

## Psicología del consumo. La respuesta a la gran duda: ¿nos precipitamos cuando compramos online?

Elvira Llopart, La Vanguardia, 27/02/2018

Los hábitos de compra de los españoles se han transformado a raíz del auge de la compra online. Servicios como CityPaq reducen al mínimo posible el tiempo de espera de recepción de un producto. Podemos comprar en cualquier momento y desde cualquier lugar... **la acción de compra ha dejado de ser impulsiva para pasar a ser mucho más planificada.** Fruto de esta transformación ha surgido un nuevo perfil de consumidor más tecnológico, exigente y organizado que se lo piensa en dos (y hasta en tres) ocasiones antes de lanzarse a la acción.

Y de todas las compras, un 40% se realizan ya a través de un smartphone.

Gracias a Correos podemos recoger cualquier compra online en el momento y el lugar que mejor nos venga. Son más de 3.000 dispositivos repartidos por todo el país, muchos de ellos disponibles las 24 horas.

El 68% de los usuarios considera que el plazo debe ser inferior a 5 días.

... este sistema proporciona tranquilidad porque te mantiene informado en cada momento de en qué punto de la ruta se encuentra el paquete... el nuevo consumidor no se precipita cuando compra online porque, según Montes, con un smartphone en la mano puede adquirir cualquier producto desde el tren, la sala de espera de un médico o el sofá de casa. Actúa de forma menos impulsiva que antes, pero, **no por ello, compra menos.**