

Pulso Digital Adevinta 2020-2021

Informe sobre la evolución y las tendencias del consumo digital

El 45% de los españoles ya vende artículos por internet

- El informe Pulso Digital de Adevinta, empresa propietaria de Milanuncios, que analiza la evolución y las tendencias en los hábitos de consumo, señala que 3 de cada 10 españoles obtuvieron más de 50 € al mes en la venta de objetos a través de Internet

La COVID-19 ha tenido un gran impacto en los hábitos de vida y formas de consumo de los españoles. Tanto es así, que **tres de cada diez españoles (28%) afirma que sus ingresos aumentaron más de 50€** al mes gracias al incremento de las ventas de objetos por Internet, siete puntos por encima del periodo pre-COVID. Además, a pesar de que el número de personas que venden productos y servicios online se mantuvo a niveles muy similares a los del periodo pre-COVID, **casi la mitad de los españoles (45 %) afirman vender ya por internet**. Así lo revela la **primera edición de [Pulso Digital de Adevinta, Informe sobre la evolución y tendencias en los hábitos de consumo](#)**, llevado a cabo por Adevinta Spain, empresa propietaria de marketplaces como Milanuncios, que analiza cómo la COVID-19 ha influido en la economía digital en España e identifica las principales tendencias para 2021.

El informe, que ha contado con la colaboración de [Milanuncios](#) como parte integrante de Adevinta, junto a los portales Fotocasa, habitacalia, InfoJobs, coches.net y motos.net, refleja las nuevas tendencias que han marcado los hábitos de vida de los españoles durante las diferentes etapas de 2020.

Artículos para el hogar y tecnología protagonizan la compra online

Según datos de Milanuncios, publicados en el informe, entre los productos que mayor interés despertaron a raíz de la pandemia, destacan la compra de **artículos para el hogar y tecnología**. Una tendencia que se refleja en datos como el aumento de un 68% en las búsquedas de electrodomésticos de cocina (como robots de cocina o batidoras) tras el inicio de la primera desescalada, una corriente que se ha mantenido hasta finales de año.

Asimismo, el **teletrabajo ha potenciado la búsqueda de mobiliario de oficina**. Según datos de Milanuncios, durante la segunda mitad de 2020, las búsquedas de sillas de oficina crecieron un 204 % en comparación con el mismo periodo de 2019; y, en

septiembre, tras las vacaciones de verano, se detectó un aumento del interés por los escritorios: las búsquedas subieron un 188 % en relación al periodo pre-COVID.

En cuanto a la tecnología, **el teletrabajo también disparó las búsquedas de ordenadores en pleno confinamiento** que, durante el mes de abril, crecieron un 56 % en comparación con los meses previos a la COVID-19. Por otro lado, el interés por las videoconsolas y los videojuegos también aumentó durante el confinamiento: en abril, las búsquedas subieron un 173 % en comparación con los meses de enero y febrero.

El nuevo consumidor digital: cómo compra y qué le mueve

El informe *Pulso Digital de Adevinta*, además concluye que **uno de cada tres españoles ya realizan compras a través de internet cada semana**, lo que supone un incremento de más de 10 puntos con respecto a la situación pre-pandemia. Junto a esta tendencia, se ha detectado que el 62 % de los españoles investigan y compran por internet, lo que representa 19 puntos más que antes de la COVID-19. Por su parte, el “ir de tiendas” ha experimentado un fuerte descenso y se ha reducido a la mitad y ya son **dos de cada tres los españoles que, desde el estallido de la COVID-19, prefieren no pisar las tiendas tradicionales ni para investigar ni para comprar**.

Además, casi un **40 % de los ciudadanos declara que comprará más en 2021 a través del comercio online**. Por su parte, más de la mitad de la población optará por una compra híbrida este año, que combine tiendas físicas y comercio online.

En cuanto al gasto, casi una cuarta parte de la población asegura que tiene previsión de gastar más en compras online en 2021. Concretamente, prevé hacerlo en estos cinco sectores: tecnología, moda, viajes, alimentación y artículos del hogar. En este sentido, los sectores que más se verán afectados por la decisión de los consumidores de no volver a comprar en las tiendas físicas serán los viajes, la tecnología y la comida a domicilio (delivery).

Por otro lado, en 2021 **el precio seguirá siendo un factor determinante en la compra online** para el 85 % de los españoles.

“La crisis producida por la COVID-19 ha cambiado nuestra vida a todos los niveles, obligando a muchos españoles a modificar incluso sus hábitos de consumo durante este 2020” afirma Magalí Rey, Directora de Marketing de Milanuncios, “En cualquier caso, los españoles siguen encontrando en el mercado de segunda mano una alternativa que, además de permitirles ahorrar cierta cantidad de dinero, aún más en una situación como la que nos encontramos este año, nos impulsa a avanzar hacia un consumo cada vez más responsable y sostenible”.

A photograph showing the lower halves of two people. The person on the left is wearing a brown jacket over a white lace top and blue jeans, holding a white smartphone. The person on the right is wearing a dark blue polka-dot dress and holding a silver smartphone. The background is a plain, light-colored wall.

milanuncios

—
Nota de prensa

Para descargar el informe completo *Pulso Digital de Adevinta* , clicar [aquí](#).

PARA MÁS INFORMACIÓN

Sala de prensa

prensa.milanuncios@adevinta.com

<https://milanuncios.com/prensa>