

Actualización de datos del informe sobre el comercio electrónico en Canarias (edición 2014)

Observatorio Canario de las Telecomunicaciones
y de la Sociedad de la Información

Agencia Canaria de Investigación, Innovación y
Sociedad de la Información

Diciembre de 2014



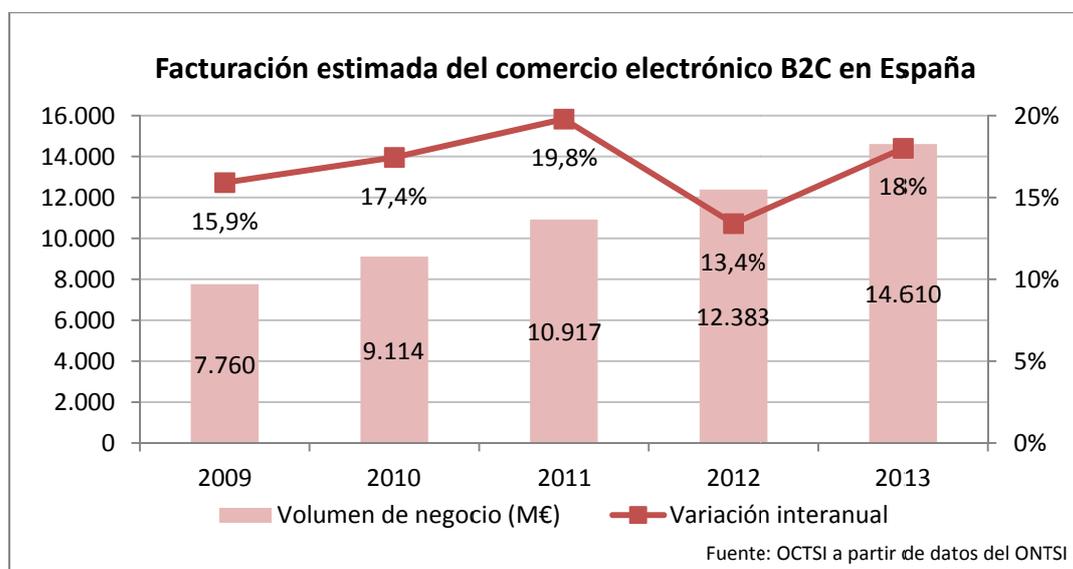
Gobierno de Canarias
Agencia Canaria
de Investigación, Innovación
y Sociedad de la Información



Estimación de la facturación del comercio electrónico en Canarias

El Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información (ONTSI) publicó en noviembre la edición 2014 de su estudio sobre comercio electrónico B2C en España, con datos del año 2013.¹

Según dicho estudio el número de internautas compradores en España ha pasado de 15,2 millones en 2012 a 17,2 millones en 2013, y el gasto medio se ha situado en 848 euros, un 3,9% superior al del año anterior. Debido al incremento en el número de internautas compradores y en el gasto medio, según la estimación del ONTSI la facturación del comercio electrónico B2C en España en 2013 habría ascendido a 14.610 millones de euros, un 18% más que el año anterior.



Como se observa en el gráfico, este incremento supone una recuperación del ritmo de crecimiento del B2C, aspecto a valorar dado el contexto socioeconómico en el que se produce. El mencionado crecimiento del número de internautas compradores tiene lugar sobre la base de una población internauta que en 2013 alcanzó la cifra de 28,4 millones, un 4,4% más que el año anterior.

El perfil de comprador online se caracteriza por reflejar el tradicional del internauta: más intensivo entre edades maduras de 25 a 49 años, con estudios secundarios o superiores, de nivel socioeconómico medio y medio alto y residentes en hábitats urbanos (más de 100.000 habitantes).

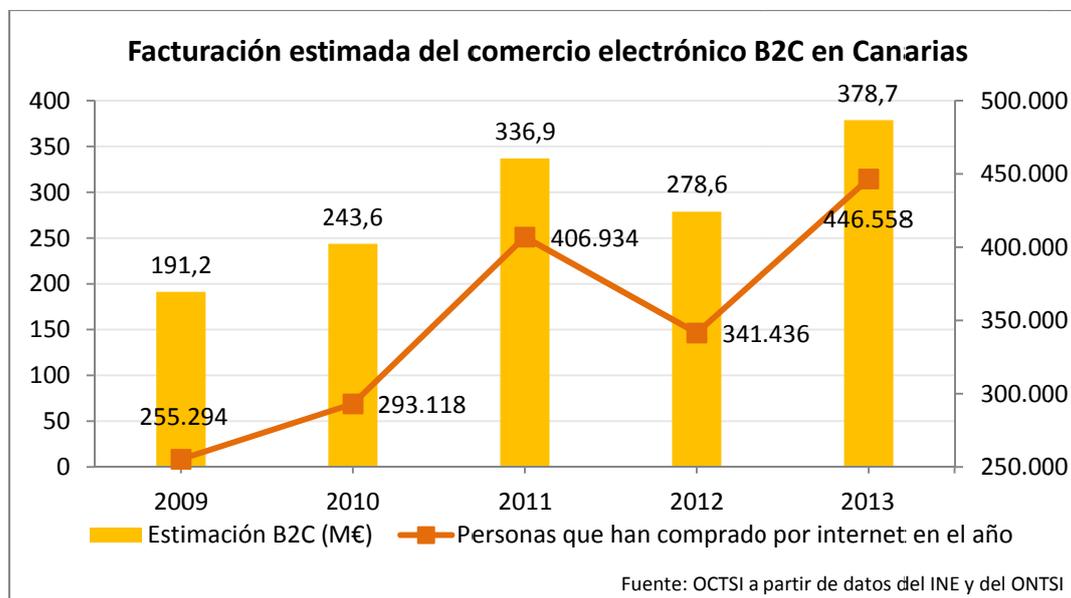
Del informe del ONTSI se destacan los siguientes datos:

- Formas de pago: el 52,8% de los compradores prefiere el uso de tarjeta de crédito/débito, el 28,4% los proveedores de servicios de pago y el 17,1% contra reembolso.
- Entre las razones para comprar por internet en lugar de acudir a una tienda física (2013) destacan la comodidad y el ahorro de tiempo (60,9% de compradores), los precios (38,6%), la falta de disponibilidad del producto en otros medios (23%), la existencia de una oferta mayor (12,2%) y la facilidad para comparar ofertas y obtener información (6,4%).
- En 2013, el 11,1% de los internautas compradores tuvieron alguna incidencia en sus compras, de los que un 17,8% devolvió el producto.

¹ Véase <http://www.ontsi.red.es/ontsi/es/estudios-informes/estudio-b2c-2013-edici%C3%B3n-2014>

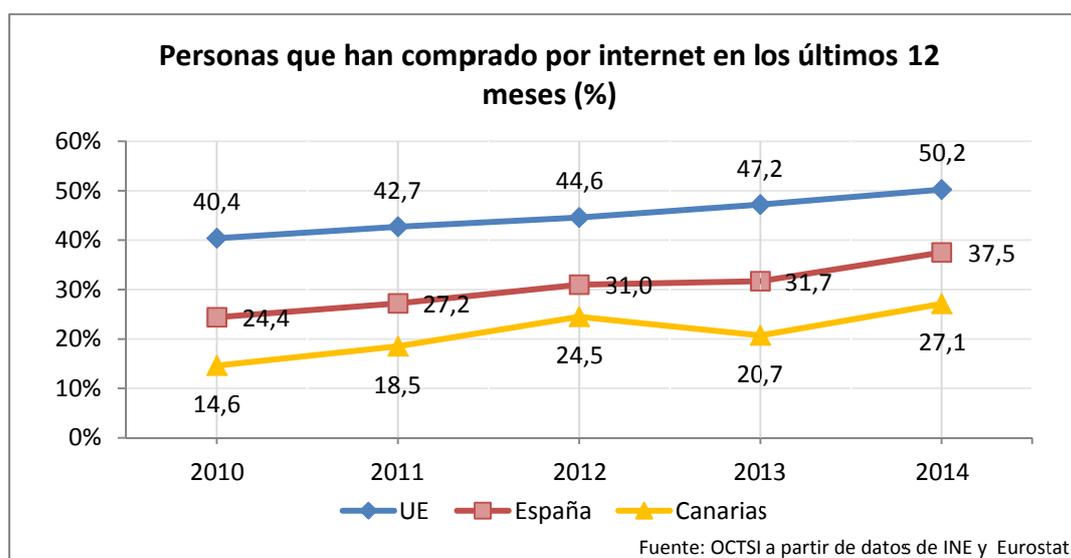


Según el INE², 446.558 personas realizaron compras por internet a lo largo del año 2013 en Canarias. Aplicando el gasto medio por internauta comprador calculado por el ONTSI se obtiene una estimación del comercio electrónico B2C en Canarias para el año 2013 de 378,7 millones de euros, un 36% más que el año anterior.



Uso del comercio electrónico por los canarios

Según los datos del INE, la población internauta en Canarias asciende en 2013 a 1.154.249 personas, de las que 446.558 realizaron compras dicho año, un 30,8% más que el anterior y un 27% de la población canaria entre 16 y 74 años. Esta cifra, como se aprecia en la siguiente gráfica, es baja comparada con los porcentajes de internautas compradores que se dan en España (37,5%) y en la UE28 (que ya supera el 50%).

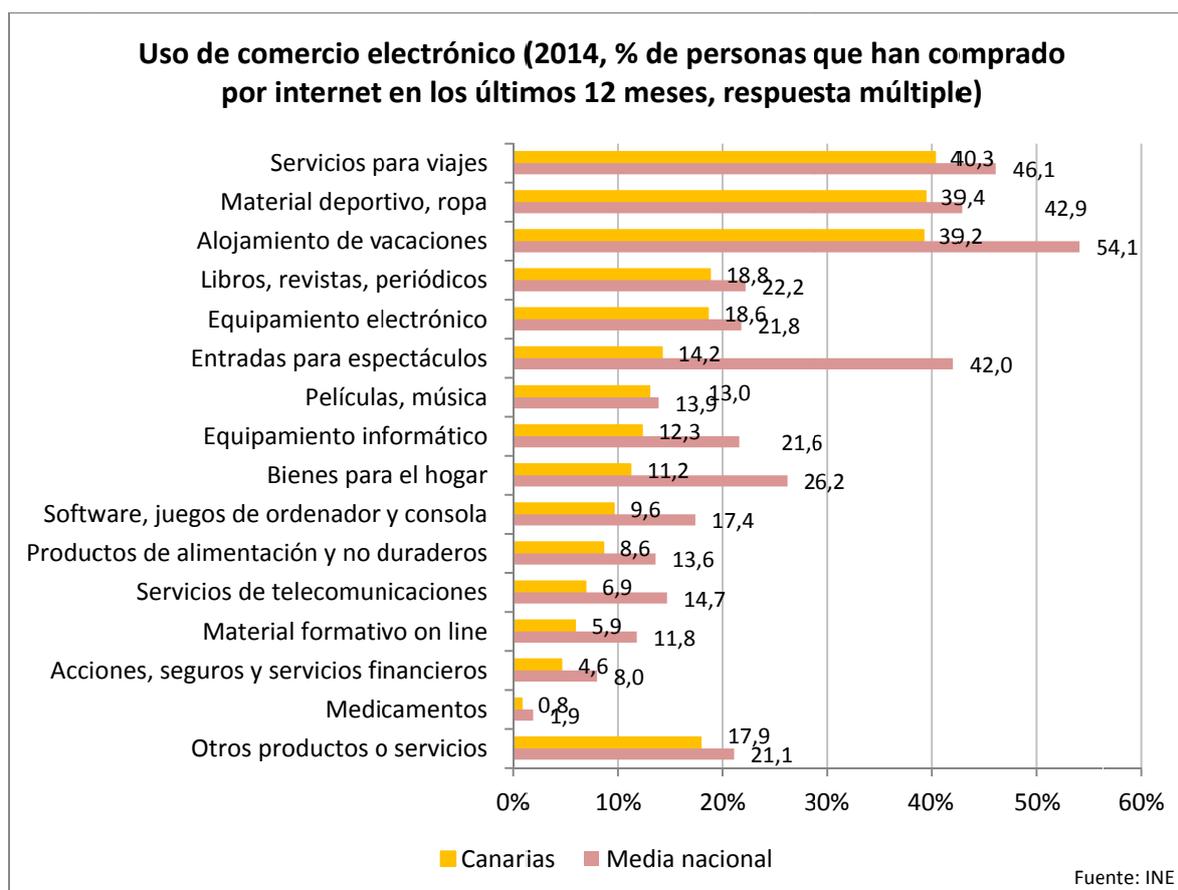


² Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los hogares 2014.

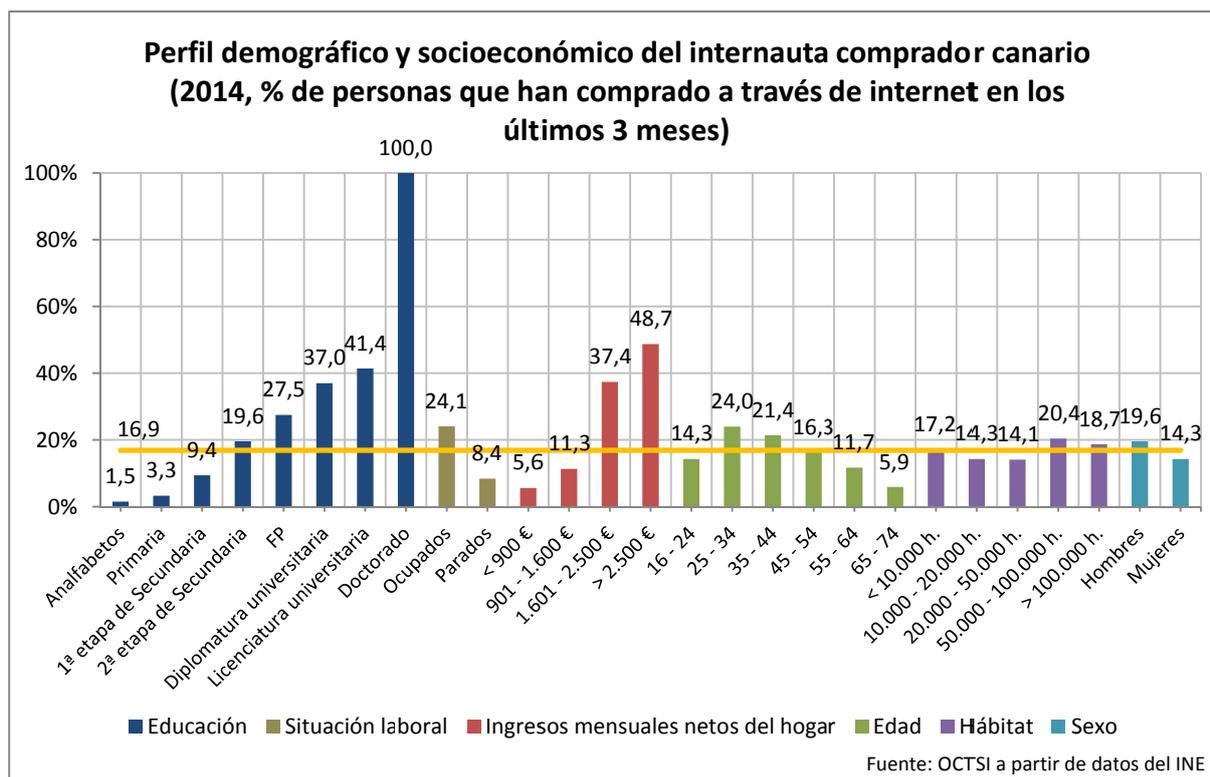


La tasa de crecimiento anual compuesto de este indicador para el periodo 2010-2014 es de 5,6% para la UE, 11,3% para España y 16,7% para Canarias.

En cuanto a los productos y servicios más comprados por los canarios a través de internet a lo largo del año 2013, destacan los servicios para viajes, la ropa y el material deportivo, y el alojamiento para vacaciones, todos con cerca del 40% de compradores. En todas las categorías observadas los resultados de Canarias son inferiores a la media nacional, especialmente en alojamiento de vacaciones, entradas para espectáculos, equipamiento informático y bienes para el hogar.

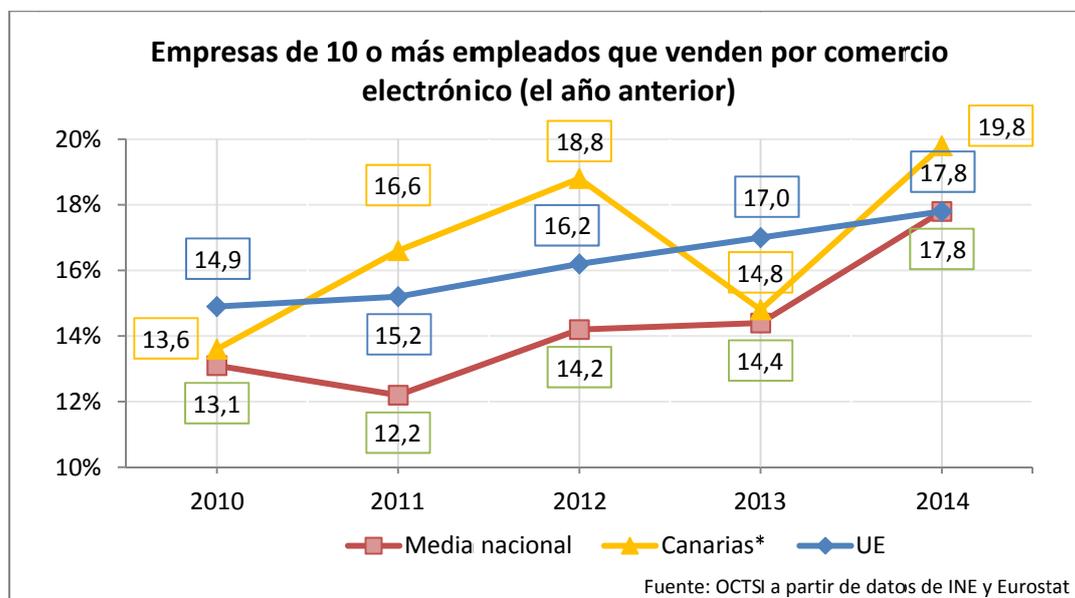


La siguiente gráfica muestra el perfil demográfico y socioeconómico del internauta comprador habitual canario: se trata de una persona con estudios secundarios o universitarios, ocupada, con un nivel económico medio alto, de entre 25 y 44 años de edad, y sin hábitat definido.



Uso del comercio electrónico por las empresas de Canarias

Según datos del INE³, el 19,8% de las empresas de 10 o más empleados de Canarias realizó ventas por comercio electrónico durante el año 2013, por encima de las medias nacional y europea (ambas 17,8%).

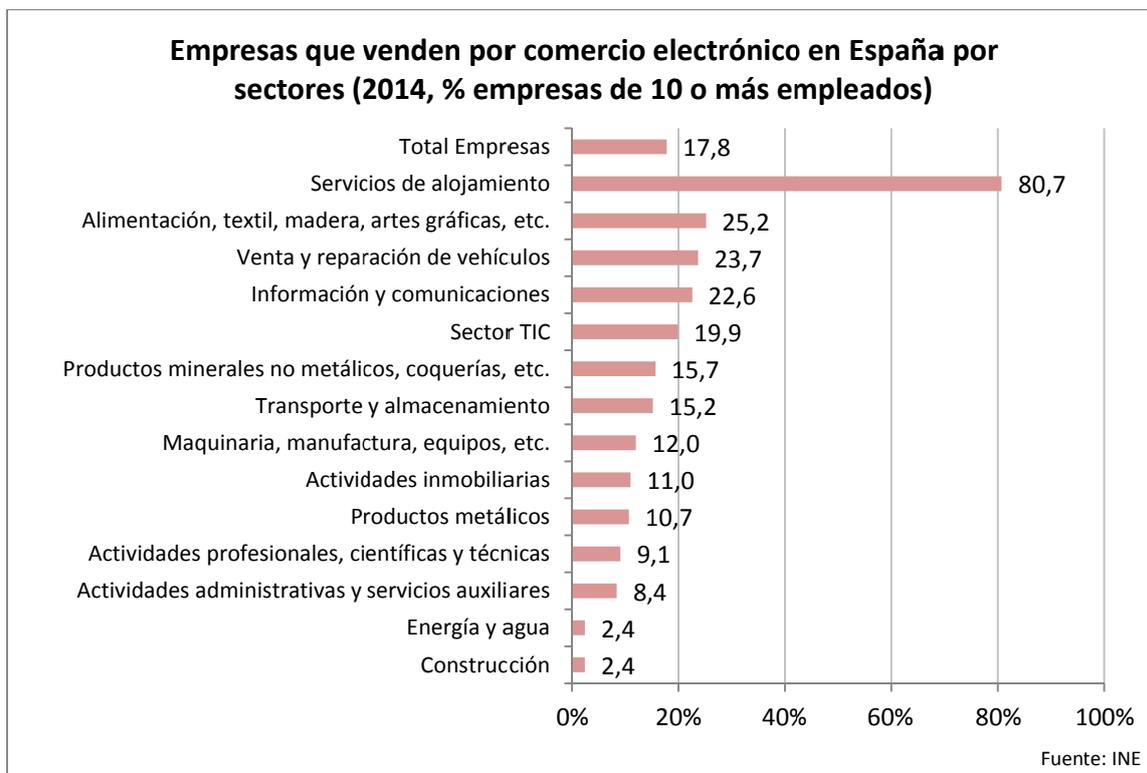


La explicación para este elevado nivel está probablemente en el peso del subsector “servicios de alojamiento” que, como se aprecia en la siguiente gráfica, destaca del resto por un elevado uso del comercio electrónico para la venta.

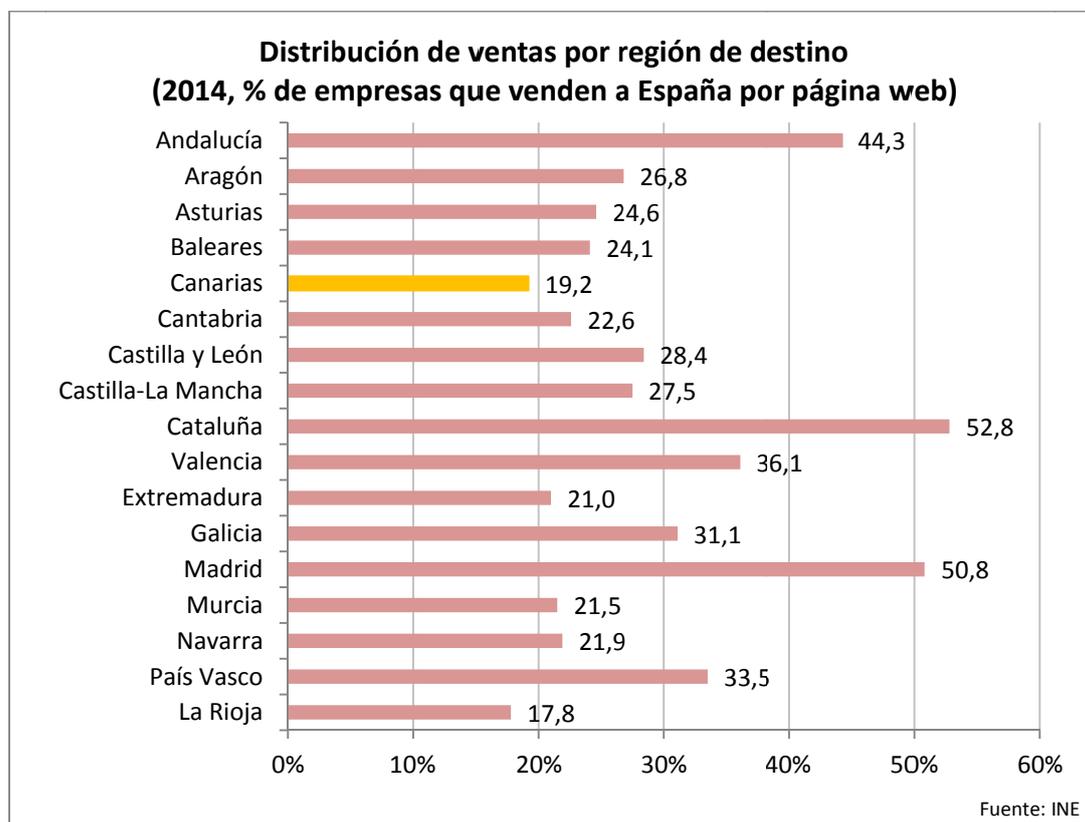
³ Suministro de datos contratado al INE específicamente para este informe.



La tasa de crecimiento anual compuesto de este indicador para el periodo 2010-2014 es de 4,5% para la UE, 8,0% para España y 9,8% para Canarias.

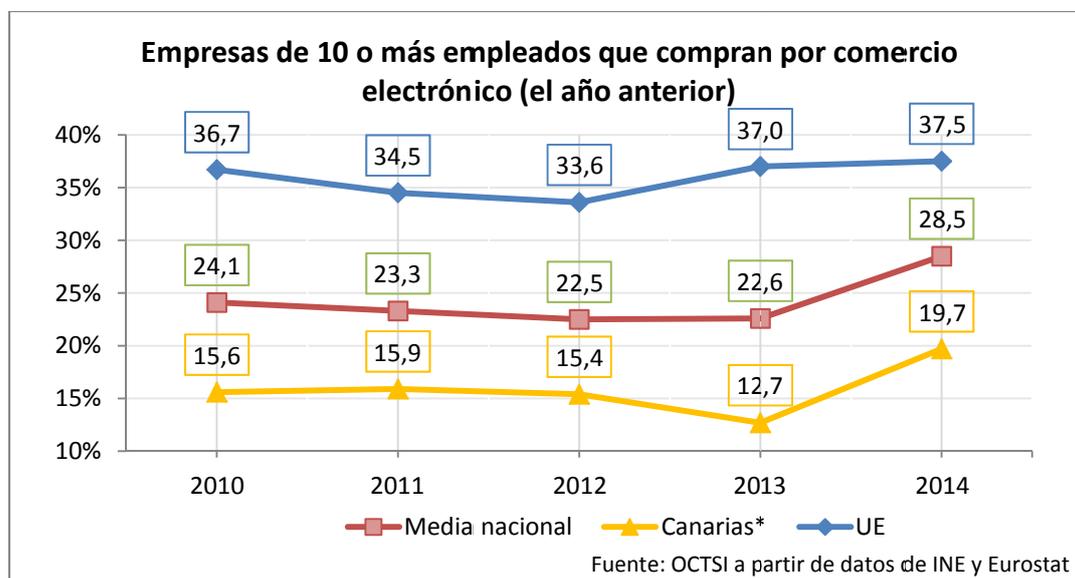


Atendiendo a la distribución geográfica de las ventas que se realizan en España, sólo La Rioja se encuentra por detrás de Canarias, que es la séptima comunidad autónoma por población.





Por último, el porcentaje de empresas de Canarias de 10 o más empleados que realiza compras por comercio electrónico⁴ es similar al que vende; sin embargo, en esta ocasión el uso es sensiblemente inferior al realizado en el conjunto del país (28,5%) y en la UE28 (37,5%).



La tasa de crecimiento anual compuesto de este indicador para el periodo 2010-2014 es de 0,5% para la UE, 4,3% para España y 6,0% para Canarias.

⁴ Suministro de datos contratado al INE específicamente para este informe.