

Kippel⁰¹

ENTORNO

El descuento, motor del ecommerce: el 79% de los españoles compran online por el precio

Así se desprende de los últimos datos del Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información. La comodidad de poder comprar desde cualquier sitio y el ahorro de tiempo también impulsan la venta online en España.

09 AGO 2017 — 05:00

POR AMELIA PIJUÁN



La sensibilidad del usuario sobre el precio impulsa las ventas en la Red. En 2015, el 78,6% de los internautas del mercado español que realizaron sus compras online escogieron este canal por las rebajas en el precio y las ofertas que ofrecían las diferentes plataformas de ecommerce.

Así se desprende del último informe del **Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información (Ontsi)**, que señala también la comodidad (69,6%) y el ahorro de tiempo (49,5%) como otros dos factores que impulsan el comercio electrónico en España. En cuarto lugar se impone la amplísima oferta que ofrecen las plataformas de ecommerce, lo que permite al usuario visualizar una gran cantidad de productos y servicios a golpe de *click*.

Esta mayor oferta de artículos en la Red también facilita al internauta la comparación entre unos y otros, lo que convence al 38,1% de los usuarios de realizar sus compras a través de este canal. Por

1/2

<https://www.kippel01.com/entorno/el-descuento-motor-del-ecommerce-el-79-de-los-espanoles-compran-online-por-el-precio.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

último, un 34% de clientes argumenta que la Red es el único medio disponible que tiene para comprar; y un 11,5% aún asegura que está “probando” la compra por Internet.

Sólo un 5,2% de usuarios compra online mientras se encuentra en la misma tienda física

Si la comodidad es uno de los factores que impulsan el comercio electrónico en el mercado español, ¿cómo compran los españoles en Internet? Según los datos de **Ontsi**, una cuarta parte los usuarios que llevan a cabo una transacción online lo hace a través de su *smartphone*, especialmente los jóvenes de entre 24 y 35 años.

Es de especial relevancia el tipo de compra que realizan estos internautas: mientras que el 68% adquiere bienes tangibles, sólo un 20% de los usuarios paga por el consumo de contenidos digitales.

En cuanto al lugar desde el que se cierra la transacción, la gran mayoría de internautas compra desde su casa. Únicamente un 26,6% compra mientras está en la calle y sólo un 5,2% realiza esta operación desde la propia tienda física. El lugar de trabajo, por otra parte, pierde popularidad como lugar en el que navegar y comprar por Internet, aunque el 13,7% de los españoles continúa haciéndolo.

¿A qué obstáculos se enfrenta el comercio electrónico en España?

Pese a que la compra a través de Internet se ha popularizado a lo largo de los años, aún tiene pendiente conquistar a una gran parte de la población de España. De hecho, siete de cada diez usuarios aseguran que prefieren desplazarse a las tiendas y ver los productos personalmente antes de realizar la transacción por Internet.

Con ello, se hace patente que la desconfianza hacia la Red continua reinando entre una gran parte de la población en España. En este sentido, cinco de cada diez usuarios consideran que el canal online no es un medio seguro para realizar una transacción económica. Por otra parte, cinco de cada diez consumidores asegura que nunca ha sentido la necesidad de comprar por Internet, mientras que un 39,2% no se siente atraído por este canal.

La brecha digital y la falta de educación tecnológica también lastran el avance del comercio electrónico en España. Según **Ontsi**, el 22,9% de la población considera que es un canal demasiado “complicado” y, por otra parte, aún existe un 16,7% de personas sin acceso a Internet.