

El comercio electrónico en España alcanza los 16.259 millones de euros en 2014

El comercio electrónico B2C sigue en expansión y alcanza, en 2014, los 16.259 millones de euros, un 11,3% superior al valor del año 2013, según los datos que se desprenden del Estudio sobre Comercio Electrónico B2C 2014, realizado por el Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTSI), de Red.es. El crecimiento experimentado por el comercio electrónico se debe, sobre todo, al aumento del gasto medio por comprador (876€, un 11,4% más que en 2013).

La compra online tiende a caracterizarse por su falta de regularidad en lo que a frecuencia se refiere, y el 63,2% de los compradores declara hacerlo sin una periodicidad fija. El hogar sigue siendo el lugar preferido para realizar las compras online (92,8%) y, la empresa o lugar de trabajo se mantiene en segundo lugar (10,6%). Por tercer año consecutivo, los sitios web que venden principalmente por Internet se sitúan como principal canal de compra (61,4%), por lo que se mantiene y reafirma el liderazgo de las webs específicas de venta online.

Las tarjetas de crédito y débito continúan siendo la forma de pago preferida a la hora de hacer la compra (64,1%), y los sistemas intermediarios de pago son utilizados por el 25,3% de los compradores, ocupando la segunda posición. Los productos que siguen liderando el negocio online son los billetes de transporte (43%), seguidos de la adquisición de ropa, complementos y artículos deportivos (39,2%), las reservas de alojamiento (37,4%) y la compra de entradas a espectáculos (36,7%).

El número de internautas que adquieren productos o servicios a través de dispositivos móviles (mCommerce) se sitúa en 3,3 millones de personas, lo que representa al 17,8% de los internautas compradores. Y entre los artículos comprados de este modo destacan los productos físicos (63,1%) y servicios (50,9%).

En cuanto al uso de aplicaciones móviles, el 30% de los internautas compradores online que utilizan una tableta o el teléfono móvil, han adquirido alguna app de pago en la Red, siendo las aplicaciones de entretenimiento las que pasan a ser las preferidas. Entre las razones para realizar compras online se sitúan en cabeza el precio (75,5%), la comodidad (63%) y el ahorro de tiempo (49,7%).

Consulta la nota de prensa

Datos de contacto:

Nota de prensa publicada en:

Categorías: [Internacional](#) [Finanzas](#) [E-Commerce](#) [Innovación](#) [Tecnológica](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>