

# El comercio electrónico 2013

*Situación internacional, el caso  
de España y análisis por autonomías*

**Dirigido por:**

**Juan Aitor Lago Moneo**

*Director de Investigación de OBS  
Online Business School*

**Investigador:**

**M<sup>a</sup> de las Nieves Pérez Verdú**

*Profesora OBS Online Business School*

**Julio Plaza García**

*Profesor OBS Online Business School*

**Guillermo de Haro**

*Profesor OBS Online Business School*

## ÍNDICE

- I. *Introducción* 4
- II. *El comercio electrónico en Europa* 6
  - 1. *El negocio B2B (Business to Business).*
  - 2. *El negocio B2C (Business to Consumer).*
- III. *El comercio electrónico en España* 15
  - 1. *Perfil de comprador por Internet en España.*
  - 2. *Situación del e-commerce a nivel autonómico.*
- IV. *Conclusiones* 26
- V. *Bibliografía* 28

## I. INTRODUCCIÓN

OBS Online Business School ([www.obs-edu.com](http://www.obs-edu.com)), primera escuela de negocios 100% online en España, creada conjuntamente por la Universidad de Barcelona y por EAE Business School en 2007, presenta una nueva edición del estudio “El Comercio Electrónico 2013”, en el que se realiza un análisis del ámbito del comercio electrónico tanto en España como a nivel autonómico y en el contexto internacional.

El objetivo de este estudio es realizar un análisis del comportamiento de los compradores en Internet, tratando de conocer los productos y servicios más demandados y vendidos a través del e-commerce y analizando posibles diferencias desde el punto de vista internacional.

El e-commerce es una realidad en prácticamente todo el mundo, y son muchos los expertos que apuntan que la tendencia, al menos para algunos productos y servicios, es que crezca los próximos años por varios motivos:

- 1. Las conexiones a internet son cada vez más rápidas, facilitando el acceso a un entorno de compras.**
- 2. Su comodidad, ya que se puede comprar desde cualquier sitio con conexión a Internet**
- 3. Los dispositivos móviles han aumentado de una forma muy significativa la accesibilidad a Internet y a entornos de compras online.**
- 4. Muchas veces es más barata la compra online que la física al eliminar costes de distribución, presentación e incluso almacenaje.**
- 5. Los clientes estamos cada vez más acostumbrados al entorno online, por lo que la barrera sociológica a la compra online va cayendo poco a poco.**

¿En qué países se compra más por Internet? ¿Compran lo mismo los particulares y las empresas? ¿Qué Comunidades Autónomas muestran las cifras más elevadas en lo que respecta a consumo electrónico, y las más modestas? Estas y otras preguntas son las que trataremos de responder a lo largo del presente estudio.



## II. EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN EUROPA

¿Qué es exactamente el comercio electrónico? La definición<sup>1</sup> más exacta sería “el intercambio financiero realizado, a través de la red, entre sujetos que pueden encontrarse a una enorme distancia física, materializado, de manera general, a través de medios de pago electrónicos”.

El comercio electrónico, al igual que ocurre con otros canales de venta y/o formas de pago, puede darse entre empresas (Business to Business o B2B) así como entre empresas y particulares (Business to Consumer o B2C). Lo que ha ocurrido es que se ha producido un efecto de incremento de la oferta, ya que el cliente final tiene la opción de elegir cómo compra el producto o servicio si el proveedor se encuentra físicamente cerca y, sobre todo, la enorme posibilidad de comprar productos y servicios aun habiendo una

enorme distancia física entre proveedor y cliente. Otro efecto directo de la expansión del e-commerce es, en algunos casos, el hecho de que el número de intermediarios se ha reducido, y, son los fabricantes los que directamente contactan con el cliente final ofreciéndole sus servicios.

### A. El negocio B2B (Business to Business)

Resultan muy interesantes las cifras mostradas en la Figura 1, en la que se observa el porcentaje de empresas que venden y que compran a través de Internet en la Unión Europea. De hecho, lo más sorprendente es su evolución.

**FIGURA 1**

*Porcentaje de empresas que compran y venden por internet en la Unión Europea (UE – 27), 2004 – 2012*

**Fuente:** Elaboración propia a partir de datos procedentes de Eurostat.



Si bien el porcentaje de empresas que venden por Internet, apenas ha variado entre los años 2004 y 2012, si lo ha hecho el número de empresas que compran. En el año 2004, el porcentaje de empresas en la Unión Europea que compró por internet fue del 13%, mientras que en el año 2012, esta cifra fue del 14%, una variación de apenas 100 puntos básicos en ocho años. Se observa una tendencia al alza entre los años 2004 a 2008, al crecer desde el 13% en 2004 al 16% en 2008. Esta tendencia se rompe el año en que la crisis de la hipotecas subprime llega a Europa (septiembre de 2008, cuando se produce la quiebra del banco norteamericano Lehman Brothers), al caer este porcentaje 400 puntos básicos hasta cerrar en el 12% en el año 2009. Poco a poco, se recupera hasta llegar a la ya comentada cifra del 14% en el año 2012.

Por otro lado, la evolución de las empresas que compran por Internet es significativamente negativa. Así, entre 2004 y 2012 se pierden 10 puntos porcentuales, al caer desde el 26% hasta el 16%, una evolución importante si se tiene en cuenta todo lo que ha evolucionado Internet y el e-commerce en cuanto a facilidad de uso y seguridad. Hoy es más fácil, rápido y seguro operar por internet, y, sin embargo, el porcentaje de empresas que venden por Internet apenas ha variado, mientras que el porcentaje de empresas que compra por Internet ha caído muy significativamente. La evolución de las empresas que compran por Internet ha sido muy particular, entre los años 2004 y 2008, se observa un incremento de 200 puntos básicos, pasar del 26% al 28%. Esta cifra cae en el año 2009 hasta alcanzar el 24%, remontando hasta el 27% en el año 2010, para después desplomarse hasta el 18% en 2011 y continuar su caída en 2012 al cerrar en un 16%.

**TABLA 1**

*Porcentaje de empresas que venden por internet en la Unión Europea, por país, 2010 - 2012*

**Fuente:** elaboración propia a partir de datos procedentes de Eurostat

	2010	2011	2012	Var (12/11)
Alemania	22	20	22	10,00%
Austria	14	11	11	0,00%
Bélgica	26	22	23	4,55%
Bulgaria	4	3	4	33,33%
Chipre	7	7	8	14,29%
Croacia	22	18	23	27,78%
Dinamarca	25	23	26	13,04%
Eslovaquia	7	13	12	-7,69%
Eslovenia	10	11	14	27,27%
España	12	11	13	18,18%
Estonia	10	11	11	0,00%
Finlandia	16	17	17	0,00%
Francia	12	11	11	0,00%
Grecia	9	6	7	16,67%
Holanda	22	19	18	-5,26%
Hungría	8	10	10	0,00%
Irlanda	21	23	23	0,00%
Islandia	16	ND	35	ND
Italia	4	4	4	0,00%
Letonia	6	9	7	-22,22%
Lituania	22	21	15	-28,57%
Luxemburgo	14	15	14	-6,67%
Malta	16	16	14	-12,50%
Noruega	34	31	34	9,68%
Polonia	8	8	9	12,50%
Portugal	19	16	14	-12,50%
Reino Unido	14	15	18	20,00%
Rep. Checa	20	26	25	-3,85%
Rumanía	6	4	5	25,00%
Suecia	24	24	27	12,50%
Zona Euro	14	13	14	7,69%

1 El Comercio Electrónico 2012. Online Business School.

Continuando con el análisis, en la tabla 1 se observan las enormes diferencias en el porcentaje de empresas que venden por Internet en Europa. Los cinco países europeos con mayores cifras son países escandinavos y un centro europeo, Islandia, Noruega, Suecia, Dinamarca y República Checa, con porcentajes del 35%, 34%, 27%, 26% y 25% respectivamente. Parece lógico que lideren esta tabla los países escandinavos, ya que son países en los que el desarrollo tecnológico es notable y en los que, por temas relacionados con el clima, es más normal realizar comprar sin tener que salir de casa. El lado opuesto de la tabla lo ocupan países de Europa del Este y mediterráneos, Italia, Bulgaria, Rumanía, Letonia y Grecia, con cifras sensiblemente más bajas, 4%, 4%, 5%, 7% y 7% respectivamente. Estas cifras ponen de relieve las enormes diferencias que se dan en el continente europeo, ya que el porcentaje de empresas que venden por internet en Islandia es 8,75 veces superior al mostrado por Italia. Por su parte, España ocupa la zona medio baja de la tabla, con un porcentaje ligeramente inferior a la media de la Unión Europea y un 13% de empresas que vende por internet, siendo la media de la UE del 14%, quedando por encima de países como Francia (11%) o Austria (11%), y por debajo de Alemania (22%), Reino Unido (18%) o Portugal (14%).

En cuanto a lo sucedido en los últimos años, se observa como no hay una clara tendencia a nivel europeo al alza o a la baja, ya que en el último año el número de países en el que crece el porcentaje de empresas que venden por internet es muy parecido al del número de países en el que no hay crecimiento o decrece. Los países en los que más crece el porcentaje de empresas que vende por internet son Bulgaria, Croacia, Eslovenia, Rumanía y Reino Unido con incrementos del 33%, 28%, 27%, 25% y 20% respectivamente. Decrece el porcentaje de empresas que vende por internet en ocho países, Lituania, Letonia, Portugal, Malta, Eslovaquia, Luxemburgo, Holanda y República Checa, con caídas del 29%, 22%, 13%, 13%, 8%, 7%, 5% y 4% respectivamente. En España, por su parte, se produce un incremento muy considerable, ya que crece el porcentaje de empresas que venden por internet un 18%, entre 2011 y 2012.

**TABLA 2**

*Porcentaje de empresas que compran por internet en la Unión Europea, por país, 2010 - 2012*

**Fuente:** elaboración propia a partir de datos procedentes de Eurostat

	2010	2011	2012	Var (12/11)
Alemania	40	:	:	
Austria	39	41	:	
Bélgica	51	:	:	
Bulgaria	4	6	4	-33,33%
Chipre	14	1	11	1000,00%
Croacia	23	0	:	
Dinamarca	48	:	:	
Eslovaquia	14	15	14	-6,67%
Eslovenia	16	18	17	-5,56%
España	21	20	19	-5,00%
Estonia	17	:	:	
Finlandia	28	33	37	12,12%
Francia	19	20	14	-30,00%
Grecia	:	6	:	
Holanda	32	28	13	-53,57%
Hungría	17	18	17	-5,56%
Irlanda	44	49	51	4,08%
Islandia	22	:	:	
Italia	17	11	14	27,27%
Letonia	9	14	14	0,00%
Lituania	26	27	19	-29,63%
Luxemburgo	34	32	35	9,38%
Malta	20	22	:	
Noruega	57	51	41	-19,61%
Polonia	12	12	15	25,00%
Portugal	22	14	17	21,43%
Reino Unido	44	:	:	
República Checa	33	39	40	2,56%
Rumanía	7	9	7	-22,22%
Suecia	53	38	:	
Zona Euro	26	19	16	-15,79%

En cuanto al porcentaje de empresas que compran por Internet, Irlanda, Noruega, República Checa, Finlandia y Luxemburgo ocupan los primeros puestos de la tabla, con cifras del 51%, 41%, 40%, 37% y 35% respectivamente. En el lado opuesto, con las cifras más modestas, se encuentran Bulgaria, Rumanía, Chipre, Holanda y Letonia, con porcentajes del 4%, 7%, 11%, 13% y 14% respectivamente. España, por su parte, ocupa la zona medio – baja de la tabla, con una cifra del 19% de empresas que compran por Internet, quedando por encima de la media de la zona euro (16%), Portugal (17%), Francia (14%) o Italia (14%).

En cuanto a la evolución, la situación es muy parecida a la que se ha comentado en la tabla 1, quedando en tablas el número de países que muestran crecimientos y el número de países que no crecen o en los que disminuye el

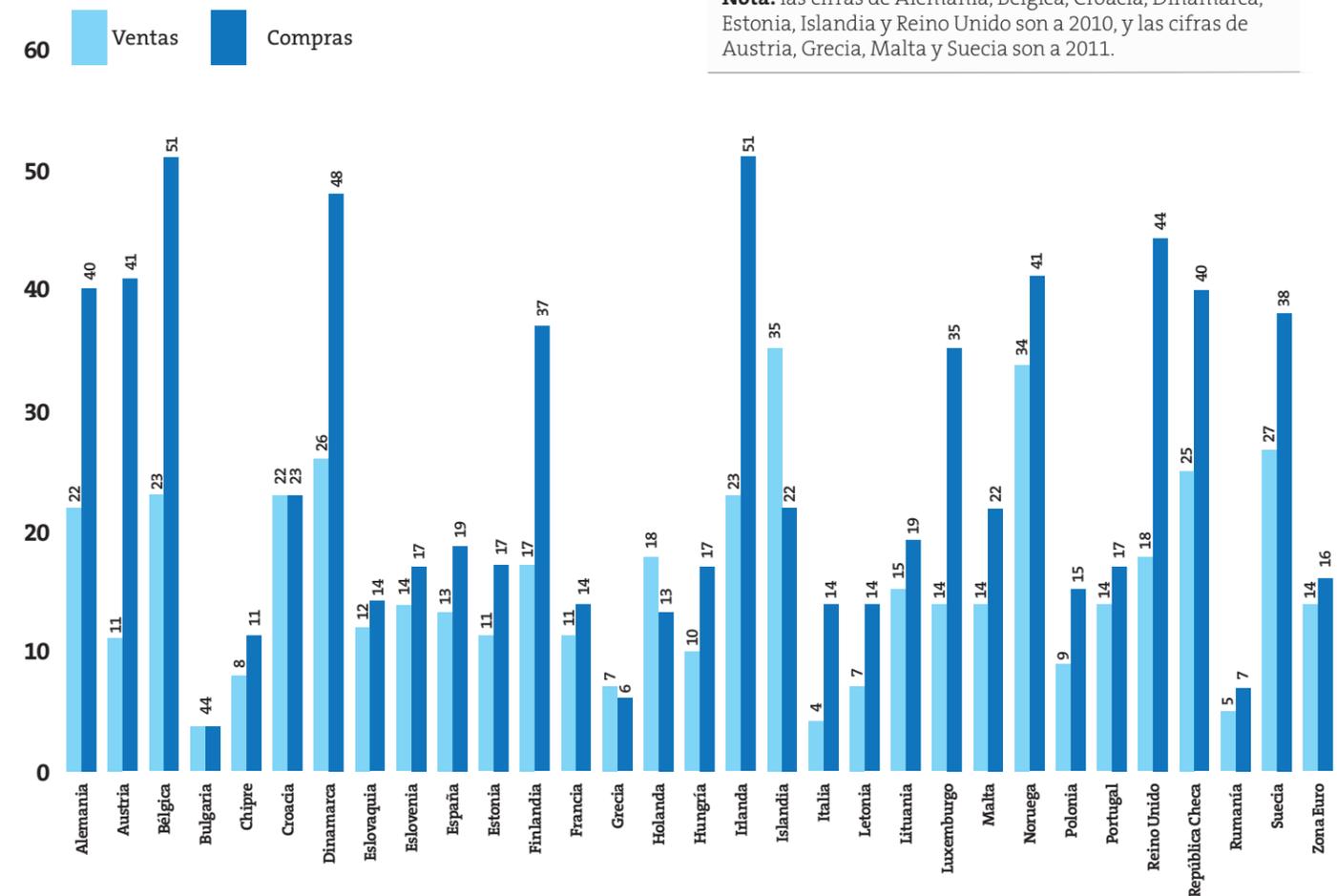
porcentaje de empresas que compran por Internet. Diez son los países en los que se producen decrecimientos entre 2011 y 2012, Holanda, Bulgaria, Francia, Lituania, Rumanía, Noruega, Eslovaquia, Hungría, Eslovenia y España, con caídas del 54%, 33%, 30%, 22%, 20%, 7%, 6%, 6% y 5% respectivamente. En el lado opuesto se encuentran, con los crecimientos más elevados, Italia, Polonia, Portugal, Finlandia y Luxemburgo, con incrementos del 27%, 25%, 21%, 12% y 9% respectivamente.

**FIGURA 2**

*Porcentaje de empresas que compran y venden por Internet en la Unión Europea (UE – 27), por países, 2012*

**Fuente:** Elaboración propia a partir de datos procedentes de Eurostat

**Nota:** las cifras de Alemania, Bélgica, Croacia, Dinamarca, Estonia, Islandia y Reino Unido son a 2010, y las cifras de Austria, Grecia, Malta y Suecia son a 2011.



Tres son los países europeos en los que hay un porcentaje mayor de empresas que vende por internet que las que compran a través de la red, Grecia, Holanda e Islandia, siendo el porcentaje de empresas que venden online 1,17, 1,38 y 1,6 veces superior al porcentaje de las que compran. Los países en los que más elevada es la relación entre el porcentaje de empresas que compran respecto al porcentaje de empresas que venden por internet, son Austria, Italia, Luxemburgo, Reino Unido y Bélgica, siendo el porcentaje de empresas que compran online 3,7, 3,5, 2,5, 2,4 y 2,2 veces superior al porcentaje de aquellas que venden a través de la red. En España, el porcentaje de empresas que compra por internet también es superior al porcentaje que de aquellas que venden online, 19% vs. 13%, lo que supone que el porcentaje de empresas que compra por internet es 1,46 veces superior al porcentaje de empresas que vende online.

¿Qué porcentaje de las ventas de una economía proviene del e-commerce?

**TABLA 3**

*Porcentaje de ventas que proceden del comercio electrónico, por país, 2007 – 2012*

**Fuente:** elaboración propia a partir de datos procedentes de Eurostat

	2.007	2.008	2.009	2.010	2.011	2.012	Variación 2007 - 2012	Variación 2011 - 2012
<b>Alemania</b>	11	ND	16	18	17	17	54,55%	0,00%
<b>Austria</b>	11	13	12	13	14	13	18,18%	-7,14%
<b>Bélgica</b>	11	ND	21	18	13	14	27,27%	7,69%
<b>Bulgaria</b>	1	1	1	2	2	3	200,00%	50,00%
<b>Chipre</b>	1	1	1	1	1	5	400,00%	400,00%
<b>Croacia</b>	3	4	14	9	12	17	466,67%	41,67%
<b>Dinamarca</b>	22	ND	ND	17	ND	ND	ND	ND
<b>Eslovaquia</b>	3	8	12	11	16	12	300,00%	-25,00%
<b>Eslovenia</b>	9	ND	13	10	9	13	44,44%	44,44%
<b>España</b>	9	8	10	11	11	14	55,56%	27,27%
<b>Estonia</b>	ND	ND	ND	11	10	13	ND	30,00%
<b>Finlandia</b>	15	16	18	18	20	18	20,00%	-10,00%
<b>Francia</b>	ND	12	14	13	14	14	ND	0,00%
<b>Grecia</b>	2	3	ND	ND	4	ND	ND	ND
<b>Holanda</b>	11	14	13	14	11	13	18,18%	18,18%
<b>Hungría</b>	6	15	15	16	19	19	216,67%	0,00%
<b>Irlanda</b>	19	21	29	24	17	21	10,53%	23,53%
<b>Islandia</b>	ND	ND	ND	18	ND	14	ND	ND
<b>Italia</b>	2	ND	ND	5	5	6	200,00%	20,00%
<b>Letonia</b>	2	7	5	7	6	7	250,00%	16,67%
<b>Lituania</b>	5	8	9	14	12	12	140,00%	0,00%
<b>Luxemburgo</b>	ND	ND	ND	ND	ND	23	ND	ND
<b>Malta</b>	ND	22	15	ND	14	13	ND	-7,14%
<b>Noruega</b>	18	22	21	21	18	18	0,00%	0,00%
<b>Polonia</b>	6	9	7	8	11	10	66,67%	-9,09%
<b>Portugal</b>	7	12	12	12	11	12	71,43%	9,09%
<b>Reino Unido</b>	19	21	16	16	18	19	0,00%	5,56%
<b>República Checa</b>	9	15	17	19	25	24	166,67%	-4,00%
<b>Rumanía</b>	2	2	2	4	3	4	100,00%	33,33%
<b>Suecia</b>	14	13	19	18	19	20	42,86%	5,26%
<b>Zona Euro</b>	9	10	13	14	13	13	44,44%	0,00%

Los países en los que más elevado el porcentaje de ventas procedentes del e-commerce son República Checa, Luxemburgo, Irlanda, Suecia y Hungría, con un 24%, 23%, 21%, 20% y 19% respectivamente. El lado opuesto lo ocupan Bulgaria, Rumanía, Chipre, Italia y Letonia, con cifras mucho menores, del 3%, 4%, 5%, 6% y 7% respectivamente. España, por su parte, ocupa la zona media de la tabla, al suponer las ventas procedentes del comercio electrónico el 14% del total de las que se producen en el país, quedando por encima de la media de la zona euro (13%), Austria (13%) o Portugal (12%), y por debajo de Noruega (18%), Alemania (17%) o Reino Unido (19%).

Entre 2007 y 2010 crece el porcentaje de ventas procedentes del comercio electrónico en toda Europa. Resulta sorprendente la evolución que se ha producido en algunos países desde el año 2007. Diez países muestran crecimientos de este porcentaje de tres dígitos, siendo estos países mediterráneos o de Europa del Este, Croacia, Chipre, Eslovaquia, Letonia, Hungría, Italia, Bulgaria, República Checa, Lituania y Rumanía con crecimientos del 467%, 400%, 300%, 250%, 217%, 200%, 200%, 167%, 140% y 100% respectivamente. El lado opuesto lo ocupan Noruega y Reino Unido, para quienes no se producen variaciones. Los crecimientos más modestos se dan en Irlanda, Holanda, Austria, Finlandia y Bélgica, con subidas del 11%, 18%, 18%, 20% y 27% respectivamente. España ocupa la zona media de la tabla, con un crecimiento del 56%.

Si se analiza lo sucedido en el último año, se observa como esta tendencia al alza se rompe al producirse descensos en seis países, Eslovaquia, Finlandia, Polonia, Austria, Malta y República Checa, con caídas del 25%, 10%, 9%, 7%, 7% y 4% respectivamente. El lado contrario, con los crecimientos más relevantes, lo ocupan Chipre, Bulgaria, Eslovenia, Croacia y Rumanía, con subidas del 400%, 50%, 44%, 42% y 33% respectivamente. España ocupa la zona alta de la tabla al mostrar un crecimiento del 27%.

### B. El negocio B2C (Business to Consumer)

Al igual que ocurriera en los negocios entre empresas, se observan unas enormes diferencias entre los países europeos en lo que respecta a las compras online. Son los escandinavos y centro europeos, por regla general, los que más compran a través de Internet. Así, son los noruegos, suecos, daneses, británicos y holandeses los que presentan un mayor porcentaje de su población que compra online, con cifras del 76%, 74%, 73%, 73% y 70% respectivamente. El lado opuesto lo ocupan países de Europa del Este y mediterráneos al mostrar rumanos, búlgaros, italianos, lituanos y griegos, las cifras más modestas con un 5%, 9%, 17%, 20% y 20% respectivamente. España, por su parte, ocupa la zona medio – baja de la tabla, siendo del 31% el porcentaje de la población que realiza compras por internet.

Entre 2007 y 2012, se produce un incremento en este porcentaje en todos y cada uno de los países de la Unión Europea, siendo los más destacados los que se dan en Lituania, Croacia, Bulgaria, Eslovaquia y Estonia, con subidas de tres dígitos en todos los casos, 233%, 229%, 200%, 181% y 156% respectivamente. Los incrementos más modestos se producen en Islandia, Noruega, Alemania, Holanda y Dinamarca, con crecimientos del 8%, 21%, 25%, 27% y 30% respectivamente.

**TABLA 4**

*Porcentaje de individuos que han comprado a través de Internet, por país, 2007 - 2012*

**Fuente:** elaboración propia a partir de datos procedentes de Eurostat

	2.007	2.008	2.009	2.010	2.011	2.012	Variación 2007 - 2012	Variación 2011 - 2012
<b>Alemania</b>	52	53	56	60	64	65	25,00%	1,56%
<b>Austria</b>	36	37	41	42	44	48	33,33%	9,09%
<b>Bélgica</b>	21	21	36	38	43	45	114,29%	4,65%
<b>Bulgaria</b>	3	3	5	5	7	9	200,00%	28,57%
<b>Chipre</b>	10	9	16	18	21	21	110,00%	0,00%
<b>Croacia</b>	7	7	10	14	17	23	228,57%	35,29%
<b>Dinamarca</b>	56	59	64	68	70	73	30,36%	4,29%
<b>Eslovaquia</b>	16	23	28	33	37	45	181,25%	21,62%
<b>Eslovenia</b>	16	18	24	27	31	34	112,50%	9,68%
<b>España</b>	18	20	23	24	27	31	72,22%	14,81%
<b>Estonia</b>	9	10	17	17	21	23	155,56%	9,52%
<b>Finlandia</b>	48	51	54	59	62	65	35,42%	4,84%
<b>Francia</b>	34	40	44	54	53	57	67,65%	7,55%
<b>Grecia</b>	8	9	10	12	18	20	150,00%	11,11%
<b>Holanda</b>	55	56	63	67	69	70	27,27%	1,45%
<b>Hungría</b>	11	14	16	18	22	25	127,27%	13,64%
<b>Irlanda</b>	33	36	37	36	43	46	39,39%	6,98%
<b>Islandia</b>	50	47	44	45	49	54	8,00%	10,20%
<b>Italia</b>	10	11	12	15	15	17	70,00%	13,33%
<b>Letonia</b>	11	16	19	17	20	27	145,45%	35,00%
<b>Lituania</b>	6	6	8	11	16	20	233,33%	25,00%
<b>Luxemburgo</b>	47	49	58	60	65	68	44,68%	4,62%
<b>Malta</b>	20	22	34	38	45	44	120,00%	-2,22%
<b>Noruega</b>	63	63	70	71	73	76	20,63%	4,11%
<b>Polonia</b>	16	18	23	29	30	30	87,50%	0,00%
<b>Portugal</b>	9	10	13	15	18	22	144,44%	22,22%
<b>Reino Unido</b>	53	57	66	67	71	73	37,74%	2,82%
<b>República Checa</b>	17	23	24	27	30	32	88,24%	6,67%
<b>Rumanía</b>	3	4	2	4	6	5	66,67%	-16,67%
<b>Suecia</b>	53	53	63	66	71	74	39,62%	4,23%
<b>Zona Euro</b>	31	33	36	40	43	45	45,16%	4,65%

### III. EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN ESPAÑA

España ocupa la zona media de la tabla, al mostrar un crecimiento en el porcentaje de individuos que realizan compras por internet de un nada desdeñable 72% entre 2007 y 2012.

Entre los años 2011 y 2012 esta tendencia generalizada al alza se mantiene, ya que únicamente dos países ven reducido su porcentaje de individuos que compra por Internet, Malta y Rumanía, con descensos del 2% y del 16% respectivamente. Los mayores crecimientos se dan en Croacia, Letonia, Bulgaria, Lituania y Portugal, con subidas del 35%, 35%, 28%, 25% y 22% respectivamente. España ocupa la zona alta de la tabla, ya que muestra un crecimiento en el porcentaje de individuos que compra por Internet de un nada desdeñable 15%.

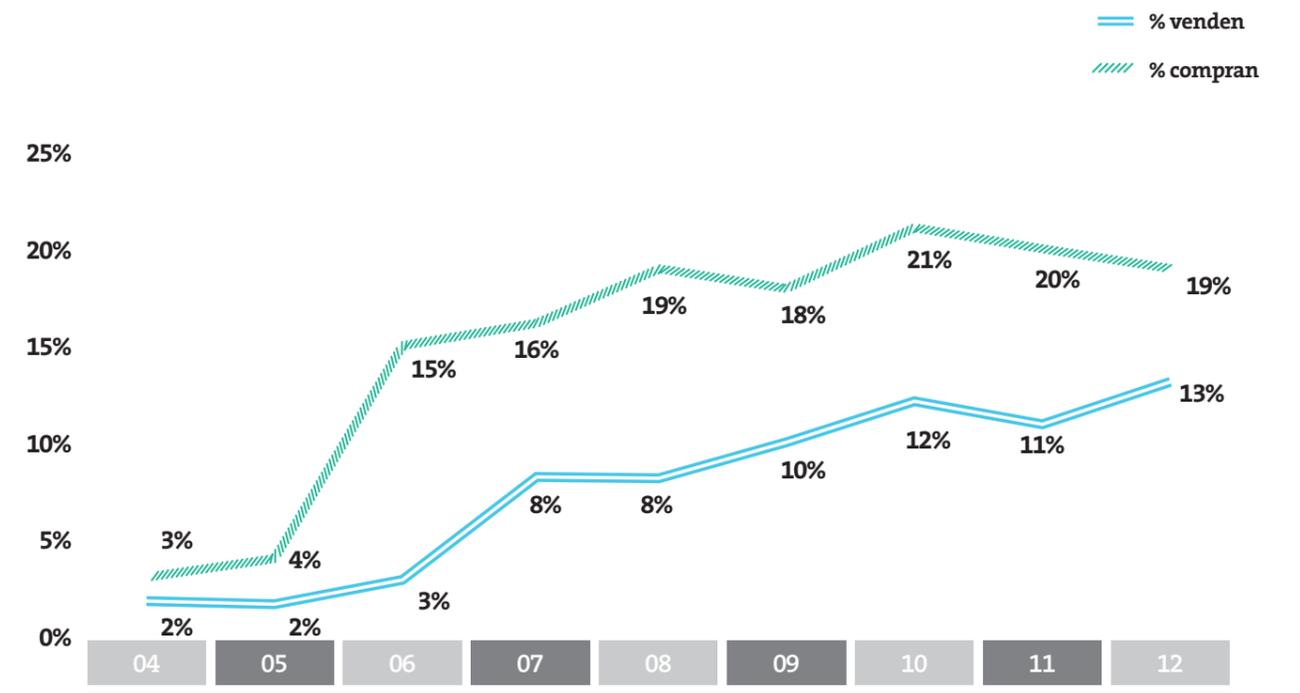
La tabla 4 del anterior punto muestra cómo en España el porcentaje de individuos que compra por Internet ha crecido de una forma muy significativa.

Este crecimiento es algo muy a tener en cuenta, sobre todo porque se produce en un contexto de verdaderas dificultades para la economía española, y en un momento en el que el consumo de particulares y empresas se ha visto reducido de una manera muy significativa, precisamente debido a la crisis económica. A continuación se analizará el comercio electrónico entre empresas, así como el perfil del comprador online en España.

**FIGURA 3**

*Porcentaje de empresas que compran y venden por Internet en España, 2004 - 2012*

**Fuente:** Elaboración propia a partir de datos procedentes de Eurostat.



En el caso concreto de España, se observa cómo, tanto el porcentaje de empresas que venden, como el porcentaje de empresas que compran por Internet, está creciendo de una manera considerable desde el año 2004, siendo este mercado inmune a los devastadores efectos de la crisis económica que sufre el país. Así, el porcentaje de empresas que vende por Internet ha crecido, entre 2004 y 2012, desde apenas un 2% a un 13%, es decir, 6,5 veces más. Este enorme crecimiento se ha dado en dos etapas:

**1ª etapa: entre los años 2004 y 2008 se pasó de un porcentaje del 2% al 8%. Es decir, 4 veces más.**

**2ª etapa: entre los años 2008 y 2012 se pasa de un 8% a un 13%. Esto es, un crecimiento de 500 puntos básicos en un momento en el que la economía española estaba pasando por la peor situación económica que se recuerde desde 1993, siendo la crisis actual mucho más aguda y profunda que la de la crisis de los años 90.**

Por su parte, el porcentaje de empresas que compran tampoco ha parado de crecer, ya que ha pasado de apenas un 3% en el año 2004, a un 19% en el año 2012. Es decir, un crecimiento muy parecido al mostrado por el porcentaje

de las empresas que venden por Internet. En este caso, el crecimiento se ha dado también en dos etapas, claramente diferenciadas:

**1ª etapa: entre los años 2004 y 2006, se pasó de un porcentaje del 3% al 15%, es decir, creció en 5 veces.**

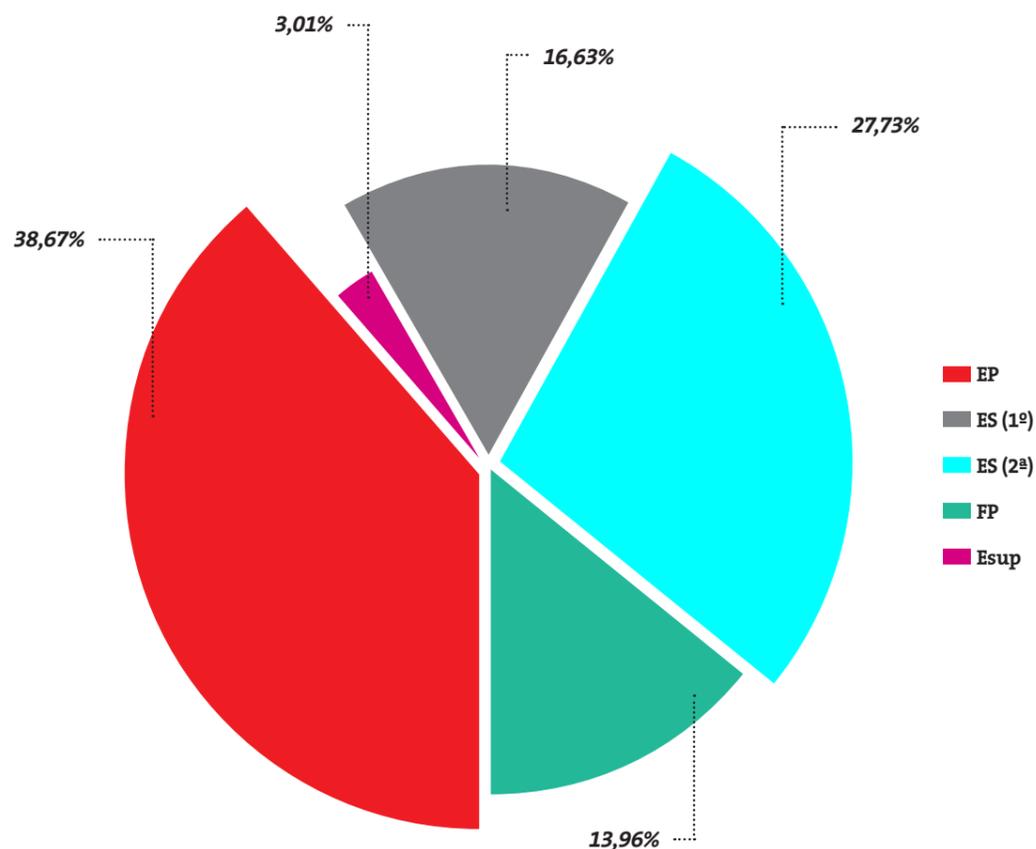
**2ª etapa: entre los años 2006 y 2012 este porcentaje ha crecido 400 puntos básicos, es decir, que ha pasado del 15% al 19%.**

¿Cuál es el perfil de comprador por Internet en España?

**FIGURA 4**

*Porcentaje de personas que compran por Internet en España 2012, por nivel de formación*

**Fuente:** elaboración propia a partir de datos procedentes del Instituto Nacional de Estadística, INE



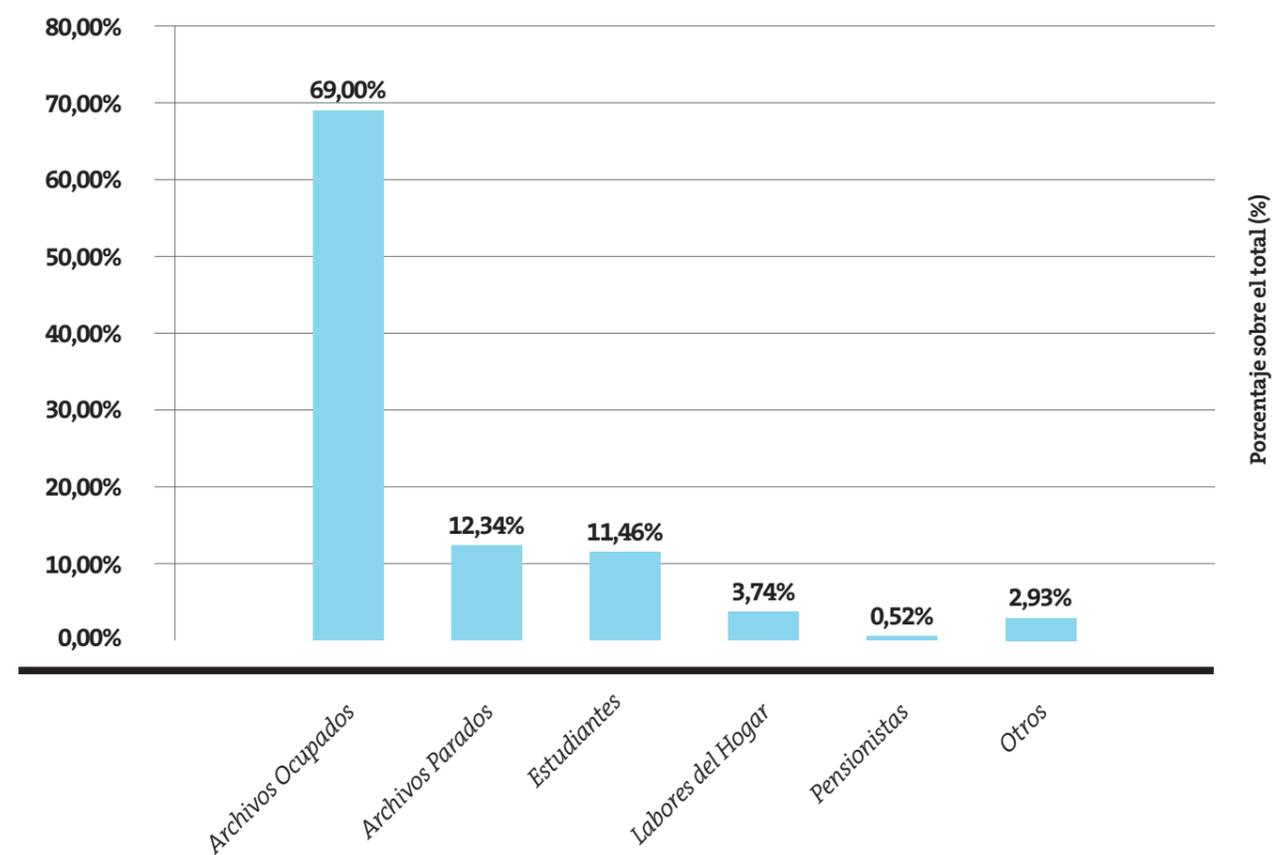
La gran mayoría de los compradores por Internet en España son aquellos que tienen educación superior, un 39% del total. Les siguen las personas con educación secundaria, segunda etapa, siendo este grupo un nada desdeñable 28%. Las personas con educación secundaria, primera etapa, suponen el 17% de los compradores online en España, mientras que formación profesional supone un 14% de los compradores. Parece por tanto que, en España, a mayor nivel de estudios, mayor es la propensión al consumo online.

La figura 5 muestra unas enormes diferencias en el perfil de comprador por Internet en función de la situación laboral. Los pensionistas no llegan al 1% de las personas que compran por Internet, las amas de casa son apenas un 4%, los parados representan un 12% de los compradores por Internet, los estudiantes un 11%, y el grueso de las compras por Internet en España se aglutinan en los activos ocupados, es decir, personas que tienen empleo e ingresos.

**FIGURA 5**

*Porcentaje de personas que compran por Internet en España, 2012, según su situación laboral*

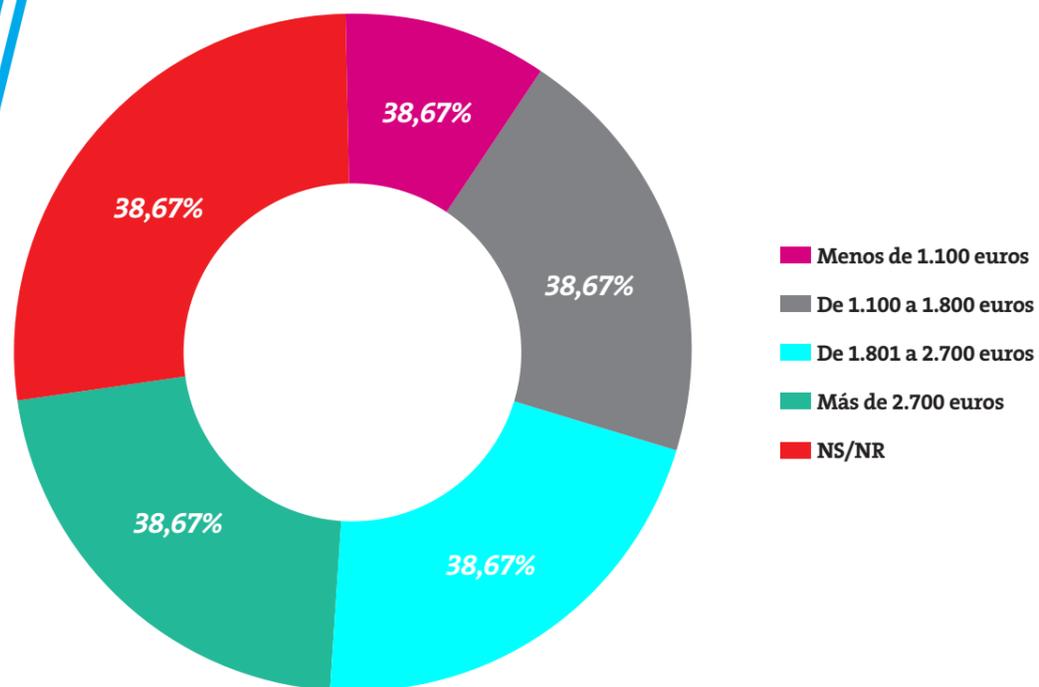
**Fuente:** elaboración propia a partir de datos procedentes del Instituto Nacional de Estadística, INE



**FIGURA 6**

*Porcentaje de personas que compran por Internet en España según nivel de ingresos, 2012*

**Fuente:** elaboración propia a partir de datos procedentes del Instituto Nacional de Estadística, INE



En cuanto a las compras por Internet en función al nivel de ingresos, aquellos con ingresos entre los 1.100€ y los 1.800€ al mes, suponen el 20% de las personas que realizan compras online, aquellos con más de 2.700€ mensuales de ingresos suponen el 21,43%, y con ingresos entre los 1.801€ y 2.700€, suponen un 21,38%. Parece por tanto que en España no hay una relación directa entre nivel de ingresos y gasto a través de internet.

**TABLA 5**

*Personas que han comprado a través de Internet en España según género, rango de edad y nacionalidad, 2012*

**Fuente:** elaboración propia a partir de datos procedentes del Instituto Nacional de Estadística, INE

	Total de Personas que han comprado alguna vez a través de Internet	Total
<b>Sexo: Hombre</b>	6.888.223,00	55,89%
<b>Sexo: Mujer</b>	5.436.346,00	44,11%
<b>Subtotal</b>	<b>12.324.569,00</b>	<b>100,00%</b>
<b>Edad: De 16 a 24 años</b>	1.921.790,00	15,59%
<b>Edad: De 25 a 34 años</b>	3.531.639,00	28,66%
<b>Edad: De 35 a 44 años</b>	3.586.081,00	29,10%
<b>Edad: De 45 a 54 años</b>	2.112.675,00	17,14%
<b>Edad: De 55 a 64 años</b>	912.609,00	7,40%
<b>Edad: De 65 a 74 años</b>	259.774,00	2,11%
<b>Subtotal</b>	<b>12.324.568,00</b>	<b>100,00%</b>
<b>Nacionalidad: española</b>	11.636.403,00	94,42%
<b>Nacionalidad: extranjera</b>	688.166,00	5,58%
<b>Subtotal</b>	<b>12.324.569,00</b>	<b>100,00%</b>



Si se analiza al perfil de comprador vía Internet en España respecto a género, rango de edad y nacionalidad, este sería hombre, de entre 35 y 44 años de edad y de nacionalidad española. El 56% de las compras por Internet en España las realizan los hombres y el 58% fueron realizadas por personas entre los 25 y los 44 años. Las personas de 45 a 54 años suponen el 17% de los compradores online, el grupo entre 16 y 24, el 16%, entre 55 y 64 años, el 7%, y personas de 65 años o más apenas suponen el 2% del mercado online en España. En cuanto a la nacionalidad, está clara la procedencia de los compradores online en España, ya que un 94% son españoles, algo muy relevante si se tiene en cuenta que el 11% de las familias en España son inmigrantes.

¿Cómo de grande es el mercado online de particulares en España? En total, en el año 2013, compraron por internet 12.324.569 personas, es decir, un 26% del total de la población española. Esta cifra pone de manifiesto el enorme potencial de crecimiento que aún tiene el e-commerce en España.

Situación del e-commerce a nivel autonómico

**TABLA 6**

*Personas que compran por Internet en España por Comunidad Autónoma, 2008 - 2012*

Fuente: elaboración propia a partir de datos procedentes del Instituto Nacional de Estadística, INE

	2008	2012 - Total de personas que han comprado por Internet en los últimos 12 meses	VAR 08-12
<b>Total nacional</b>	6.753.066,00	10.704.452,00	58,51%
Andalucía	870.919,00	1.541.491,00	77,00%
Aragón	213.941,00	341.786,00	59,76%
Asturias, Principado de	153.085,00	256.536,00	67,58%
Balears, Illes	223.487,00	294.049,00	31,57%
Canarias	216.527,00	401.767,00	85,55%
Cantabria	92.661,00	151.895,00	63,93%
Castilla y León	336.258,00	488.838,00	45,38%
Castilla-La Mancha	220.089,00	411.209,00	86,84%
Cataluña	1.305.737,00	1.944.805,00	48,94%
Comunitat Valenciana	669.019,00	951.846,00	42,27%
Extremadura	130.662,00	202.684,00	55,12%
Galicia	340.918,00	556.307,00	63,18%
Madrid, Comunidad de	1.253.013,00	1.963.397,00	56,69%
Murcia, Región de	168.189,00	266.162,00	58,25%
Navarra, Comunidad Foral de	102.970,00	169.286,00	64,40%
País Vasco	388.316,00	666.862,00	71,73%
Rioja, La	51.782,00	61.186,00	18,16%
Ceuta	6.180,00	18.113,00	193,09%
Melilla	9.309,00	16.233,00	74,38%

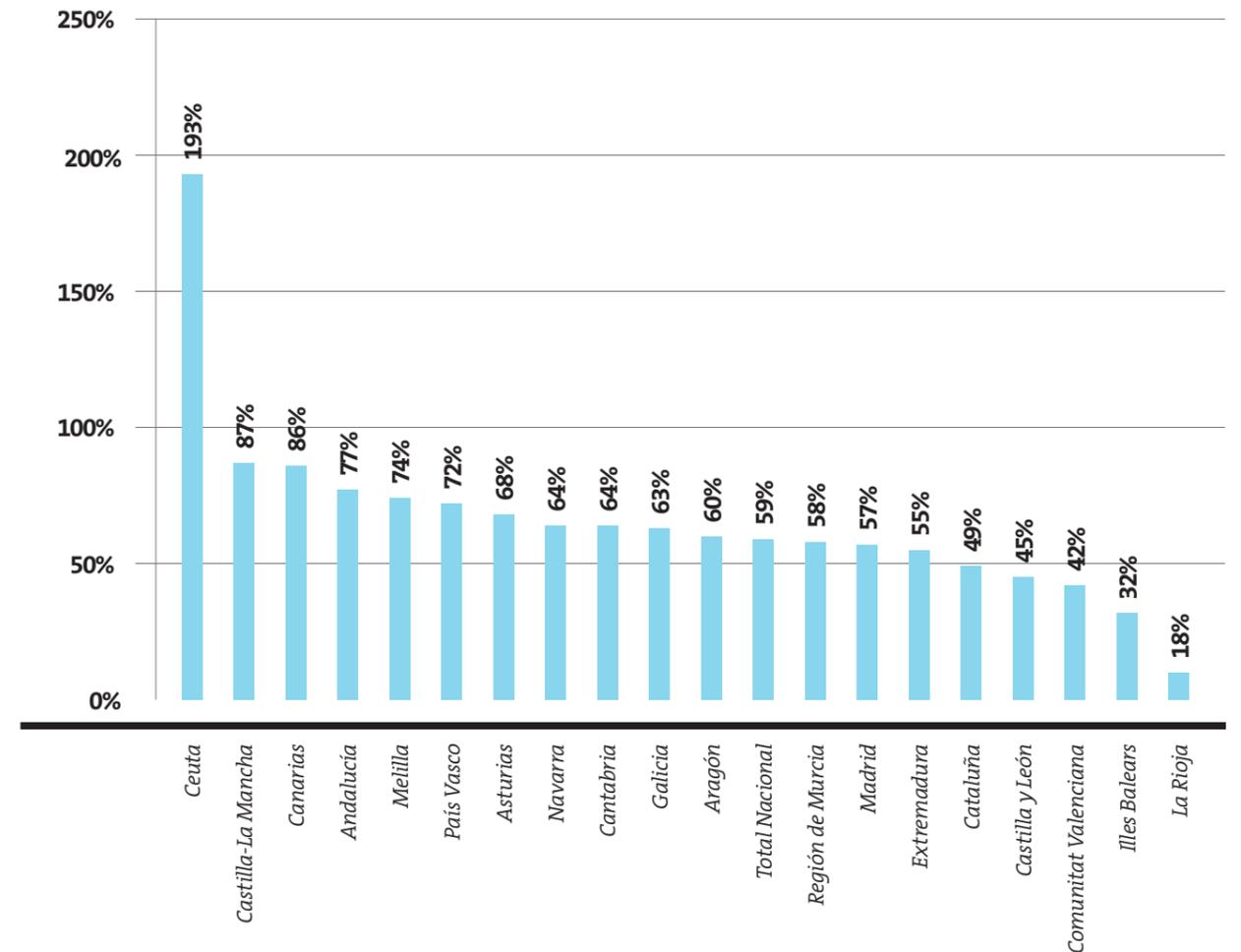
Las Comunidades Autónomas con las cifras más elevadas de compradores online son Madrid, Cataluña, Andalucía y C. Valenciana, con 1,96, 1,94, 1,5 y 0,9 millones de personas. Esto supone que estas cuatro Comunidades, las más relevantes en lo que se refiere a población y aportación al PIB nacional, suponen el 60% de todas las personas que han comprado por Internet en España en el último año.

El lado opuesto lo ocupan Melilla, Ceuta, Rioja, Cantabria y Navarra, con 16.000, 18.000, 61.000, 152.000 y 169.000 compradores online. Esto supone que en Madrid hay 121 veces más compradores online que en Melilla, diferencia muy considerable, pero también muy lógica, ya que la diferencia poblacional entre ambas CCAA es enorme.

**FIGURA 7**

*Crecimientos en el número de personas que compran por internet en España, por Comunidad Autónoma, 2008 - 2012*

Fuente: elaboración propia a partir de datos procedentes del Instituto Nacional de Estadística, INE



La zona medio - alta de la tabla viene ocupada por Galicia, Castilla y León, Castilla - La Mancha, Canarias y Aragón, con volúmenes de compradores online entre los 342.000 y 556.000. Baleares, Murcia, Asturias y Extremadura ocupan la zona medio - baja de la tabla al mostrar unos números de compradores online entre los 203.000 y 294.000.

Resulta muy interesante observar que, a pesar de la caída generalizada del consumo en España que se viene produciendo desde 2007, el número de compradores online crece entre 2008 y 2012 en todas y cada una de las Comunidades Autónomas que conforman España. Los crecimientos más relevantes se producen en Ceuta, Castilla - La Mancha, Canarias y Melilla, que registran incrementos del 193%, 86%, 85%, 77% y 74% respectivamente.

Las subidas más modestas se dan en Cataluña, Castilla y León, C. Valenciana, Baleares y Rioja, con crecimientos del 49%, 45%, 42%, 32% y 18% respectivamente. Vascos, asturianos, navarros, cántabros y gallegos ocupan la zona medio - alta de la tabla, al mostrar unos crecimientos entre el 63% y el 72%. Aragón, Murcia, Madrid y Extremadura cierran la zona medio - baja de la tabla, al mostrar unos incrementos comprendidos entre el 55% y el 60%.

**FIGURA 8**

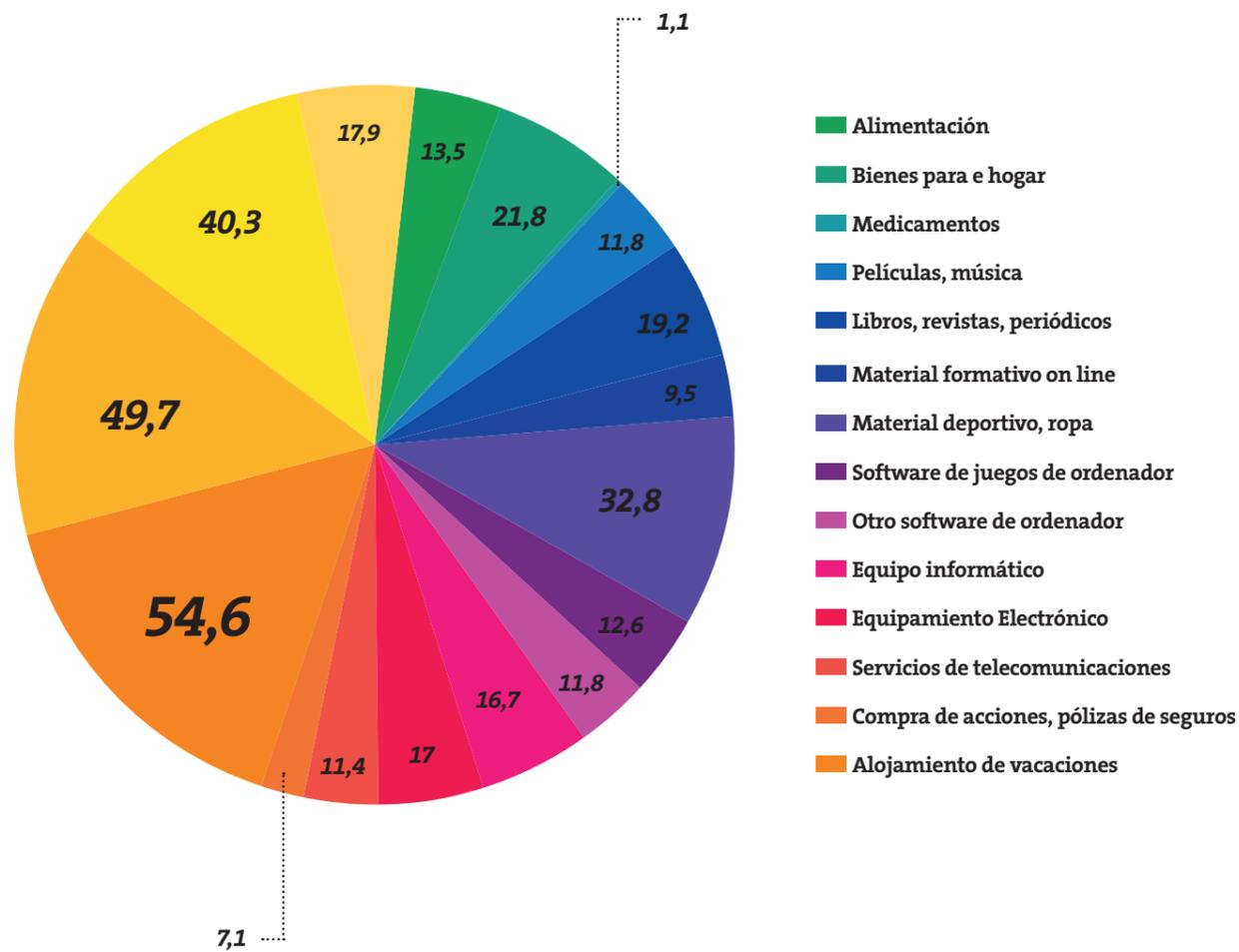
*Porcentaje de internautas que compran determinados productos por internet en España, 2012*

**Fuente:** elaboración propia a partir de datos procedentes del Instituto Nacional de Estadística

La figura 8 muestra las preferencias del consumo online en España. Se observa cómo, el 55% de los Internautas compra alojamiento de vacaciones, el 50% otros servicios para viajes, el 40% entradas para espectáculos y el 33% material deportivo. El 22% de los internautas en España compra vía Internet bienes para el hogar, el 19% libros, revistas y periódicos, el 17% equipamiento electrónico, otro 17% equipo informático y el 14% alimentación.

Con porcentajes aún de dos dígitos se encuentran las categorías software de juegos de ordenador, películas y música, otro tipo de software y servicios de telecomunicaciones, al comprar estos productos el 13%, 12%, 12% y 12% de internautas.

Los productos menos demandados serían material formativo online, adquirido por un 10% de los internautas, acciones y pólizas de seguros, comprados por un 7% de los compradores online y medicamentos, interesantes únicamente para el 1% de los internautas.



**TABLA 7**

*Porcentaje de internautas que compran determinados productos por internet en España por Comunidad Autónoma, 2012*

**Fuente:** elaboración propia a partir de datos procedentes del Instituto Nacional de Estadística, INE

Para analizar esta tabla lo más adecuado es analizar tendencias de consumo online, observando diferencias en algunas de las categorías más relevantes. Si se analiza lo ocurrido en el caso de la alimentación, se observa como las CCAA en las que un mayor porcentaje de internautas compra estos productos online son Ceuta, País Vasco, Aragón, Madrid y Andalucía, con porcentajes del 29%, 19%, 18%, 16% y 16% respectivamente. El lado opuesto lo ocupan Melilla, Canarias, Extremadura, Baleares y Castilla - La Mancha con porcentajes del 0%, 5%, 9%, 9% y 9% respectivamente.

En cuanto a los bienes para el hogar, las CCAA en las que un mayor porcentaje de internautas adquiere estos productos vía Web son Asturias, País Vasco, Ceuta, Aragón y Galicia con cifras del 32%, 32%, 28%, 26% y 25% respectivamente. El lado opuesto lo ocupan Melilla, Canarias,

Murcia, Baleares y Castilla - La Mancha, con porcentajes inferiores al 18%.

En lo que se refiere a los medicamentos, las cifras más altas se dan en Aragón, Madrid y Murcia con un 4%, 1% y 1% respectivamente. Por el contrario, se observan cifras del 0% en Melilla, Castilla - La Mancha, Navarra, Galicia y Ceuta.

En cuanto a la categoría alojamiento para vacaciones, siendo esta la categoría más relevante a nivel nacional, se observa como aquellas CCAA con los porcentajes más significativos son País Vasco, Cantabria, Madrid, C. Valenciana y Canarias, con un 73%, 63%, 61%, 58% y 56% respectivamente. Las cifras más modestas se dan en Melilla, Baleares, Murcia, Extremadura y Castilla y León, con un 31%, 42%, 44%, 44% y 48% respectivamente.

	Alimentación	Bienes para el hogar	Medicamentos	Películas, música	Libros, revistas, periódicos	Material formativo on line	Material deportivo, ropa	Software de juegos de ordenador	Otro software de ordenador	Equipo informático	Equipamiento electrónico	Servicios de telecomunicaciones	Compra de acciones, pólizas de seguros	Alojamiento de vacaciones	Otros servicios para viajes	Entradas para espectáculos	Otros productos o servicios
<b>Total nacional</b>	13,5	21,8	1,1	11,8	19,2	9,5	32,8	12,6	11,8	16,7	17	11,4	7,1	54,6	49,7	40,3	17,9
<b>Andalucía</b>	15,8	22,5	1,2	12,3	19,7	8,5	34,6	13,1	10,6	18,8	18,4	11,8	9,1	48,9	41,6	32,3	23,8
<b>Aragón</b>	17,3	26,4	4,3	11,6	19,8	13	35,6	11,5	11,2	15,7	21,7	12,6	9,3	52	43,7	32,7	11,9
<b>Asturias, Principado de</b>	15,5	32	0,9	17,3	25,5	16,2	52,8	13	11,6	18,9	19,1	5,8	8,8	52,9	51,6	37,8	11,6
<b>Balears, Illes</b>	8,6	17	0,3	6,5	15,9	2,5	26,2	12,5	4,5	10,1	12,8	4,3	2,5	42,4	60,4	18,8	10,3
<b>Canarias</b>	4,9	9,9	0,6	8	12,4	9,9	15,8	11,5	6,6	7,9	8	7,1	3,7	55,9	59,7	27,2	19,8
<b>Cantabria</b>	13,5	22,7	0,5	8,6	27	12,7	45,3	11,1	13,4	18,7	20,2	12,1	11,3	63,1	51,8	43,8	19,3
<b>Castilla y León</b>	10	23,9	1,2	12,2	15,6	10,7	36,3	13,4	12,1	21,1	13,4	11,9	4,5	47,7	41,9	32,8	22,9
<b>Castilla-La Mancha</b>	8,8	17,1	0	5,9	20,3	6,6	43,7	9	4,7	13,6	20,5	8,2	5,8	54,4	40	30,9	19,6
<b>Cataluña</b>	12,6	17,1	1,3	11,1	13,7	6,3	26,6	10,8	10,5	16,4	10,8	7,9	4,5	52,6	58,1	44	15,8
<b>Comunitat Valenciana</b>	12,5	23,4	0,5	9,7	18,5	11,6	31,8	19,2	14,7	22	25,6	22,7	12,2	58,4	44,5	40,2	14,6
<b>Extremadura</b>	8,5	24	0,8	6,1	10,6	10,3	45	10,3	4	17	17,7	10,1	4	44,4	25,1	21,7	22,1
<b>Galicia</b>	11,1	24,8	0	11,2	22,5	10,7	36,5	12,4	9,2	17,9	27,9	13,9	8,1	48,8	41,9	38,4	13,7
<b>Madrid, Comunidad de</b>	16,2	22,7	1,5	15,6	24,2	9,4	29,8	12,5	15,7	14,1	14,3	10,9	5,7	60,5	56,2	53,7	17,7
<b>Murcia, Región de</b>	11,4	16,6	1,5	5,3	12,8	11,8	35,6	10,3	8,8	21,3	16,1	13,4	8,9	44,2	32,7	36,1	22,3
<b>Navarra, Comunidad Foral de</b>	14,7	23,8	0	11,1	20,7	12,4	35,8	11,1	13,3	16,4	18,6	13,5	6	52,7	44,9	46,4	21,3
<b>País Vasco</b>	18,2	31,9	0,7	16,2	25	13,6	41,1	13,3	18,8	16	21,7	12,6	11,1	73,4	57,9	51,6	17,4
<b>Rioja, La</b>	12,8	21,3	1	9,4	17,8	9,6	26,2	11	7,2	20,6	21,9	7,4	5	51,4	47,3	38,3	20,1
<b>Ceuta</b>	28,7	27,7	0	6,7	27,6	8,4	44,5	14,3	10,7	2,4	10,4	4,7	4,7	55,3	37,2	8,2	11,8
<b>Melilla</b>	0	2,7	0	17,9	13,5	12,6	39,5	1,9	6,4	1,9	0	0	6,5	31,1	58,4	1,9	16,9

## IV. CONCLUSIONES

**En el año 2004, el porcentaje de empresas en la Unión Europea que compró por Internet fue del 13%, mientras que en el año 2012 esta cifra fue del 14%, lo que supone una variación de apenas 100 puntos básicos en ocho años.**

Se observa una tendencia al alza entre los años 2004 a 2008, al crecer desde el 13% en 2004 al 16% en 2008. Esta tendencia se rompe el año en que la crisis de la hipotecas subprime llega a Europa, al caer este porcentaje 400 puntos básicos hasta cerrar en el 12% en el año 2009. Poco a poco, se recupera hasta llegar a la ya comentada cifra del 14% en el año 2012.

**La evolución de las empresas que compran por Internet en Europa es significativamente negativa. Entre 2004 y 2012 se pierden 10 puntos porcentuales, al caer desde el 26% hasta el 16%, una evolución muy a tener en cuenta si se tiene en cuenta todo lo que ha evolucionado Internet y el e-commerce en cuanto a facilidad de uso y seguridad.**

Hoy es más fácil, rápido y seguro operar por Internet, y, sin embargo, el porcentaje de empresas que venden por internet apenas ha variado, mientras que el porcentaje de empresas que compra por internet ha caído muy significativamente. La evolución de las empresas que compran por Internet ha sido muy particular, entre los años 2004 y 2008, se observa un incremento de 200 puntos básicos, pasar del 26% al 28%. Esta cifra cae en el año 2009 hasta alcanzar el 24%, remontando hasta el 27% en el año 2010, para después desplomarse hasta el 18% en 2011 y continuar su caída en 2012 al cerrar en un 16%.

**Los cinco países europeos con mayor cifra de empresas que venden por Internet son cuatro países escandinavos y un centro europeo, Islandia, Noruega, Suecia, Dinamarca y República Checa con porcentajes del 35%, 34%, 27%, 26% y 25% respectivamente.**

Parece lógica que lideren esta tabla los países escandinavos, ya que son países en los que el desarrollo tecnológico es notable, y en los que, por temas relacionados con el clima, es más normal realizar comprar sin tener que salir

de casa. El lado opuesto de la tabla lo ocupan países de Europa del Este y mediterráneos, Italia, Bulgaria, Rumanía, Letonia y Grecia, con cifras sensiblemente más bajas, 4%, 4%, 5%, 7% y 7% respectivamente.

**En cuanto al porcentaje de empresas que compran por Internet, ocupan los primeros puestos de la tabla Irlanda, Noruega, República Checa, Finlandia y Luxemburgo, con cifras del 51%, 41%, 40%, 37% y 35% respectivamente.**

En el lado opuesto, con las cifras más modestas, se encuentran Bulgaria, Rumanía, Chipre, Holanda y Letonia, con porcentajes del 4%, 7%, 11%, 13% y 14% respectivamente. España, por su parte, ocupa la zona medio-baja de la tabla, con una cifra del 19% de empresas que compran por internet, quedando por encima de la media de la zona euro (16%), Portugal (17%), Francia (14%) o Italia (14%).

**Tres son los países europeos en los que hay un porcentaje mayor de empresas que vende por Internet que las que compran a través de la red, Grecia, Holanda e Islandia, siendo el porcentaje de empresas que venden online 1,17, 1,38 y 1,6 veces superior al porcentaje de las que compran.**

Los países en los que más elevada es la relación entre el porcentaje de empresas que compran respecto al porcentaje de empresas que venden por Internet son Austria, Italia, Luxemburgo, Reino Unido y Bélgica, siendo el porcentaje de empresas que compran online 3,7, 3,5, 2,5, 2,4 y 2,2 veces superior al porcentaje de aquellas que venden a través de la red.

**Los países en los que es más elevado el porcentaje de ventas procedentes del e-commerce son República Checa, Luxemburgo, Irlanda, Suecia y Hungría, con un 24%, 23%, 21%, 20% y 19% respectivamente.**

El lado opuesto lo ocupan Bulgaria, Rumanía, Chipre, Italia y Letonia, con cifras mucho menores del 3%, 4%, 5%, 6% y 7% respectivamente. España, por su parte, ocupa la zona media de la tabla, al suponer las ventas procedentes del comercio electrónico el 14% de las que se producen en el país, quedando por encima de la media de la zona euro (13%), Austria (13%) o Portugal (12%), y por debajo de Noruega (18%), Alemania (17%) o Reino Unido (19%).

**Son los noruegos, suecos, daneses, británicos y holandeses los que presentan un mayor porcentaje de su población que compra online, con cifras del 76%, 74%, 73%, 73% y 70% respectivamente.**

El lado opuesto lo ocupan países de Europa del Este y mediterráneos al mostrar rumanos, búlgaros, italianos, lituanos y griegos, las cifras más modestas con un 5%, 9%, 17%, 20% y 20% respectivamente. España, por su parte, ocupa la zona medio-baja de la tabla, siendo del 31% el porcentaje de la población que realiza compras por internet.

**La gran mayoría de los compradores por Internet en España son aquellos que tienen educación superior, al suponer un 39%.**

Les siguen las personas con educación secundaria, segunda etapa, siendo este grupo un nada desdeñable 28%. Las personas con educación secundaria, primera etapa, suponen el 17% de los compradores online en España, mientras que formación profesional supone un 14% de los compradores. Parece por tanto que, en España, a mayor nivel de estudios, mayor es la propensión al consumo online.

**Si se analiza al perfil de comprador vía Internet en España, este sería hombre, de entre 35 y 44 años de edad, y de nacionalidad española. El 56% de las compras por Internet en España las realizan los hombres. En cuanto a rangos de edad, el 58% de las compras fueron realizadas por personas entre los 25 y los 44 años.**

Las personas de 45 a 54 años suponen el 17% de los compradores online, el grupo entre 16 y 24, el 16%, entre 55 y 64 años, el 7%, y personas de 65 años o más apenas suponen el 2% del mercado online en España.

**Las Comunidades Autónomas con las cifras más elevadas de compradores online son Madrid, Cataluña, Andalucía y C. Valenciana, con 1,96, 1,94, 1,5 y 0,9 millones de personas.**

Esto supone que estas cuatro Comunidades, las más relevantes en lo que se refiere a población y aportación al PIB nacional, suponen el 60% de todas las personas que han comprado por internet en España en el último año. El lado opuesto lo ocupan Melilla, Ceuta, Rioja, Cantabria

y Navarra, con 16.000, 18.000, 61.000, 152.000 y 169.000 compradores online. Esto supone que en Madrid hay 121 veces más compradores online que en Melilla, diferencia muy considerable, pero también muy lógica, ya que la diferencia poblacional entre ambas CCAA es enorme.

**Los productos más comprados por Internet en España son alojamiento de vacaciones (55% de las ventas totales), otros servicios para viajes (50%), entradas para espectáculos (40%) y material deportivo (33%).**

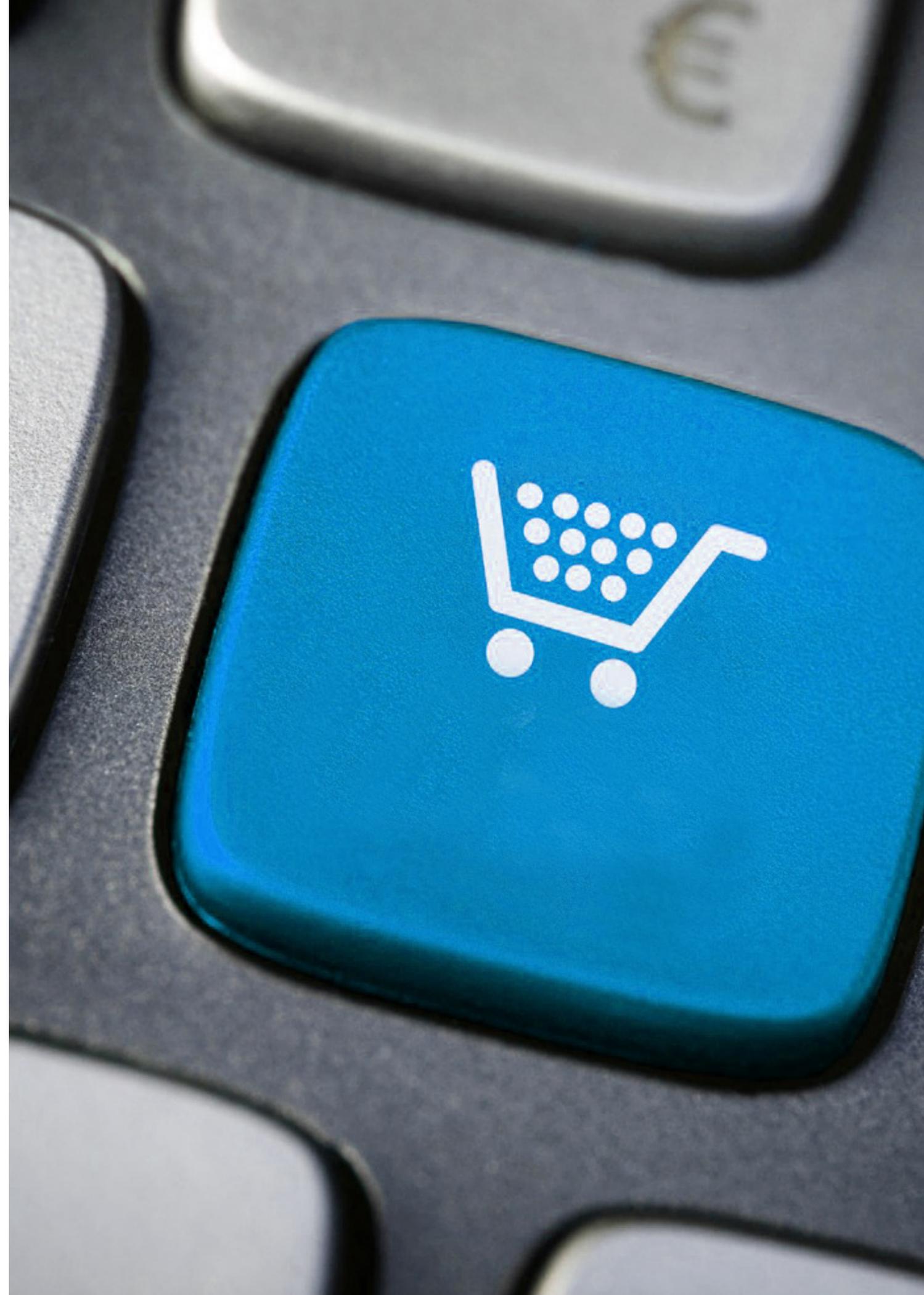
Por el contrario, los productos menos demandados serían material formativo online, acciones y pólizas de seguros y medicamentos.

## V. BIBLIOGRAFÍA

EAE Strategic Research Center. El comercio electrónico en España 2010.

EAE Strategic Research Center. El comercio electrónico en España 2011.

Online Business School. El comercio electrónico 2012.



[www.obs-edu.com](http://www.obs-edu.com)

902 47 46 47

Barcelona C/Aragó 55 · 08015

