

El 60% de los eShoppers espera a momentos como Black Friday o tener cupones de descuento para comprar online

- ❖ Los internautas compran una media de tres veces al mes e invierten casi 80€ en España
- ❖ Esperar a días señalados como el Black Friday, tener cupones descuento o inscribirse a clubes de compras es tendencia entre los consumidores online

Madrid, XX de octubre del 2018. La compra online se ha convertido en un hábito para la gran mayoría de los internautas españoles. 7 de cada 10 (casi 20 millones de personas) declara comprar online, tal y como se desprende del '[Estudio Anual de eCommerce 2018](#)', elaborado por IAB Spain y Elogia. Sin embargo, esperar a días señalados en el calendario de los descuentos (como puede ser el Black Friday) o disponer de cupones de descuento para comprar se ha convertido en una realidad para el 60% de los eShoppers.

A tenor de los hábitos de consumo, los internautas compran una media de 3 veces al mes con un gasto de 77€. Las motivaciones para comprar online giran en torno a la conveniencia, las ofertas en los productos y el precio. En este sentido, los consumidores se decantan por la compra online debido, principalmente, a la practicidad y comodidad (86%), las ofertas disponibles en la red (85%), la facilidad (84%) o la posibilidad de disponer de una mayor gama de productos a golpe de *click* (81%).

Los internautas españoles compran online de forma habitual pero la gran mayoría, 6 de cada 10 personas, confiesa esperar a las fechas señaladas para realizar las compras (como pueden ser Black Friday, Cyber Monday o el Día del Soltero) o a tener cupones de descuento. *“Es una tendencia que se viene confirmando desde los últimos años: los consumidores esperan las bajadas de los precios durante el Black Friday, que este año se celebrará el 23 de noviembre, pudiendo además canjear cupones de descuento para realizar sus compras y aprovecharse de las ofertas ventajosas que ofrecen los eCommerce en esos momentos”*, declara Alberto Hernández, Partnerships Director de [Webloyalty](#) España, compañía líder en generación de ingresos adicionales para eCommerce.

Otra tendencia cada vez más en auge entre los consumidores online son los clubes de compras que dan acceso a descuentos y ofertas exclusivas para sus miembros. *“Los programas de cashback como el club de compras de Privilegios en Compras ofrecen al usuario un 10% mínimo de cashback en sus compras online en más de 500 eCommerce, y permiten a los compradores online acceder a recompensas exclusivas y disfrutar de servicios adicionales”*, apunta Alberto Hernández.

m-Commerce y redes sociales, en constante crecimiento

El m-Commerce, es decir, la compra a través de dispositivos móviles, goza de buena salud. El 43% de los eShoppers españoles declara haber comprado a través del móvil en los últimos tres meses, tal y como recoge el estudio '[Online Shopper](#)' de Ipsos Global Advisor. Los smartphones forman parte del día a día, sin embargo, el rey en la compra online continua siendo el ordenador, dispositivo utilizado en las compras online por 7 de cada 10 consumidores.

El comercio electrónico y las redes sociales se han convertido en un binomio indisoluble para cada vez más internautas. El 57% de los eShoppers reconoce buscar en las redes sociales –principalmente Instagram y Facebook–) antes de realizar una compra online, dato que recoge el [‘Estudio Anual de Redes Sociales 2018’](#) de IAB Spain. El 38% de los usuarios realiza comentarios, opina, expone problemas y dudas sobre los productos comprados por internet en alguna red social. Un dato significativo es que el 64% de los usuarios valora positivamente los comentarios en social media y la mitad de los consumidores reconoce que éstos son capaces de influir en sus decisiones de compra.
