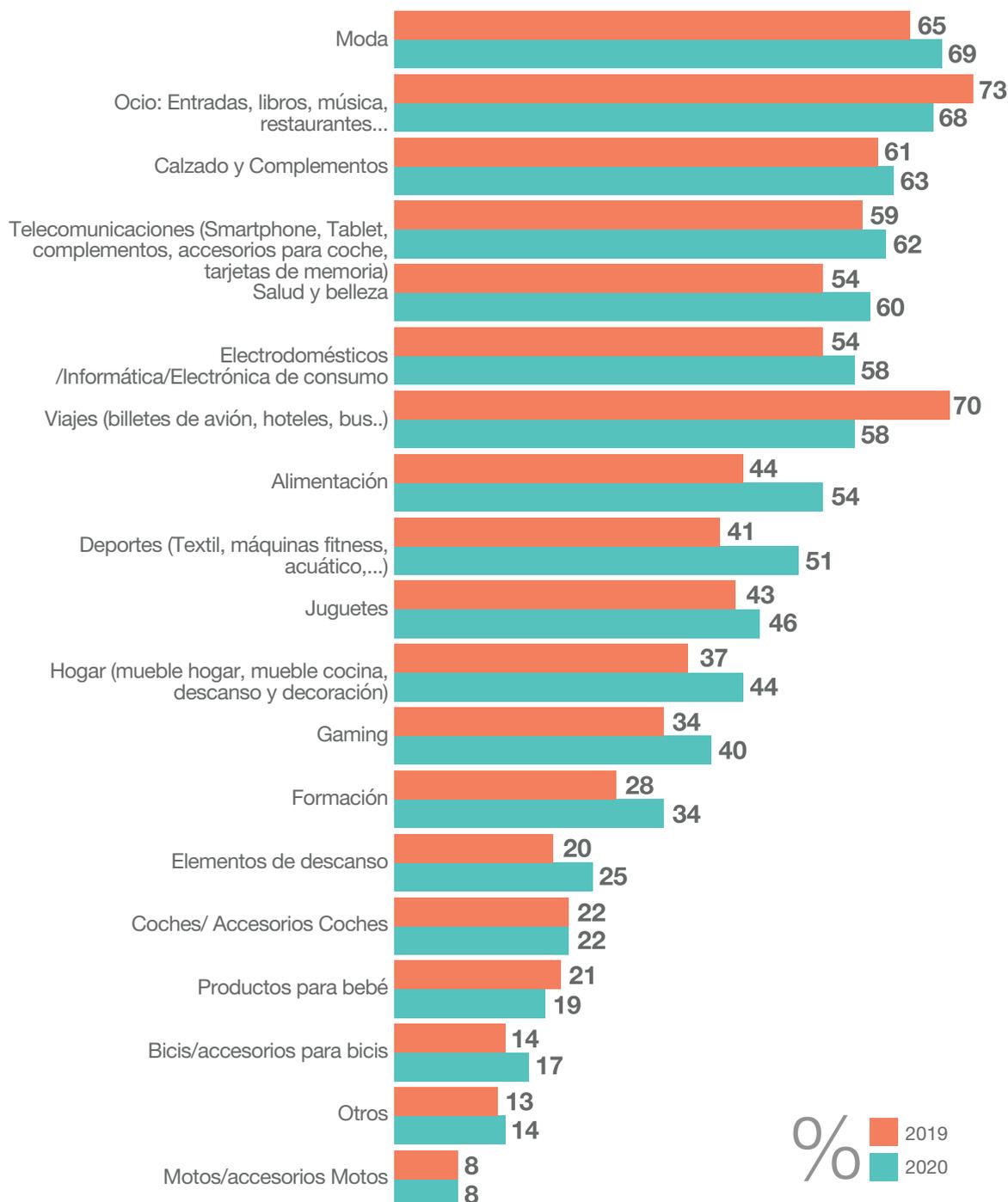
o casi siempre a la tienda física y ahora comprará más a través de internet.



# 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 2019

Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020

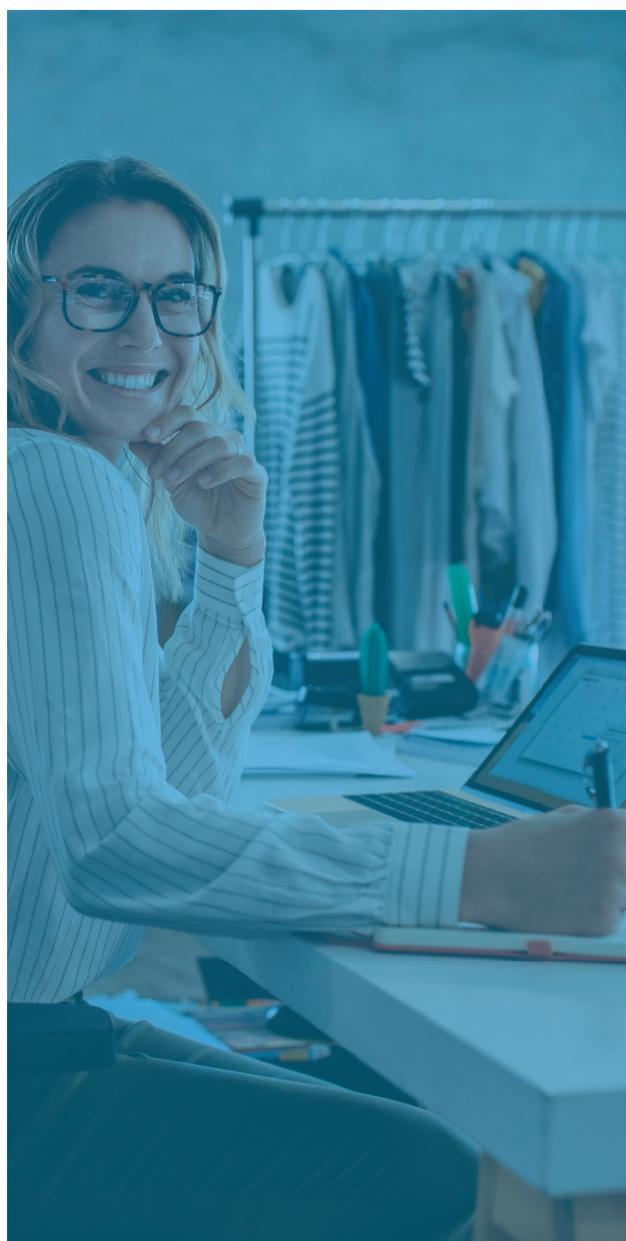
## El Observatorio Cetelem eCommerce 2020 **e-2020. El año del eCommerce**

Según la encuesta realizada este año 2020, lo más destacable es que el porcentaje de compradores aumenta respecto al año anterior en todos los productos analizados excepto en ocio y viajes.

Respecto al Top 5 de productos más comprados online en los últimos 12 meses lo configuran por este orden: la moda con un 69% de menciones (+4 puntos vs 2019), el ocio con un 68% (-5 puntos vs 2019), calzado y complementos con un 63% vs 61% el año anterior. Los dispositivos móviles con un 62% de menciones se

posicionan en el cuarto lugar con un aumento de 3 puntos porcentuales y para cerrar este ranking tenemos los productos de salud y belleza con un 60% vs 54% del año anterior.

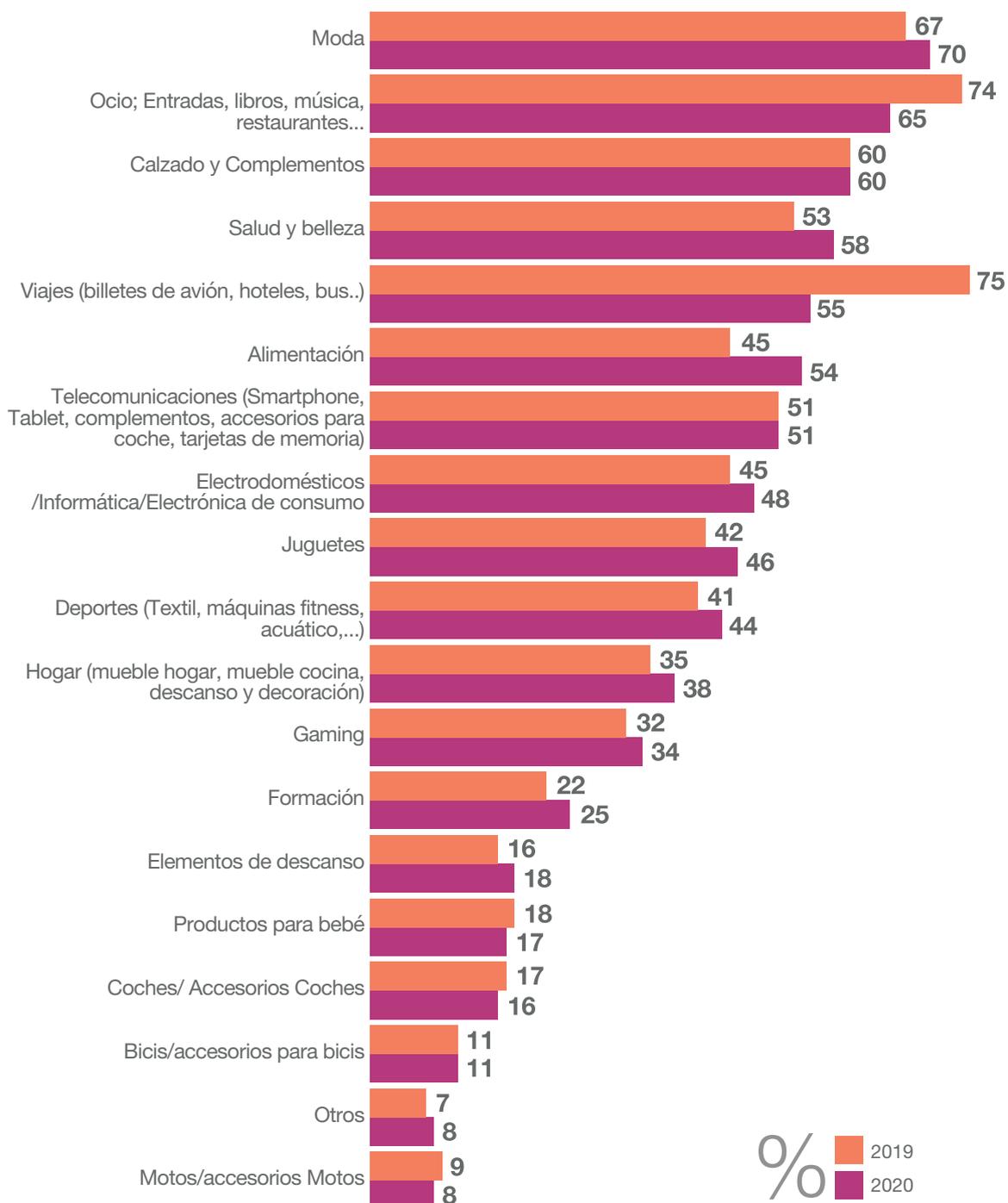
En la edición de 2019 decidimos comenzar el análisis de un nuevo sector, el gaming, en el que un 40% de los encuestados afirma haber comprado algún producto de este tipo a través de internet durante 2020 lo que supone un incremento de 6 puntos respecto al año anterior.



# 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 2019

Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020

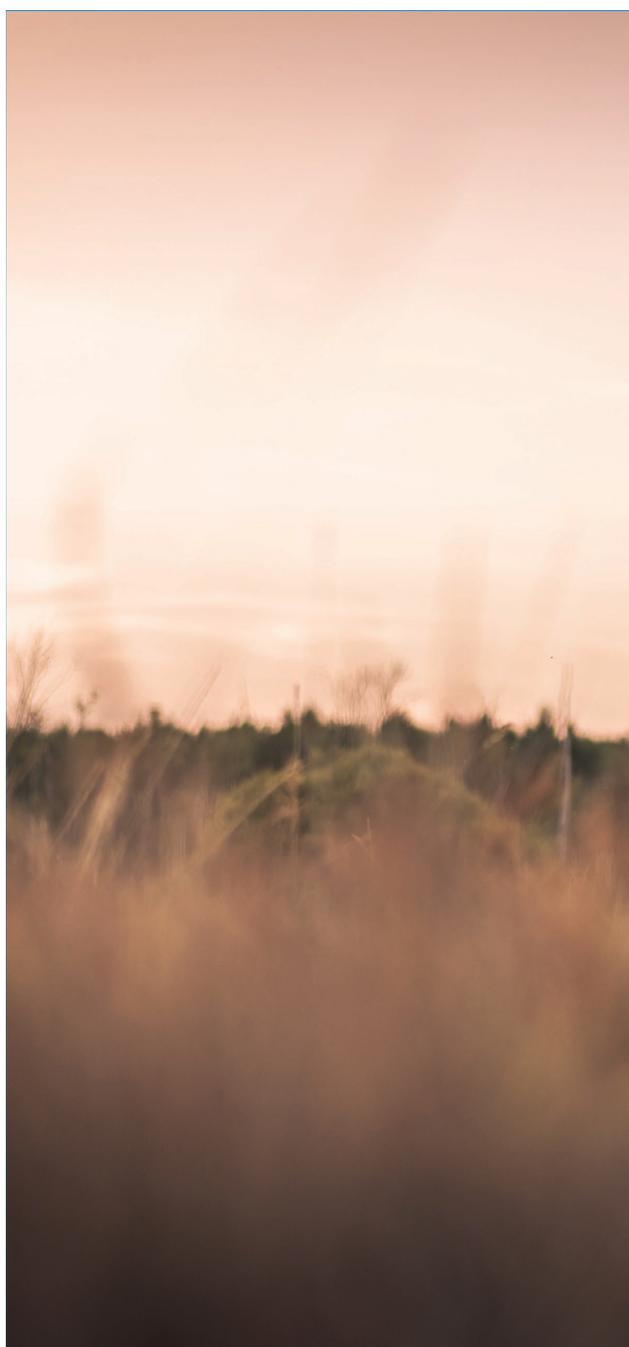
## El Observatorio Cetelem eCommerce 2020 **e-2020. El año del eCommerce**

Las intenciones de compra para los doce próximos meses aumentan en la mayoría de sectores excepto en ocio, viajes, productos para bebe, coches y accesorios y motos y accesorios.

Los productos moda y ocio son los productos que presentan las mayores intenciones de compra con un 70% y 65% de menciones respectivamente.

En tercera posición encontramos los productos de calzado y complementos un 60% de menciones se mantienen respecto al año anterior.

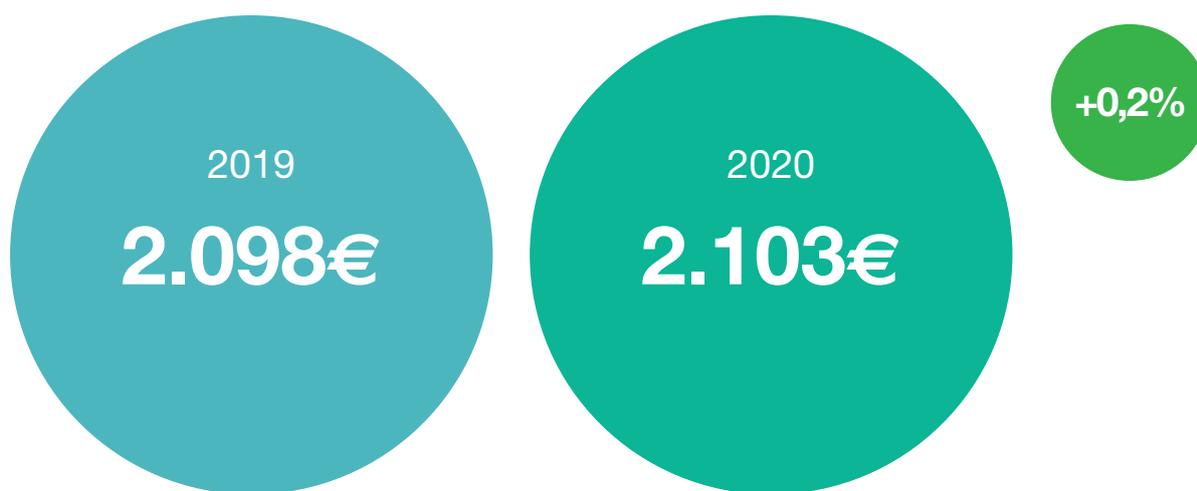
Los productos de salud y belleza con un 58% y los viajes con un 55% son los siguientes productos con más intención de compra por parte de los consumidores encuestados.



## 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

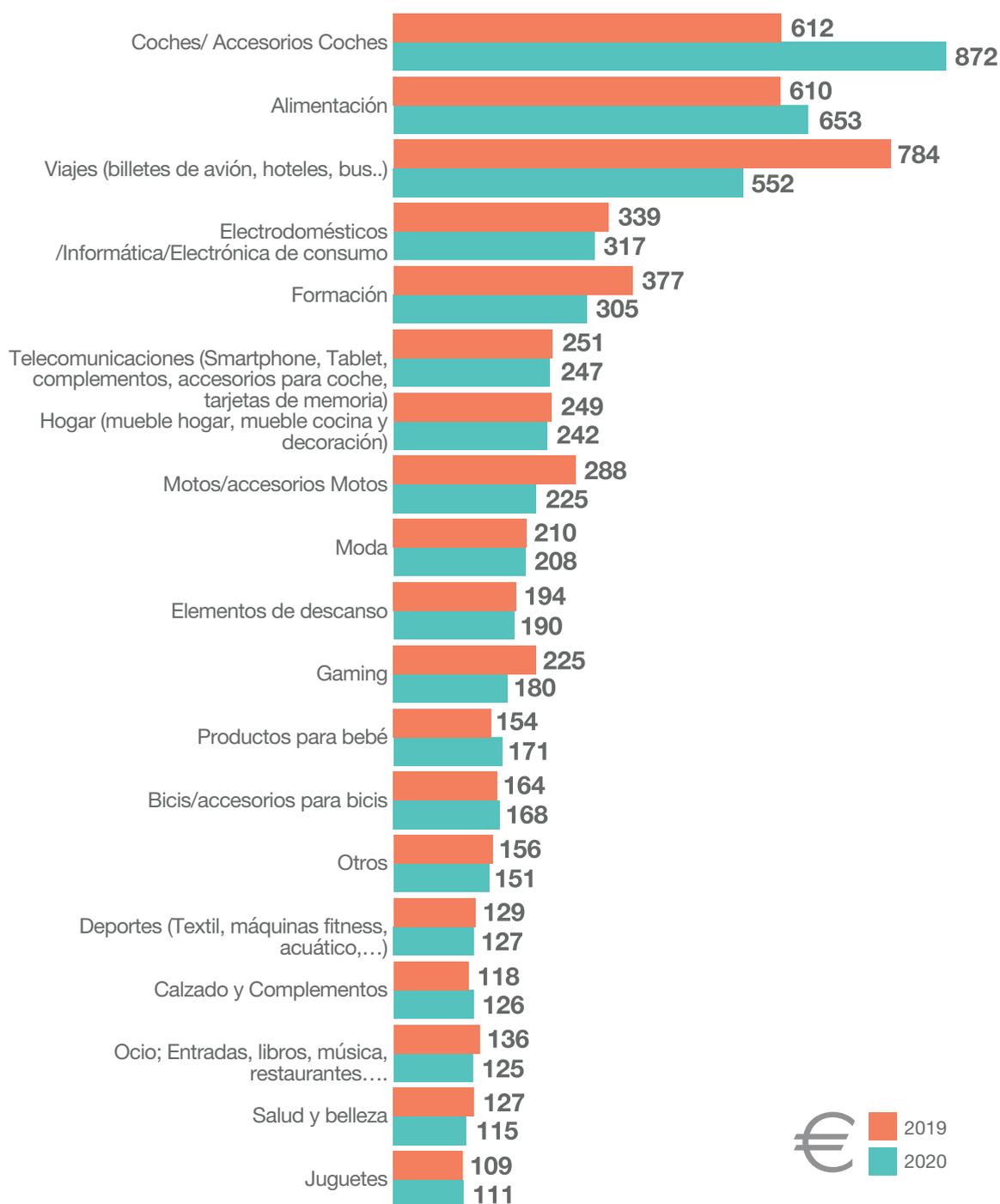
El gasto medio de los españoles en sus compras realizadas por internet en 2020 asciende a 2.103€ lo que supone un ligero crecimiento del +0.2% respecto al año anterior.

Si segmentamos por edades y al igual que ocurría el año pasado, son los internautas con edades entre los 35 y 44 años los que declaran un mayor gasto que asciende a los 2.403€ (un 15% más que la media).

## 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 2019

Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020

# Aspectos generales y tendencias en consumo y distribución online

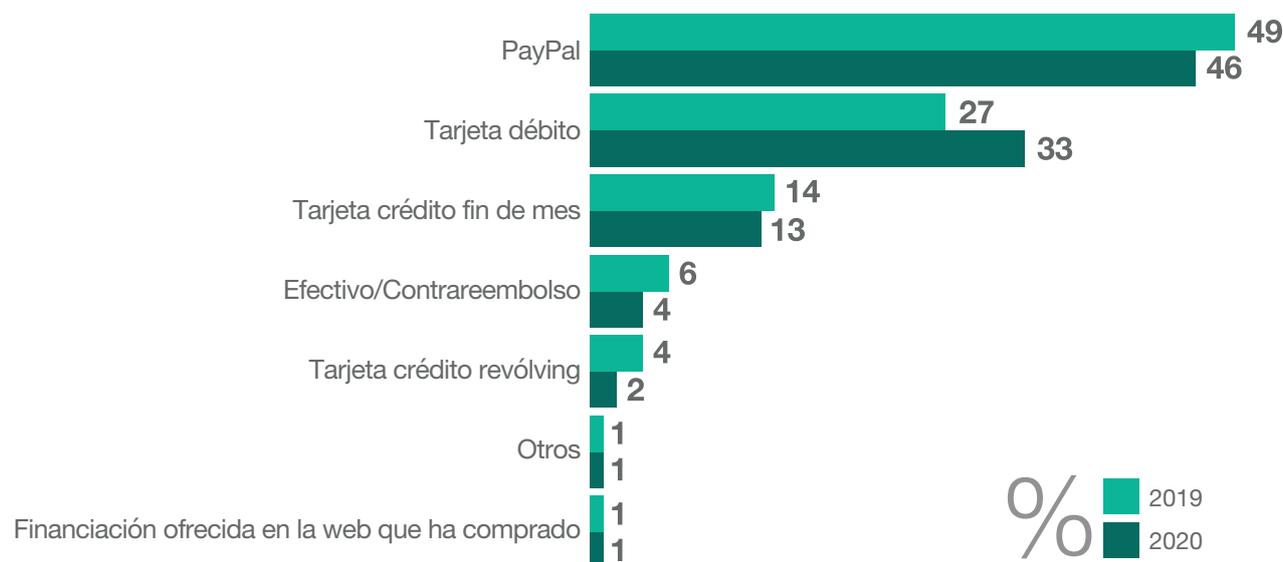
Por primera vez en muchos años, los viajes no son el producto donde más han gastado los españoles en sus compras online. En 2020 son las compras realizadas de coches y accesorios de coches las que aumentan notablemente su gasto respecto al año anterior y se posicionan en primer lugar con un gasto medio

declarado de 872€, lo que supone un crecimiento del +42% respecto a 2019.

En segundo lugar encontramos al gasto realizado en alimentación (653€ vs 610€ en 2019), seguido de los viajes con 552€ y un notable descenso del -30%.

## Medio de pago y financiación

### ¿Qué formas de pago utilizaste en tus compras realizadas por Internet? (% respuesta múltiple)



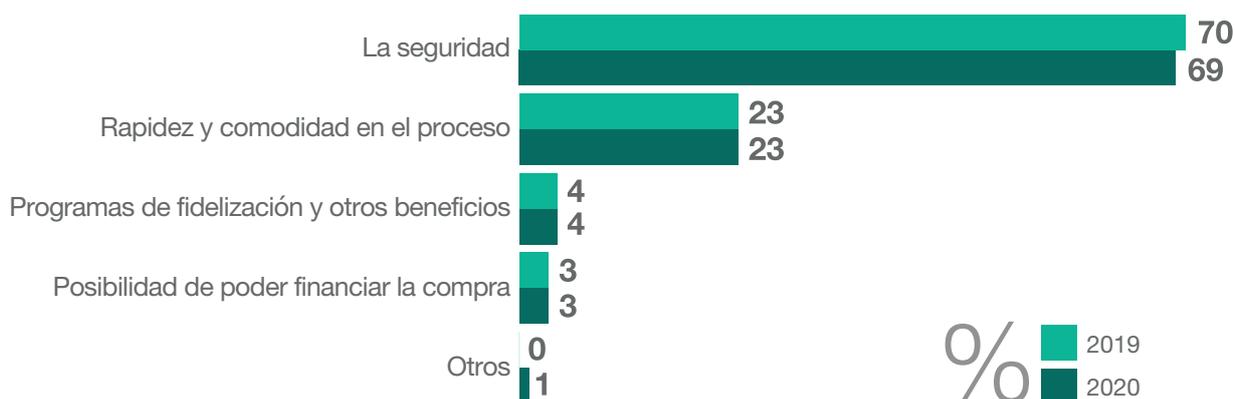
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2019  
Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020

Paypal con un 46% de menciones y aunque presenta un descenso de 3 puntos porcentuales respecto a las declaraciones del año pasado, continúa siendo el medio de pago más utilizado por los españoles en sus compras por internet.

La tarjeta de débito continúa con su crecimiento de los últimos años y con un 33% de menciones y un incremento de seis puntos porcentuales se posiciona como segundo medio de pago.

La tarjeta de crédito fin de mes ocupa el tercer lugar en el ranking aunque con una gran diferencia respecto a la utilización de la de débito, en concreto el 13% de encuestados afirma haberla usado para pagar sus compras online.

## A la hora de pagar tus compras online, ¿qué es lo que más valoras de los medios de pago? (% respuesta única)

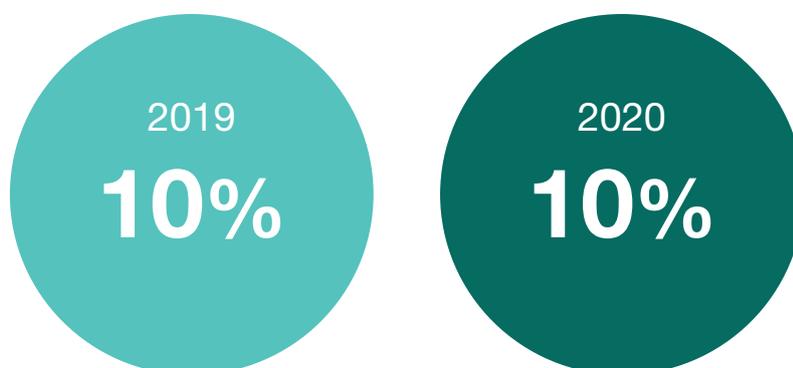


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2019  
 Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020

La seguridad en el proceso de pago online es lo más valorado por el 69% de los consumidores encuestados, con un ligero descenso de 1 punto respecto al año anterior. La rapidez y comodidad en el proceso de pago ocupa el segundo lugar con un 23% de menciones.

Aspectos como los programas de fidelización o la posibilidad de poder financiar la compra con la tarjeta presentan porcentajes muy bajos por debajo del 15%.

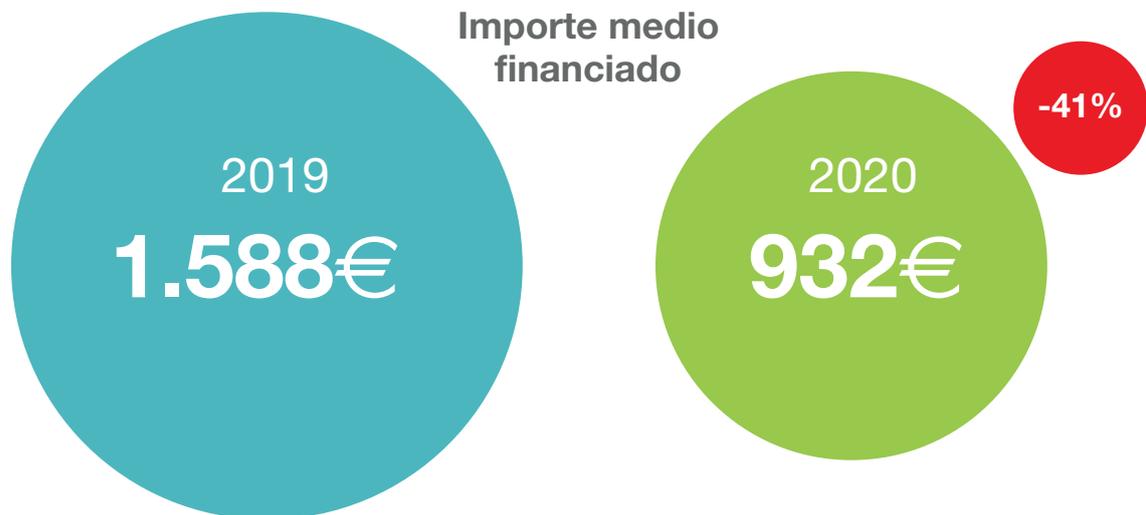
## En los últimos 12 meses, ¿has financiado alguna de las compras online que has realizado? (% respuesta única)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2019  
 Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020

## Aspectos generales y tendencias en consumo y distribución online

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



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2019

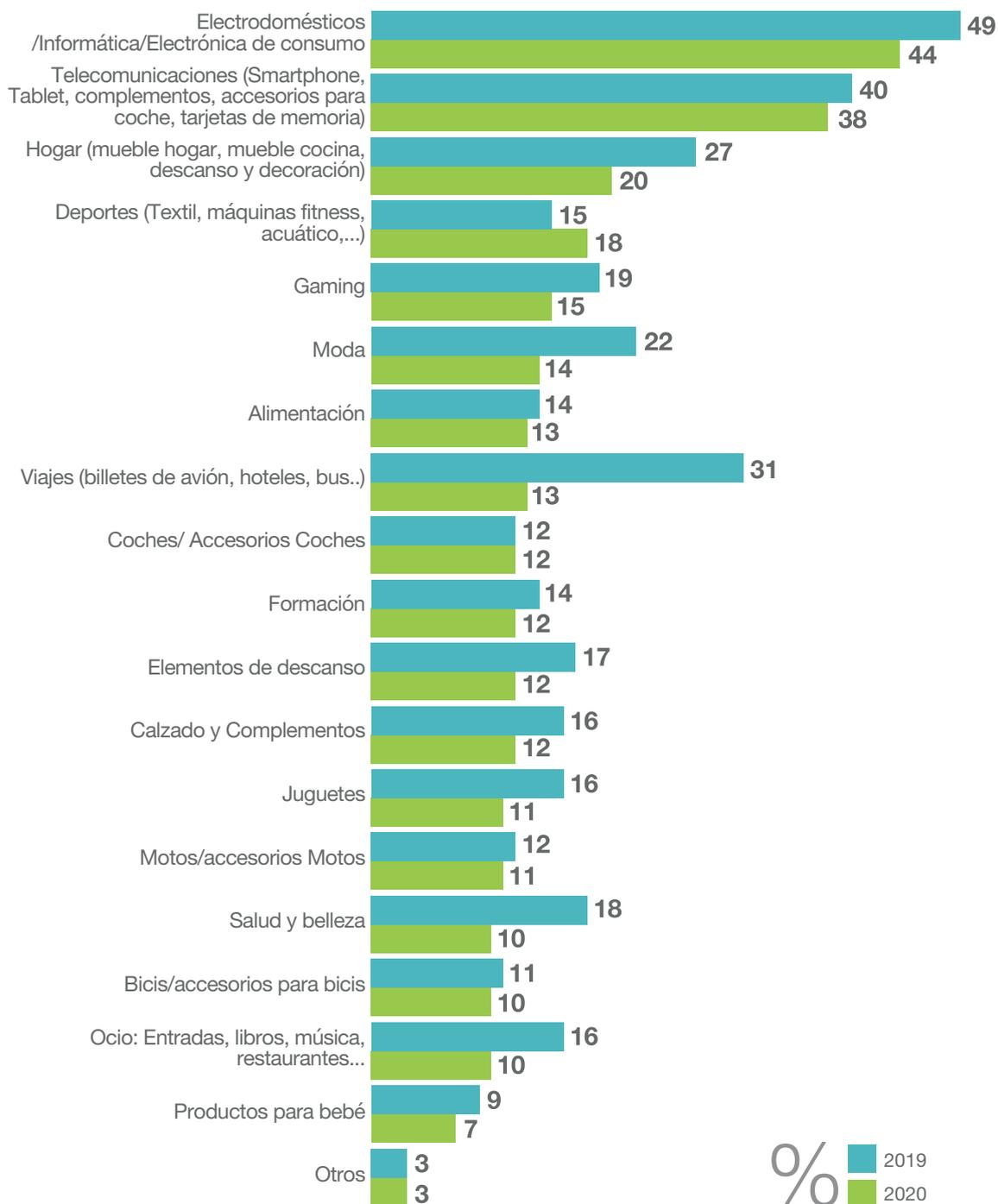
Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020

El 10% de los encuestados declara haber financiado alguna de las compras que ha realizado por internet, manteniéndose el porcentaje respecto al año anterior.

El importe medio financiado en 2020 desciende a unos 932€ lo que supone un fuerte descenso del 41% respecto al 2019.

## Gasto medio realizado por producto

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



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2019

Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020

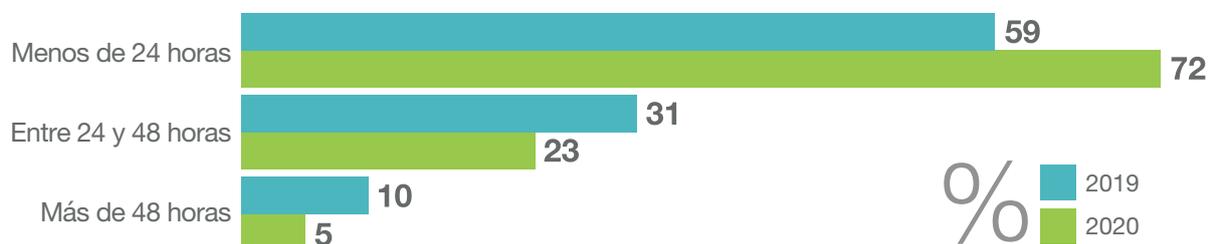
## Aspectos generales y tendencias en consumo y distribución online

Todos los porcentajes de financiación descienden respecto a 2019 salvo aquellos relacionados con los productos deportivos que con un 18% de menciones aumentan 3 puntos respecto al año anterior.

Los productos más financiados por aquellos que declaran haber utilizado este medio de pago son los electrodomésticos (44% vs 49% en 2019), los dispositivos móviles (38% vs 40% en 2019) y los muebles y complementos (20% vs 27% en 2019).

### ¿Cuánto tiempo transcurrió desde que solicitaste la financiación online para la compra del producto o servicio, hasta que se hizo efectiva?

(% respuesta única)



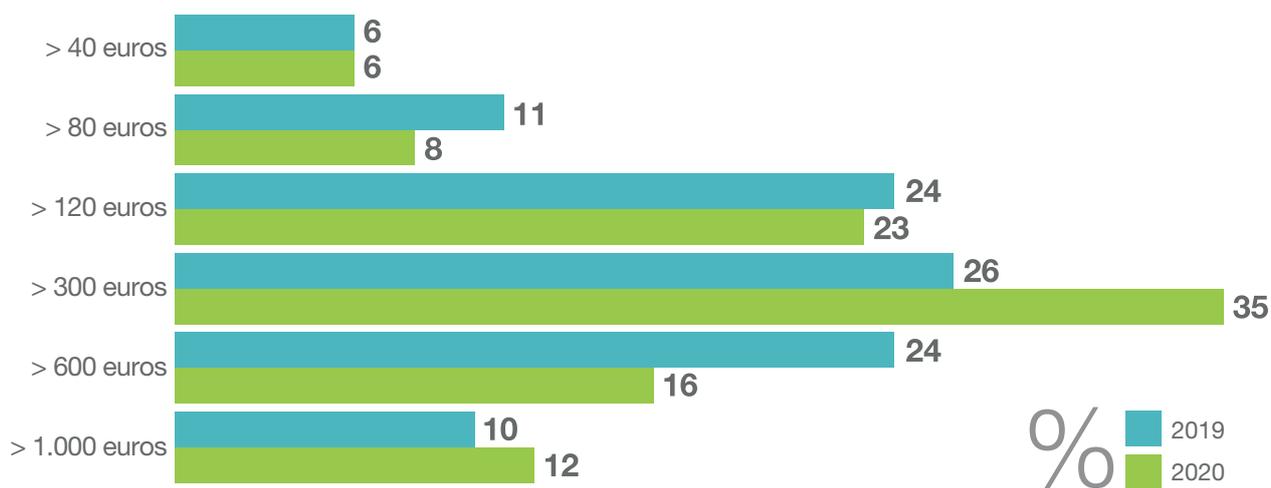
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2019

Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020

El 72% de los que han financiado declara haberla obtenido en menos de 24 horas, porcentaje que continúa aumentando año tras año.

## ¿A partir de que importe financiarías una compra online?

(% respuesta única)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2019

Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020

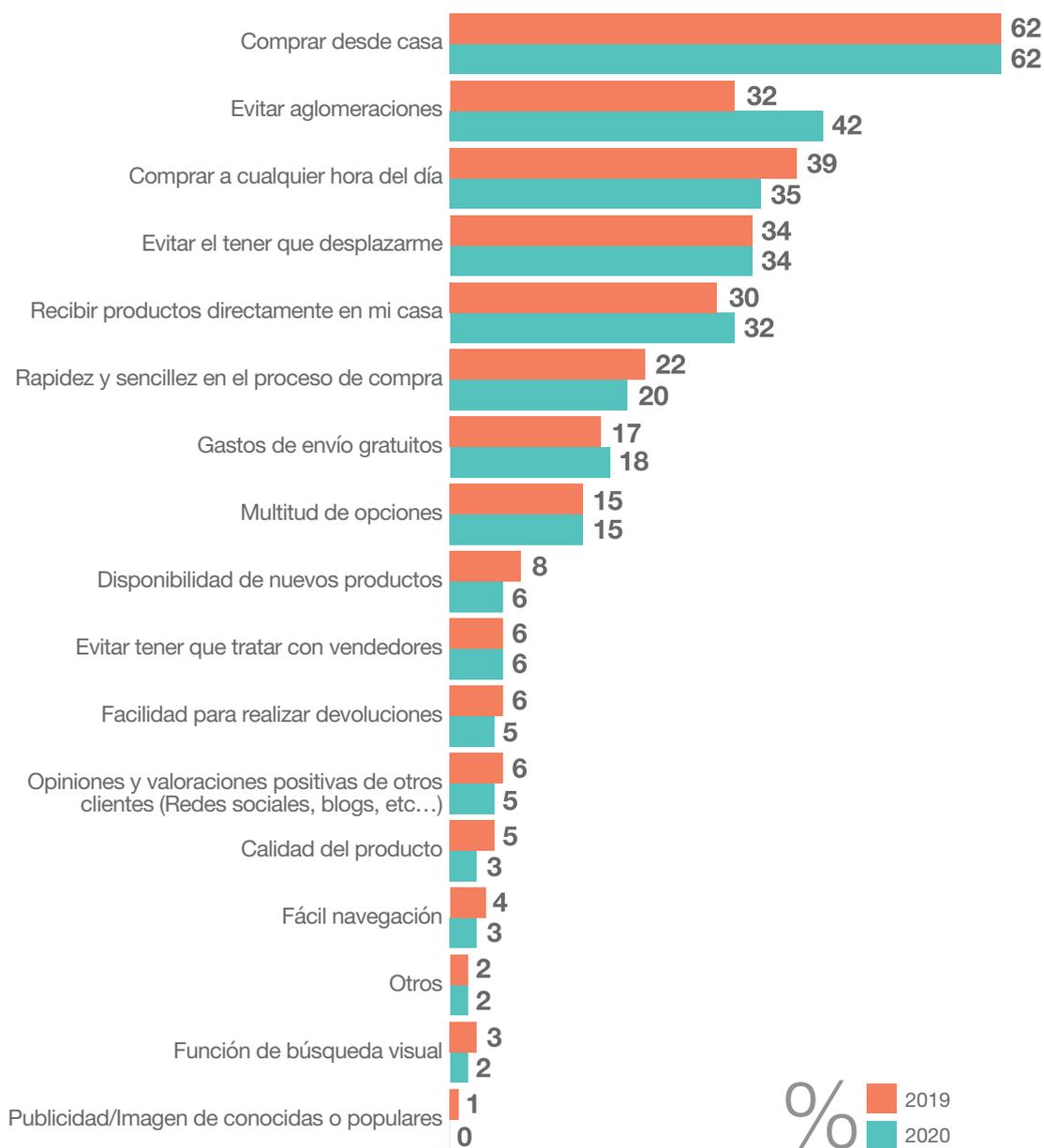
El 35% de los consumidores declara que estaría dispuesto a financiar su compra a partir de los 300€, porcentaje que aumenta 5 puntos respecto al año anterior. Le sigue el 23% que financiaría sus compras a partir de compras de 120€.

Por debajo del 20% nos encontramos al 16% que optaría por aplazar sus compras solo en compras superiores a los 600€ y al 12% que lo haría a partir de los 1000€.

# 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 2019  
Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020

## El Observatorio Cetelem eCommerce 2020 e-2020. El año del eCommerce

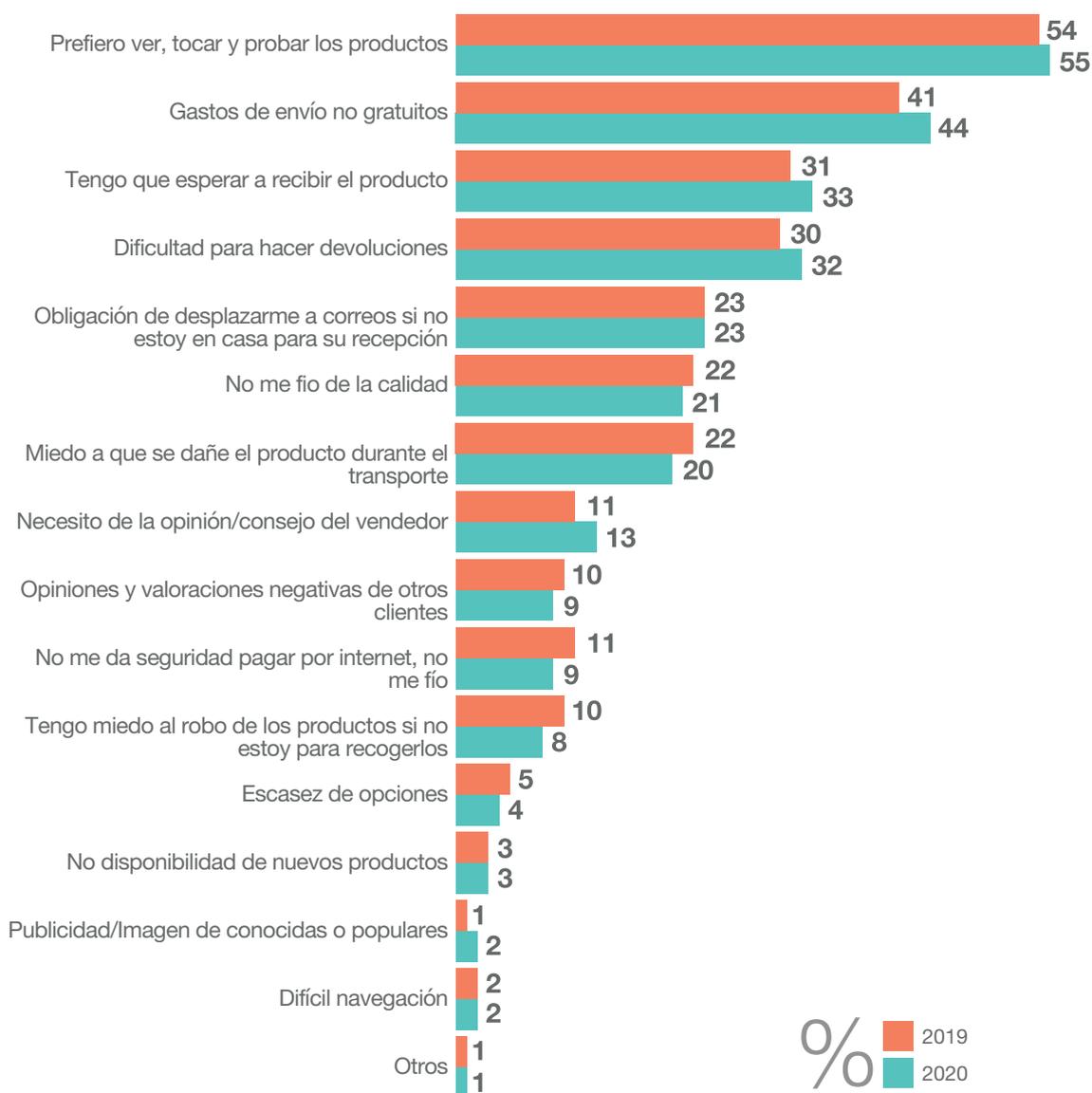
El aspecto más positivo de la compra online según los encuestados, es al igual que el año anterior el poder realizar la compra desde casa (62%).

Le sigue con un 42% el evitar aglomeraciones, hecho que este año y debido a la situación que estamos pasando

aumenta notablemente 10 puntos porcentuales. En tercer lugar y con un 35% de menciones encontramos el poder realizar la compra a cualquier hora del día.

El evitar desplazamientos y el recibir los productos en casa son otros de los aspectos más valorados.

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



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2019  
Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020

## Aspectos generales y tendencias en consumo y distribución online

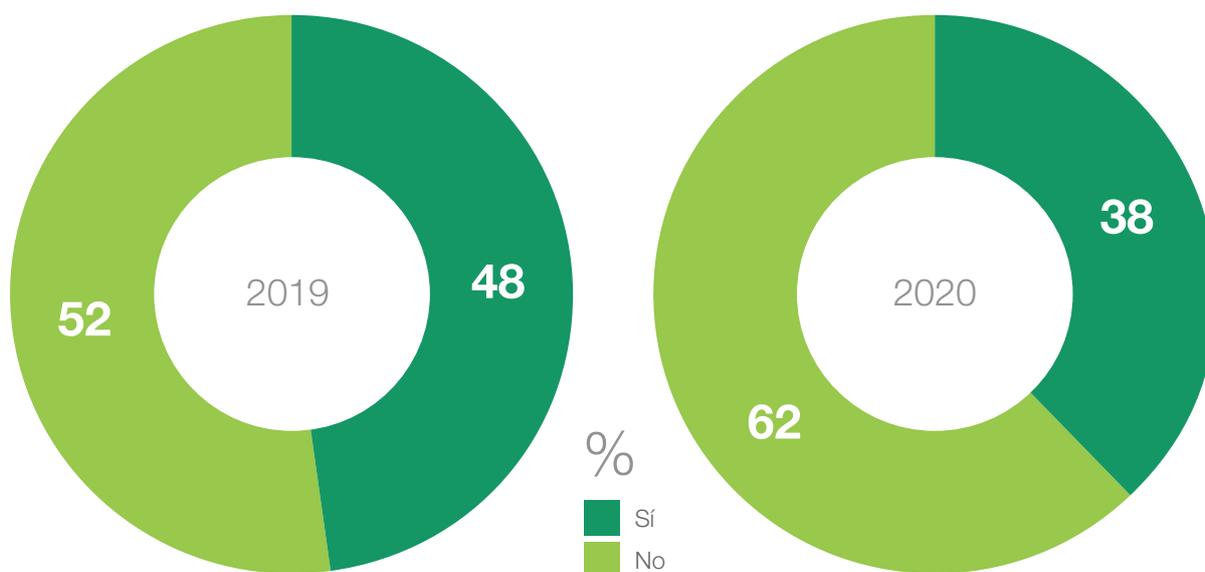
Lo primero a destacar es que se observa un aumento en el porcentaje de respuesta en los principales aspectos negativos mencionados por los consumidores. En primer lugar encontramos la opción de que prefieren ver, tocar y probar los productos con un 55% de menciones.

Los gastos de envío no gratuitos ocupan la segunda posición con un 44% de menciones, lo que supone un incremento de 3 puntos porcentuales respecto a 2019.

Tener que esperar a recibir el producto (33%) y la dificultad para realizar devoluciones (32%) son los siguientes aspectos más negativos desde la perspectiva de los consumidores encuestados con un incremento de 2 puntos respectivamente.

## Compra y venta particulares

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



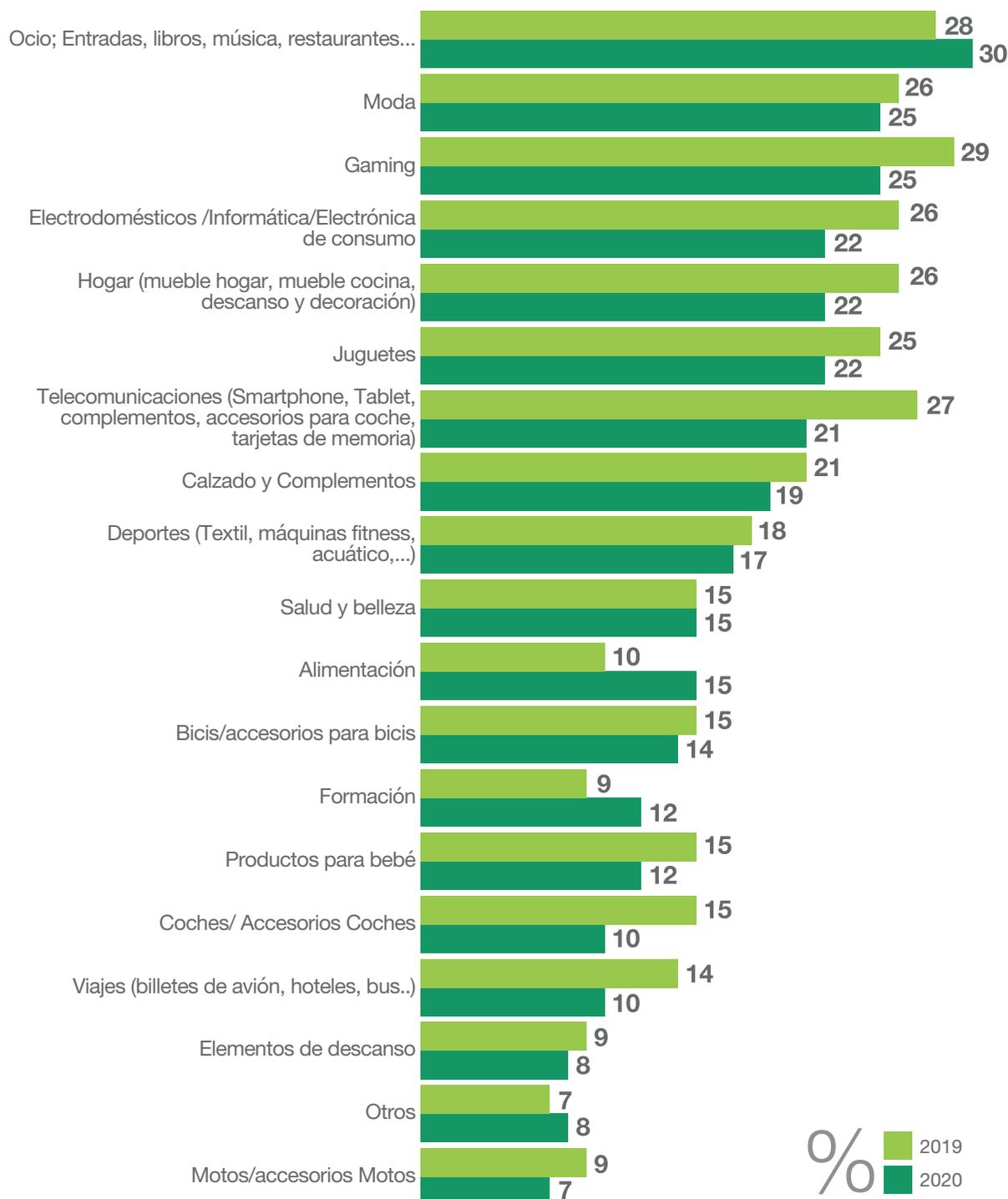
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2019

Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020

# El Observatorio Cetelem eCommerce 2020

## e-2020. El año del eCommerce

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



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2019

Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020

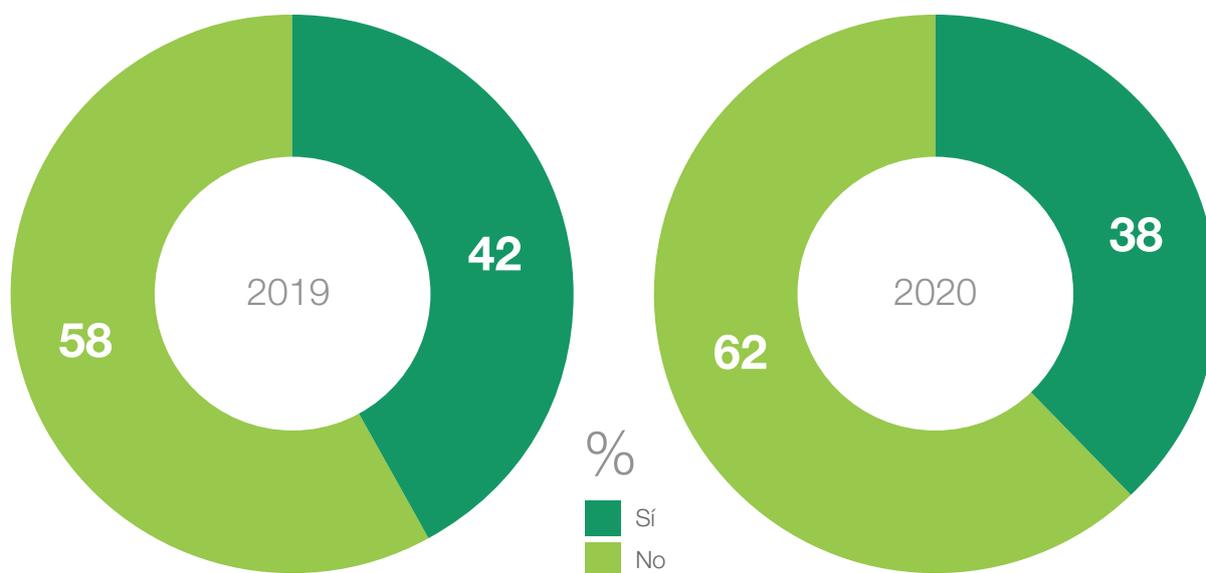
## Aspectos generales y tendencias en consumo y distribución online

El porcentaje de internautas que ha comprado algún producto a un particular a través de alguna plataforma online se sitúa en el 38% frente al 48% del año anterior, lo que supone un descenso de 10 puntos porcentuales respecto a 2019.

Le siguen los productos de moda y gaming con un 25% de menciones, con un descenso en el porcentaje de menciones de 1 y 4 puntos porcentuales respectivamente.

Con un 22% de menciones encontramos a los productos electrodomésticos y tecnológicos, los muebles y los juguetes, todos ellos muestran descensos respecto a 2019.

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

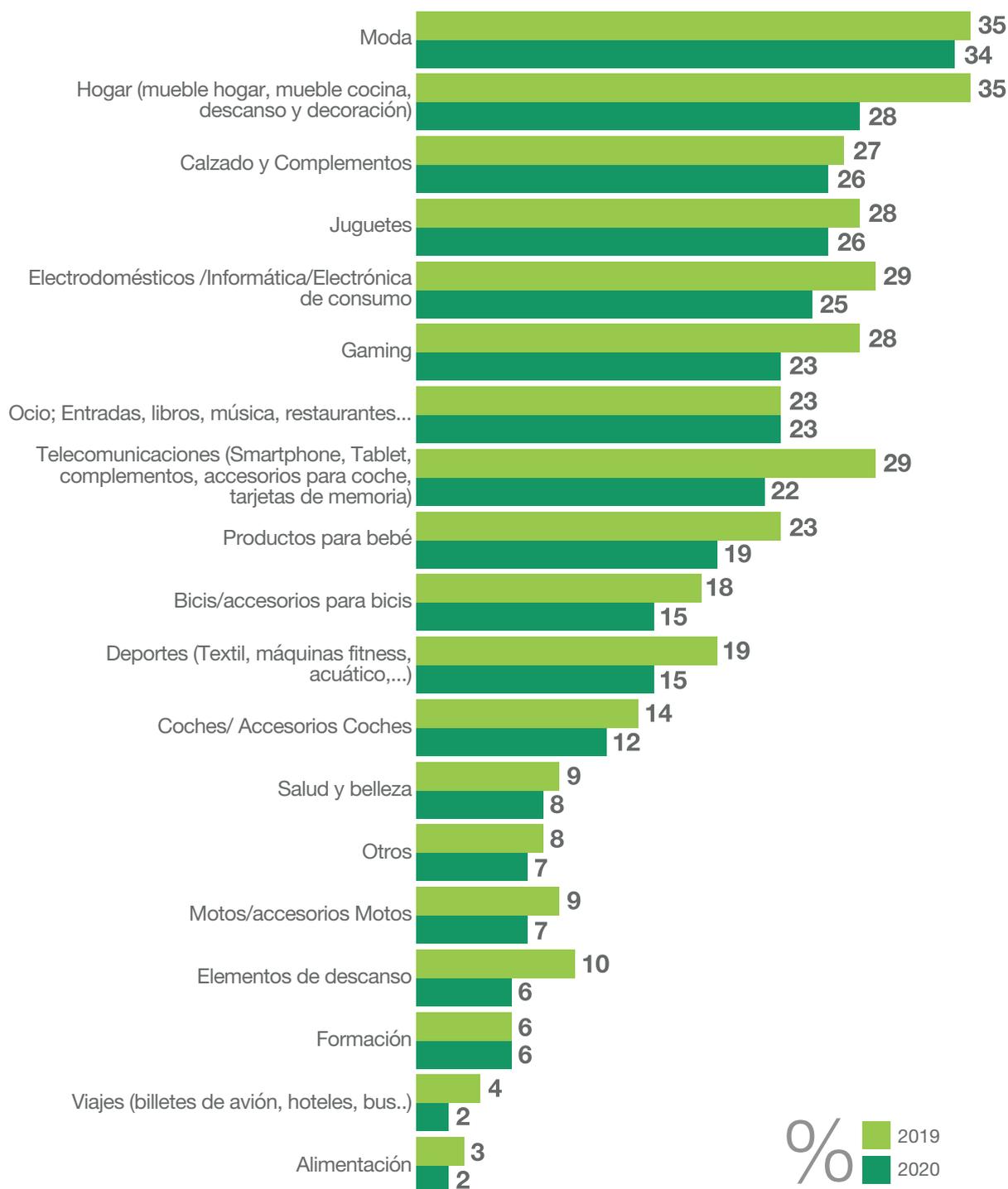


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2019  
Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020

# El Observatorio Cetelem eCommerce 2020

## e-2020. El año del eCommerce

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



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2019

Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020

# 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 38% frente al 42% del año anterior, lo que supone un descenso de 4 puntos porcentuales respecto al 2019.

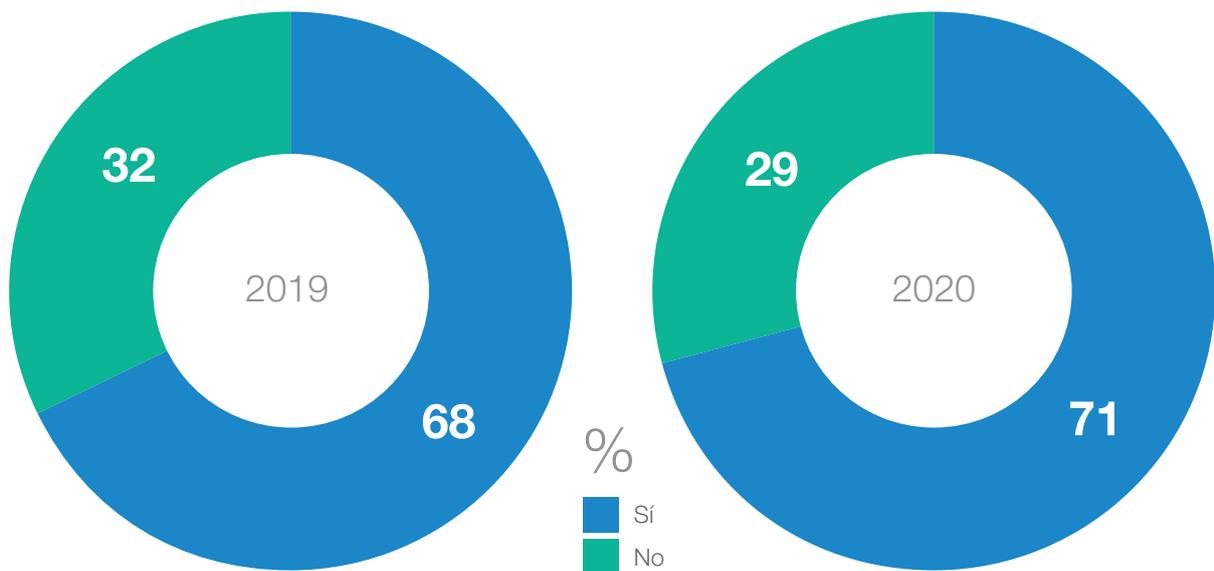
En lo que respecta al análisis de los productos más vendidos, la moda es sin lugar a dudas la que destaca por encima del resto con un 34% de menciones aunque con un ligero descenso de 1 punto respecto al año anterior.

Le siguen los muebles y complementos con un 28% pero con un fuerte descenso de 7 puntos respecto a 2019.

Con un 26% de menciones encontramos a los juguetes y calzado y complementos, con un descenso de 2 y 1 punto respectivamente.

## 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 2019

Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020

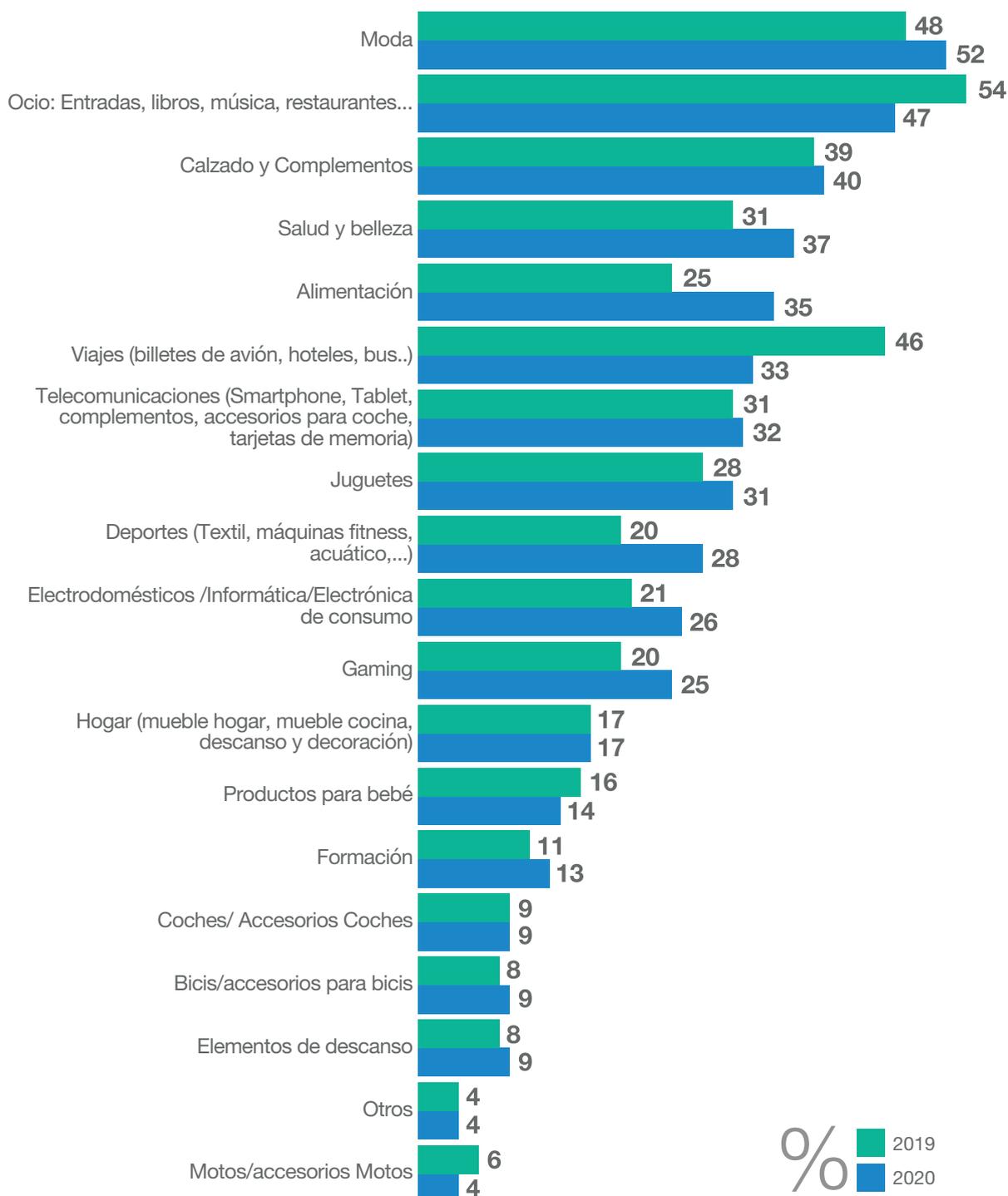
El 71% de internautas españoles encuestados que han comprado online declara haber realizado alguna de sus compras a través de su dispositivo móvil, lo que supone un incremento de 3 puntos porcentuales respecto a 2019, y 46 puntos si lo comparamos con el 2014, año en el que publicamos nuestro primer Observatorio Cetelem eCommerce.

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 8 puntos porcentuales por encima de la media.

# El Observatorio Cetelem eCommerce 2020

## e-2020. El año del eCommerce

¿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 2019

Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020

## Aspectos generales y tendencias en consumo y distribución online

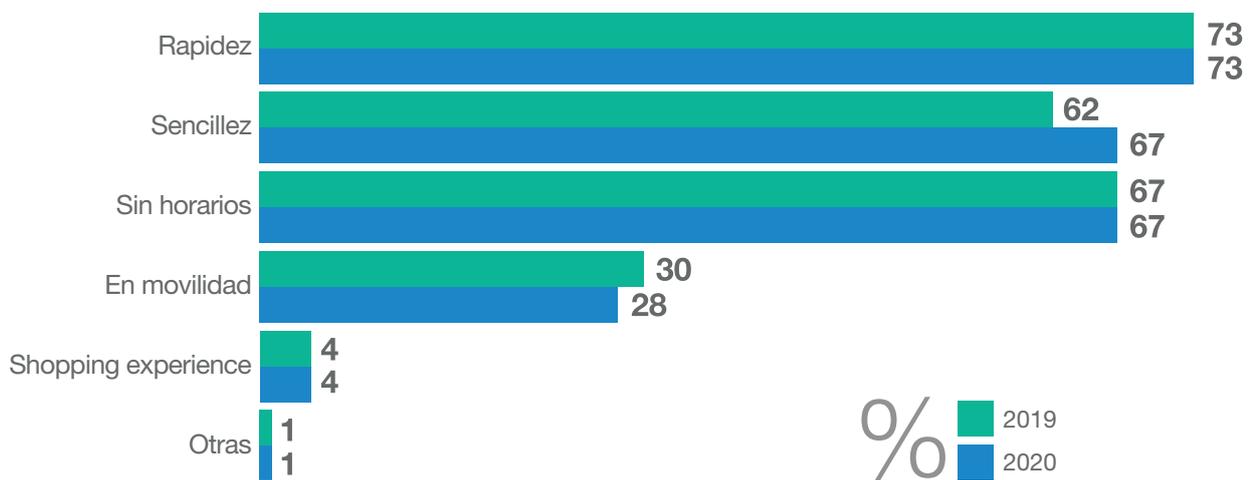
En 2020 observamos crecimientos en las compras realizadas a través del dispositivo móvil en todos los sectores analizados excepto en ocio, viajes y productos para bebe.

El Top 5 lo componen en primer lugar las compras realizadas en productos de moda con un 52% de menciones (48% en 2019), le sigue ocio con un 47%(54% en 2019). El tercer puesto lo ocupan las compras de

calzado y complementos con un 40% (39% en 2019). El 37% de encuestados declara haber comprado a través de sus smartphones productos de alimentación con un fuerte crecimiento de 10 puntos respecto a 2019.

Le siguen aquellos que han adquirido viajes (33% vs 46% en 2019), dispositivos móviles (32% vs 31% en 2019) y juguetes (31% vs 28% en 2019).

### Con respecto al M-Commerce (Smartphone o Tablet), ¿qué 3 aspectos destacarías? (% respuesta múltiple)



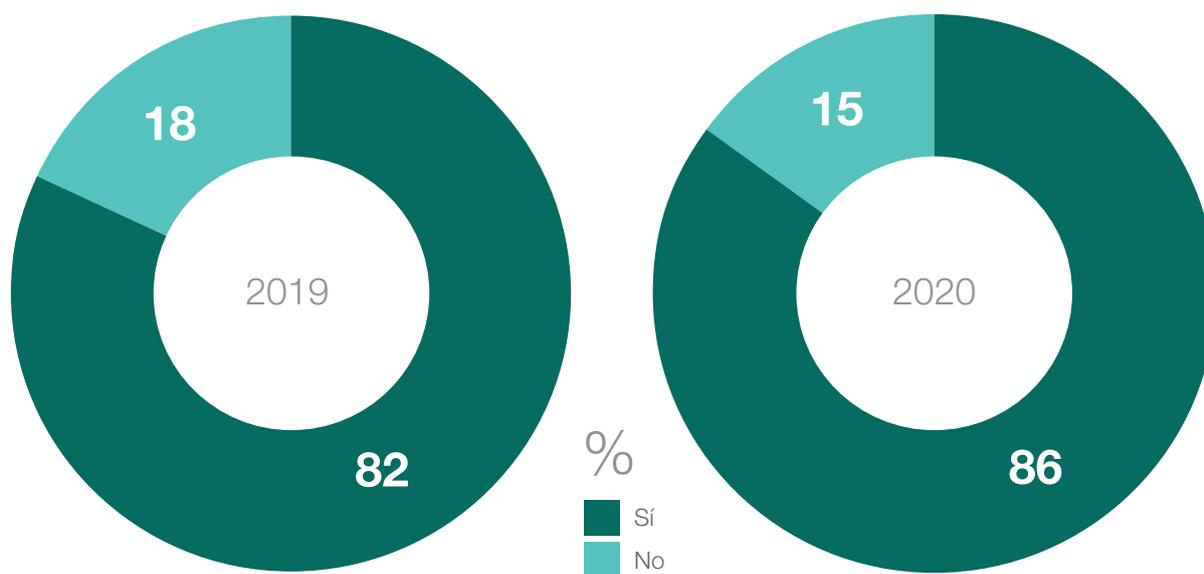
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2019  
Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020

El 73% de los encuestados nombra a la rapidez como el factor más positivo a la hora de realizar sus compras a través del dispositivo móvil, el poder comprar a cualquier hora es también una clara ventaja para los usuarios (67%).

La sencillez es cada vez más valorada por un mayor número de usuarios con un 67% de menciones frente al 62% de 2019.

## 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 2019

Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020

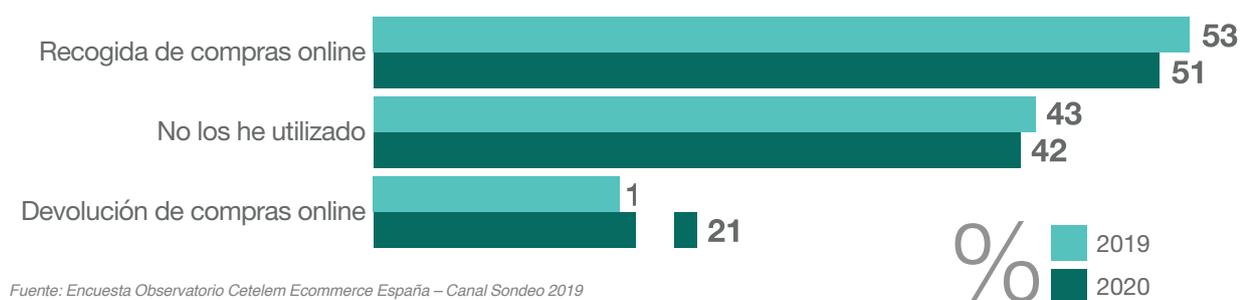
El 86% de los internautas españoles encuestados conoce los “puntos de recogida” de los pedidos online frente al 82% que lo manifestaba el año anterior, esta cifra continúa aumentando año tras año. Por edades, hay un cambio significativo respecto a años anteriores

donde destacaban por encima de la media aquellos encuestados con edades entre los 25 y 34 años, mientras que en 2020 son aquellos mayores de 45 años los que se sitúan por encima de la media con un 88% de menciones.

# Aspectos generales y tendencias en consumo y distribución online

## ¿Has utilizado este tipo de puntos de recogida?

(% respuesta múltiple)

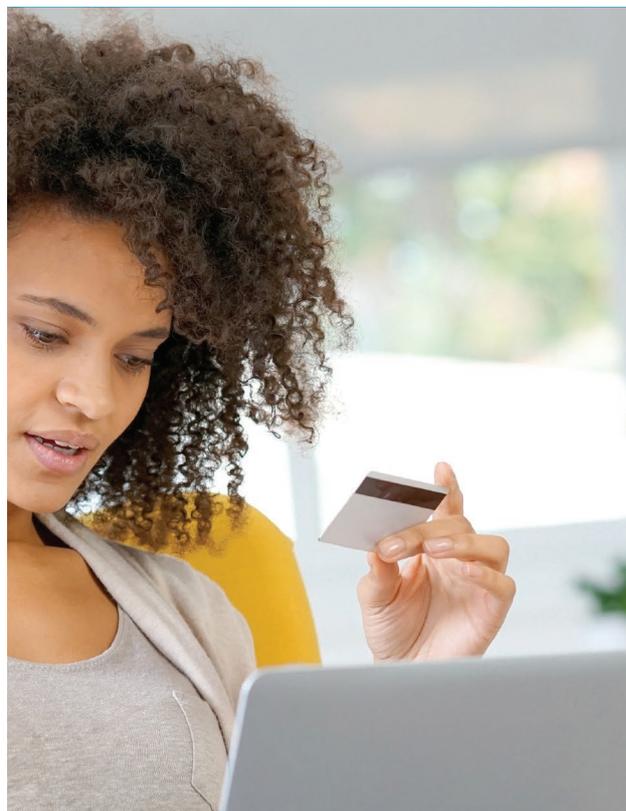


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2019  
Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020

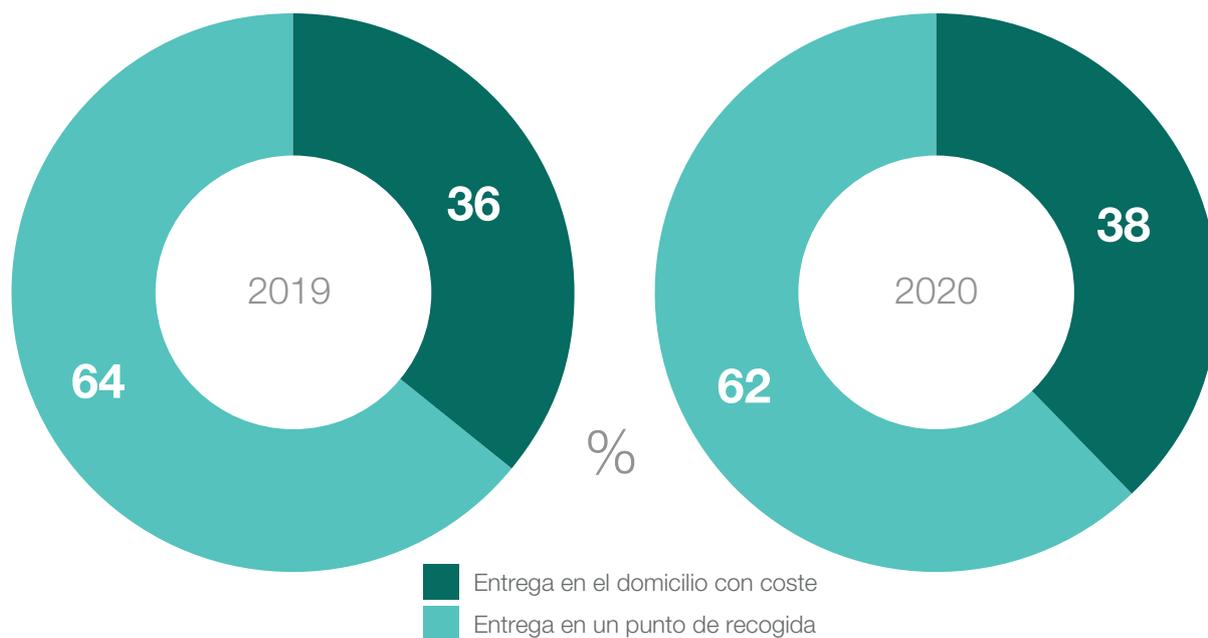
Respecto a la utilización que los compradores online hacen de este tipo de logística, más de la mitad de ellos declara utilizarlos para la recepción y recogida de sus compras por internet, este porcentaje disminuye ligeramente 1 punto porcentual este año situándose en el 51% de menciones.

El 21% declara utilizarlos para devolver los productos con los que no están satisfechos, porcentaje que aumenta respecto al año anterior (16% en 2019).

EL 42% 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 47% de menciones, 5 puntos por encima de la media.



**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 2019  
Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020

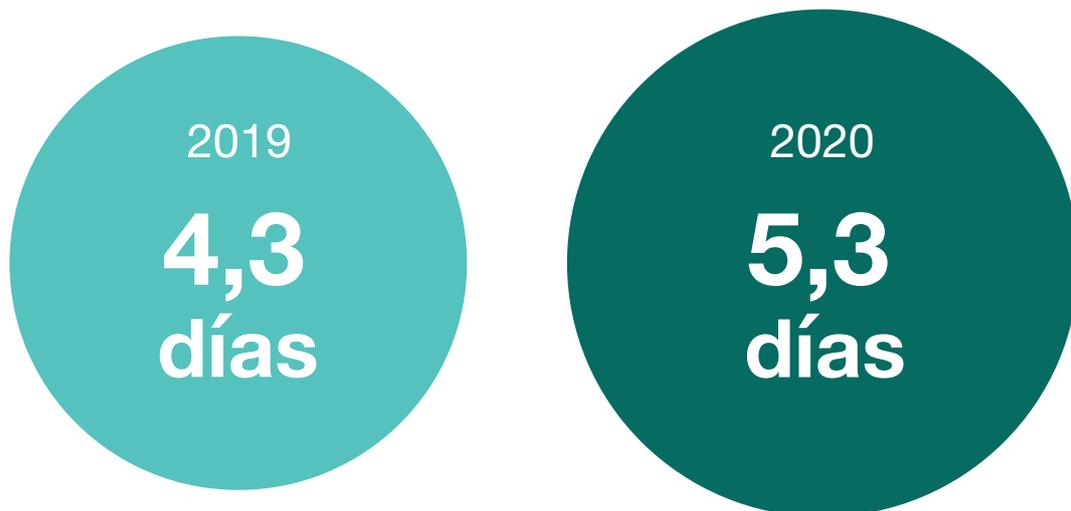
La tendencia a utilizar los puntos de recogida para la recepción de las compras online disminuye ligeramente respecto al año anterior. El 62% de los encues-

tados elige esta opción frente al 38% que prefiere recibirlo en su domicilio aunque esto suponga un coste adicional.

## Aspectos generales y tendencias en consumo y distribución online

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

---



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2019

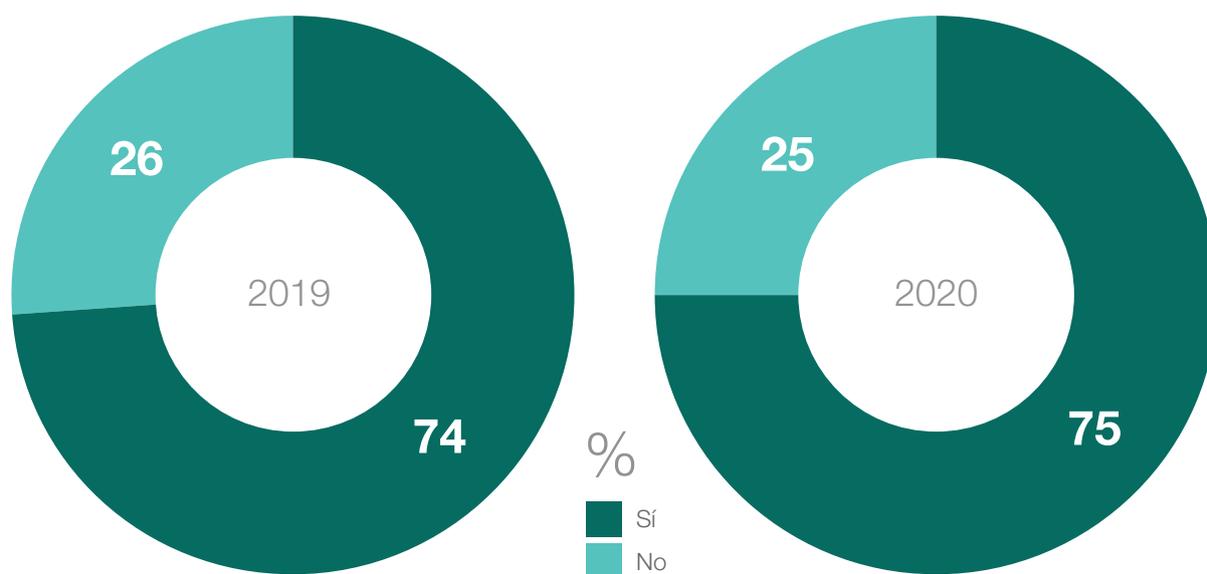
Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020

---

En 2020 al contrario que lo que ocurrió el año anterior, observamos un incremento en el periodo de tiempo de espera el cual consideran “normal” para recibir sus compras, pasando de 4,3 a 5,3 días.

Al contrario de lo que podríamos pensar a priori, son los más jóvenes los que parecen ser más pacientes a la hora de recibir sus compras, ya que declaran una media de 6,2 días, casi un punto por encima de la media.

**¿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

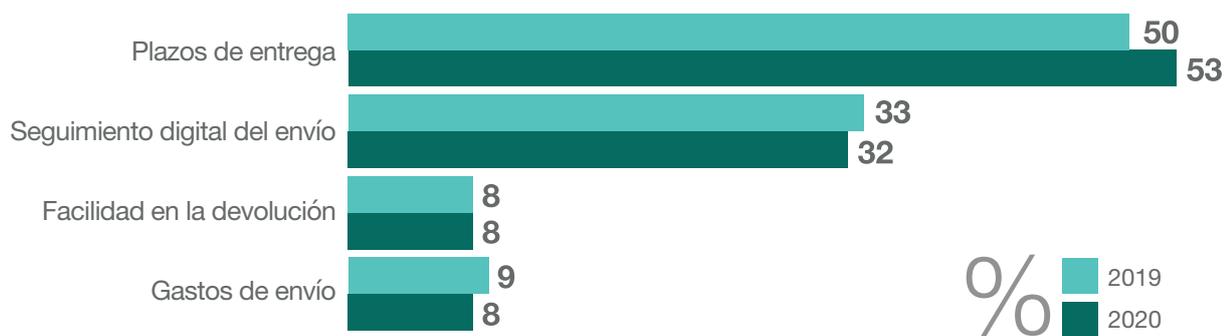
El 75% de los consumidores encuestados han notado una mejoría en los procesos de logística y transporte de sus compras online en los últimos años, porcentaje

que aumenta 1 punto porcentual respecto a las declaraciones de 2019

## Aspectos generales y tendencias en consumo y distribución online

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

(% respuesta única)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2019

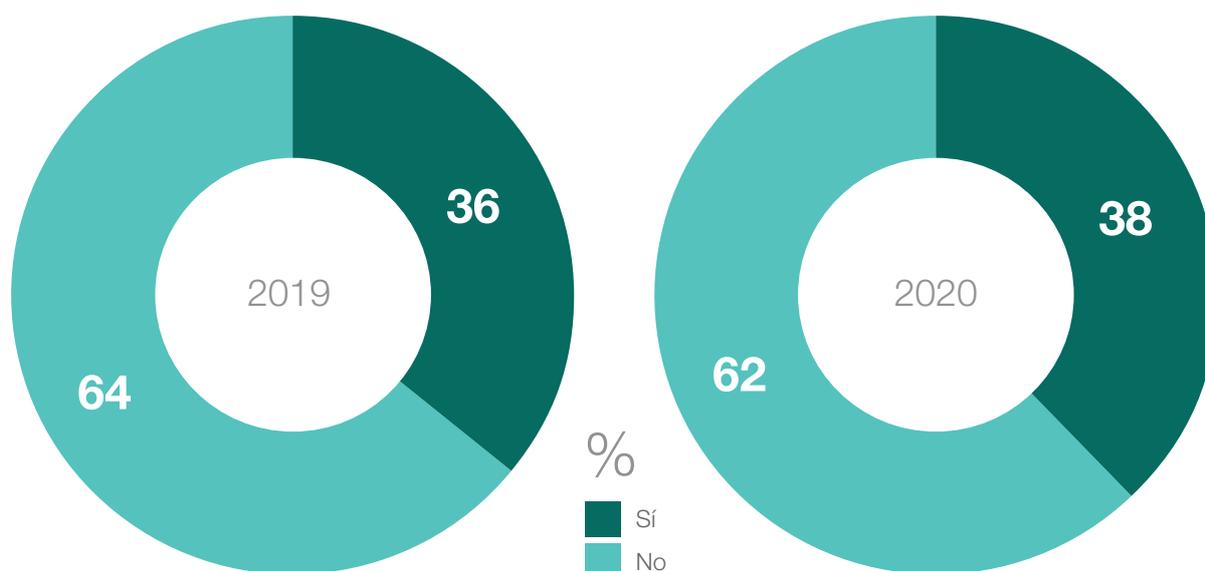
Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020

Lo más destacable es el incremento en aquellos que piensan que las mejoras han sido sobre todo en lo relacionado con los plazos de entrega con un 53% de menciones frente al 50% de 2019, porcentaje que continúa aumentando año tras año. En este sentido destacan los consumidores con edades comprendidas entre los 25 y 34 años con un 57% de menciones.

El 32% valora positivamente la mejora en lo que respecta a la posibilidad de realizar un seguimiento digital del envío.

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.

**¿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

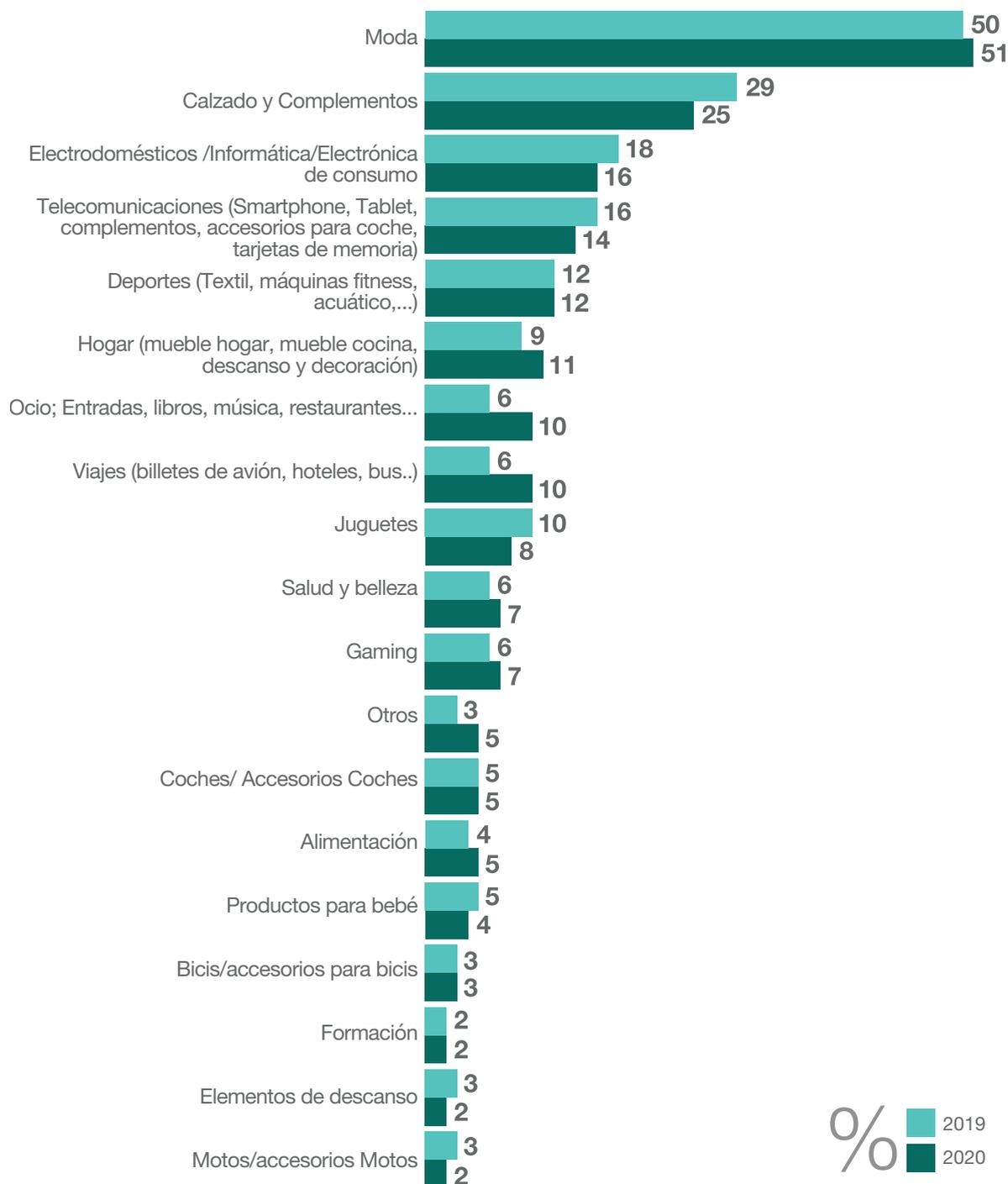
Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020

Uno de los puntos más críticos del comercio online es el tema de las devoluciones, de hecho el 38% afirma haber realizado alguna en los últimos 12 meses frente al 36% del 2019, porcentaje que ha ido aumentando

en los últimos 2 años. Las mujeres con edades comprendidas entre los 25 y 34 años son las que destacan por encima de la media en la realización de devoluciones.

# Aspectos generales y tendencias en consumo y distribución online

## ¿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 2019

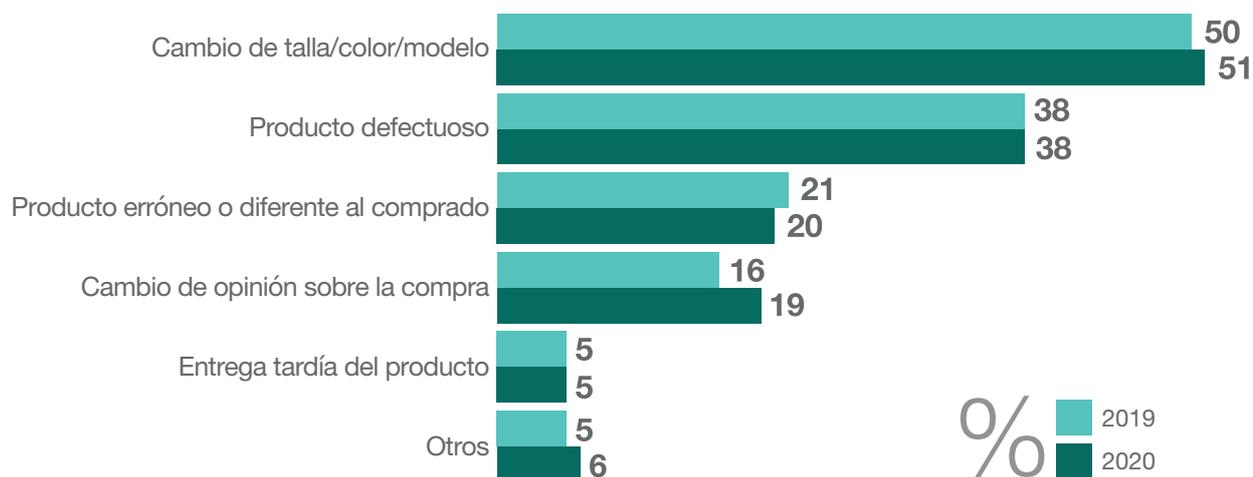
Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020

Entre el 38% de compradores que ha realizado alguna devolución lo ha hecho principalmente de algún pro-

ducto de moda (51% vs 50% en 2019) o calzado y complementos (25% vs 29% en 2019).

## ¿Cuáles fueron los motivos para realizar la devolución?

(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2019

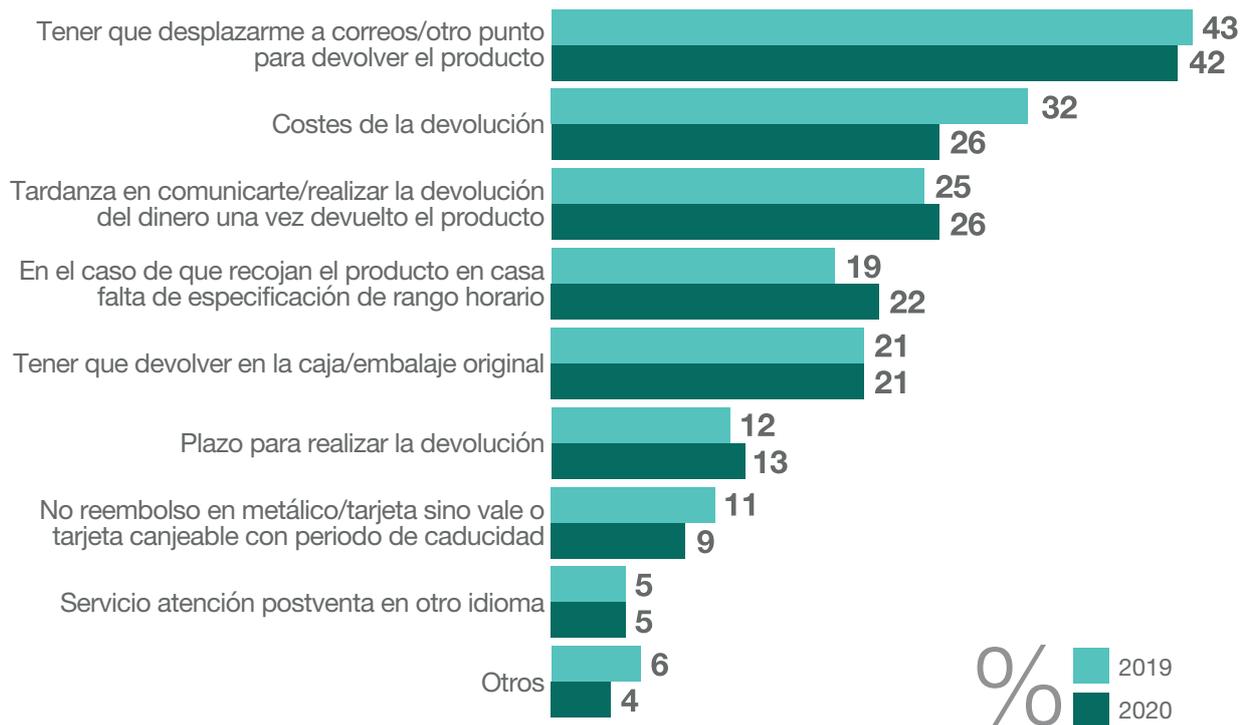
Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020

Los motivos principales alegados por los encuestados son un cambio de talla o color que pasa de un 50%

de menciones en 2019 a un 51% en 2020 y que el producto estaba defectuoso (38%).

## Aspectos generales y tendencias en consumo y distribución online

**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 2019

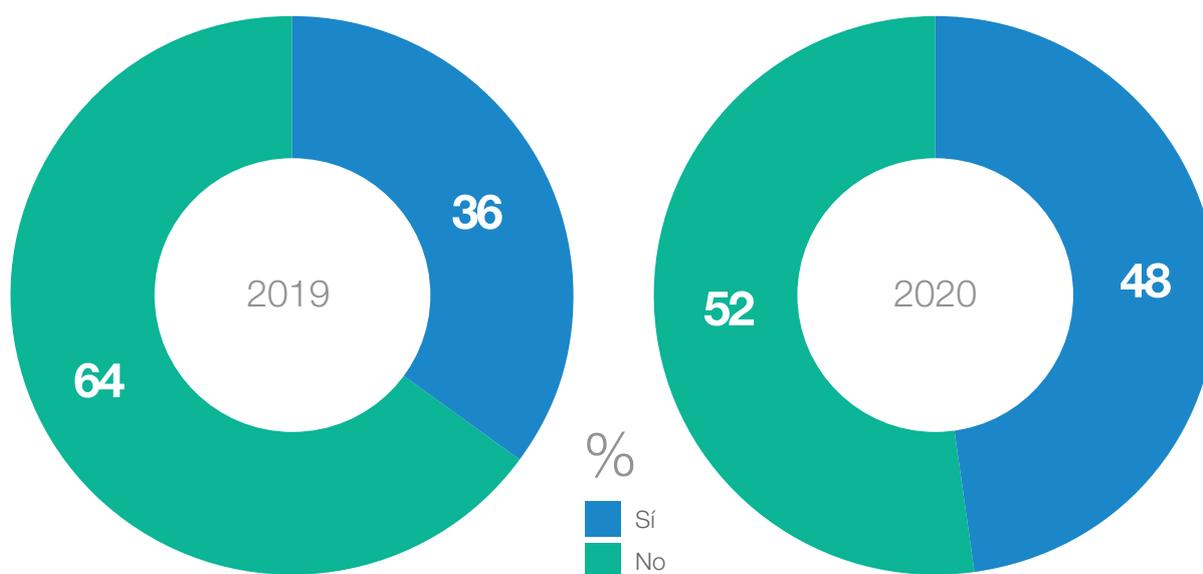
Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020

El tener que desplazarse a correos o cualquier otro punto para poder realizar la devolución continúa siendo el aspecto más negativo, con un 42% de menciones. Le siguen los costes de devolución que a pesar de haber disminuido respecto al año anterior obtienen un 26% de respuestas (32% en 2019).

Otros factores importantes y que obtienen incrementos respecto a 2019 son la tardanza en realizar la devolución del dinero (26% vs 25% en 2019) y tener que estar en casa en el caso de que tengan que recoger el producto que con un 22% de menciones aumenta 3 puntos respecto al año anterior.

## Suscripciones

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



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2019  
Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020

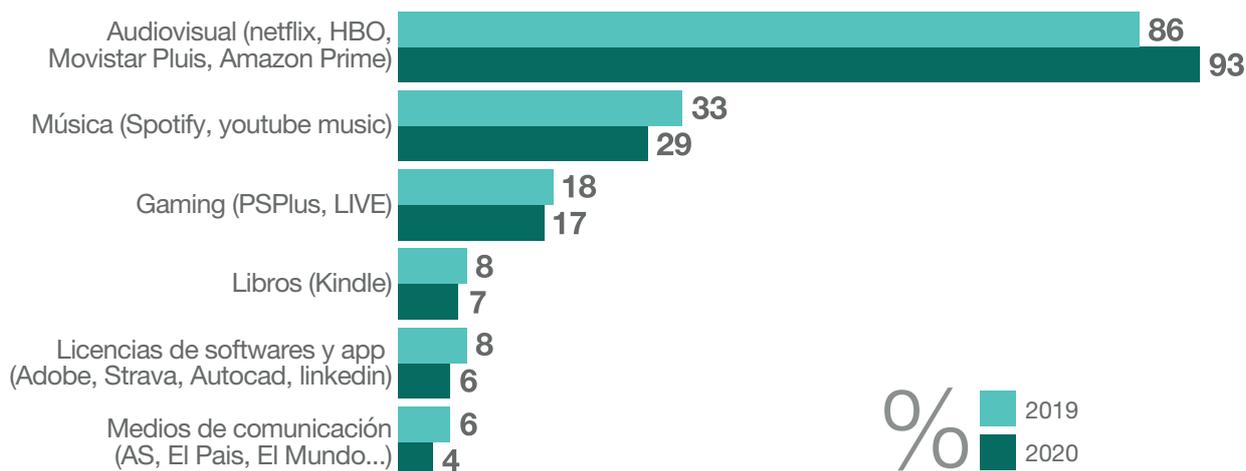
El 48% de los consumidores encuestados afirma tener algún tipo de suscripción online, lo que supone un fuerte incremento de 12 puntos porcentuales respecto

a 2019, siendo los más jóvenes entre 18 y 34 años los que destacan claramente por encima de la media con un 57% de menciones.

# Aspectos generales y tendencias en consumo y distribución online

## ¿Qué tipo de suscripción tienes?

(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2019

Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020

Todo el tema audiovisual destaca claramente entre los consumidores alcanzando un 93% de menciones de aquellos que afirman tener alguna suscripción de este tipo, aumentando 7 puntos respecto a 2019.

EL 29% 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 37% de menciones, 8 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 22% de menciones.

**¿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

---

El gasto medio realizado por el 48% de los consumidores encuestados que dice tener algún tipo de suscripción online asciende a los 34€ mensuales de

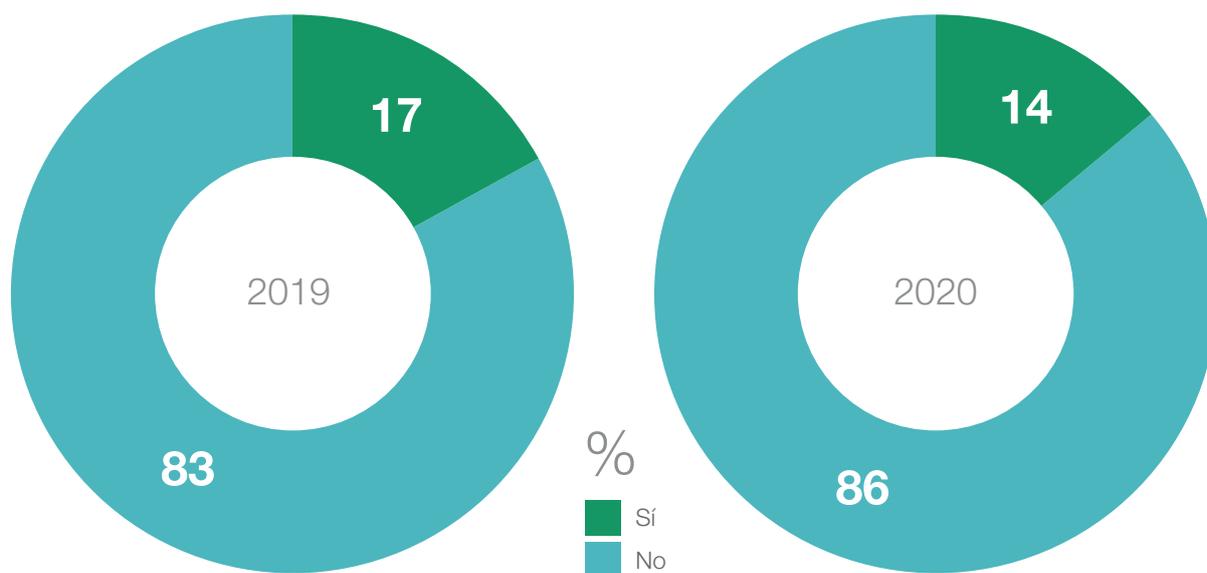
media, lo que supone un descenso del 15% respecto a lo declarado en 2019.

## Aspectos generales y tendencias en consumo y distribución online

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

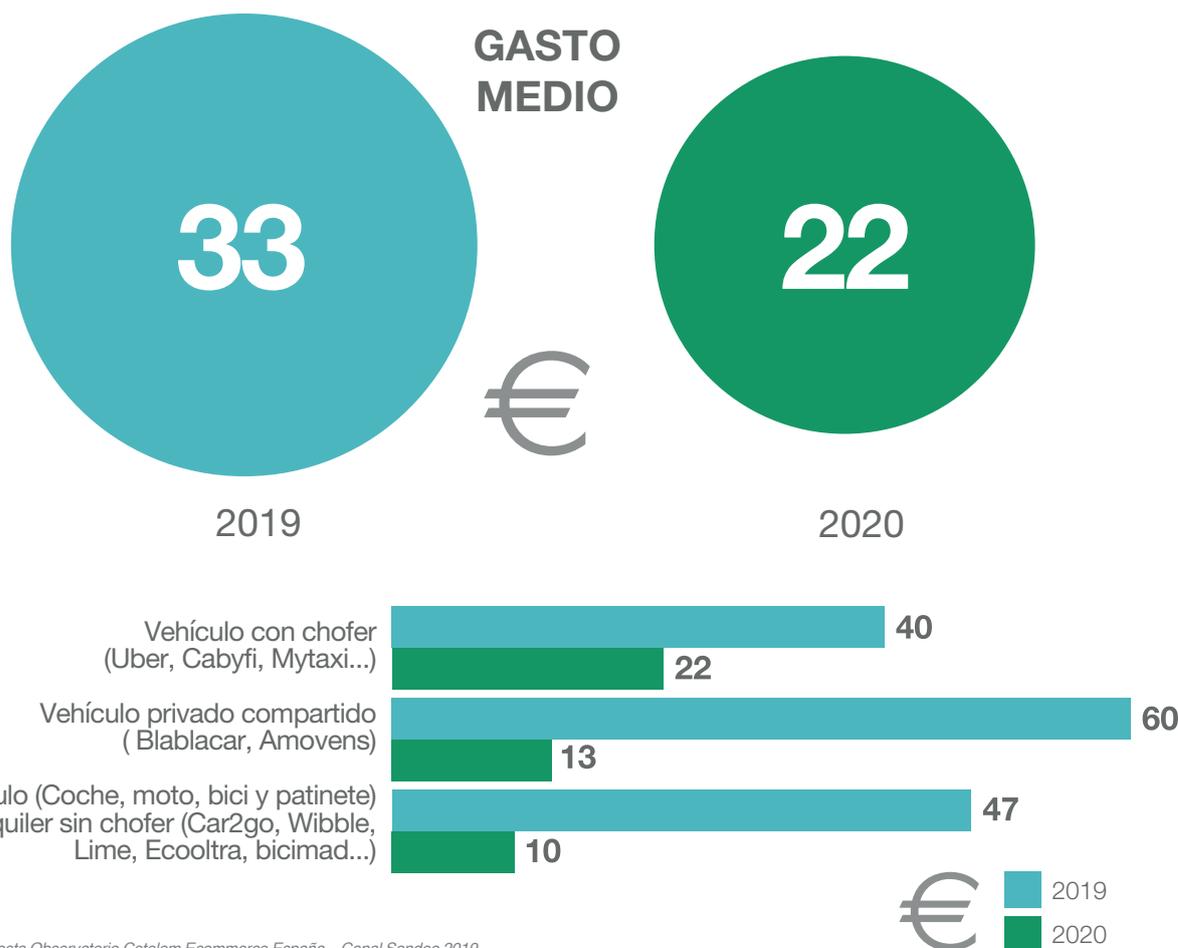
Encuesta Observatorio Cetelem Ecommerce España – Canal Sondeo 2020

Las más comunes parecen ser aquellas relacionadas con vehículos con chofer ya sea privado o público como por ejemplo Uber, Cabify o Mytaxi. El 64% de

los que tiene alguna app de movilidad afirma tener alguna de estas.

## ¿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

El gasto medio mensual declarado por aquellos que son usuarios de alguna app relacionada con la movilidad asciende a los 22€ de media, lo que supone un

descenso del 33% respecto a 2019, lo cual tiene mucho que ver con el impacto de la pandemia y el tiempo de confinamiento.



# FICHA TÉCNICA

## 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.

## El Observatorio Cetelem eCommerce 2019

### 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, Muebles (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 2.281 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 2019 por la empresa CANAL SONDEO.



**OBSERVATORIO**  
Cetelem

