

Actualidad

Los consumidores españoles
y las plataformas de
e-Commerce asiáticas

2026



OBSERVATORIO
Cetelem

BNP PARIBAS
PERSONAL FINANCE



INTRODUCCIÓN

El Observatorio Cetelem presenta en enero de 2026, un estudio de actualidad en el que mostramos el conocimiento y comportamiento de los españoles con respecto a las plataformas de eCommerce asiáticas (Shein, Temu, AliExpress, etc.).

Los datos analizados y las reflexiones mostradas en este estudio se han obtenido a partir de la realización de una encuesta online realizada por la empresa Invesmarket:

- Metodología online (CAWI)
 - Universo: Población general de 18 años o más.
 - Ámbito: Nacional
 - Tamaño de muestra: 1.000 encuestas
 - Error muestral: ±3,16% para datos globales

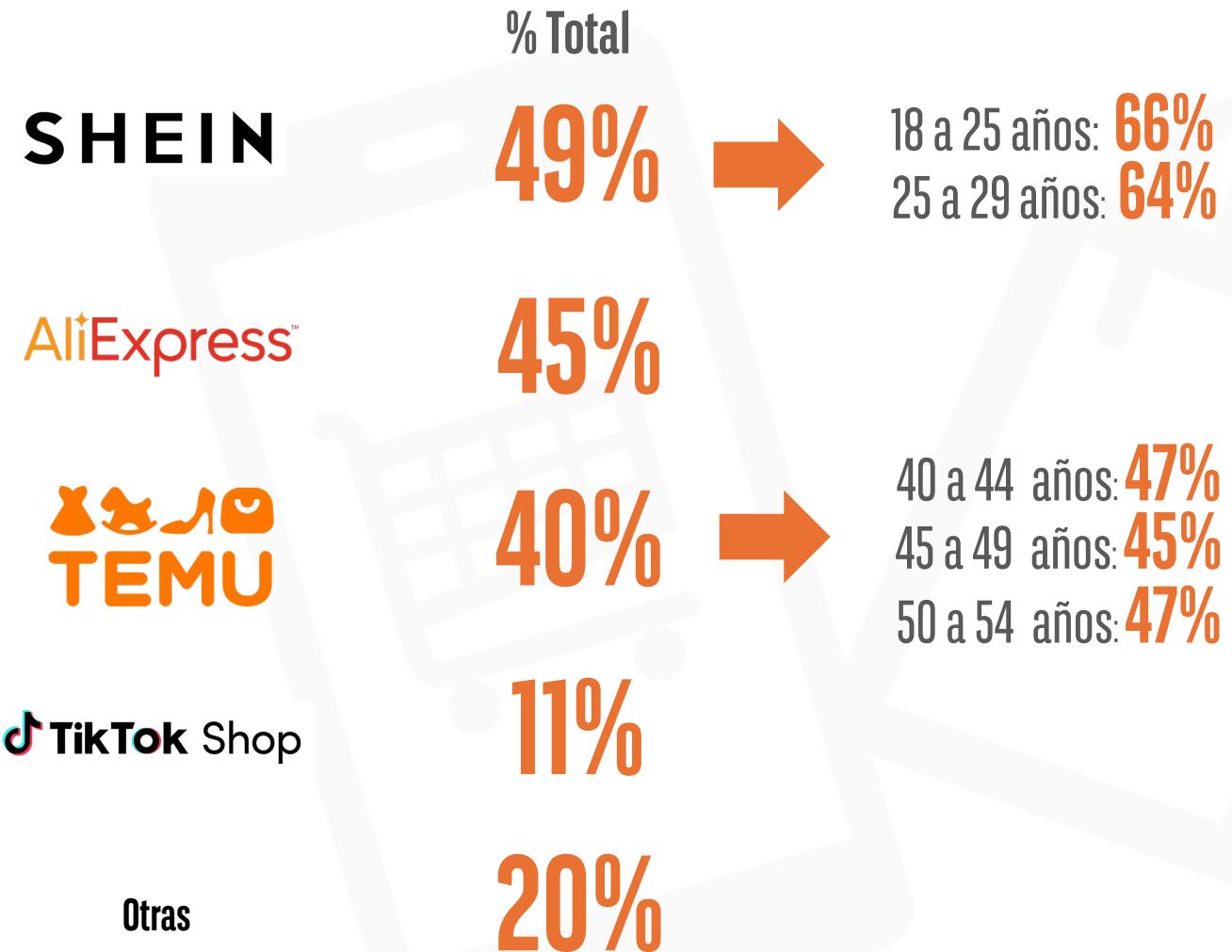
PLATAFORMAS DE E-COMMERCE ASIÁTICAS





¿Has realizado alguna compra online en alguna de las siguientes plataformas de comercio electrónico de bajo coste?

(% respuesta múltiple)



Shein, AliExpress y Temu son las tres plataformas de ecommerce asiáticas más utilizadas por los consumidores españoles, con un 49%, 45% y 40% de menciones respectivamente.

Por edades encontramos diferencias significativas en el porcentaje de compradores por tipo de plataforma.

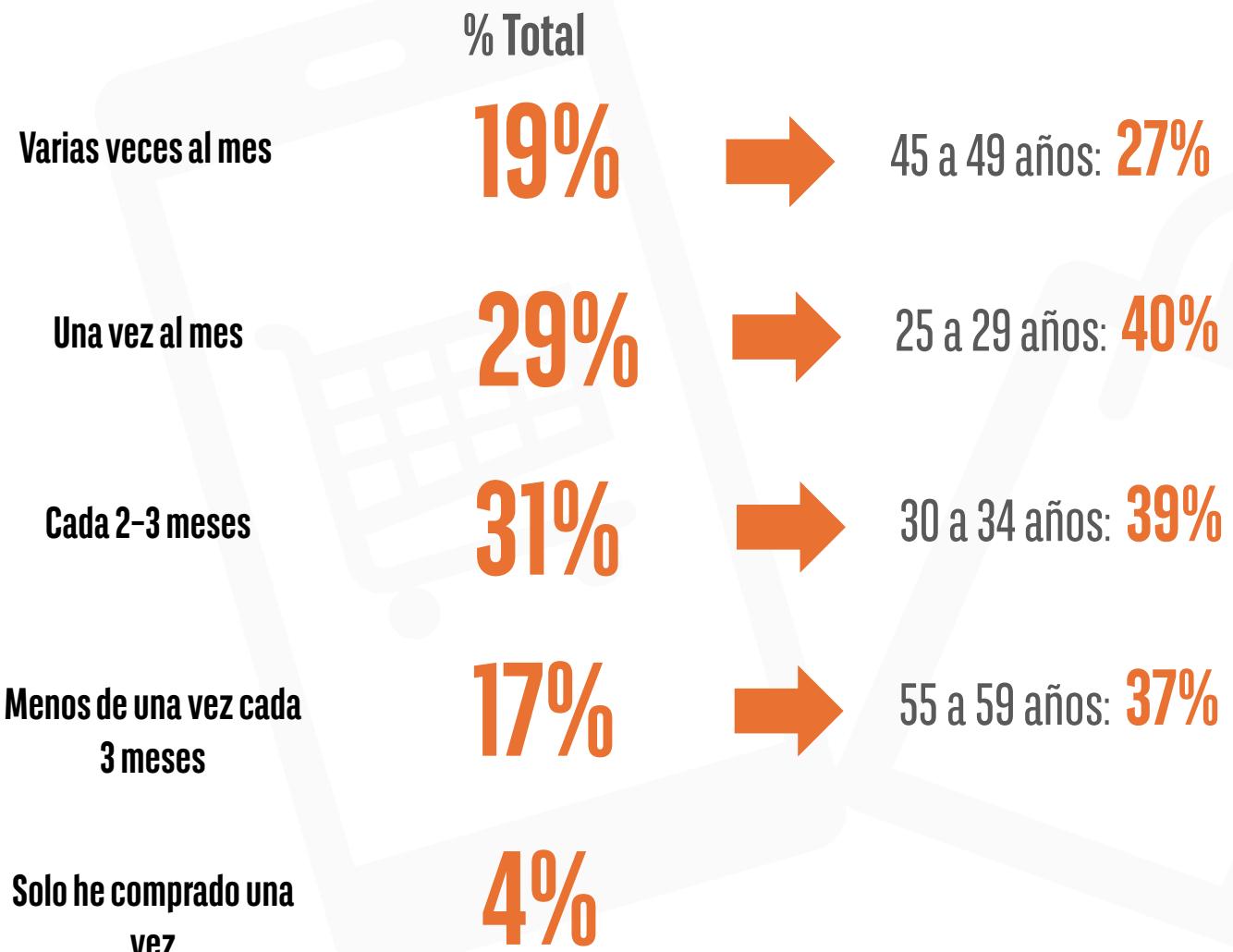
En el caso de Shein, son aquellos más jóvenes entre los 18 y 29 años los que muestran un mayor porcentaje que supera el 60%.

Temu por su parte, es más utilizada por aquellos consumidores con edades entre los 40 y 54 años con porcentajes superiores al 45%.

En el caso de AliExpress abarca más o menos por igual a todas las edades.



¿Con qué frecuencia realizas compras en este tipo de plataformas? (% respuesta única)



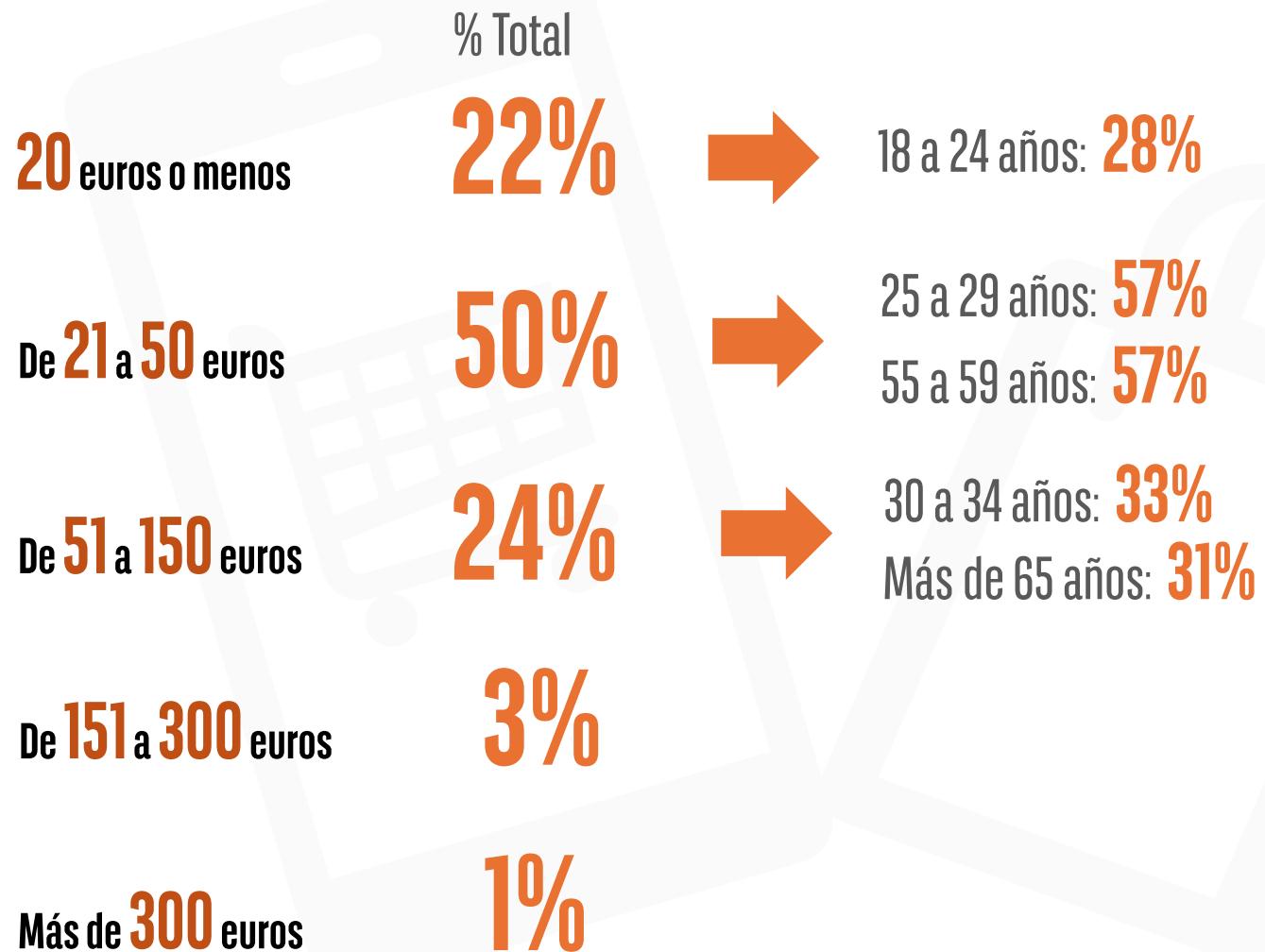
Respecto a la frecuencia de compras online en este tipo de plataformas, los porcentajes más elevados son el 31% que afirma comprar cada 2 o 3 meses, destacando los consumidores entre los 30 y 34 años (39%) y el 29% que declara realizar compras una vez al mes, siendo aquellos entre los 25 Y 29 años los más asiduos con un 40% de menciones.

Le sigue el 19% de aquellos que declara realizar compras varias veces al mes, destacando sobre todo aquellos consumidores con edades entre los 45 y 49 años con un 27% de menciones.

El 17% afirma realizar sólo alguna compra cada 3 meses aproximadamente, destacando muy por encima de la media con un 37% de menciones, los consumidores con edades entre los 55 y 59 años.



¿Entre cuáles de los siguientes "tickets medios" estarían tus compras? (% respuesta única)



En lo que respecta a los "ticket medios", la mitad de los consumidores (50%) declara que sus compras suelen estar entre los 21 y 50€, destacando por encima de la media 2 perfiles de edad: aquellos entre los 25 y 29 años, y entre los 55 y 59 años con un 57% de menciones en ambos casos.

Le sigue el ticket medio entre los 51 y 150€ con un 24% de respuestas, destacando por encima de la media aquellos consumidores con edades entre los 30 y 34 años con un 33% de menciones, y también los mayores de 65 años con un 31%.

En tercer lugar, y con un porcentaje del 22% se sitúan las compras de menos de 20€, destacando por encima de la media los consumidores más jóvenes entre los 18 y 24 años con un 28% de menciones.



De los siguientes motivos, ¿cuál dirías que es el principal por el que eliges comprar en estas plataformas frente a otras tiendas online o físicas? (% respuesta múltiple – máximo 3 respuestas)



Precios muy bajos

% Total

53%



40 a 44 años: **64%**



Gran variedad de productos

42%



25 a 29 años: **54%**



Promociones y descuentos constantes

24%



30 a 34 años: **35%**



Curiosidad o entretenimiento al navegar

8%



Facilidad y rapidez para comprar desde el dispositivo móvil

14%

El motivo principal de compra son los precios bajos (53%), pero muy unido a la gran variedad de productos que ofrecen este tipo de plataformas (42%). Los que más destacan por encima de la media en la valoración del precio, son aquellos compradores entre los 40 y 44 años con un 64% (+11 pp vs la media)de menciones. En el caso de la variedad de productos, encontramos a un perfil más joven entre los 25 y 29 años con un 54% (+12 pp vs la media).

El tercer motivo más mencionado son las promociones y descuentos constantes que ofrecen este tipo de plataformas con un 24% de menciones, aunque es un porcentaje muy inferior a los dos motivos mencionados anteriormente. En este sentido, son los consumidores con edades entre los 30 y 34 años los que destacan por encima de la media con un 35% de respuestas.



Cuando compras en este tipo de plataformas, ¿cómo describirías la mayoría de tus decisiones de compra? (% respuesta única)

% Total

43%



18 a 24 años: 55%

Totalmente planificadas (sabía exactamente qué quería comprar y solo compro los productos necesarios)

51%



50 a 54 años: 61%

Mitad planificadas / mitad impulsivas

6%



55 a 59 años: 14%
60 a 65 años: 12%



Totalmente impulsivas (no tenía intención previa de comprar, pero con la promoción de descuentos que me envían termino comprando)

Más de la mitad de los consumidores (51%) declaran que del total de las compras que realizan en este tipo de plataformas de ecommerce, la mitad son planificadas, pero la otra mitad son impulsivas. En este sentido los que más destacan por encima de la media son aquellos con edades entre los 50 y 54 años con un 61% de menciones, 10 puntos más que la media.

El 43% declara que sus compras son totalmente planificadas, que saben exactamente lo que quieren comprar y que sólo compran lo que necesitan, siendo los más jóvenes entre los 18 y 24 años, los que parecen tenerlo más claro con un 55% de menciones, 12 puntos por encima de la media.

Sólo un 6% declara realizar compras totalmente impulsivas que no tenía planificadas al recibir los descuentos. Los más impulsivos son los consumidores más mayores, aquellos con edades entre los 55 y 59 años con un 14% de menciones, y aquellos entre los 60 y 65 años con un 12%.



Impacto en el medio ambiente.

¿Sabías que el envío de millones de pequeños paquetes desde Asia suele realizarse por transporte aéreo, uno de los más contaminantes? (% Respuesta única)

% Total

Sí **67%**



55 a 59 años: **72%**

¿Hasta qué punto te preocupa el impacto ambiental de este tipo de transporte asociado a tus compras? (% única)

Nada 8%

Poco 17%

Algo 37%

Bastante 30%

Mucho 8%



40 a 44 años : **47%**



55 a 59 años : **41%**



Más de 65 años: **17%**

El 67% de los consumidores encuestados afirma ser consciente de que el envío de millones de paquetes pequeños desde Asia que suele realizarse por transporte aéreo es uno de los más contaminantes, los que más destacan por encima de la media son los consumidores con edades entre los 55 y 59 años con un 72% de menciones.

Respecto a la preocupación que les genera el impacto ambiental de este tipo de transporte asociado a sus compras, el porcentaje más alto lo encontramos en aquellos que responden que les preocupa algo con un 37% de menciones. Sólo el 8% afirma que les preocupa mucho, destacando sobre todo los mayores de 65 años con un 17%.

EL 30% afirma que les preocupa bastante, destacando aquellos entre los 50 y 59 años con un 41% de menciones.

Pero si hacemos el ejercicio de agrupar las respuestas, podríamos decir que el 38% de los consumidores estaría preocupado mucho o bastante por el impacto medioambiental, mientras que el 62% les preocuparía solo algo, poco o nada.



Impacto en el medio ambiente.

¿Va a cambiar este hecho tu realización de compras en este tipo de plataformas? (% única)

% Total

Sí 43%



25 a 29 años: **52%**

No 57%



45 a 49 años: **65%**

50 a 54 años: **64%**

55 a 59 años: **69%**

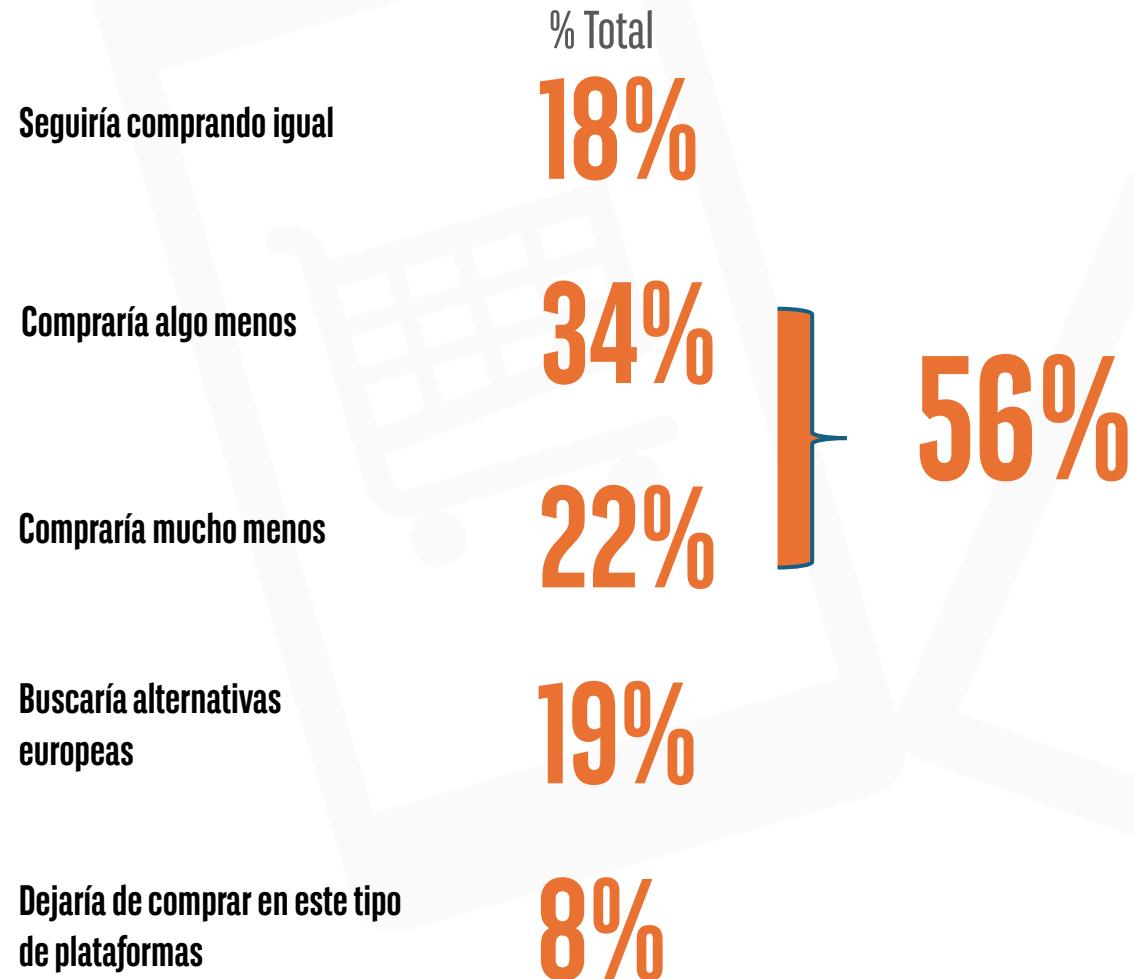
De hecho, más de la mitad de los consumidores (57%) afirma que este hecho no va a cambiar la realización de compras en este tipo de plataformas, destacando por encima de la media los compradores con edades desde los 45 a los 59 años, con porcentajes de respuesta por encima del 65%.

El 43% por su parte, declara que cambiará su comportamiento de compra en este tipo de plataformas debido al impacto medioambiental, destacando como más sostenibles aquellos entre los 25 y 29 años con un 52% de menciones.



Regulación de la Unión Europea en 2026

A partir de julio de 2026, la Unión Europea implementará una tasa fija de 3 euros para cada producto, en envíos de bajo valor (menor a 150€) desde este tipo de plataformas , afectando especialmente a paquetes importados desde fuera de la UE. Ante esta situación diría que... (*% Respuesta Única*)



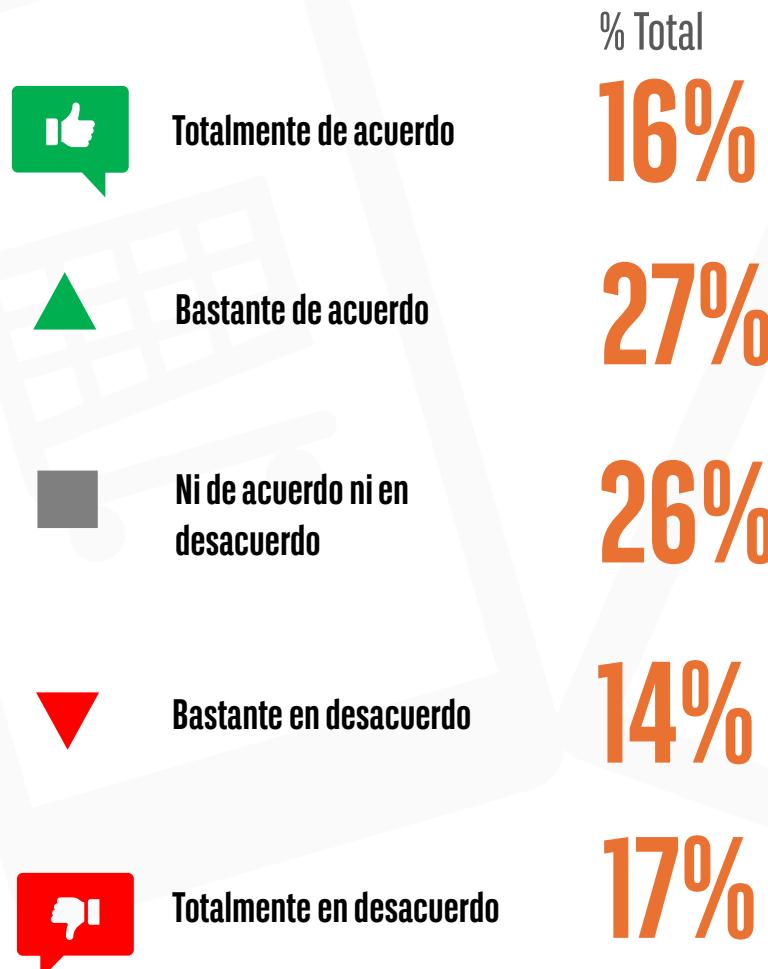
A partir de julio de este año, la Unión Europea implementará una tasa fija de 3 euros para cada tipo de productos, para envíos de bajo valor (menos de 150€) desde este tipo de plataformas. Les hemos preguntado a los consumidores por el impacto que este hecho tendrá en sus compras:

- El 34% afirma que compraría algo menos, destacando los consumidores entre los 25 y 29 años con un 40% de menciones.
- Le sigue el 22% que declara que compraría mucho menos, en este sentido destacan por encima de la media 2 perfiles: por un lado los más jóvenes entre 18 y 24 años, y por otro aquellos entre los 60 y 64 años, en ambos casos con un 29% de respuestas obtenidas.
- El 19% dice que buscaría alternativas de compra europeas, siendo los que lo tienen más claro aquellos entre los 55 y 59 años que destacan por encima de la media 9 pp (28%).
- El 18% afirma que no modificaría en nada su comportamiento y que seguiría comprando igual, destacando claramente aquellos con edades entre los 30 y 34 años que con un 30% de menciones se sitúan 12 puntos por encima de la media.
- Sólo el 8% dejaría de comprar en este tipo de plataformas, si esta normativa de las tasas sigue adelante.



Regulación de la Unión Europea en 2026

En general, ¿hasta qué punto estás de acuerdo con que la Unión Europea endurezca la regulación de estas plataformas para proteger al consumidor, el comercio local y el medio ambiente, aunque eso implique precios más altos? (% Respuesta única)



Respecto a la opinión de los consumidores sobre que la Unión Europea endurezca la regulación de estas plataformas para proteger al consumidor, al comercio local y el medio ambiente, el 43% declara estar de acuerdo o bastante de acuerdo, frente al 31% que afirma estar bastante o totalmente en desacuerdo.

El 26% por su parte se declara neutro en este sentido.

OBSERVATORIO

Cetelem



BNP PARIBAS
PERSONAL FINANCE



🌐 elobservatoriocetelem.es

𝕏 [@Obs_Cetelem_ES](https://twitter.com/Obs_Cetelem_ES)