

Informe e-commerce

Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones

Informe sobre el comercio
electrónico en España a través de
entidades de medios de pago

Segundo trimestre 2012

CMT

Índice

| | |
|---|----|
| RESUMEN EJECUTIVO | 3 |
| EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN ESPAÑA | 3 |
| 1. EVOLUCIÓN GENERAL | 4 |
| 2. EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN ESPAÑA SEGMENTADO GEOGRÁFICAMENTE SEGÚN EL ORIGEN Y EL DESTINO DE LAS TRANSACCIONES | 6 |
| • 2.1 TRANSACCIONES DESDE ESPAÑA CON EL EXTERIOR | 9 |
| • 2.2 TRANSACCIONES DESDE EL EXTERIOR CON ESPAÑA | 11 |
| • 2.3 TRANSACCIONES DENTRO DE ESPAÑA | 13 |

RESUMEN EJECUTIVO

En el segundo trimestre de 2012, el comercio electrónico en España alcanzó un volumen de negocio de 2.640,8 millones de euros, lo que supone un 13,7% más que en el mismo trimestre de 2011; con un total de 36,7 millones de operaciones.

El montante económico generado en el segundo trimestre se distribuyó principalmente entre las siguientes diez ramas de actividad: las agencias de viajes y operadores turísticos (13,8%), el transporte aéreo (13,8%), el marketing directo (6,5%), el transporte terrestre de viajeros (4,8%), los juegos de azar y apuestas (3,5%), los espectáculos artísticos, deportivos y recreativos (3,4%), la publicidad (3%), y, por último, las prendas de vestir (2,5%), la Administración Pública, impuestos y Seguridad Social (2,5%) y los electrodomésticos, imagen, sonido y descargas musicales (2%).

Comercio electrónico desde España con el exterior y viceversa:

En el segundo trimestre de 2012, el volumen de negocio de las transacciones con origen en España y dirigidas hacia el exterior fue de 1.137,9 millones de euros, representando el 43,1% del importe total, con 19,2 millones de operaciones. La mayor parte del importe de dichas compras se dirigió a la Unión Europea con 1.027,2 millones de euros (90,3%) y en menor medida a Estados Unidos con 49,7 millones (4,4%) y al área C.E.M.E.A.¹ con 39,2 millones (3,4%).

El importe de las transacciones realizadas desde el exterior y dirigidas a sitios web españoles fue de 394,5 millones de euros, lo que supuso un 14,9% del volumen de negocio total, con 3,1 millones de operaciones. Las transacciones procedentes de la Unión Europea representaron la mayor parte del importe del volumen de negocio (77,1%), con 304,2 millones de euros, seguidas de las procedentes del área C.E.M.E.A (6,6%), con 26,0 millones de euros, situándose América Latina en tercer lugar con 25,5 millones de euros (6,5%).

Estas cifras situaron el saldo neto de volumen de negocio con el exterior en un balance negativo de 743,4 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 1.108,4 millones de euros, el 42% del importe total, con 14,4 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.

La metodología que la CMT ha utilizado para el siguiente informe sólo ha tenido en cuenta el comercio electrónico hecho 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). La CMT mantiene un censo de todas las transacciones comerciales electrónicas a través de terminales de punto de venta virtuales, cuyo pago ha sido realizado a través de las redes de medios de pago mencionadas anteriormente².

¹ C.E.M.E.A. es un acrónimo anglosajón que significa los países de Europa Central, Oriente Medio y África.

² Quedan excluidos como medios de pago en este informe la transferencia bancaria, contra reembolso, u otra vía de pago que no sea tarjeta bancaria. Por ejemplo, para medios de pago como PayPal sólo se computarían las transacciones PayPal vinculadas a tarjeta de crédito y no las que estén vinculadas a una cuenta bancaria.

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 atención especial a lo acontecido en el segundo trimestre de 2012.

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.

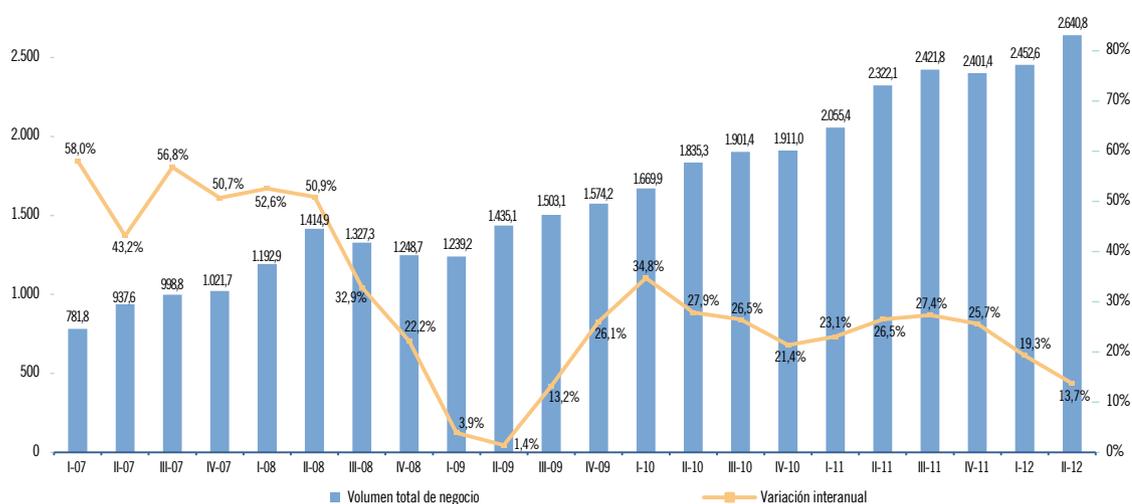
Además del análisis que aquí se realiza, puede obtenerse información adicional en la nota metodológica que recoge información sobre la base de datos utilizada y su uso, y en el apéndice estadístico, donde puede consultarse de manera más detallada y ampliada la información contenida en este Informe.

1. EVOLUCIÓN GENERAL

Volumen de negocio

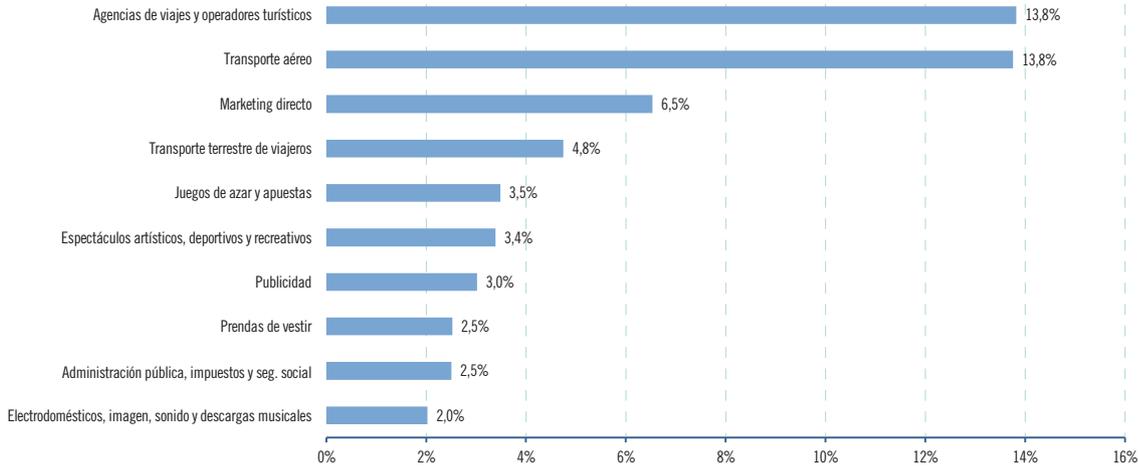
En el segundo trimestre de 2012, los ingresos del comercio electrónico en España alcanzaron los 2.640,8 millones de euros, con un aumento interanual del 13,7%. Las ramas de actividad con mayor peso en las cifras de ingresos fueron las agencias de viajes y operadores turísticos (13,8%), el transporte aéreo (13,8%), el marketing directo (6,5%), el transporte terrestre de viajeros (4,8%), los juegos de azar y apuestas (3,5%), los espectáculos artísticos, deportivos y recreativos (3,4%), la publicidad (3%), y, por último, las prendas de vestir (2,5%), la Administración Pública, impuestos y Seguridad Social (2,5%) y los electrodomésticos, imagen, sonido y descargas musicales (2%).

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



Fuente: CMT

2. LAS DIEZ RAMAS DE ACTIVIDAD CON MAYOR PORCENTAJE DE VOLUMEN DE NEGOCIO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO (II-12, porcentaje)



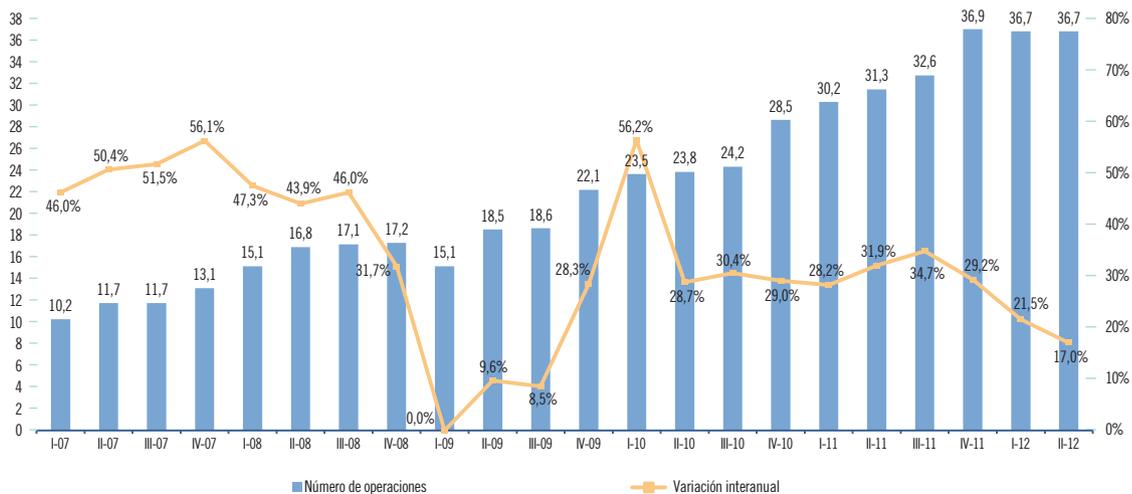
Fuente: CMT

Número de transacciones

En el segundo trimestre de 2012, la evolución interanual del comercio electrónico medida por el número de operaciones ha sido del 17%. En este trimestre se han contabilizado 36,7 millones de transacciones.

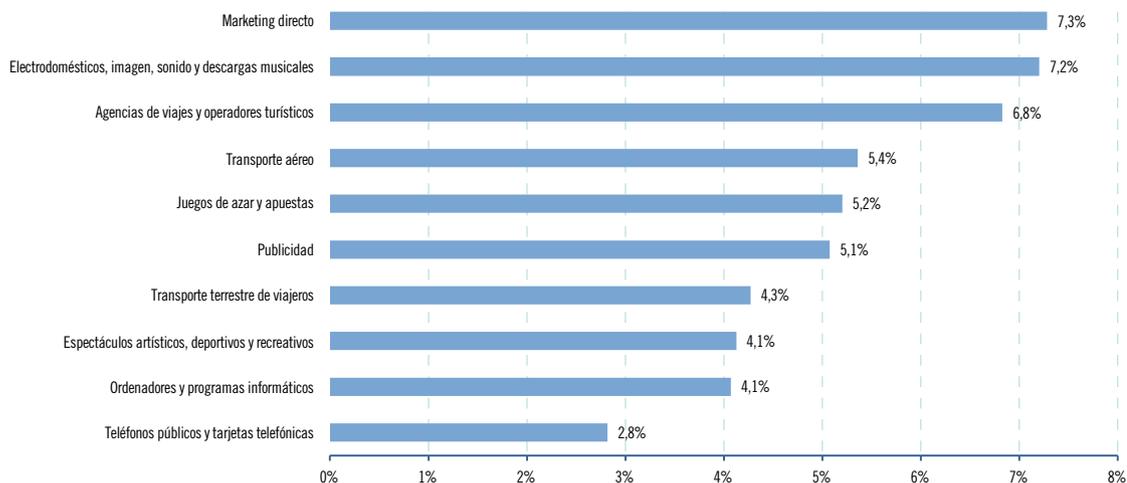
En el segundo trimestre de 2012, el marketing directo con un 7,3% y los electrodomésticos, imagen, sonido y descargas musicales, con el 7,2%, lideraron la lista de las diez ramas de actividad más relevantes en términos de transacciones, seguidos de las agencias de viajes y operadores turísticos (6,8%), del transporte aéreo (5,4%), de los juegos de azar y apuestas (5,2%), y de la publicidad (5,1%). Continuaron la lista el transporte terrestre de viajeros (4,3%), los espectáculos artísticos, deportivos y recreativos (4,1%) junto con los ordenadores y programas informáticos (4,1%). En último lugar, se situaron los teléfonos públicos y tarjetas telefónicas (2,8%).

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



Fuente: CMT

4. LAS DIEZ RAMAS DE ACTIVIDAD CON MAYOR PORCENTAJE DE TRANSACCIONES DEL COMERCIO ELECTRÓNICO (II-12, porcentaje)



Fuente: CMT

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

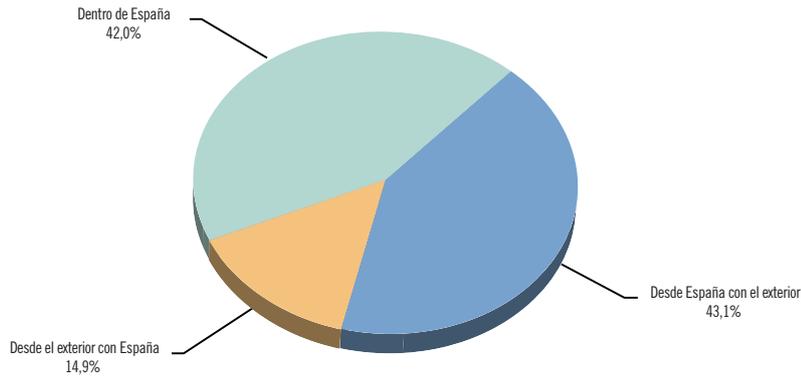
Volumen de negocio

Durante el segundo trimestre de 2012, las transacciones de comercio electrónico dentro de España supusieron un 42% del volumen de negocio total, mientras que las transacciones desde el exterior con España y desde España con el exterior han representado, respectivamente, un 14,9% y un 43,1% del volumen de negocio total.

En este segundo trimestre, se obtuvo un aumento en el volumen de negocio para las tres áreas geográficas respecto al segundo trimestre del año 2011. De este modo, las variaciones interanuales del volumen de negocio de las operaciones dentro de España y desde España con el exterior crecieron un 13,6% y 12,5% respectivamente. A destacar el volumen de negocio desde el exterior con España que mostró un crecimiento del 17,6% interanual.

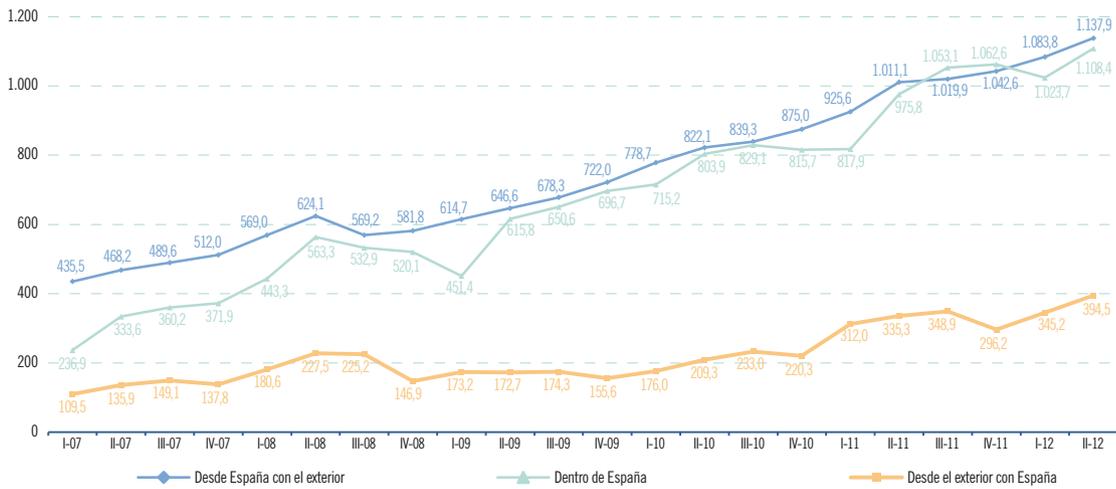
Si comparamos lo que se compra desde el extranjero en sitios webs de España con lo que compramos fuera, tendremos el saldo neto de volumen de negocio. En este trimestre, el déficit alcanzó la cifra de 743,4 millones de euros.

5. VOLUMEN DE NEGOCIO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO SEGMENTADO GEOGRÁFICAMENTE (II-12, porcentaje)



Fuente: CMT

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



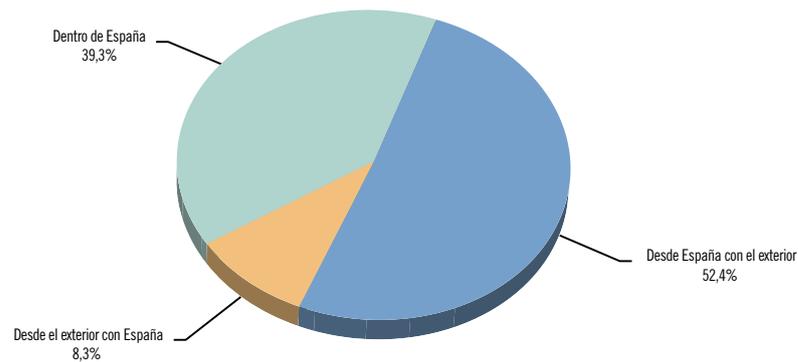
Fuente: CMT

Número de transacciones

Respecto al número de transacciones realizadas durante el segundo trimestre de 2012, siguen la misma distribución geográfica contemplada en el volumen de negocio: el mayor peso correspondió a las transacciones desde España con el exterior, que representaron el 52,4% del volumen total; en segundo lugar, el comercio dentro de España, con un 39,3% y, en tercero, las transacciones desde el exterior con España, con un 8,3%.

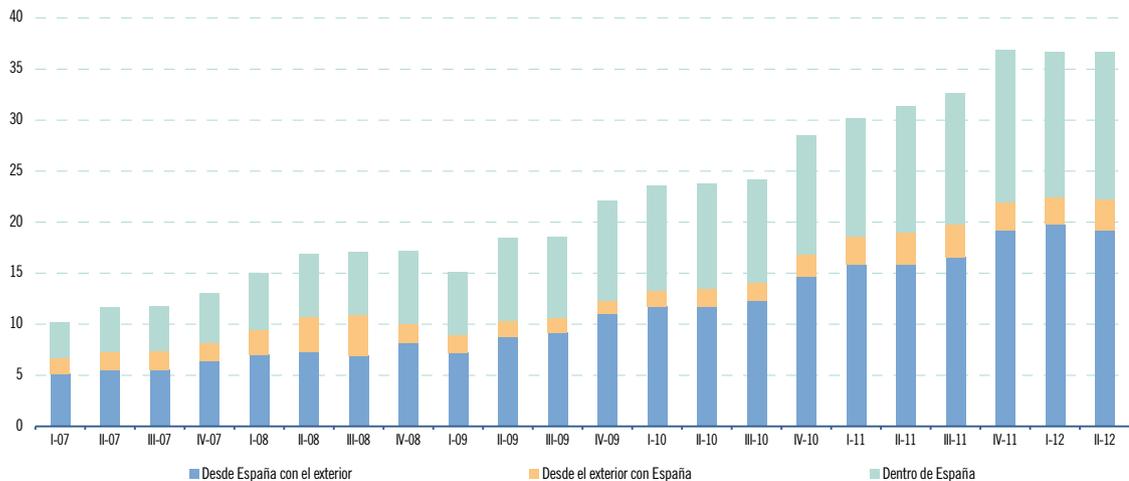
Respecto al comportamiento del volumen total de transacciones en comparación con el mismo trimestre del año anterior dos de los tres segmentos registraron una variación ascendente. En concreto, las operaciones desde España con el exterior crecieron un 21,2% y las operaciones dentro de España aumentaron un 16,3%, mientras que las operaciones desde el exterior con España cayeron un 1,7%.

7. NÚMERO DE TRANSACCIONES DEL COMERCIO ELECTRÓNICO SEGMENTADO GEOGRÁFICAMENTE (II-12, porcentaje)



Fuente: CMT

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



Fuente: CMT

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 1.137,9 millones de euros, representando el 43,1% del total, con un aumento interanual del 12,5%.

La Unión Europea, como viene ocurriendo en los pasados trimestres, fue el destino preferido para realizar compras en el extranjero. El volumen de negocio alcanzó la cifra de 1.027,2 millones de euros, lo que representó un 90,3% del total.

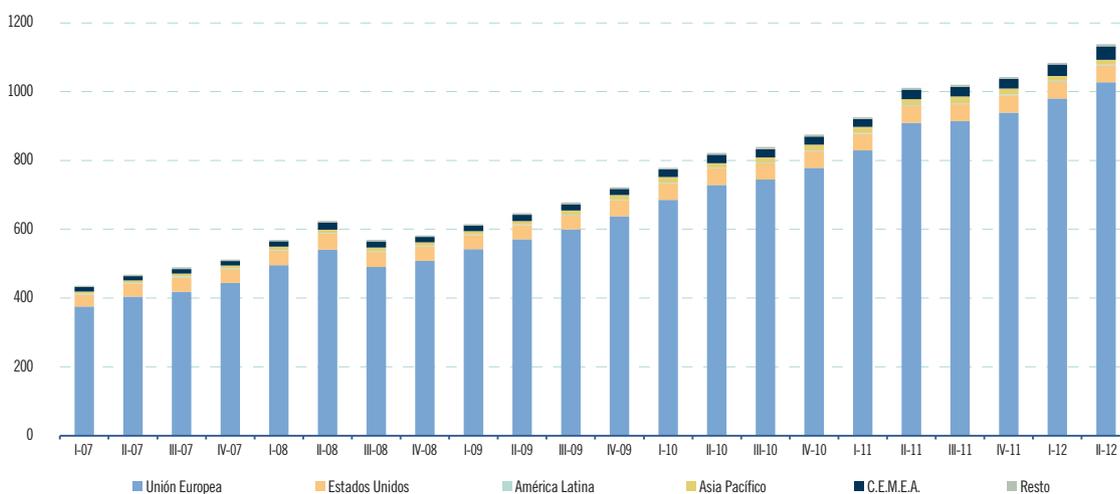
Los Estados Unidos, igual que en los últimos trimestres, fue el segundo destino elegido por los consumidores españoles, con un volumen de negocio de 49,7 millones de euros y el 4,4% del importe total.

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 39,2 millones de euros, lo que supuso un 3,4% del total del volumen de negocio generado desde España.

Los mercados de Asia Pacífico y América Latina recibieron el 1,1% y el 0,3% del total del gasto realizado desde España, con un total de 15,8 millones de euros (12,9 y 2,9 millones respectivamente).

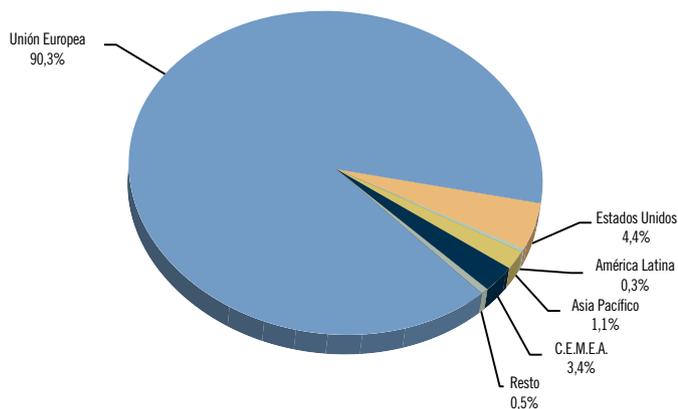
Si evaluamos el volumen de negocio de comercio electrónico desde España con el exterior de forma agregada y lo distribuimos por ramas de actividad, obtenemos como resultado que de las diez ramas que obtienen un mayor porcentaje del volumen total, el transporte aéreo está a la cabeza (12,5%), seguido de los juegos de azar y apuestas (7,5%), las agencias de viajes y operadores turísticos (6,4%), el marketing directo (6%) y las prendas de vestir (3,6%). A continuación está la publicidad (3,1%), los ordenadores y programas informáticos (2,9%), otro comercio especializado en alimentación (2,5%), los electrodomésticos, imagen, sonido y descargas musicales (2,1%) y, en la parte inferior del ranking, se situaron los hoteles y alojamientos similares (1,8%).

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



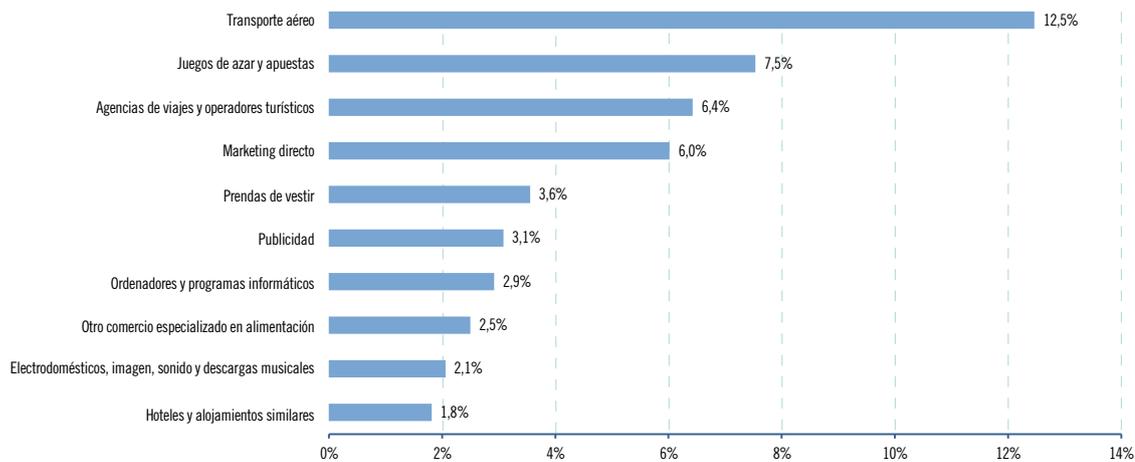
Fuente: CMT

10. VOLUMEN DE NEGOCIO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO DESDE ESPAÑA CON EL EXTERIOR POR ÁREAS GEOGRÁFICAS (II-12, porcentaje)



Fuente: CMT

11. LAS DIEZ RAMAS DE ACTIVIDAD CON MAYOR PORCENTAJE DE VOLUMEN DE NEGOCIO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO DESDE ESPAÑA CON EL EXTERIOR (II-12, porcentaje)



Fuente: CMT

2.2. TRANSACCIONES DESDE EL EXTERIOR CON ESPAÑA

En el segundo trimestre de 2012, el importe de las transacciones desde el exterior con España fue de 394,5 millones de euros, lo que supuso el 14,9% del total, registrando un incremento interanual del 17,6%.

La Unión Europea fue el área geográfica que compró, de forma electrónica, más bienes de España. En particular, los países de la Unión Europea (UE-27) gastaron un total de 304,2 millones de euros en nuestro país a través del comercio electrónico, lo que representó un 77,1% del total.

El área C.E.M.E.A. ostentó el segundo puesto por gasto total realizado vía electrónica en nuestro país con 26 millones de euros, un 6,6% del total.

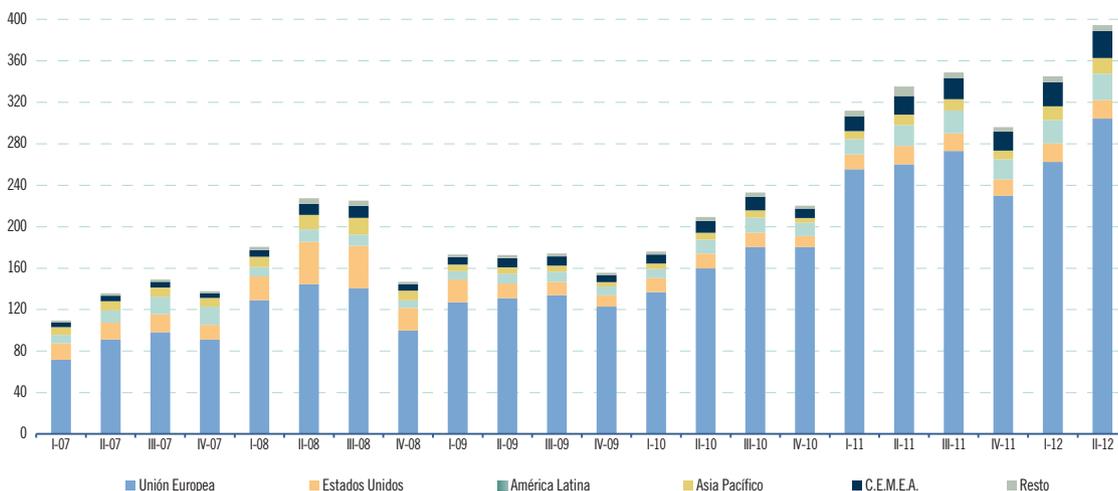
Los ingresos procedentes de América Latina, con 25,5 millones de euros, supusieron el 6,5% del total de ingresos procedentes del exterior.

La cuarta región por generación de ingresos para el comercio electrónico español fueron los Estados Unidos, que este trimestre alcanzaron la cifra de 17,9 millones de euros, un 4,5% del total.

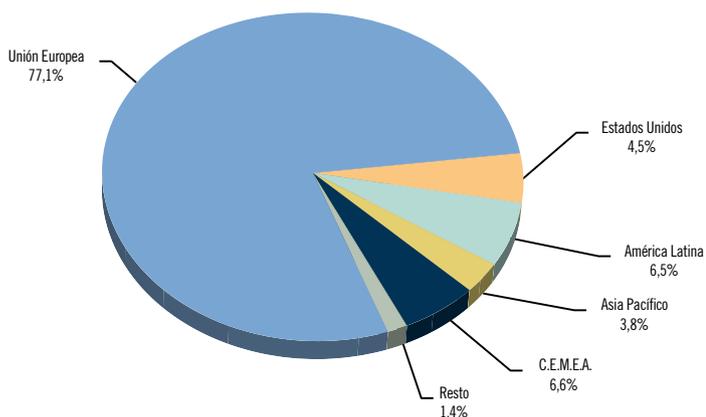
La quinta región por generación de ingresos para el comercio electrónico español fue el área Asia Pacífico. La cifra de gasto total realizado vía electrónica en nuestro país fue de 15,1 millones de euros y el 3,8% del volumen de negocio total.

Respecto a las ramas de actividad más favorecidas en términos de volumen de negocio, el sector turístico (que comprende las agencias de viaje y operadores turísticos, el transporte aéreo, los hoteles y alojamientos similares y el transporte terrestre de viajeros) supuso el 58,4% de los ingresos. En orden de importancia por ingresos, le siguieron la publicidad (5,7%), el marketing directo (5%) y los espectáculos artísticos, deportivos y recreativos (3,3%). Cerraron la lista de ramas de actividad más importantes los juguetes y artículos de deporte (2,1%), los servicios inmobiliarios (2,1%) y la educación (1,9%).

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

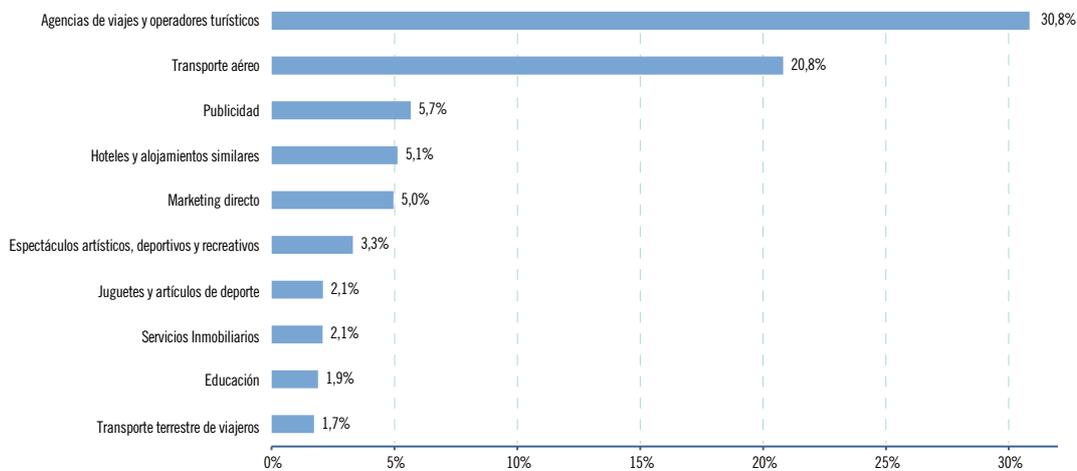


13. DISTRIBUCIÓN DEL VOLUMEN DE NEGOCIO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO DESDE EL EXTERIOR CON ESPAÑA POR ÁREAS GEOGRÁFICAS (II-12, porcentaje)



Fuente: CMT

14. LAS DIEZ RAMAS DE ACTIVIDAD CON MAYOR PORCENTAJE DE VOLUMEN DE NEGOCIO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO DESDE EL EXTERIOR CON ESPAÑA (II-12, porcentaje)



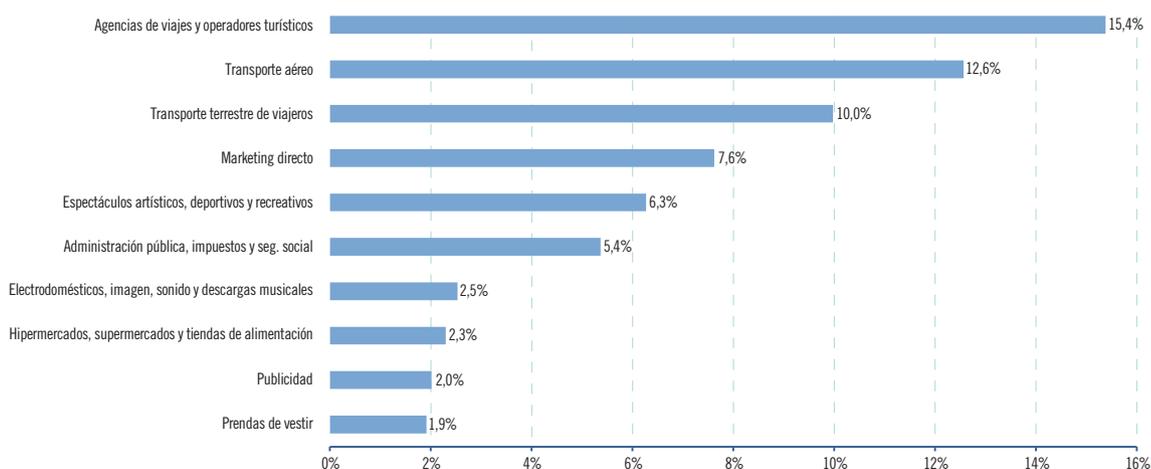
Fuente: CMT

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 2012 alcanzaron la cifra de 1.108,4 millones de euros, el 42% del total del volumen de negocio y un 13,6% más que en el mismo periodo del año precedente.

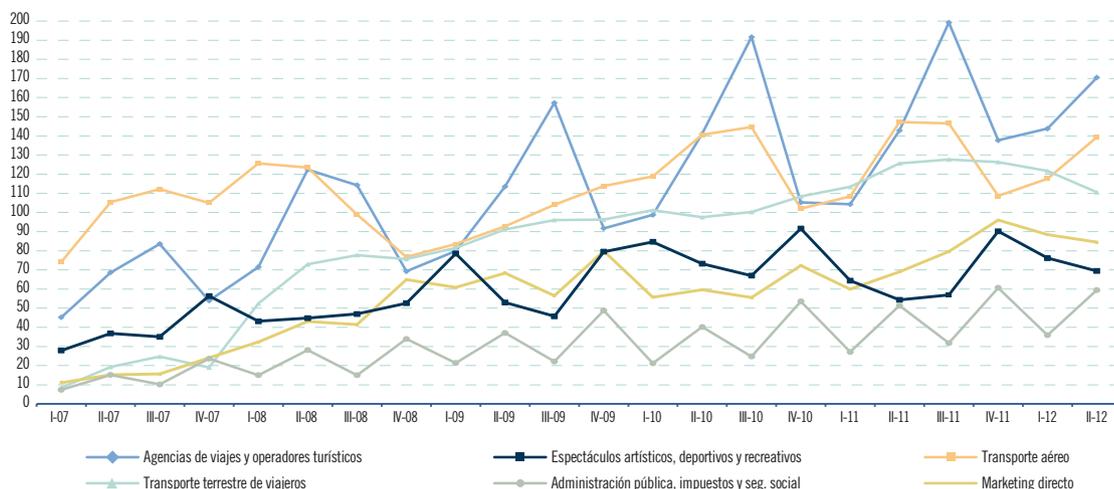
El sector turístico, considerado como la agregación de las agencias de viaje y operadores turísticos, el transporte aéreo, el transporte terrestre de viajeros y los hoteles y alojamientos similares (15,4%, 12,6%, 10% y 0,7% respectivamente), constituyó el 38,7% de los ingresos del comercio electrónico dentro de España. También resultaron relevantes el marketing directo (7,6%), los espectáculos artísticos, deportivos y recreativos (6,3%), la Administración Pública, impuestos y Seguridad Social (5,4%) y los electrodomésticos, imagen, sonido y descargas musicales (2,5%). Cerraron la lista los hipermercados, supermercados y tiendas de alimentación (2,3%), la publicidad (2%) y, por último, las prendas de vestir (1,9%).

15. LAS DIEZ RAMAS DE ACTIVIDAD CON MAYOR PORCENTAJE DE VOLUMEN DE NEGOCIO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO DENTRO DE ESPAÑA (II-12, porcentaje)



Fuente: CMT

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



Fuente: CMT