

## NOTA DE PRENSA

Madrid, 2 de junio de 2021

# El 55% de los consumidores españoles realiza al menos una compra online todos los meses

El E-commerce en nuestro país alcanzó los **12.800 millones de euros** en el tercer trimestre de 2020

**CTT Express**, filial de paquetería urgente del Grupo CTT, anuncia los resultados del segundo informe realizado para conocer el impacto de la pandemia en los hábitos de compra, necesidades y exigencias del comprador. Tras el primer análisis llevado a cabo hace un año, la compañía ha realizado otra encuesta nacional e internacional a consumidores de entre **18 y 60** años para analizar su evolución y obtener una radiografía completa.

Según se desprende de este estudio el número de consumidores que recurre a la compra online, al menos una vez al mes, crece a un ritmo del **11%** anual en nuestro país y ya alcanza al **55%** del total de encuestados por **CTT Express**. Este es uno de los datos más interesantes del nuevo escenario de consumo que cuenta con el respaldo de las últimas cifras publicadas por la CNMC que aseguran que España superó los **12.800 millones de euros** en comercio online, en el tercer trimestre de 2020,

En cuanto a los artículos más demandados por este canal, la ropa (**70%**), la tecnología (**40%**), los productos de belleza y la lectura (**14%**) son, de nuevo, los productos que lideran las compras online.

*“Hace un año vimos cómo el comercio online llegaba a todos los sectores y negocios de todos los tamaños. Se consolidó como una tendencia que permitía la continuidad de la actividad a pesar de las circunstancias. Hoy hemos visto cómo esta tendencia ha llegado para quedarse y se ha asentado entre los consumidores, fomentando nuevas, y mejores, alternativas de compra.”*, asegura **Manuel Molins, director general de CTT Express**.

El sector de la paquetería urgente ha evolucionado hasta consolidarse como la clave estratégica para mejorar la relación empresa-cliente/destinatario. Según afirman el **80%** de los consumidores consultados, la experiencia en el reparto es un condicionante a la hora de volver a comprar en un determinado espacio online. Entre los aspectos más valorados destaca la ausencia de incidencias en el 40%; seguido de un buen canal de comunicación con la empresa de reparto para el 34% y la entrega en 24h para el 30%.

Como afirma **Álvaro Herrera, director de operaciones de CTT Express** *“el proceso de compra no termina hasta*

*que el destinatario recibe correctamente su envío”.*

En esta línea, la capacidad, la fiabilidad y la flexibilidad son pilares esenciales en la estrategia de la compañía para convertirse en socio fundamental del comercio online y de un consumidor que, como señala **Herrera**, *“es capaz de renunciar a una compra, si no llega en un plazo corto de tiempo, como muestran las estadísticas que advierten de este aspecto como el principal motivo de abandono de la pasarela de pago para el 54% de los consumidores”.*

### **Éxito en la primera entrega y puntos de conveniencia**

El aumento del e-commerce y la aparición de nuevos actores en el mercado ha transformado al sector de la paquetería urgente, convirtiéndolo en uno de los más competitivos y exigentes. En especial, en términos de eficacia, innovación y capacidad de adaptación, no solo al mercado, sino a los propios individuos y sus circunstancias concretas.

Precisamente por ello, CTT Express cuenta con un sistema de soporte tecnológico que permite mantener un canal de comunicación fluido con el destinatario, que aumenta el éxito en la primera entrega. Como indican los resultados de la consulta, el **79%** de los encuestados prefiere recibir el aviso 24h antes, frente a un **21%** que asegura preferir recibirlo el mismo día de entrega.

En cuanto a los horarios de entrega, la conciliación y el trabajo en remoto han jugado un papel fundamental. De hecho, resulta interesante el cambio de mentalidad en tan solo un año, con un 6% de los consumidores decantándose por la entrega por la mañana frente al 52% del pasado año, entre otros motivos, por un cambio en el ritmo de vida que ha propiciado que pasemos más tiempo en casa y por tanto el 46% asegura que le es indiferente el horario de entrega.

En cuanto a la localización, se mantiene estable el 79% que elige recibirlo en casa y el creciente interés por el reparto a lo largo de todo el fin de semana (en torno al 40%).

Además, cobran importancia las alternativas eficaces y cómodas como los puntos de conveniencia, que aseguran la entrega en el 100% de los casos. Una tendencia al alza que aporta una amplitud horaria que resulta atractiva para el 39% de las respuestas. *“Resulta curioso que casi el 60% de las respuestas desea que incluso se entregue el paquete a un vecino, en caso de ausencia. De esta manera, los puntos de conveniencia se convierten en una alternativa mucho más segura que nos permite establecer protocolos de entrega eficaces y trazables”* concluye **Herrera**.

Por otro lado, los datos señalan un crecimiento del 5% en el interés de los consumidores por los puntos de conveniencia, alcanzando ya el casi el 10% los que se decantan por esta opción para recibir y realizar sus envíos.

Tras el análisis de la situación, desde la compañía continúan trabajando en su apuesta por la inversión tecnológica tanto en el área operativa, con nuevas capacidades de clasificación y entrega, como en la atención al cliente, con un canal de comunicación fluido con clientes, destinatarios y colaboradores.

### **Sobre CTT EXPRESS.**

CTT Express es, desde 2020, la filial española de paquetería urgente del Grupo CTT, operador postal del correo portugués y que cotiza en bolsa desde 2013. El Grupo CTT, líder del mercado portugués, está presente en los sectores postal, paquetería, banca y retail. Cuenta con 50 centros de distribución propios en toda España y 2.500 puntos de servicio en Portugal, con el objetivo de establecerse como líder en el mercado ibérico del transporte urgente proporcionando cobertura territorial Ibérica (peninsular e insular).

Su estrategia de negocio se basa en la apuesta por la innovación, para incrementar su capacidad, flexibilidad, compromiso con el cliente e índices de calidad de servicio.

En el negocio de la paquetería urgente, el Grupo CTT cuenta con un equipo humano de profesionales y plataformas operativas capaces de realizar más de 60 millones de envíos anuales, y ha sido reconocido con el sello de calidad AENOR.

Más información, en: [www.cttexpress.com](http://www.cttexpress.com)