

Comercio electrónico B2C 2010

Estudio sobre Comercio Electrónico B2C 2010 en España



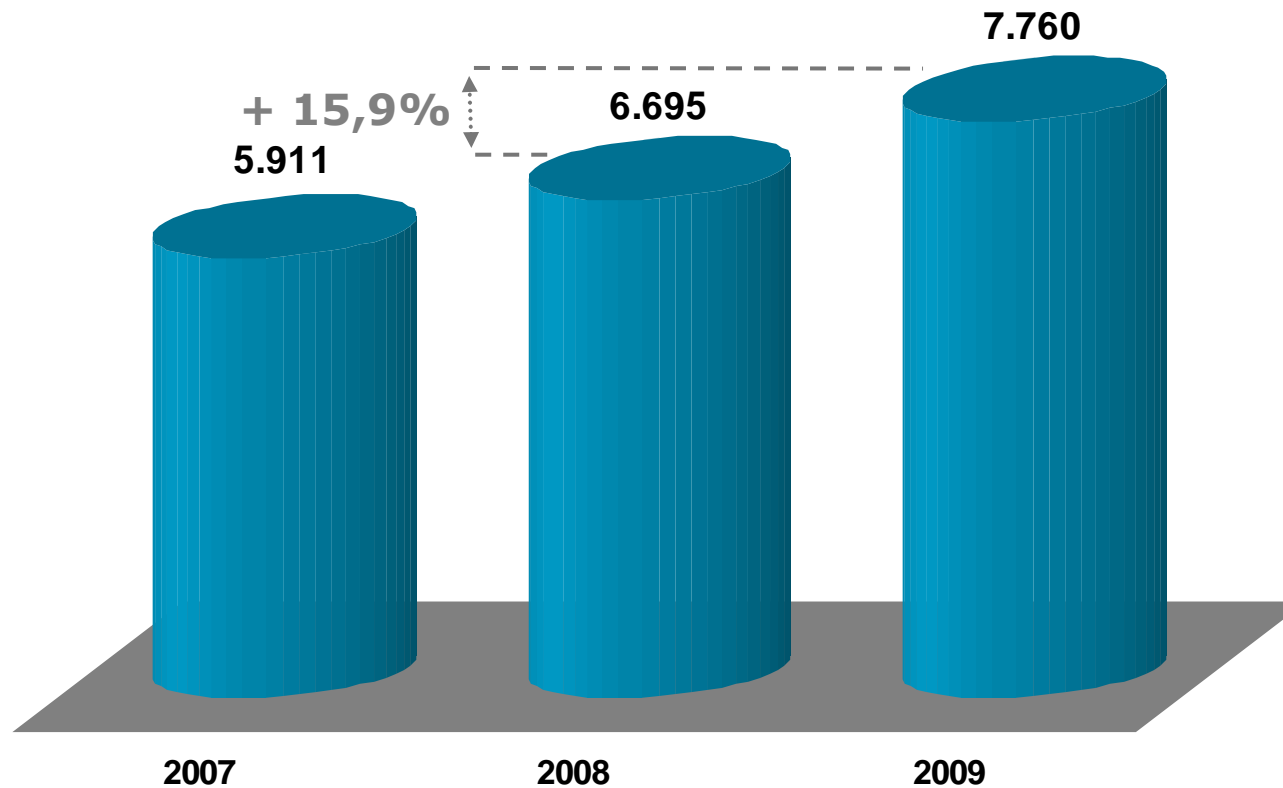
Estudio sobre
Comercio Electrónico
B2C en España

Octubre 2010

El comercio electrónico B2C alcanza los 7.760 millones de euros...

La cifra de negocio B2C en 2009 ha experimentado un **crecimiento del 15,9%** respecto al año anterior, situándose en los **7.760 millones de euros**.

Volumen de comercio electrónico B2C (millones €)



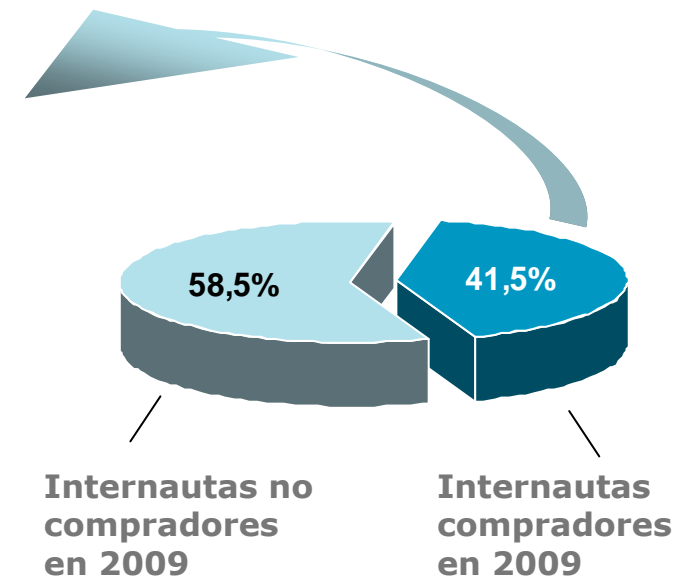
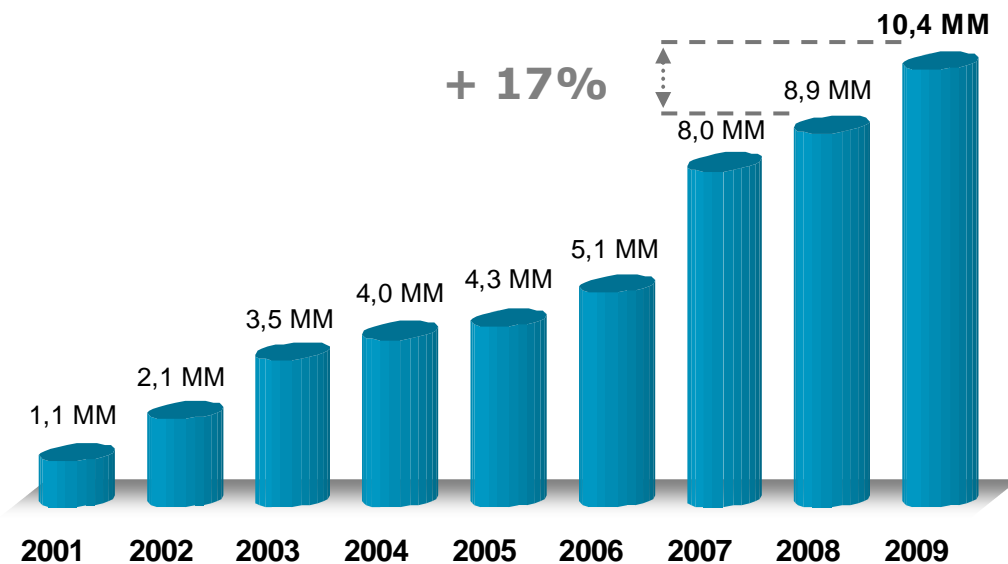
Fuente: ONTSI

*El volumen de negocio se ha obtenido siguiendo un método de cálculo nuevo, según se describe en la ficha técnica

En 2009 compraron por Internet 10,4 millones de personas

✓ El principal motor del crecimiento en los últimos años es el **aumento del número de internautas**, que en 2009 pasa del 58,3% al 64% de la población de 15 años y más.

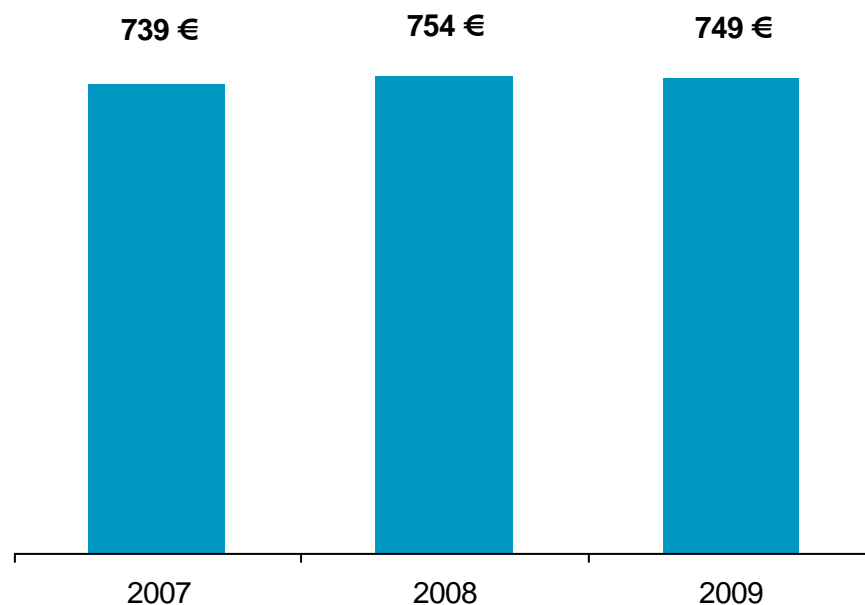
✓ Con el incremento del 40,3% al 41,5% de los internautas que compraron en 2009, se eleva el número absoluto de compradores on-line casi en 1.500.000 individuos, hasta alcanzar los **10,4 millones en 2009**.



• Más del 41% de internautas ha realizado al menos una compra por Internet en 2009.

Fuente: ONTSI

El gasto medio por comprador se mantiene en torno a 750 euros



- La media por comprador se estabiliza alrededor de 750€.
- Los productos que generan mayor gasto son:
 - las reservas de alojamiento (532€),
 - los billetes de transporte (532€) y
 - los productos de electrónica (344€).

*El gasto se ha obtenido siguiendo un método de cálculo nuevo, según se describe en la ficha técnica

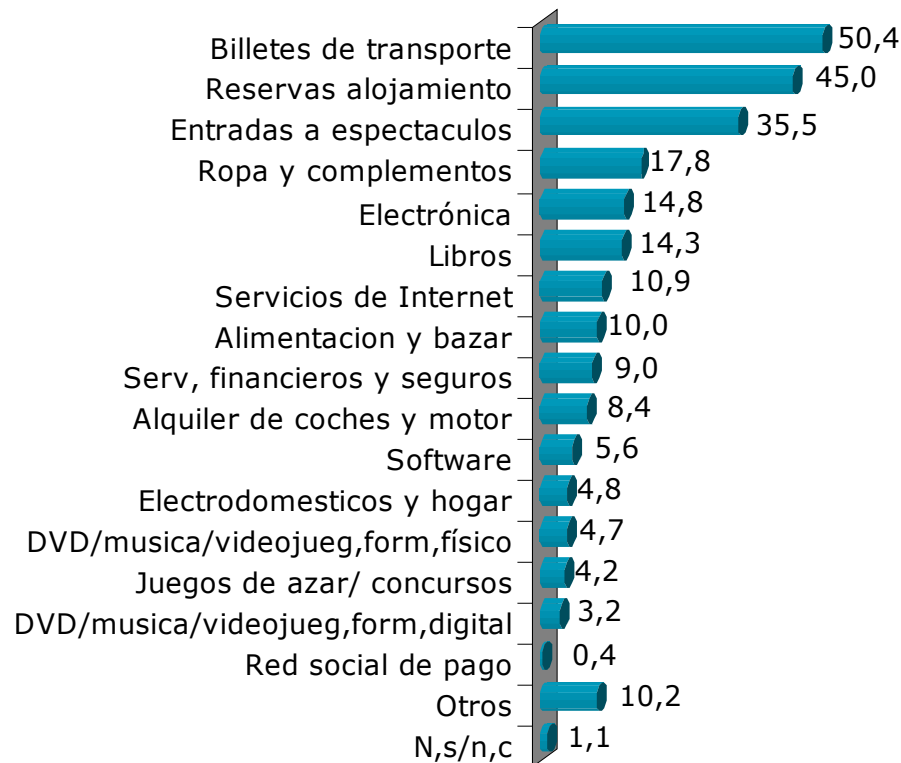
Fuente: ONTSI

Transporte y alojamiento continúan siendo los productos favoritos en la Red

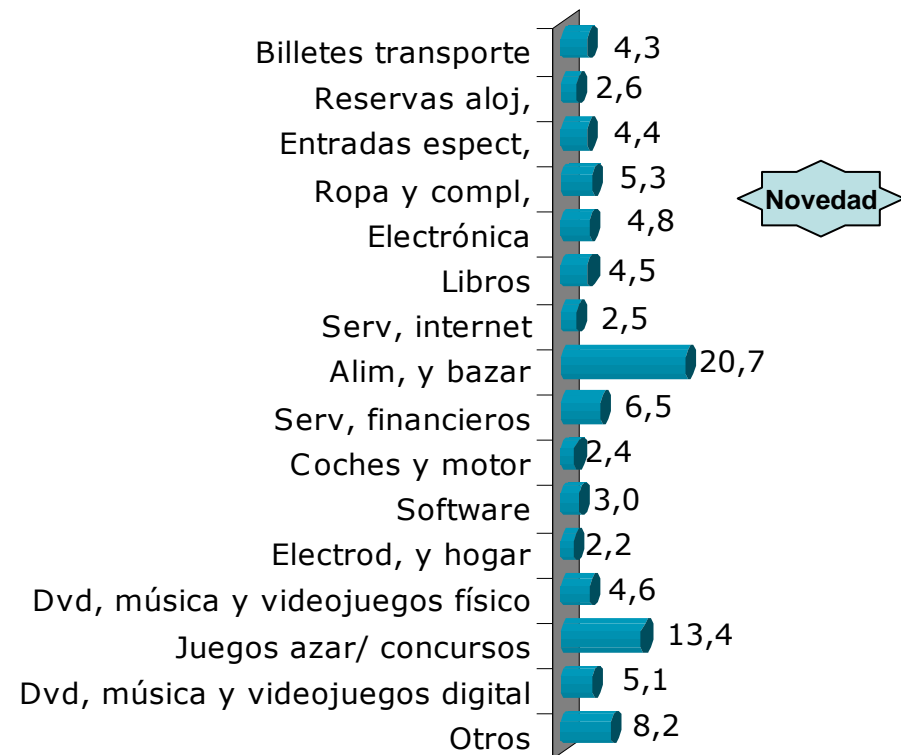
✓ **La mitad de los compradores ha adquirido un billete de transporte y más de cuatro de cada diez hace reservas de alojamiento.**

✓ Los productos con mayor número de artículos vendidos, son los de alimentación y bazar: más de 20 unidades al año.

Bienes y servicios comprados por Internet



Nº medio de artículos adquiridos por comprador

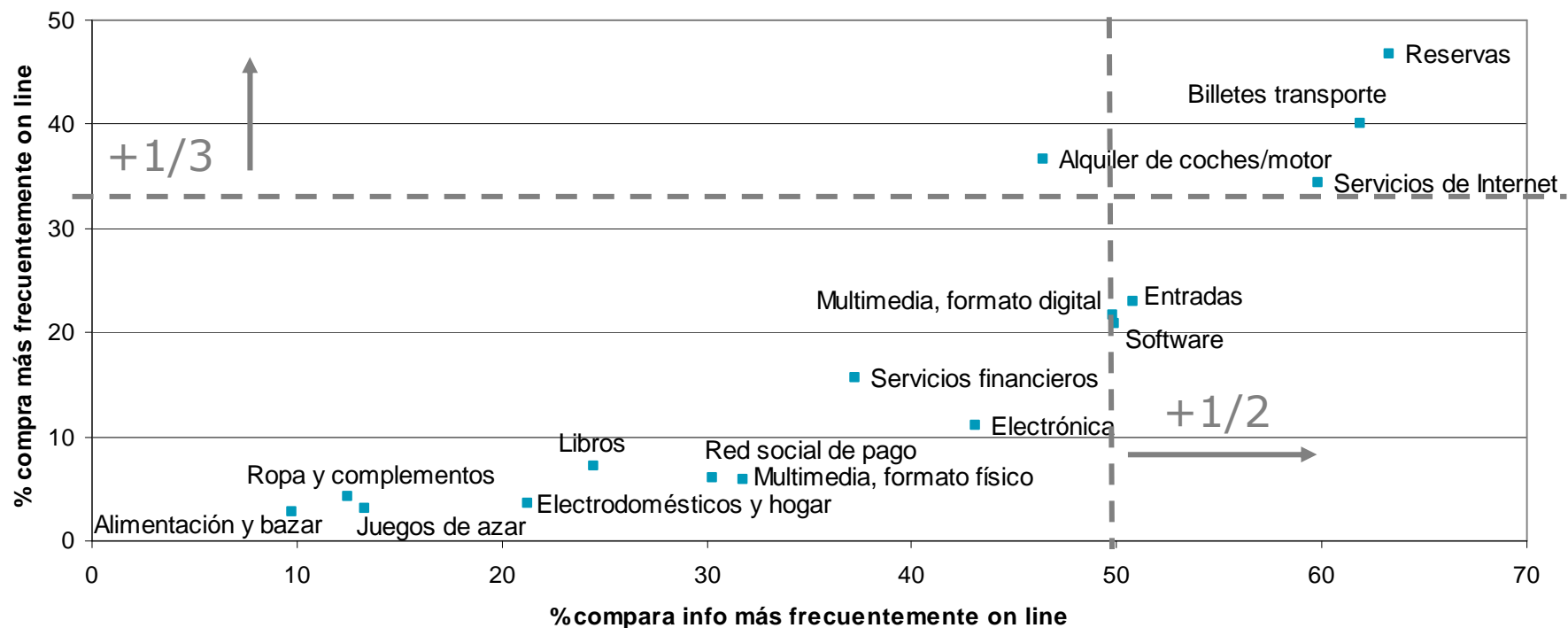


Hay productos que se compran con mayor frecuencia por Internet que por la vía tradicional

✓ Más de una tercera parte de los internautas utiliza en mayor medida la Red que otras vías para adquirir productos de **turismo** y **transporte**, alquilar **coches**, o contratar **servicios de Internet**.

✓ La **comparación de precios** es también más frecuente por Internet para la mitad o más de los internautas, al tratarse de productos de turismo, transporte, Internet, ocio, software y multimedia digital.

Lugar más frecuente de búsqueda de información y compra ¿por Internet o fuera de Internet?

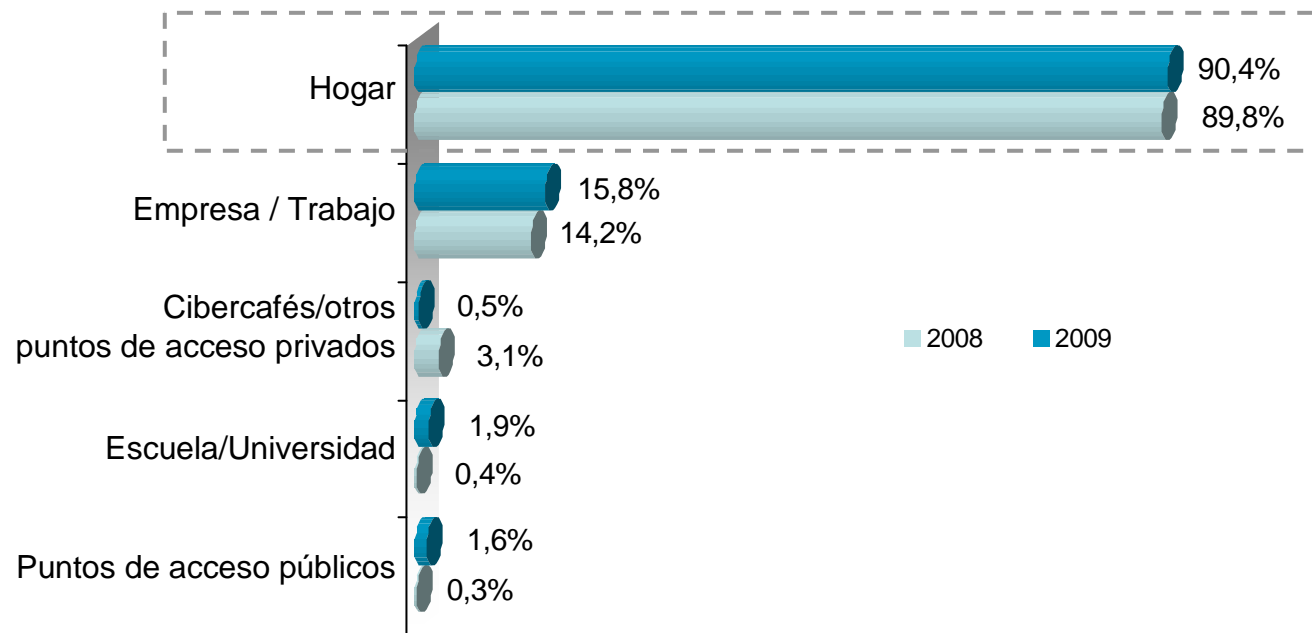


La compra on-line se realiza principalmente desde el hogar

✓ **Nueve de cada diez compradores on-line, efectúa la compra desde el hogar.**

✓ Le sigue, con un 16% la compra desde el trabajo, con un ligero incremento respecto a 2008.

Lugar habitual de compras por Internet (respuesta múltiple)



Base: Total internautas compradores

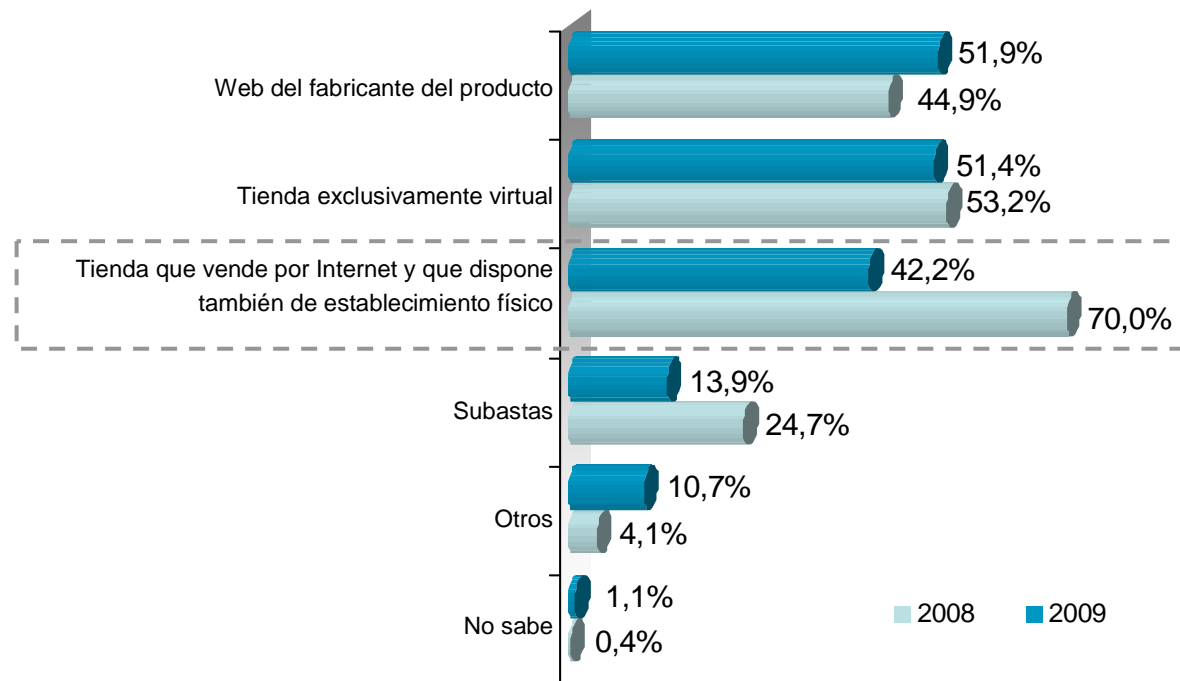
Fuente: ONTSI

Auge de la venta directa de la web del fabricante y de las tiendas puramente on-line

✓ Siguiendo una tendencia que se observa también en ámbito internacional, la **web del fabricante** pasa a ocupar el primer lugar, lo que demuestra el poder de desintermediación de Internet.

✓ La compra en tienda que vende de las dos formas, por Internet y establecimiento físico, pasa a tercer lugar (42%), mientras que las tiendas exclusivamente virtuales mantienen su cuota (51%).

¿Dónde suele comprar por Internet? (respuesta múltiple)



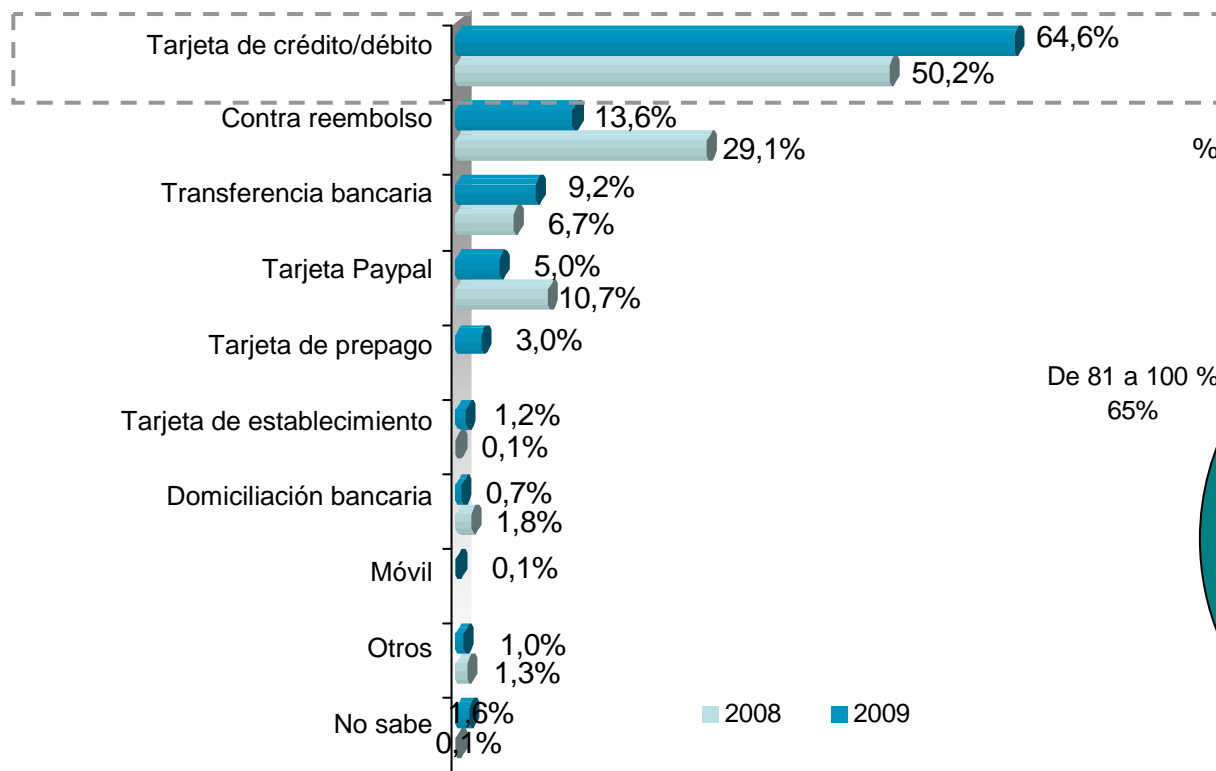
Fuente: ONTSI

Base: Total internautas compradores

Gana peso la preferencia de pago con tarjeta frente a otras formas de pago

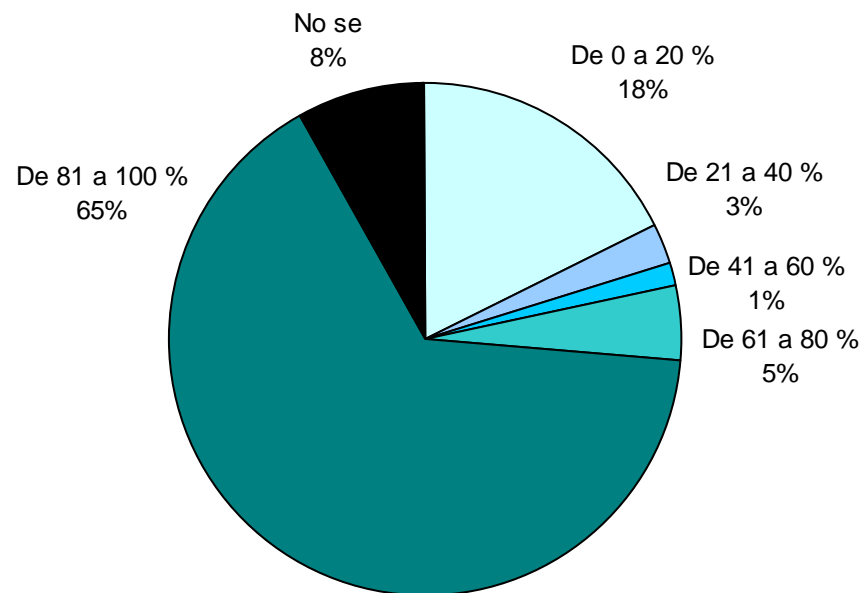
Las **tarjetas de crédito/débito** han ganado mucho en preferencia este año. Para **casi dos de cada tres personas es la forma de pago preferida**. Además el 65% dice que usa la tarjeta para pagar entre el 81% y el 100% de la compra por comercio electrónico.

Cuando compra por Internet ¿qué forma de pago prefiere?



Base: Total internautas compradores

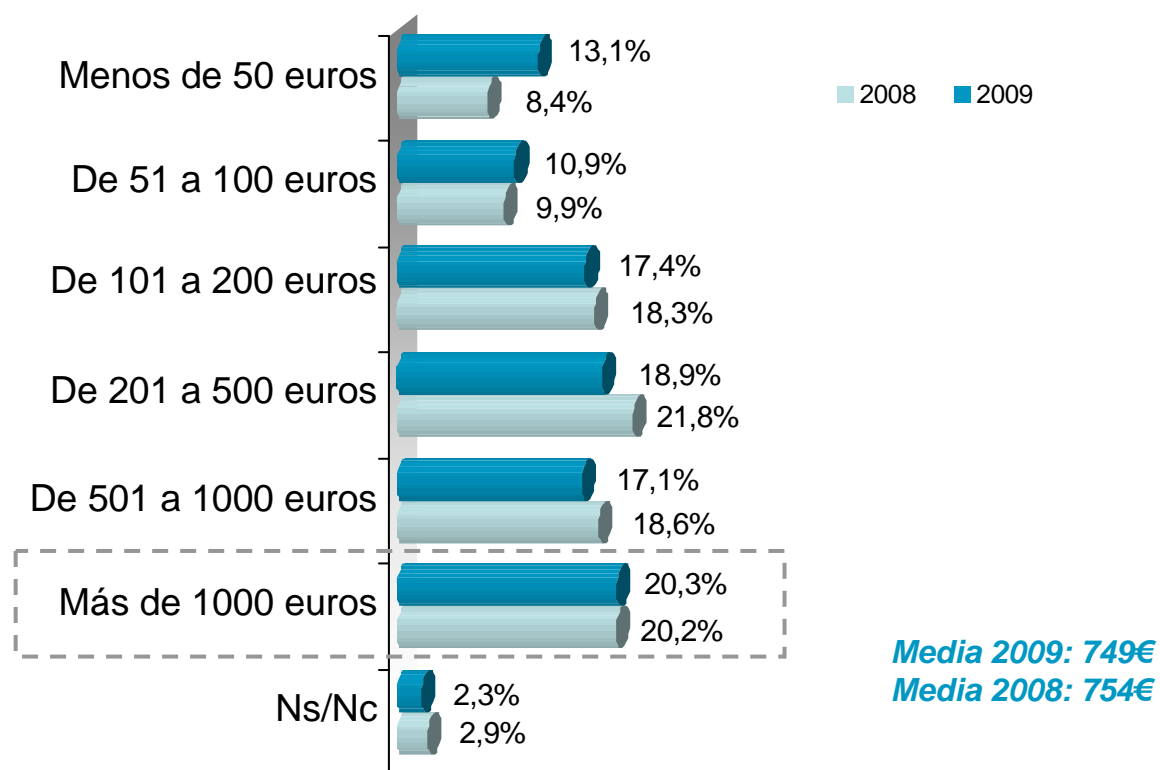
% del importe de comercio electrónico pagado con Tarjeta de crédito/débito



Fuente: ONTSI

El 20% de los compradores gastó más de 1.000 euros

- ✓ En 2009 el 20% de los compradores ha gastado más de 1.000 euros, igual que el año anterior
- ✓ Se observa un aumento importante del número de individuos que ha gastado menos de 50 euros.



Base: Total internautas compradores

Fuente: ONTSI

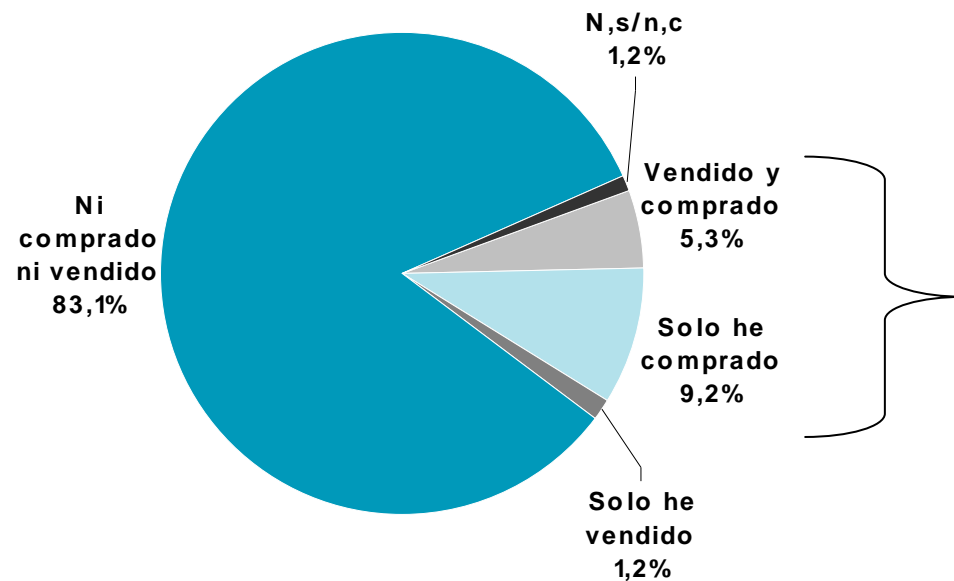
*El gasto se ha obtenido siguiendo un método de cálculo nuevo, según se describe en la ficha técnica

Hay un 16% que participa en la compra-venta entre particulares

✓ Como novedad, este año se pregunta también por la **compra-venta entre consumidores finales**, es decir, el comercio electrónico **C2C**. Del total de internautas compradores por Internet, el 15,7% declara haber realizado algún tipo de transacción entre particulares (bien sea comprar, vender o ambas).

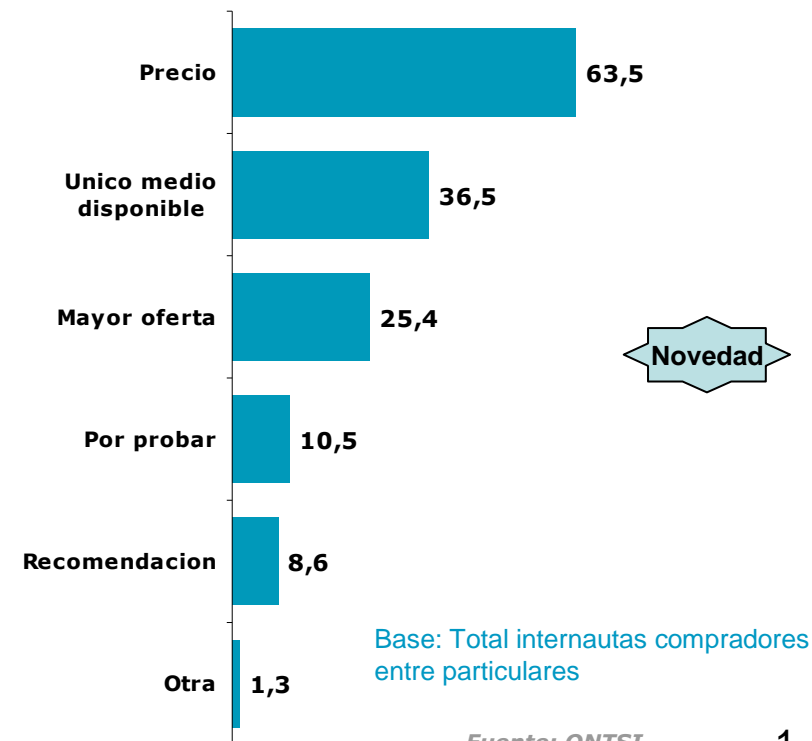
✓ El precio es el aliciente más frecuente, muy por encima de los demás.

¿Ha comprado o vendido algún producto o servicio a un particular a través de Internet?



Base: Total internautas compradores

¿Por qué razón lo ha hecho?

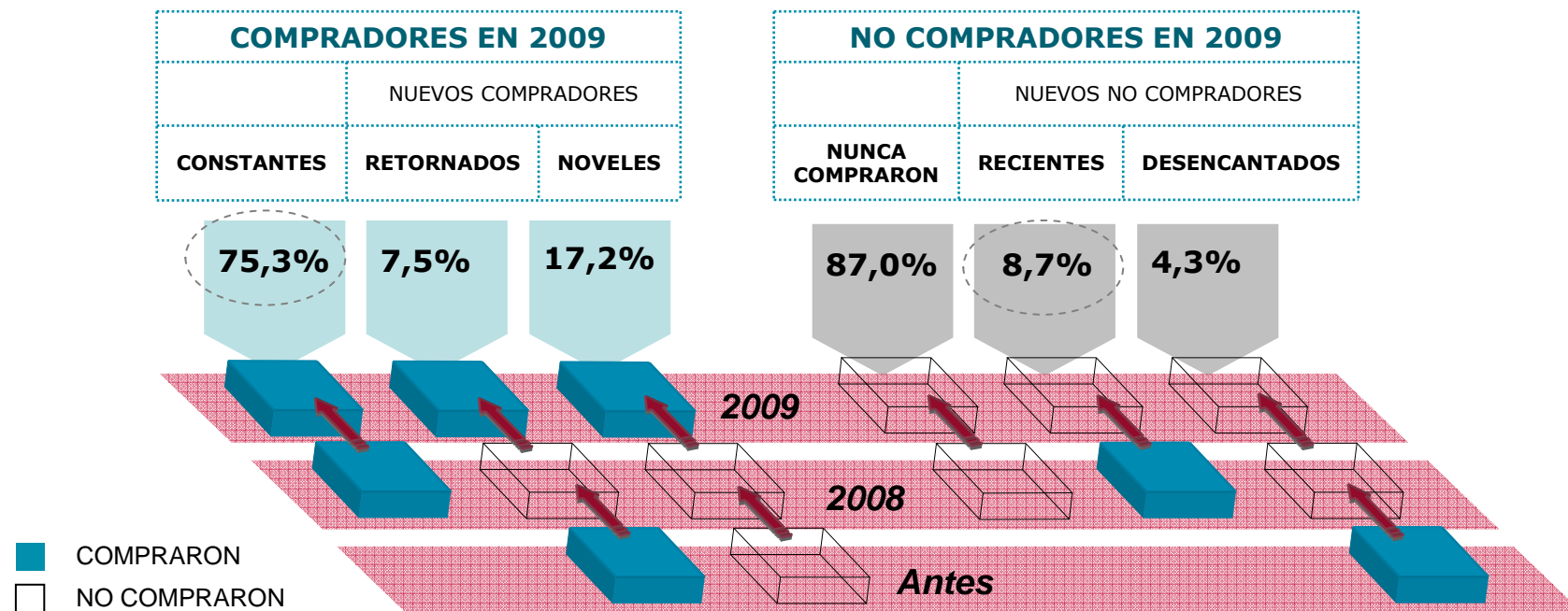


Fuente: ONTSI

Los compradores constantes gastan de media el doble de los noveles

✓ **Tres de cada cuatro compradores de 2009 ya había realizado compras el año anterior.**

✓ **Estos compradores constantes, gastaron 930€ duplicando el presupuesto de los compradores noveles (440€).**



Base: Internautas de la muestra constante 2008-2009

Fuente: ONTSI

Técnica de recogida de información

Encuesta postal a panel.

Fechas de recogida de la información

Del 8 de abril al 3 de mayo de 2010. Ámbito geográfico: Total Nacional.

Universo

Total 39.038.426 individuos. Población de 15 y más años en Península, Baleares y Canarias. Fuente: Panel de Hogares TIC Red.es (marzo-2010), basado en Proyecciones INE sobre Censo 2001 para 2010.

Internautas: 24.965.765 individuos de 15 años y más. Dato de penetración de Internet (64,0%): Panel de Hogares TIC Red.es (marzo-2010).

Tamaño muestral

2.675

Ponderación

Los resultados han sido ponderados de acuerdo al perfil sociodemográfico de los internautas de 15+ años obtenido en el Panel Red.es a fecha Enero-Marzo 10.

Los criterios de ponderación considerados fueron a nivel de hogar: 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 en 2009: $\pm 2,9\%$

Para el colectivo no compradores en 2009: $\pm 2,5\%$

Para el total de la muestra: $\pm 1,9\%$

Nota metodológica: cálculo del gasto

Con el objetivo de mejorar la estimación del gasto total de comercio electrónico, este año se han realizado cambios fundamentales en el cálculo del gasto y el número de compras. Concretamente, en años pasados el gasto y número de compras por individuo se establecía en base a una pregunta general sobre el gasto en comercio electrónico en el año anterior. En cambio, este año se calcula la suma del gasto en compras on-line en base a gastos y número de compras declarados para 17 categorías de producto.

Estos cambios tienen como consecuencia un aumento de estos dos indicadores con respecto a la metodología anterior. Para mantener la serie histórica, se ha replicado la nueva metodología de cálculo para las dos olas anteriores sobre el gasto en comercio electrónico de 2007 y 2008.



PLAN
AVANZA2,,,

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