

## **Los españoles gastan una media de 138€ al mes en compras online, según un estudio de IPSOS para Miravia**

**El 98% afirma tener pensado realizar alguna compra online durante el Black Friday, incrementando su presupuesto un 71% hasta los 236€. El 85% los jóvenes consumidores españoles perciben de manera positiva el uso de nuevas tecnologías en su experiencia de compra, siendo la personalización la más valorada**

El comercio electrónico está viviendo sus años de mayor crecimiento. El modelo de consumo online se vio especialmente impulsado por la pandemia, cuando los comercios físicos tuvieron que cerrar sus puertas, sin embargo, ha conseguido mantener su lugar entre la población española, especialmente los más jóvenes. El 99% de consumidores españoles menores de 45 años afirman comprar online de manera habitual en plataformas de comercio electrónico o marketplaces, de acuerdo con un estudio realizado por IPSOS para Miravia, el nuevo modelo de e-commerce que conecta marcas, consumidores y creadores de contenido en un mismo espacio digital\*.

Cuando compran online, los españoles valoran especialmente la posibilidad de encontrar mejores precios, el atributo que más valora el 55% de los consumidores. Se trata de una premisa cada día más importante en el contexto económico inflacionista, sin embargo, no es la única. La comodidad se posiciona como otro de los valores que los consumidores destacan de comprar online: los tiempos de entrega más cortos (38%), mejores opciones de entrega (36%), que la plataforma recuerde los datos de entrega y de pago (36%) o la posibilidad de comprar productos de diferentes marcas en un mismo lugar (36%), son algunas de los beneficios de los marketplaces a los que los consumidores más valoran.

Sobre la sostenibilidad, hoy en día todavía no es un condicionante indispensable para la población española, tan solo el 12% afirma que para ellos es un valor diferencial en sus plataformas de compra.

Sin embargo, un 90% de los consumidores estaría dispuesto a que las marcas apuesten por modelos de envío más sostenibles, siempre y cuando esto no afecte al precio o a los tiempos de entrega (85% de los consumidores).

### Tecnología para mejorar la experiencia de compra

El sector del e-commerce está en pleno proceso de cambio, una realidad que parece estar siendo percibida también por los consumidores: el 92% de los consumidores conoce algunas de las tecnologías que los marketplaces ya están aplicando en sus negocios, como la personalización, la atención al cliente con Inteligencia Artificial o el uso de la realidad virtual y la realidad aumentada para la visualización de productos.

Marketplaces como Miravia trabajan en mejorar la experiencia de compra del usuario a través del uso de estas nuevas tecnologías. Miravia, por ejemplo, ha integrado en su aplicación diversas tecnologías disruptivas a través de la Inteligencia Artificial, herramientas como la prueba online basada en Realidad

Virtual para moda y belleza.

El 85% los consumidores españoles perciben el uso de estas tecnologías en su experiencia de compra de manera positiva. Concretamente, los consumidores consideran que la personalización es la tecnología que más útil: un 41% encuentra muy útil que las búsquedas optimizadas con resultados basados en sus intereses y un 38% que la página de inicio ya incluya recomendaciones adaptadas a sus gustos personales. La aplicación de Miravia responde a esta creciente necesidad de personalización con una sección específica llamada Explora, un lugar donde los consumidores pueden descubrir recomendaciones de productos, estar al día de las tendencias y encontrar inspiración mientras navegan en un formato de plataforma social.

Preguntados por qué valor aportan estas tecnologías a su experiencia de compra, los españoles consideran que les ayudan a obtener mejores resultados en sus búsquedas (40%), una experiencia de compra más cómoda (38%), una mejora en las recomendaciones de producto (31%) y del servicio postventa (26%).

Black Friday, una realidad que ya no solo aplica a EE. UU

El famoso "viernes negro" es un día de ofertas que hasta hace relativamente poco solo ocurría en Estados Unidos, pero a medida que el comercio se globalizaba ha ido calando en el resto de las sociedades de consumo, hasta el punto de convertirse en una de las fechas más señaladas en los calendarios de los consumidores de todo el mundo. Este año, el 98% de los consumidores españoles afirma tener pensado realizar alguna compra en el Black Friday.

El gasto medio para este momento de gran consumo asciende hasta los 236€, lo que supone un incremento respecto al presupuesto mensual del 71%. La tecnología se mantiene como la categoría principal de las ofertas de Black Friday, tal y como afirma el 60% de los jóvenes consumidores españoles que aprovechará para comprar algún producto tecnológico. Le siguen de cerca como las categorías más populares para encontrar descuentos y promociones moda (58%) y cosméticos (38%).

\*Metodología:

Encuesta realizada por Ipsos sobre una muestra representativa de la población española entre 18 y 44 años de más de 1.000 personas. El estudio de campo se realizó entre el 27 de septiembre y el 1 de octubre de 2023.

**Datos de contacto:**

Lucía López / Clara Huertas  
Apple Tree  
91 319 05 15

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Finanzas](#) [Sociedad](#) [Madrid](#) [Consumo](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>