

Consultas online y compras offline

El 88% de los ciudadanos se informa en internet antes de ir a la tienda

MARIA MATOS Madrid

El 88% de los internautas realiza búsquedas y comparativas en la red antes de realizar sus compras en las tiendas físicas, sobre todo en lo que se refiere a productos y servicios de viajes, ocio y alquiler de vehículos. Además, entre el 60% y el 80% de los usuarios también acude a la red para informarse sobre telecomunicaciones, software, libros, juegos, electrodomésticos, servicios bancarios, automoción y material deportivo.

Estas conclusiones se desprenden del estudio *Hábitos de compra offline y online del consumidor español en el sector retail*, realizado por Experian Marketing Services sobre una muestra de 1.000 usuarios de internet, durante el segundo semestre de 2012, en colaboración con Research Now. El informe fue presentado ayer en la Asociación de la Prensa de Madrid.

La crisis está produciendo un descenso del consumo offline, pero no está sucediendo lo mismo con el online. De hecho, las operaciones en la red crecieron un 19,8% durante 2012 y ocho de cada diez mantuvieron (48,4%) o aumentaron

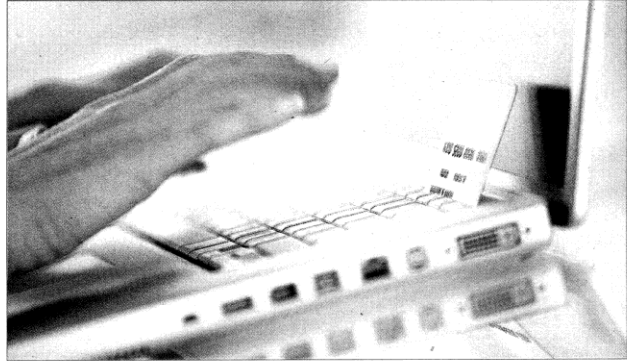
(33,9%) sus compras en la red. Junto al uso de internet como medio para adquirir productos, uno de cada cinco españoles consulta la web de la tienda antes de acudir al establecimiento y un 34% de los usuarios declara que su compra se ha visto influenciada por las opiniones en las redes sociales.

Según el estudio de Experian, las campañas publicitarias para productos y servicios como viajes, hoteles, ocio o alquiler de vehículos funcionan mejor en la red, pues el 44% de los españoles adquieren estos productos exclusivamente a través de internet.

Sin embargo, a la hora de comprar artículos de automoción, decoración y mobiliario o alimentación, el 66% prefiere acudir a las tiendas físicas y, si se trata de ropa, calzado y complementos, el 46% recurre a los establecimientos online y offline.

Los hombres prefieren internet

Los hombres son más proclives a las compras en la red, un 66%, mientras que el 72,3% de las mujeres considera más práctico acudir a la tienda física. Las razones por las que unos y otros pueden preferir



THINKSTOCK

El 55% de los españoles usa la red en el móvil

Internet forma parte de la vida diaria de la mayor parte de los españoles. Durante 2012, alrededor de 17,5 millones de ciudadanos se conectaron a la red diariamente, según el estudio *Perfil sociodemográfico de los internautas INE 2012*, realizado por el Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTSI).

Este informe revela también que 28 millones de per-

sonas en España han accedido a internet alguna vez durante 2012, lo que supone un incremento con respecto al año anterior del 1,4%.

Por otra parte, los datos de mayo de 2012 de ComScore, muestran que el 55,2% de los españoles tiene un *smartphone* y el 56% de los internautas ha accedido a internet a través de su móvil durante los tres últimos meses, según un estudio de ONTSI de enero de 2013.

rir el consumo online son la rapidez (62,2%) o el precio (el 57,9% considera que es más barato).

Por otra parte, los problemas que encuentran en este sistema son la seguridad en la forma de pago (40,8%), los gastos de envío (77,2%), las dificultades para devolver los artículos adquiridos (61,8%) o la imposibilidad de ver y tocar el producto como en un establecimiento (66%).

De cara a la actividad de las empresas online y, teniendo en cuenta los resultados obtenidos, el estudio recomienda una estrategia de marketing multicanal para los *retailers*. "Enviar el mensaje adecuado en el tiempo adecuado a la persona adecuada y a través del canal adecuado", es el consejo de los responsables de Experian Marketing Services.