

A close-up photograph of a hand typing on a laptop keyboard, overlaid with a semi-transparent blue filter. The text is centered in the upper half of the image.

2019

El Observatorio  
Cetelem eCommerce

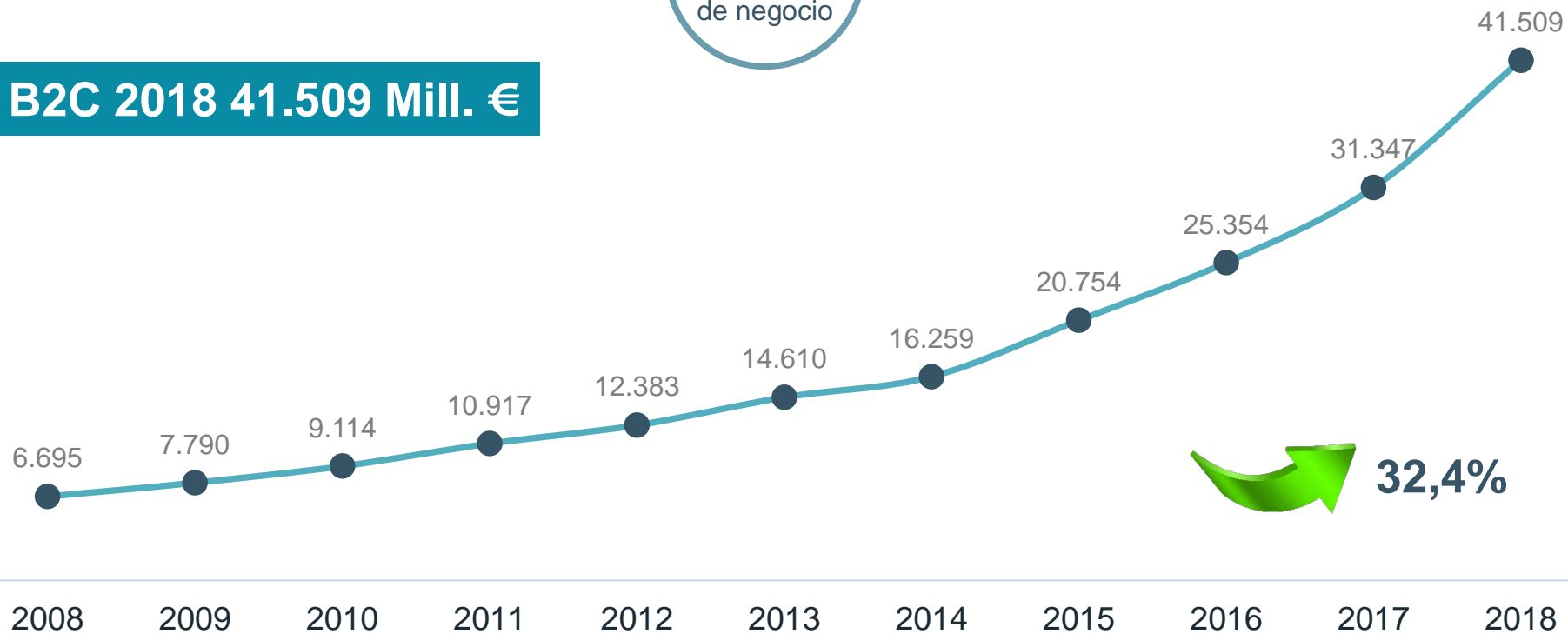
# Evolución facturación ecommerce. Volumen de comercio electrónico B2C. ONTSI

(En millones de €)



€  
Volumen de negocio

**B2C 2018 41.509 Mill. €**



# Productos y servicios comprados online

(% respuesta múltiple)



	2018	2019	Var 2019/2018
Electrodomésticos /Informática/Electrónica de consumo	57%	54%	-4 pts
Dispositivos móviles (Smartphone, Tablet, complementos, accesorios para coche, tarjetas de memoria)	64%	59%	-6 pts
Moda	66%	65%	-1 pto
Calzado y Complementos	62%	61%	-1 pto
Hogar (mueble hogar, mueble cocina, descanso y decoración)	40%	37%	-3 pts
Viajes (billetes de avión, hoteles, bus..)	73%	70%	-3 pts
Formación	27%	28%	+1 pto
Alimentación	39%	44%	+5 pts
Deportes (Textil, máquinas fitness, acuático,...)	46%	41%	-5 pts
Salud y belleza	55%	54%	-1 pto
Juguetes	47%	43%	-4 pts
Productos para bebe	23%	21%	-3 pts
Ocio; Entradas, libros, música, restaurantes...	74%	73%	-1 pto
Motos/accesorios Motos	10%	8%	-2 pts
Coches/ Accesorios Coches	25%	22%	-3 pts
Bicis/accesorios para bicis	18%	14%	-4 pts
Elementos de descanso	22%	20%	-2 pts
Gaming		34%	
Otros	16%	13%	-3 pts



# Productos y servicios intención de compra online

(% respuesta múltiple)

Electrodomésticos /Informática/Electrónica de consumo  
Dispositivos móviles (Smartphone, Tablet, complementos, accesorios para coche, tarjetas de memoria)

Moda

Calzado y Complementos

Hogar (mueble hogar, mueble cocina, descanso y decoración)

Viajes (billetes de avión, hoteles, bus..)

Formación

Alimentación

Deportes (Textil, máquinas fitness, acuático,...)

Salud y belleza

Juguetes

Productos para bebe

Ocio; Entradas, libros, música, restaurantes...

Motos/accesorios Motos

Coches/ Accesorios Coches

Bicis/accesorios para bicis

Elementos de descanso

Gaming

Otros

	2019	2020	Var 2020/2019
Electrodomésticos /Informática/Electrónica de consumo	48%	45%	-4 pts
Dispositivos móviles (Smartphone, Tablet, complementos, accesorios para coche, tarjetas de memoria)	55%	51%	-4 pts
Moda	67%	67%	0 pts
Calzado y Complementos	59%	60%	+1 pto
Hogar (mueble hogar, mueble cocina, descanso y decoración)	36%	35%	-1 pto
Viajes (billetes de avión, hoteles, bus..)	73%	75%	+2 pts
Formación	22%	22%	0 pts
Alimentación	39%	45%	+6 pts
Deportes (Textil, máquinas fitness, acuático,...)	42%	41%	-1 pto
Salud y belleza	54%	53%	-1 pto
Juguetes	45%	42%	-3 pts
Productos para bebe	19%	18%	-1 pts
Ocio; Entradas, libros, música, restaurantes...	74%	74%	0 pts
Motos/accesorios Motos	10%	9%	-1 pts
Coches/ Accesorios Coches	19%	17%	-2 pts
Bicis/accesorios para bicis	15%	11%	-4 pts
Elementos de descanso	18%	16%	-2 pts
Gaming		32%	
Otros	12%	7%	-5 pts

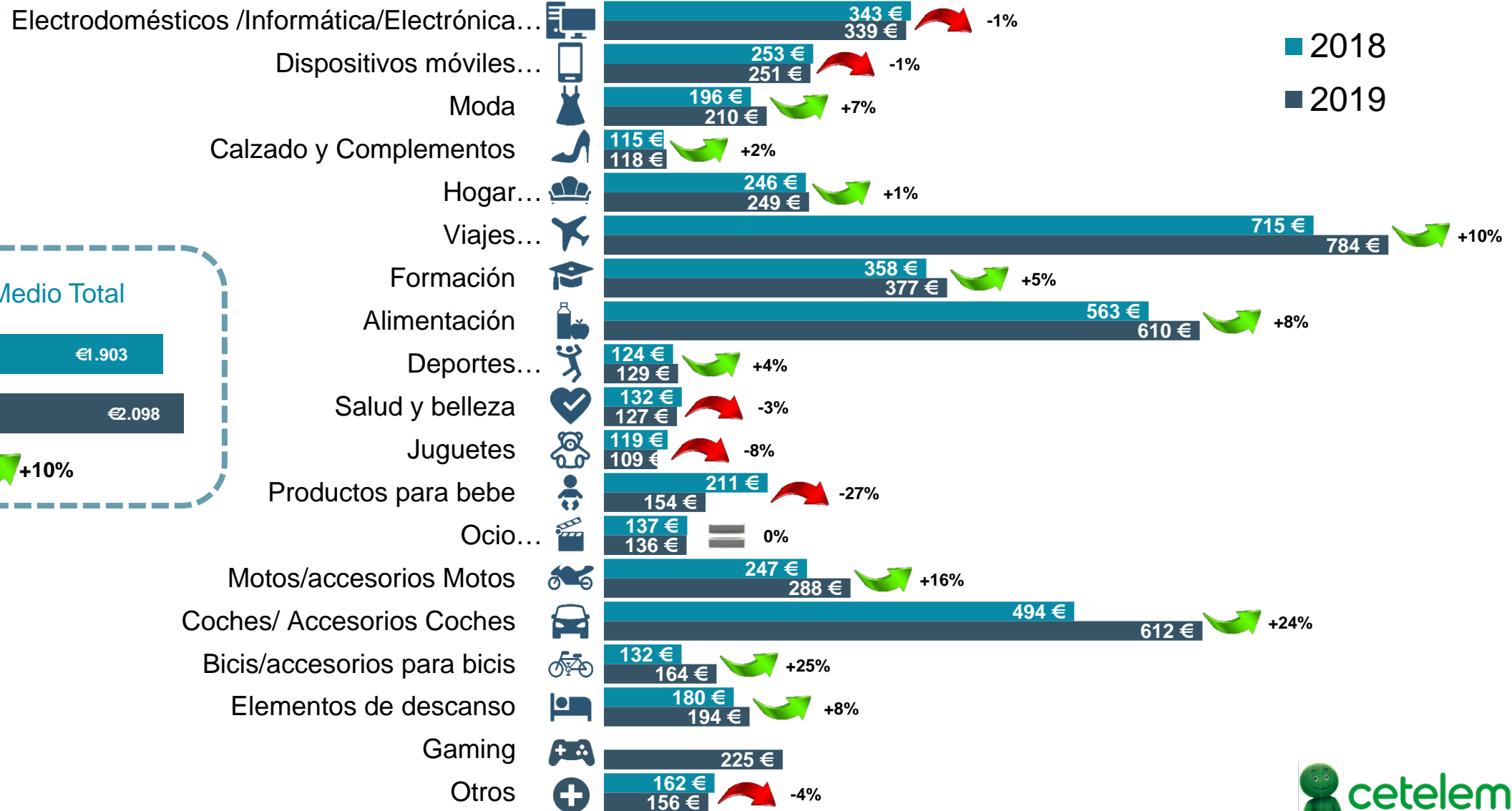
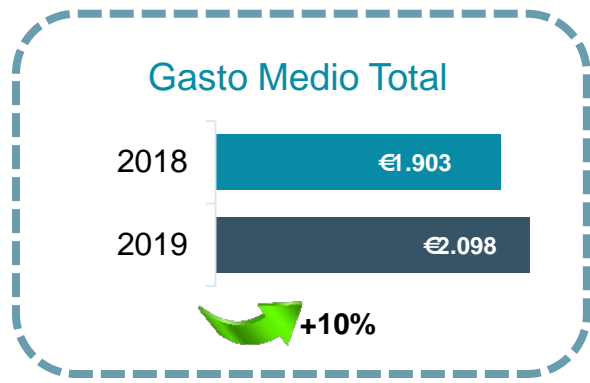
¿Realizarás compras online en los próximos 12 meses?  
(% respuesta única)





# Gasto medio por productos

(Gasto medio en €)



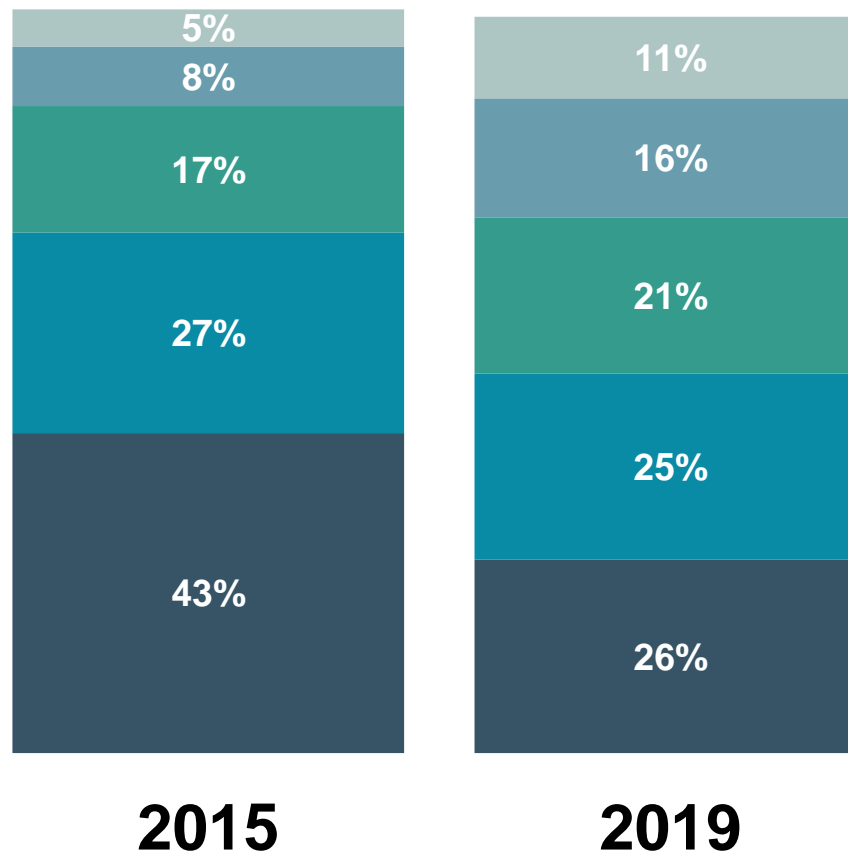
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem - E-commerce - Canal Sondeo 2018  
Encuesta Observatorio Cetelem - E-commerce - Canal Sondeo 2019



## Frecuencia de compra 2015 y 2019

(En % única)

- Varias veces por semana
- Una vez por semana
- Una vez cada 15 días
- Una vez al mes
- Menos de una vez al mes



Var  
2019/2015

+6  
ptos

+8  
ptos

+4  
ptos

-2  
ptos

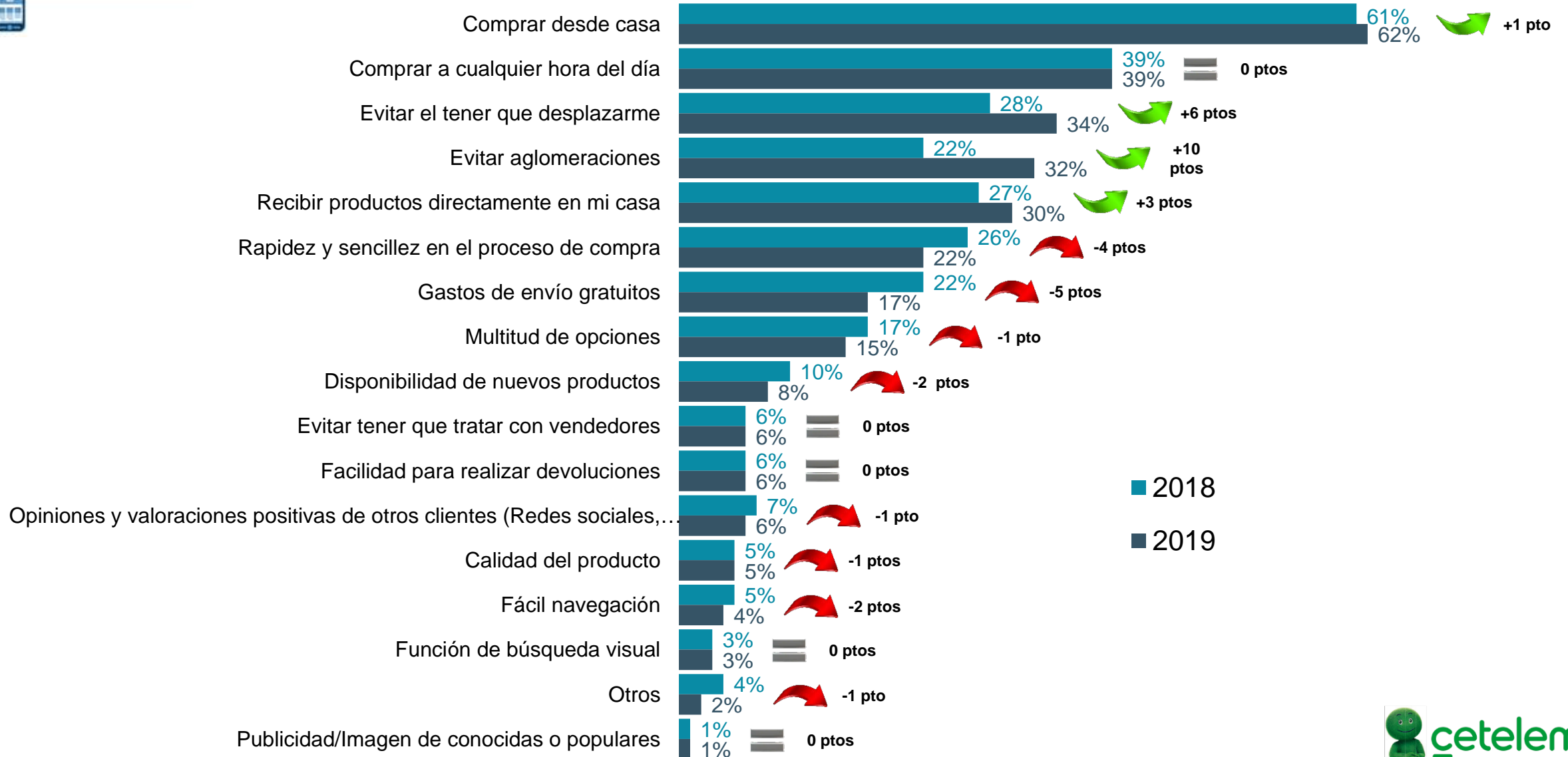
-17  
ptos





# Top aspectos positivos

(% respuesta múltiple)

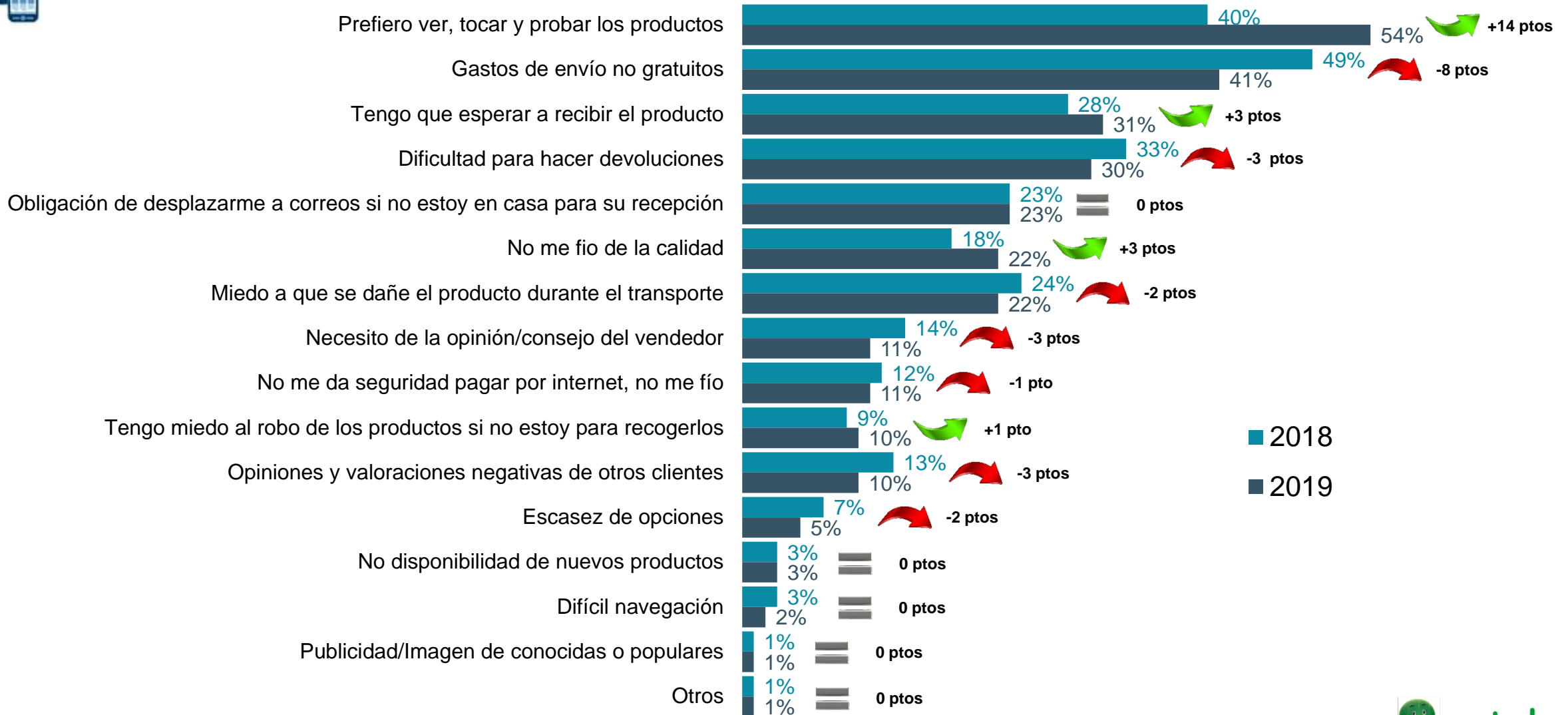


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem - E-commerce - Canal Sondeo 2018  
Encuesta Observatorio Cetelem - E-commerce - Canal Sondeo 2019




# Top aspectos negativos

(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem - E-commerce - Canal Sondeo 2018  
Encuesta Observatorio Cetelem - E-commerce - Canal Sondeo 2019



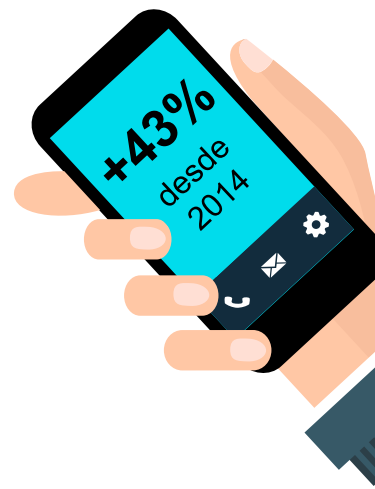
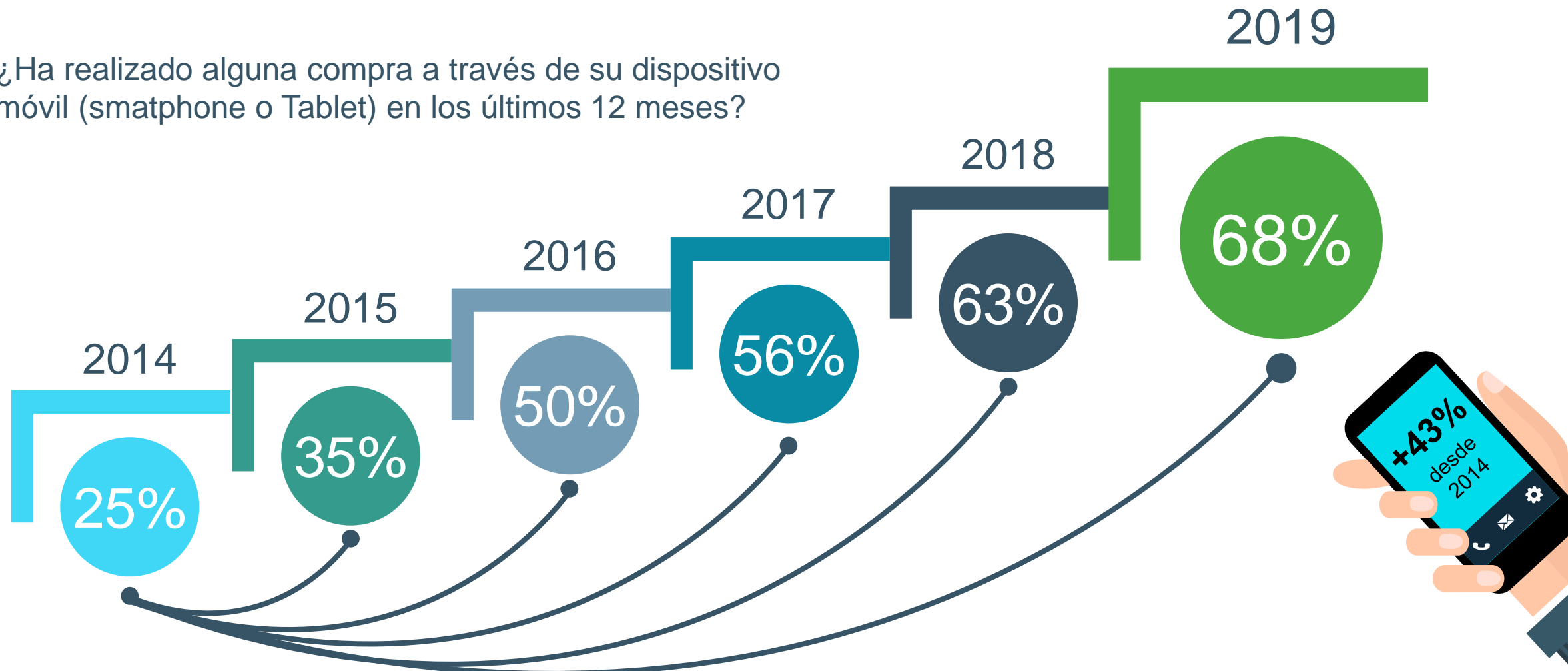
A close-up photograph of a person's hand holding a smartphone. The phone's screen is the primary focus, displaying a white rectangular box with black text. The background is a blurred, dark blue-grey color, suggesting an indoor setting with soft lighting. The text inside the box is the main subject of the image.

Aspectos generales  
y tendencias en el  
mundo **ONLINE**



## M-Commerce: Evolución % de compradores en los últimos años

¿Ha realizado alguna compra a través de su dispositivo móvil (smartphone o Tablet) en los últimos 12 meses?

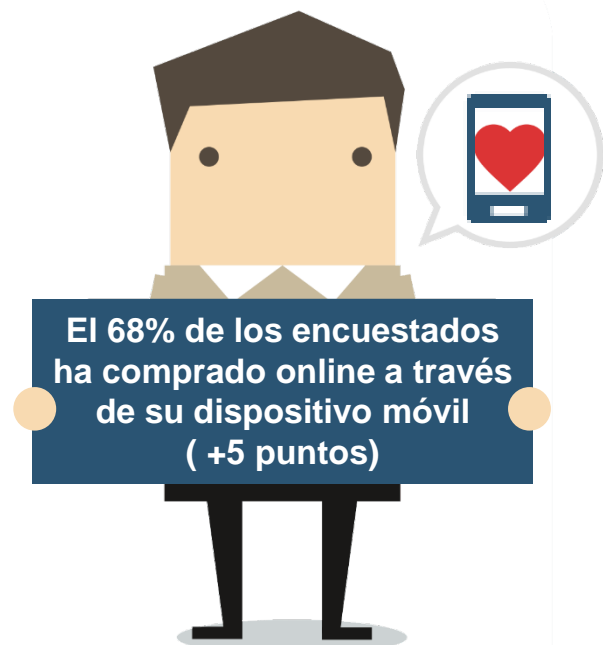


# M-commerce. Compras y productos comprados

(% respuesta múltiple)

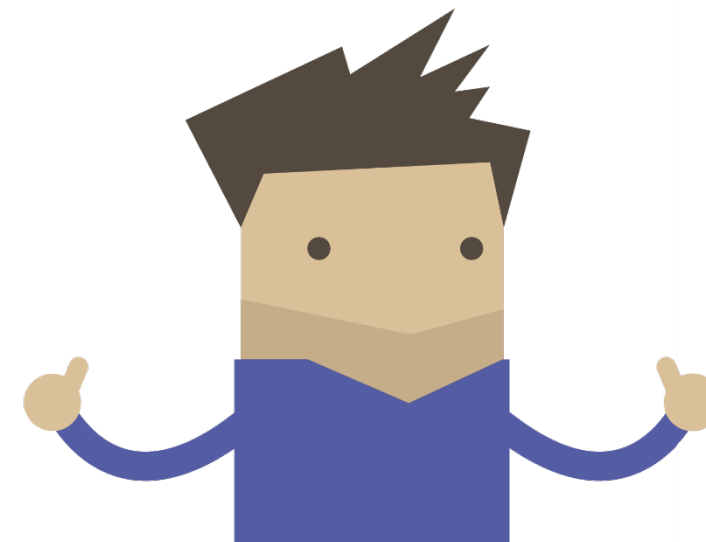
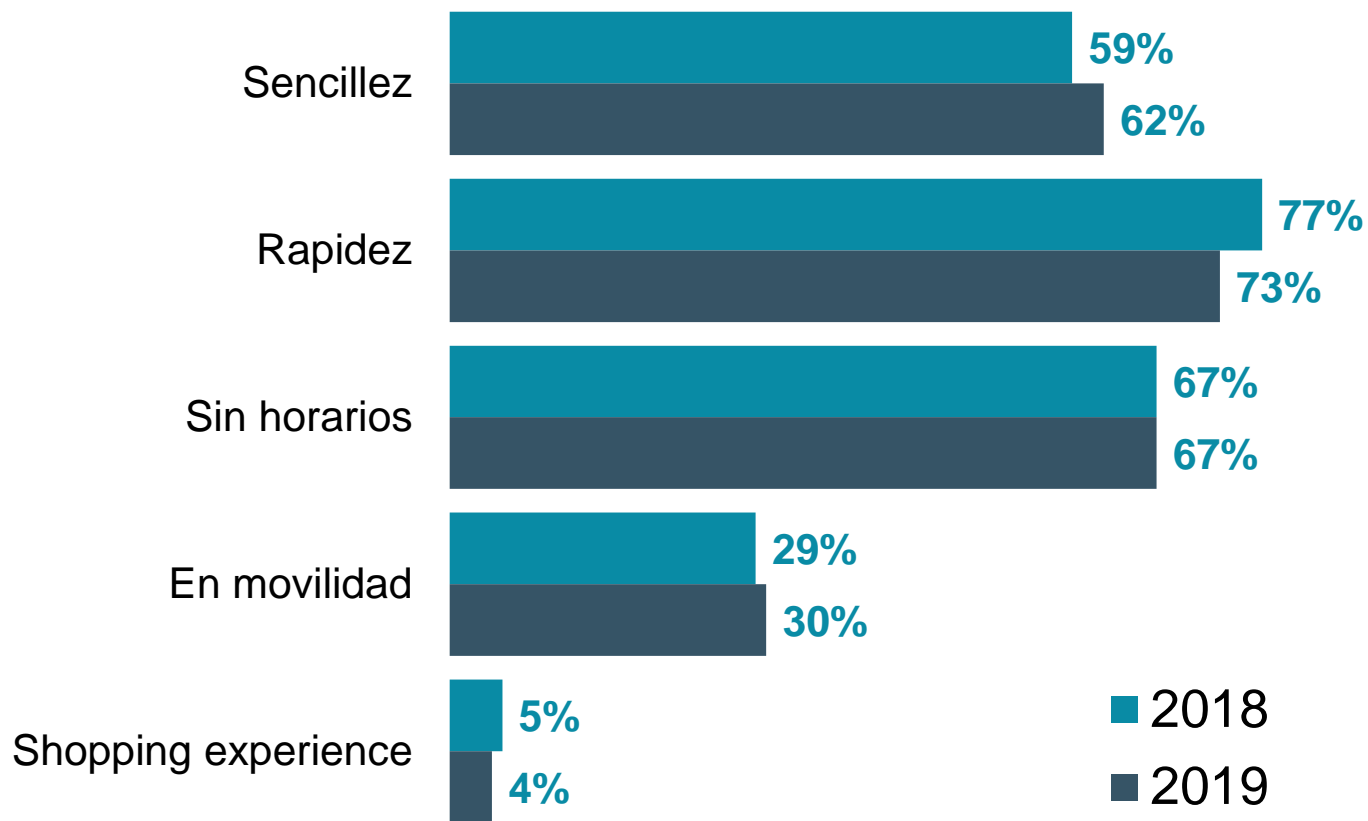


	2018	2019	Var 2019/2018
Electrodomésticos /Informática/Electrónica de consumo	27%	21%	↘ -6 pts
Telecomunicaciones (Smartphone, Tablet, complementos, accesorios para coche, tarjetas de memoria)	35%	31%	↘ -4 pts
Moda	45%	48%	↗ +3 pts
Calzado y Complementos	37%	39%	↗ +2 pts
Hogar (mueble hogar, mueble cocina, descanso y decoración)	20%	17%	↘ -3pts
Viajes (billetes de avión, hoteles, bus..)	46%	46%	≡ 0 pts
Formación	11%	11%	≡ 0 pts
Alimentación	22%	25%	↗ +3 pts
Deportes (Textil, máquinas fitness, acuático,...)	23%	20%	↘ -3 pts
Salud y belleza	30%	31%	↗ +1 pts
Juguetes	31%	28%	↘ -3 pts
Productos para bebe	17%	16%	↘ -1 pto
Ocio; Entradas, libros, música, restaurantes...	53%	54%	↗ +1 pts
Motos/accesorios Motos	7%	6%	↘ -1 pts
Coches/ Accesorios Coches	12%	9%	↘ -3 pts
Bicis/accesorios para bicis	9%	8%	↘ -1 pts
Elementos de descanso	10%	8%	↘ -2 pts
Gaming		20%	
Otros	6%	4%	↘ -2 pts





## M-commerce. Aspectos positivos y futuro del m-commerce (% respuesta múltiple)



El 91% de los internautas encuestados opina que la forma de comercio más extendida será el m-commerce

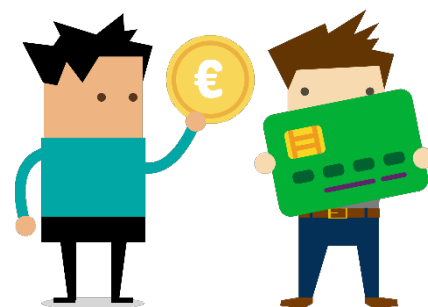
# Financiación online. Financiación y productos financiados

(% respuesta múltiple)

2019

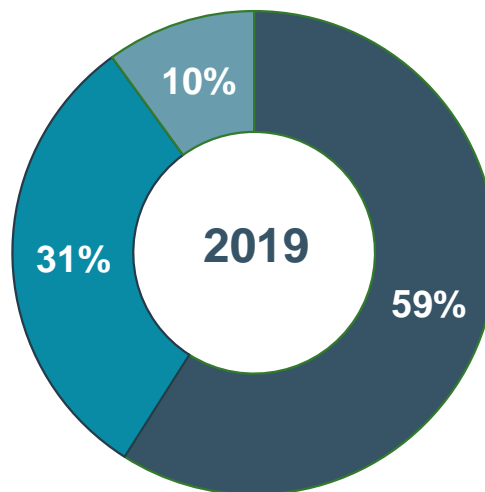
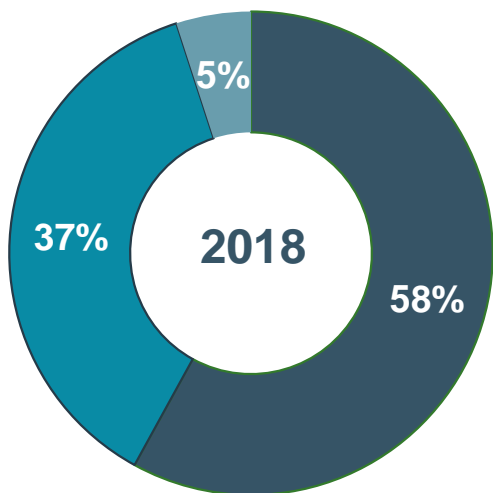
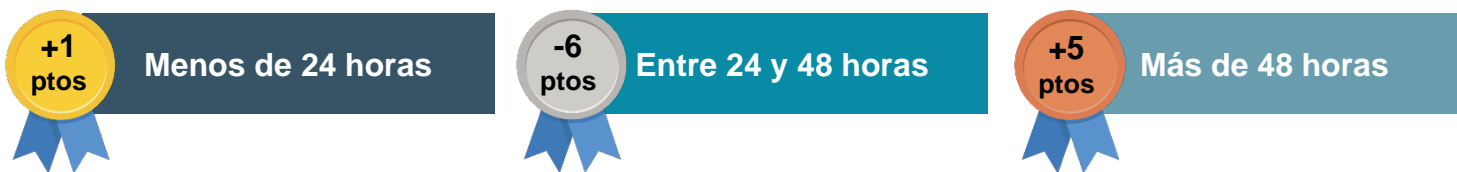


	2018	2019	Var 2019/2018
Electrodomésticos /Informática/Electrónica de consumo	55%	49%	↘ -6 pts
Telecomunicaciones (Smartphone, Tablet, complementos, accesorios para coche, tarjetas de memoria)	43%	40%	↘ -3 pts
Moda	21%	22%	↗ +1 pto
Calzado y Complementos	20%	16%	↘ -4 pts
Hogar (mueble hogar, mueble cocina, descanso y decoración)	33%	27%	↘ -6 pts
Viajes (billetes de avión, hoteles, bus..)	32%	31%	↘ -1 pts
Formación	17%	14%	↘ -3 pts
Alimentación	17%	14%	↘ -3 pts
Deportes (Textil, máquinas fitness, acuático,...)	16%	15%	↘ -1 pto
Salud y belleza	19%	18%	↘ -1 pto
Juguetes	16%	16%	= 0 pts
Productos para bebe	14%	9%	↘ -5 pts
Ocio; Entradas, libros, música, restaurantes...	15%	16%	↗ +1 pto
Motos/accesorios Motos	15%	12%	↘ -2 pts
Coches/ Accesorios Coches	19%	12%	↘ -7 pts
Bicis/accesorios para bicis	13%	11%	↘ -2 pts
Elementos de descanso	17%	17%	= 0 pts
Gaming		19%	
Otros	5%	3%	↘ -2 pts



**El 10% de los internautas encuestados ha financiado alguna de sus compras online (mismo porcentaje que el año anterior)**

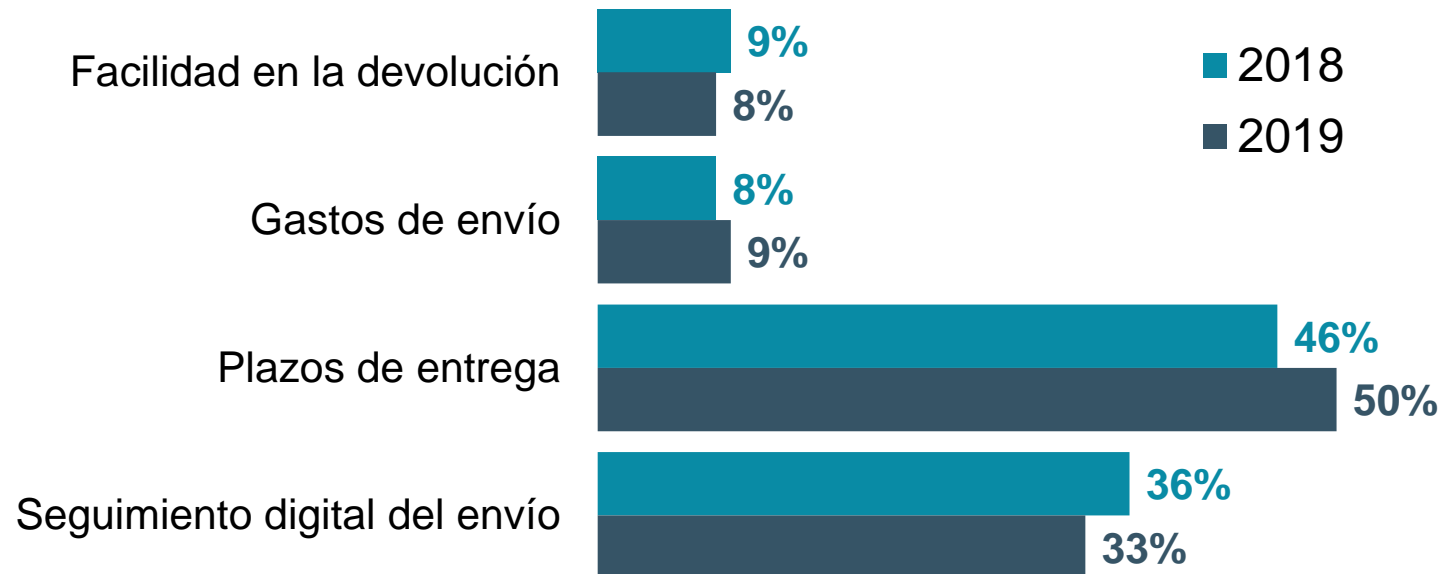
# Financiación online: Importe financiado y tiempo respuesta financiación







## Logística. Mejoras en los procesos (% única)



El 74% de los encuestados ha experimentado una mejoría en los procesos de logística y transporte en las compras online

# Logística. Devolución de productos y motivos

(% respuesta múltiple)

2019

	2018	2019	Var 2019/2018
Electrodomésticos /Informática/Electrónica de consumo	19%	18%	-1 pto
Telecomunicaciones (Smartphone, Tablet, complementos, accesorios para coche, tarjetas de memoria)	19%	16%	-3 pts
Moda	48%	50%	+2 pts
Calzado y Complementos	30%	29%	-1 pts
Hogar (mueble hogar, mueble cocina, descanso y decoración)	9%	9%	0 pts
Viajes (billetes de avión, hoteles, bus..)	6%	6%	0 pts
Formación	3%	2%	0 pts
Alimentación	5%	4%	-1 pto
Deportes (Textil, máquinas fitness, acuático,...)	11%	12%	-1 pto
Salud y belleza	6%	6%	+1 pto
Juguetes	9%	10%	0 pts
Productos para bebe	6%	5%	+1 pto
Ocio; Entradas, libros, música, restaurantes...	8%	6%	-1 pto
Motos/accesorios Motos	3%	3%	-2 pts
Coches/ Accesorios Coches	5%	5%	0 pts
Bicis/accesorios para bicis	3%	3%	0 pts
Elementos de descanso	4%	3%	-1 pto
Gaming		6%	
Otros	5%	3%	-2 pts

El 36% de los encuestados afirma haber realizado alguna devolución siendo los motivos principales: cambio de talla/color, producto defectuoso o producto erróneo

# Suscripciones online: tipos de suscripciones y gasto mensual medio

(% respuesta múltiple)



	% compra 2019	Gasto medio 2019
Audiovisual (netflix, HBO, Movistar Plus, Amazon Prime)	86%	23 €
Libros (Kindle)	8%	28 €
Música (Spotify, youtube music)	33%	25 €
Gaming (PSPlus, LIVE)	18%	51 €
Licencias de softwares y app (Adobe, Strava, Autocad, linkedin)	8%	34 €
Medios de comunicación (AS, El Pais, El Mundo...)	6%	36 €



El **36%** de los encuestados tiene alguna suscripción online, siendo su gasto medio **40€** mensuales

## Apps de movilidad: tipos de apps y gasto mensual medio

(% respuesta múltiple)



	% compra 2019	Gasto medio 2019
Vehículo privado compartido ( Blablacar, Amovens)	31%	60 €
Vehículo con chofer (Uber, Cabyfi, Mytaxi...)	66%	40 €
Vehículo (Coche, moto, bici y patinete) de alquiler sin chofer (Car2go, Wibble, Lime, Ecootra, bicimad...)	26%	47 €



**El 17% de los encuestados tiene alguna app de movilidad, siendo su gasto medio 33€ mensuales**



# CONCLUSIONES

Para más información:

🌐 [www.elobservatoriocetelem.es](http://www.elobservatoriocetelem.es)

🌐 [www.cetelem.es](http://www.cetelem.es)

🐦 [@Obs\\_Cetelem\\_ES](https://twitter.com/Obs_Cetelem_ES)

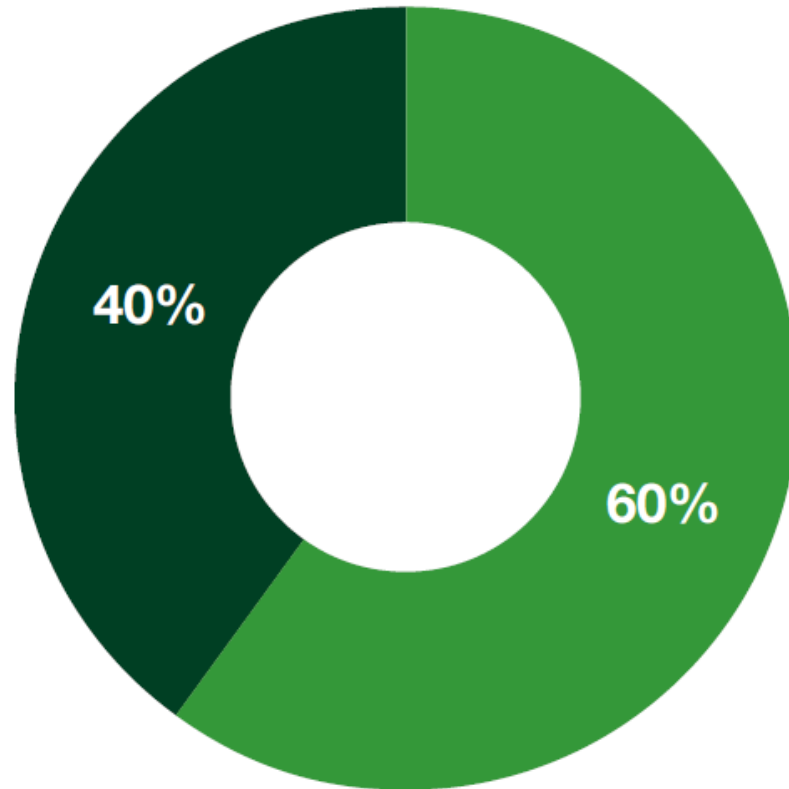


# El Observatorio Cetelem ESTACIONAL 2020





**Esta crisis del Covid-19 que estamos viviendo, ¿ha afectado a su consumo, de manera que, tenía pensado comprar algún producto o servicio de un importe superior a 300€ y ha decidido no realizar la compra?**



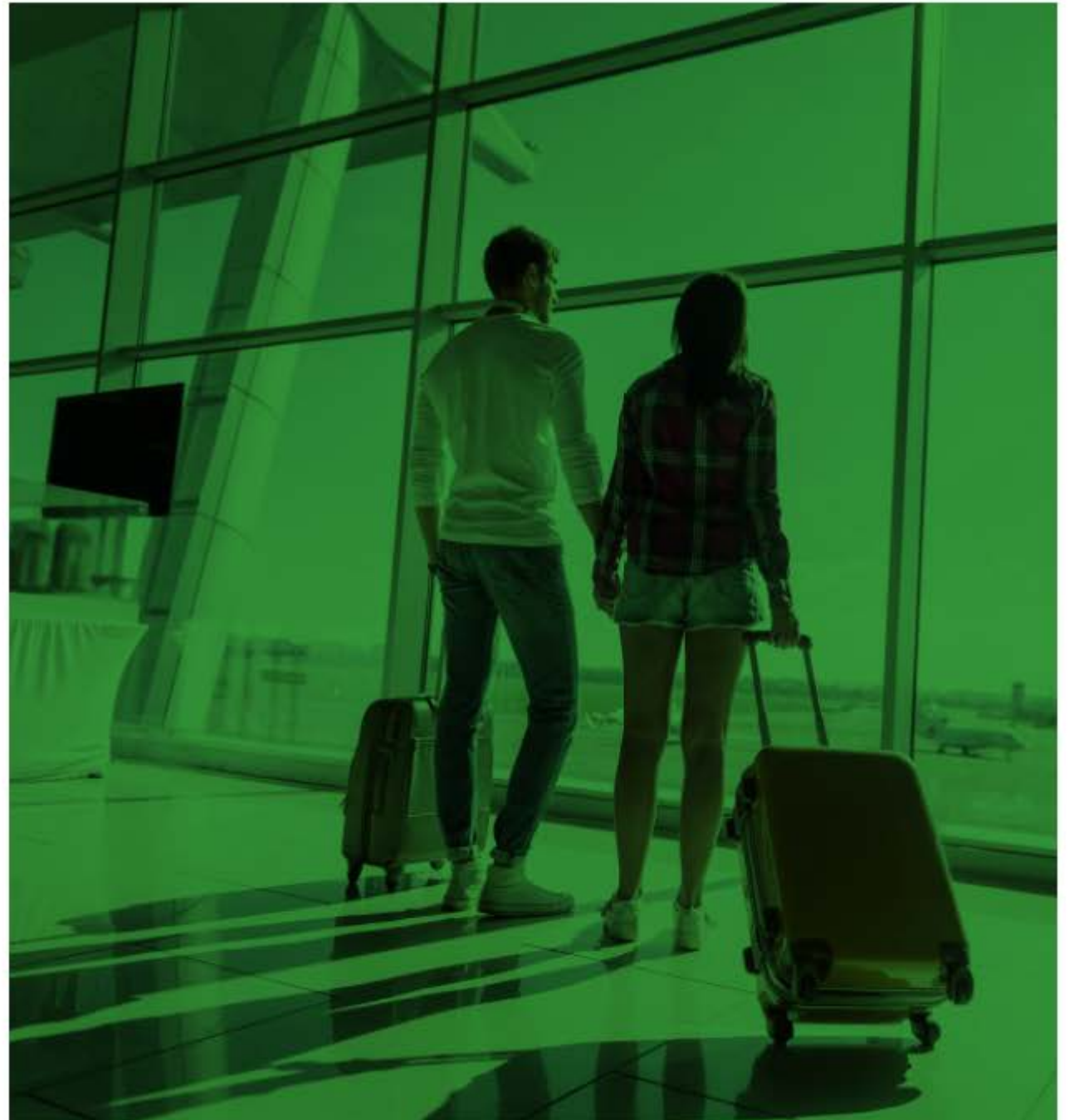
- "Si ha afectado y no voy a realizar la compra"
- "No ha afectado y en cuanto todo vuelva a la normalidad la realizaré"



## ¿Cuál de los siguientes productos y/o servicios tenía pensado comprar y...?

<b>Viajes</b>	2020
No lo voy a comprar	<b>52,7%</b>
Lo compraré cuando todo vuelva a la normalidad	<b>47,3%</b>

<b>Textil/calzado deportes</b>	2020
No lo voy a comprar	<b>55,5%</b>
Lo compraré cuando todo vuelva a la normalidad	<b>44,5%</b>



## ¿Cuál de los siguientes productos y/o servicios tenía pensado comprar y...?

Coche	2020
No lo voy a comprar	<b>84,3%</b>
Lo compraré cuando todo vuelva a la normalidad	<b>15,7%</b>

Accesorios/ complementos de coche	2020
No lo voy a comprar	<b>86,7%</b>
Lo compraré cuando todo vuelva a la normalidad	<b>13,3%</b>





## ¿Cuál de los siguientes productos y/o servicios tenía pensado comprar y...?

Coche	2020
No lo voy a comprar	<b>84,3%</b>
Lo compraré cuando todo vuelva a la normalidad	<b>15,7%</b>

Accesorios/ complementos de coche	2020
No lo voy a comprar	<b>86,7%</b>
Lo compraré cuando todo vuelva a la normalidad	<b>13,3%</b>



## ¿Cuál de las siguientes afirmaciones se corresponde con su realidad en cuanto a la forma de pago que piensa utilizar?

(Base de aquellos que han declarado que el COVID19 no les ha afectado y piensan realizar las compras cuando se normalice la situación)

Antes de esta situación pensaba pagar al contado la totalidad y ahora también	25,9%
Antes de esta situación pensaba financiar la compra y ahora también	8,2%
Antes de esta situación pensaba pagar al contado la totalidad y ahora tengo intención de financiar	4,0%
Antes de esta situación pensaba financiar la compra y ahora tengo intención de pagar al contado	1,4%



# El Observatorio Cetelem Mensual

Nº  
#78

abril 2020

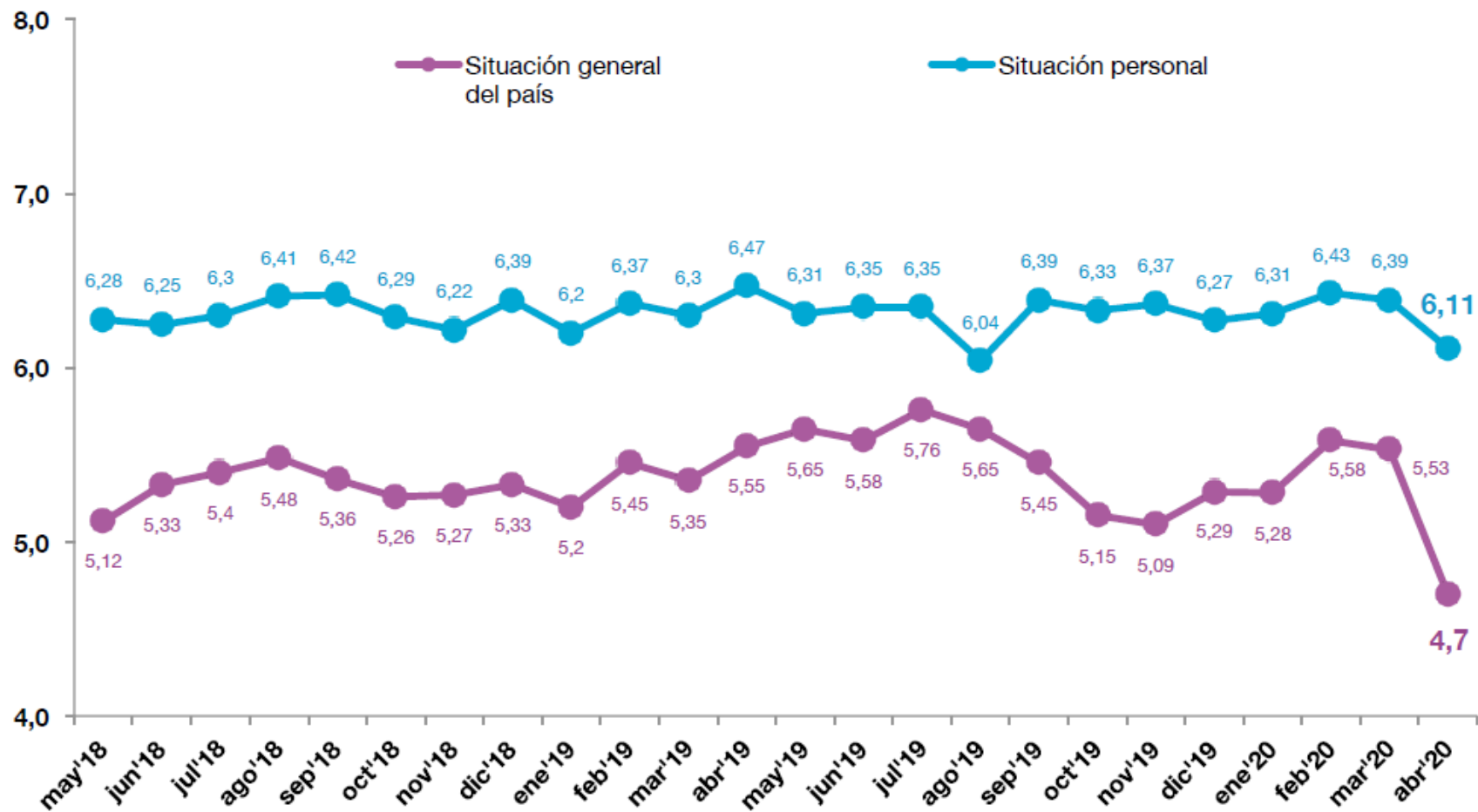






# PERCEPCIÓN ECONÓMICA DE LOS ESPAÑOLES

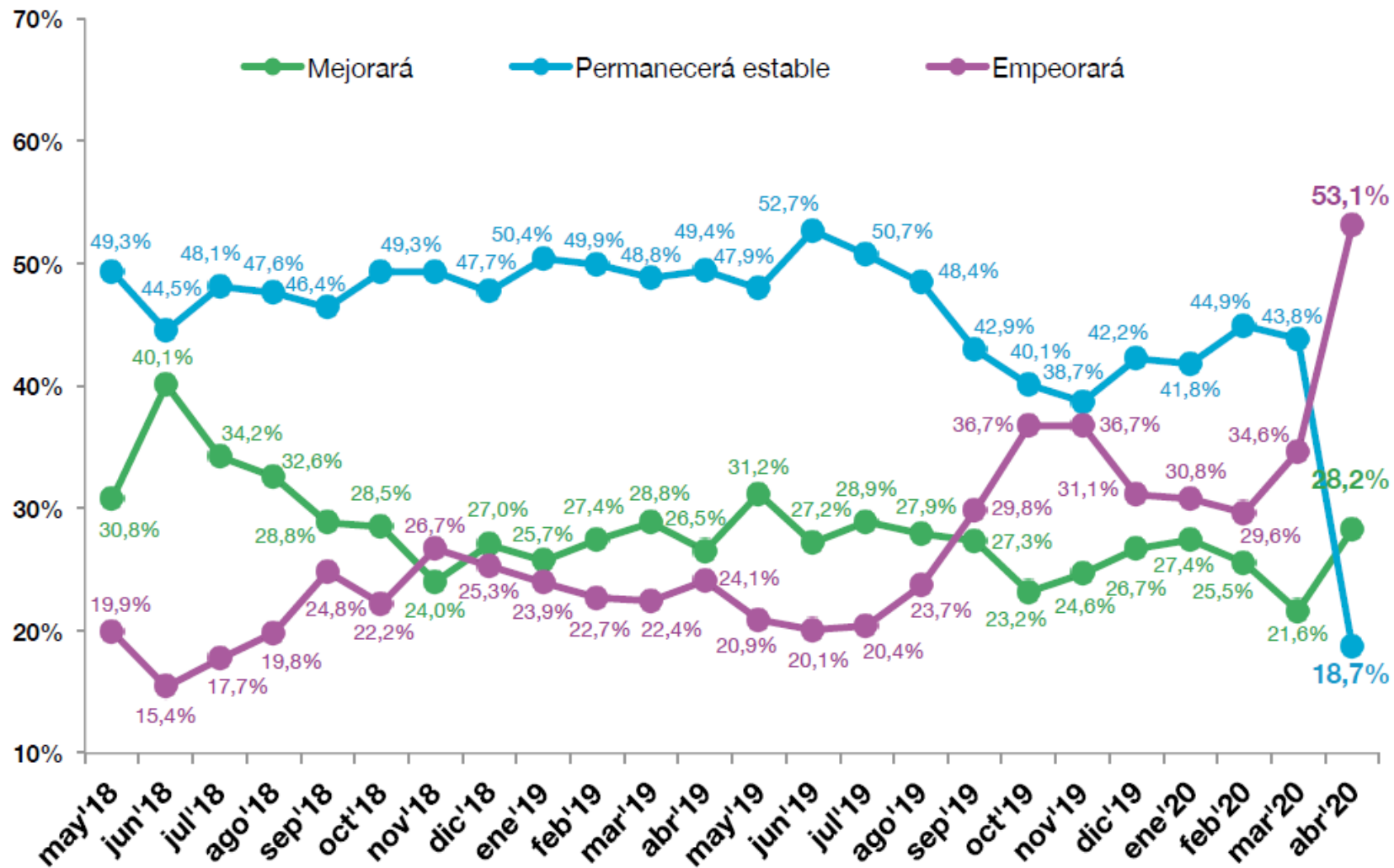
Valore la situación general de su país y su situación personal con una nota del 1 al 10





# PERCEPCIÓN ECONÓMICA DE LOS ESPAÑOLES

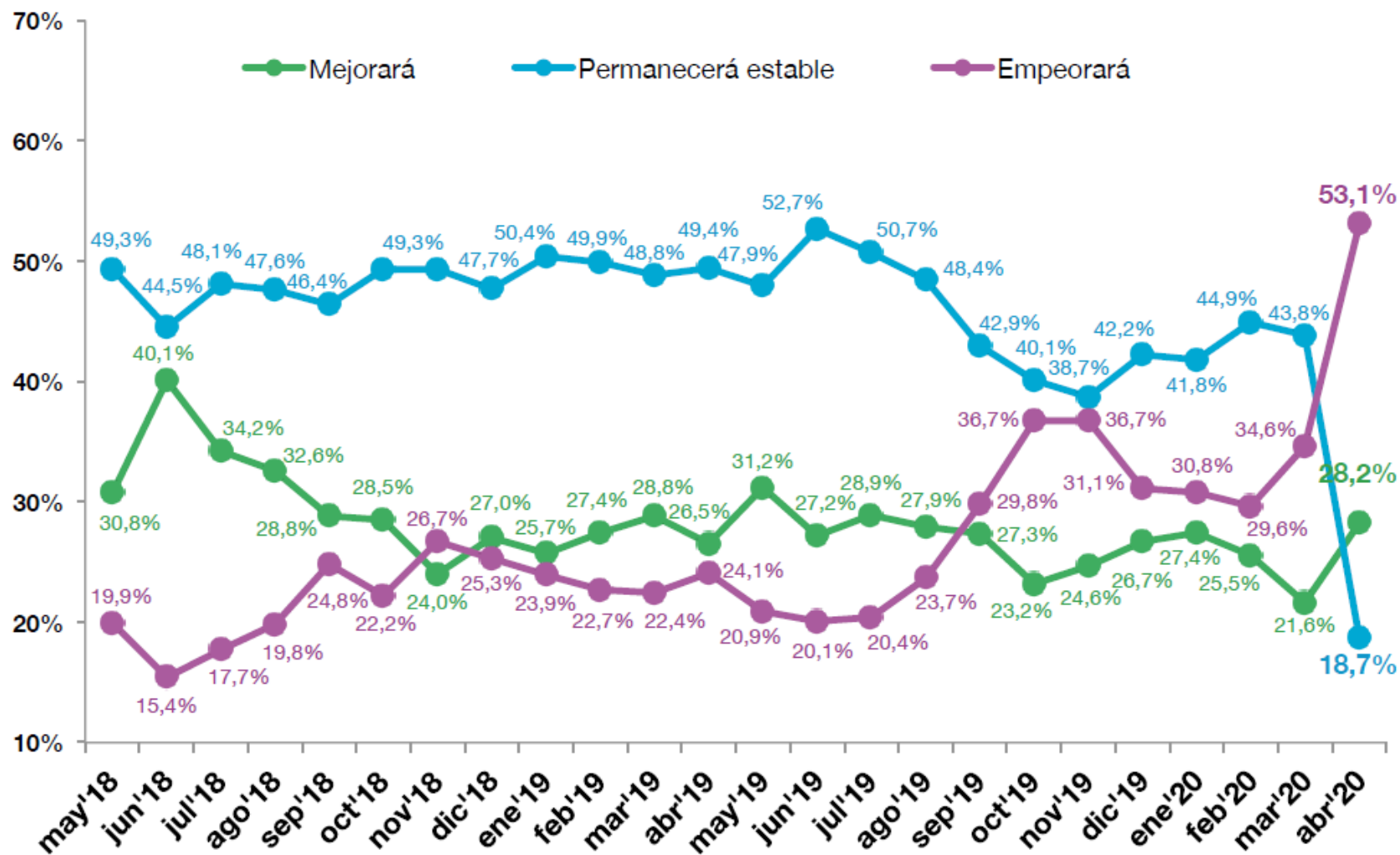
¿En los próximos 12 meses piensa que la situación general del país...?





# PERCEPCIÓN ECONÓMICA DE LOS ESPAÑOLES

¿En los próximos 12 meses piensa que la situación general del país...?





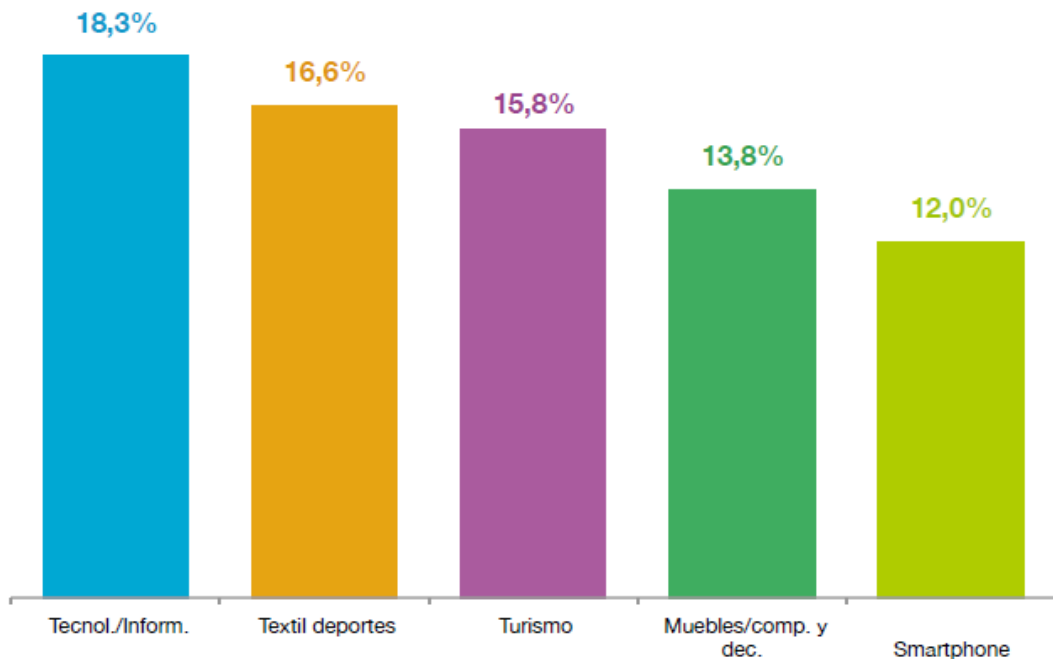
# SÍNTESIS INTENCIONES DE COMPRA

¿Piensa adquirir en los próximos 3 meses algunos de los siguientes bienes y servicios?

## CANAL OFFLINE + ONLINE

En abril de 2020, el Top 5 en intenciones de compra para los próximos tres meses son:

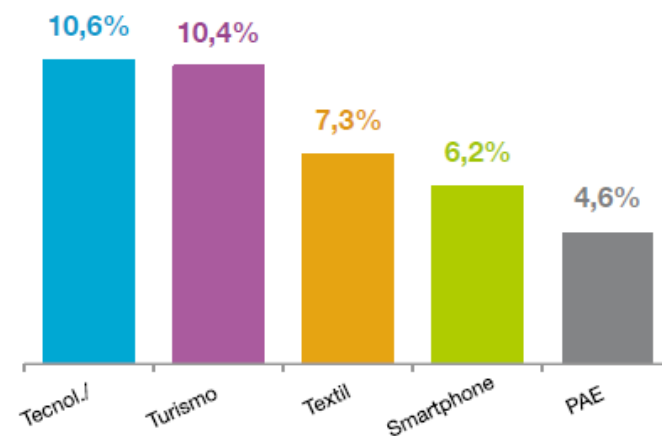
- Tecnología / Informática: 18,3%
- Textil / Deportes: 16,6%
- Turismo : 15,8%
- Servicios dentales: 15,6%
- Muebles / Complementos / Decoración: 13,8%



Si distinguimos por canales:

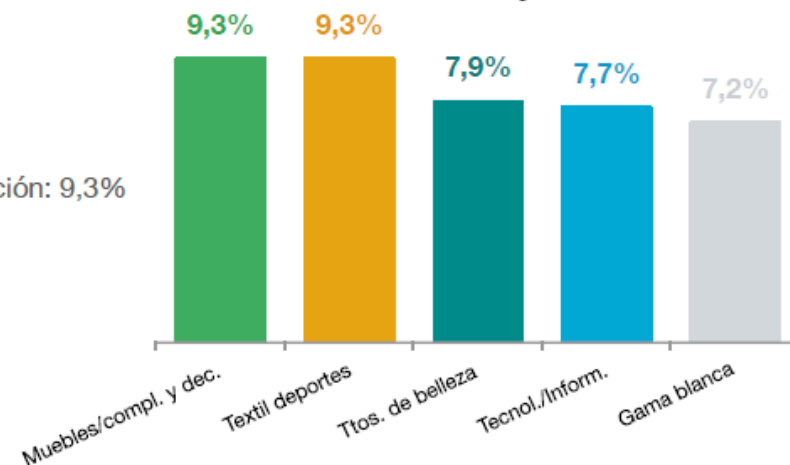
### Top 5 canal online:

- Tecnología / Informática: 10,6%
- Turismo: 10,4%
- Textil / Deportes: 7,3%
- Smartphone: 6,2%
- P.A.E.: 4,6%



### Top 5 canal offline:

- Muebles / Complementos / Decoración: 9,3%
- Textil deportes: 9,3%
- Tratamientos de belleza: 7,9%
- Tecnología / Informática: 7,7%
- Gama blanca: 7,2%





## SÍNTESIS INTENCIONES DE COMPRA

	Abril 2020	Variación vs Enero 2020
Gama blanca	11,6%	-0,4
Gama marrón	2,0%	-3,4
P.A.E.	6,0%	-4,3
Climatización	2,4%	-1,8
Muebles, complementos y decoración	10,8%	-4,7
Descanso	4,7%	-1,2
Cocina	3,7%	-2,0
Tecnología / Informática	17,3%	-1,7
Smartphone	12,0%	-3,6
Tablet	2,6%	-1,4
Tratamientos de belleza	10,6%	-0,1
Audifonia	1,9%	-1,2
Oftalmología	4,6%	-2,3
Turismo	15,8%	-5,5
Textil deportes	16,6%	-2,5
Bici	3,0%	-1,2

# El Observatorio Cetelem Mensual



**BNP PARIBAS**  
**PERSONAL FINANCE**



 [www.elobservatoriocetelem.es](http://www.elobservatoriocetelem.es)

 [www.cetelem.es](http://www.cetelem.es)

 [@Obs\\_Cetelem\\_ES](https://twitter.com/Obs_Cetelem_ES)