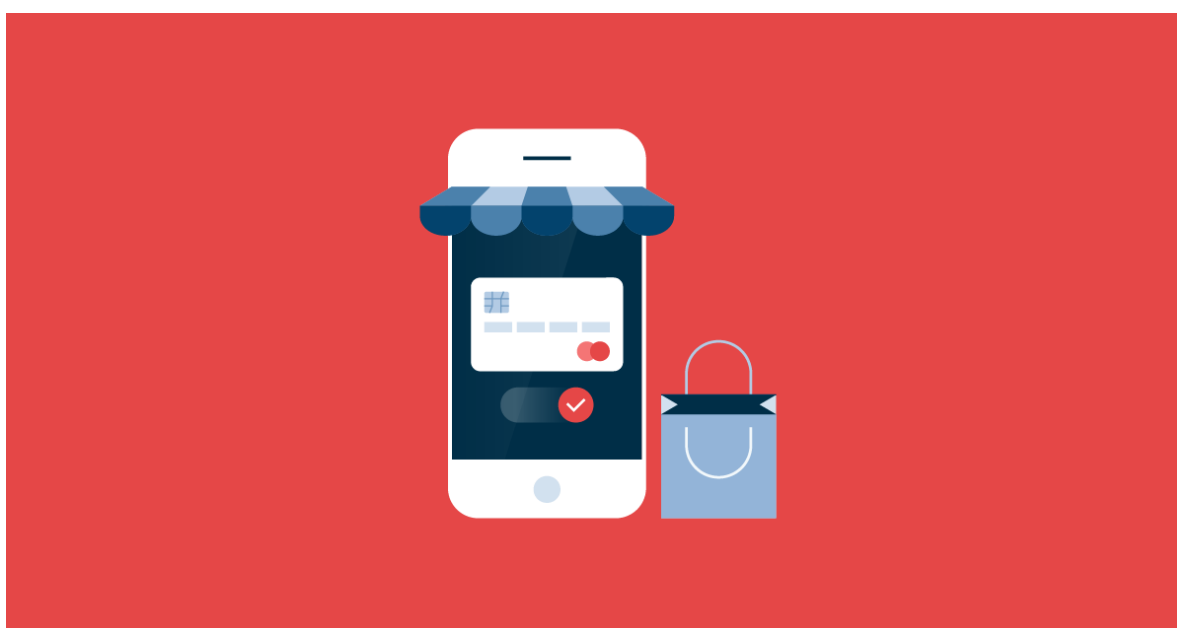


7 tendencias que están marcando el sector del ecommerce en España

- Un 86% de los consumidores españoles prefiere comprar en una empresa que aplique prácticas de economía circular.
- El 66% de los usuarios de programas de fidelización se muestran más interesados en ellos a causa de la inflación.



Barcelona, 25 de abril de 2023 — Las nuevas preferencias de los consumidores y los cambios producidos por la pandemia han reafirmado el papel de las compras online. La tecnología cumple un rol clave, de ahí la importante apuesta que están realizando las empresas por sus estrategias digitales. En este contexto, la consultora especializada en soluciones de software [Capterra](#) ha analizado las 7 tendencias que más afectan al sector del comercio electrónico en España en base a los estudios que ha realizado recientemente.

1. Compras en redes sociales

Según [un estudio sobre el comportamiento de los consumidores online en las redes sociales a escala global](#), España está por encima de Francia y Gran Bretaña en compras en estos canales, aunque por debajo del promedio internacional. Esto sugiere que, aunque la tendencia de compras en redes sociales está creciendo en el mercado español, aún hay margen de crecimiento.

Vender a través de redes sociales puede mejorar la venta multicanal, ya que estas plataformas pueden maximizar el alcance del ecommerce. Así, el uso de [TikTok como](#)

[espacio de ventas](#) puede ser una estrategia interesante para aumentar el engagement y las conversiones a través de prácticas como el *Live shopping* y los anuncios interactivos.

2. Sostenibilidad y economía circular

La sostenibilidad también está marcando el sector del ecommerce. De acuerdo con [una encuesta de 2021](#) sobre sostenibilidad en España, el 71% de los encuestados indicó que las medidas sostenibles de las empresas influyen mucho o de forma moderada al adquirir productos o en su elección de proveedores. En este sentido, la economía circular es muy valorada: [un 86% de consumidores](#) prefiere comprar en una empresa que aplique prácticas de economía circular, según otra encuesta realizada el año pasado.

3. Flexibilidad en los pagos

A los compradores online les preocupan los pagos por internet. Así lo indica el resultado de [un estudio ejecutado en 2022](#) sobre seguridad, hábitos, tendencias y nuevas tecnologías en compras online en España. Un 67% de los encuestados mostró preocupación por las transacciones online, lo que sugiere que las empresas deben tener en cuenta la seguridad en los pagos digitales y ser transparentes en sus términos y condiciones.

Asimismo, la flexibilidad en los pagos es una tendencia al alza. El mismo estudio revela que el 66% de los consumidores españoles está interesado en usar el método *Compra ahora, paga después*. Es decir, se valora positivamente que los métodos de pago encajen con las necesidades individuales, como puede ser pagar a plazos o mediante financiación.

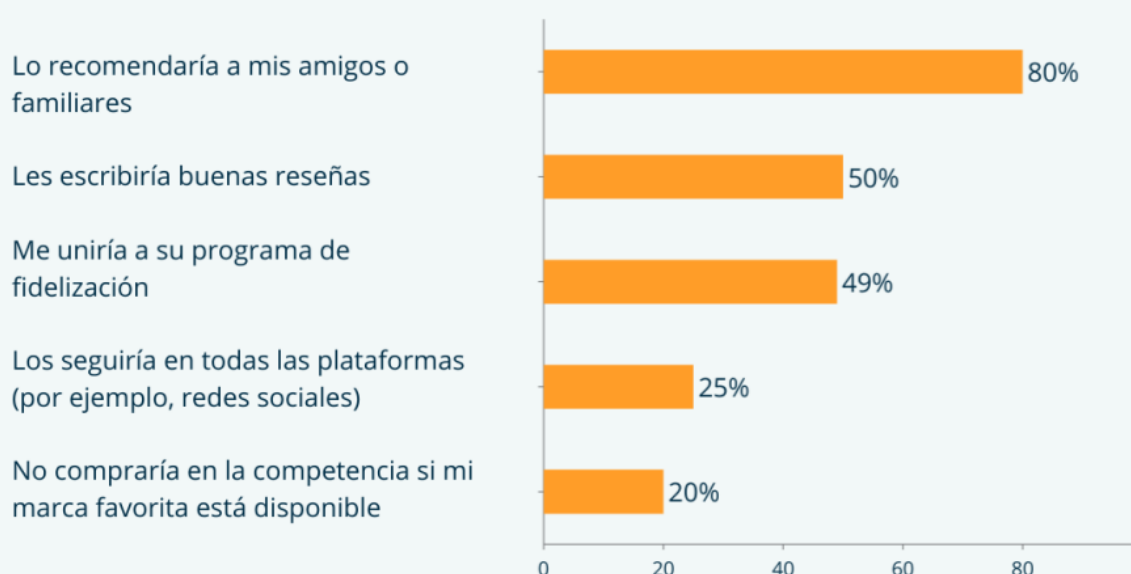
4. Opiniones online

Las reseñas de otros compradores son muy valiosas para la toma de decisiones del consumidor. Casi cuatro de cada diez españoles que están algo o muy abiertos a probar marcas nuevas lo hacen por buenas opiniones de usuarios, según [un estudio sobre tendencias de fidelización](#). En la misma encuesta, el 50% aseguró que, si le gusta una marca, expresaría su fidelidad hacia la misma escribiéndole una reseña positiva.

5. Programas de fidelización

La inflación ha causado un incremento en el interés de los consumidores por los programas de fidelización. Así lo revela [un estudio sobre tendencias de fidelización de los consumidores en España](#) llevado a cabo el año pasado, en el que se descubrió que el 66% de los usuarios de este tipo de programas estaban más interesados en ellos a causa de la inflación. La conclusión al respecto es que cuando se le ofrece al cliente algún valor añadido a cambio de su lealtad, es más probable aumentar la retención.

Si le gusta una marca, ¿cómo expresaría su fidelidad hacia ella?



Fuente: Estudio sobre tendencias de fidelización de los consumidores y programas de fidelización en España 2022.
Pregunta: Si le gusta una marca, ¿cómo expresaría su fidelidad hacia ella? (Seleccione todas las que correspondan).
Nota: Se muestran las 5 principales respuestas de 8 posibles.
n: 1010.

6. Experiencias personalizadas

Un 79% de españoles estaría dispuesto a compartir [datos personales a cambio de experiencias personalizadas](#). La mayoría (80%) sería capaz de proporcionar su correo electrónico, seguido por un 72% que daría información relacionada con su identidad de sexo o género, y un 71% que revelaría su día de cumpleaños y edad.

Además, a ocho de cada diez encuestados les gustaría recibir comunicaciones como newsletters o emails de sus marcas favoritas. De este segmento, a un 76% le gustaría recibir ofertas personalizadas en estas comunicaciones. Por tanto, la personalización es clave para conseguir la fidelización de los clientes en tiempos de sobrecarga informativa.

7. Inteligencia artificial

Una de las joyas de la corona en cuanto a tendencias se refiere. Fue seleccionada como [la expresión del año 2022 para Fundéu](#). Las empresas enfocadas al ecommerce podrán aprovecharse de los programas nutridos con IA para ofrecer un mejor servicio y ahorrar tiempo. Y es que [una de las hipótesis de planificación estratégica de Gartner](#) es que para 2025, la mitad de las empresas habrán ideado plataformas de orquestación de IA para hacerla operativa.

Cómo pueden adaptarse las pymes a las nuevas tendencias en ventas online

Tener en cuenta estas tendencias es fundamental para las pequeñas y medianas empresas que desean lograr un crecimiento en su comercio electrónico. A medida que cambian las expectativas del consumidor, es necesario que las tiendas que venden online se preparen para adoptar cambios rápidos. En este aspecto, el uso de los software adecuados puede ser muy útil a la hora de implementar nuevas estrategias.

Acerca de Capterra

[Capterra](#) es el destino número 1 para que las organizaciones encuentren el software adecuado. Nuestra plataforma abarca más de 17.500 soluciones entre 900 diferentes tipos de software y ofrece acceso a más de 1.7 millones de opiniones verificadas, lo que ayuda a las organizaciones a ahorrar tiempo, aumentar la productividad y acelerar su crecimiento.

Contacto de prensa

Capterra

pr@capterra.es

TEAM LEWIS

Noelia Iglesias / Clara Casanovas

T. + 34 935 228 600

capterra@teamlewis.com