

INFORME SOBRE EL COMERCIO ELECTRÓNICO
EN ESPAÑA A TRAVÉS DE ENTIDADES DE MEDIOS DE PAGO
(II Trimestre 2011)

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.....	10
2.2. TRANSACCIONES DESDE EL EXTERIOR CON ESPAÑA.....	13
2.3. TRANSACCIONES DENTRO DE ESPAÑA.....	16

RESUMEN EJECUTIVO

- En el segundo trimestre de 2011, el comercio electrónico en España alcanzó un volumen de negocio de 2.322,1 millones de euros, lo que supone un 26,5% más que en el mismo trimestre de 2010; con un total de 31,3 millones de operaciones.
- El montante económico generado en el segundo trimestre se distribuyó principalmente entre las siguientes diez ramas de actividad: el transporte aéreo (14,1%), las agencias de viajes y operadores turísticos (13,8%), el marketing directo (6,2%), el transporte terrestre de viajeros (6,0%), los juegos de azar y apuestas (4,3%), las prendas de vestir (3,5%), los espectáculos artísticos, deportivos y recreativos (3,3%), la publicidad (3,1%), la Administración Pública, Impuestos y Seguridad Social (2,5%), y, por último, los ordenadores y programas informáticos (2,5%).

Comercio electrónico desde España con el exterior y viceversa:

- En el segundo trimestre de 2011, el volumen de negocio de las transacciones con origen en España y dirigidas hacia el exterior fue de 1.011 millones de euros, representando el 43,5% del importe total, con 15,8 millones de operaciones. La mayor parte del importe de dichas compras se dirigió a la Unión Europea con 909,3 millones de euros (89,9%) y en menor medida a Estados Unidos con 49,2 millones (4,9%) y al área C.E.M.E.A. con 27,8 millones (2,7%).
- El importe de las transacciones realizadas desde el exterior y dirigidas a sitios web españoles fue de 335,3 millones de euros, lo que supuso un 14,4% 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 (77,6%), con 260,1 millones de euros, seguidas de las procedentes de América Latina (6,0%), con 20,2 millones de euros, situándose el área C.E.M.E.A. en tercer lugar con 18,1 millones de euros (5,4%).
- Estas cifras situaron el saldo neto de volumen de negocio con el exterior en un balance negativo de 675,7 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 975,8 millones de euros, el 42,0% del importe total, con 12,4 millones de operaciones.

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

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.

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 2011.

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

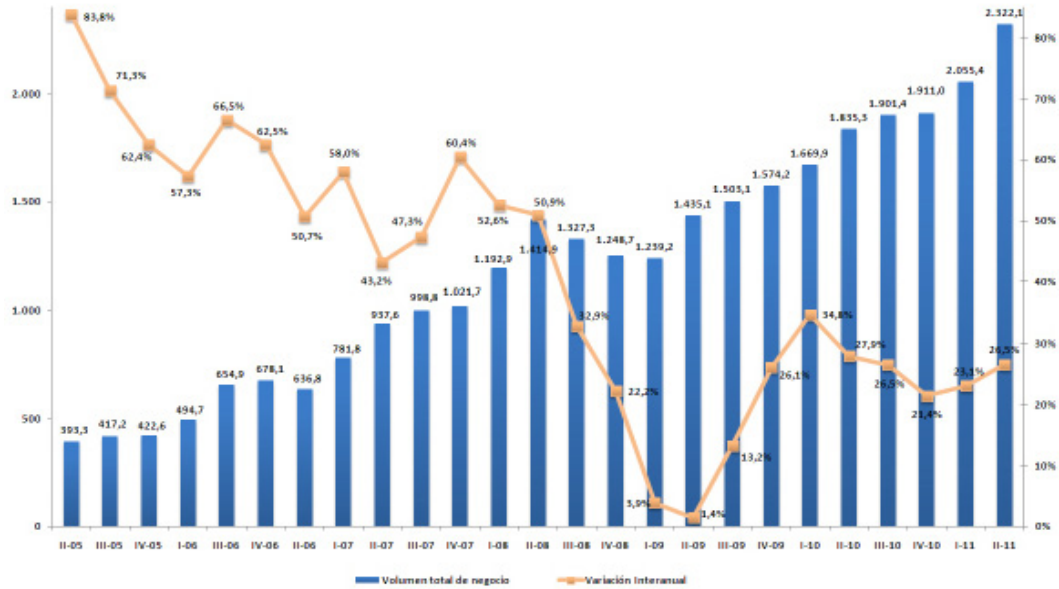
VOLUMEN DE NEGOCIO

En el segundo trimestre de 2011, los ingresos del comercio electrónico en España alcanzaron los 2.322,1 millones de euros, con un aumento interanual del 26,5%.

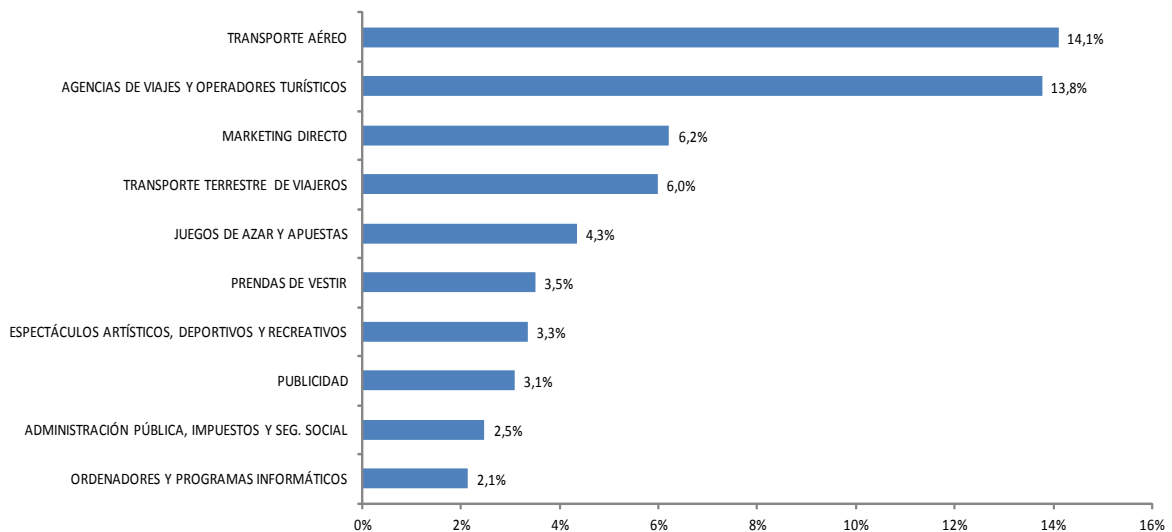
Las ramas de actividad con mayor peso en las cifras de ingresos fueron el transporte aéreo (14,1%), las agencias de viajes y operadores turísticos (13,8%), el marketing directo (6,2%), el transporte terrestre de viajeros (6,0%), los juegos de azar y apuestas (4,3%), las prendas de vestir (3,5%), los espectáculos artísticos, deportivos y recreativos (3,3%), la publicidad (3,1%), la Administración Pública, Impuestos y Seguridad Social (2,5%), y, por último, los ordenadores y programas informáticos (2,5%).

²Quedan 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 vinculadas a 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-11, porcentaje)

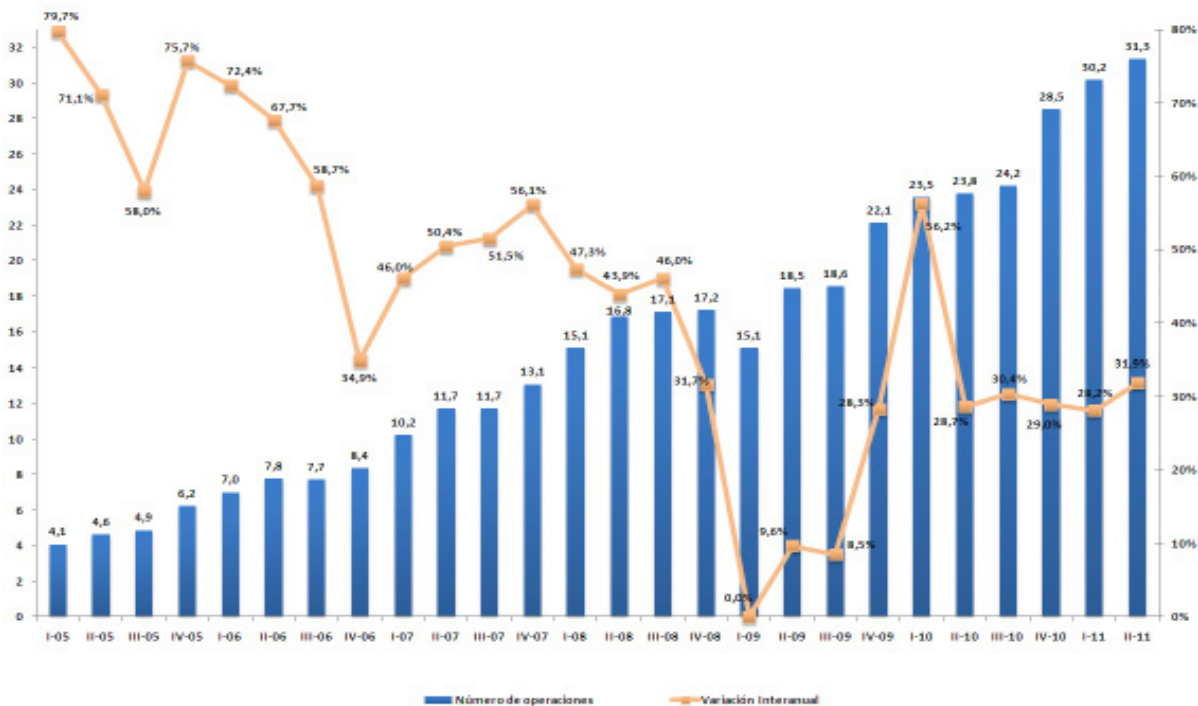


NÚMERO DE TRANSACCIONES

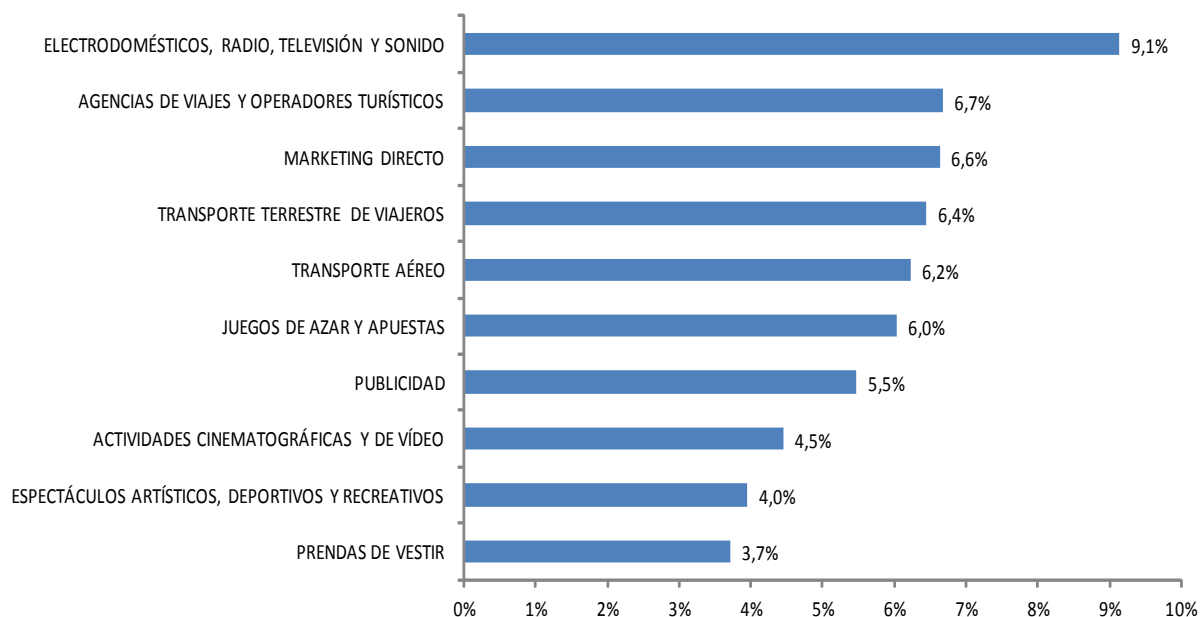
En el segundo trimestre de 2011, la evolución interanual del comercio electrónico medida por el número de operaciones ha sido del 31,9 por ciento. En este trimestre se han contabilizado 31,3 millones de transacciones.

En el segundo trimestre de 2011, los electrodomésticos, radios, televisión y sonido (incluyendo descargas musicales), con el 9,1%, lideraron la lista de las diez ramas de actividad más relevantes en términos de transacciones, seguidos de las agencias de viaje y operadores turísticos (6,7%), el marketing directo (6,6%), el transporte terrestre de viajeros (6,4%) y el transporte aéreo (6,2%). Continuaron la lista los juegos de azar y apuestas (6,0%), la publicidad (5,5%) y las actividades cinematográficas y de vídeo (4,5%). En último lugar se situaron los espectáculos artísticos, deportivos y recreativos (4,0%) y las prendas de vestir con un 3,7% 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-11, porcentaje)



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

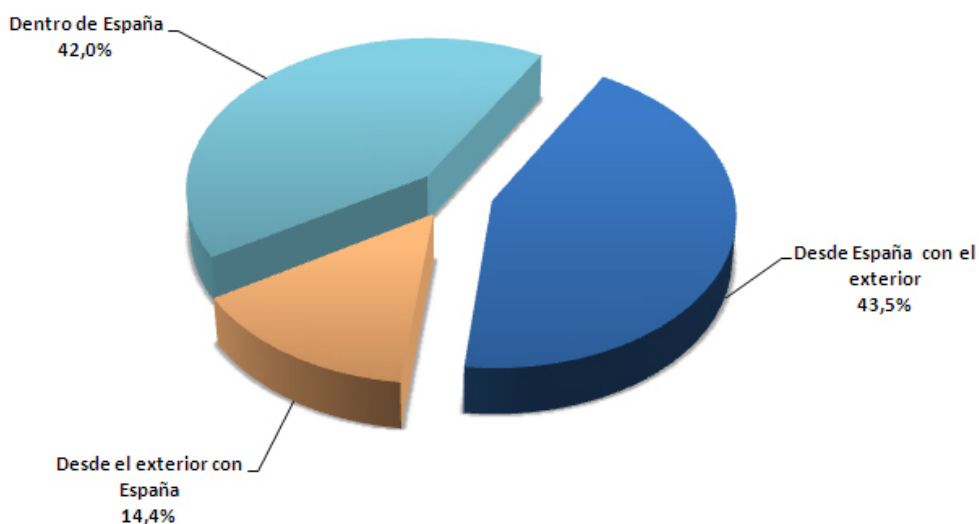
VOLUMEN DE NEGOCIO

Durante el segundo trimestre de 2011, las transacciones de comercio electrónico desde España con el exterior supusieron un 43,5% del volumen de negocio total, mientras que las transacciones desde el exterior con España y dentro de España han representado, respectivamente, un 14,4% y un 42,0% del volumen de negocio total.

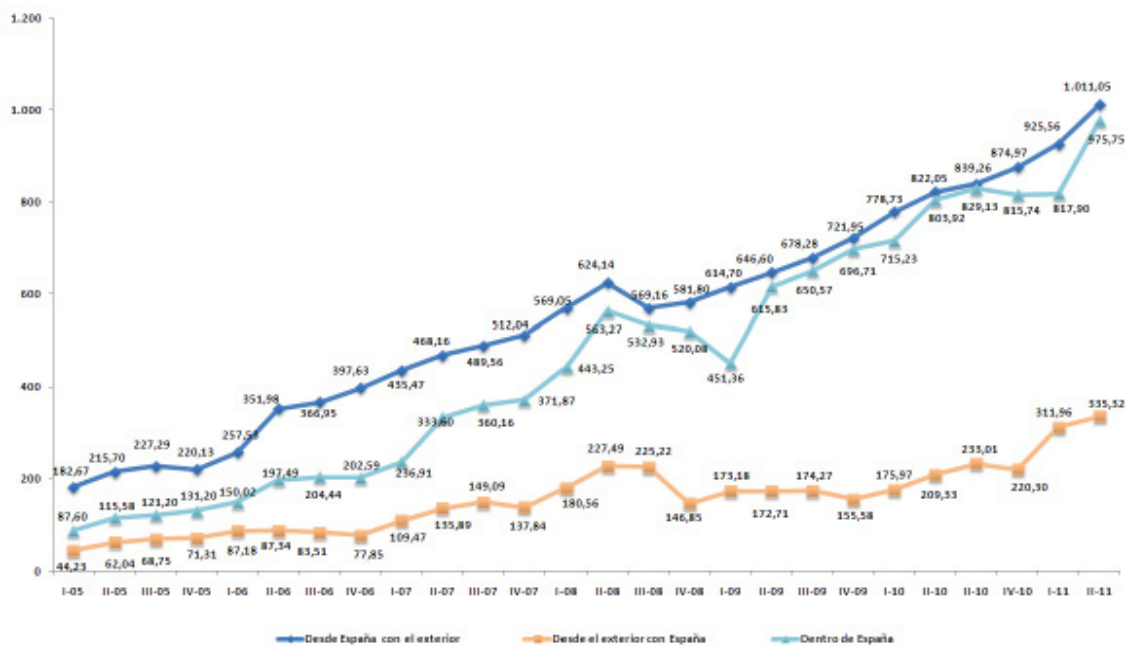
En este segundo trimestre, se obtuvo un aumento en el volumen de negocio para las tres áreas geográficas respecto al segundo trimestre del año 2010. Las variaciones interanuales del volumen de negocio de las operaciones dentro de España y desde España con el exterior muestran un fuerte crecimiento, del 21,4% y 23,0% respectivamente. A destacar el volumen de negocio desde el exterior con España que mostró un crecimiento del 60,2% 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 alcanzó la cifra de 675,7 millones de euros.

5. VOLUMEN DE NEGOCIO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO SEGMENTADO GEOGRÁFICAMENTE (II-11, porcentaje)



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

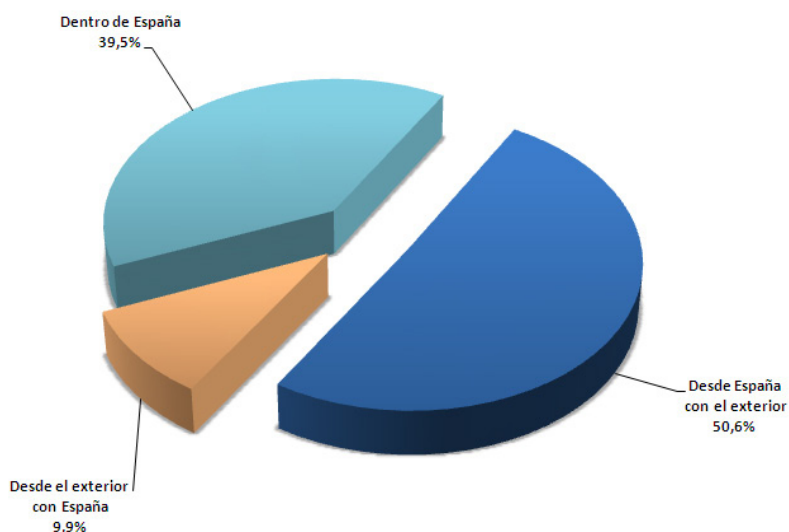


NÚMERO DE TRANSACCIONES

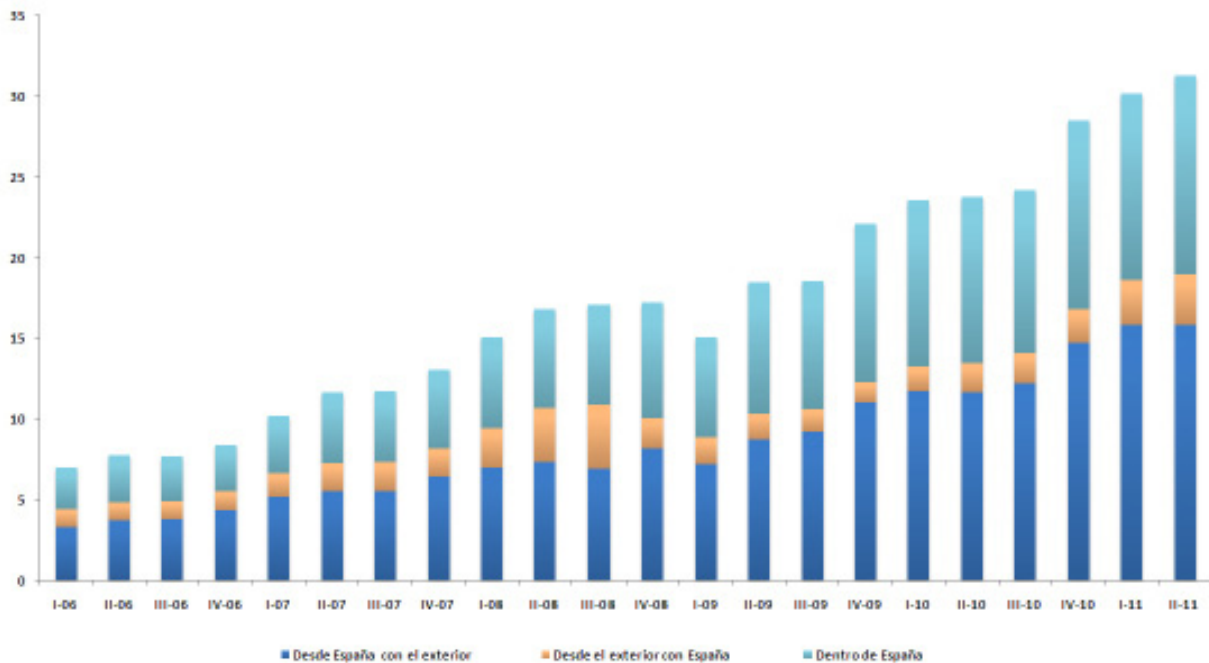
El número de transacciones realizadas durante el segundo trimestre de 2011 siguió la distribución por segmentación geográfica contemplada en el volumen de negocio: es decir, el mayor peso correspondió a las transacciones desde España con el exterior, que representaron el 50,6% del volumen total; en segundo lugar, el comercio dentro de España, con un 39,5% y, en tercero, las transacciones desde el exterior con España, con un 9,9%.

Respecto al comportamiento del volumen total de transacciones en comparación con el mismo trimestre del año anterior, los tres segmentos registraron una variación ascendente. En concreto, las operaciones desde España con el exterior crecieron un 35,5% y las operaciones desde el exterior con España subieron un 81,1%. Las operaciones dentro de España aumentaron un 20,9%.

7. NÚMERO DE TRANSACCIONES DEL COMERCIO ELECTRÓNICO SEGMENTADO GEOGRÁFICAMENTE (II-11, porcentaje)



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



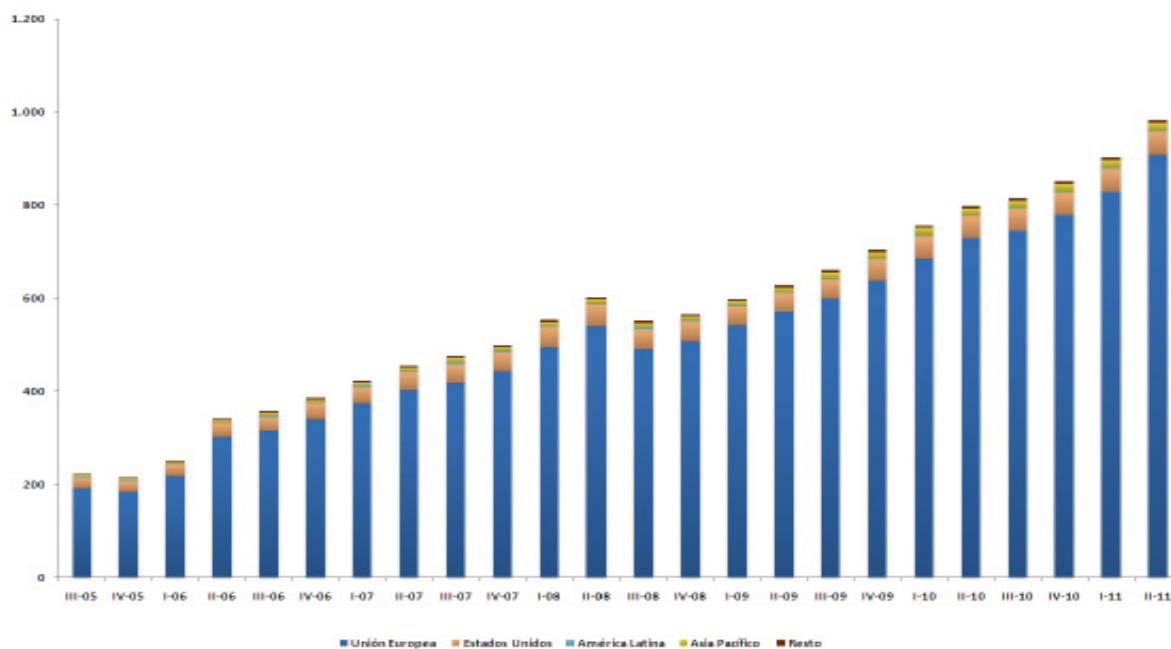
2.1 TRANSACCIONES DESDE ESPAÑA CON EL EXTERIOR

El volumen de negocio de las transacciones con origen en España y dirigidas hacia el exterior fue de 1.011 millones de euros, representando el 43,5% del total, con un aumento interanual del 23%.

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 909,3 millones de euros, lo que representó un 89,9% 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 49,2 millones de euros y el 4,9% del importe total.

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

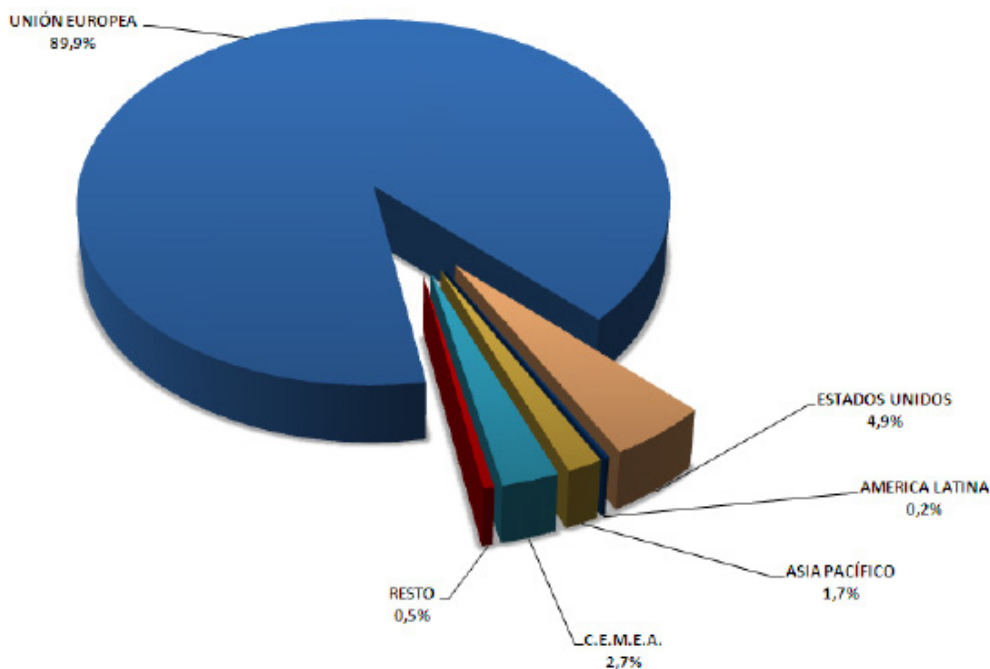


Los países pertenecientes al área C.E.M.E.A. (países de Europa Central, Oriente Medio y África, entre los que se incluyen Suiza, Rusia, Sudáfrica, Turquía y Arabia Saudita) recibieron un total de 27,8 millones de euros, lo que supuso un 2,7% del total del volumen de negocio generado desde España.

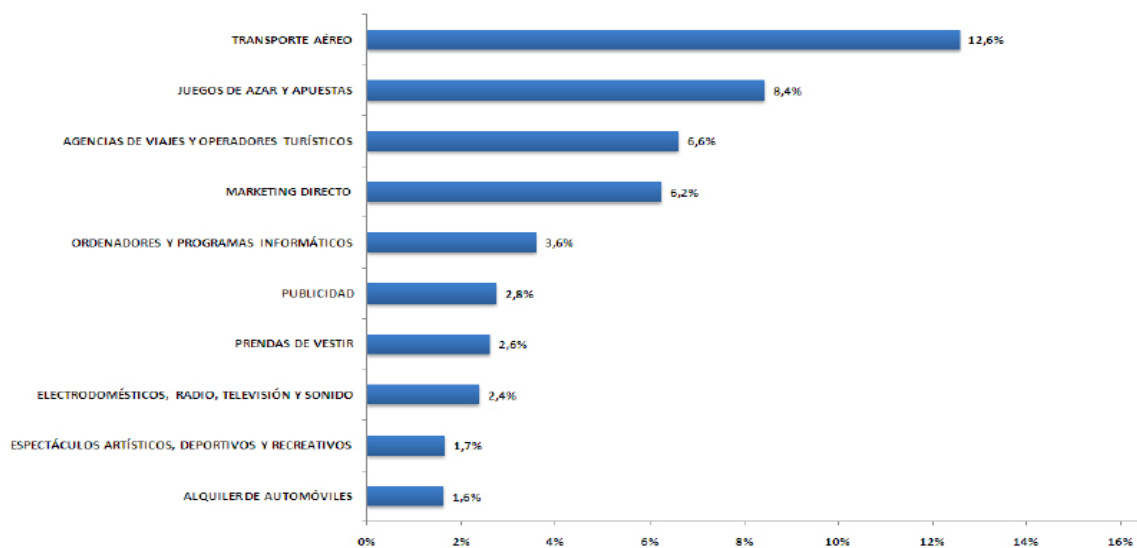
Los mercados de Asia Pacífico y América Latina recibieron el 1,7% y el 0,2% del total del gasto realizado desde España, con un total de 19,5 millones de euros (17,3 y 2,2 millones respectivamente).

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 está a la cabeza (12,6%), seguido de los juegos de azar y apuestas (8,4%), las agencias de viajes y operadores turísticos (6,6%), el marketing directo (6,2%), los ordenadores y programas informáticos (3,6%) y la publicidad (2,8%). A continuación están las prendas de vestir (2,6%). En la parte inferior del ranking se situaron los electrodomésticos, radio, televisión y sonido (2,4%), los espectáculos artísticos, deportivos y recreativos y el alquiler de automóviles (con un 1,7 y 1,6% respectivamente).

10. DISTRIBUCIÓN DEL VOLUMEN DE NEGOCIO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO DESDE ESPAÑA CON EL EXTERIOR POR ÁREAS GEOGRÁFICAS (II-11, porcentaje)



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



2.2 TRANSACCIONES DESDE EL EXTERIOR CON ESPAÑA

En el segundo trimestre de 2011, el importe de las transacciones desde el exterior con España fue de 335,3 millones de euros, lo que supuso el 14,4% del total, registrando un incremento interanual del 60,2%.

La Unión Europea y América Latina 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 260,1 millones de euros en nuestro país a través del comercio electrónico, lo que representó un 77,6% del total.

América Latina ostentó el segundo puesto por gasto total realizado vía electrónica en nuestro país con 20,2 millones de euros, un 6% del total.

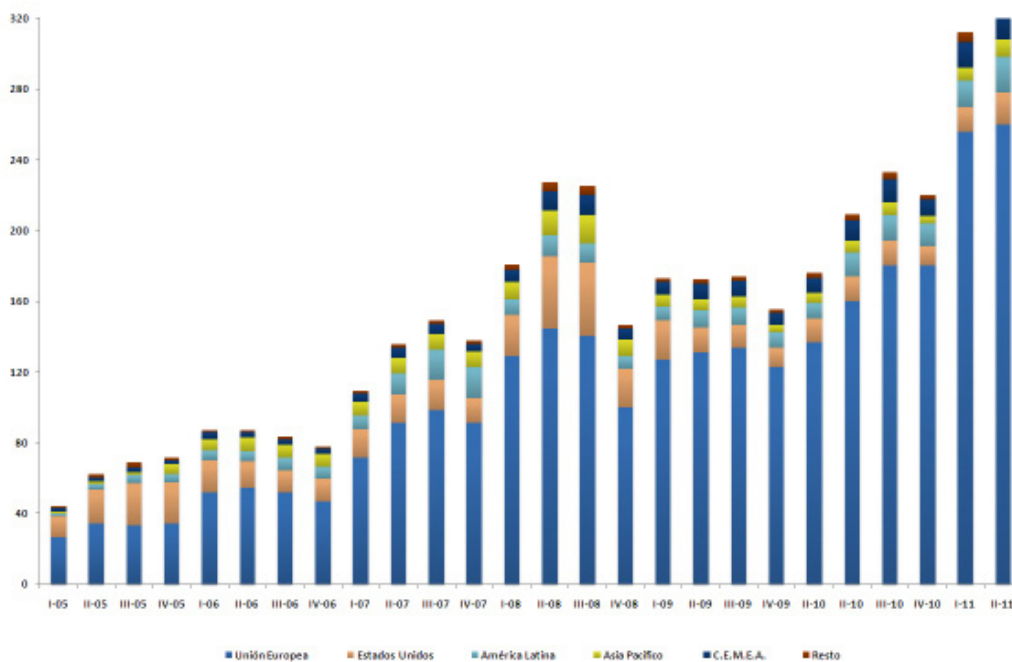
Los ingresos procedentes del área C.E.M.E.A., con 18,1 millones de euros, supuso el 5,4% del total de ingresos procedentes del exterior.

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 5,3% del total.

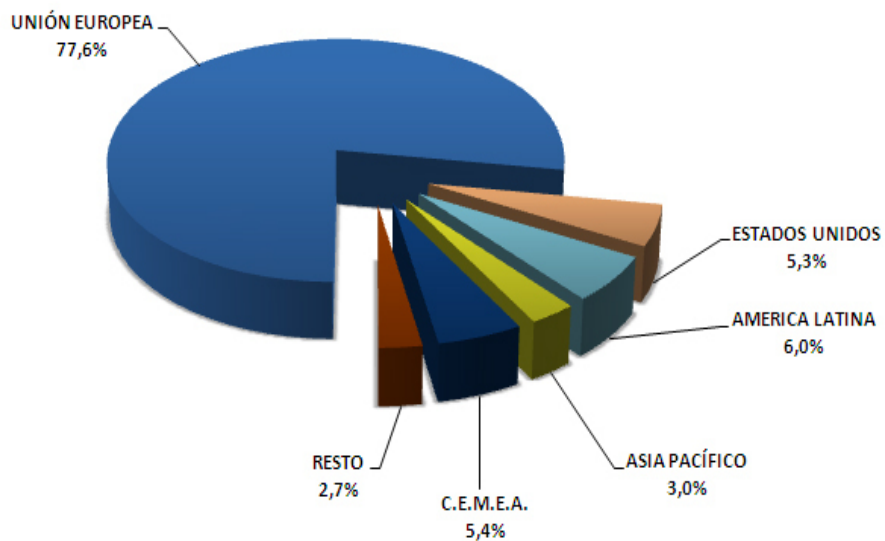
La quinta región por generación de ingresos para el comercio electrónico español fue el área Asia Pacífico. La cifra de gasto total realizado vía electrónica en nuestro país fue de 9,9 millones de euros y el 3,0% del volumen de negocio total.

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 56,1% de los ingresos. En orden de importancia por ingresos, le siguieron las actividades cinematográficas y de vídeo (7,5%) y las prendas de vestir (5,4%). Cerraron la lista de ramas de actividad más importantes la publicidad (4,2%), el marketing directo (3,7%), los artículos de regalo (2,2%) y los espectáculos artísticos, deportivos y recreativos (2,0%).

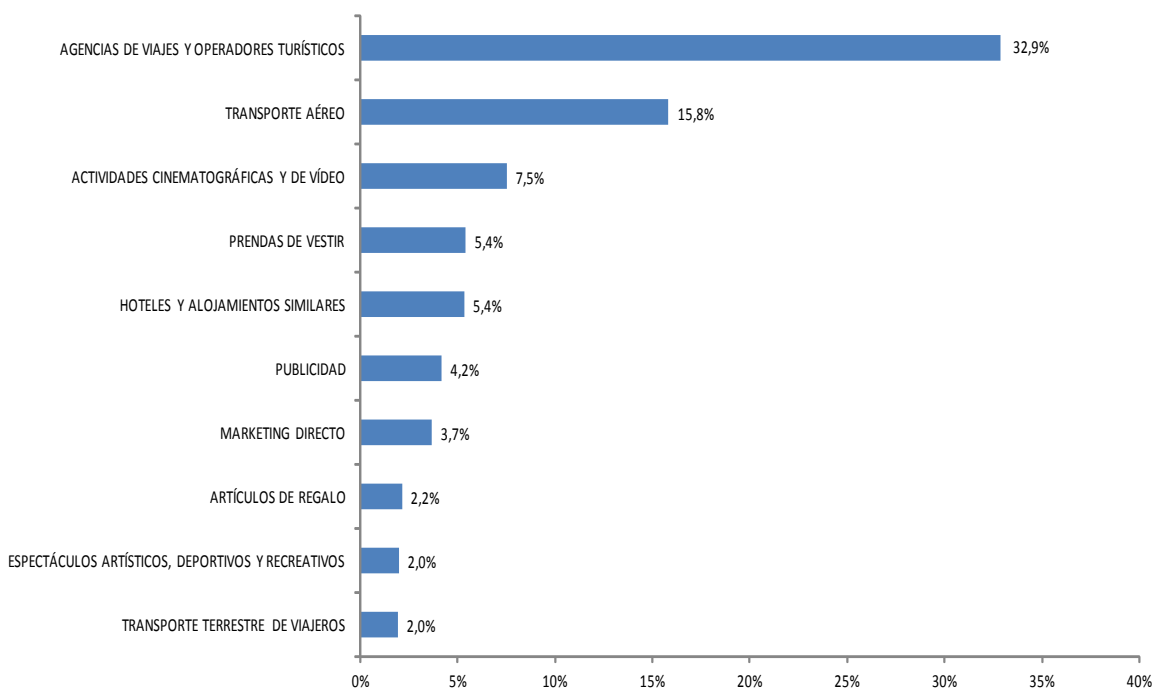
12. VOLUMEN DE NEGOCIO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO DESDE EL EXTERIOR CON ESPAÑA POR ÁREAS GEOGRÁFICAS (millones de euros)



13. DISTRIBUCIÓN DEL VOLUMEN DE NEGOCIO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO DESDE EL EXTERIOR CON ESPAÑA POR ÁREAS GEOGRÁFICAS (II-11, porcentaje)



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

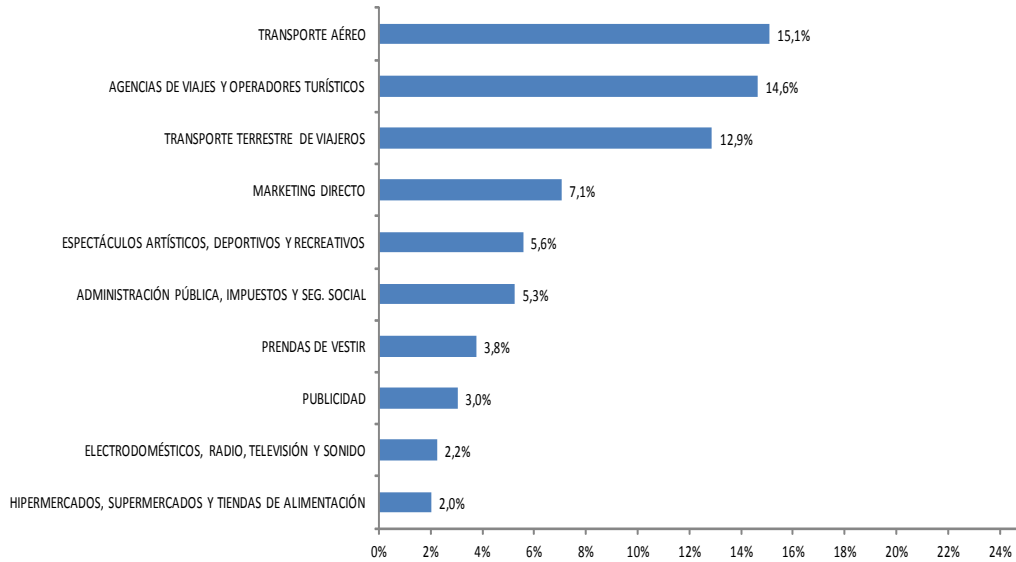


2.3 TRANSACCIONES DENTRO DE ESPAÑA

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 2011 alcanzaron la cifra de 975,8 millones de euros, el 42,0% del total del volumen de negocio y un 21,4% 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 y el transporte aéreo (12,9%, 14,6% y 15,1% respectivamente), constituyó el 42,6% de los ingresos del comercio electrónico dentro de España. También resultaron relevantes el marketing directo (7,1%), los espectáculos artísticos, deportivos y recreativos (5,6%), la Administración Pública, impuestos y Seguridad Social (5,3%), las prendas de vestir (3,8%) y la publicidad (3,0%). Cerraron los electrodomésticos, radio, televisión y sonido (2,2%), y por último los hipermercados, supermercados y tiendas de alimentación (2,2%)

15. LAS DIEZ RAMAS DE ACTIVIDAD CON MAYOR PORCENTAJE DE VOLUMEN DE NEGOCIO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO DENTRO DE ESPAÑA (II-11, porcentaje)



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

