

Kippel⁰¹

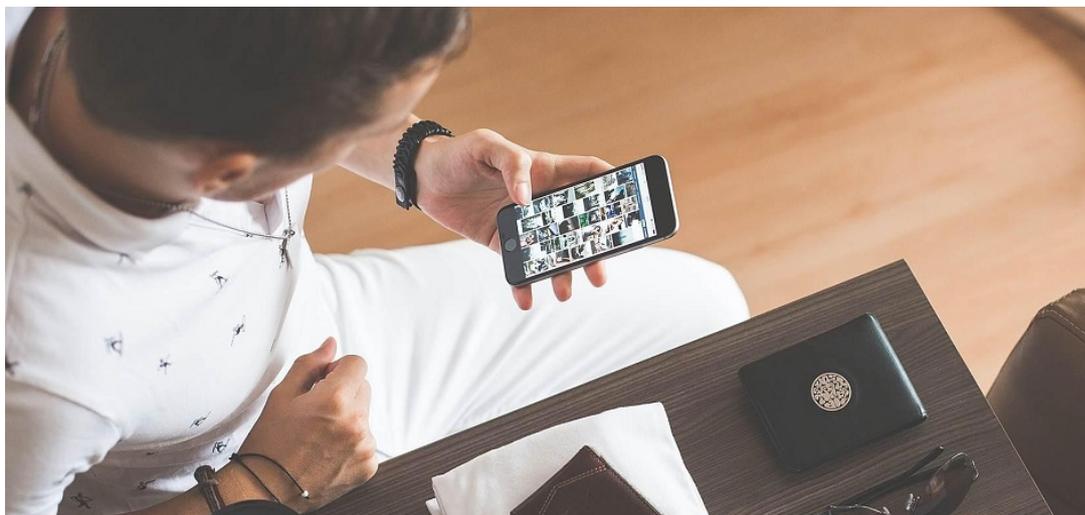
ENTORNO

El ecommerce se estanca en España: sólo un 38,7% de internautas compra online

En el segundo semestre de 2016, un 38,7% de los usuarios de Internet realizaron, al menos, una compra en la Red, frente al 38% de internautas que compraron en alguna plataforma de ecommerce en el mismo periodo de 2015.

20 JUN 2017 — 05:00

POR A. PIJUÁN



Lejos quedan los tiempos en el que comprar por Internet era fuente de desconfianza en España. Dedicar cinco minutos a entrar en la Red, elegir el producto, seleccionar el método de pago y finalizar la operación es una de las acciones que, por lo menos, cuatro de cada diez internautas realizó en el último semestre de 2016. En total, un 38,7% de los usuarios de Internet confió en las plataformas de ecommerce para realizar un pedido, según los datos del último *Panel de Hogares* de la **Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (Cnmc)**.

Esta tasa, no obstante, sitúa a España lejos de sus vecinos europeos. A modo de ejemplo, el porcentaje de usuarios que realizaron una compra online en Reino Unido o Suecia ascendía al 71% a finales de 2016, según datos de **DPD Group**. A corta distancia les seguían Alemania y Francia, con cuotas del 64% y el 53%, respectivamente.

El hábito de comprar online en España no sólo mantiene una clara distancia con sus vecinos

1/2

<https://www.kippel01.com/entorno/el-ecommerce-se-estanca-en-espana-solo-un-387-de-internautas-compra-online.html>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Ripley Gestora de Contenidos, SL, sociedad editora de Kippel01.com (www.kippel01.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Kippel⁰¹

ENTORNO

..... europeos, sino que además permanece relativamente estable en relación a los datos del año anterior. Según el último informe de la **Cnmc**, el 36,8% de los internautas realizaron alguna compra en el primer semestre de 2015; una tasa que ascendió al 38% en los últimos seis meses de ese mismo año y que continuó creciendo hasta un 42% en el primer semestre de 2016.

¿Cómo compraron los internautas españoles? ¿Acudieron a las tiendas para recoger sus pedidos? ¿Optaron por recogerlos en casa? Del estudio de la **Cnmc** se desprende que la gran mayoría de los compradores online (81,9%) optaron por la fórmula de recibir el pedido en sus domicilios, mientras que cada vez menos internautas se desplazaron hasta las tiendas para recoger allí sus pedidos (5,1%). Por otra parte, el 14,3% de estos usuarios solicitaron la recogida en su propio lugar de trabajo, una decisión que vinculada a que sólo el 24,6% de los compradores online pudieron escoger el horario de entrega de sus pedidos.

Si bien la tasa de compradores online se mantuvo relativamente estable en relación al primer semestre de 2015, el cambio sustancial se reflejó en el número de compras online que realizaron estos mismos compradores. Aunque el porcentaje de usuarios que realizó entre una y cinco compras disminuyó, pasando de representar un 27,2% en 2015 a un 24,8% en la segunda mitad de 2016; la tasa de internautas que compró entre seis y diez veces pasó del 5% al 8,9%.

Lo mismo ocurrió con los consumidores que efectuaron más de diez compras online en los últimos seis meses de 2016, que pasaron de representar un 4% en el primer semestre de 2015 a un 5% en el mismo periodo del año pasado.

Las devoluciones, al alza

La confianza de los consumidores en las plataformas de ecommerce, una mayor facilidad en las políticas de devoluciones online y el auge de las políticas de omnicanalidad de los retailers, propició que el consumidor estuviera dispuesto a correr más riesgos a la hora de comprar. Esto provocó, a su vez, que el número de devoluciones online se elevara hasta un 14,1% en el último semestre de 2016, tras oscilar en los últimos tres semestres entre un 9% y un 12%.

Correos, el 'partner' del ecommerce en España

En un momento en el que empresas como **Paack**, **Stuart** o **Shargo** luchan por hacerse un hueco entre los operadores de última milla para compras online, del estudio de la **Cnmc** se desprende que las plataformas de ecommerce continúan depositando su confianza en operadores tradicionales como Correos o Seur.

Correos, de hecho, se alzó como el operador con un mayor número de envíos de paquetes de este tipo, alcanzando al 47,2% del total de usuarios que realizaron una compra online en los últimos seis meses de 2016. A una gran distancia se situó Seur, que tocó a las puertas de otro 17% de usuarios; MRW, con un 10,8%, y DHL, con un 4,5%. El 8,5% de usuarios restante recibieron sus paquetes de mano de otros operadores minoritarios.