

Castilla-La Mancha, la comunidad que registra mayor crecimiento de comercio electrónico en los últimos cinco años

El Strategic Research Center de EAE Business School ha presentado el estudio 'El Comercio Electrónico en España' que indica que Castilla-La Mancha, a pesar de que en 2004 era la comunidad con menor penetración de Internet como canal de compra en España (3,2 por ciento), actualmente se encuentra en el 14,1 por ciento, muy cercana a la media nacional (15,7 por ciento), debido a que registra la subida "más espectacular" de todas las regiones españolas.



Según ha informado la Junta en nota de prensa, en este estudio se realiza un análisis de perfil del comprador por internet y del tipo de productos y servicios que se adquieren a través de la web. Así, este análisis indica que, en términos relativos, Castilla-La Mancha representa el mayor aumento en esta tasa en el periodo 2004-2009, multiplicando por 4,4 la tasa que exhibía en 2004.

Los resultados de este estudio, ha explicado el Gobierno regional, "son una muestra más de los pasos que Castilla-La Mancha está dando para cerrar la brecha digital y para incorporarse plenamente a la Sociedad de la Información".

Por otra parte, para fomentar la incorporación del tejido empresarial al comercio electrónico, el Gobierno regional ofrece a los empresarios la plataforma Mercamancha, en la que participan ya 964 empresas castellano-manchegas que ponen a la venta sus productos por Internet a través de esta plataforma.

Datos generales

En España, la penetración de Internet como canal de compra se ha multiplicado por 3 en tan sólo cinco años y representa aproximadamente el 16 por ciento de la población de entre 16 y 74 años de edad. No sólo la tasa de compra a través de Internet ha aumentando casi 11 puntos porcentuales entre 2004 y 2009 sino que España ha recortado la distancia que la separaba de la media europea y se coloca como líder entre los países del sur de Europa.

El 57,5 por ciento de los que compran por Internet son servicios relacionados con viajes (alojamiento, billetes de transportes, alquiler de coches). La segunda categoría mas demandada es la de Entradas para Espectáculos (36,4 por ciento).

Los hombres son el doble de propensos que las mujeres a adquirir software, equipamiento informático y electrónico a través de Internet. Los jóvenes (16-24 años y 25-34 años) son más propensos que el resto de la población a comprar ropa y material deportivo a través de Internet. Por su parte, las personas de entre 45 y 64 años suelen contratar viajes y servicios relacionados con ellos.