

Compra online: un sistema muy utilizado, pero del que aún se desconfía

**EL 94% DE LOS CONSUMIDORES ENCUESTADOS
ADQUIERE PRODUCTOS Y SERVICIOS POR INTERNET,
PERO EL 46% PREFIERE EL FORMATO TRADICIONAL DE
COMPRA PRESENCIAL**

- Uno de cada tres españoles compró productos o servicios por Internet en 2013, según el Instituto Nacional de Estadística (INE). En total, fueron 11 millones de personas. El comercio electrónico avanza a pasos agigantados a pesar de la crisis. Y es que las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) no solo han cambiado la forma de interactuar entre las personas, sino que también han supuesto una revolución en el sector empresarial.

Aunque el comercio electrónico en España se sitúa por debajo de la media de otros países europeos como Dinamarca o Reino Unido (donde más de las tres cuartas partes de su población realizó algún tipo de compra online en 2013), esa proporción se ha incrementado 14 puntos porcentuales (del 18% en 2007 ha pasado a ser el 32% en 2013). Está previsto que este crecimiento se mantenga en el futuro y que se desarrollen nuevas tecnologías en este ámbito.

Ante la evidente importancia del comercio electrónico y para conocer los hábitos de compra online, EROSKI CONSUMER realizó a finales de octubre y primeros de noviembre una encuesta online a 956 personas de 18 a 65 años residentes en las 17 comunidades autónomas. De ellos, un 51% eran hombres. La media de edad era de 50 años, de hecho, el grupo más numeroso correspondía a quienes tenían de entre 45 y 65 años. En cuanto a su formación, un 47% contaba con estudios universitarios y un 11% con posgrados. El 22% tenía formación profesional, el 13% educación secundaria posobligatoria (hasta los 18 años) y el 7% educación obligatoria.



¿UN SISTEMA FIABLE?

Un 94% de los consumidores consultados utiliza Internet para adquirir productos y servicios. En mayor medida, son hombres y personas de 45 a 54 años. Habitualmente usan ordenadores de sobremesa o portátiles para hacerlo y adquieren especialmente artículos relacionados con el turismo y la moda.

En el último año, los entrevistados dicen haber gastado una media de 1.712 euros. Para realizar el pago suelen utilizar la tarjeta de crédito o plataformas de intermediarios como PayPal, Google Wallet o Amazon Payments. De hecho, este último método lo valoran como el más seguro.

El 97% dice confiar mucho o bastante cuando realizan compras online. Sin embargo, al preguntar por sus preferencias en el tipo de sistema de compra, un 49% todavía sigue prefiriendo la que se realiza de forma presencial. En mayor medida, se trata de mujeres, tienen una edad de 45 a 65 años y cuentan con una educación obligatoria o no tienen estudios. Un 72% de ellos señala un motivo relacionado con la desconfianza: miedo a dar datos personales en Internet, la compra presencial es más segura y recelan de las formas de pago y de la información suministrada por la empresa.

Con todo, los consumidores entrevistados también pecan de exceso de confianza a la hora de tomar precauciones. Un 68% no siempre se cerciora de si la empresa que vende online está adherida a un sello de confianza y solo un 30% imprime y guarda una copia de los términos y condiciones de la compra que ha realizado.

UN HÁBITO EXTENDIDO




La Comisión Nacional de los Mercados y de la Competencia (CNMC) define comercio electrónico como toda compra realizada a través de Internet, cualquiera que sea el medio de pago utilizado. Según la organización, en 2013, las transacciones online alcanzaron un volumen total de 12.731 millones de euros, un 22% más que el año anterior.

En la encuesta, se confirmó que las compras online son habituales entre la población. Un 94% de los

COMPRAS ONLINE, SEGÚN EROSKI CONSUMER*

94% HA COMPRADO ONLINE EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES (901 PERSONAS)




DISPOSITIVO UTILIZADO:

-  **51,3%** - ordenador de mesa
-  **43,7%** - ordenador portátil (incluye netbook y tablet)
-  **4,9%** - otros dispositivos móviles (PDA, iPod, videoconsola)



GASTO EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES:

 **1.712 euros de media**


PRODUCTOS Y SERVICIOS ADQUIRIDOS:

-  **57,2%** - alojamiento de vacaciones (hotel, apartamento)
-  **56,2%** - transporte (avión, tren, autobús, alquiler de coches)
-  **51,4%** - ropa, complementos, calzado y material deportivo

SISTEMAS DE PAGO UTILIZADOS:

-  **61,5%** - tarjeta de crédito
-  **48,9%** - plataformas de intermediarios (como PayPal, Google Wallet o Amazon Payments)

USO DEL SOCIAL COMMERCE:

-  **93,5%** - nunca ha utilizado las redes sociales como plataformas de compra

*FUENTE: Encuesta realizada por EROSKI CONSUMER entre octubre y noviembre a un total de 956 personas de 17 comunidades autónomas sobre sus hábitos de compra en Internet.

consumidores consultados aseguraron haber comprado algún producto o servicio por Internet en el último año, especialmente los hombres, los entrevistados de 45 a 54 años y quienes tienen estudios universitarios o un posgrado. Solo 34 entrevistados aseguran no haber comprado nunca por Internet y, de ellas, un 71% no prevé hacerlo en un futuro.

El comercio electrónico, además de ser un hábito muy extendido entre la población, también se practica con bastante frecuencia. La última vez que compraron online tres de cada cuatro consumidores encuestados fue en el último mes. Solo un 16% dijo haberlo hecho hace entre uno y tres meses. Por edad, quienes compraron más recientemente fueron los entrevistados de 35 a 44 años y quienes tienen estudios universitarios o posgrados.

MÁS MOVILIDAD

Los ordenadores de sobremesa y el portátil son los dispositivos que con más asiduidad utilizan las personas consultadas para realizar sus compras online.

En este sentido, según Red.es (la entidad pública que trabaja para el aprovechamiento del potencial de Internet y las nuevas tecnologías), el predominio del ordenador portátil sobre el de sobremesa, la irrupción de las tabletas y el incremento de la adquisición de teléfonos inteligentes reflejan que los ciudadanos buscan movilidad y ubicuidad en su día a día a la hora de realizar sus rutinas. De hecho, el 74% de los hogares, según Red.es, accede a Internet a través del teléfono móvil.

En la encuesta, uno de cada cuatro consumidores confirmó que en el último año había comprado alguna vez por Internet fuera de su vivienda habitual o de su centro de trabajo (lo que se denomina *mobile commerce*). Es un acto que realizan en mayor medida los hombres, los entrevistados más jóvenes de entre 18 y 34 años y quienes poseen un posgrado.

En estos casos, ¿qué tipo de dispositivos móviles utilizan para comprar online? Un 62% el ordenador portátil (más los hombres y los que tienen entre 55 y 65 años), el 50% el teléfono móvil (en mayor medida las mujeres y quienes tienen entre 18 y 44 años) y solo un 3% otros dispositivos como PDA, iPod o videoconsola (especialmente aquellos con formación profesional).

En este sentido, en el comercio electrónico, los expertos auguran un gran futuro a otras formas de captación de clientes a través de las redes sociales (el llamado *social commerce*). Según la encuesta, no es una plataforma de compra muy utilizada. Solo un 6% de los entrevistados asegura haber adquirido algún producto o servicio mediante este servicio.

TURISMO Y MODA: LO MÁS ONLINE

Los productos que, en mayor medida, adquieren online los consumidores encuestados tienen que ver con el turismo: reservas de alojamiento de vacaciones (en hoteles y en apartamentos) y billetes de transporte (de avión, tren, autobús o alquiler de coches). En segundo lugar, se decantan por la moda: ropa y complementos (relojes, gafas y bisutería), calzado y material deportivo.

Las entradas a espectáculos artísticos, deportivos y recreativos ocupan el tercer lugar en la lista de productos más adquiridos de manera online. Le siguen los libros (también los electrónicos), la prensa, las revistas y los artículos de papelería. Por último, los artículos para el hogar (muebles, ropa de cama, electrodomésticos y artículos de decoración).

Por sexos, mientras las mujeres se inclinan por comprar online moda, los hombres prefieren productos relacionados con el turismo. Por edades, se repite la tendencia: mientras los más jóvenes (de 18 a 44 años) optan por ropa y complementos, calzado y material deportivo; los consumidores consultados más mayo-

res (de 45 a 65 años) compran en mayor medida servicios relacionados con el turismo.

De media, las personas entrevistadas que han comprado por Internet en los últimos 12 meses han desembolsado 1.712 euros en un año. Apenas hay diferencias por sexos, pero sí por edad y nivel de estudios. Mientras los jóvenes de 18 a 34 años encuestados gastan casi un 30% menos que la cifra media (1.203 euros de media), los de 35 a 45 años se dejaron un 25% más (2.144 euros). Por tipo de formación, quienes cuentan con una educación obligatoria o no tienen estudios desembolsan un 53% menos que la cifra global (804 euros); y quienes tienen una educación posobligatoria gastan un 35% más (2.316 euros de media).

PAGO SEGURO: LOS INTERMEDIARIOS

Según la Oficina Municipal de Información de Consumo (OMIC) de Zaragoza, los medios de pago más extendidos y admitidos por las empresas que operan a través de Internet son: el pago con tarjeta de crédito, el método contra reembolso, la transferencia bancaria y el pago con PayPal.

Cuando los entrevistados por EROSKI CONSUMER compran por Internet, utilizan mayoritariamente la tarjeta de crédito, los intermediarios como PayPal, Google Wallet o Amazon Payments y las tarjetas prepago o débito. Las plataformas de intermediarios son, para ellos, los sistemas más seguros. Están respaldados por grandes empresas de Internet y no utilizan de forma directa la tarjeta bancaria.

A primera vista, comprar por Internet no se percibe como un acto inseguro. Al contrario. El 43% de los encuestados confía mucho en el comercio electrónico y el 54%, bastante. Solo un 3% tiene un nivel de confianza regular (mayoritariamente los jóvenes de entre 18 y 34 años).

Aun así, conviene realizar una serie de comprobaciones para evitar sorpresas desagradables: la seguridad del ordenador desde el que se realiza la compra, si el vendedor es serio y de fiar, que el sitio web es seguro, las condiciones de compra y realizar un análisis al detalle de la oferta seleccionada.

En la encuesta, el 97% de los participantes siempre se asegura del precio final, es decir, de si hay otro



tipo de gastos que se sumen al precio base del producto o servicio que se vaya a comprar. El 86% también comprueba las condiciones de compra.

Antes de iniciar el proceso de compra online, el 81% se cerciora también de que el ordenador u otro dispositivo que utiliza es seguro. Asimismo, el 72% busca la dirección de correo electrónico u otro tipo de dato de contacto del vendedor y el 68% siempre verifica su nombre o denominación social. En este sentido, el 53% siempre se cerciora si la empresa ofrece los servicios en España en el caso de ser extranjera y también busca su residencia o domicilio o, en su defecto, la dirección de uno de sus establecimientos permanentes en España.

Por último, el 52% habitualmente busca la opinión de otros consumidores para conocer mejor el sitio donde quiere realizar la compra.

MALAS PRÁCTICAS

Pero los consumidores también pecan de exceso de confianza. EROSKI CONSUMER comprobó que no siempre se realizan todas las comprobaciones antes de realizar compras online. En primer lugar, un 21% jamás se cerciora de si la empresa que vende por Internet

¿Cómo realizar una compra segura por Internet?

Desconfiar de Internet es una reacción entendible, más si cabe cuando es frecuente leer o escuchar en los medios de comunicación informando de estafas cada vez más sofisticadas. Sin embargo, existen algunas formas de evitar ser engañados. Lo primordial es seguir los siguientes pasos:

- **PASO 1:** Comprobar que el ordenador desde el que se realiza la compra es seguro (por ejemplo, que no tenga virus y esté protegido).
- **PASO 2:** Comprobar que el vendedor es serio y de fiar. Recopilar información del vendedor antes de realizar la compra (confirmar su identidad), buscar opiniones de otros consumidores y comprobar si está adherido a sellos de confianza.
- **PASO 3:** Analizar la oferta seleccionada, es decir, saber el precio final y conocer las características del producto.
- **PASO 4:** Comprobar las condiciones de compra, como plazos de entrega, condiciones y métodos de pago aceptados, gastos de envío y devolución de los productos y otros derechos y garantías.
- **PASO 5:** Al confirmar la compra, revisar el ticket de compra y los términos y condiciones de la venta, así como las características del producto.

está adherida a un sello de confianza (garantía de fiabilidad y transparencia de las empresas que lo ostentan) y el 47% solo a veces.

Además, el 68% nunca se preocupa por los datos de inscripción en el Registro Mercantil u otro registro público y el 50% tampoco por el número de identificación fiscal de la empresa. El 25% ni siquiera se lee la política de privacidad de la empresa para comprobar el tratamiento que esta hace de la información personal que recaba de sus clientes.

Una vez realizada la compra, no hay que abandonar las precauciones. La recomendación es imprimir y guardar una copia del recibo, junto con una copia de las condiciones de venta, así como de las características del producto. Un 81% siempre lleva a cabo este tipo de precaución, pero solo un 30% imprime y guarda una copia de los términos y condiciones de la venta (un 36% lo hace ocasionalmente).

De las 901 personas que aseguran haber comprado online en el último año, el 39% ha sufrido alguna vez alguna incidencia. La más habitual es que el producto llega defectuoso o equivocado.

Por regla general, el 70% de las 356 personas que han sufrido incidencias al comprar por Internet siempre ha podido solucionarlas. Un 23% solo ocasionalmente y un 7%, nunca.

¿COMPRA ONLINE O DE FORMA PRESENCIAL?

Comprar online no es un misterio para la mayoría de los encuestados por EROSKI CONSUMER. Al 85% de quienes utilizan este servicio les parece fácil o muy fácil.

Si tienen que elegir un método de compra, un 51% prefiere hacerlo por Internet (su perfil es un hombre, entrevistados de entre 35 y 44 años y con posgrados) y un 49%, presencialmente (mujeres, tienen una edad de 55 a 65 años y cuentan con una educación obligatoria o no tienen estudios).

A los primeros, les gusta el sistema online porque es cómodo, ágil y rápido, y no implica tener que ajustarse a un horario. Además, según estas personas los precios de los productos que pueden conseguir en Internet son mejores y, por regla general, hay más promociones.

Por su parte, quienes prefieren comprar presencialmente prefieren ver y tocar el género que compran, y desconfían de la Red, son especialmente reacios a dar datos personales por Internet y opinan que las reclamaciones serían más dificultosas. Nada más lejos de la realidad. Según la OMIC de Zaragoza, el procedimiento para efectuar una reclamación de una compra online es el mismo que cuando se realiza en una tienda tradicional.

EL PEDIDO

Uno de los motivos que genera reticencias en la compra online es la dificultad de entregar el pedido. Un 19% de las 444 personas encuestadas que prefieren la compra presencial menciona argumentos relacionados con este tema: las dificultades en las formas de entrega. De hecho, cuando compran por Internet, a un 47% de los encuestados la entrega del pedido les genera problemas ocasionalmente y a un 2%, siempre.

En este sentido, un 25% aseguró que compraría más online si pudiese recoger su pedido en su centro de trabajo y otro 52%, si pudiese recogerlo en el punto de entrega que eligiese. En ambos casos, opinan así especialmente los encuestados de 18 a 34 años. Por último, solo un 35% de los encuestados consideran que las compras en Internet deben tener gastos de envío. Lo piensan así en mayor medida los hombres y las personas de entre 18 y 34 años y de 45 a 54 años. El coste medio que estos consumidores estarían dispuestos a pagar por este servicio serían 5 euros.

OPINIÓN SOBRE LAS COMPRAS EN INTERNET*

	En el último año, ha comprado alguna vez algún producto o servicio por Internet	BASE (Personas que compran online)	Tienen un alto grado de confianza a la hora de comprar por Internet	Prefieren el sistema de compra presencial	BASE (Personas que prefieren comprar de forma tradicional presencialmente)	No les gusta comprar en Internet por desconfianza
SEXO						
	Hombre	96,0%	467	97,7%	46,4%	217
	Mujer	92,6%	434	96,3%	52,3%	227
EDAD						
	De 18 a 34 años	94,8%	78	92,1%	48,5%	38
	De 35 a 44 años	94,9%	188	97,3%	38,8%	73
	De 45 a 54 años	97,2%	292	97,9%	51,4%	150
	De 55 a 65 años	91,5%	343	97,3%	53,3%	183
TOTAL		94,3%	901	97,1%	49,3%	444

*FUENTE: Encuesta realizada por EROSKI CONSUMER entre octubre y noviembre a un total de 956 personas de 17 comunidades autónomas sobre sus hábitos de compra en Internet.