

INFORME SOBRE EL COMERCIO ELECTRÓNICO
EN ESPAÑA A TRAVÉS DE ENTIDADES DE MEDIOS DE PAGO
(II Trimestre 2009)

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO.....	3
EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN ESPAÑA.....	4
1. EVOLUCIÓN GENERAL.....	4
2. EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN ESPAÑA SEGMENTADO GEOGRÁFICAMENTE SEGÚN EL ORIGEN Y EL DESTINO DE LAS TRANSACCIONES.....	7
2.1. TRANSACCIONES DESDE ESPAÑA CON EL EXTERIOR.....	11
2.2. TRANSACCIONES DESDE EL EXTERIOR CON ESPAÑA.....	13
2.3. TRANSACCIONES DENTRO DE ESPAÑA.....	16

RESUMEN EJECUTIVO

- En el segundo trimestre de 2009, el comercio electrónico en España alcanzó un volumen de negocio de 1.435,1 millones de euros, el 1,4% más que en el mismo trimestre de 2008; con un total de 18,5 millones de operaciones.
- El montante económico generado en el segundo trimestre se distribuyó principalmente entre las siguientes ramas de actividad: agencias de viaje y operadores turísticos (12,2%), el transporte aéreo (10,7%), el marketing directo (8,6%), el transporte terrestre de viajeros (7,1%), los juegos de azar y apuestas (6,0%).

Comercio electrónico desde España con el exterior y viceversa:

- En el segundo trimestre de 2009, el volumen de negocio de las transacciones con origen en España y dirigidas hacia el exterior fue de 646,6 millones de euros, representando el 45,1% del importe total, con 8,7 millones de operaciones. La mayor parte del importe de dichas compras se dirigió a la Unión Europea con 570,9 millones de euros (88,3%) y, en menor medida, a Estados Unidos con 41,1 millones (6,4%) y al área C.E.M.E.A. con 18,6 millones (2,9%).
- El importe de las transacciones realizadas desde el exterior y dirigidas a sitios web españoles fue de 172,7 millones de euros, lo que supuso un 12,0% del volumen de negocio total, con 1,6 millones de operaciones. Las transacciones procedentes de la Unión Europea representaron la mayor parte del importe del volumen de negocio (75,3%), con 130,9 millones de euros, seguidas de las procedentes de Estados Unidos (8,3%), con 14,3 millones de euros, situándose América Latina en tercer lugar con 9,5 millones de euros (5,5%).
- Estas cifras situaron el saldo neto de volumen de negocio con el exterior en una cifra negativa de 441,5 millones de euros.

Comercio electrónico dentro de España:

- La cifra de negocio del comercio electrónico generado en España y dirigido a puntos de venta virtuales dentro del país fue de 615,8 millones de euros, el 42,9% del importe total, con 8,1 millones de operaciones

EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN ESPAÑA

En general, por comercio electrónico se entiende toda compra realizada a través de Internet, cualquiera que sea el medio de pago utilizado. La característica básica del comercio electrónico reside en la orden de compraventa, la cual tiene que realizarse a través de algún medio electrónico, con independencia del mecanismo de pago efectivo.

Para la elaboración del presente informe se ha utilizado como fuente de datos el registro de operaciones de comercio electrónico. Este registro que la CMT mantiene es un censo de las transacciones comerciales electrónicas a través de terminales de punto de venta virtuales, cuyo pago ha sido realizado a través de tarjetas bancarias de pago adscritas a las entidades de pago españolas colaboradoras: Sermepa-Servired, Sistema 4B, Confederación Española de Cajas de Ahorro (CECA-Sistema Euro 6000).

A lo largo del documento, se analizará la evolución del comercio electrónico en España en términos de volumen de negocio y de volumen de transacciones desde distintas perspectivas, poniendo una mayor atención en lo acontecido en el segundo trimestre de 2009.

El presente informe se organiza de la siguiente forma. En el primer apartado, se presentará una visión general de la agregación total del comercio electrónico.

En el siguiente punto, se analizará el comercio electrónico en España segmentado por áreas geográficas: en un primer momento viendo la evolución global en función del origen y el destino de las operaciones y, en los tres subapartados siguientes, analizando en mayor profundidad las operaciones desde España con el exterior, desde el exterior con España y dentro de España.

Además del análisis que aquí se realiza, puede obtenerse información adicional en la nota metodológica que recoge información sobre la base de datos utilizada y su uso, y en el apéndice estadístico, donde puede consultarse de manera más detallada y ampliada la información contenida en este Informe.

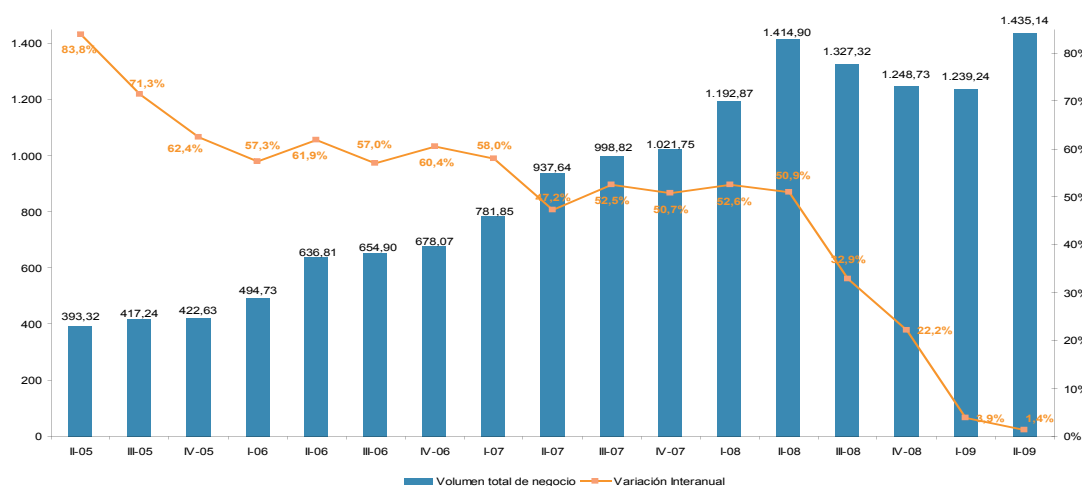
1. EVOLUCIÓN GENERAL

VOLUMEN DE NEGOCIO

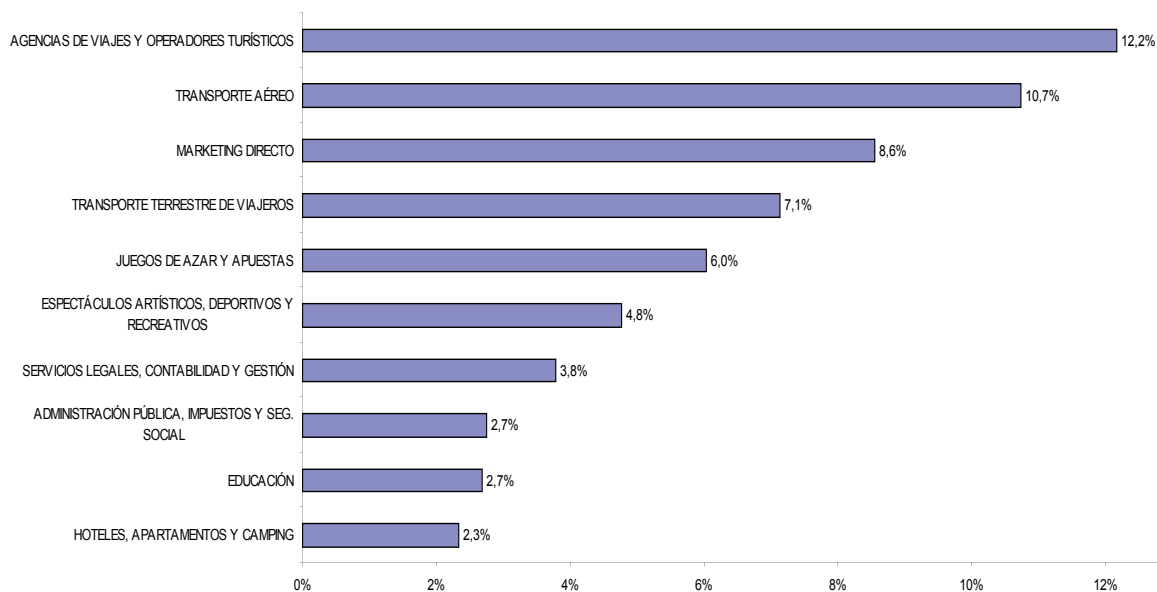
En el segundo trimestre de 2009, los ingresos del comercio electrónico en España alcanzaron los 1.435,1 millones de euros, con un aumento interanual del 1,4%.

Las ramas de actividad con mayor peso en las cifras de ingresos fueron las agencias de viaje y operadores turísticos (12,2%) y el transporte aéreo (10,7%). A continuación, el marketing directo (8,6%), el transporte terrestre de viajeros (7,1%), los juegos de azar y apuestas (6,0%), los espectáculos artísticos, deportivos y recreativos (4,8%) y los servicios legales, contabilidad y gestión (3,8%). Dentro de las diez ramas de actividad de mayor importancia también se encontraron la administración pública, impuestos y seguridad social (2,7%), la educación (2,7%), y, por último los hoteles, apartamentos y camping (2,3%).

1. EVOLUCIÓN TRIMESTRAL DEL VOLUMEN DE NEGOCIO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO Y VARIACIÓN INTERANUAL (millones de euros y porcentaje)



2. LAS DIEZ RAMAS DE ACTIVIDAD CON MAYOR PORCENTAJE DE VOLUMEN DE NEGOCIO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN ESPAÑA (II-09, porcentaje)

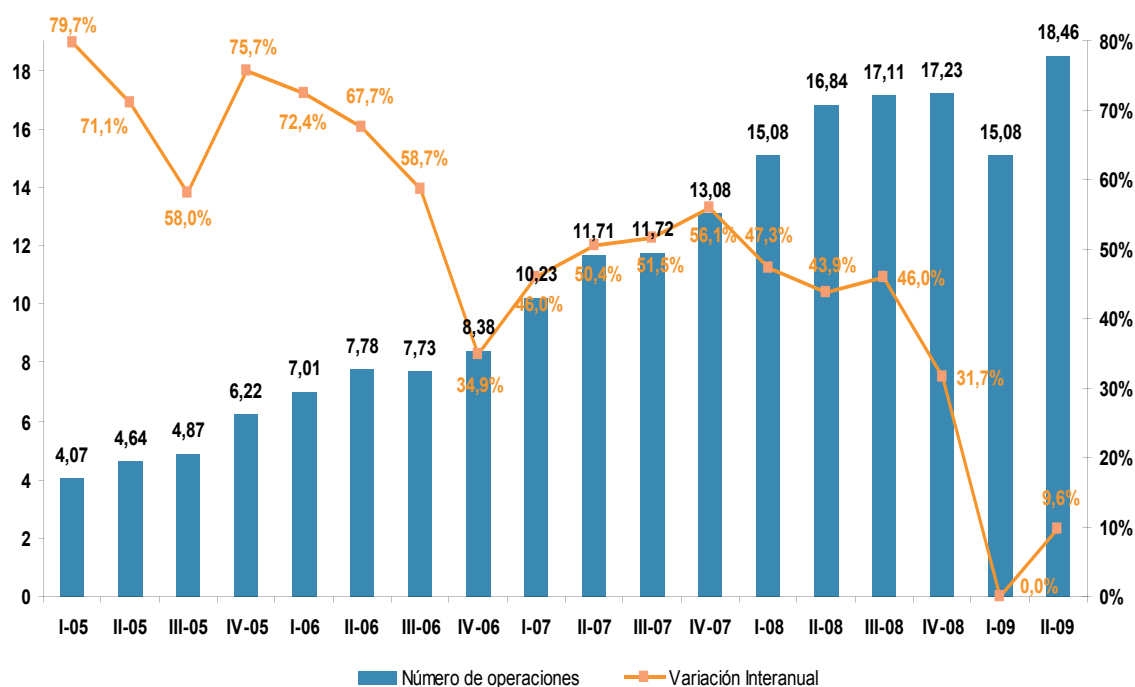


NÚMERO DE TRANSACCIONES

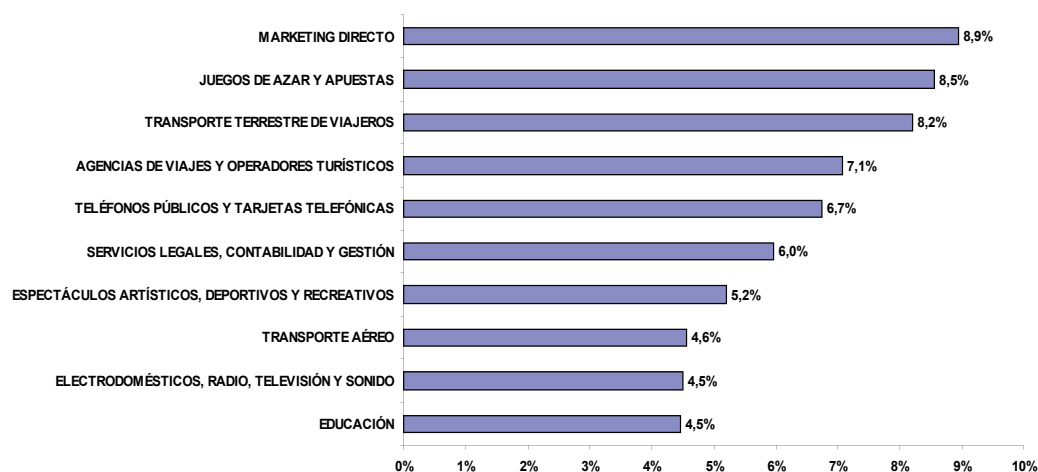
En el segundo trimestre de 2009, la evolución interanual del comercio electrónico medida por el número de operaciones ha sido de 9,6%. En este trimestre se han contabilizado 18,46 millones de transacciones, cambiando la tendencia decreciente que se mostró en el trimestre anterior.

En el primer trimestre de 2009, los juegos de azar y apuestas lideraron la lista de las diez ramas de actividad más relevantes en términos de volumen de transacciones, mientras que en el segundo trimestre del año 2009 la encabeza el marketing directo (8,9%), seguido por los juegos de azar y apuestas (8,5%), el transporte terrestre de viajeros (8,2%), las agencias de viajes y operadores turísticos (7,1%), los teléfonos públicos y tarjetas telefónicas (6,7%) y los servicios legales, contabilidad y gestión (6%). Continuaron la lista los espectáculos artísticos, deportivos y recreativos (5,2%) y el transporte aéreo (4,6%). En último lugar se situaron los electrodomésticos, radio, televisión y sonido y la educación, los dos con un 4,5% del total del volumen de transacciones.

3. EVOLUCIÓN TRIMESTRAL DEL NÚMERO DE TRANSACCIONES DEL COMERCIO ELECTRÓNICO Y VARIACIÓN INTERANUAL (millones de transacciones y porcentaje)



4. LAS DIEZ RAMAS DE ACTIVIDAD CON MAYOR PORCENTAJE DE TRANSACCIONES DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN ESPAÑA (II-09, porcentaje)



2. EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN ESPAÑA SEGMENTADO GEOGRÁFICAMENTE SEGÚN EL ORIGEN Y EL DESTINO DE LAS TRANSACCIONES

VOLUMEN DE NEGOCIO

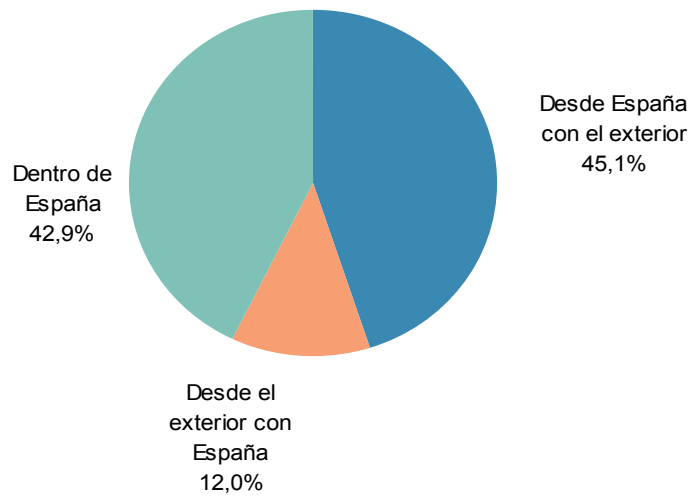
Durante el segundo trimestre de 2009, las transacciones de comercio electrónico de España con el exterior supusieron un 45,1% del volumen de negocio total, mientras que las transacciones desde el exterior con España y dentro de España han representado, respectivamente, un 12% y un 42,9% del volumen de negocio total.

En este trimestre, de las tres segmentaciones geográficas, se obtuvo un aumento en el volumen de negocio, respecto al trimestre anterior, en el comercio electrónico desde España con el exterior del 5,2% y dentro de España del 36,4%. Las operaciones desde el exterior con España apenas mostraron variación.

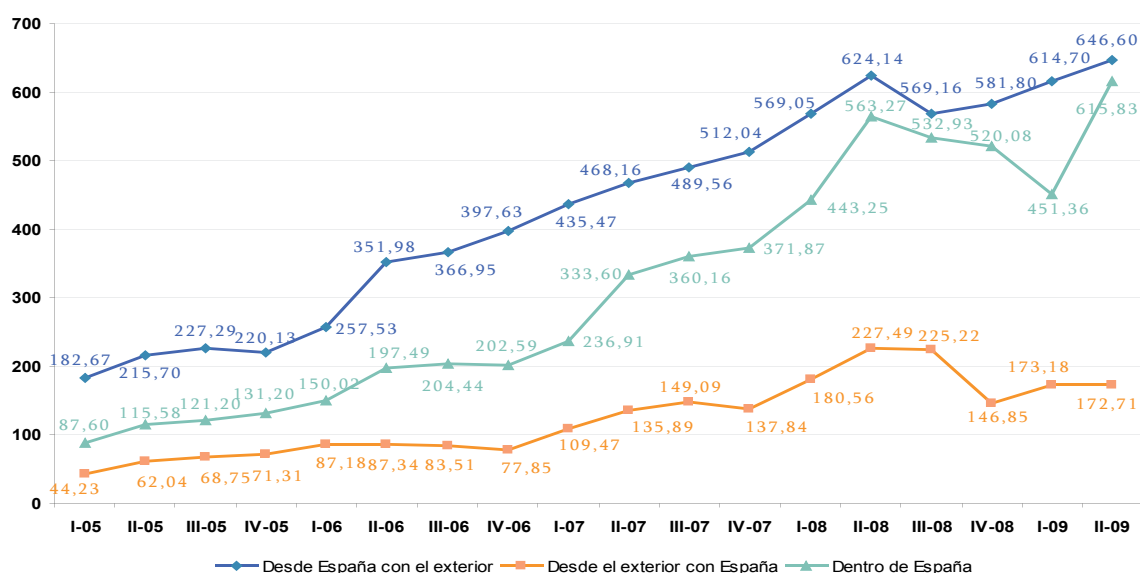
A destacar, las variaciones interanuales del volumen de negocio de las operaciones dentro de España y desde España con el exterior, que muestran un crecimiento positivo de 9,3% y 3,5% respectivamente. El volumen de negocio desde el exterior con España mostró una variación negativa de 31,7%.

Si comparamos lo que nos compran desde el extranjero con lo que compramos fuera, tendremos el saldo neto de volumen de negocio. En este trimestre, siguió siendo negativo, alcanzando la cifra de 473,9 millones de euros.

5. VOLUMEN DE NEGOCIO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO SEGMENTADO GEOGRÁFICAMENTE (II-09, porcentaje)



6. EVOLUCIÓN TRIMESTRAL DEL VOLUMEN DE NEGOCIO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO SEGMENTADO GEOGRÁFICAMENTE (millones de euros)

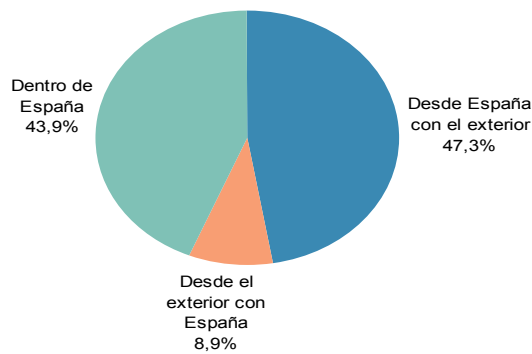


NÚMERO DE TRANSACCIONES

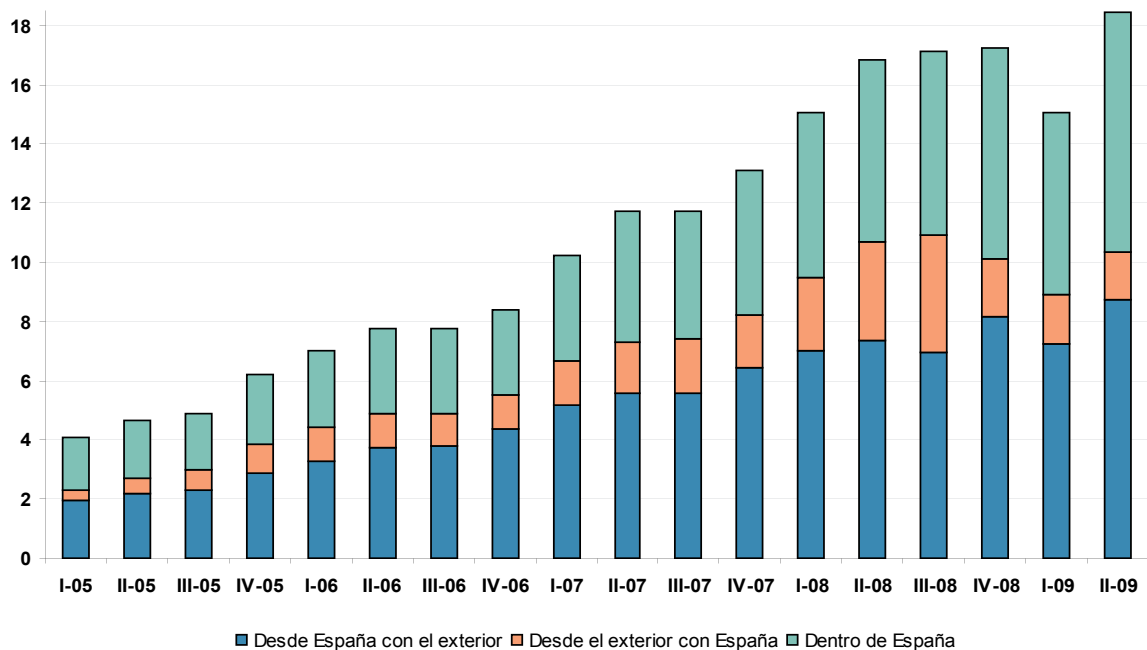
El número de transacciones realizadas durante el segundo trimestre de 2009 siguió la distribución por segmentación geográfica contemplada en el volumen de negocio: es decir, el mayor peso correspondió a las transacciones desde España con el exterior, que representaron el 47,3% del volumen total; en segundo lugar, el comercio dentro de España, con un 43,9% y, en tercero, las transacciones desde el exterior con España, con un 8,9%.

Respecto al comportamiento del volumen total de transacciones en comparación con el primer trimestre del año 2009, dos de los tres segmentos registraron una variación ascendente. En concreto, las operaciones de España con el exterior y las operaciones dentro de España aumentaron un 20,8% y 31,5% respecto al trimestre anterior. Por el contrario las operaciones del exterior con España registraron un descenso del 3,3%.

7. NÚMERO DE TRANSACCIONES DEL COMERCIO ELECTRÓNICO SEGMENTADO GEOGRÁFICAMENTE (II 09, porcentaje)



8. EVOLUCIÓN TRIMESTRAL DE LAS TRANSACCIONES DE COMERCIO ELECTRÓNICO SEGMENTADO GEOGRÁFICAMENTE (millones de transacciones)



2.1 TRANSACCIONES DESDE ESPAÑA CON EL EXTERIOR

El volumen de negocio de las transacciones con origen en España y dirigidas hacia el exterior fue de 646,6 millones de euros, representando el 45,1% del total, con un aumento interanual del 3,6%.

La Unión Europea, como viene ocurriendo en todos los trimestres, fue el destino preferido para realizar compras en el extranjero. El volumen de negocio alcanzó la cifra de 570,9 millones de euros, lo que representó un 88,3% del total. Esta zona geográfica vio ascender su volumen de negocio con respecto al trimestre anterior un 5,3%.

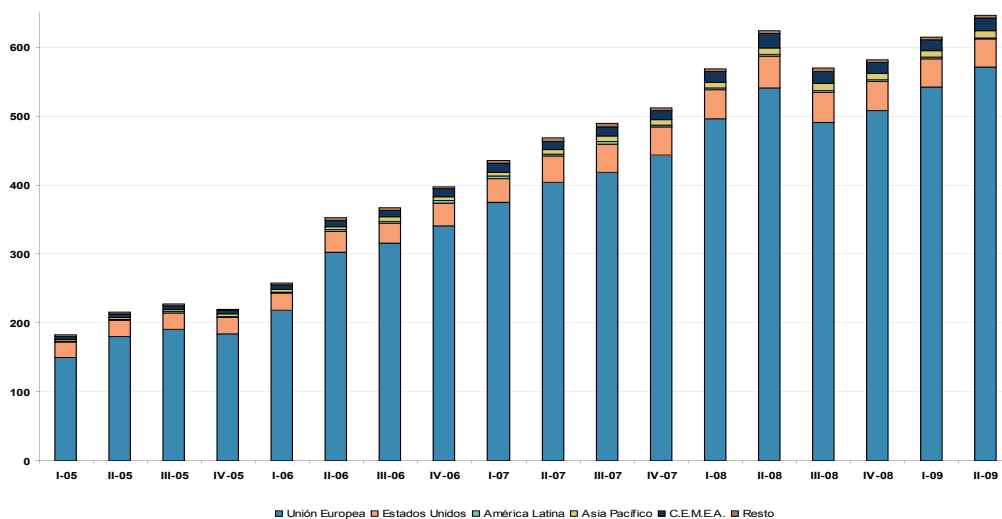
Los Estados Unidos, igual que en los últimos trimestres, fue el segundo destino elegido por los consumidores españoles, con un volumen de negocio de 41,1 millones de euros y el 6,4% del importe total.

Los países pertenecientes al área C.E.M.E.A. (países de Europa Central, Oriente Medio y África, entre los que se incluyen Suiza, Rusia, Sudáfrica, Turquía y Arabia Saudita) recibieron un total de 18,6 millones de euros, lo que supuso un 2,9% del total del volumen de negocio generado desde España.

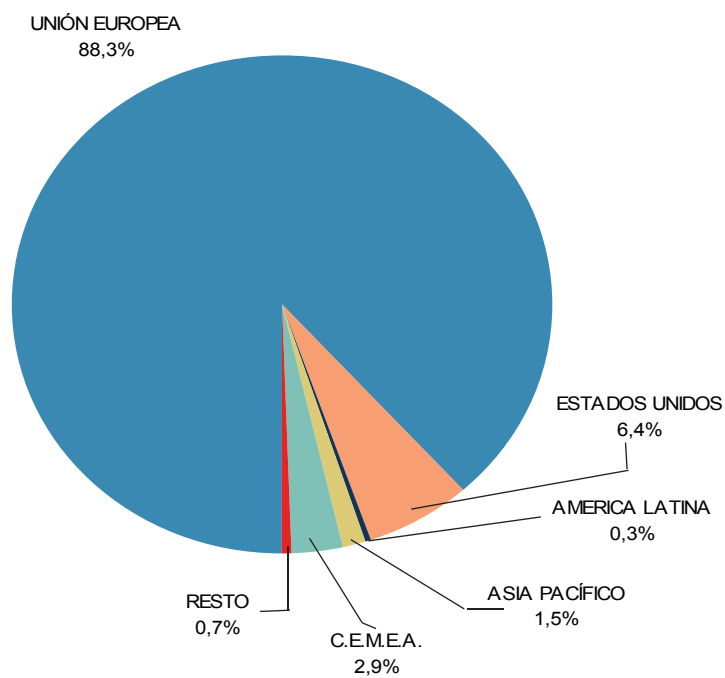
Los mercados de Asia Pacífico y América Latina recibieron el 1,5% y el 0,3% del total del gasto realizado desde España, con un total de 11,6 millones de euros (9,8 y 1,7 millones respectivamente).

Si evaluamos el volumen de negocio de comercio electrónico desde España con el exterior de forma agregada y lo distribuimos por ramas de actividad, obtenemos como resultado que de las diez ramas que obtienen un mayor porcentaje del volumen total, el transporte aéreo (11,2%) y los juegos de azar y apuestas fueron las ramas de actividad más importantes (10,7%), seguidas por los servicios legales, contabilidad y gestión (8,4%), las agencias de viajes y operadores turísticos (6,9%), y el marketing directo (6,7%). A continuación están los ordenadores y programas informáticos (3,9%), los hoteles, apartamentos y camping (2,7%), y la publicidad (2,1%). En la parte inferior del ranking se situaron los electrodomésticos, radio, televisión y sonido (2,0%), y, por último, la educación (2,0%).

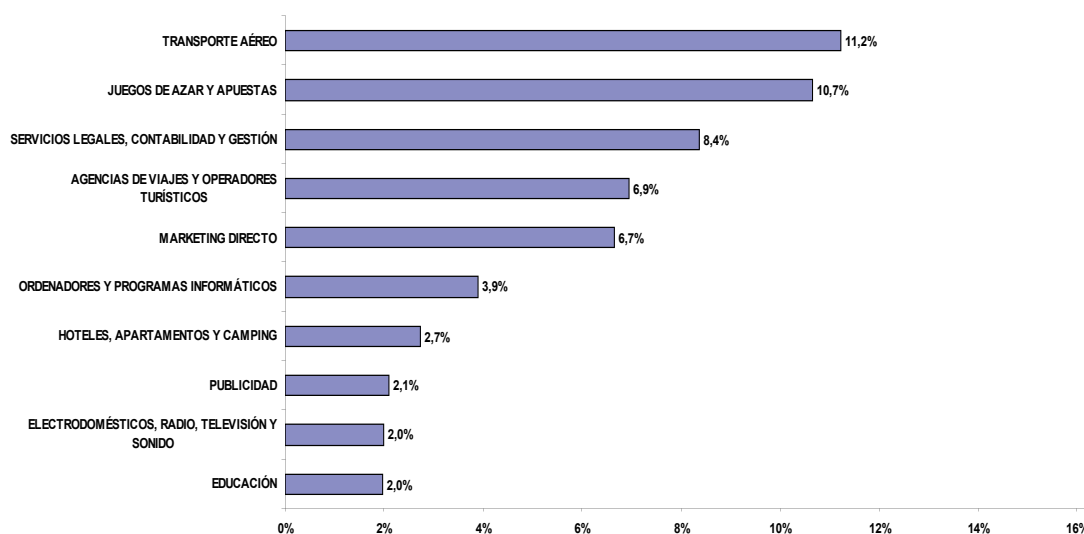
9. VOLUMEN DE NEGOCIO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO DESDE ESPAÑA CON EL EXTERIOR POR ÁREAS GEOGRÁFICAS (millones de euros)



10. DISTRIBUCIÓN DEL VOLUMEN DE NEGOCIO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO DESDE ESPAÑA CON EL EXTERIOR POR ÁREAS GEOGRÁFICAS (II-09, porcentaje)



11. LAS DIEZ RAMAS DE ACTIVIDAD CON MAYOR PORCENTAJE DE VOLUMEN DE NEGOCIO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO DESDE ESPAÑA CON EL EXTERIOR (II-09, porcentaje)



2.2 TRANSACCIONES DESDE EL EXTERIOR CON ESPAÑA

En el segundo trimestre de 2009, el importe de las transacciones desde el exterior con España fue de 172,7 millones de euros, lo que supuso el 12% del total, registrando un descenso interanual del 24,1%.

La Unión Europea y los Estados Unidos fueron las áreas geográficas que demandaron y compraron, de forma electrónica, más bienes de España.

En particular, los países de la Unión Europea (UE-27) gastaron un total de 130,9 millones de euros en nuestro país a través del comercio electrónico, lo que representó un 75,8% del total.

Los ingresos procedentes de los Estados Unidos este trimestre alcanzaron la cifra de 14,3 millones de euros, un 8,3% del total.

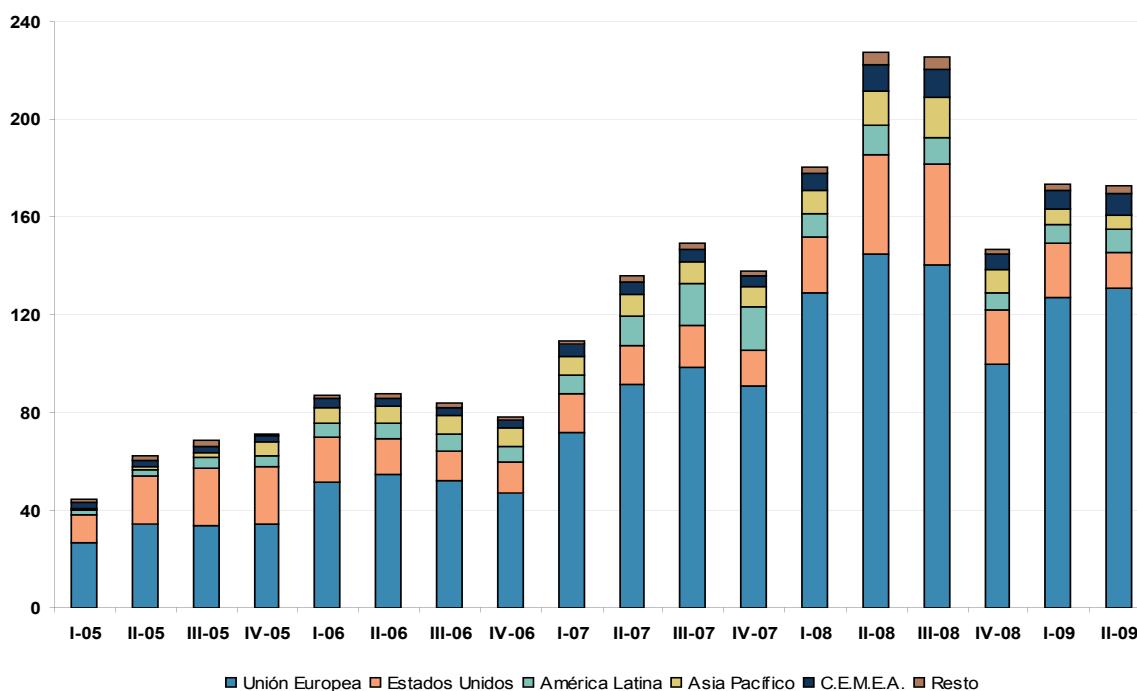
América Latina ostentó el tercer puesto por gasto total realizado vía electrónica en nuestro país con 9,5 millones de euros, un 5,5% del total.

La cuarta región por generación de ingresos para el comercio electrónico español fue el área C.E.M.E.A. con 8,8 millones de euros, lo que supuso el 5,1% del total de ingresos procedentes del exterior.

La quinta región por generación de ingresos para el comercio electrónico español fue el área Asia Pacífico. Esta área experimentó una fuerte contracción del gasto realizado en España. La cifra de gasto total realizado vía electrónica en nuestro país fue de 6,1 millones de euros, el 3,5% del volumen de negocio total.

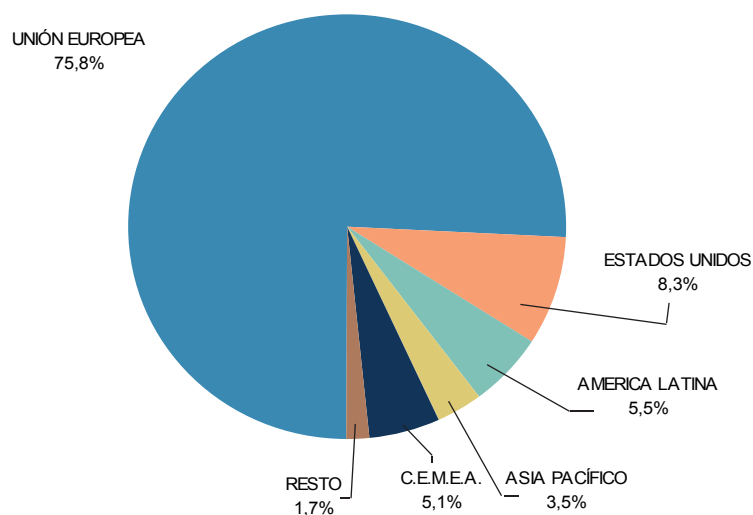
Respecto a las ramas de actividad más favorecidas en términos de volumen de negocio, el sector turístico (que comprende el transporte aéreo, las agencias de viaje y operadores turísticos y los hoteles, apartamentos y camping y el transporte terrestre de viajeros) supuso el 56,9% de los ingresos. En orden de importancia por ingresos, le siguieron la educación (7,4%) el marketing directo (6,6%), los espectáculos artísticos, deportivos y recreativos (3,9%) y los servicios inmobiliarios (1,6%). Cerraron la lista de ramas de actividad más importantes los electrodomésticos, radio, televisión y sonido (1,6%) y la publicidad (1,6%).

12. VOLUMEN DE NEGOCIO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO DESDE EL EXTERIOR CON ESPAÑA POR ÁREAS GEOGRÁFICAS (millones de euros)

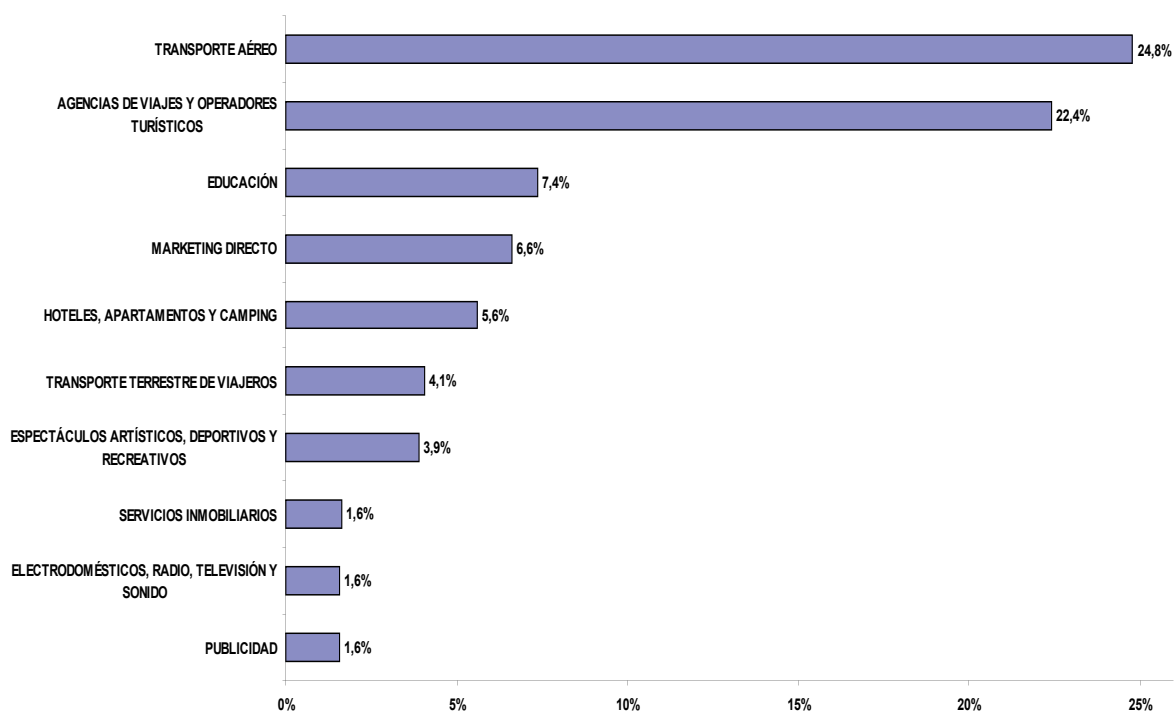


CMT

13. DISTRIBUCIÓN DEL VOLUMEN DE NEGOCIO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO DESDE EL EXTERIOR CON ESPAÑA POR ÁREAS GEOGRÁFICAS (II-09, porcentaje)



14. LAS DIEZ RAMAS DE ACTIVIDAD CON MAYOR PORCENTAJE DE VOLUMEN DE NEGOCIO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO DESDE EL EXTERIOR CON ESPAÑA (II-09, porcentaje)



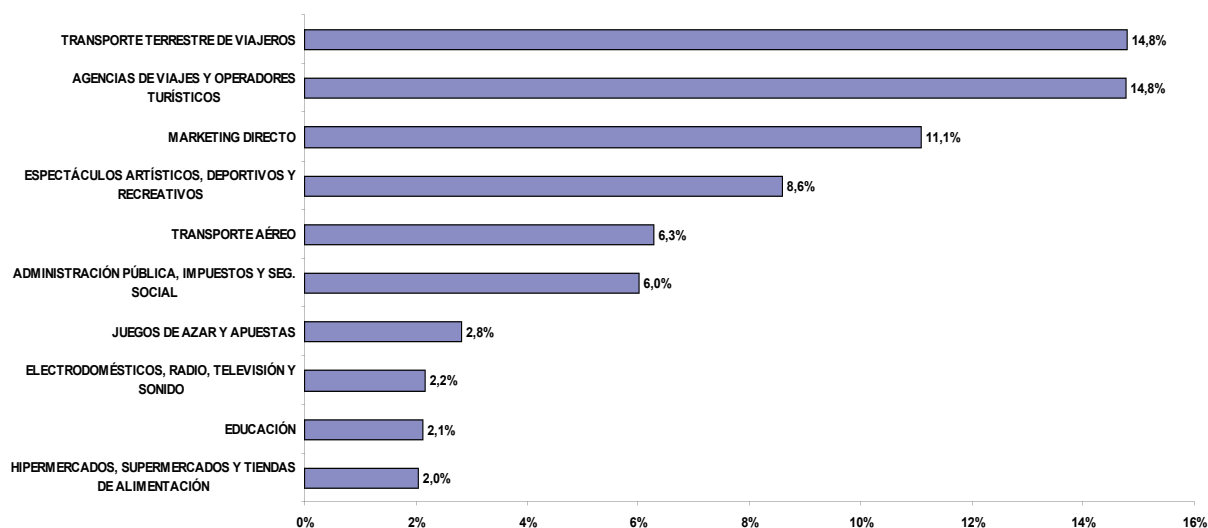
2.3 TRANSACCIONES DENTRO DE ESPAÑA

Los ingresos del comercio electrónico a través de las entidades de medio de pago que se realizaron dentro de España durante el segundo trimestre de 2009 alcanzaron la cifra de 615,8 millones de euros, el 42,9% del total del volumen de negocio y un 9,3% más que en el mismo periodo del año precedente.

El sector turístico, considerado como la agregación del transporte terrestre de viajeros, las agencias de viaje y operadores turísticos, el transporte aéreo y los hoteles, apartamentos y camping (14,8%, 14,8%, 6,3% y 1,0%, respectivamente), constituyó el 36,9% de los ingresos del comercio electrónico dentro de España.

También resultaron relevantes el transporte terrestre de viajeros (14,8%), el marketing directo (11,1%) y los espectáculos artísticos, deportivos y recreativos (8,6%). Cerraron la lista la administración pública, impuestos y seguridad social (6,0%), los juegos de azar y apuestas (2,8%), los electrodomésticos, radio, televisión y sonido (2,2%), la educación (2,1%), y por último, los hipermercados, supermercados y tiendas de alimentación (2,0%).

15. LAS DIEZ RAMAS DE ACTIVIDAD CON MAYOR PORCENTAJE DE VOLUMEN DE NEGOCIO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO DENTRO DE ESPAÑA (II-09, porcentaje)



16. EVOLUCIÓN TRIMESTRAL DE LAS RAMAS DE ACTIVIDAD MÁS SIGNIFICATIVAS POR VOLUMEN DE NEGOCIO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN ESPAÑA (millones de euros)

