

El comercio electrónico crece exponencialmente en América Latina y triplica el volumen en España durante los últimos cinco años

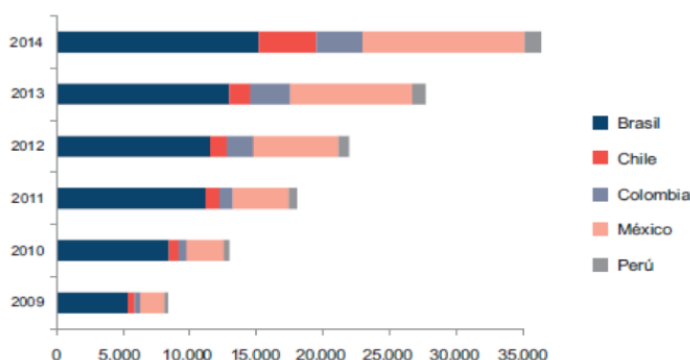
- *Latinoamérica ha cuadruplicado el volumen de ventas online con una Tasa Compuesta de Crecimiento Anual del 34% en el periodo 2009-14.*
- *En 2014 en España se registraron 190 millones de operaciones de comercio electrónico, que supusieron un volumen de negocio de USD 21,1 mil millones (EUR 15,9 mil millones).*

Madrid, 13 de junio de 2016.- El comercio electrónico en América Latina ha experimentado un crecimiento exponencial durante los últimos cinco años, en los que se ha cuadruplicado el volumen de ventas realizadas por este canal, con una Tasa Compuesta de Crecimiento Anual – CARG– del 34% en el periodo 2009-14, según el último **Estudio de Medios de Pago** realizado por **Tecnocom**.

De acuerdo con los datos recabados de diversas fuentes nacionales, el e-commerce registrará un crecimiento interanual del volumen de ventas en torno al 25% en la región, donde **Brasil** concentra la mayor parte del valor de las ventas registradas. En 2014, el país ingresó USD 15.200 millones en ventas de comercio electrónico al por menor (según datos de la Cámara Brasileña de Comercio Electrónico), un 13% más que el año anterior.

Le sigue **México** a una distancia cada año más estrecha y con unas ventas totales en 2014 de USD 12.200 millones según la AMIPCI, anotando un crecimiento interanual del 32%. En tercer lugar se sitúa por primera vez, y superando a Colombia, **Chile**, donde el comercio electrónico facturó cerca de USD 4.300 millones, cifra que más que duplica la registrada el año anterior. **Colombia** contabilizó USD 3.500 millones y **Perú** USD 1.250 millones, un 16% y un 25% superior al año anterior, respectivamente.

Comercio electrónico, selección de países en América Latina, 2014, millones USD



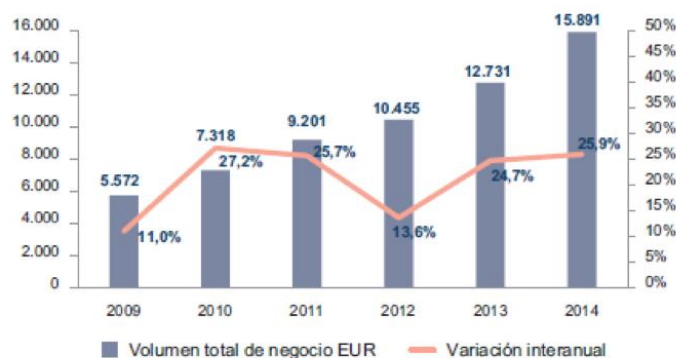
Fuente: cámaras y asociaciones nacionales de comercio electrónico.

En **España**, el comercio electrónico ha casi triplicado el volumen de negocio durante los últimos cinco años, principalmente gracias al aumento del número de internautas, a la mayor proporción de los mismos que realizan compras online y al imparable crecimiento de la oferta de productos y servicios a disposición del consumidor.

Las cifras publicadas por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia relativas al ejercicio 2014, que contabilizan las compras realizadas por Internet mediante tarjeta de crédito o débito, avalan este comportamiento: se registraron 190 millones de operaciones de comercio electrónico, que supusieron un volumen de negocio de USD 21,1 mil millones (EUR 15,9 mil millones), un 25,9% más que en 2013, año en el que también registró un crecimiento similar, del 24,7% sobre 2012.

Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (2015): El comercio electrónico en España a través de entidades de medios de pago - Año 2014. Disponible en: <http://goo.gl/Bie9VA>

Comercio electrónico, España, 2009-2014, millones EUR



Fuente: Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.

Sectores

Por sectores, las agencias de viajes y el transporte aéreo mantienen el liderazgo de facturación en 2014, sumando un 24,9% de la facturación total. Estos, junto con transporte terrestre (4,2%) y hoteles y alojamientos (1,2%), sitúan al sector turístico como líder indiscutible del comercio online en España por ingresos (30,3%). Por su parte, el marketing directo, con un 5,4%, y las prendas de vestir (4,9%) se situaron en la tercera y cuarta posición. Atendiendo al volumen de operaciones, el primer puesto del ranking lo ocuparon los discos, libros, periódicos y papelería con un 8,3% del total de transacciones (cerca de veinte millones de compras), seguido del marketing directo (5,4%) y descargas de aplicaciones y contenidos y otros servicios de gestión (4,8%).

En el detalle de las transacciones por origen y destino se puede apreciar el predominio de las transacciones desde España con el exterior (41,8%), asociado a la importación de bienes y servicios adquiridos online. Muy cerca están las transacciones operadas internamente (41,6%) y a una distancia considerable se sitúan las transacciones registradas desde el exterior con España (16,5%). Este último dato indica que el comercio electrónico transfronterizo, desde la perspectiva de las empresas exportadoras, es una asignatura pendiente en nuestro país, algo que también ocurre en el resto de la Unión Europea.

Comercio electrónico en España, 2009-2014, millones USD



Fuente: Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.

Cambios en Europa

La Comisión Europea ha propuesto una revisión de la actual Directiva de Servicios de Pago (nueva PSD2) ya que quedan áreas muy relevantes del mercado de los pagos todavía muy fragmentadas a nivel europeo: tarjetas, comercio electrónico y pagos móviles.

El mercado de servicios de pago de la UE se encuentra fragmentado y presenta elevados costes que alcanzan los 130.000 millones de euros anuales (más del 1% del PIB de la UE), ineficiencias que la UE no puede permitirse si desea ser globalmente competitiva.

La propuesta tiene varios propósitos. El primero es mejorar la protección al consumidor contra el fraude, los posibles abusos y los incidentes relacionados con los pagos, todo ello mediante la mejora de los requisitos de seguridad que fortalezcan los métodos de autenticación del cliente para pagos online. El segundo quiere promover la competencia a partir de un marco regulatorio permita el nacimiento de nuevos agentes y el desarrollo de innovaciones en pagos móviles y pagos online en Europa.

La Comisión ha solicitado a la Autoridad Bancaria Europea la emisión de guías y estándares técnicos para su consideración en los borradores de regulación, para asegurar el establecimiento de medidas adecuadas de seguridad e intercambio de información de instituciones de pago que operan en varios Estados miembros.



Acerca de Tecnocom

Tecnocom es una multinacional española que cotiza en la Bolsa de Madrid desde 1987. En 2006, Tecnocom inició un proceso Corporativo de expansión con el objetivo de llegar a ser líder en el mercado de la tecnología de la información español.

Tecnocom es una de las tres primeras empresas del sector de la tecnología de la información en España (alrededor de 400 millones de euros de ingresos) con una amplia experiencia en operaciones de elevado nivel tecnológico, como medios de pago bancarios o sistemas de automatización.

Su presencia regional incluye España, Portugal y América Latina (Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, México, Perú y República Dominicana) y en EEUU, Miami.

Para más información sobre Tecnocom <http://www.tecnocom.es>

Para más información, comuníquese con:

María Pilar Sánchez Hernández
Jefe de Marketing
Mpilar.sanchez@tecnocom.es
91 353 55 93