

INFORME SOBRE EL COMERCIO ELECTRÓNICO
EN ESPAÑA A TRAVÉS DE ENTIDADES DE MEDIOS DE PAGO
(II Trimestre 2010)

ÍNDICE

ACTUALIZACIÓN EN LA METODOLOGÍA.....	3
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

ACTUALIZACIÓN EN LA METODOLOGÍA

En el presente Informe de comercio electrónico, la CMT ha procedido a revisar y actualizar las categorías de actividades y productos correspondientes con los códigos suministrados por los medios de pago (Sermepa-Servired, Sistema 4B y CECA-Sistema Euro 6000) cuando los consumidores compran a través de internet.

Los datos suministrados por las entidades de medios de pago están identificados por un código de actividad o bien por un código específico asignado a determinadas empresas individuales. Hasta ahora la CMT hacía la correspondencia entre estos códigos y la Clasificación Nacional de Actividades Económicas de 1993 (CNAE-1993) ó la Clasificación Estadística de Productos por Actividades de 2002 (CPA-2002). Para reflejar con mayor precisión las actividades económicas actuales, la CMT ha actualizado los códigos de actividades y productos del informe de comercio electrónico de acuerdo a la CNAE-2009 y la CPA-2008. La CMT ha recogido de esta manera las actividades económicas emergentes que no figuraban en los anteriores informes así como ha revisado las antiguas categorías y adaptado a la nueva clasificación de actividades económicas.

RESUMEN EJECUTIVO

- En el segundo trimestre de 2010, el comercio electrónico en España alcanzó un volumen de negocio de 1.835,3 millones de euros, lo que supone un 27,9% más que en el mismo trimestre de 2009; con un total de 23,8 millones de operaciones.
- El montante económico generado en el segundo trimestre se distribuyó principalmente entre las siguientes diez ramas de actividad: el transporte aéreo (16,2%), las agencias de viajes y operadores turísticos (14,1%), el marketing directo (6,6%), el transporte terrestre de viajeros (6,1%), los juegos de azar y apuestas (5,9%), los espectáculos artísticos, deportivos y recreativos (4,7%), educación (2,7%), prendas de vestir (2,6%), la administración pública, impuestos y seguridad social (2,4%) y, por último, los ordenadores y programas informáticos (2,3%).

Comercio electrónico desde España con el exterior y viceversa:

- En el segundo trimestre de 2010, el volumen de negocio de las transacciones con origen en España y dirigidas hacia el exterior fue de 822,0 millones de euros, representando el 44,8% del importe total, con 11,7 millones de operaciones. La mayor parte del importe de dichas compras se dirigió a la Unión Europea con 728,8 millones de euros (89,2%) y en menor medida a Estados Unidos con 48,1 millones (5,7%) y al área C.E.M.E.A. con 24,4 millones (2,2%).
- El importe de las transacciones realizadas desde el exterior y dirigidas a sitios web españoles fue de 209,3 millones de euros, lo que supuso un 11,4% del volumen de negocio total, con 1,8 millones de operaciones. Las transacciones procedentes de la Unión Europea representaron la mayor parte del importe del volumen de negocio (76,6%), con 159,8 millones de euros, seguidas de las procedentes de Estados Unidos (8,3%), con 14,2 millones de euros, situándose América Latina en tercer lugar con 13,4 millones de euros (6,3%).
- Estas cifras situaron el saldo neto de volumen de negocio con el exterior en un balance negativo de 612,8 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 803,9 millones de euros, el 43,8% del importe total, con 10,2 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 anteriormente¹.

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 2010.

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

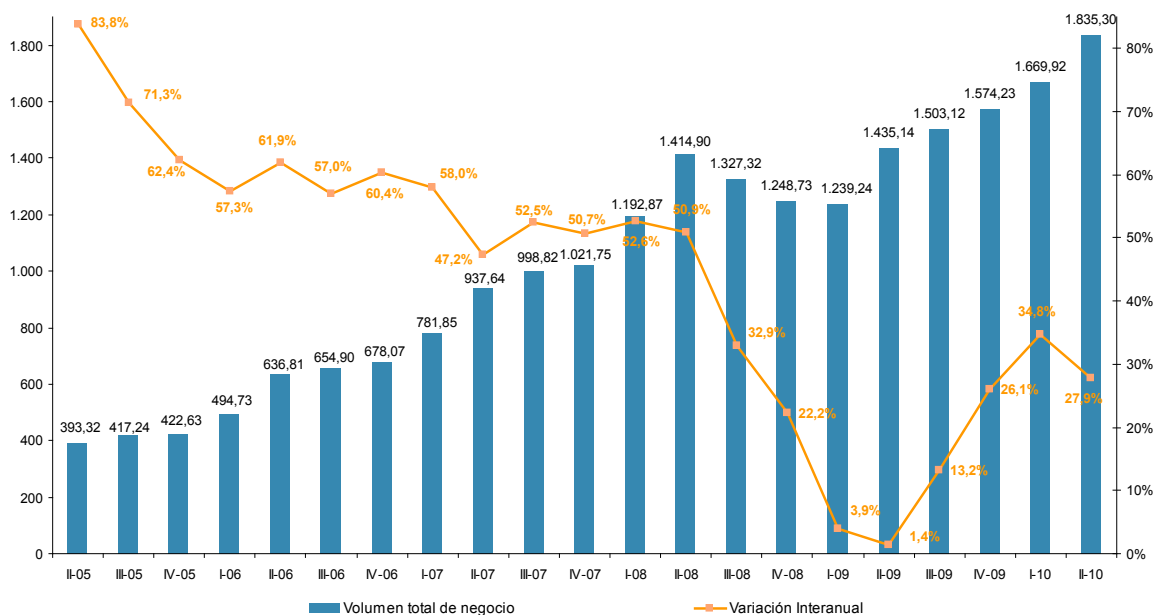
VOLUMEN DE NEGOCIO

En el segundo trimestre de 2010, los ingresos del comercio electrónico en España alcanzaron los 1.835,3 millones de euros, con un aumento interanual del 27,9%. Pese a este nuevo incremento del volumen de ingresos, la tasa de crecimiento interanual se desaceleró respecto al trimestre anterior.

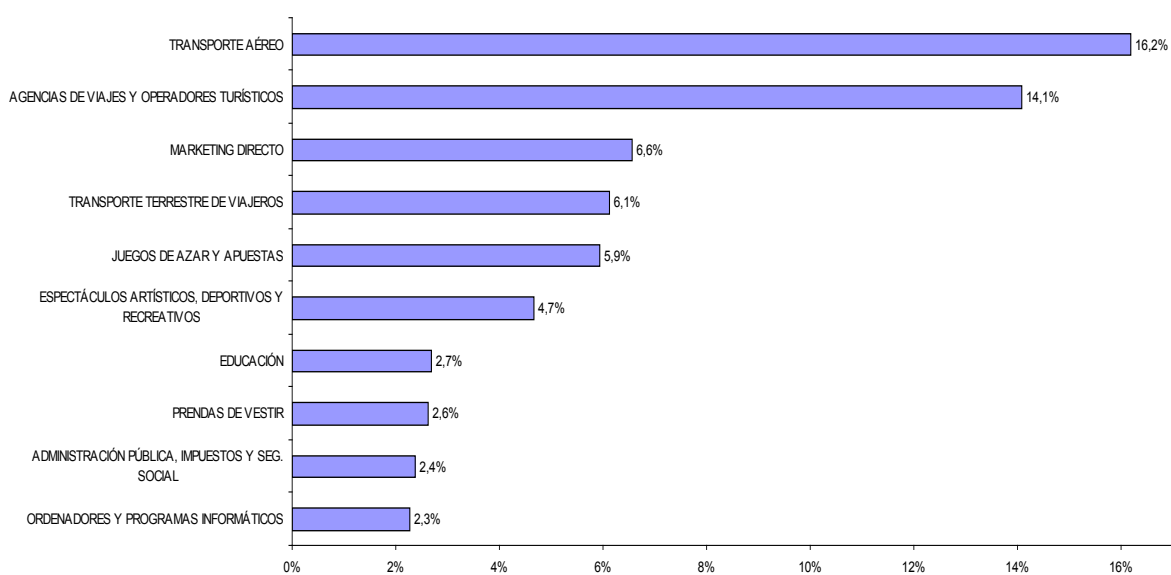
Las ramas de actividad con mayor peso en las cifras de ingresos fueron el transporte aéreo (16,2%), las agencias de viajes y operadores turísticos (14,1%), el marketing directo (6,6%), el transporte terrestre de viajeros (6,1%), los juegos de azar y apuestas (5,9%), los espectáculos artísticos, deportivos y recreativos (4,7%), la educación (2,7%), las prendas de vestir (2,6%), la administración pública, impuestos y seguridad social (2,4%), y, por último, los ordenadores y programas informáticos (2,3%).

¹ 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 Pay Pal sólo se computarían las transacciones Pay Pal vinculadas a la tarjeta de crédito y no las que estén vinculadas a una cuenta bancaria.

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-10, porcentaje)

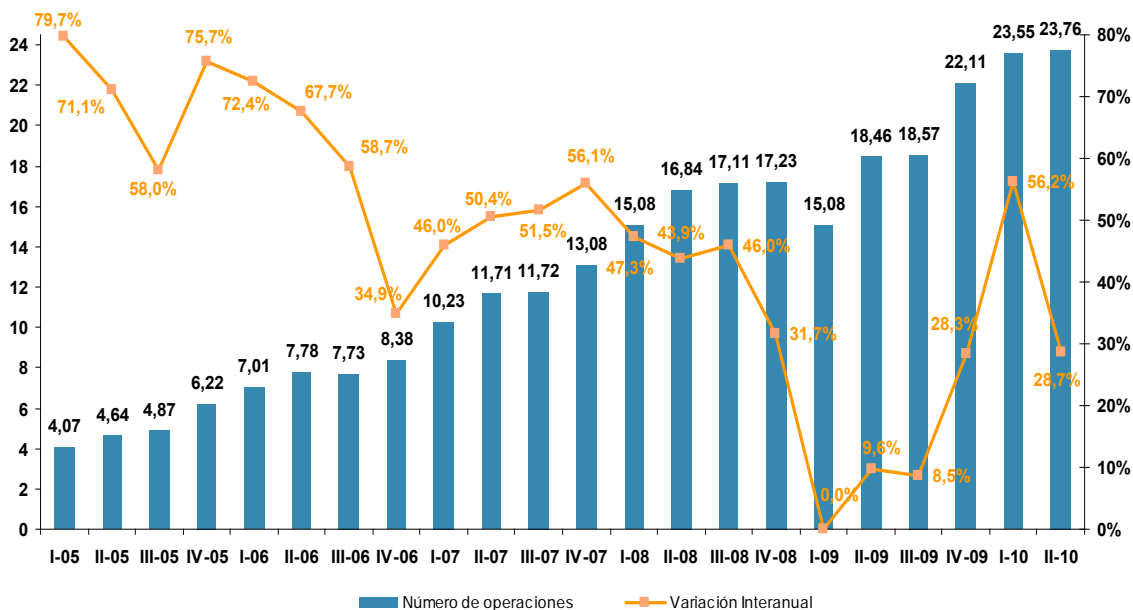


NÚMERO DE TRANSACCIONES

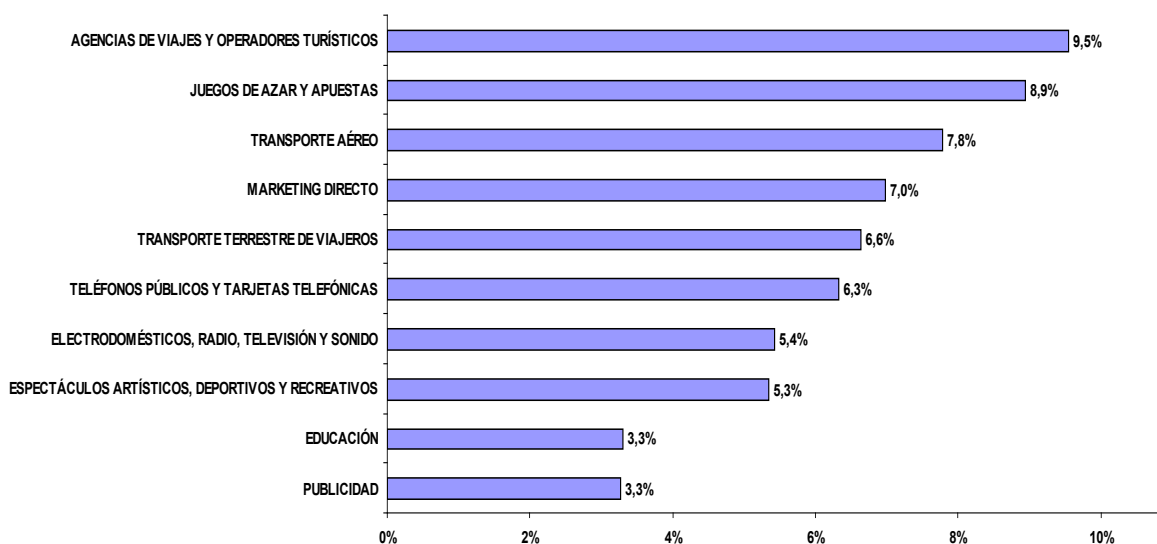
En el segundo trimestre de 2010, la evolución interanual del comercio electrónico medida por el número de operaciones ha sido del 28,7 por ciento. En este trimestre se han contabilizado 23,8 millones de transacciones, lo que implica una desaceleración en la tasa de crecimiento interanual.

En el primer trimestre de 2010, los juegos de azar y apuestas lideraron la lista de las diez ramas de actividad más relevantes en términos de números de transacciones, mientras que en el segundo trimestre del año 2010 la encabezan las agencias de viajes y operadores turísticos (9,5%), seguido los juegos de azar y apuestas (8,9%), el transporte aéreo (7,8%), el marketing directo (7%), el transporte terrestre de viajeros (6,6%), los teléfonos públicos y tarjetas telefónicas (6,3%) y los electrodomésticos, radios, televisión y sonido (5,4%). Continuaron la lista los espectáculos artísticos, deportivos y recreativos (5,3%) y la educación (3,3%). En último lugar se situó la publicidad con un 3,3% 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-10, porcentaje)



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

VOLUMEN DE NEGOCIO

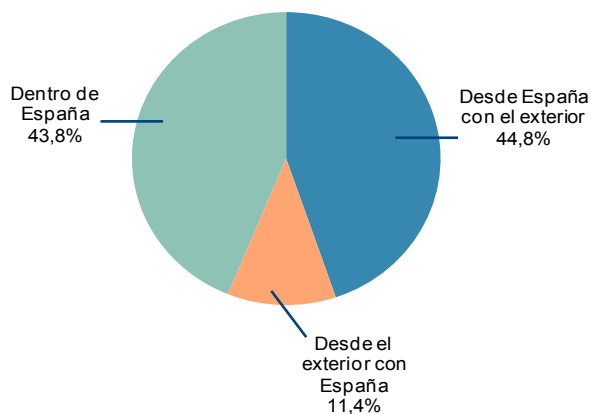
Durante el segundo trimestre de 2010, las transacciones de comercio electrónico desde España con el exterior supusieron un 44,8% del volumen de negocio total, mientras que las transacciones desde el exterior con España y dentro de España han representado, respectivamente, un 11,4% y un 43,8% del volumen 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 5,6% y dentro de España aumentaron, en un 12,4%. Por otro lado, las operaciones desde el exterior a España fueron las que más crecieron, un 19,0% respecto al primer trimestre.

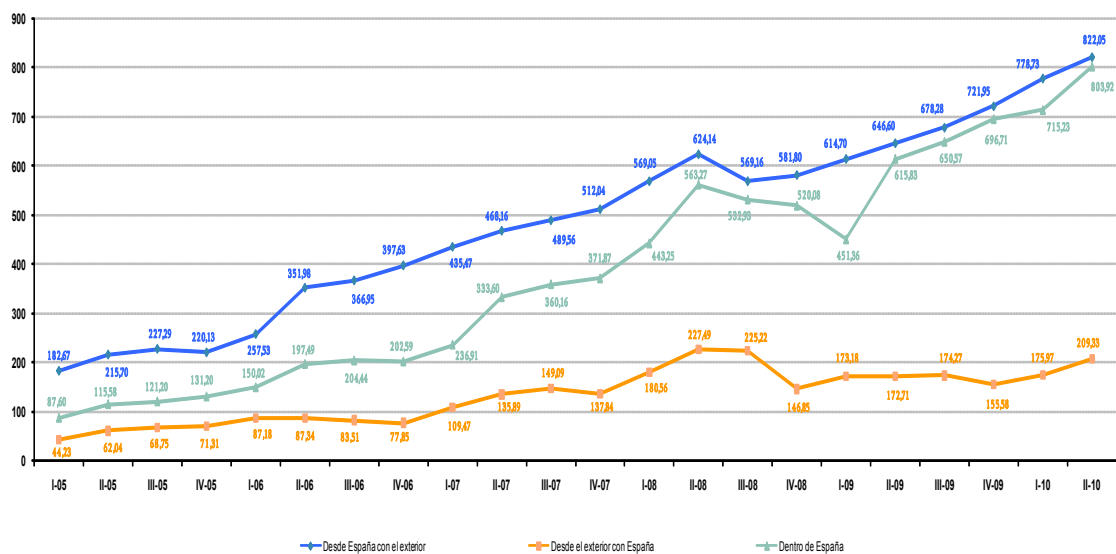
A destacar, las variaciones interanuales del volumen de negocio de las operaciones dentro de España y desde España con el exterior que muestran un fuerte crecimiento, del 30,5% y 27,1% respectivamente. El volumen de negocio desde el exterior con España mostró también un alto crecimiento del 21,2% interanual.

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 siguió en aumento y se mantuvo por encima de la cota de los 600 millones de euros, alcanzando la cifra de 612,8, frente a los 602,8 millones de euros en el primer trimestre de 2010. De este modo, este balance negativo aumentó en un 1,6% en tasa intertrimestral.

5. VOLUMEN DE NEGOCIO DEL COMERCIO SEGMENTADO GEOGRÁFICAMENTE (II-10, porcentaje)



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

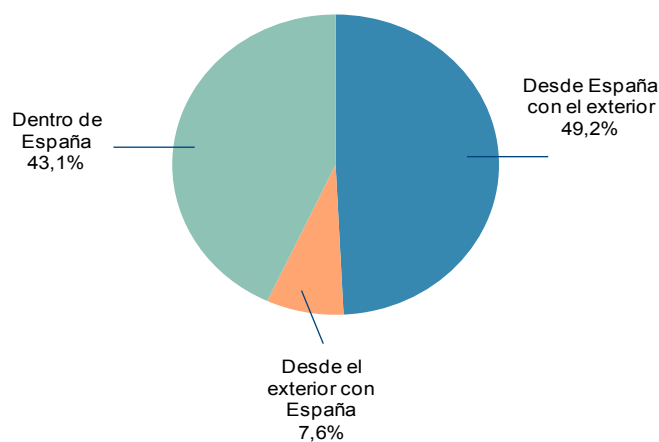


NÚMERO DE TRANSACCIONES

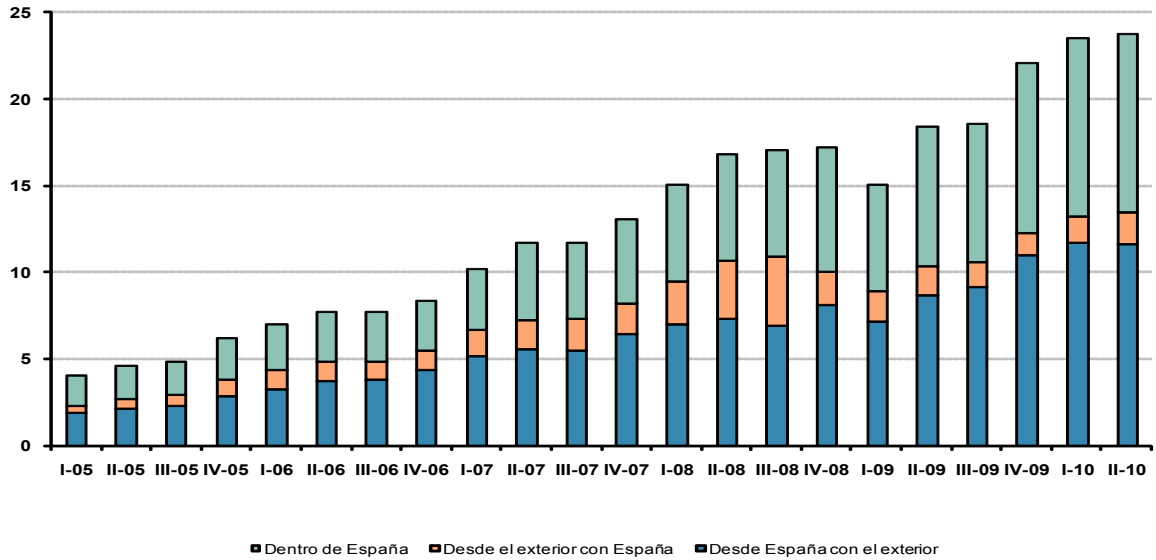
El número de transacciones realizadas durante el segundo trimestre de 2010 siguió la distribución por segmentación geográfica contemplada en el volumen de negocio: es decir, el mayor peso correspondió a las transacciones desde España con el exterior, que representaron el 49,2% del volumen total; en segundo lugar, el comercio dentro de España, con un 43,1% y, en tercero, las transacciones desde el exterior con España, con un 7,6%.

Respecto al comportamiento del volumen total de transacciones en comparación con el primer trimestre del año 2010, sólo uno de los tres segmentos registró una variación ascendente. En concreto, las operaciones del exterior con España volvieron a crecer, un 18,4%. Mientras, las operaciones de España con el exterior y las operaciones dentro de España cayeron un exiguo 0,3% y 0,4% respecto al trimestre anterior .

7. NÚMERO DE TRANSACCIONES DEL COMERCIO SEGMENTADO GEOGRÁFICAMENTE (II-10, 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 822 millones de euros, representando el 44,8% del total, con un aumento interanual del 27,1%.

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 728,8 millones de euros, lo que representó un 88,7% del total. Esta zona geográfica vio ascender su volumen de negocio con respecto al trimestre anterior un 6,3%.

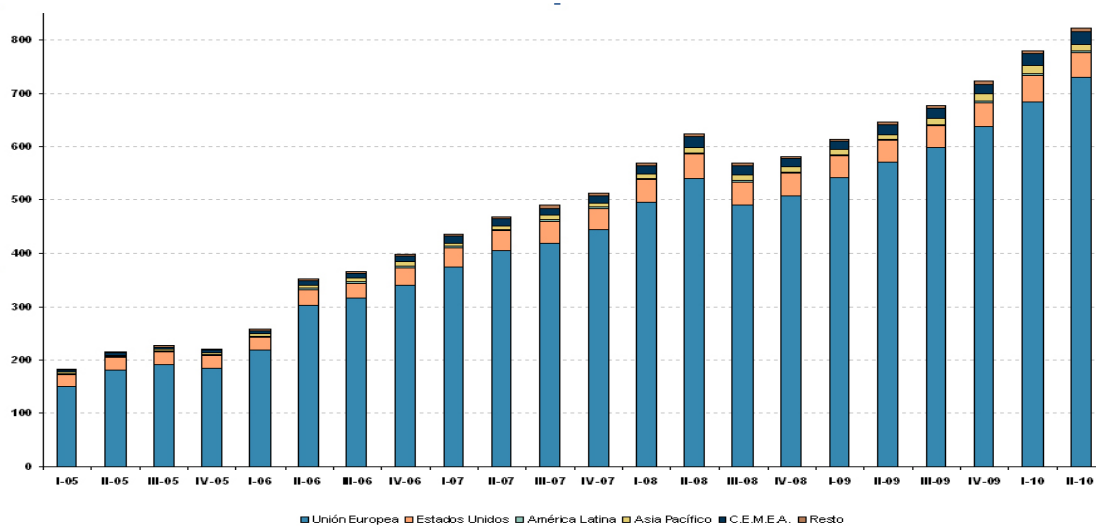
Los Estados Unidos, igual que en los últimos trimestres, fue el segundo destino elegido por los consumidores españoles, con un volumen de negocio de 48,9 millones de euros y el 5,8% del importe total.

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 24,4 millones de euros, lo que supuso un 3% del total del volumen de negocio generado desde España.

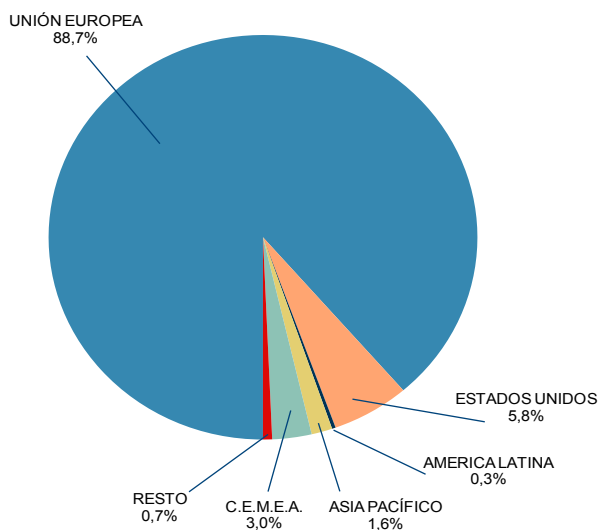
Los mercados de Asia Pacífico y América Latina recibieron el 1,6% y el 0,3% del total del gasto realizado desde España, con un total de 15,2 millones de euros (13,0 y 2,2 millones respectivamente).

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 fueron la rama de actividad más importante (12%), seguido por los juegos de azar y apuestas (10,6%), las agencias de viajes y operadores turísticos (6,6%), el marketing directo (5,9%), los ordenadores y programas informáticos (4,3%) y la educación (3%). A continuación está la publicidad (2,3%) y los electrodomésticos, radio, televisión y sonido (2,1%). En la parte inferior del ranking se situaron los teléfonos públicos y tarjetas telefónicas (1,9%) y, por último, los hoteles, alquiler de automóviles (1,6%).

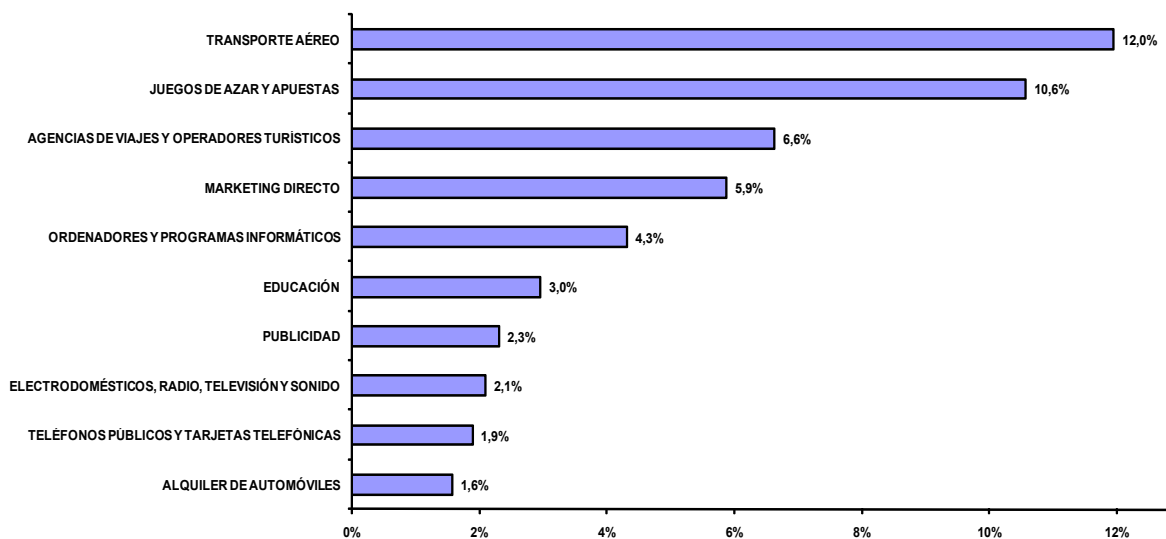
9. VOLUMEN DE NEGOCIO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO DESDE ESPAÑA CON EL EXTERIOR POR ÁREAS GEOGRÁFICAS (millones de euros)



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



11. LAS DIEZ RAMAS DE ACTIVIDAD CON MAYOR PORCENTAJE DE VOLUMEN DE NEGOCIO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO DESDE ESPAÑA CON EL EXTERIOR (II-10, porcentaje)



2.2 TRANSACCIONES DESDE EL EXTERIOR CON ESPAÑA

En el segundo trimestre de 2010, el importe de las transacciones desde el exterior con España fue de 209,3 millones de euros, lo que supuso el 11,4% del total, registrando un incremento interanual del 21,2%. Este incremento supone una aceleración importante de la tasa interanual respecto al primer trimestre (subió un 1,6% interanual).

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

En particular, los países de la Unión Europea (UE-27) gastaron un total de 159,8 millones de euros en nuestro país a través del comercio electrónico, lo que representó un 76,4% del total.

Los ingresos procedentes de los Estados Unidos este trimestre alcanzaron la cifra de 14,3 millones de euros, un 6,8% del total.

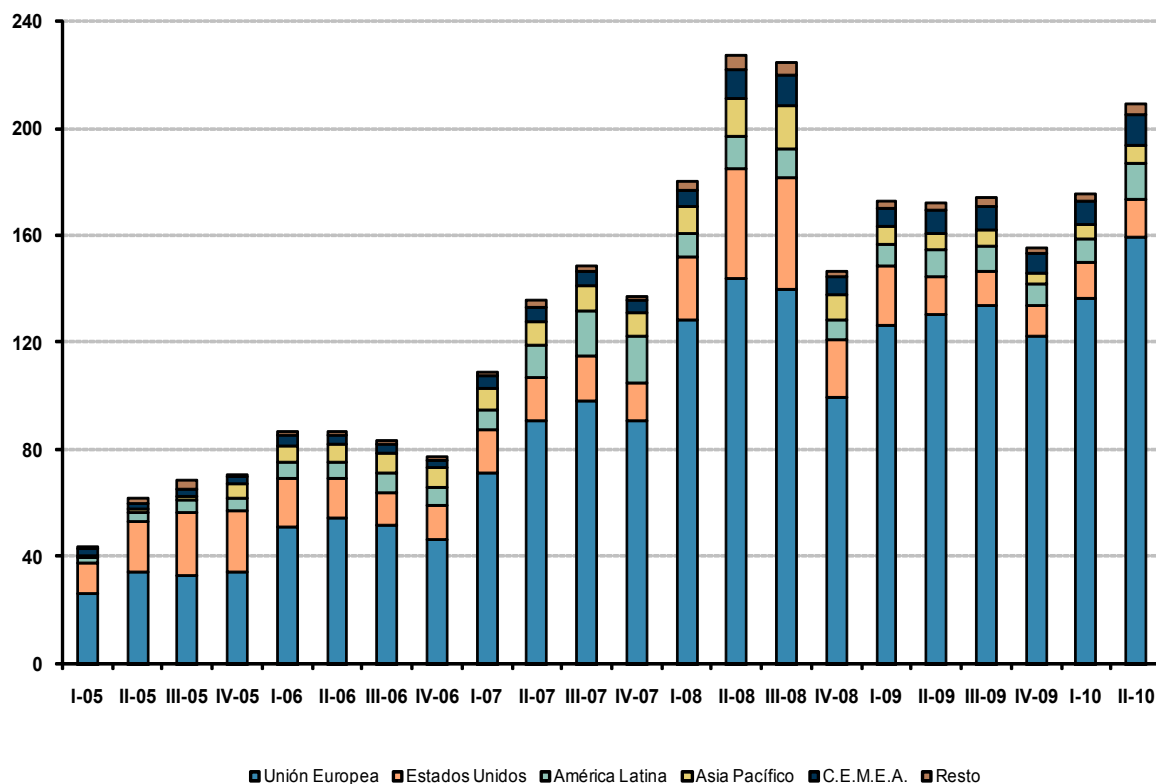
América Latina ostentó el tercer puesto por gasto total realizado vía electrónica en nuestro país con 13,4 millones de euros, un 6,4% del total.

La cuarta región por generación de ingresos para el comercio electrónico español fue el área C.E.M.E.A. con 11,5 millones de euros, lo que supuso el 5,5% del total de ingresos procedentes del exterior.

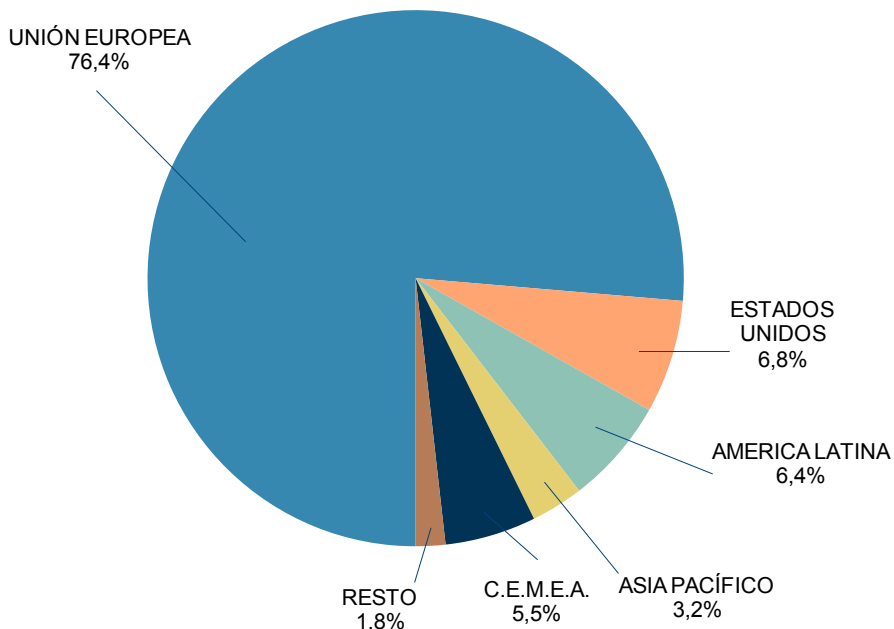
La quinta región por generación de ingresos para el comercio electrónico español fue el área Asia Pacífico. La cifra de gasto total realizado vía electrónica en nuestro país fue de 6,6 millones de euros y el 3,2% del volumen de negocio total.

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 67,6% de los ingresos. En orden de importancia por ingresos, le siguieron el marketing directo (6%), las prendas de vestir (3,6%) y la educación (3,5%). Cerraron la lista de ramas de actividad más importantes los espectáculos artísticos, deportivos y recreativos (3%), la publicidad (2,2%) y el alquiler de automóviles (2%).

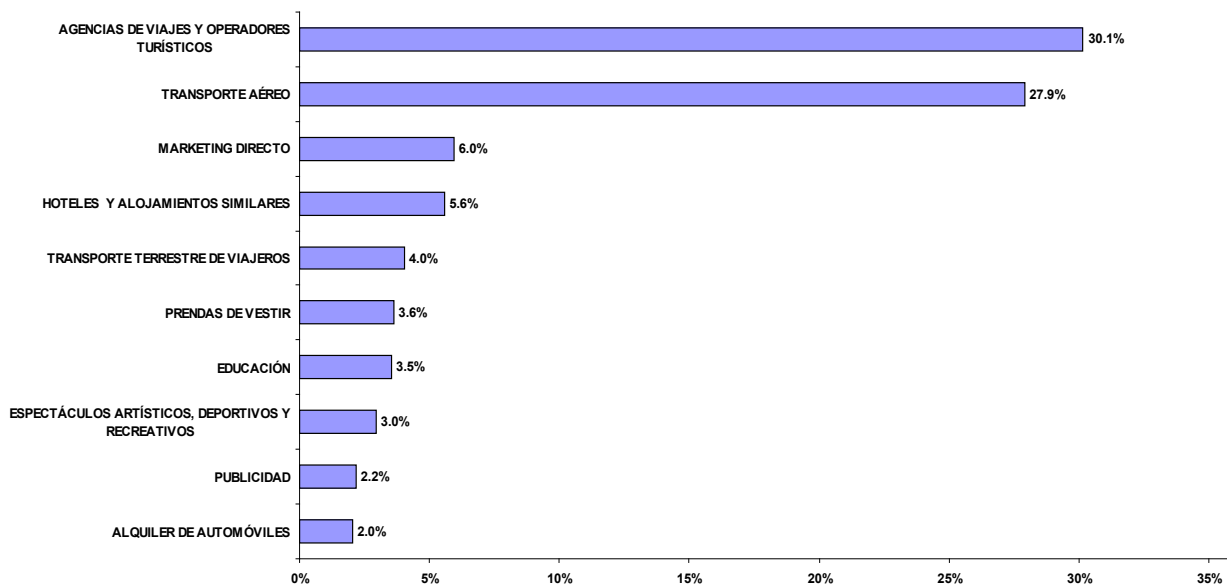
12. VOLUMEN DE NEGOCIO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO DESDE EL EXTERIOR CON ESPAÑA POR ÁREAS GEOGRÁFICAS (millones de euros)



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



14. LAS DIEZ RAMAS DE ACTIVIDAD CON MAYOR PORCENTAJE DE VOLUMEN DE NEGOCIO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO DESDE EL EXTERIOR CON ESPAÑA (II-10, porcentaje)



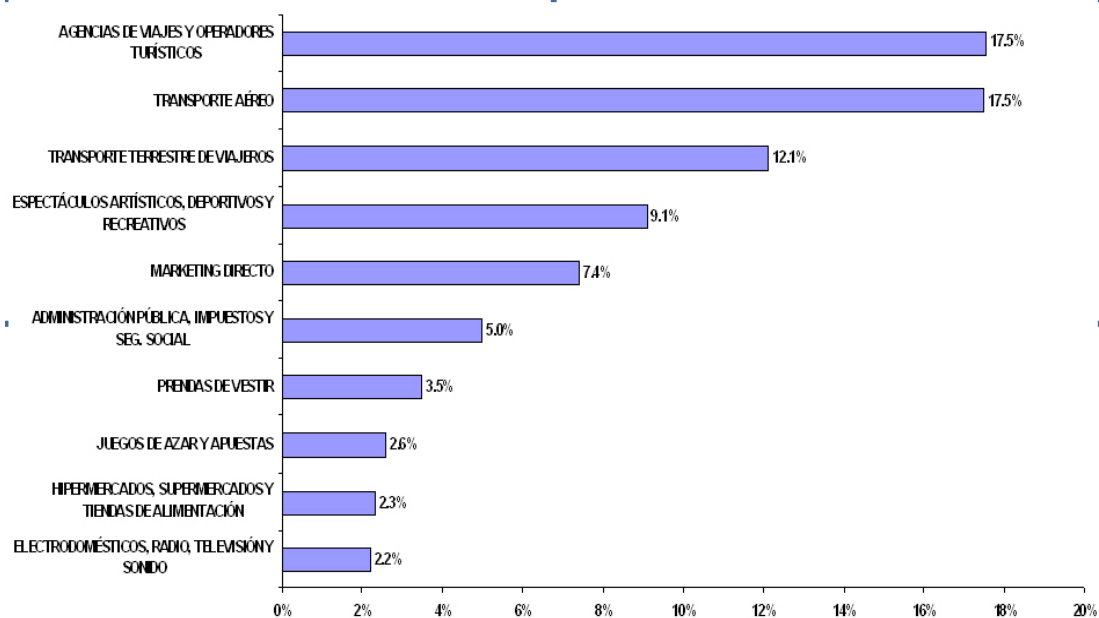
2.3 TRANSACCIONES DENTRO DE ESPAÑA

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 2010 alcanzaron la cifra de 803,9 millones de euros, el 42,8% del total del volumen de negocio y un 30,5% 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 y el transporte terrestre de viajeros (17,5%, 17,5% y 12,1%, respectivamente), constituyó el 47,1% de los ingresos del comercio electrónico dentro de España.

También resultaron relevantes los espectáculos artísticos, deportivos y recreativos (9,1%), el marketing directo (7,4%), y la administración pública, impuestos y seguridad social (5%), Cerraron la lista las prendas de vestir (3,5%), los juegos de azar y apuestas (2,6%) y por último los hipermercados, supermercados y tiendas de alimentación (2,3%) y los electrodomésticos, radio, televisión y sonido (2,2%).

15. LAS DIEZ RAMAS DE ACTIVIDAD CON MAYOR PORCENTAJE DE VOLUMEN DE NEGOCIO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO DENTRO DE ESPAÑA (II-10, porcentaje)



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

