



El auge del 'e-commerce' y los hábitos de consumo 'on line' en 2014

EL Mundo. -Que internet es un canal de oportunidades es estas alturas una evidencia que nadie puede negar. El comercio electrónico sigue con un ritmo de crecimiento imparable con la previsión de que cierre 2014 con un incremento del 13,4%, según el último informe del Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones. Así las cosas, mientras nos acercamos al final de un año repleto de satisfacciones para el sector online, todo apunta a que la tendencia alcista del ecommerce continuará en 2015, de la mano de la progresiva confianza que los usuarios vamos teniendo a la hora de comprar online y del auge de las compras a través de dispositivos móviles, que se prevé que el próximo alcancen el 33% de todas las transacciones que se realicen en Internet.

Internet es una fuente de oportunidades pero, eso sí, no todo vale y definitivamente ha llegado la hora de desterrar la falsa creencia de que el mundo online es un camino de rosas y de que simplemente hay que montar una tienda online para empezar a vender.

Un negocio sigue siendo un negocio, dentro y fuera de Internet. Y mientras los aspectos más valorados por los usuarios a la hora de decidirse a comprar por Internet son la comodidad, la inexistencia de horarios y la posibilidad de encontrar mejores precios, **los esfuerzos de cualquier negocio online deben ir necesariamente dirigidos a ganarse la confianza de sus potenciales clientes** para vencer esas últimas resistencias derivadas de la imposibilidad de poder ver y tocar directamente lo que se va a comprar y de la intranquilidad de pagar online.

La atención al cliente, el servicio más valorado

En este contexto, ofrecer un buen servicio de atención al cliente es fundamental para demostrar a los usuarios que detrás de la pantalla del ordenador hay personas de carne y hueso dispuestas a ayudarlo y solucionarle cualquier problema. Así lo constata el informe que acaba de publicar el centro comercial español [Yodetiendas](#), que revela que el servicio más valorado por los consumidores online es la atención al cliente y que **1 de cada 50 compras que se realizan en Internet es atendida previamente por teléfono, mail o chat.**

La rapidez en la entrega (24 horas) y la posibilidad de devolver el producto sin complicaciones son otros de los servicios que los consumidores online valoramos especialmente.

Preferimos pagar con tarjeta de crédito

El estudio de Yodetiendas, elaborado a partir de 3.500 transacciones online realizadas durante el primer semestre del año, confirma el crecimiento del comercio electrónico en 2014 y analiza los hábitos de consumo online de los consumidores españoles, como por ejemplo la preferencia de los usuarios a pagar sus compras online mediante **tarjeta de crédito (64,34%)** frente a otros métodos de pago como **Paypal (26%)** o **transferencia bancaria (9,59%)**.

Lunes y los martes, los días en los que más se compra

La inexistencia de horarios es una de las mayores ventajas que Internet ofrece a los usuarios frente al comercio tradicional. En este sentido, la actividad online es constante a lo largo de todo el día, pero el estudio revela que existe un **mayor movimiento entre las 11 y las 13 horas** y que el 43% de las compras se realiza entre las 8 y las 14 horas. Asimismo, los días con mayor actividad son los lunes y los martes, mientras que **los más flojos son los viernes y los sábados**. Hasta el 56% de las compras se realiza en la primera mitad de la semana, según el estudio.

Gasto medio y productos más demandados en la Red

Las categorías de productos más demandadas a la hora de comprar online, según los datos recogidos en el estudio de Yodetiendas, son tecnología, electrónica y videojuegos, electrodomésticos, moda y calzado, cosmética y salud, juguetes y productos para niños y bebés, artículos para mascotas, relojería, mecánica y relojería. **El mayor gasto se realiza en productos de tecnología**, con una media de 201 euros por compra. Por su parte, **el gasto medio en cada compra online se situó en la primera mitad de 2014 en 79 euros**.

Aunque el porcentaje de hombres y mujeres que compran online es prácticamente equiparable a estas alturas, sí hay claras diferencias en cuanto a los tipos de productos más demandados en función del sexo. Los **hombres** son los principales compradores de productos relacionados con **electrónica, tecnología, mecánica o electrodomésticos**, mientras que las **mujeres** compran más **moda y calzado, cosmética y salud y juguetes** y productos para niños.

Los contactos para contratar [servicios online como el de aire acondicionado](#), fontanería, mudanzas o reformas se consolidan como un fenómeno que **apoya el sector del negocio tradicional**.

Por localización geográfica, **las provincias más activas a la hora de comprar online son Madrid, Barcelona y Valencia**, que concentraron hasta el 36,92% de todas las transacciones realizadas a través de Internet durante el primer semestre del año. El ranking de las 10 provincias que más compran online se completa con A Coruña, Vizcaya, Alicante, Sevilla, Cádiz, Málaga y Murcia.

El auge de las compras a través de móviles

En la misma línea de las previsiones que ya apuntan que **las compras móviles representarán en 2015 el 33% de todas** las compras que se realicen online y que los españoles gastaremos el próximo año unos 6.000 millones de euros en compras a través de nuestros dispositivos móviles, el estudio del centro comercial Yodetiendas confirma esta tendencia al alza.

No solo cada vez compramos más a través de nuestras tablets o teléfonos inteligentes sino que, aunque culminemos la compra a través de un ordenador, **muchas de las primeras consultas las realizamos a través del móvil**, lo que confirma que la adaptación al entorno móvil de cualquier negocio online ya no es una opción sino una obligación de primer orden.

¿Seguirá entonces creciendo el comercio online en 2015? Sí. **El sector online tiene aún mucho recorrido por delante**, pero siempre que no se pierda de vista que un negocio online sigue siendo un negocio y que los usuarios demandan confianza, calidad, buen servicio, atención y una serie de valores añadidos que realmente consigan que comprar online les compense.



© CCOO SERVICIOS 2017

Logos y marcas propiedad de sus respectivos autores

Se permite la reproducción total o parcial de todos los contenidos siempre que se cite la fuente y se enlace con el original