

Evolución del Comercio Electrónico en España: hábitos y tendencias

04/11/2009

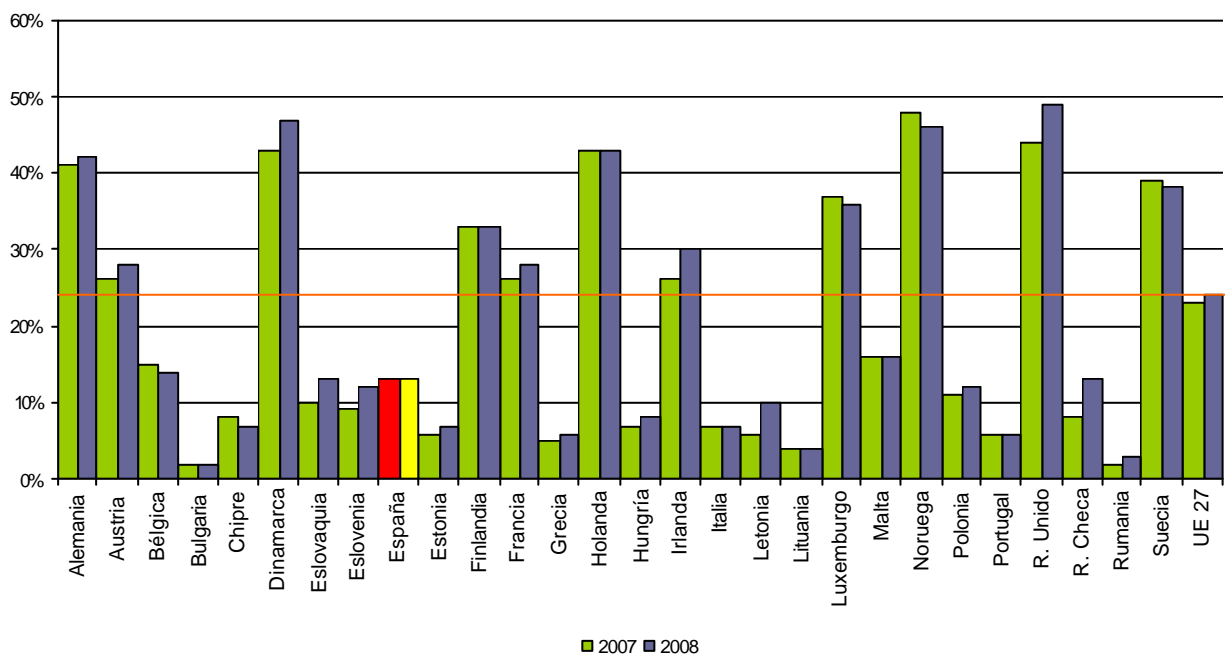
Martín Durán

- ➔ *Los ciudadanos de Baleares y Aragón son los más activos en la compra por Internet.*
- ➔ *Existe un elevado porcentaje de internautas de entre 65 y 74 años que declaran haber realizado compras por Internet.*
- ➔ *La Unión Europea es el principal destino, tanto en volumen como en número de transacciones, del comercio electrónico desde España hacia el exterior, seguida por los Estados Unidos y el área agrupada bajo la denominación EMEA.*

La media de la UE experimentó un crecimiento del 1% de penetración del comercio electrónico y algunos de los países más desarrollados como Alemania, Austria, Finlandia, Francia, Holanda Dinamarca, Reino Unido, Noruega y Suecia crecieron por encima de esta media.

España, junto con Bélgica, Bulgaria, Eslovaquia, Eslovenia, Estonia, Grecia, Hungría, Italia, Portugal y R. Checa, entre otros, se encuentra por debajo de la media de la UE en cuanto al número de personas que adquirieron productos a través de Internet y la penetración del comercio electrónico en la población española se ha estancado en el último año.

Individuos que han comprado productos o servicios en Internet en la UE 2007-2008 (% Población)

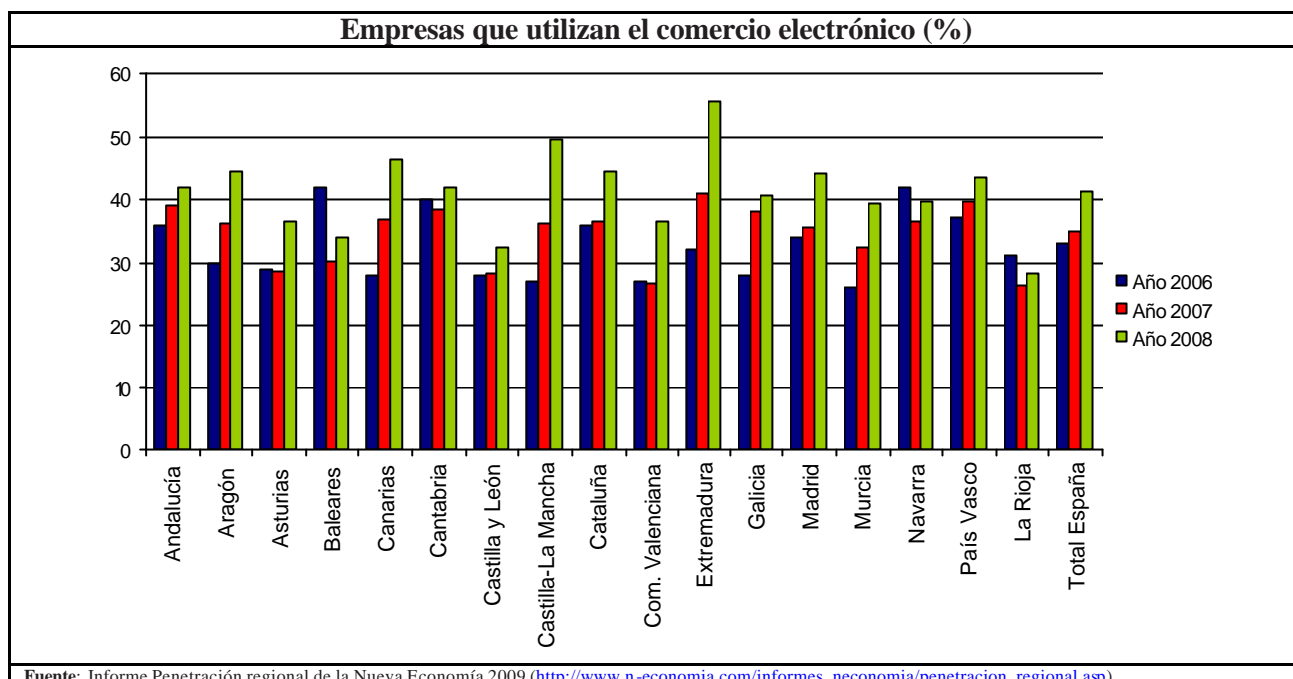


Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Eurostat 2009.

Dentro de España, se aprecian notables diferencias entre Comunidades Autónomas. Así, los ciudadanos de Baleares y Aragón son los más activos en la compra por Internet, mientras que en las últimas posiciones se sitúan Canarias y Murcia, con tasas que son casi la mitad de las regiones líderes.

El desarrollo del comercio electrónico en España tampoco alcanza niveles satisfactorios en términos de empresas que declaran haber recibido pedidos on-line. A pesar de haber experimentado cierto crecimiento,

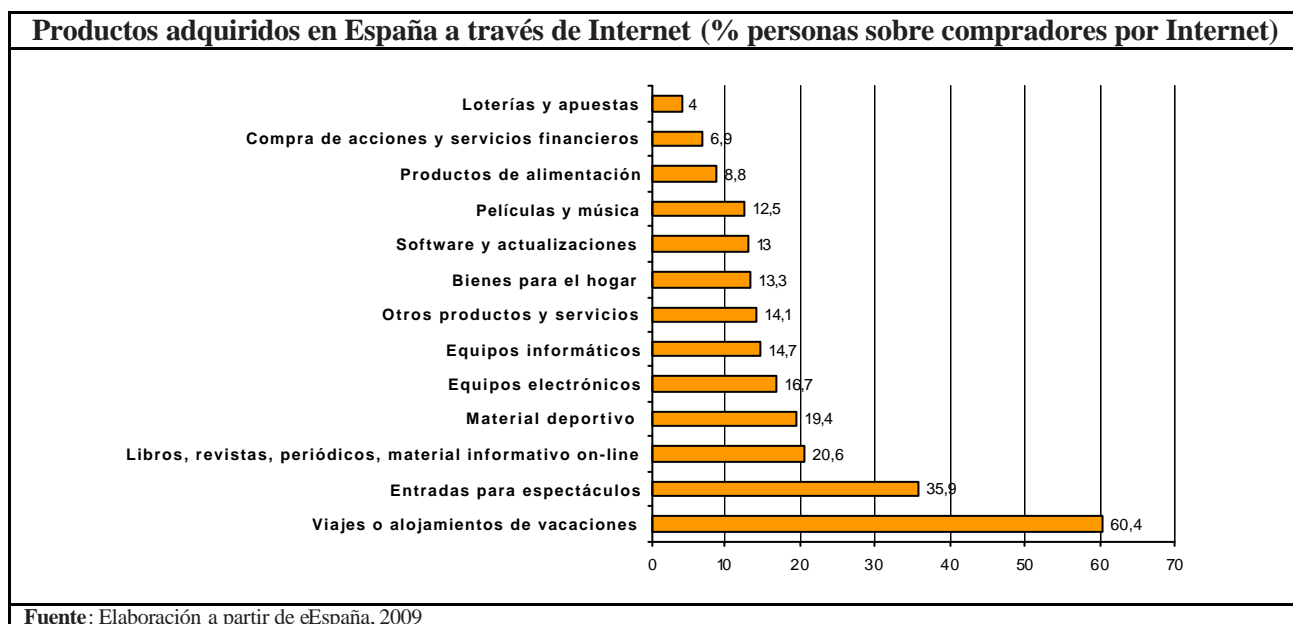
el porcentaje de empresas que han vendido por Internet continúa un año mas en posiciones alejadas de la media de la UE.



Fuente: Informe Penetración regional de la Nueva Economía 2009 (http://www.n-economia.com/informes_neconomia/penetracion_regional.asp)

Por edades, la franja de edad de entre 25 a 44 años concentra el 60% de los compradores españoles on-line. Dentro de este grupo, predominan las compras de los usuarios entre 25 a 34 años. Por otro lado, resalta el elevado porcentaje de internautas de entre 65 y 74 años que declaran haber realizado compras por Internet, lo que revela que dentro de este estrato de edad los compradores por Internet, si bien representa una minoría, realizan compras con mayor frecuencia que el resto.

Los productos que se adquieren en su mayoría a través de Internet tienden a estar asociados con el ocio. Se puede decir que la pauta de compra no ha experimentado grandes variaciones en los últimos años, continuando en cabeza con porcentajes sustancialmente similares la adquisición de paquetes de viajes y alojamientos de vacaciones, las entradas para espectáculos, y los libros, revistas y periódicos.

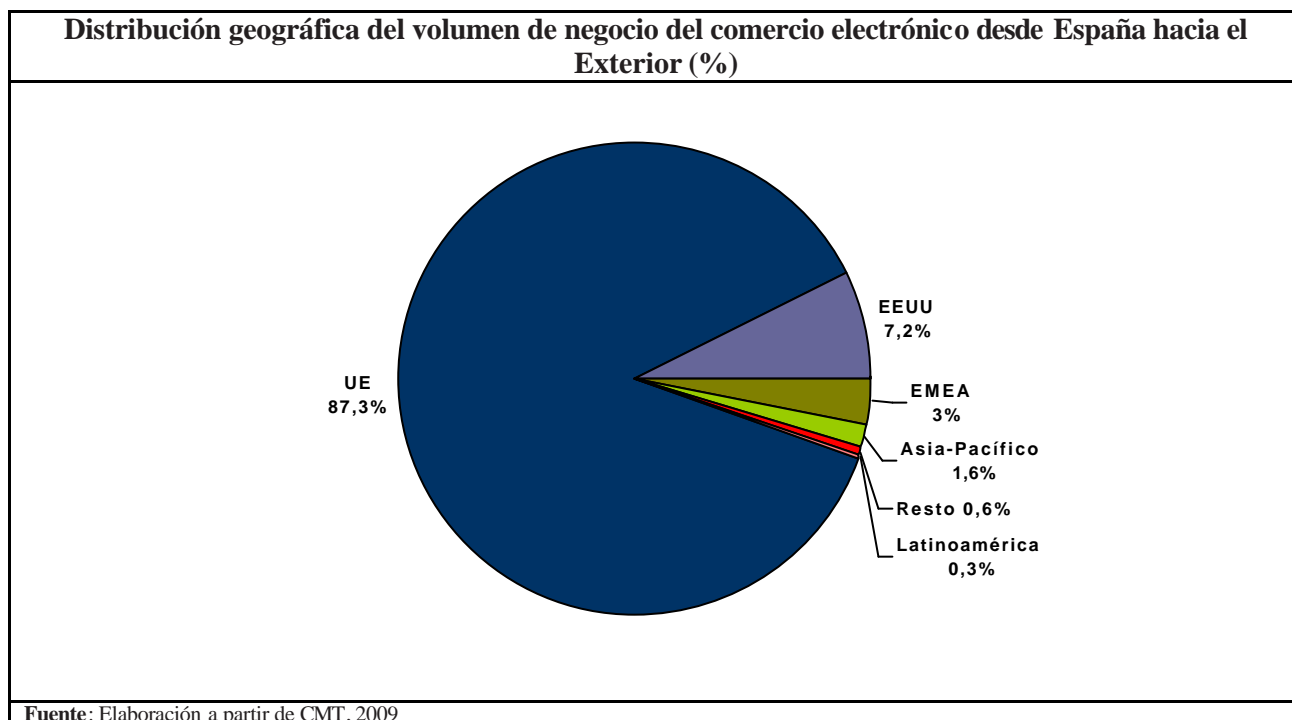


Fuente: Elaboración a partir de eEspaña, 2009

El volumen de negocio de las compras realizadas dentro de nuestras fronteras gana peso, creciendo en todos los trimestres de los dos últimos años hasta alcanzar un 41,6% del volumen a finales de 2008.

Se observa, igualmente, cierta estacionalidad en la distribución del volumen de negocio, de forma que el primer y el último trimestre de cada año son los que registran mayor porcentaje de ventas hacia el exterior. Esta tendencia es similar en lo que respecta a la evolución del número de transacciones.

La Unión Europea es el principal destino, tanto en volumen como en número de transacciones, del comercio electrónico desde España hacia el exterior, seguida por los Estados Unidos y el área agrupada bajo la denominación CEMEA. La evolución de la distribución geográfica continúa la tendencia del año 2008, especialmente en lo que se refiere a la continua pérdida de peso del comercio con Latinoamérica.



La distribución del volumen y de las transacciones desde el exterior hacia España no experimenta variaciones destacables en los últimos años. La principal área de la que proviene el comercio electrónico es la UE, que experimenta un leve incremento tanto en volumen como en transacciones, seguida de Estados Unidos.

El mayor déficit comercial on-line se concentra en las dos regiones con las que el comercio es mayoritario, es decir, la Unión Europea y Estados Unidos. Aún se mantiene un superávit comercial on-line con Latinoamérica y Asia-Pacífico, aunque el volumen de transacciones es escaso.