

El comercio electrónico en España alcanzó 14.600 millones en 2013



## El comercio electrónico en España alcanzó 14.600 millones en 2013

**El economista. - El Comercio ([ICOMERC.MC](http://ICOMERC.MC)) electrónico en España alcanzó los 14.600 millones durante el pasado año, un 18% más que en 2012, según un informe del Ministerio de Industria, Energía y Turismo, y la Asociación Española de la Economía Digital (Adigital) estima que podría llegar a los 17.000 millones en 2014.**

Estos datos han sido dados a conocer esta tarde en Bilbao por el director general de Red.es, César Miralles, y la presidenta de Adigital, Elena Gómez de Pozuelo, quienes han presentado el "Estudio sobre Comercio Electrónico B2C 2013", elaborado por el Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTSI) del Ministerio de Industria. El informe ha sido presentado en el marco del EEC 2014, organizado por Adigital.

Este estudio ha sido elaborado en base a una encuesta telefónica realizada a 2.900 personas entre el 4 de mayo y el 4 de junio. El informe constata que el comercio electrónico B2C sigue en expansión y, aunque las cifras son "pequeñas" comparadas con otros países, se evidencia, año a año, una "tendencia al alza", según ha apuntado César Miralles. Por ello, ha destacado que las empresas tienen "una gran oportunidad por delante" de hacer negocio con los canales online y ha recordado que existe "financiación pública" para apoyar a los emprendedores.

En concreto, en 2007 el B2C alcanzó los 5.911 millones y en 2013 se elevó a 14.600 millones, un 18% más que en 2012, año en el que ya se había un registrado un crecimiento del 13,4% respecto a 2011.

Miralles ha indicado que la previsión para 2014 es seguir creciendo y no ve ningún factor que pueda poner "freno" a esa tendencia. En concreto, la responsable de Adigital, Elena Gómez del Pozuelo, ha apuntado que esperan un crecimiento del 18 ó 20%, de manera que se podrían alcanzar los 17.000 millones.

Gómez de Pozuelo ha manifestado que los datos de comercio electrónico en España son "cada vez mejores", aunque todavía "somos un bebé" en comparación con otros países. La responsable de Adigital ha afirmado que hace falta "mucho oferta" y "ganas de comerse el mundo y de salir a otros mercados" porque hay "grandes y buenas oportunidades". "Hay que lanzarse porque ahí está nuestro camino", ha apuntado.

En el informe se apunta que el número de internautas compradores ha pasado de 15,2 millones en 2012 a 17,2 millones en 2013, con un incremento del 14% en valores absolutos.

El gasto medio se incrementó en 2013 un 3,9%, situándose en 848 euros, frente a los 816 euros de 2012. Miralles ha indicado que una de las razones de la expansión del comercio electrónico es el aumento de la población internauta que se eleva a 28,4 millones y representa el 73,1% de la población española mayor de los 15 años, lo que supone 3,2 puntos porcentuales más que en 2012.

### COMPRADOR

Respecto al perfil de comprador, ha precisado que los que menos gastos realizan son las personas del ámbito rural, con rentas más bajas y mayores de 65 años. En concreto, entre el comprador internauta predominan las personas de 25 a 49 años y residentes en hábitats urbanos de más de 100.000 habitantes.

Un 14,9% de los internautas compradores compra mensualmente y la mayor parte de las compras oscilan entre los 250 y los 3.000 euros al año. El hogar sigue siendo el lugar preferido para realizar las compras online (92,3%) y, por primera vez, se prefiere comprar en movilidad (4,4%) que desde el puesto de trabajo (3,3%).

El comercio electrónico en España alcanzó 14.600 millones en 2013

Otro de los datos facilitados es que más de cuatro millones de personas utilizaron un dispositivo móvil o tableta para realizar sus compras, lo que supone un aumento del 13,8% respecto al año anterior.

Entre los que usaron móviles o tabletas para realizar compras, un 68,1% considera que estos dispositivos son adecuados para hacerlo, frente a un 6,3% que cree que no lo son.

Los sitios web que venden principalmente por internet se sitúan como principal canal de compra (52,6%) y se siguen las empresas que combinan tienda física y virtual (39,3%) y las webs de fabricante (35,5%).

Por otra parte, las tarjetas de crédito y débito sigue siendo la forma de pago preferida para hacer la compra (52,8%), aunque baja 10,1 puntos porcentuales respecto a 2012. Sin embargo, aumenta en 13,5 puntos la utilización de plataformas de pago exclusivamente electrónico empleadas en el 28,4% de las transacciones. Las modalidades de pago menos utilizadas son la domiciliación bancaria y el pago contrareembolso (17,1%), así como otras vías de pago (1,6%) y el teléfono móvil (0,2%).

Entre los productos que más se adquieren online son los billetes de transporte (59,4%) y reservas de alojamiento (51,6%), seguidos de la adquisición de ropa, complementos y artículos deportivos (49,6%) y la compra de entradas a espectáculos (49,1%).

Entre los artículos comprados, destacan, con un 61,8% los productos físicos, pero también con un 58,1% los contenidos digitales. Asimismo, respecto al uso de aplicaciones móviles, el 32,2% de los internautas compradores online que usan una tableta o teléfono móvil han adquirido alguna app de pago en la Red.

Por otro lado, el 11,9% de los compradores están suscritos a algún servicio de contenidos digitales predominando la música, el vídeo y la prensa.

El estudio también indica que el 88,9% de los compradores no ha tenido incidencias, pero un 11,1% dice que los ha tenido, un porcentaje que ha ido en aumento. Un 26,4% apuntan a envíos defectuosos, un 26,1% a la no recepción del producto y un 11,6% al retraso en la entrega.

Entre las razones para realizar las compras online se encuentran el tiempo y la comodidad (60,9%) y el precio (38,6%) y entre las causas para no recurrir a este sistema un 74,5% apunta a que prefieren ver el producto en la tienda y un 45,3% a que no creen que es un medio seguro.



© 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