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 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 publico objetivo más difícil de fidelizar.

Los milennials, 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 compa 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/blog/como-han-variado-los-habitos-de-compra-online-durante-el-primer-ano-de-la-pandemia-diferencias-por-edades?elem=263344