

4 Comercio electrónico en España: aproximación generacional

Comercio electrónico en España por edad y educación

El comercio electrónico constituye un indicador destacado de la importancia de las TIC en la economía. El comercio electrónico se ha extendido en España entre 2003 y 2015, y se aprecia un fenómeno de divergencia por edad, acentuando la relación inversa entre esa variable y la realización de compras por Internet. Estos resultados se amplifican considerando el nivel de educación.

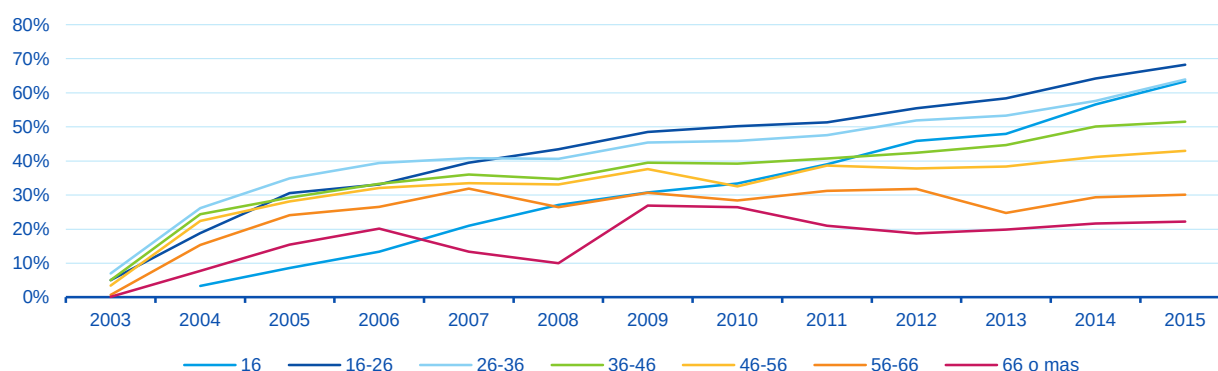
Generaciones de consumidores

Siguiendo la línea argumental del DEO de noviembre de 2015 y enero de 2016, y a través de los datos de la encuesta TIC-H del INE entre 2003 y 2015, se han generado grupos de consumidores que usan Internet y que son mayores de 15 años en función de la edad en 2003, en intervalos de décadas salvo el último grupo, que incluye a la gente de 66 años o más. A través de este ejercicio, se pretende controlar por generaciones de individuos que utilizan Internet y averiguar la evolución del comportamiento de estos grupos.

El Gráfico 4.1 muestra el comportamiento durante el periodo de estudio en la respuesta a la pregunta sobre si la persona ha realizado la compra de un servicio o producto por internet alguna vez.

Gráfico 4.1

Distribución por edad del comercio electrónico (%), 2003-2015



Fuente: BBVA Research a partir de TIC-H (INE)

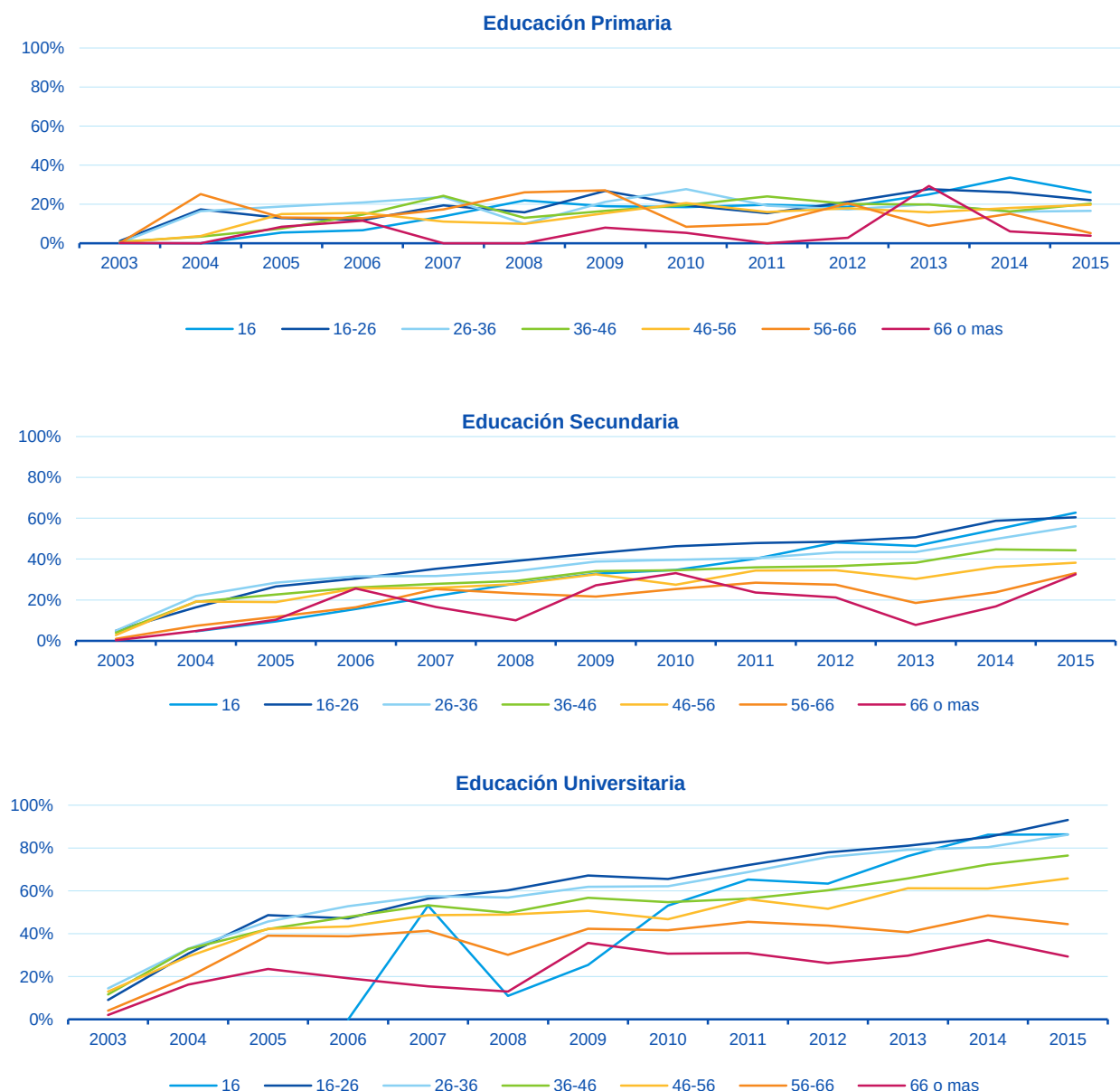
Los resultados confirman el incremento de la realización de compras por Internet en todos los intervalos de edad entre 2003 y 2015, sin que se aprecien signos claros derivados del ciclo económico, como puede ocurrir con las compras en un formato más tradicional. Todos los intervalos de edad partían de una situación similar de escasa presencia de la actividad de comercio electrónico en 2003, por debajo del 10%. Sin embargo, el ritmo de crecimiento ha sido diferente entre intervalos, generando una mayor dispersión y la constitución de tres grupos claramente diferenciados. Los incrementos más destacados se han producido entre la población menor de 36 años, que han mantenido el ritmo de crecimiento de forma sostenible a lo largo de todo el periodo considerado, dejando el porcentaje que ha comprado por Internet alguna vez en 2015 por encima del 60%. La población entre 36 y 46 años forma un grupo intermedio, con un crecimiento más intenso en los dos primeros años y más atenuado en los siguientes años, acumulando unos porcentajes cercanos al 40-50% en 2015. Los mayores de 55 años han incrementado su porcentaje a un ritmo mucho menor y han experimentado un proceso de estancamiento desde 2006. Como resultado final, el porcentaje de estos dos grupos se sitúa en niveles que no superan el 30% en 2015.

La educación en el comercio electrónico

Como ocurre con el uso de Internet, el nivel de educación es una variable relevante. Se distinguen tres niveles alcanzados: Educación Primaria o menor, Educación Secundaria y Educación Universitaria o superior. Los resultados se muestran en el Gráfico 4.2.

Gráfico 4.2

Distribución por edad del comercio electrónico (%), 2003-2015



Fuente: BBVA Research a partir de TIC-H (INE)

Existe una relación positiva entre el nivel de educación y el porcentaje de personas que afirma haber comprado por Internet alguna vez, especialmente más intensa cuanto menor es la edad. Así, las personas con estudios universitarios han alcanzado porcentajes superiores al 85% en los menores de 36 años, mientras no supera el 27% en los estudios primarios. La dispersión por nivel de educación es mucho más reducida en la población de más edad, al variar entre un 30% en las personas mayores de 66 años en estudios secundarios y universitarios, y apenas un 5% en los estudios primarios.

AVISO LEGAL

El presente documento, elaborado por el Departamento de BBVA Research, tiene carácter divulgativo y contiene datos, opiniones o estimaciones referidas a la fecha del mismo, de elaboración propia o procedentes o basadas en fuentes que consideramos fiables, sin que hayan sido objeto de verificación independiente por BBVA. BBVA, por tanto, no ofrece garantía, expresa o implícita, en cuanto a su precisión, integridad o corrección.

Las estimaciones que este documento puede contener han sido realizadas conforme a metodologías generalmente aceptadas y deben tomarse como tales, es decir, como previsiones o proyecciones. La evolución histórica de las variables económicas (positiva o negativa) no garantiza una evolución equivalente en el futuro.

El contenido de este documento está sujeto a cambios sin previo aviso en función, por ejemplo, del contexto económico o las fluctuaciones del mercado. BBVA no asume compromiso alguno de actualizar dicho contenido o comunicar esos cambios.

BBVA no asume responsabilidad alguna por cualquier pérdida, directa o indirecta, que pudiera resultar del uso de este documento o de su contenido.

Ni el presente documento, ni su contenido, constituyen una oferta, invitación o solicitud para adquirir, desinvertir u obtener interés alguno en activos o instrumentos financieros, ni pueden servir de base para ningún contrato, compromiso o decisión de ningún tipo.

Especialmente en lo que se refiere a la inversión en activos financieros que pudieran estar relacionados con las variables económicas que este documento puede desarrollar, los lectores deben ser conscientes de que en ningún caso deben tomar este documento como base para tomar sus decisiones de inversión y que las personas o entidades que potencialmente les puedan ofrecer productos de inversión serán las obligadas legalmente a proporcionarles toda la información que necesiten para esta toma de decisión.

El contenido del presente documento está protegido por la legislación de propiedad intelectual. Queda expresamente prohibida su reproducción, transformación, distribución, comunicación pública, puesta a disposición, extracción, reutilización, reenvío o la utilización de cualquier naturaleza, por cualquier medio o procedimiento, salvo en los casos en que esté legalmente permitido o sea autorizado expresamente por BBVA.

Este informe ha sido elaborado por la unidad de Regulación Digital:

Economista Jefe de Regulación Digital

Álvaro Martín

alvaro.martin@bbva.com

Vanesa Casadas

vanesa.casadas@bbva.com

Israel Hernanz

israel.hernanz@bbva.com

Alicia Sánchez

alicia.sanchezs@bbva.com

Javier Sebastián

jsebastian@bbva.com

Pablo Urbiola

pablo.urbiola@bbva.com

Con la colaboración de:

Francisco Borja Larrumbide Martínez

fborja.larrumbide@bbva.com

Alfonso Arellano

alfonso.arellano.espinar@bbva.com

BBVA Research

Economista Jefe Grupo BBVA

Jorge Sicilia Serrano

Área de Economías Desarrolladas

Rafael Doménech

r.domenech@bbva.com

España

Miguel Cardoso

miguel.cardoso@bbva.com

Europa

Miguel Jiménez

mjimenezg@bbva.com

Estados Unidos

Nathaniel Karp

Nathaniel.Karp@bbva.com

Área de Economías Emergentes

Análisis Transversal de Economías Emergentes

Álvaro Ortiz

alvaro.ortiz@bbva.com

Asia

Le Xia

le.xia@bbva.com

México

Carlos Serrano

carlos.serranoh@bbva.com

Turquía

Álvaro Ortiz

alvaro.ortiz@bbva.com

Coordinación LATAM

Juan Manuel Ruiz

juan.ruiz@bbva.com

Argentina

Gloria Sorensen

gsorensen@bbva.com

Chile

Jorge Selaive

jselaive@bbva.com

Colombia

Juana Téllez

juana.tellez@bbva.com

Perú

Hugo Perea

hperea@bbva.com

Venezuela

Julio Pineda

juliocesar.pineda@bbva.com

Área de Sistemas Financieros y Regulación

Santiago Fernández de Lis

sfernandezdelis@bbva.com

Sistemas Financieros

Ana Rubio

arubiog@bbva.com

Inclusión Financiera

David Tuesta

david.tuesta@bbva.com

Regulación y Políticas Públicas

María Abascal

maria.abascal@bbva.com

Regulación Digital

Álvaro Martín

alvaro.martin@bbva.com

Áreas Globales

Escenarios Económicos

Julián Cubero

juan.cubero@bbva.com

Escenarios Financieros

Sonsoles Castillo

s.castillo@bbva.com

Innovación y Procesos

Oscar de las Peñas

oscar.delaspenas@bbva.com

Interesados dirigirse a:

BBVA Research

Calle Azul, 4

Edificio de la Vela - 4ª y 5ª plantas

28050 Madrid (España)

Tel.: +34 91 374 60 00 y +34 91 537 70 00

Fax: +34 91 374 30 25

bbvaresearch@bbva.com

www.bbvaresearch.com