

Online Shopper Trends Report 2024 de DHL eCommerce: el 67% de los compradores priorizan conocer el proveedor de entrega antes de comprar

Los smartphones se están convirtiendo en el escaparate y el dispositivo de compra dominante. Los marketplaces basados en aplicaciones, como Shein y Temu, están ganando popularidad

DHL eCommerce ha publicado el primer resultado de su informe global Online Shopper Trends Report 2024, que ofrece una valiosa visión sobre el comportamiento de los compradores online en todo el mundo. El capítulo inicial destaca las tendencias que configuran el panorama actual del comercio electrónico, basándose en una encuesta realizada a 12.000 consumidores de 24 países.

Los resultados muestran una creciente popularidad del comercio social, con Asia a la cabeza de la tendencia. Alrededor del 57% de los compradores online utilizan su smartphone como dispositivo principal para comprar. Por otro lado, plataformas basadas en aplicaciones como Shein y Temu han ganado una inmensa popularidad en todo el mundo, debido a su amplia oferta de productos a precios asequibles. Además, el 65 % de los compradores mundiales destacan la importancia de conocer el proveedor de entrega antes de comprar.

"Con nuestro Informe sobre Tendencias de Compra Online cubrimos los principales mercados de Europa, América, Oriente Medio y África, así como Asia-Pacífico y China. Por lo tanto, obtenemos información crucial y valiosa sobre el comportamiento de los compradores online en todo el mundo. Al comprender las tendencias emergentes en el panorama del comercio electrónico, como la creciente popularidad de las compras a través de las redes sociales o el impacto de las opciones de entrega en las decisiones de compra, podemos adaptar nuestros servicios para satisfacer las necesidades cambiantes de nuestros clientes. Con estos datos, DHL eCommerce está preparada para adaptar sus servicios y proporcionar soluciones excepcionales, para satisfacer las necesidades cambiantes de nuestros clientes en todo el mundo", afirma Pablo Ciano, CEO de DHL eCommerce.

El poder de las redes sociales y los smartphones en el comercio electrónico

Según el informe, el comercio social se está convirtiendo en la próxima gran novedad del comercio electrónico, que permite a los usuarios comprar productos directamente, a través de redes como Instagram y Facebook. Se espera que las ventas a través de plataformas de medios sociales alcancen los 8,5 billones de dólares estadounidenses en 2030, frente a los 700.000 millones de dólares estadounidenses estimados en 2024. Esto representaría un aumento de aproximadamente doce veces en un periodo de seis años. Asia está a la vanguardia de esta tendencia, con países como China, donde el 53% y Tailandia, donde el 59% de los compradores lo hacen a través de las redes sociales. Con todo ello se produce también un cambio en los dispositivos preferidos para comprar en línea. La mayoría de los compradores en línea prefieren explorar y adquirir productos con sus teléfonos inteligentes: el 57 % utiliza su smartphone como escaparate y dispositivo de compra dominante. Por supuesto, esto también tiene implicaciones para la presentación de los productos y la estructura de las tiendas en línea.

El fenómeno mundial de los mercados basados en aplicaciones ha experimentado un notable aumento de popularidad, con Shein y Temu a la cabeza. Estas plataformas comparten el atractivo cotidiano de ofrecer a los compradores en línea una enorme gama de productos, perfectamente integrados en aplicaciones móviles fáciles de usar. Shein es inmensamente popular entre los compradores de los Emiratos Árabes Unidos, Marruecos y Brasil, mientras que Temu ha ganado una importante tracción entre los compradores de Estados Unidos y los Países Bajos. Sin embargo, en Europa, Zalando sigue siendo el destino preferido para las compras en línea. Salvo en los Países Bajos, los mercados emergentes asiáticos aún no han establecido una posición de liderazgo.

Los servicios de entrega son un factor crítico para el éxito de las compras online

Los compradores online actuales son muy conscientes de los costes, sobre todo cuando buscan opciones de entrega asequibles, flexibles y cómodas. Los altos costes de entrega son un obstáculo importante, ya que el 41% de los compradores abandonan sus compras debido a los elevados gastos de envío y, de hecho, el 65% de los compradores globales destacan la importancia de conocer al proveedor de la entrega antes de comprar. Esto subraya la importancia de la transparencia y la confianza en el proceso de entrega, ya que los clientes quieren conocer al socio logístico responsable de gestionar sus pedidos.

Acerca del Informe de Tendencias de Compra Online de DHL

El Informe de Tendencias de Compra Online 2024 de DHL proporciona información sobre la industria del comercio electrónico internacional, mercados específicos y preferencias de los consumidores. DHL eCommerce encargó el estudio para comprender los hábitos de compra online de los consumidores en todo el mundo. La investigación 2024 se llevó a cabo en 24 países (Austria, República Checa, Francia, Alemania, Italia, Países Bajos, Polonia, España, Suecia, Turquía, Reino Unido, Canadá, EE.UU., Argentina, Brasil, Nigeria, Sudáfrica, Marruecos, EAU, Australia, China, India, Malasia, Tailandia) y contó con 12.000 participantes. Este año, DHL eCommerce ha creado una serie de capítulos que comienzan con las tendencias que configuran el panorama del comercio electrónico. El informe completo se publicará en otoño de 2024.

Datos de contacto:

Noelia Perlacia
Avance Comunicación
915191005

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

Categorías: [Internacional](#) [Nacional](#) [Marketing](#) [Madrid](#) [Logística](#) [E-Commerce](#) [Consumo](#) [Innovación](#) [Tecnológica](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>