

# Modaes

Entorno

## El ecommerce conserva su 'tirón' en 2017: dos de cada tres 'pure players' crecerán más de un 10%

Según un estudio, la internacionalización y los servicios online de atención al cliente serán los dos campos en que las empresas de ecommerce continuarán invirtiendo recursos a lo largo del año. El gasto medio online por comprador se mantendrá por debajo de cien euros.

Lorenzo Molina  
15 feb 2017 - 04:51

El ecommerce conserva su 'tirón' en 2017: dos de cada tres 'pure players' crecerá más de un 10%

Los *pure players* mantendrán el impulso para 2017. El 63% de las tiendas online prevén que sus ventas se eleven más de un 10% a lo largo del año, según el informe *Evolución y Perspectivas Ecommerce 2017*, elaborado por la agrupación de empresas del sector **Observatorio Ecommerce** y la consultora **EY**. Tan sólo el 1% de las compañías consultadas anticipan que el negocio disminuirá para 2017, a pesar de que el gasto medio del comprador en ecommerce se sitúa entre cincuenta y cien euros. La creciente competencia en el sector está provocando que mejorar la usabilidad de las páginas web y los servicios añadidos sean inversiones imprescindibles para garantizar su futuro.

El optimismo con respecto a las ventas del sector contrasta con un gasto medio por comprador más bien moderado: el 39% de las compañías confiesa que sus clientes desembolsan entre cincuenta y cien euros por compra, mientras que el 32% gasta menos de cincuenta euros por transacción. Tan sólo un tercio sostiene que las compras medias son de cien euros o más.

**El 39% de las compañías confiesa que sus clientes desembolsan entre cincuenta y cien euros por**

---

# Modaes

---

**compra, mientras que el 32% gasta menos de cincuenta euros por transacción. Tan sólo un tercio sostiene que las compras medias son de cien euros o más.**

La expansión a nuevos mercados es clave para las empresas de cara a alcanzar sus objetivos de crecimiento. Un 51% de los *pure players* cuenta con internacionalizar su negocio en 2017, según el estudio, frente al 31% de 2016. Para apoyar estos planes, casi la mitad de los consultados generará de dos a más puestos de trabajo a lo largo del ejercicio actual, mientras que un 52% del sector no prevé aumentar personal.

“Las plataformas de ecommerce están buscando fidelizar al cliente; para ello, escuchar su percepción, el chat de ayuda online e invertir en personalización y diseño son algunas de las tendencias clave”, explica **Sofía Medem**, socia responsable del área de cliente de **EY**.

Otra de las estrategias clave para los portales de comercio electrónico encuestados es adaptarse al consumo a través de *smartphones*. Un 79% asegura tener ya una web configurada para su uso en dispositivos móviles, frente al 42% que lo afirmaba en 2014. El paso viene de la mano del mayor uso de móviles y tabletas como herramientas de compra, que mantiene su lento pero inexorable crecimiento. La facturación procedente de estos aparatos ha supuesto más del 15% del total para el 31% de los *pure players* analizados.

**La facturación procedente de dispositivos móviles ha supuesto más del 15% del total para el 31% de los ‘pure players’ analizados**

Otra de las mejoras clave para los usuarios que gana adeptos entre las plataformas de ecommerce es la creación de chats de ayuda al consumidor. El porcentaje de negocios digitales que han incorporado un chat ha crecido dieciocho puntos en el último año, hasta el actual 45%.

El informe subraya también el moderado presupuesto que las compañías invierten en publicidad de redes sociales: menos de 5.000 euros para nueve de cada diez consultados. El dato cobra sentido si se miran las principales fuentes de tráfico para

---

# Modaes

---

los *pure players*. Sólo el 16% sostiene que el tráfico les llega principalmente a través de redes sociales, frente al 35% y 19% que destacan la labor de motores de búsqueda como **Google** y el tráfico directo, respectivamente.

Por facturación, el 61% de las empresas consultadas para el estudio facturan menos de 500.000 euros al año, mientras que el 17% registran cifras de negocio anuales entre el medio millón y dos millones de euros. Únicamente el 21% de los participantes anotan ingresos anuales superiores a los dos millones de euros.

Para la elaboración del informe *Evolución y Perspectivas Ecommerce 2017*, el **Observatorio Ecommerce** y **EY** han encuestado a más de 20.000 tiendas online. El 17% de las empresas participantes opera en el negocio de la moda y los complementos, siendo este el sector con más representación sobre el conjunto de industrias que englobaba la muestra.