MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO

red.es observatorio

Comercio Electrónico B2C 2007

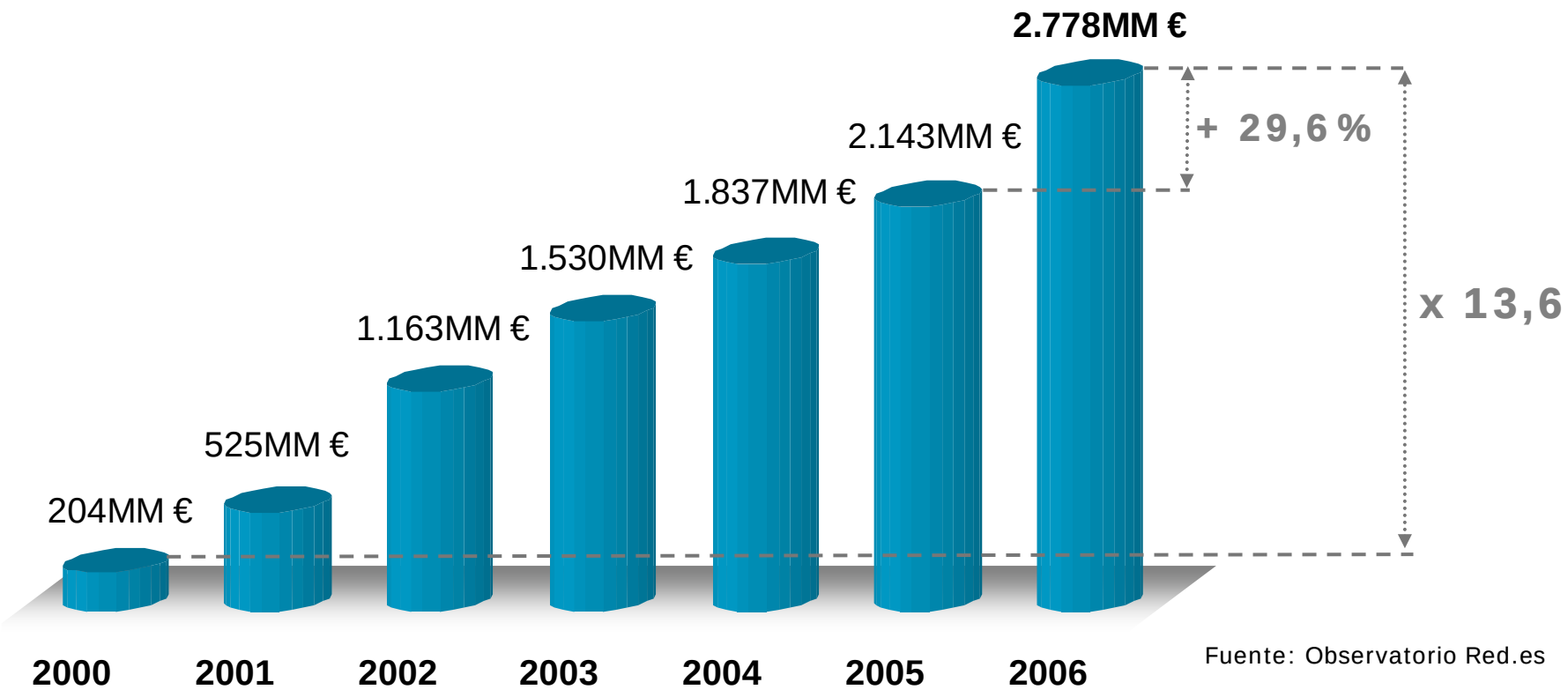
Estudio sobre Comercio Electrónico B2C 2007 en España

Compradores en la Red

Octubre de 2007

Cifra de negocio B2C

La cifra de negocio del comercio electrónico B2C en España ha sido de 2.778 millones de euros. Esto supone un crecimiento de 635 millones, con un incremento interanual del 29,6%



Fuente: Observatorio Red.es

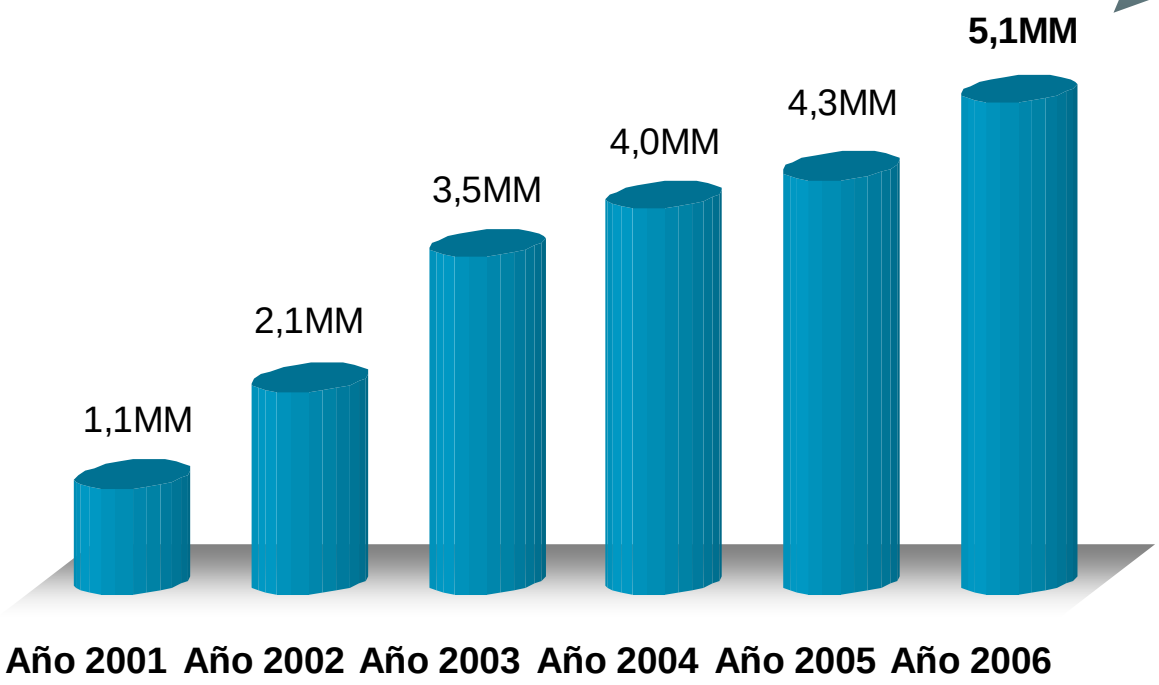
Se estima que la cifra de comercio electrónico en 2006 corresponde al 0,97% del total del gasto familiar (último dato anual disponible de la Encuesta Continua de Presupuestos Familiares del INE)

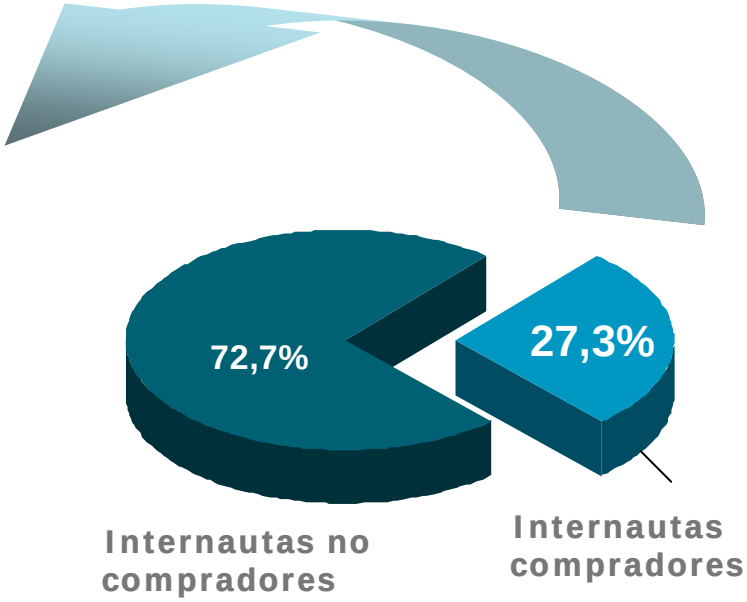
Compradores por Internet

MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO

red.es observatorio

Más de 5 millones de personas han comprado por Internet, lo que significa el 13,6% de la población de 15 años y más.





Uno de cada cuatro internautas españoles (27,3%) compraron por Internet en 2006

Fuente: Observatorio Red.es

Perfil del comprador

MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO

red.es observatorio

Perfil del comprador 2006:

- Hombres (59% Hombres y 41% mujeres)
- Edad: entre 25 y 49 años (67%)
- Residentes en hábitat urbano (el 50% reside en ciudades de más de 100.000 habitantes)
- Con estudios secundarios y superiores (99%)
- De segmento socioeconómico Alto + medio alto (45%)

Características de las compras B2C:

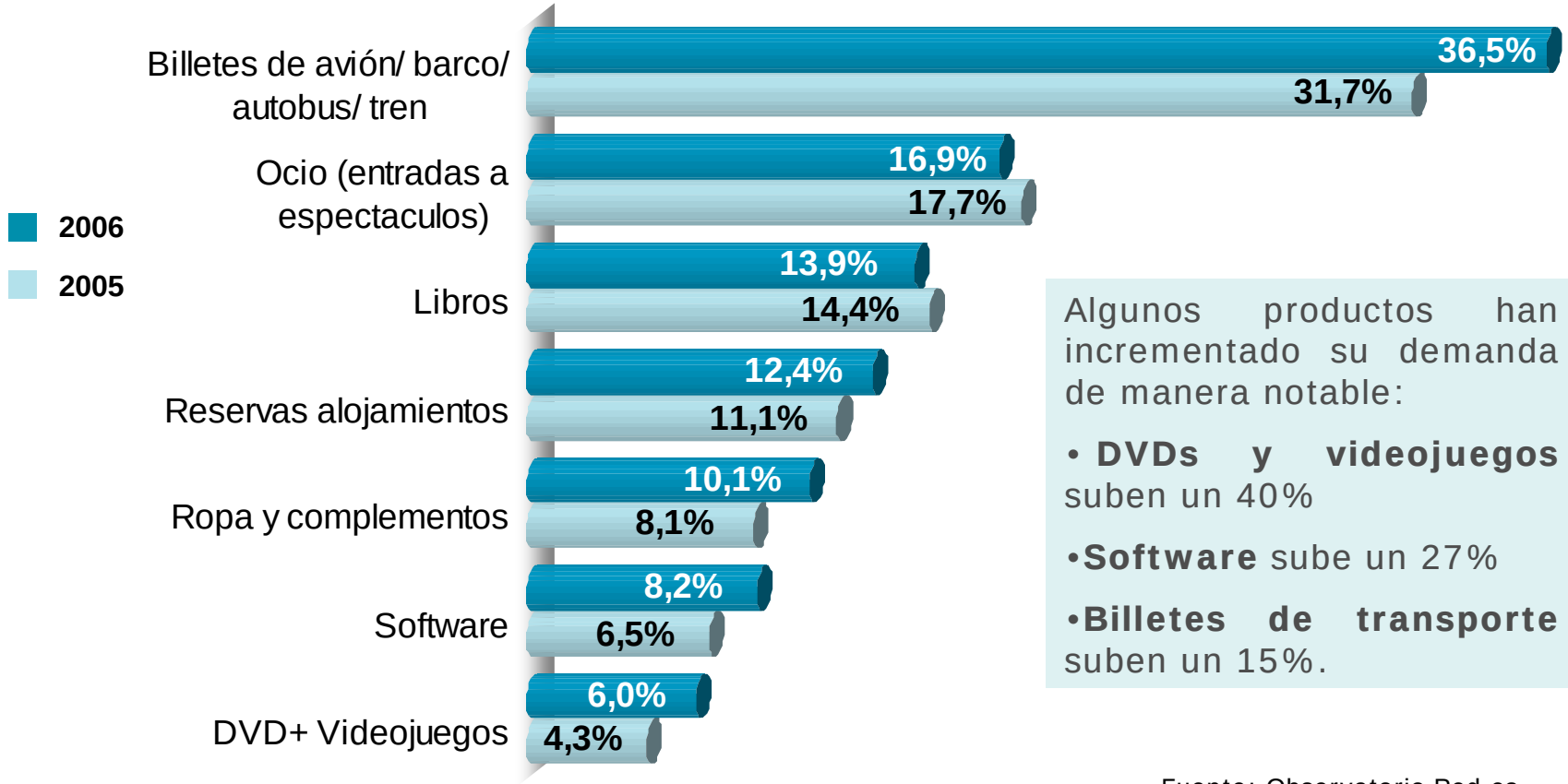
- **Número medio de compras:** 4,7 compras por Internet al año.
- **Gasto medio:** 523,6€ por comprador (8% más que el año anterior)
  - ✓Gasto medio de mujeres: 498,6€
  - ✓Gasto medio de hombres: 540,8€
- **Tipos de productos comprados**: billetes de transporte (adquiridos por un 36,5% de los compradores), entradas para espectáculos (16,9%), libros (13,9%), reservas para alojamientos (12,4%) y ropa y complementos (10,1%).
  - ✓Las mujeres compran en mayor medida los hombres: billetes de avión, entradas para espectáculos y ropa y complementos
  - ✓Los hombres compran en mayor medida que las mujeres: software, electrónica y DVDs.

Fuente: Observatorio Red.es

Artículos estrella

Los artículos estrella siguen siendo los billetes de transporte, entradas para espectáculos, libros, reservas para alojamientos y ropa y complementos. La atomización de respuestas sobre las compras pone de relieve la enorme variedad de oferta disponible en la Red.

Porcentaje de usuarios que adquieren productos



Algunos productos han incrementado su demanda de manera notable:

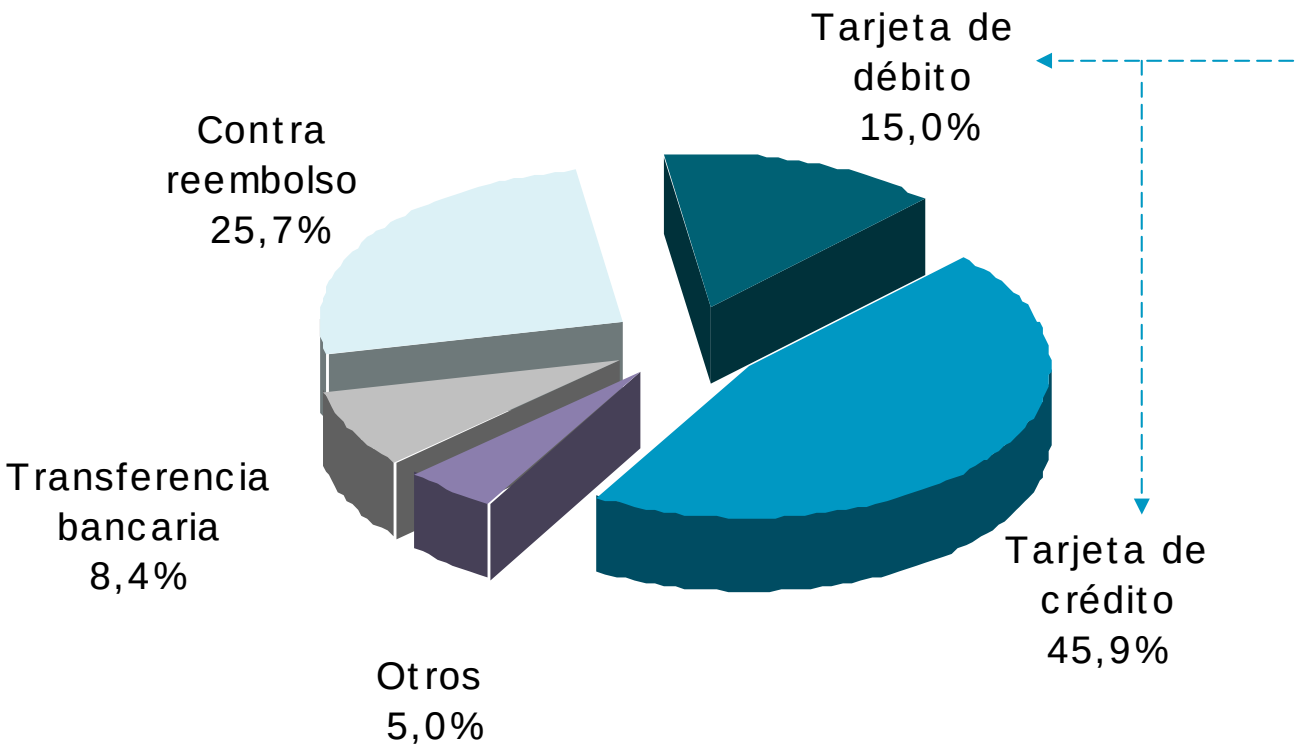
- **DVDs y videojuegos** suben un 40%
- **Software** sube un 27%
- **Billetes de transporte** suben un 15%.

Fuente: Observatorio Red.es

Pagos con tarjeta bancaria

Los pagos por Internet con tarjetas bancarias cuentan, cada vez más, con sistemas de seguridad en los que se solicita una contraseña para comprar y realizar operaciones y transacciones en la Red

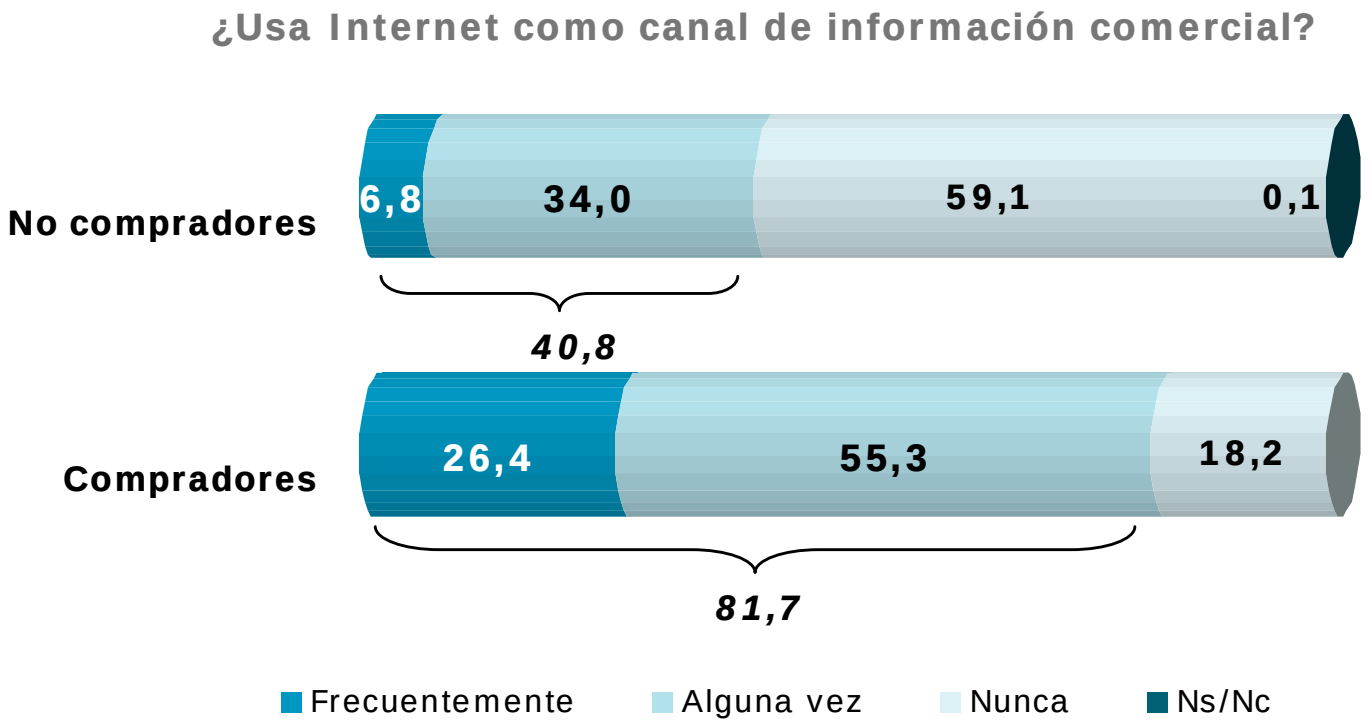
Forma de pago



Más del 60% paga con tarjeta bancaria y el 53,4% de los mismos, afirma haber utilizado algún pin o número de seguridad

Fuente: Observatorio Red.es

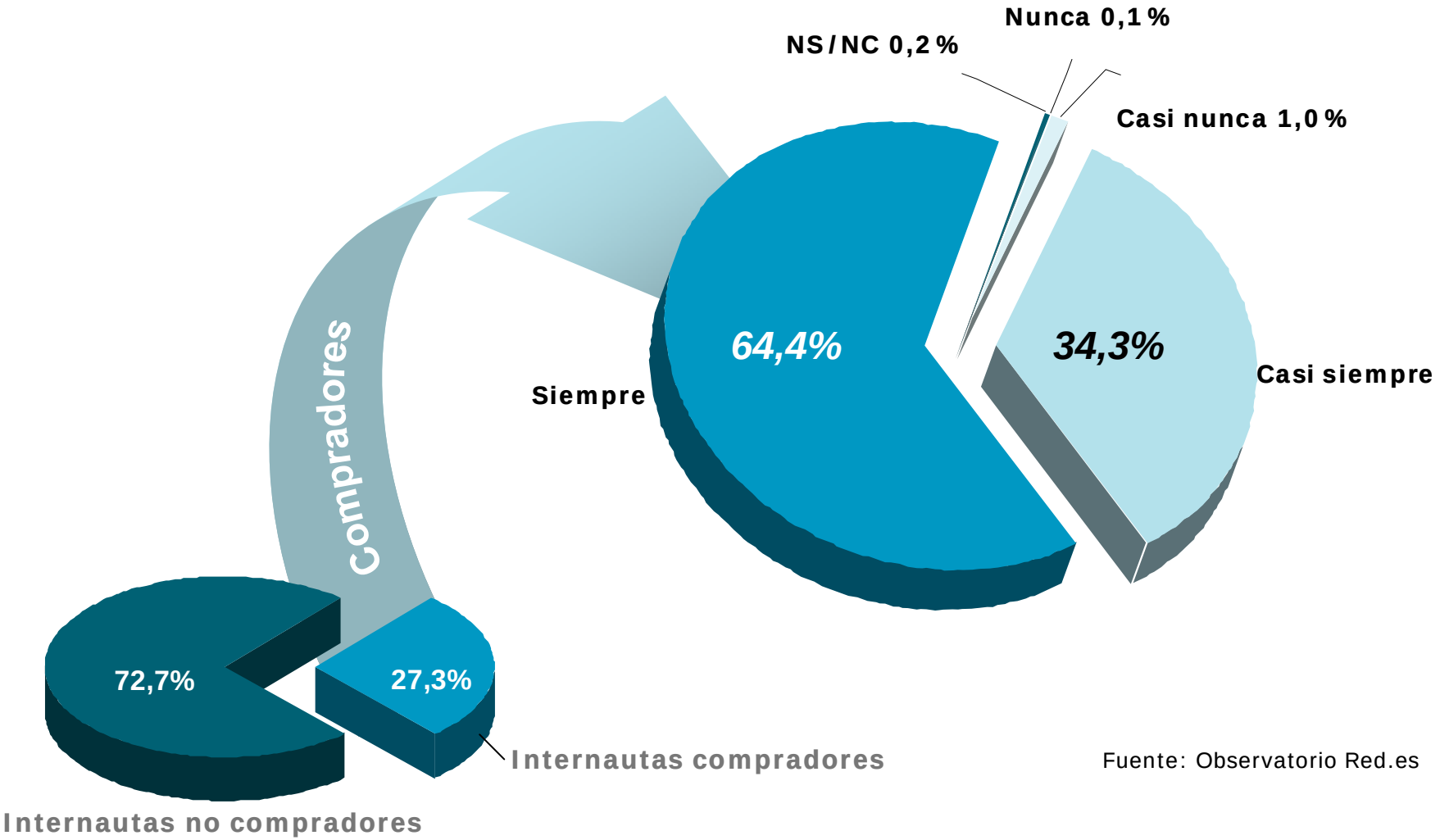
Tanto compradores como no compradores on-line, utilizan Internet como fuente de información comercial para más tarde adquirir productos o servicios en un establecimiento físico.



Fuente: Observatorio Red.es

Satisfacción compras B2C

Prácticamente la totalidad de los compradores (98,7%) declara que las compras por Internet han cubierto sus expectativas siempre o casi siempre



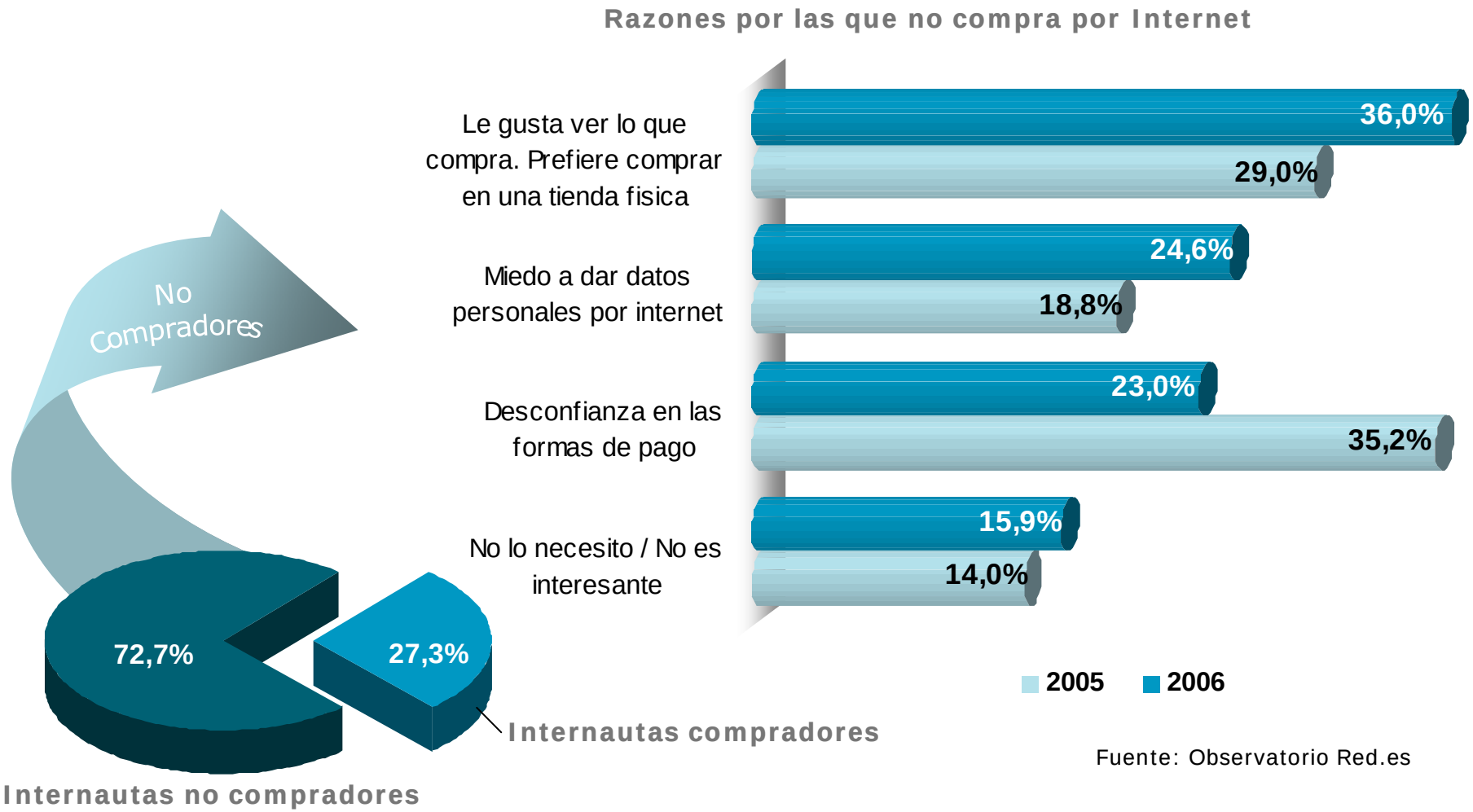
Fuente: Observatorio Red.es

Desconfianza en los medios de pago

MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO

red.es observatorio

La desconfianza con las formas de pago pierde peso, pasando del 35,2% en 2005 al 23% en 2006

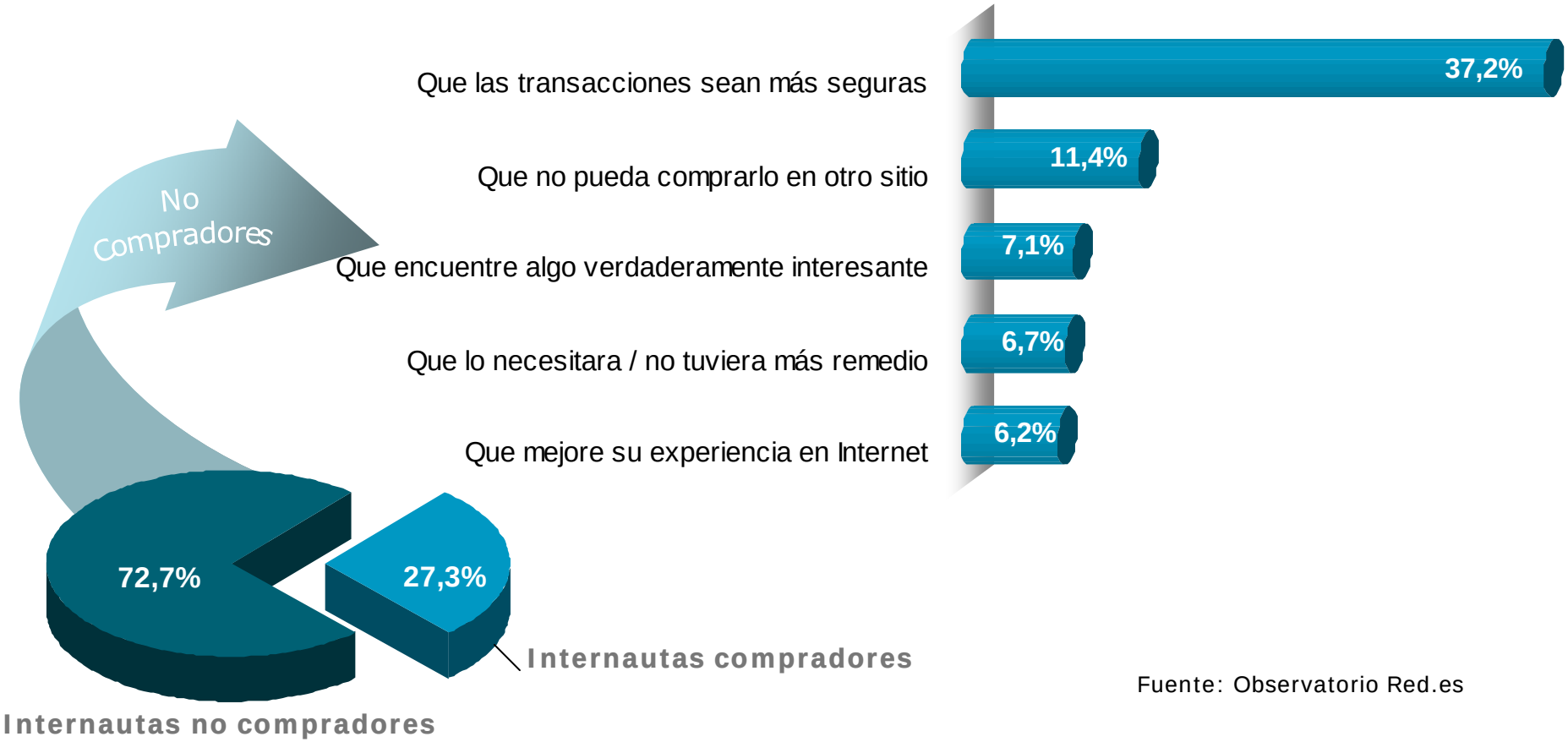


Fuente: Observatorio Red.es

Motivadores de compra

Para que los no compradores se inicien en la compra por Internet es necesario mejorar la percepción de la seguridad de las transacciones (37,2%) y ofertar productos en exclusiva por Internet (11,4%).

¿De qué depende que en el futuro realice compras a través de Internet?

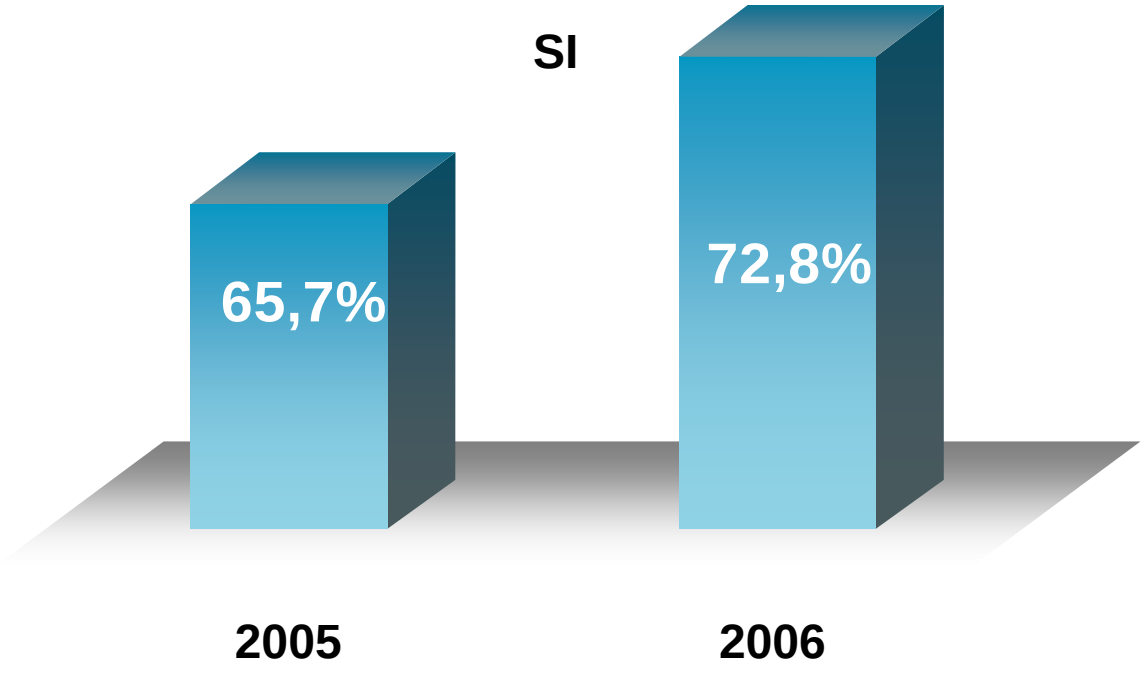


Fuente: Observatorio Red.es

Valoración de la oferta

Más de siete de cada diez internautas (72,8%) compradores considera que en España existe una oferta suficiente para la adquisición de productos o servicios en Internet, mejorando respecto al ejercicio anterior en el que el 65% consideraba que era suficiente.

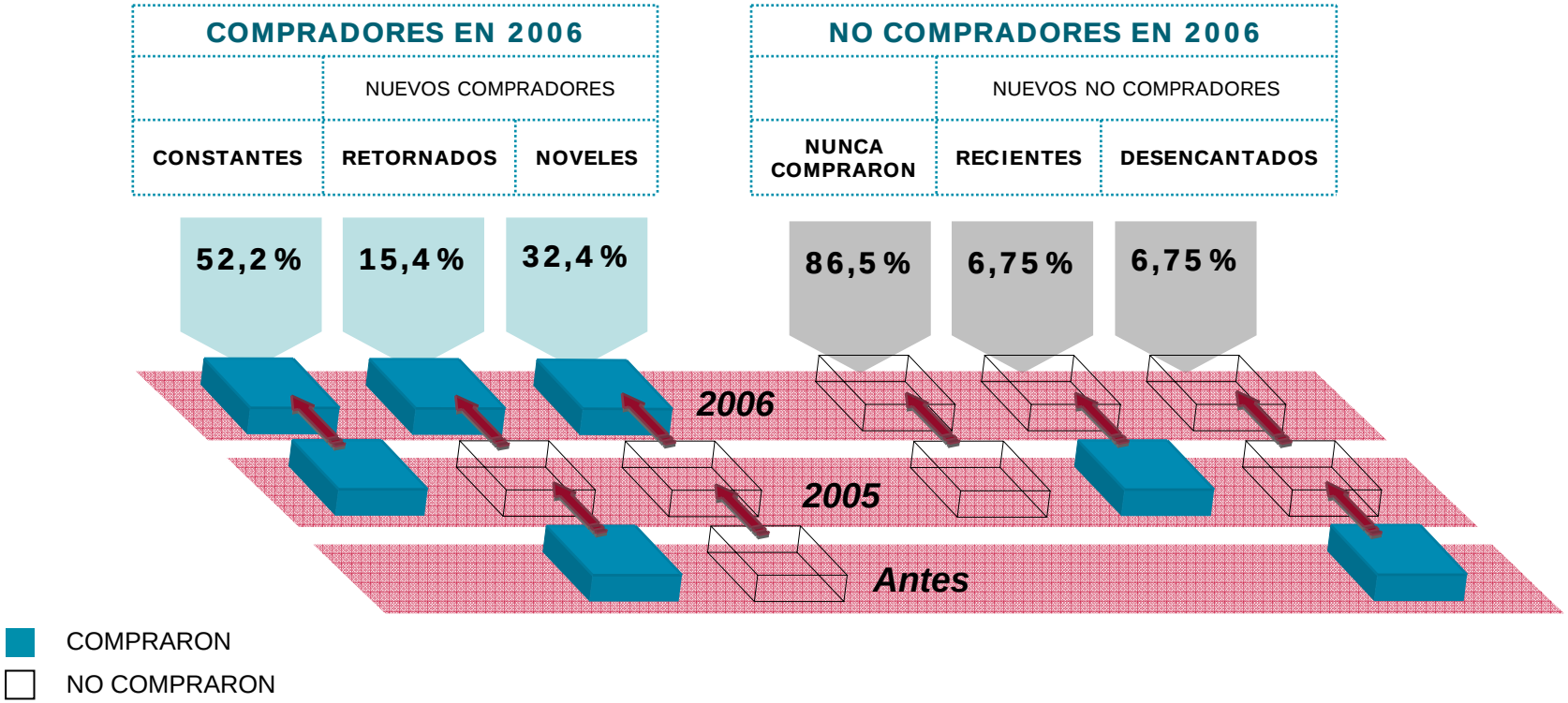
¿Considera que en España existe una oferta suficiente para la adquisición de productos y servicios en Internet?



Los usuarios de 25 a 34 años y los residentes en municipios de menos de 10.000 habitantes son los que mejor valoran la oferta nacional en la Web.

Fuente: Observatorio Red.es

Análisis longitudinal



Los compradores constantes (han comprado en los dos últimos años) realizan una media de 6,8 compras al año a través de la Red, más del doble que los nuevos compradores. Gastan un promedio de 741€, casi el triple que los nuevos compradores.

Fuente: Observatorio Red.es

Ficha Técnica

MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO

red.es observatorio

Alcance y metodología del estudio B2C 2007

Universo: Población de 15 y más años. Total 37.138.711 individuos. Internautas: 18.578.348 individuos. Panel de Hogares TIC Red.es (septiembre-2006).

Muestra:2.377 individuos de 15 y más años, del Panel de Hogares TIC Red.es.

Ámbito: Península, Baleares y Canarias.

Recogida de información: Entrevistas telefónicas mediante sistema CATI (Computer Assisted Telephone Interview)

Fechas de recogida de la información: Del 24 de abril al 18 de Mayo de 2007 Ámbito geográfico: Total Nacional

Trabajo de campo: Realizado por Redecampo

Ponderación: Criterios de ponderación considerados: Comunidad Autónoma, tamaño de hábitat, tamaño de hogar, clase social EGM, presencia de niños en el hogar y edad del ama de casa; y a nivel individuo: sexo y edad.

Margen de error:
Para el colectivo de compradores a través de Internet: ±3,9%
Para el colectivo no compradores: ±2,4%
Para el total de la muestra: ±2,01%
Para la submuestra común: ±2,7.

MINISTERIO
DE INDUSTRIA, TURISMO
Y COMERCIO

red.es

Edificio Bronce
Plaza Manuel Gómez Moreno s/n
28020 Madrid. España

Tel.: 91 212 76 20 / 25
Fax: 91 212 76 35
www.red.es