

Amazing analiza el auge del comercio electrónico en España en los últimos 5 años

El número de compradores online en nuestro país ha aumentado un 18% entre 2017 y 2018, según IAB Spain. Aunque moda, belleza y tecnología se consolidan como los productos estrella en el ecommerce español, la alimentación se ha hecho un hueco en el mercado con el 19% de los clientes. El porcentaje de compras online que se llevan a cabo en España ocupa el 12%, una cifra superior a la media europea

En solo unos años, el comercio electrónico en España ha pasado de convertirse en algo anecdótico a una potente alternativa a la compraventa tradicional gracias a su imparable crecimiento en el número de ventas. De hecho, la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) calcula que la facturación del ecommerce en nuestro país ha pasado de 2.823 millones de euros a 10.116 millones entre el tercer trimestre de 2013 y el mismo periodo de 2018, logrando así un crecimiento del 260% en cinco años.

Al igual que aumenta la facturación, también crecen los compradores online en nuestro país. En 2018, cerca de 19,4 millones de españoles afirmaba comprar sus productos por Internet, según IAB Spain, lo que supone un crecimiento del 18% respecto a las cifras del año anterior. Además, un informe de SEUR afirma que el 12% de las compras en España se hacen a través de Internet, superando así la media europea del 11,7%.

El mismo estudio destaca que el crecimiento en las ventas online en nuestro país es algo común en prácticamente todas las categorías, aunque moda (50%), belleza/cuidado personal (41%) y tecnología / electrónica (39%) siguen siendo las predominantes. No obstante, también hay que tener en cuenta otras que han entrado recientemente en el mercado online como los productos de alimentación, ya que el 19% de los españoles asegura haberlos adquirido de forma online durante el último año.

Con estos datos sobre la mesa, no cabe duda de que nuestro país se ha convertido en un buen lugar para el fenómeno del ecommerce, especialmente para las marcas que apuestan por vender sus productos a través de marketplaces como el de Amazon. De hecho, el 55% de los consumidores online de productos tecnológicos prefieren este tipo de canal ante otros como la propia web de la marca, según el Observatorio Cetelem de ecommerce 2018.

"Es una realidad. El comercio electrónico no deja de crecer en nuestro país. sin importar el tipo de producto del que se trate. Si existe en la vida real, lo podemos encontrar en Internet, y seguramente su demanda estará al alza", destaca Antón Suárez, director comercial de Amazing, agencia especializada en publicidad y venta en Amazon. "En este sentido, desde Amazing recordamos a las empresas que quieran adentrarse en el mercado online que Amazon sigue siendo una apuesta segura".

Datos de contacto:

Redacción

914115868

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Marketing E-Commerce Consumo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>