

## Crece el e-commerce durante estas fechas

**Según un reciente estudio de Showroomprive, un 51% de usuarios comprará más online estas Navidades que el año pasado, donde el 21,8% indica que comprará mucho más online que la temporada anterior. A esto se suma que la intención de gasto también ha aumentado, ya que las familias parecen tener algo más de presupuesto que el año 2015.**

Según un reciente estudio de Showroomprive la mitad de los consumidores que el año pasado utilizaron el comercio online para adquirir sus regalos repetirán este año y comprarán todavía más por este canal. De este modo los compradores por Internet parece que repiten y huyen del comercio tradicional, especialmente en estas fechas.

En concreto un 12.1% de los encuestados indica que adquirirá todos sus regalos online, ya que está satisfecho con la experiencia de compra e ir a buscar al comercio tradicional no parece una buena opción. Otro 15% de los encuestados comprará tres de cada cuatro regalos a través de Internet, una de cada cuatro compras las realizará online un 18% y sólo un 15,3% hará menos de un 25% de sus compras online.

El resultado será que un 51% comprará más online estas Navidades que el año pasado, donde el 21,8% indica que comprará mucho más online que la temporada anterior. A esto se suma que la intención de gasto también ha aumentado, ya que las familias parecen tener algo más de presupuesto que el año 2015. Con todo parece que será una gran campaña para el comercio online.

Para la pyme es todo un reto. Los números y los clientes que compran a través de Internet crecen cada año, pero muchos de ellos acaban en gigantes del comercio electrónico, como Amazon, o comprando en grandes cadenas como Zara o El Corte Inglés y no en pequeñas tiendas online. Son varios los retos a los que se enfrentan las pymes para poder competir en Internet:

Vender a distancia sin perder la cercanía con el cliente que te permiten el comercio a pie de calle tradicional.

Competir con la entrega express en una o dos horas que en las grandes ciudades implantan los gigantes del comercio electrónico.

Adaptar su catálogo para poder competir en precios, donde si se ofrece lo mismo que estos grandes, tendrá complicado mejorar las ofertas.

Pero lo cierto es que supone una oportunidad para complementar los ingresos que supondría el comercio tradicional, así como la oportunidad de ofrecer a los clientes la posibilidad de comprar durante las 24 horas y recoger en tienda sus compras en horario comercial y sin coste.

La noticia "El comprador online sigue fiel al ecommerce y huye del comercio tradicional" fue publicada originalmente en Pymes y Autonomos.

**Datos de contacto:**

Nota de prensa publicada en:

Categorías: [Recursos humanos](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>