



NOTA DE PRENSA

El 79% de los e-commerce prevé un crecimiento en 2016

- El 57% pretende expandirse a otros países
- El 61% incrementará el presupuesto de marketing online
- El 13% asegura que no haber adaptado su web a móvil ha tenido consecuencias negativas.

10 de febrero de 2016-. Kanlli y la revista D/A Retail, en colaboración con el Instituto de Economía Digital ICEMD y Club Ecommerce, han publicado la III edición de su estudio anual "Análisis y perspectivas de e-commerce", informe que refleja las expectativas que los e-commerce españoles tienen para el presente año y realiza una estimación sobre cómo se comportarán las ventas en 2016.

Del estudio se desprende que el 79% de los encuestados se mantienen optimistas frente al aumento de las ventas en 2016, frente a sólo un 2% que augura un descenso de las ventas online. Los sectores de Belleza, Moda y Complementos, así como los *marketplaces*, son los que muestran más optimistas. En este sentido, el 51% de ellos prevé que se incrementará el tique medio.

Si nos fijamos en las previsiones de expansión internacional, el 57% de los encuestados pretende expandir su negocio a otros países este 2016. Es más, el 36% dijo tener intención de expandirse a más de un país en durante el presente ejercicio, lo que da una pista sobre la importancia que comienza a cobrar la necesidad de traspasar las fronteras nacionales.

Frente al estudio del pasado año -en el que un 58% de los encuestados manifestaba que incrementaría su inversión en marketing online en 2015-, este año la cifra sube al 61%. En cuanto a la inversión por canal, el 62% prevé invertir en Social Media, el 54% invertirá en SEO y el 48% lo hará en SEM. En menor medida, el 26% de los encuestados asegura que invertirá en programas de afiliación; el 36%, en campañas de medios; y el 28%, en lograr tráfico directo.

En lo relativo a la web a móvil, el 62% de los e-commerce participantes aseguró haber adaptado ya su web a móvil, frente a un 23% que reconoció no tenerla adaptada todavía, aunque planea hacerlo. En esta ocasión, el porcentaje de e-commerce que no tiene intención de adaptar su web a móvil cae al 2%, frente al 4,9% que manifestaba no tenerlo previsto durante 2015.

Entre aquellos e-commerce que sí cuentan con web adaptada, un 6% aseguró que entre el 25% y el 50% del total de sus ventas se realiza a través del móvil. Acerca de si los e-commerce no adaptados han sufrido consecuencias negativas a causa del *mobilegeddon*, un tercio de los que no la tienen adaptada aseguró que han visto resentirse su posicionamiento SEO, frente a un 13% que asegura que ha tenido consecuencias negativas en su posicionamiento. El resto no es capaz de determinar con exactitud el impacto en SEO de la no adaptación a móvil de su tienda online.

Para más información sobre estos aspectos y conocer otros datos sobre las previsiones para el e-commerce, se puede consultar el estudio "Análisis y perspectivas de e-commerce para 2016"

ACERCA DE KANLLI



Kanlli es una agencia de marketing digital y de resultados. Hoy día sólo hay una cosa permanente: el cambio. Y el cambio es la norma fija en el mundo de la comunicación y el marketing. Kanlli es la agencia de marketing interactivo que ayuda a las marcas a triunfar en un mundo en constante cambio. Bajo el lema "WHEN EVERYTHING FLOWS" definen su concepto de trabajo: simplificar los procesos de reinvención y transformación que desarrolla para sus clientes y hacerlos más fluidos. Entre sus clientes se encuentran prestigiosas marcas como Prosegur, Cetelem, Travel Club, El Corte Inglés, Laboratorios Rovi, Perfumesclub, Makro o Famosa.

ACERCA DE D/A RETAIL

Distribución Actualidad es una publicación de referencia del sector retail en España. Desde hace más de 40 años se ocupa desde la revista impresa y portal web y newsletter digital de actualización diaria, de informar del mundo de los operadores del retail y el retail 2.0, alimentario, gran consumo y no alimentario, con enfoque especial hacia la Innovación y las tendencias de futuro, con opinión y análisis realizados por especialistas.

CONTACTO

Elena Lostalé

Departamento de Comunicación

+34 917 259 220 Ext. 125

comunicacion@kanlli.com