

Fitbe - Blog

<https://web.fitbe.cloud/>

Cómo han variado los hábitos de compra online durante el primer año de la pandemia: diferencias por edades



Según la segunda encuesta anual de los Consumidores Españoles Online, de la empresa tecnológica de búsqueda y descubrimiento para eCommerce [Empathy.co](https://empathy.co) 7 de cada 10 ciudadanos afirma que tras la normalización de la situación, **seguirán optando por adquirir bienes o servicios desde plataformas online y el 12% explica que lo hace con mayor frecuencia que durante el tiempo de confinamiento estricto.**

En relación a la frecuencia de consumo, el 34% de los consultados compra una vez al mes, seguido de una vez a la semana para el 27%.

El ticket medio oscila **entre los 50€ y 100€** para el 46% de los consumidores, y **menos de 50€** para 35% de los casos.

Existen diferencias generacionales en ECommerce según generaciones.

Los centennials (1994-2010) son el sector donde la digitalización está más instaurada. Más de la mitad afirma que compra online con mayor frecuencia, **suponiendo un aumento del 29% respecto al confinamiento**. Son el público objetivo más difícil de fidelizar.

Los millennials, de entre 27 y 39 años también se han visto afectados económicamente por la crisis. **1 de cada 3 participantes ha incorporado la compra online en su rutina semanal**. El ticket medio está entre los **50€ y 100€** y uno de los productos que más consumen es **ropa y material deportivo(51%)**

La generación X consumen online sobre todo informática y electrónica, pero con una frecuencia de compra menor, un 34% utiliza compras online una vez al mes. **7 de cada 10 de los participantes seguirá realizando compras online tras la situación sanitaria.**

La generación del Baby-boom le está costando adaptarse, pero se divide en dos grupos definidos: menores de 65 y los mayores de esa edad. **Los más jóvenes son proactivos a modificar sus hábitos y los que lo han utilizado su intención de compra online ha pasado del 50% al 67%.**

| | Centennials | Millennials | Xennials | Baby-Boomers (52 - 65 años) | Baby-Boomers (+65 años) |
|---|--|--|---|--|--|
| Gasto medio | Menos de 50€ | Entre 50€ y 100€ | Entre 50€ y 100€ | Entre 50€ y 100€ | Menos de 50€ |
| ¿Ha aumentado su frecuencia de compra online?* | Sí (56% de los consumidores) | Sí (43% de los consumidores) | Sí (48% de los consumidores) | Compran igual que antes (44%) | No compra online (36%) |
| Frecuencia de compra | Una vez al mes | Una vez a la semana | Una vez al mes | Una vez al mes | Una vez al mes |
| ¿Dejará de comprar online tras la pandemia?* | No, seguirán comprando online (74%) | No, seguirán comprando online (70%) | No, seguirán comprando online (72%) | No, seguirán comprando online (67%) | Sí, volverán a sus antiguas costumbres (68%) |
| Privacidad de datos* | Se preocupa ligeramente, tiene cuidado a la hora de facilitar datos innecesarios y/o sensibles | Se preocupa ligeramente, tiene cuidado a la hora de facilitar datos innecesarios y/o sensibles | No les gusta que los comercios soliciten datos innecesarios y/o sensibles | Se preocupa ligeramente, tiene cuidado a la hora de facilitar datos innecesarios y/o sensibles | Se preocupa ligeramente, tiene cuidado a la hora de facilitar datos innecesarios y/o sensibles |
| Productos o servicios más adquiridos online | Electrónica e informática Moda Ropa y material deportivo | Moda Electrónica e informática Ropa y material deportivo | Electrónica e informática Moda Ropa y material deportivo | Electrónica e informática Moda Ropa y material deportivo | Electrónica e informática Alimentación Libros |

La sociedad va hacia un consumo más inteligente, empujando a las empresas a adaptarse.

Los clientes reclaman el cuidado a la privacidad y a la atención al cliente, prefiriendo controlar ellos los datos que obtiene un comercio de ellos.

Link to Original article: <https://web.fitbe.cloud//w/fitbe/73113/blog?elem=263344>