

PayPal e-Commerce Index

INMERSIÓN PROFUNDA: España

Europa

Noviembre 2022

© 2022 PayPal Inc. Confidencial y propiedad de la empresa.

Sobre el estudio

PayPal Pty Limited ha elaborado este informe de investigación basándose en un estudio realizado por ACA Research con n = 1017 consumidores y n = 400 empresas. Contiene observaciones generales sobre las tendencias en el comercio electrónico, el comercio en plataformas sociales, los esquemas de "Compra ahora y paga después" (BNPL), así como sobre las criptomonedas, los tókenes no fungibles (NFT) y el metaverso. El estudio no tiene en cuenta los objetivos, la situación ni las necesidades de un particular o empresa en concreto.

La investigación de mercado llevada a cabo por ACA Research consistió en una encuesta en línea de 15 minutos realizada a n=1017 españoles con edades comprendidas entre los 18 y los 75 años. El objetivo de la misma era analizar la adopción, el uso y la percepción en relación con el comercio electrónico, el comercio en plataformas sociales, los esquemas de "Compra ahora y paga después", las criptomonedas, los NFT y el metaverso. Además, ACA Research realizó una encuesta en línea de 10 minutos dirigida a n=406 individuos con poder de decisión en empresas dedicadas al comercio minorista español orientado a consumidores y en empresas que operan de forma total o parcial en Internet. Se analizaron sus actitudes y comportamientos en relación con el comercio electrónico, el comercio en plataformas sociales, los esquemas de "Compra ahora y paga después", las criptomonedas, los NFT y el metaverso. La suma de las cifras podría no ser del 100% debido al redondeo.



MUESTREO DE CONSUMIDORES:

La investigación sobre los consumidores consistió en una muestra de n=1017 españoles con edades comprendidas entre los 18 y los 75 años. La muestra de consumidores se ponderó por edad, género y ubicación para garantizar que era representativa a nivel nacional. La prueba de significación se realizó en un intervalo de confianza del 95%, con un error de muestreo posible del 3,1%.



MUESTREO DE EMPRESAS:

La investigación sobre las empresas consistió en una muestra de n=406 individuos con poder de decisión en empresas españolas. Todas las empresas debían vender parcial o totalmente a los consumidores, y parcialmente o totalmente en línea. Las cuotas se definieron en función de la facturación, la ubicación, y la muestra. La prueba de significación sobre la muestra se realizó en un intervalo de confianza del 95%, con un error de muestreo posible del 4,9%.



METODOLOGÍA:

Encuesta en línea rellenada por el encuestado. La muestra se obtuvo de paneles de investigación de consumidores y empresas, y se ofreció a los participantes un incentivo para que completasen la encuesta.



PLAZOS:

El estudio estuvo operativo desde el 15 de junio al 22 de julio.

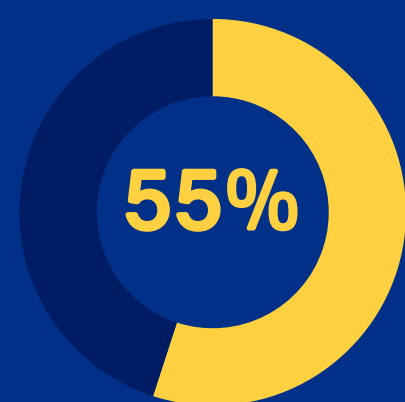


GENERACIONES Y EDADES:

Edades y generaciones a fecha de 2022: generación Z (18 a 25 años); generación Y (26 a 41 años); generación X (42 a 57 años); generación del *baby boom* (58 a 75 años).

Información clave: Consumidores de España

Uso del comercio electrónico



Compran en línea al menos una vez a la semana



153% de aumento para realizar una compra en un sitio web que ofrece PayPal como método de pago, en comparación con uno que no lo ofrece

Transfronterizo



Los consumidores tienden a sentirse más seguros a la hora de comprar a nivel internacional cuando PayPal está disponible (43%)

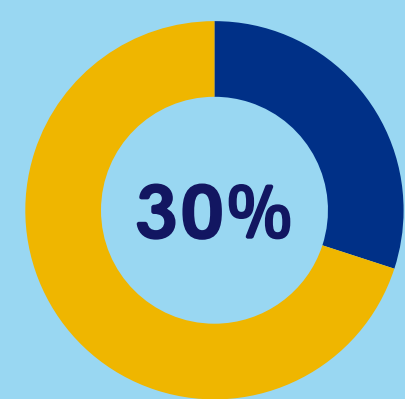


Las principales ventajas de las compras internacionales son el hecho de disponer de mejores precios (51%) y el acceso a artículos que no están disponibles en España (39%)

Comercio en plataformas sociales

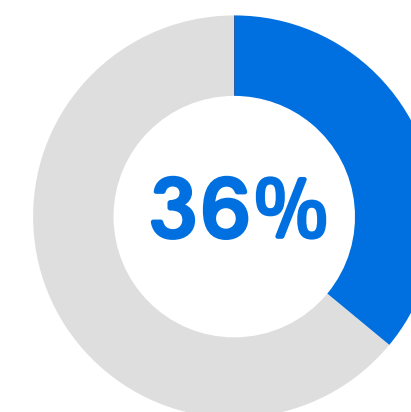


El 37% ha realizado una compra a través de una plataforma social o de streaming en los últimos 6 meses

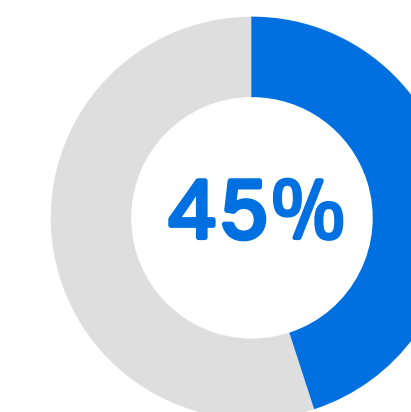


solo compraría a través de una plataforma social si PayPal estuviera disponible

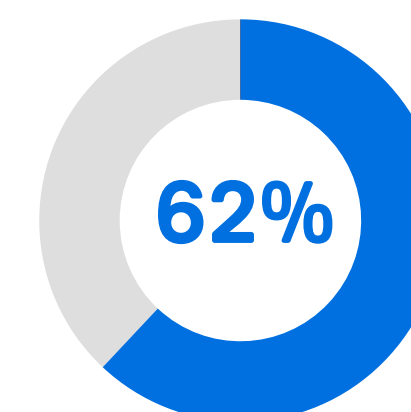
Impulsores y obstáculos para el comercio electrónico



indica que PayPal es su opción de pago en línea más fiable



toma decisiones relativas a las compras en línea basadas en los aspectos éticos de las empresas

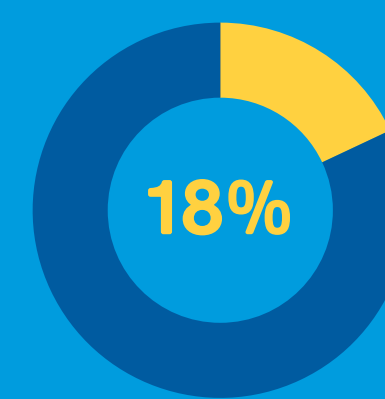


ha abandonado una compra en línea antes del pago



58% se mostraría menos propenso a comprar en un sitio web debido a problemas de seguridad en el momento de la compra

Tendencias tecnológicas



ha participado en un espacio virtual/metaverso, liderado por la generación Y con un 32%



El 14% cree que los espacios virtuales/el metaverso se convertirán en canales importantes para realizar compras

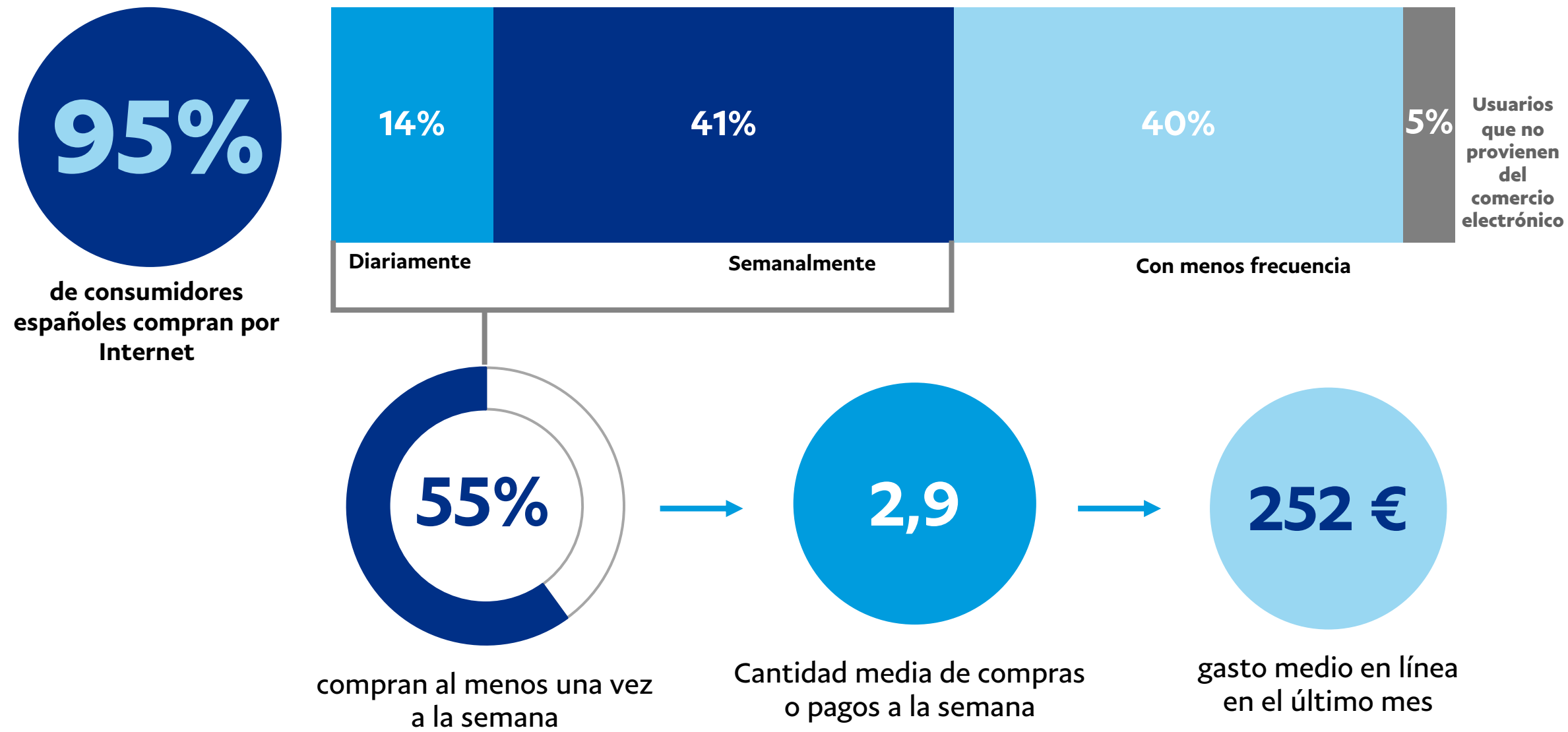


El 26% ha tenido o tiene criptomonedas

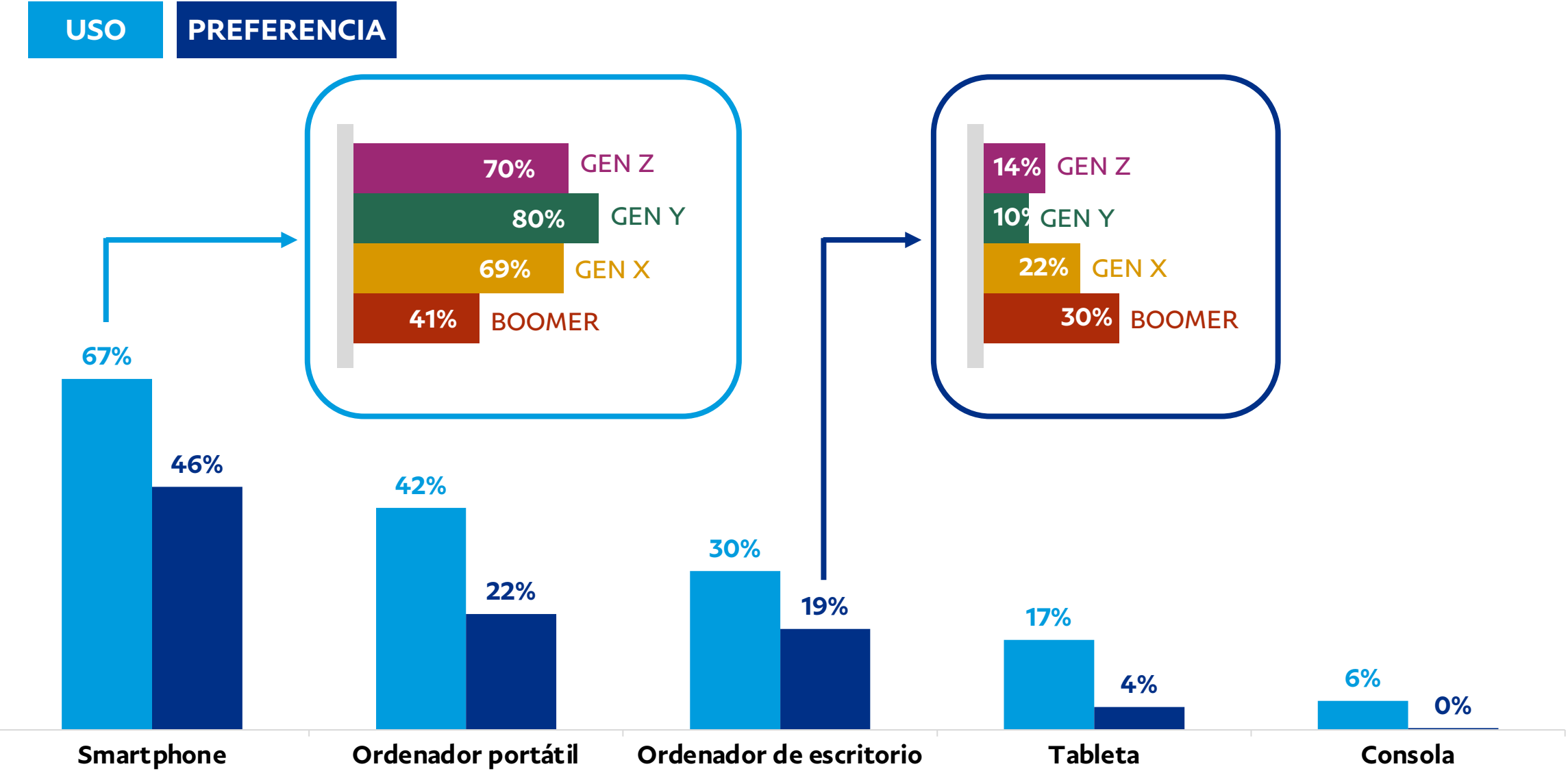
Uso

(Españoles de 18 a 75 años)

Frecuencia de compra en línea

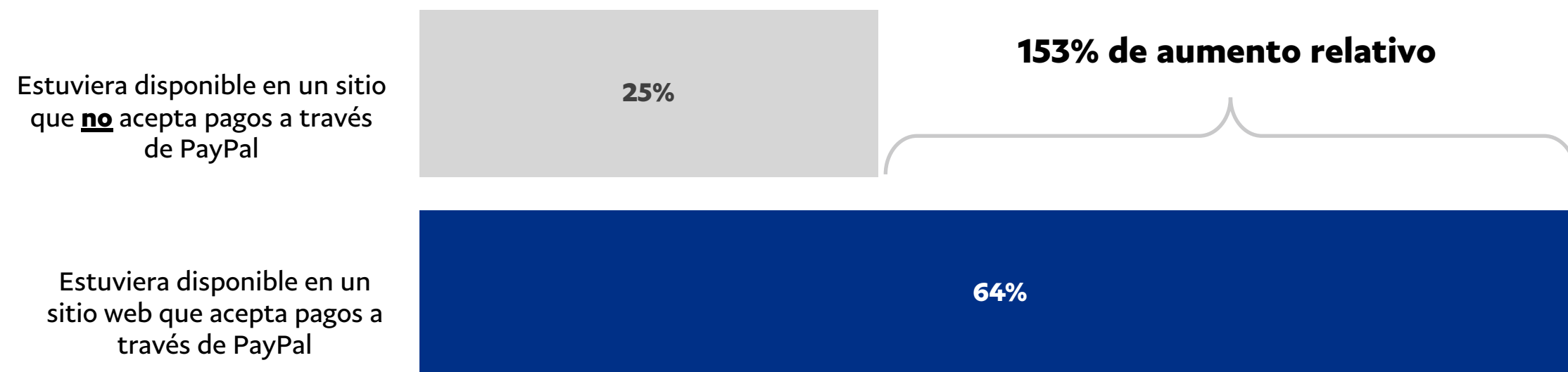


Cinco dispositivos más utilizados para los pagos en línea



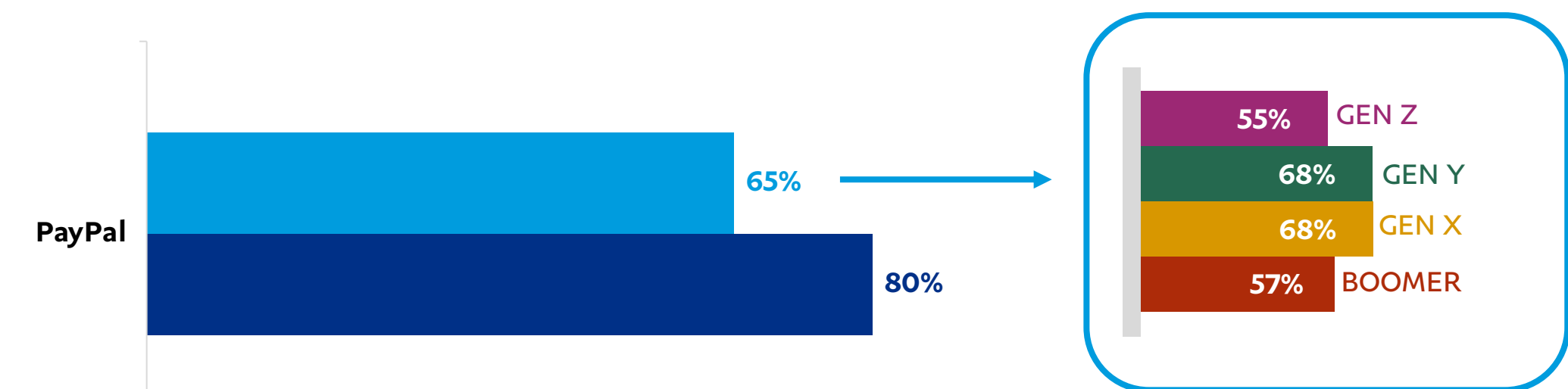
PayPal aumenta la probabilidad de compra

Si encuentra un producto que desea comprar en dos sitios web distintos y se ofrece al mismo precio, ¿qué probabilidad tendría de comprar el producto si...?



Uso de PayPal para pagos en línea

UTILIZADO POR CONSUMIDORES OFRECIDO POR EMPRESAS

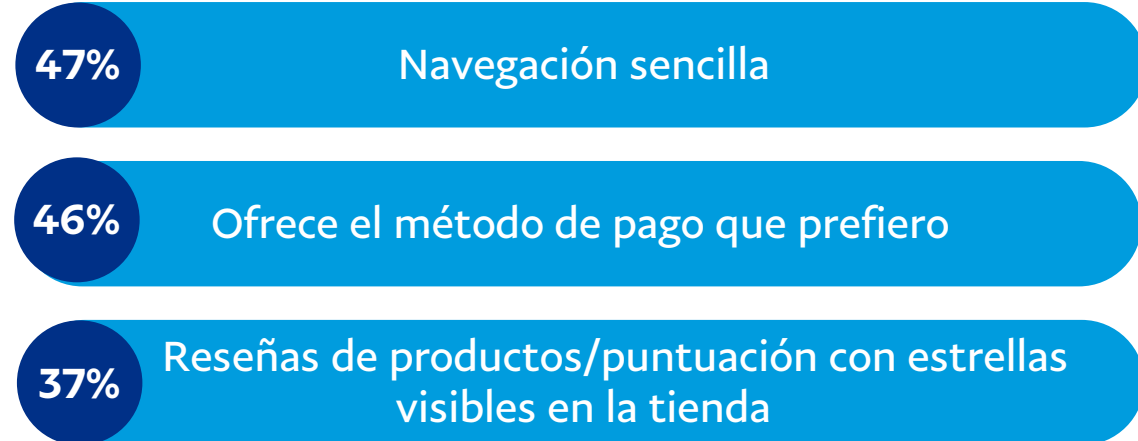


Impulsores y obstáculos

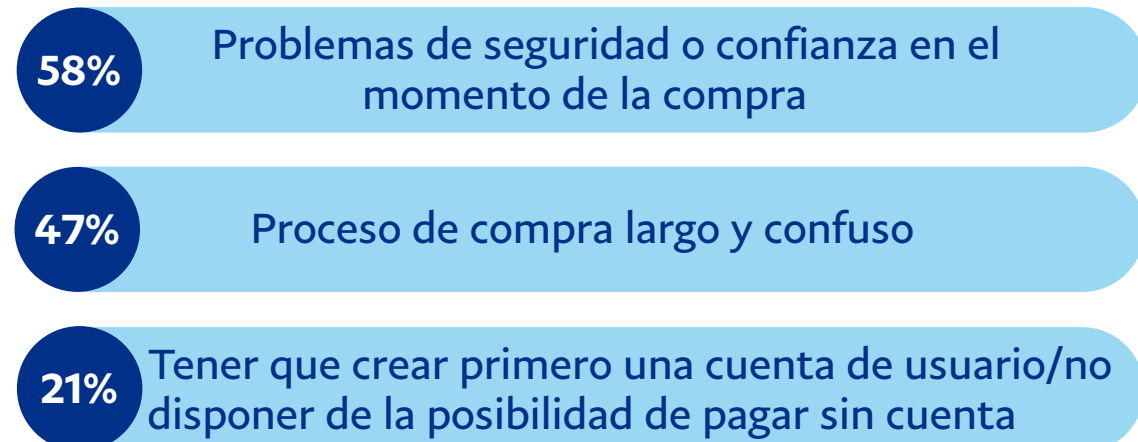
(Españoles de 18 a 75 años)

Impulsores y Obstáculos

Mayor probabilidad de comprar en línea si:

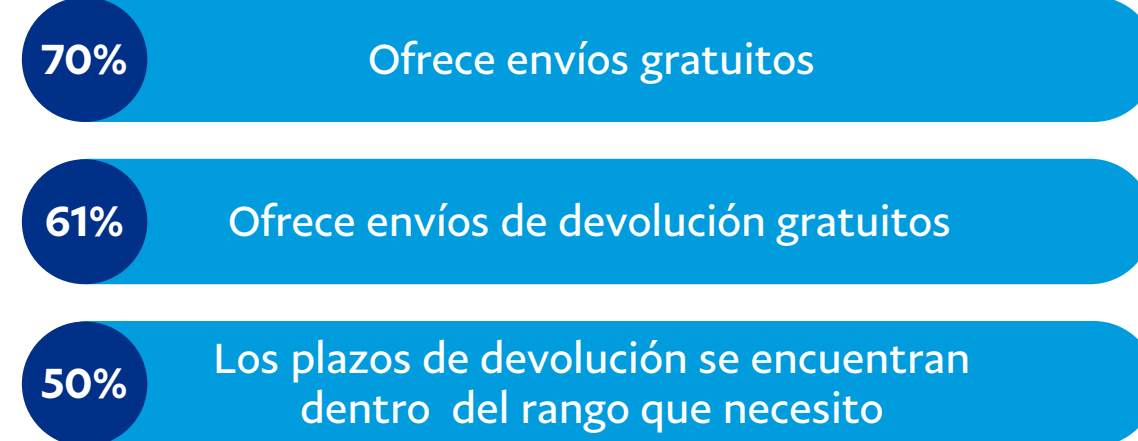


Menor probabilidad de comprar en línea si:

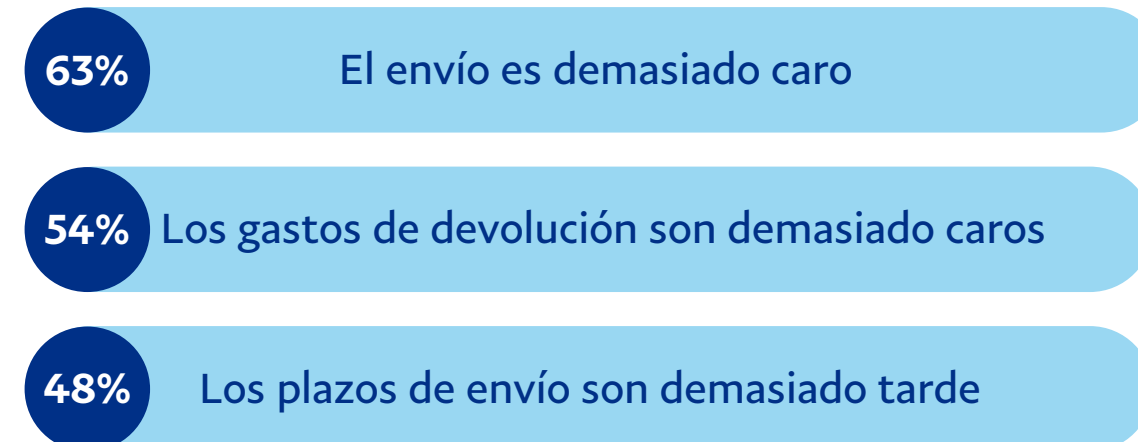


Envíos y devoluciones

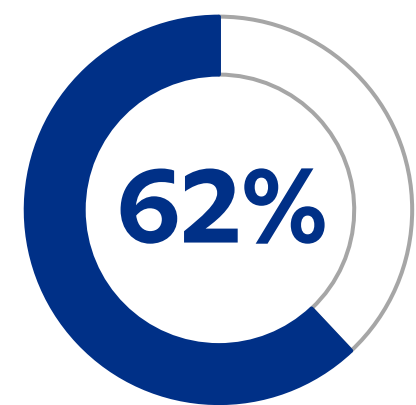
Mayor probabilidad de comprar en línea si:



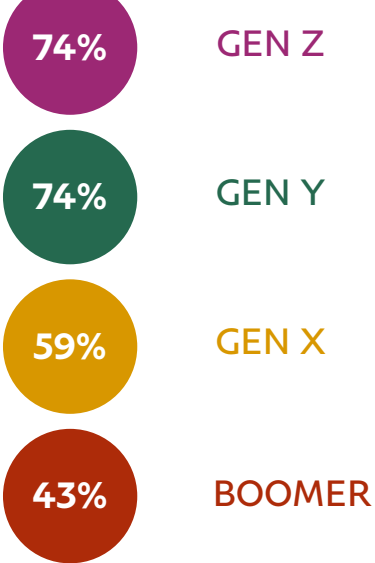
Menor probabilidad de comprar en línea si:



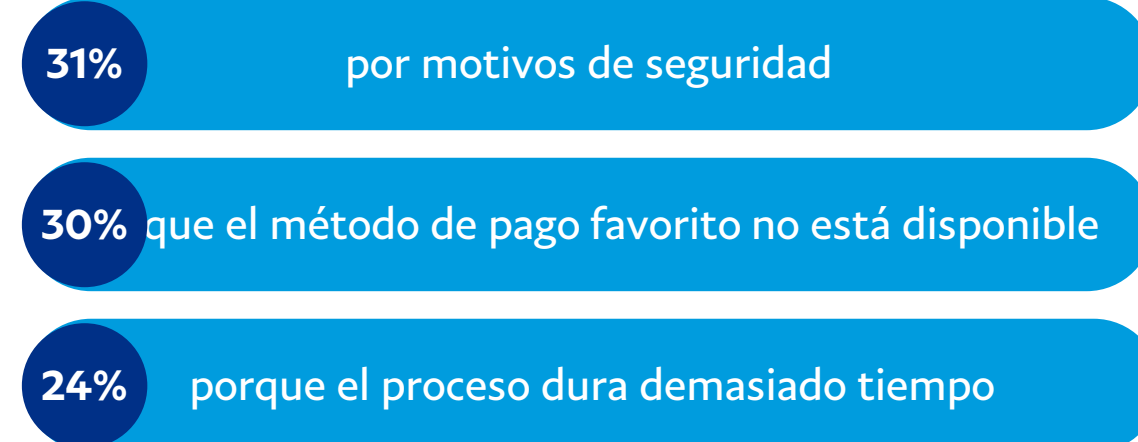
Abandono



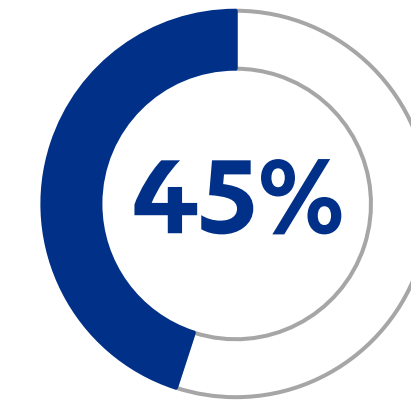
ha abandonado una compra o pago mientras compraba en línea



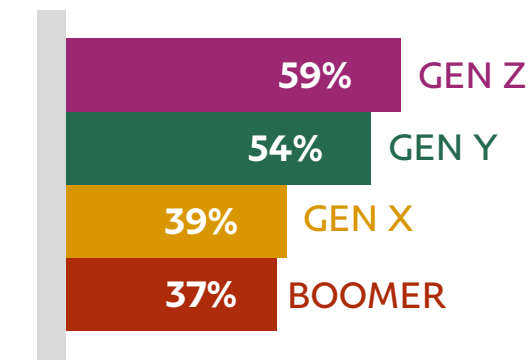
Abandono de una compra o pago...



Ética



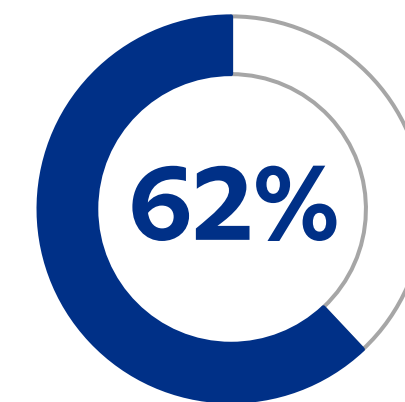
toma decisiones de compra en línea basándose en aspectos éticos de las empresas



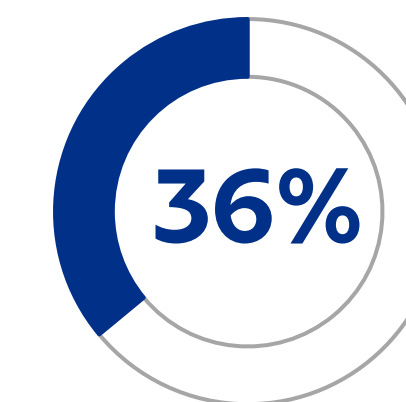
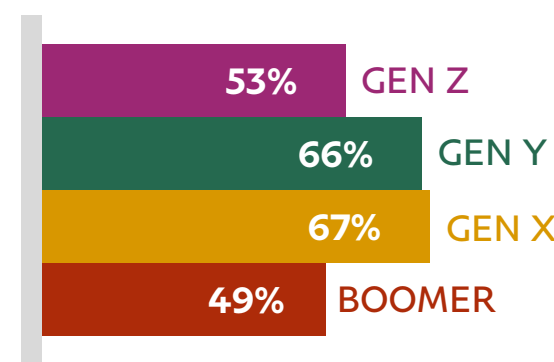
Aspectos éticos en el comercio electrónico



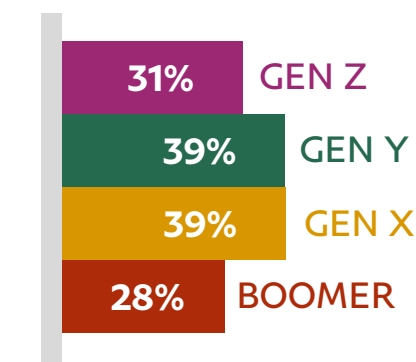
Confianza



confía en PayPal para que su pago sea seguro



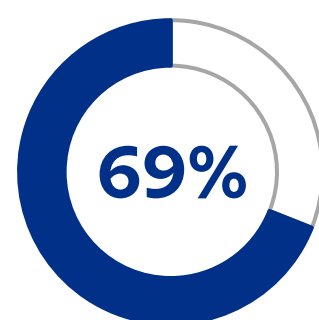
Indica que PayPal es la **opción en la que más confía** cuando compra o realiza transacciones en línea



Comercio en plataformas sociales

Empresas

(que venden en línea)

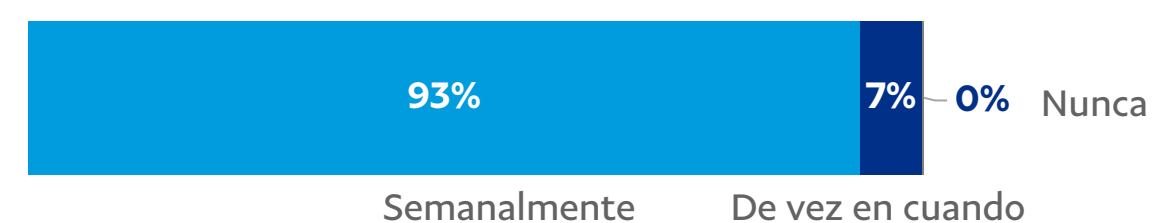


de empresas españolas vende actualmente a través de plataformas de redes sociales



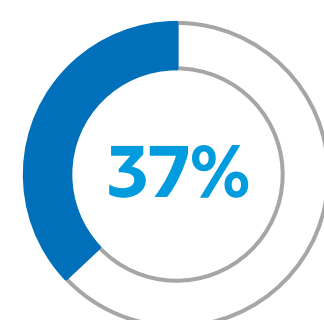
16%
% medio de ventas realizadas a través de las plataformas sociales

Frecuencia de la promoción social



Consumidores

(Españoles de 18 a 75 años)

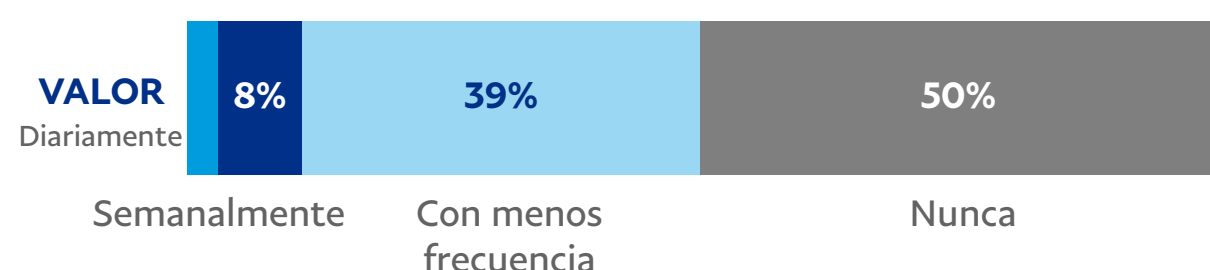


de consumidores españoles ha realizado compras a través de las redes sociales en los últimos 6 meses



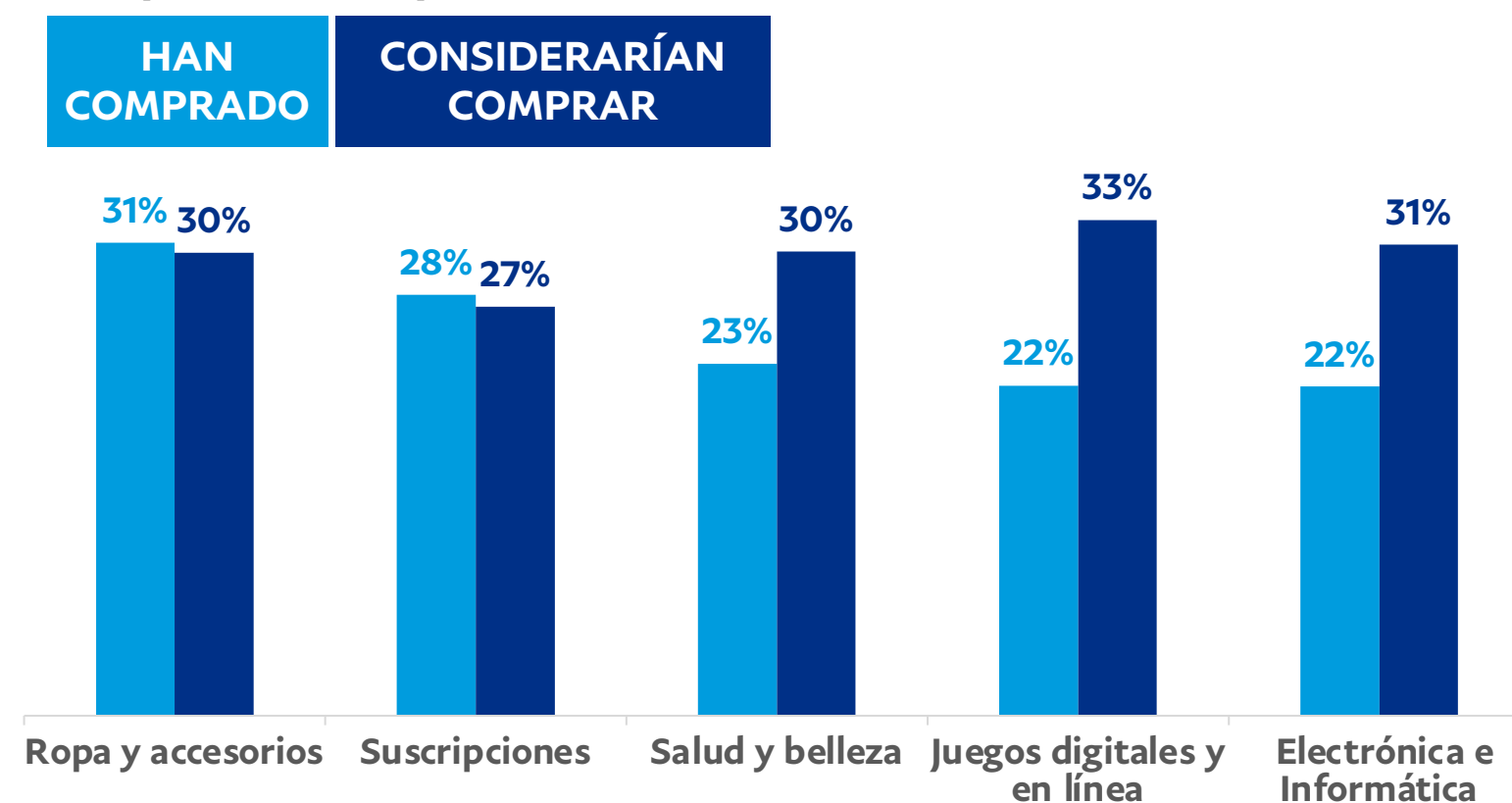
102 €
gasto medio mensual
(Compradores en plataformas sociales)

Frecuencia de compra en plataformas sociales



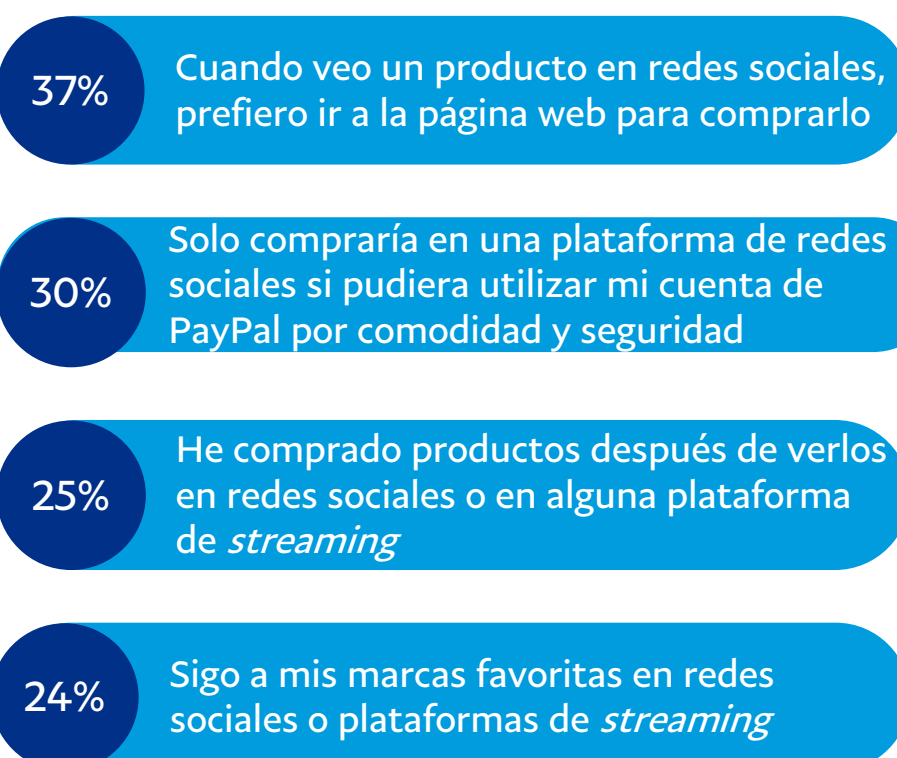
Categorías de compras en plataformas sociales

(Compradores en plataformas sociales)



Motivaciones de compra

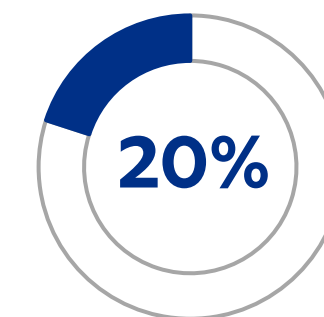
(Españoles de 18 a 75 años)



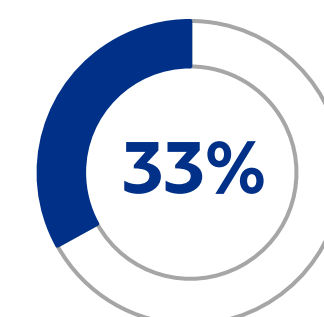
Transfronterizo

Empresas

(que venden en línea)



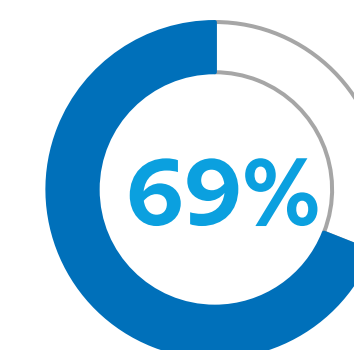
Volumen de negocio que procede de los compradores internacionales



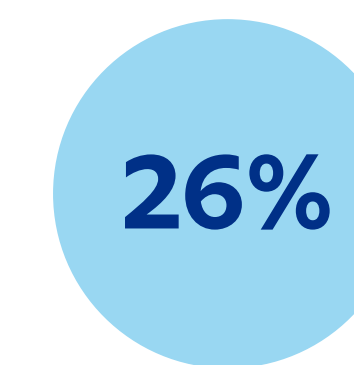
considera que las ventas a clientes internacionales han contribuido al crecimiento del negocio

Consumidores

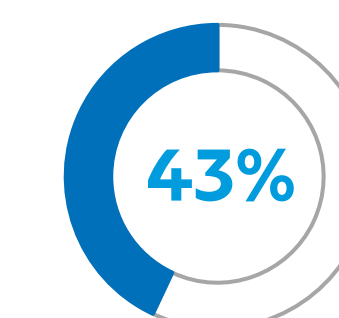
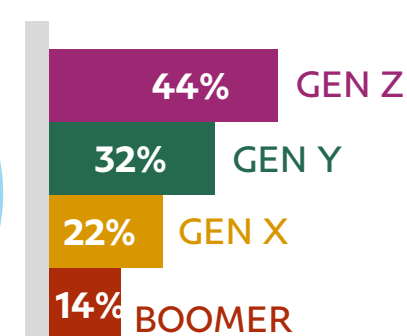
(Españoles de 18 a 75 años)



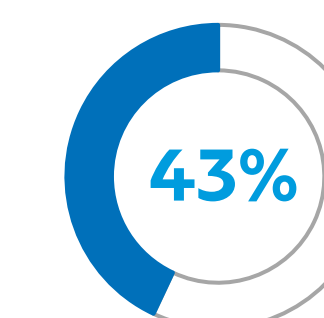
ha comprado a nivel internacional



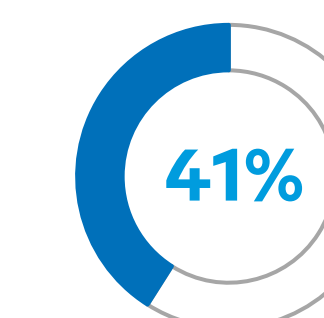
Porcentaje de compras en línea de minoristas internacionales



Cuando PayPal es una opción disponible, me siento con más confianza para comprar en una tienda internacional



Prefiero grandes empresas "globales" cuando compro en otro país distinto al mío



prefiero apoyar a empresas de mi país

Compradores internacionales

Razones para comprar a nivel internacional:



Compradores locales

Razones para comprar a nivel local:



Tendencias tecnológicas

Empresas

(que venden en línea)

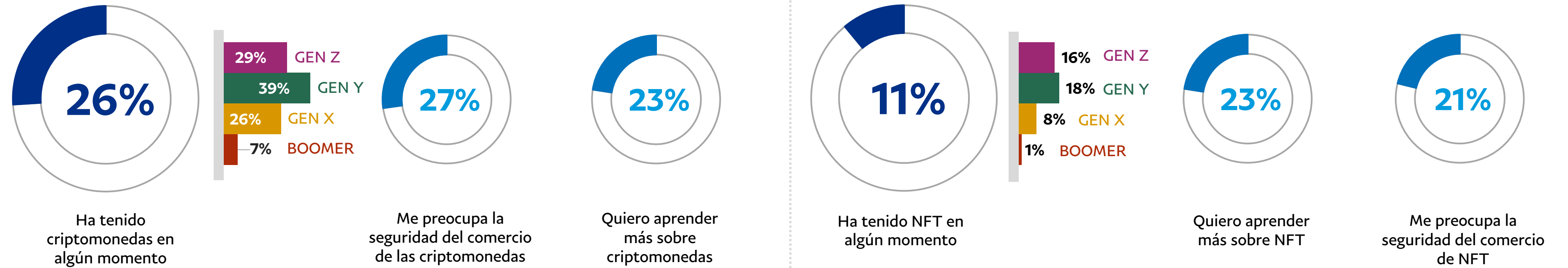
En la actualidad, las empresas están interesadas en:



Consumidores

(Españoles de 18 a 75 años)

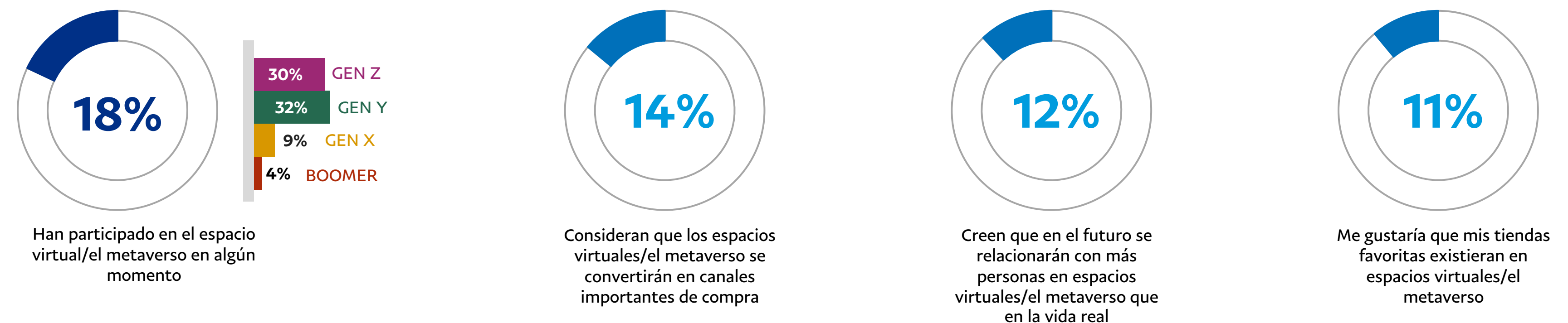
Criptomoneda



NFT

Metaverso / Espacio virtual

(Españoles de 18 a 75 años)



Anexo

Consulte las preguntas que se refieren a cada página, ordenadas en el sentido de las agujas del reloj.

Página 4.

Preguntas relativas a los consumidores

Q2. ¿Con qué frecuencia hace lo siguiente por Internet (a través de un ordenador o dispositivo móvil)?

Q6. En total, ¿cuánto dinero se ha gastado en compras o pagos por Internet en el último mes? Tenga en cuenta aplicaciones de compras, compras en aplicaciones, pagos de facturas o servicios y otras compras en Internet. Si no está seguro, proporcione una estimación.

Q1b. ¿Cuál de estos dispositivos utiliza actualmente para pagar o comprar por Internet?

Q1c. ¿Cuál de estos dispositivos prefiere utilizar para pagar o comprar por Internet?

Q3a. Piense en cuando compra o paga por Internet, ¿cuáles de las siguientes opciones de pago ha utilizado en los últimos 6 meses, si es que ha utilizado alguna?

Q24. Si encuentra un producto que desea comprar en dos sitios web distintos y se ofrecen al mismo precio (incluidos los gastos de envío), ¿con qué probabilidad compraría el producto si lo hiciera?

Preguntas relativas a las empresas

Q3. ¿Cuáles de las siguientes opciones de pago en línea ofrece a sus clientes?

Página 5.

Preguntas relativas a los consumidores

Q9. ¿Cuál de los siguientes aspectos haría que fuese menos probable que realizase una compra por Internet?

Q10. ¿Y cuál de los siguientes aspectos haría que fuese más probable que realizase una compra por Internet?

Q8. ¿Cuál de las siguientes opciones ha hecho alguna vez cuando ha realizado una compra o pago?

Q22. ¿Cuál de las siguientes opciones de pago por Internet le genera más confianza en cuanto a la protección de su pago si algo va mal durante la compra?

Q23. ¿Qué opción de pago es en la que más confía cuando compra o realiza transacciones por Internet?

Página 6.

Preguntas relativas a los consumidores

Q11. ¿A través de cuáles de las siguientes redes sociales o plataformas de *streaming* ha efectuado un pago o una compra en los últimos 6 meses?

Q16. En total, ¿cuánto dinero se ha gastado en todas las compras o pagos que ha realizado a través de redes sociales o plataformas de *streaming* en el último mes? Si no está seguro, proporcione una estimación.

Q15. ¿Con qué frecuencia compra o paga a través de redes sociales o plataformas de *streaming*, si es que lo hace?

Q33. ¿Qué proporción de sus compras en Internet se produce en comercios internacionales (es decir, establecidos fuera de su país)? Si no está seguro, proporcione una estimación.

Q34. Piense concretamente en las compras que realiza por Internet, ¿con cuál de las siguientes afirmaciones está de acuerdo?

Q35. Ha indicado que ha comprado por Internet en páginas web de otros países. Seleccione los principales motivos que le han llevado a comprar en páginas web de otros países y no del país en el que vive

Q36. Ha indicado que no ha comprado por Internet en páginas web de otros países. Seleccione los principales motivos que no le han llevado a comprar en páginas web de otros países

Q14. Piense en comprar a través de redes sociales o plataformas de *streaming* (p. ej., Instagram, etc.), ¿cuál de las siguientes afirmaciones cree que se aplica a su caso?

Q12. Piense específicamente en las redes sociales o plataformas de *streaming* que utiliza personalmente, ¿cuál de las siguientes afirmaciones cree que se aplica a su caso?

Q13. ¿Cuáles de las siguientes categorías de productos ha comprado o compraría directamente a través de sus redes sociales o plataformas de *streaming* (p. ej., Instagram, etc.), si es que hay alguna?

Preguntas relativas a las empresas

Q8. ¿A través de cuáles de las siguientes plataformas de redes sociales vende o venderá en los próximos 6 meses? (p. ej., Facebook, Instagram, Pinterest, Twitch, TikTok)?

Q4. Aproximadamente, ¿qué porcentaje de sus ventas se realiza a través de plataformas de redes sociales?

Q7. Aproximadamente, ¿con qué frecuencia utiliza su empresa cada una de las siguientes plataformas de redes sociales para promocionarse, si es que lo hace (incluidas publicaciones y anuncios de pago)?

Q22: En los últimos 6 meses, aproximadamente, ¿qué porcentaje de sus ventas en Internet procedieron de clientes internacionales? Si no está seguro, proporcione una estimación.

Q23. ¿Cuál de las siguientes afirmaciones se aplica a su empresa con respecto a la venta por Internet a nivel internacional?

Página 7.

Preguntas relativas a los consumidores

Q25. ¿Cuál de las siguientes opciones le describe mejor en lo que respecta a las criptomonedas y los NFT?

Q31. ¿Con cuál de las siguientes afirmaciones sobre criptomonedas está de acuerdo?

Q32. ¿Con cuál de las siguientes afirmaciones sobre NFT y espacios virtuales/el metaverso está de acuerdo?

Q29. Si piensa en los espacios virtuales o en el metaverso, ¿cuál de las siguientes opciones le describe mejor?

Preguntas relativas a las empresas

Q20. Piense concretamente en los espacios virtuales/el metaverso, ¿cuáles de los siguientes son de interés para que su empresa los explore a día de hoy?

