

COMERCIO ELECTRÓNICO EN ESPAÑA AECE 2001

*VENTAS AL CONSUMIDOR
B2C*

*RESULTADOS DEL ESTUDIO REALIZADO
POR LA ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE
COMERCIO ELECTRÓNICO EN ABRIL DE 2001*



**MINISTERIO
DE CIENCIA Y
TECNOLOGÍA**



**FEDERACION DE
COMERCIO ELECTRONICO
Y MARKETING DIRECTO**

Empresas patrocinadoras



NET PRACTIS
a *EuroPraxis Co.*



Estudio sobre Comercio Electrónico AECE 2001, Ventas al Consumidor (B2C)

La Asociación Española de Comercio Electrónico (AECE) es una Asociación sin ánimo de lucro, abierta a todas las empresas españolas, proveedoras o usuarias, a favor de un Comercio Electrónico más seguro, libre y fácil. Como objetivos principales tiene fomentar el desarrollo del Comercio Electrónico y defender los intereses de las empresas españolas en materia de Comercio Electrónico a través de las 7 comisiones de trabajo (Investigación B2C, Investigación B2B, Tecnología, Legislación, Marketing, Nuevas Ideas y Turismo) formadas por representantes de sus 200 empresas asociadas.

Desde la fundación de AECE en 1998, la Asociación ha trabajado duro para proveer al sector con información fiable sobre el Comercio Electrónico en España.

Hasta ahora, AECE y su Comisión de Investigación, han realizado los estudios sobre Comercio Electrónico en España 1998, 1999 y 2000 que se han convertido, con el tiempo, en la referencia del sector, Instituciones públicas y prensa.

Todo ello ha sido posible gracias al esfuerzo de la propia Asociación, al de los miembros de las Comisiones de Investigación que han estado implicados en la elaboración de los Estudios, a las empresas patrocinadoras, al Ministerio de Ciencia y Tecnología y a todas aquellas empresas que han colaborado con nosotros.

Estudio sobre Comercio Electrónico AECE 2001, Ventas al Consumidor (B2C)

Dada la evolución y maduración de las nuevas tecnologías, en este año 2001, el tradicional estudio de AECE, se divide en dos grandes partes:

El presente bloque, es aquel que engloba todas las transacciones, relaciones, motivaciones y perfiles de lo que es conocido como Business to Consumer (B2C), que abarca todas aquellas relaciones de las empresas con el consumidor final.

El segundo bloque, engloba todas aquellas relaciones que las empresas tienen con otras empresas. Lo que hoy se llama Business to Business (B2B). Para ello, la AECE ha creado una nueva Comisión de Investigación específica B2B.

Versiones del Estudio sobre Comercio Electrónico AECE 2001, Ventas al Consumidor (B2C)

Existen 3 versiones del *Estudio sobre Comercio Electrónico AECE 2001, Ventas al Consumidor (B2C)*:

- 1.- Resumen del Estudio (gratis)
- 2.- *Estudio sobre Comercio Electrónico AECE 2001, Ventas al Consumidor (B2C)*, versión para la venta al público en general
- 3.- *Estudio sobre Comercio Electrónico AECE 2001, Ventas al Consumidor (B2C)*, exclusivo para nuestras Empresas Asociadas, que incorpora los datos en bruto del Estudio con las tablas en SPSS.

Resumen del Estudio sobre Comercio Electrónico AECE 2001, Ventas al Consumidor (B2C)

El presente documento contiene:

- Ficha técnica Usuarios y Empresas
- Cifra del Comercio Electrónico B2C en España
- Algunos ejemplos de Comercio Electrónico
- Resultados Usuarios
- Resultados Empresas:
 - Empresas en general
 - Empresas con presencia en Internet que venden
 - Empresas con presencia en Internet que no venden
 - Empresas sin presencia en Internet
- Índice del Estudio Completo

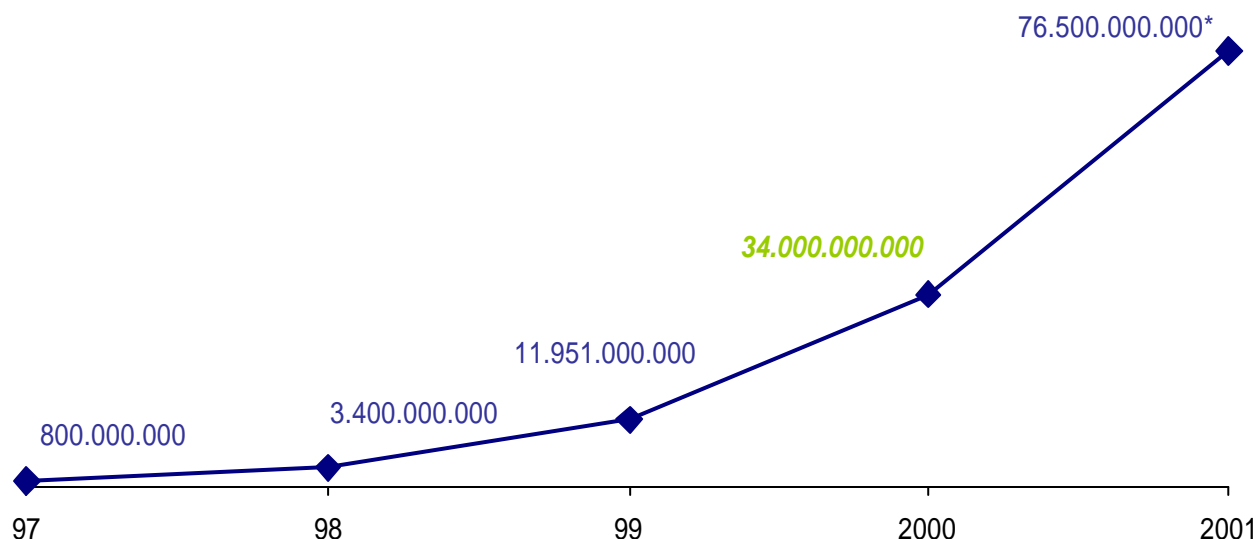
Ficha Técnica estudio a Usuarios

UNIVERSO:	Población General mayor de 18 años. (32.500.000)
MUESTRA:	4200 Estratificada por C.C.A.A.
SELECCIÓN:	Aleatoria
METODOLOGÍA:	Entrevistas telefónicas asistidas por ordenador. CATI
ERROR MÁXIMO:	+/- 1,5% para un nivel de confianza del 95,5%
PERIODO:	Febrero – Marzo 2001
TRABAJO DE CAMPO:	EYEGLUE.net – SCHOBER
ANALISIS:	EYEGLUE.net

Ficha Técnica estudio a Empresas

UNIVERSO:	847.500 empresas de 2 o más empleados.
MUESTRA:	4200 Estratificada por C.C.A.A.
SELECCIÓN:	Aleatoria
METODOLOGÍA:	Entrevistas telefónicas asistidas por ordenador. CATI
ERROR MÁXIMO:	+/- 1,5% para un nivel de confianza del 95,5%
PERIODO:	Febrero – Marzo 2001
TRABAJO DE CAMPO:	EYEGLUE.net – SCHOBER
ANÁLISIS:	EYEGLUE.net

Cifra del Comercio electrónico B2C en España



La cifra del movimiento del Comercio Electrónico entre Empresa y Consumidor final durante el año 2000 fue de *34.000 millones de pesetas.*

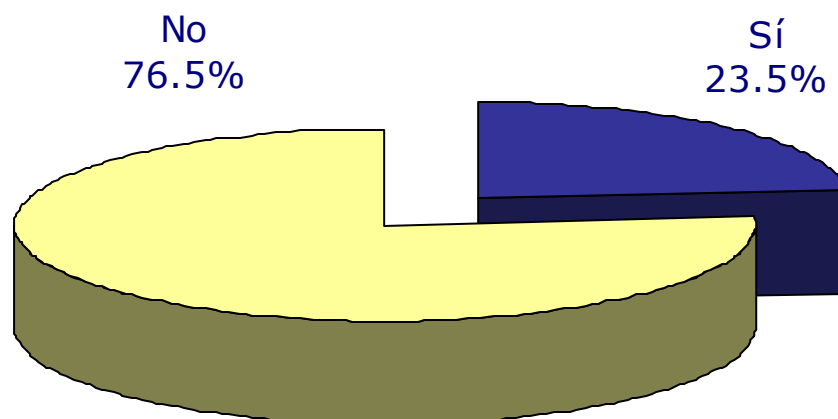
(*previsión)

Resultados Usuarios

Principales conclusiones:

- 7.637.500 españoles utilizan Internet.
- 8.380.000 españoles que en la actualidad no son usuarios de Internet, tienen intención de serlo en un futuro cercano.
- En España existen 970.000 usuarios de Internet que han realizado alguna compra por Internet en el 2000.
- Los productos más comprados han sido música (24,8%), libros (21%) y reservas de viaje (16,3%).
- El gasto medio del comprador por Internet español fue de 34.814 Ptas. en el año 2000.
- La comodidad es la principal razón por la cual los internautas compran en Internet.
- Un 19% de los compradores españoles, han comprado a empresas extranjeras por Internet.
- El 88,5% de los internautas, se muestran siempre satisfechos en las compras realizadas por Internet.
- El 85% de los internautas compradores, califican la entrega del pedido hecho por Internet como buena.
- El 55,2% de los compradores, lo hace mediante tarjetas.

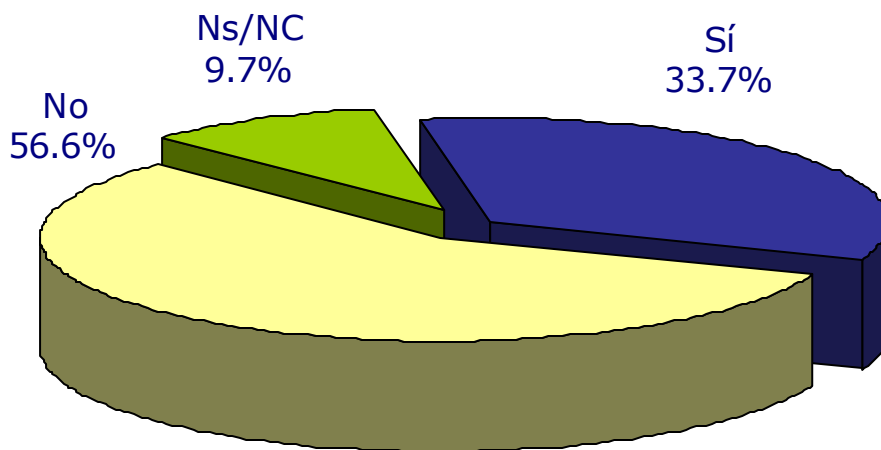
¿Utiliza usted Internet?



Base: 100% de la muestra (4200 entrevistas)

7.637.500 españoles utilizan Internet, esto supone un 23,5% de la población general.

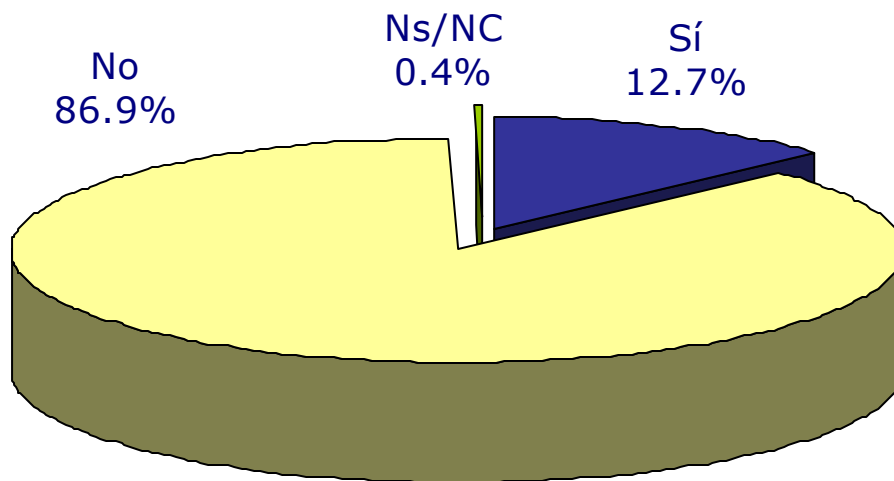
¿Tiene intención de ser usuario de Internet?



Base: 76,5% de la muestra, personas que no son usuarias de Internet.

8.380.000 españoles, un 33.7% de los que en la actualidad no son usuarios de Internet tiene intención de serlo en un futuro cercano.

¿Ha comprado algún producto o contratado algún servicio por Internet en el año 2000?

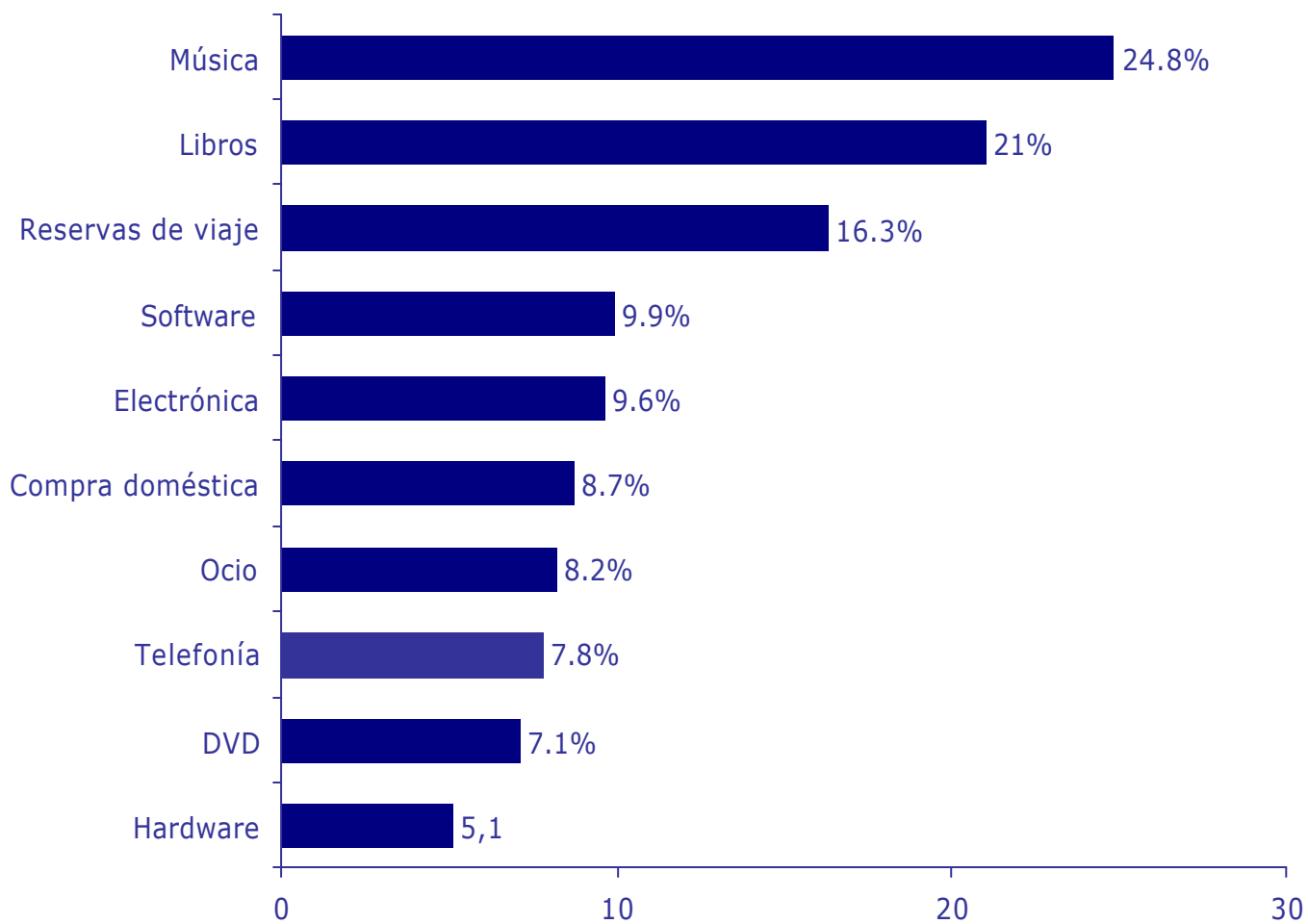


Base: 23,5% de la muestra, personas que son usuarias de Internet.

970.000 internautas, un 12,7% del total de los usuarios de Internet en España ha realizado alguna compra por Internet en el 2000. Esta cifra supone un 3% de la población española.

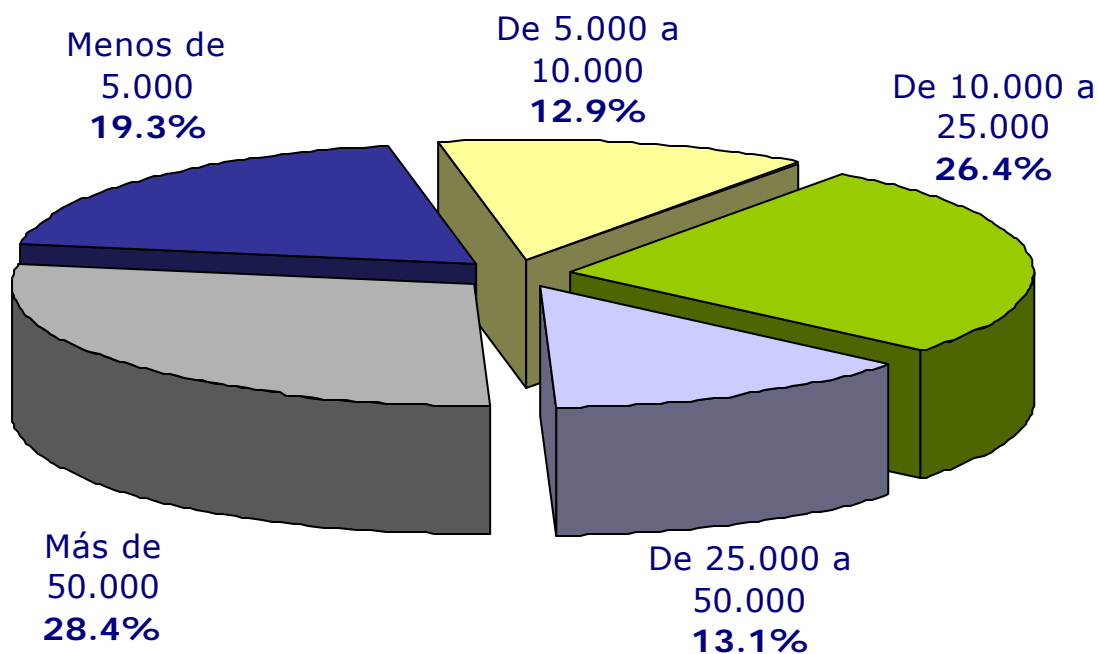
Más del 65% de los compradores Online españoles han comprado dos o más veces por Internet en el último año. Se trata de aproximadamente 635.000 internautas.

¿Qué tipo de productos ha comprado por Internet en el año 2000?



Base: 12,7% de la muestra, 970.000 usuarios que han comprado por Internet.

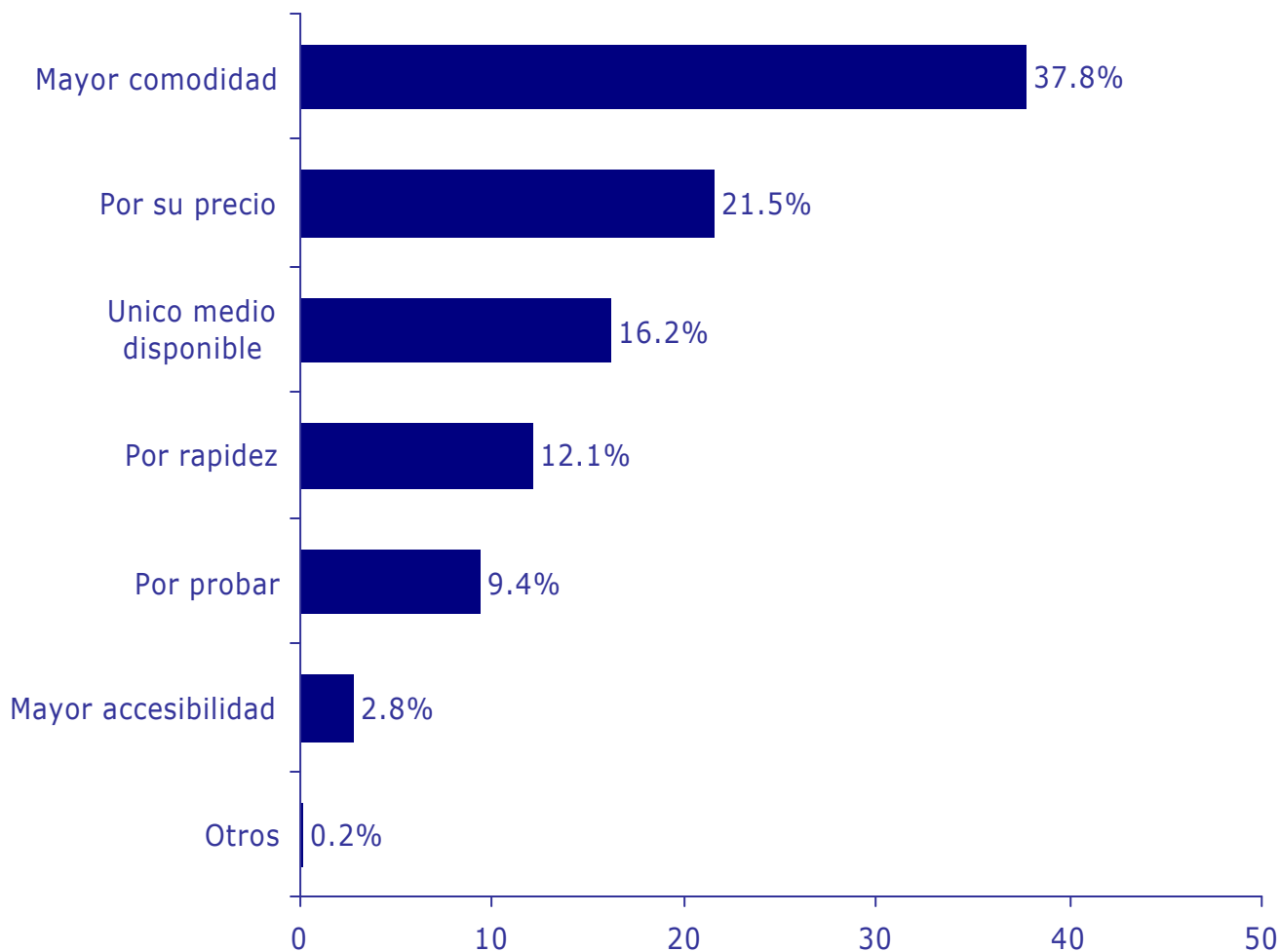
¿Cuánto ha gastado en Internet en el año 2000?



Base: 12,7% de la muestra, 970.000 usuarios que han comprado por Internet.

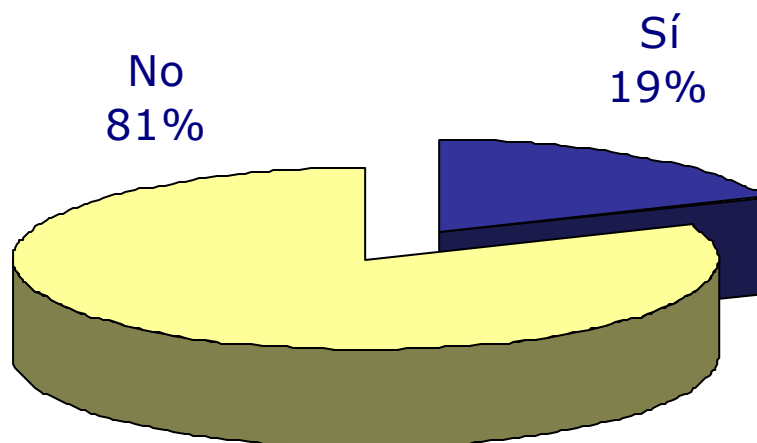
El gasto medio del comprador por Internet español fue de 34.814 Ptas. en el año 2000.

¿Cuál es la principal razón por la que decidió comprar por Internet?



Base: 12,7% de la muestra, 970.000 usuarios que han comprado por Internet.

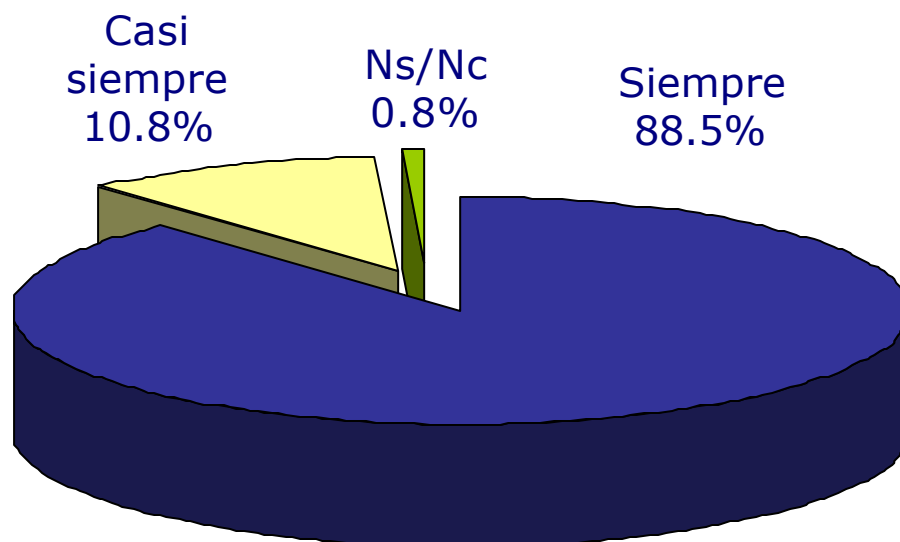
¿Ha comprado a empresas extranjeras a través de Internet?



Base: 12,7% de la muestra, 970.000 usuarios que han comprado por Internet.

184.300 internautas, un 19% de los usuarios que han comprado por Internet en el 2000, lo han hecho a empresas extranjeras.

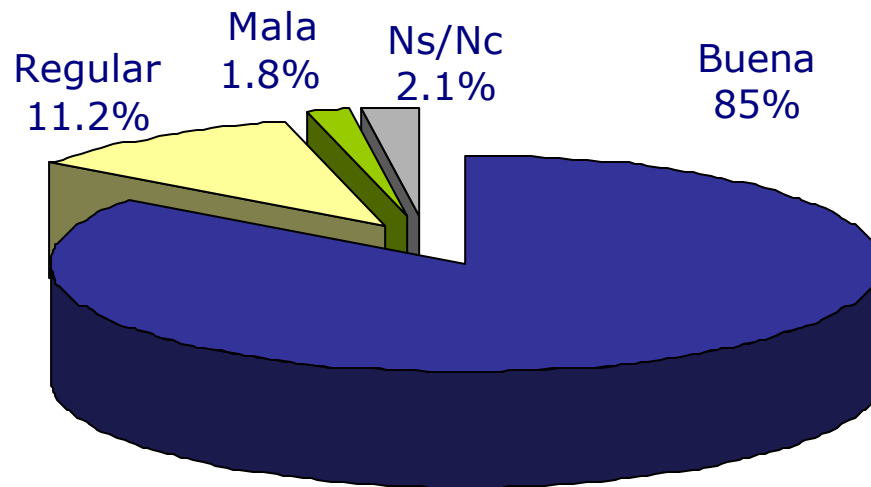
El producto que usted recibe, ¿satisface sus expectativas?



Base: 12,7% de la muestra, 970.000 usuarios que han comprado por Internet.

858.450 internautas se muestran siempre satisfechos en todas las compras realizadas por Internet.

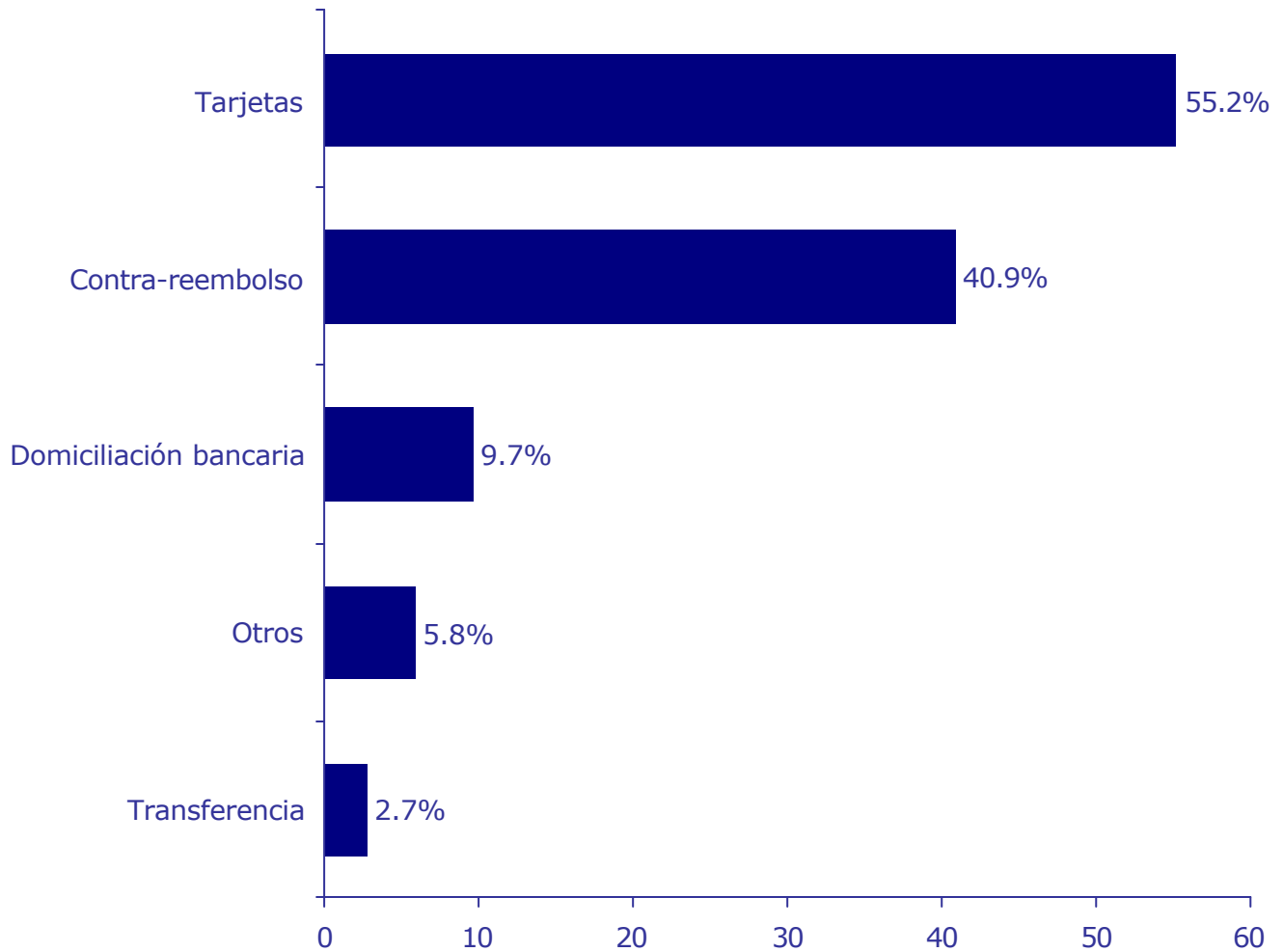
¿Cómo califica la entrega de los pedidos que hace por Internet?



Base: 12,7% de la muestra, 970.000 usuarios que han comprado por Internet.

824.500 internautas califican la entrega del pedido hecho por Internet como buena.

Cuando compra productos por Internet, ¿qué forma de pago utiliza?



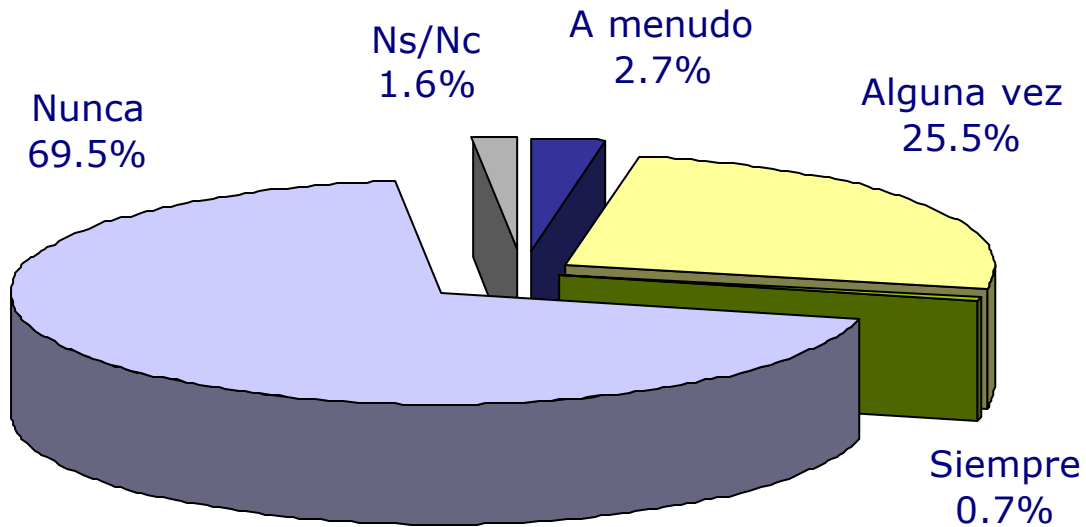
Base: 12,7% de la muestra, 970.000 usuarios que han comprado por Internet.

¿Por qué no ha comprado nunca por Internet?



Base: 6.636.988 internautas, 86,9% de los usuarios de Internet.

¿En alguna ocasión ha tomado una decisión de compra fuera de Internet motivado por la información encontrada en Internet?



Base: 6.636.988 internautas, 86,9% de los usuarios de Internet.

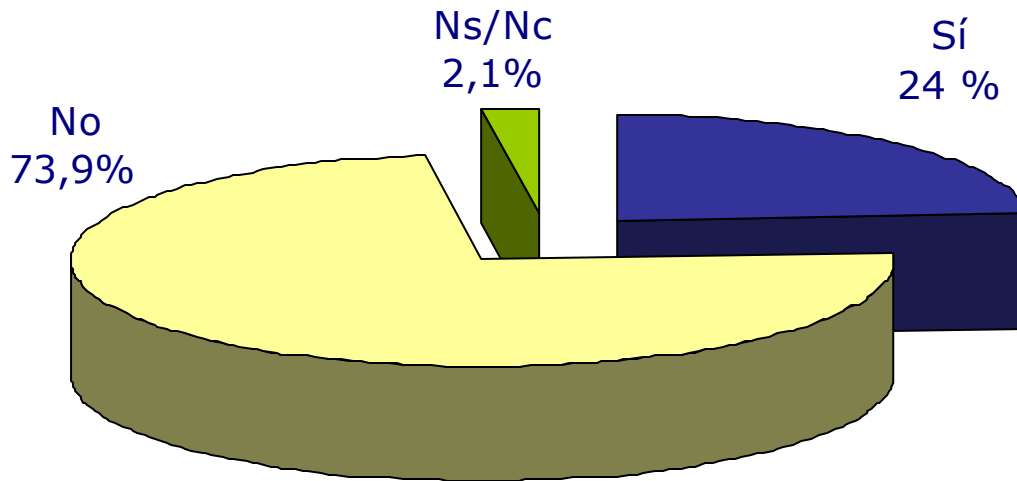
4.612.706 internautas nunca han tomado una decisión de compra fuera de Internet motivado por la información encontrada en la red .

Resultados Empresas en general

Principales Conclusiones:

- 203.400 empresas españolas tienen página web en Internet, un 24% del universo de empresas que ofrecen sus productos o servicios al consumidor final.
- Los principales objetivos de sus “web sites” son hacer publicidad (61,1%) y dar información acerca de los productos (50,8%).

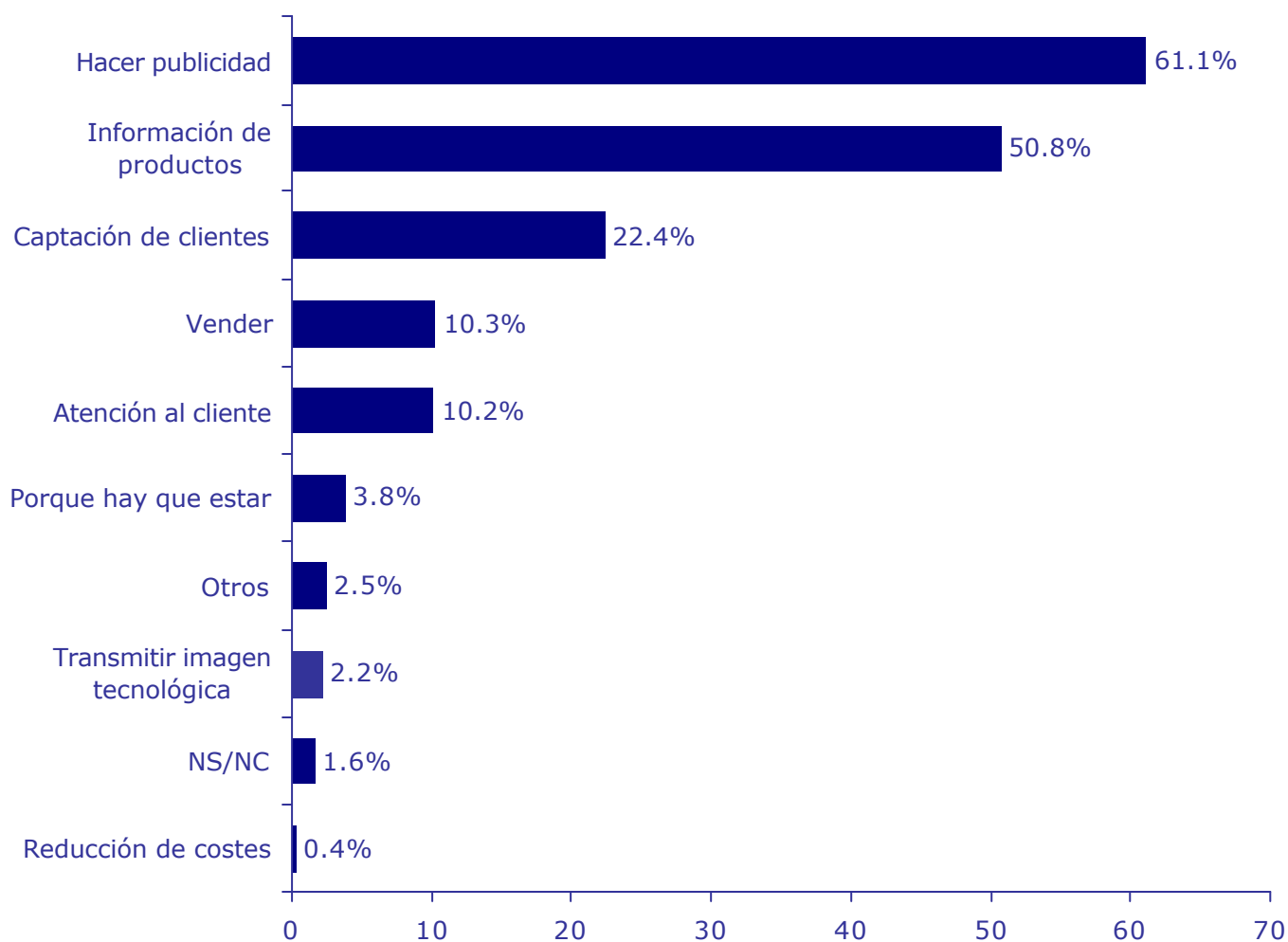
¿Tiene su empresa página web en Internet?



Base: 100% de la muestra, (4200 empresas)

203.400 empresas españolas tienen página web en Internet, un 24% del universo de empresas que ofrecen sus productos o servicios al consumidor final.

¿Cuáles son los principales objetivos de su web en Internet?



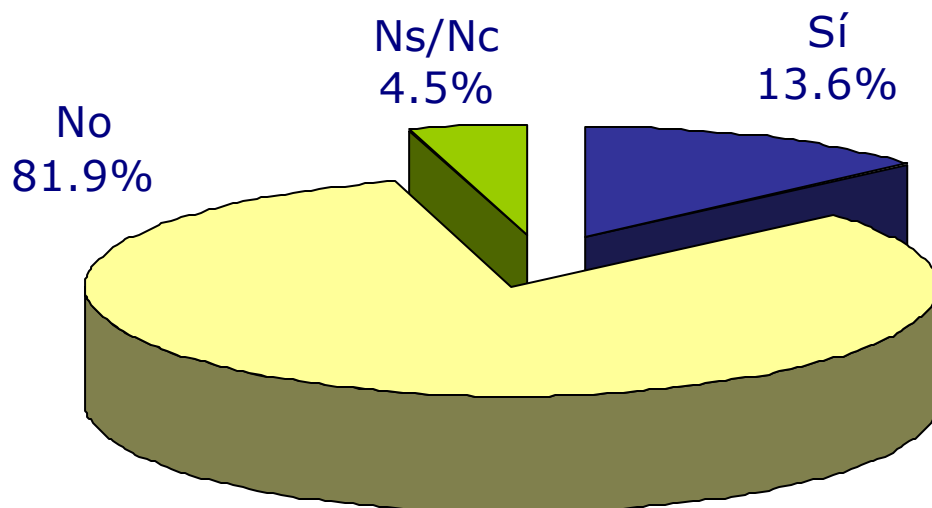
Base: 203.400 empresas que tienen página web en Internet.

Resultados Empresas con presencia en Internet que venden

Principales conclusiones:

- El 13,6% de las empresas con página web, realiza ventas de sus productos o servicios a través de Internet, lo que supone un total de 27.662 empresas en total.
- La principal fuente de ingreso es la venta de productos o servicios (76,6%) seguido de ingresos por publicidad (19,7%).
- Los productos que más se ofrecen a través de Internet son las reservas de alojamiento (22,2%), reservas de viaje (10,3%) y los libros (8,3%).
- Un 34,5% de las empresas, no ha tenido ninguna dificultad para vender por Internet, mientras que un 25,1% alega que ha tenido problemas de desconfianza en el sistema de pago.
- El 28,6% de las empresas que venden por Internet ha invertido entre 300.000 y 1 millón de pesetas para poner en marcha su Comercio Electrónico.

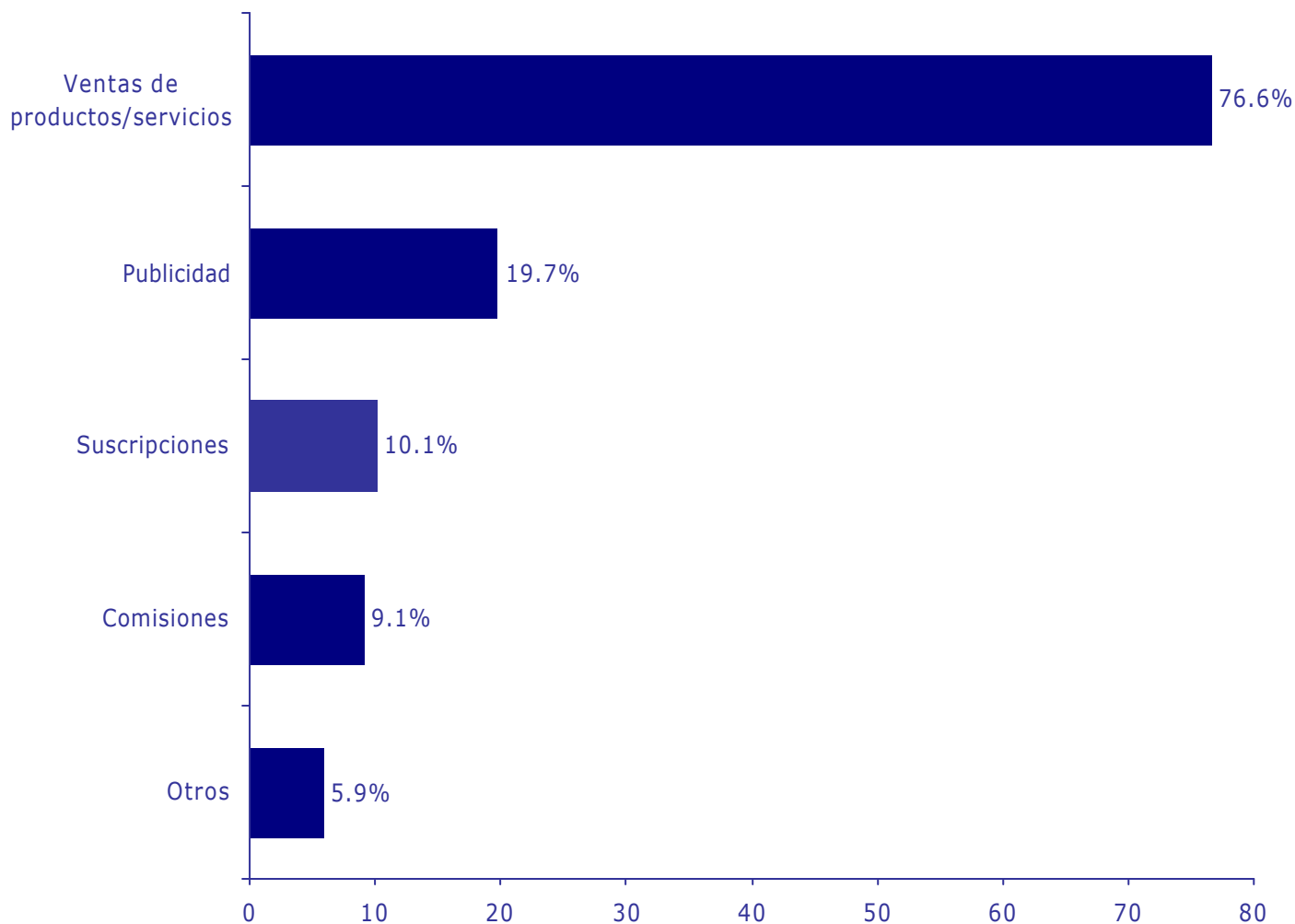
¿ Vende su empresa sus productos / servicios a través de Internet?



Base: 100% de las empresas que tienen página web en Internet.

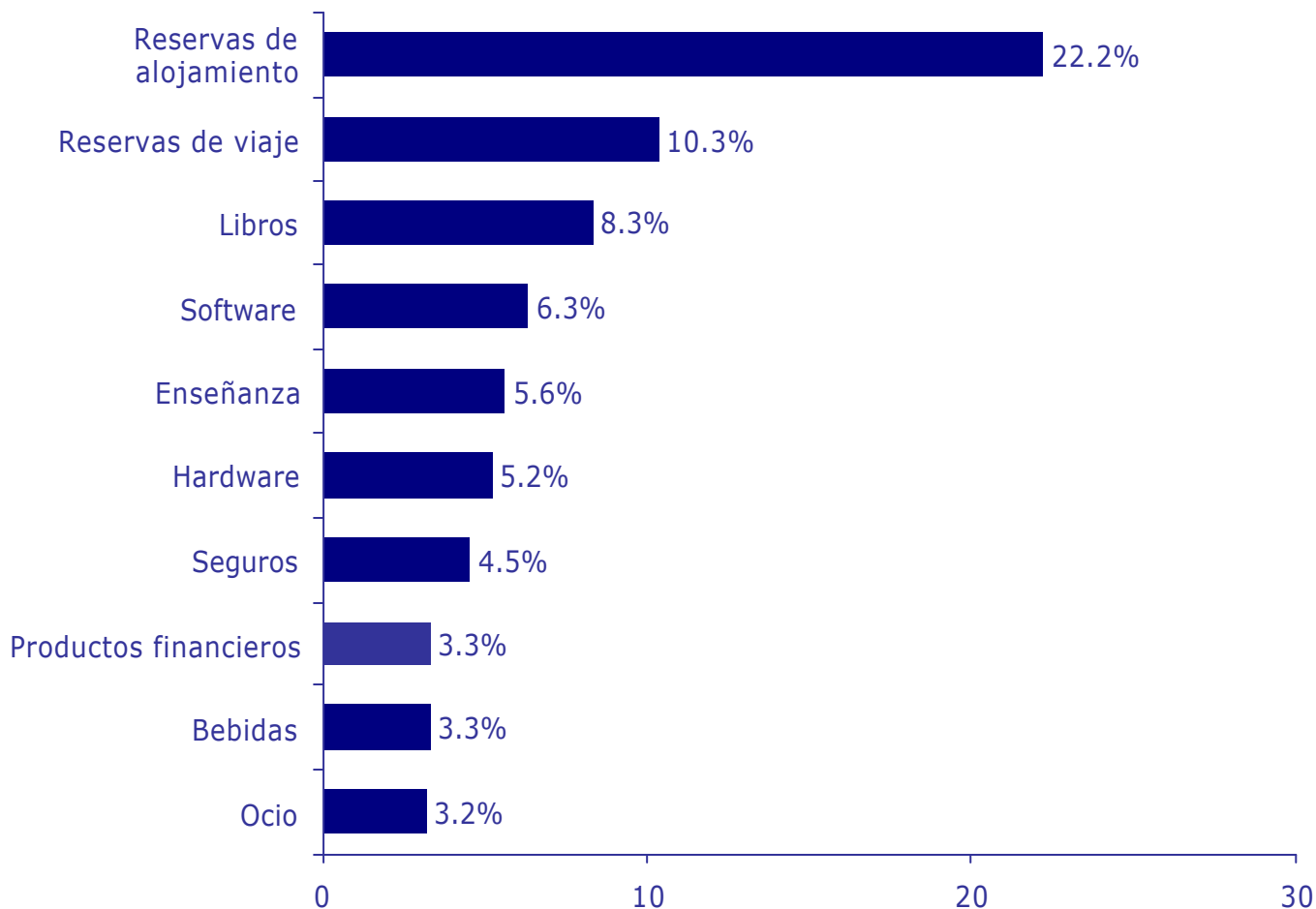
27.662 empresas españolas, un 13,6% de las empresas con página web realiza ventas de productos o servicios a través de Internet.

¿Cuáles son sus fuentes de ingreso en Comercio Electrónico?



Base: 27.662 empresas, 24% de la muestra. Empresas que venden por Internet.

¿Qué tipo de productos / servicios ofrece por Internet?



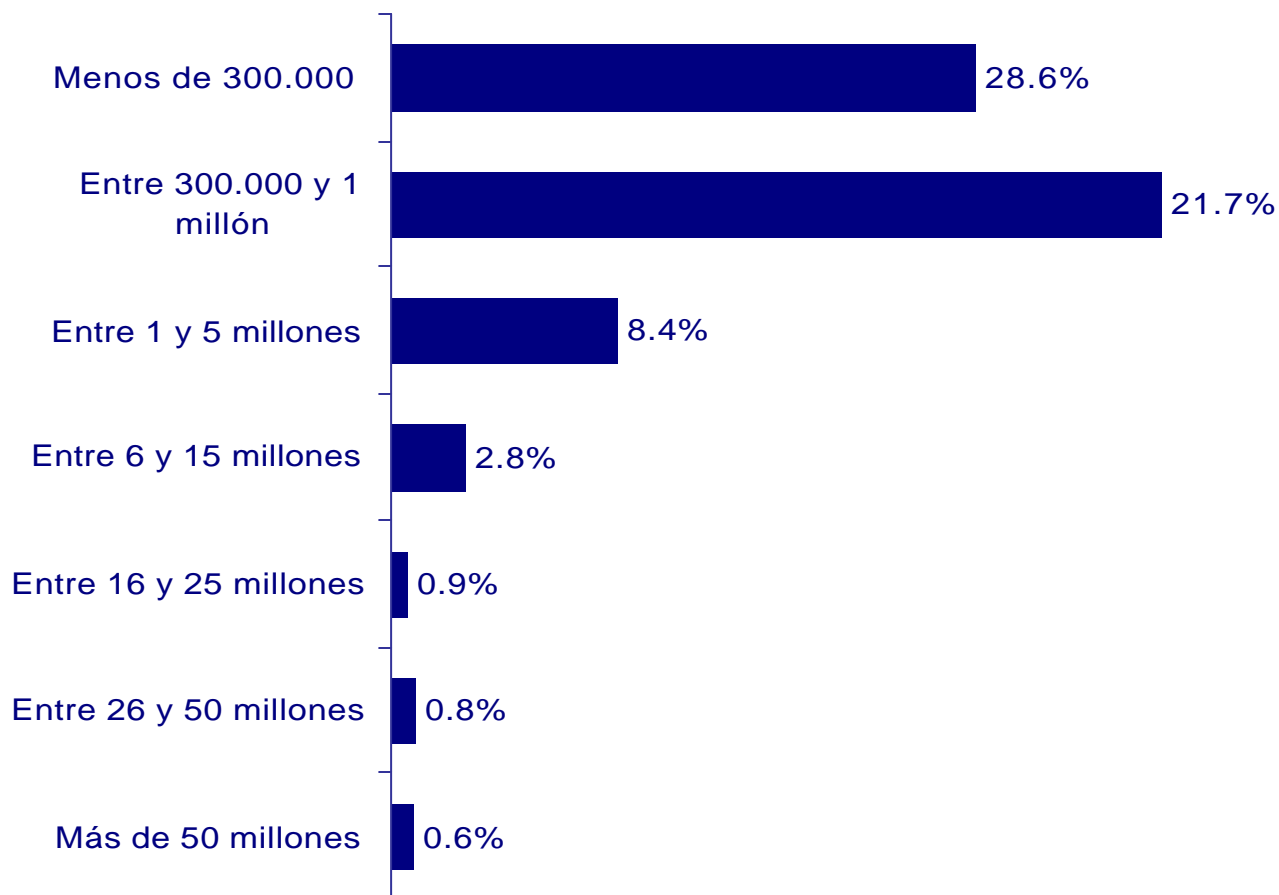
Base: 27.662 empresas, 24% de la muestra. Empresas que venden por Internet.

¿Cuáles son las principales dificultades que ha encontrado su empresa para vender en Internet?



Base: 27.662 empresas, 24% de la muestra. Empresas que venden por Internet.

¿Cuánto ha invertido en poner en marcha su Comercio Electrónico?



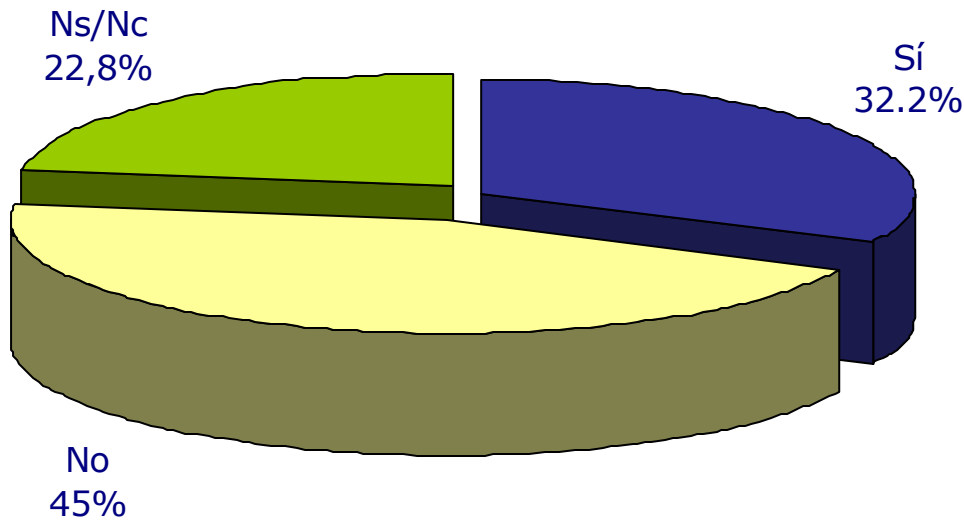
Base: 27.662 empresas, 24% de la muestra. Empresas que venden por Internet.

Resultados empresas con presencia en Internet que no venden

Principales conclusiones:

- 56.587 empresas españolas que ya tienen página web, venderán a través de este medio en un futuro cercano.

¿Tiene pensado realizar Comercio Electrónico en un futuro cercano?



Base: 81,9% de las empresas que tienen página web en Internet. (No venden actualmente)

56.587 empresas españolas que sólo tienen presencia en Internet, venderán a través de este medio en un futuro cercano.

Resultados empresas sin presencia en Internet

Principales conclusiones

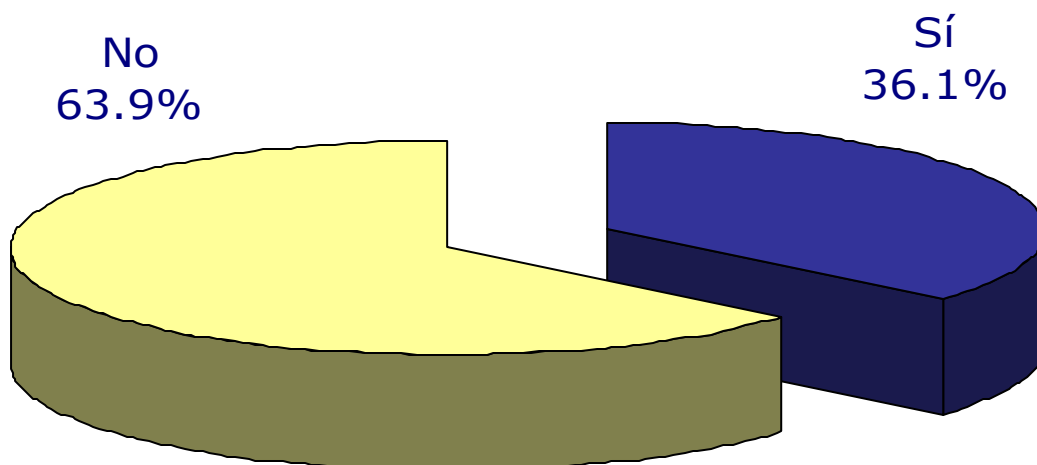
- El 34,7% de las empresas españolas que no tienen página web, no venden a través de este medio porque consideran que su producto es inadecuado para el canal, mientras que el 23% de las empresas opinan que no tienen necesidad de empezar a operar a través de la red.
- El 36,1% de las empresas que no tienen página web, 232.520 empresas, tiene pensado vender sus productos / servicios a través de este medio.

¿Cuáles son los motivos por los que su empresa no vende en Internet?



Base: 644.100 empresas, el 100% de las empresas que no tienen página web en Internet.

¿Cree que en un futuro llegará a vender a través de Internet?



Base: 644.100 empresas, el 100% de las empresas que no tienen página web en Internet.

232.520 empresas españolas, un 36,1% de las empresas que no tienen página web, tiene pensado vender sus productos / servicios a través de Internet.

Indice del Estudio sobre Comercio Electrónico AECE 2001, Ventas al Consumidor (B2C)

Carta del Presidente

Presentación del estudio:

- Los 3 estudios y las actividades de AECE
- Comisión de Investigación AECE 2001
- Patrocinadores
- Empresas Asociadas a AECE

Objetivos y partes del Estudio

Metodología y ficha técnica (parte empresas y particulares)

Definición de términos

ESTUDIO A EMPRESAS B2C

1. Cifra del Comercio Electrónico generada por las empresas Españolas B2C generado en el 2000

2. Presencia en la red

2.A. Empresas sin página web

- a) Acceso a Internet
- b) Correo electrónico
- c) Opinión sobre el futuro del Comercio Electrónico
- d) Razones de no presencia en la red

AECE 2001, Ventas al Consumidor (B2C)

- e) Intención de presencia en la red en el futuro
 - Plazo de tiempo estimado
 - Motivos
- f) Razones de no venta por Internet
- g) Intención de venta por Internet en el futuro
 - Plazo de tiempo estimado
- h) Valor añadido del Comercio Electrónico para la empresa

2.B. Empresas con página web

- a) Antigüedad en la red
- b) Diseño de la página web
- c) Motivos de tener web

3.Comercio Electrónico

3.A. Empresas que no venden por Internet

- a) Razones de no vender por Internet
- b) Intención de venta por Internet en el futuro
 - Plazo de tiempo estimado
- c) Valor añadido del Comercio Electrónico para la empresa

3.B. Empresas que venden por Internet

- a) Puesta en marcha del Comercio Electrónico
 - Inversión realizada
- b) Antigüedad en la venta por Internet
- c) Localización de la oferta en la red
- d) Productos vendidos
 - Tipo
 - Precio

AECE 2001, Ventas al Consumidor (B2C)

- e) Clientes
- f) Facturación en CE
 - Volumen de facturación
 - Fuentes de ingreso
- g) Comercio Electrónico dentro de la empresa
 - Departamentos implicados
 - Personal involucrado
- h) Logística
 - Gastos de distribución
 - Operación logística
 - Quién la realiza
 - Modo de realización
- i) Motivaciones para vender por Internet
- j) Dificultades de vender por Internet
- k) Satisfacción del cliente
 - Departamento de atención al cliente
 - Repetición de compra
 - Devolución de producto
- l) Formas de pago utilizadas
- m) Fraude en el cobro
- n) Acciones publicitarias para potenciar las ventas

4. Perfil de la empresa

- 4.A. Sector de actividad
- 4.B. Tamaño
- 4.C. Localización geográfica

AECE 2001, Ventas al Consumidor (B2C)

ESTUDIO A USUARIOS

1. Conexión a la red

1.A. No usuarios de Internet

- a) Razones de no uso de Internet
- b) Intención futura sobre su uso
Plazo de conversión

1.B. Usuarios de Internet

- a) Antigüedad en la red
- b) Lugar de conexión
- c) Canal utilizado
- d) Acceso desde el hogar
- e) Horas de conexión

2. Comercio Electrónico

2.A. No usuario del comercio electrónico

- a) Razones de no comprar por Internet
- b) Internet como motivador de la compra off-line

2.B. Usuario del comercio electrónico

- a) Frecuencia de compra
- b) Productos comprados
 - Tipo
 - Cantidad
 - Gasto

AECE 2001, Ventas al Consumidor (B2C)

- c) Precio pagado
 - Precio del producto más caro
 - Precio del producto más barato
- d) Motivaciones
 - Principales razones por las que compran por Internet
- e) Búsqueda de productos en Internet
 - Compra a empresas extranjeras
 - Medios utilizados para la búsqueda de productos en Internet
 - Lugar de compra
 - Selección de productos
 - Medio utilizado
- f) Satisfacción de compra
 - Satisfacción de expectativas
 - Valoración de entrega del pedido
 - Problemas en las compras por Internet
 - Formulación de quejas
- g) Formas de pago utilizadas

3. Perfil sociodemográfico del entrevistado

- 3.A. Sexo
- 3.B. Edad
- 3.C. Lugar de residencia
- 3.D. Nivel de estudios
- 3.E. Situación laboral
- 3.F. Nivel económico

Glosario de términos