

ASEDAS

# VIII Observatorio del Comercio Electrónico de Alimentación

Resumen de prensa

Junio 2023

ASEDAS 



  
Universidad Autónoma  
de Madrid

# NUESTROS ARQUETIPOS 2024



**OFFLINE**  
**Ofelia**

*Ingresos: 2.900 €*



**MIX**  
**Míkel**

*Ingresos: 3.200 €*



**ONLINE**  
**Ona**

*Ingresos: 3.500 €*

# DEMOGRAFÍA POR PERFIL: ANÁLISIS

  
**OFFLINE**  
Edades avanzadas



**MIXTA**

  
**26-45**  
**ONLINE**

**ESTUDIANTES**

NIVEL EDUCATIVO Y ECONÓMICO INFLUYE EN EL CANAL ONLINE

**13,9%**  
FP DE GRADO SUPERIOR

UNIVERSITARIOS  
**67%**

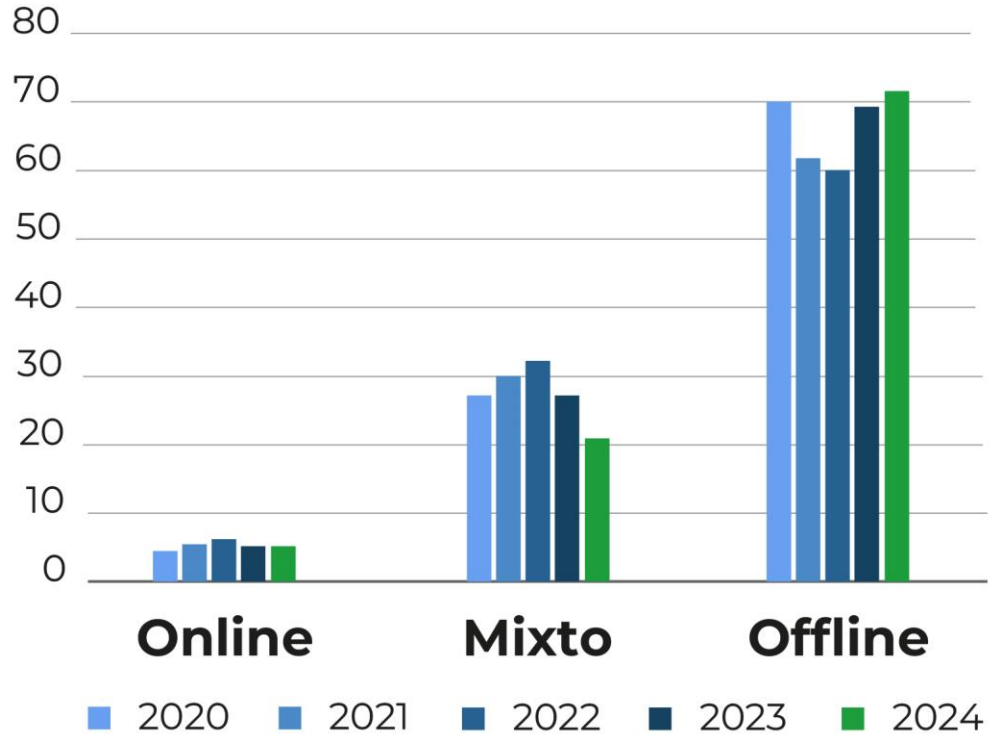


**FAMILIAS  
NUMEROSAS**  
AHORROS EN LA COMPRA MIXTA

**MAYOR  
RENTA**  
CANAL ONLINE



# REGRESO A LA TIENDA



## MIXTOS

↓ 5 Puntos Compra online    ↑ 5 Puntos Compra física

Los mixtos vuelven a la tienda en los mismos puntos porcentuales.

# 21%

Que ha hecho la compra online alguna vez ha dejado de hacerlo o dejará de hacerlo pronto.

ABANDONA

# 34%

PRECIOS

MENOS CÓMODO

# 35%

# ESTRATEGIAS DE AHORRO (I)

## CONVENIENCIA VS ECONOMÍA

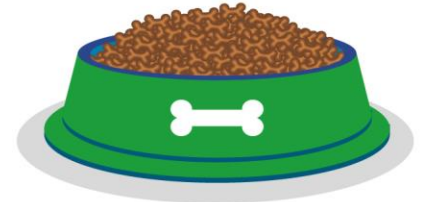
81%

Cree que los precios en 2023 han seguido aumentando. Algunos incluso más que en 2022.

VIII Observatorio del Comercio Electrónico de Alimentación

FIDELIDAD

66%



ALIMENTACIÓN PARA MASCOTAS

BÚSQUEDA DE PRODUCTOS SUSTITUTIVOS



19%

CARNE

DESCENSO DEL CONSUMO

30%



PESCADO

ASEDAS



UAM  
Universidad Autónoma de Madrid

# ESTRATEGIAS DE AHORRO (II)

## CAMBIO DE CANAL

En los productos frescos y congelados se observa un retroceso general de la compra online.

NUNCA COMPRA PRODUCTOS FRESCOS

49%

43%

NUNCA COMPRA CONGELADOS

## CAMBIO DE MARCA



Perfumería



Alimentación envasada



Droguería

## EXPERIENCIA DE CONSUMO



Refrescos



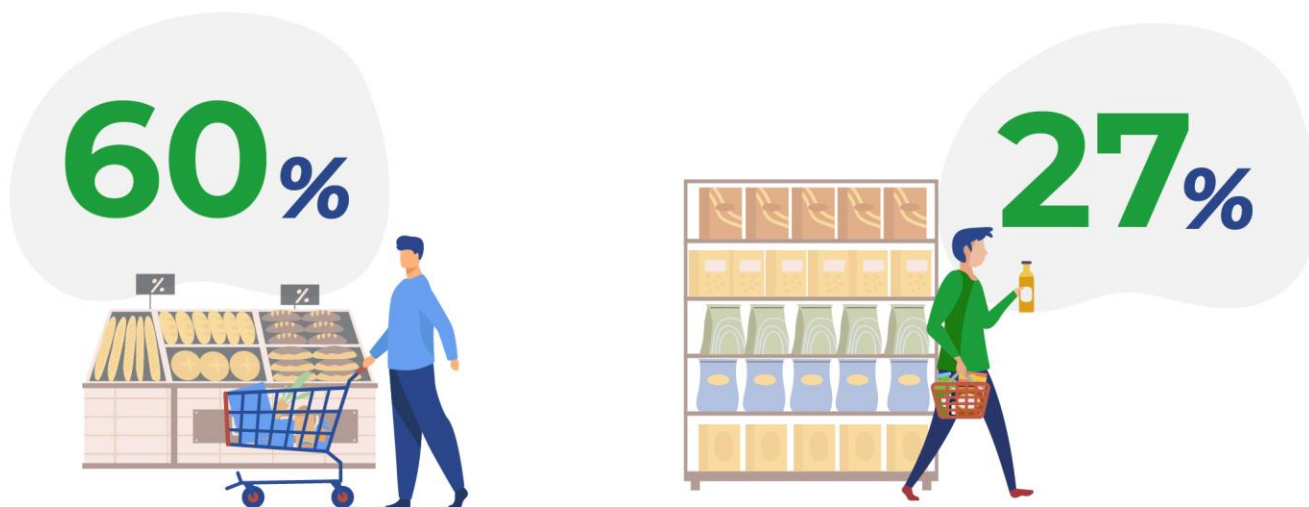
Bebidas alcohólicas



Café, té...

# ESTRATEGIAS DE AHORRO (III)

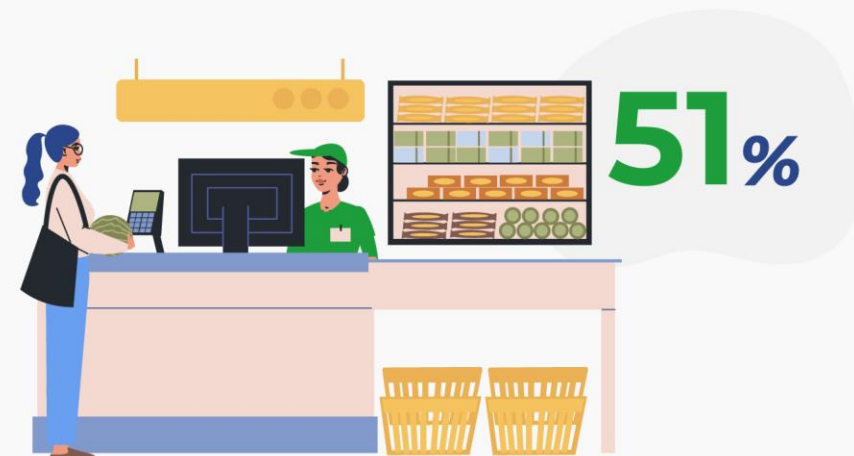
## CAMBIO DE SUPERMERCADO



Compra en varios supermercados.  
Antes todo en el mismo.

Ha cambiado  
de supermercado.

## LEALTAD DE SUPERMERCADO



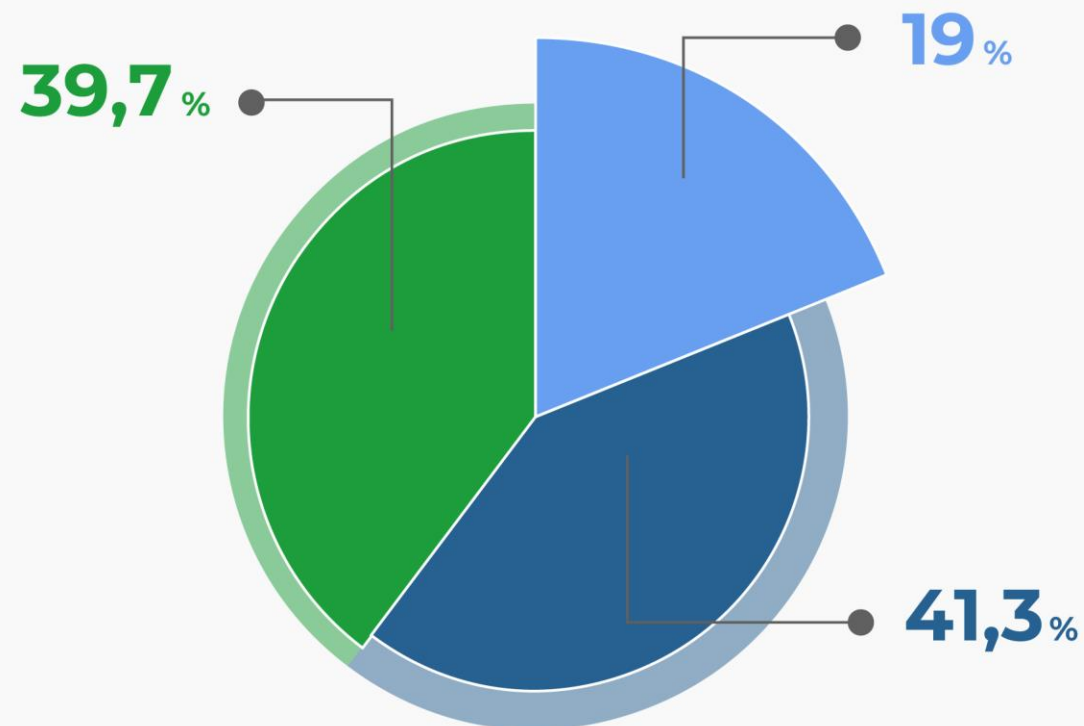
Mantiene el mismo supermercado por precio,  
cercanía, surtido, calidad y confianza.

# ESTRATEGIAS DE AHORRO (IV)

¿HAN CONSEGUIDO AHORRAR  
LOS CONSUMIDORES?



- No han logrado ahorro
- Sí han logrado ahorro
- No están seguros de ello





# CATEGORÍAS ONLINE: LA ALIMENTACIÓN ES DIFERENTE

## CATEGORÍAS ONLINE

COMPRAN CON FRECUENCIA  
/ ALGUNAS VECES



Viajes



Electrodomésticos



Moda



Comida  
Preparada

# 60%

NO UTILIZA EL  
CANAL ONLINE



Alimentación



Limpieza



Higiene personal

# EL GASTO EN LA CESTA DE LA COMPRA (VS 2023)

 **14,8%**  
FRECUENCIA DE COMPRA

OFFLINERS  
**65 VECES**  
AL AÑO  
HACEN LA COMPRA

 **15,9%**  
GASTO POR CARRO



**GASTO TOTAL**  
Vuelve a descender



**25% MIXTOS**  
TIENDA FÍSICA  
**39% ONLINERS**



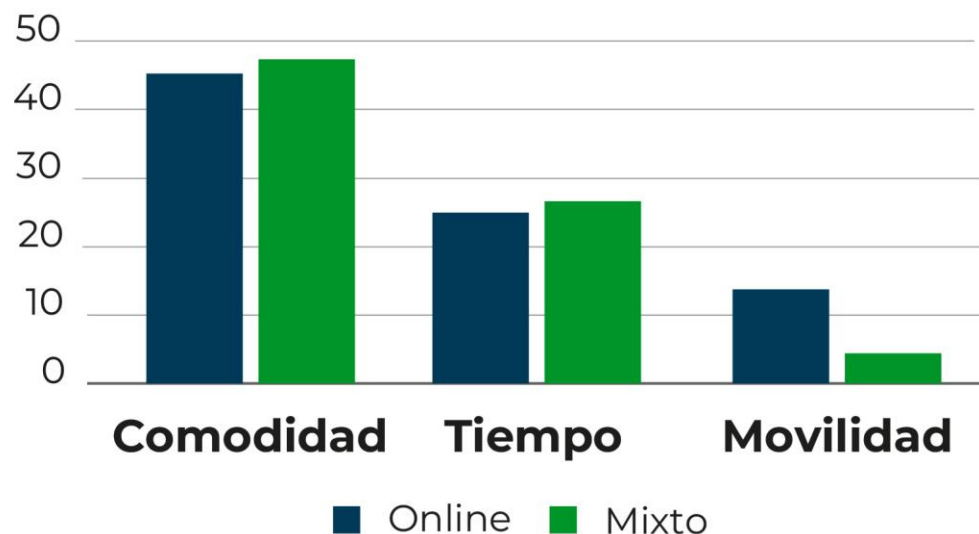
 **13,9%**

Renta destinada a compra de productos de alimentación y gran consumo

*\*Medias ponderadas*

# POR QUÉ ADOPTAR LA COMPRA ONLINE

## MOTIVOS COMPRA ONLINE



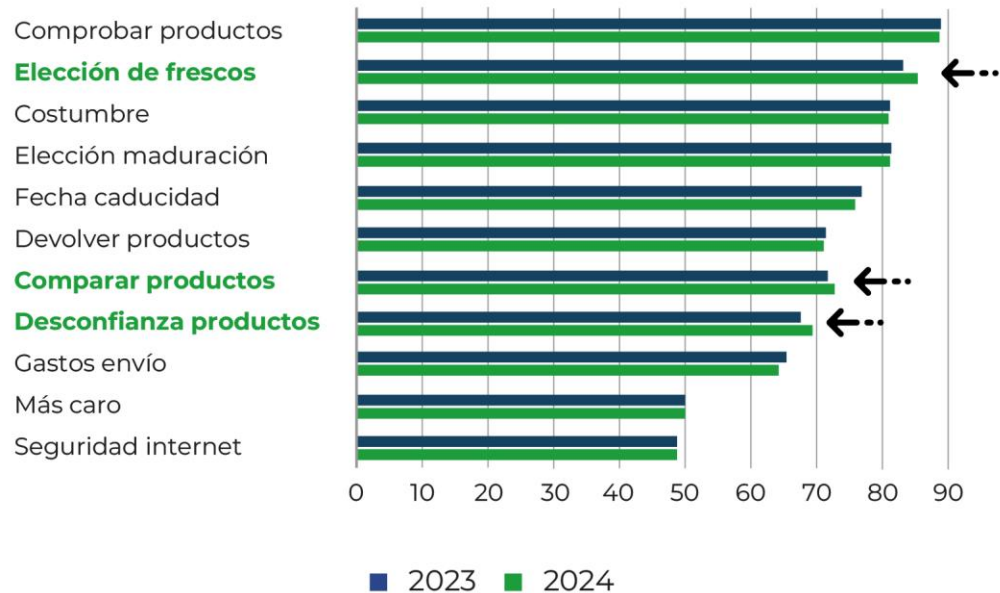
## DÓNDE HACER LA COMPRA ONLINE

### Páginas webs de los supermercados

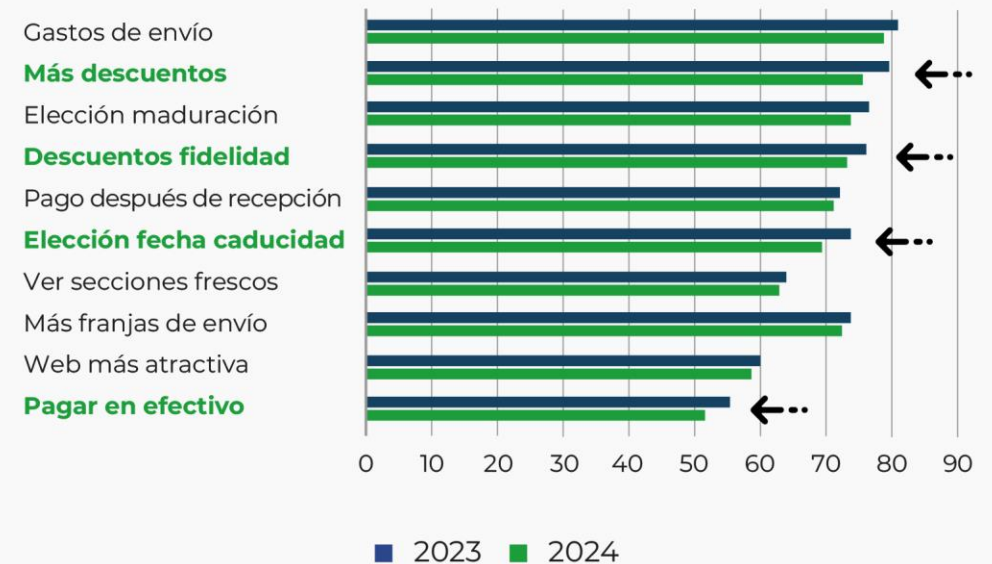


# POR QUÉ ADOPTAR LA COMPRA ONLINE

## MOTIVOS PARA COMPRAR EN LA TIENDA FÍSICA



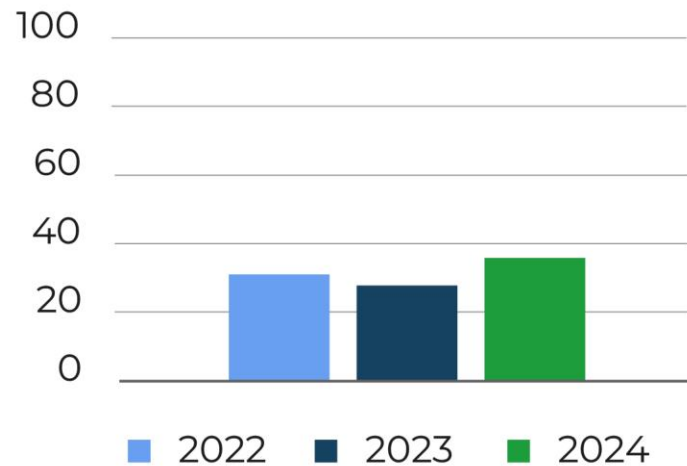
## MOTIVOS PARA COMPRAR ONLINE



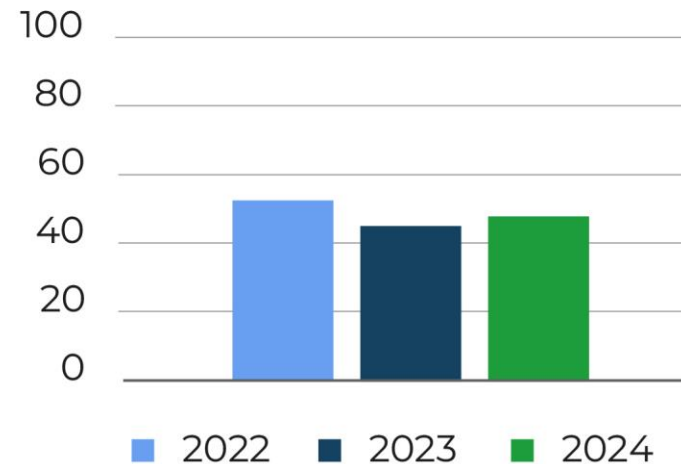
# CONCIENCIA MEDIOAMBIENTAL

## PERCEPCIONES GENERALES SOBRE LA COMPRA ONLINE: EVOLUCIÓN

La compra online incrementa los problemas de tráfico en la zona



La compra online genera más residuos y contaminación (por el transporte, etiquetado, etc)



# CONCLUSIONES



**LA COMPRA ONLINE DE FMCGs CAE 5 PUNTOS**



**MOVIMIENTOS EN LOS HÁBITOS DE CONSUMO**



**LOS FRESCOS PIERDEN PRESENCIA EN EL CANAL ONLINE**



**DESCENSO % DE LA RENTA DE LOS HOGARES DEDICADA A FMCGs**



**LA COMIDA PARA MASCOTAS, SE MANTIENE EN LA COMPRA ELECTRÓNICA**



**ESTRATEGIAS DE AHORRO: MÁS FRECUENCIA Y MENOS GASTO DE FMCGs**



**TRASVASE HACIA LA COMIDA FUERA DEL HOGAR**



**INCREMENTO MODERADO DE LA CONCIENCIA MEDIOAMBIENTAL**

*La red española de distribución de alimentación permite que el consumidor tenga capacidad de elección en tiendas, canales y surtidos*

ASEDAS

# VIII Observatorio del Comercio Electrónico de Alimentación

ASEDAS 



**UAM**  
Universidad Autónoma  
de Madrid