

El año del ‘smart consumer’



Todo apunta a que este 2018 será el año de los ya conocidos como ‘smart consumers’, o compradores inteligentes, quienes tienen, y tendrán, entre sus principales objetivos ahorrar tiempo y dinero. Para ello, apuestan cada vez más por el comercio electrónico y, sobre todo, por el comercio móvil, que este 2017 ha vivido su consolidación en nuestro país.

No hay duda. De un tiempo a esta parte, el comercio electrónico se ha convertido en el medio favorito de muchos consumidores y ha supuesto una gran ocasión para pequeñas y medianas empresas que han visto en él una oportunidad de expansión rápida y económica. Mención especial también recibe el comercio móvil que este 2017 ha vivido su consolidación en nuestro país. Repasamos las Tendencias del eCommerce en España de la mano de idealo.es.

Mayor proporción de compradores online

Ahorrar tiempo y dinero son los principales motivos que llevan a los consumidores a apostar por el canal online. Los ya conocidos como smart consumers son compradores que comparan precios, quieren asesorarse, buscan opinión en valoraciones de terceros y tienen un claro interés de compra. En cuanto al perfil, los hombres lideran las compras online, aunque las españolas son las europeas que apuestan más por el comercio electrónico (un 46% frente al 34% de las italianas o el 36% de las alemanas). Por edades, los consumidores españoles entre 35 y 44 años son los que más usan este canal (35%), seguidos de los de 25-34 años (21%) y 45-54 (20%). Destaca que tanto los jóvenes de entre 18 y 24 años y los mayores de más de 65 tiene el mismo porcentaje, un 5%. Ellos buscan, principalmente, productos tecnológicos (61,3%) y ellas, ropa y calzado (42,5%).

El 47% de los consumidores siempre compara precios antes de realizar su compra

Del estudio Tendencias del eCommerce en España elaborado por idealo.es también se desprende que el 47% de los compradores lo hace con un dispositivo móvil. Android, con un 69%, es el sistema operativo dominante en España y en el resto de Europa, a excepción de Reino Unido, donde el 56% de las compras se realizan con un sistema operativo iOS. En cuanto

a los horarios, la mayoría de compras se realizan en la franja de la tarde-noche.

Auge del mobile shopping

En los últimos años, el auge de los smartphones ha sido imparable. En España, líder mundial en penetración del móvil, este 2017 ha sido el año de la consolidación del mobile shopping. De hecho, según la encuesta realizada por idealo.es, el 58,5% de los españoles ha usado o usa el móvil para comprar online. Más concretamente, un 15,4% afirma que, cuando decide comprar por Internet, este canal es su principal opción. Sin embargo, todavía hay un 41,5% de consumidores que prefiere el portátil al smartphone. Las principales dificultades que destacan para no usar los móviles son, por una parte, el tamaño de la pantalla (38,7%), la incomodidad (24,3%) y la imposibilidad de ver y tocar los productos (algo más del 16,4%). Subrayar también que el 12,2% muestra desconfianza hacia la seguridad online. Todo ello hace que sea cada vez más indispensable que las tiendas online cuenten con diseños adaptados para la venta por móvil y otros dispositivos electrónicos (responsive). En este sentido, en nuestro país estamos haciendo los deberes y hasta un 84% de las tiendas disponen de diseños adaptados que permiten una mejor navegabilidad por la web en función del dispositivo que se esté usando. Tampoco podemos olvidarnos de las apps asociadas a un comercio, que en los últimos tres años han incrementado hasta un 111%. Y es que el informe desvela que los consumidores que usan el móvil se pasan hasta el 60% del tiempo en apps. En este campo, las tiendas españolas todavía tienen que dar un paso al frente, puesto que solo el 40% tiene una app para iOS y un 36% para Android.

Comparar para ahorrar

¿Si comparamos precios en la vida real, por qué no íbamos a hacerlo en el entorno online? De hecho, en nuestro país el 47% de los consumidores siempre compara precios antes de realizar su compra. Con ello, los españoles pueden llegar a ahorrarse hasta un 33,5%. A nivel europeo, somos los segundos que ahorramos más, tras los italianos que así pueden llegar a pagar un 36,5% menos. Alemanes (30%) y austríacos (31,1%) son los que lo harían

menos. Por categorías, el principal ahorro se ve en los carritos de bebé (37,4%), frigoríficos (37%), lavadoras (33%), smartphones (32,2%) y televisores (27,5%).

Los datos estudiados por idealo.es, que engloban desde videojuegos a zapatillas running o pulseras de actividad, también demuestran que comprar a finales de semana permite ahorrar hasta un 13% si se compara con los primeros días de la semana. Para ser exactos, el día más barato para comprar online es el viernes y, al contrario, los martes y los miércoles

El 58,5% de los españoles ha usado o usa el móvil para comprar online

son los días que suponen un mayor desembolso para el bolsillo. Sin embargo, es el jueves el día en el que más españoles compran en internet. En gafas de sol o juegos de mesa el ahorro puede ser tan solo del 4%, pero en pulseras deportivas, del jueves al viernes, la diferencia podría ser incluso del 13%.

El motivo de esta variación reside en los ajustes dinámicos de precio que ofrecen la posibilidad a los comercios de ajustar el precio de los productos a tiempo real en función de la demanda. Más allá de la fecha, otros aspectos como el tipo de producto y el clima también influyen a la hora de marcar la fluctuación de los precios. De esta manera, todo esto hará que, con gran probabilidad, los compradores terminen adoptando con mayor motivo el rol del comprador inteligente, o smart consumer. El objetivo será esperar el mejor momento para encontrar el mejor precio.

Marketplaces y comparadores

De cara a los vendedores, en el estudio, idealo.es también detalla las ventajas de colaborar con marketplaces y comparadores de precios. En el primer caso, los beneficios residen en: gran penetración en el mercado, ya que tiene una gran aceptación y en el 2015, el 66% de los consumidores compraba a través de ellos; ahorro de costes, puesto que no hay que invertir en mantenimiento de la página;

cuentan con un mejor posicionamiento en la web y, por lo tanto, más posibilidad de llegar a un mayor público, y mayor posibilidad de sinergias con productos de otros vendedores. En cuanto al comparador de precios, los principales beneficios de colaborar con ellos son: ventaja económica (la tienda solo paga por los clics que recibe); gozan de un buen posicionamiento SEO; incrementan el branding porque la compra se realiza en el portal de la tienda, y los consumidores que los usan suelen tener un alto interés de compra.

Métodos de pago

Los sistemas de pagos electrónicos se han disparado en los últimos tres años. Así, a día de hoy, hay más del doble de tiendas usándolos en comparación al 2014. En nuestro país, hemos pasado del 42 al 76% de tiendas que permiten pagar con ePayment. Sin embargo, todavía estamos lejos del 100% de las tiendas italianas (cuando en 2014 era del 45%) o del 96% de las alemanas (un 43% hace tres años).

En España, cuando se habla de ePayment se piensa casi indiscutiblemente en PayPal, la opción que se usa en casi todos los casos. En otros países como Alemania, Amazon Payments está ganando adeptos, o Masterpass en Francia y Reino Unido. También se señala PayLib, aceptado en el 8% de las tiendas francesas. Por lo que a tarjetas de crédito y de débito se refiere, la de crédito es la forma de pago online más ofrecida, siendo en España de casi el 100%, destacando la Visa (100%), la Mastercard (82%) y la American Express (32%). Las tarjetas de débito, sin embargo, solo son aceptadas en tres de cada cuatro comercios online,

mientras que en Reino Unido y Francia se pueden usar en casi todos los sitios.

Logística

Si bien hasta ahora los puntos destacados hasta el momento eran muy favorables en el comercio español, cuando hablamos de la logística, España todavía cojea. Destaca el hecho de que tan solo el 30% de las tiendas online envía los pedidos a toda España. De esta manera, el 28% envía solo a la Península, el 36% a Península y Baleares, y el 6% a Península, Baleares y Canarias. Hay que destacar, también, que la mayoría de comercios que ofrecen el envío a las islas, incorporan un recargo adicional e incrementan el tiempo de entrega.

Los envíos son uno de los temas más importantes para los compradores. Por ello, el 29,4% valora muy positivamente que los gastos de envío sean gratuitos. Sin embargo, solo el 16% de los comercios peninsulares ofrecen devoluciones gratis y, en el caso de las Baleares, la cifra se reduce al 4%.

Idealo.es destaca que también hay que trabajar el tiempo de espera. Cada vez más, los consumidores demandan entregas rápidas, casi instantáneas. Todo ello conlleva un reto para la gran mayoría de tiendas, aunque ya hay un 16% que ofrece entrega el mismo día. Un dato que ha mejorado considerablemente en comparación al 2015, donde solo ofrecían esta opción el 2% de los comercios. Se espera que, de cara a los próximos años, gran parte de los comercios incluyan esta opción. Tampoco podemos olvidar que los envíos se irán flexibilizando, y se consolidará el modelo de taquillas o de recogida en tienda o almacén. ▶

