

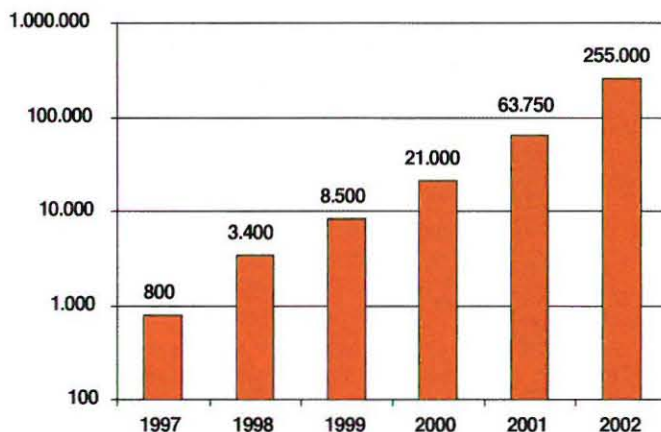
Al hilo de la publicación las cifras del mercado de Comercio Electrónico en España según la encuesta anual de la Asociación Española de Comercio Electrónico, se detecta un incremento importante de actividad

Las ventas por Internet

Aunque el concepto de Comercio Electrónico es muy amplio e incluye ventas entre empresas (*Business to Business*) y a través de diferentes medios electrónicos (Teléfono, Televisión, Internet, etc.), en este estudio sólo se han considerado las ventas al por menor en Internet (*Internet retail*), es decir las realizadas entre empresas y usuarios finales (*Business to Consumer*)

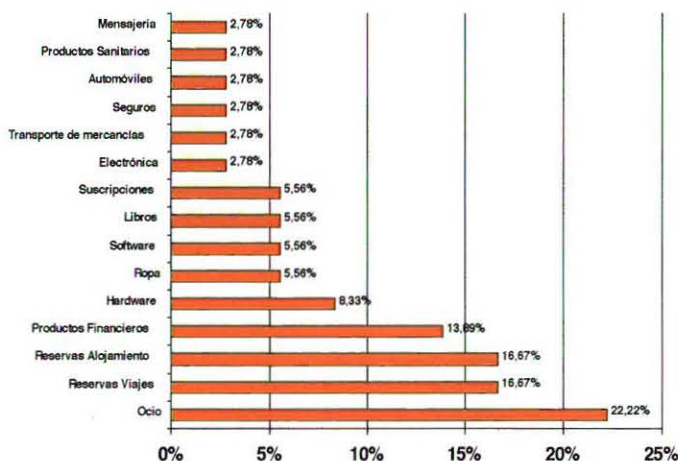
Este estudio, que se realiza por segundo año consecutivo, representa los datos más fiables del sector, y permite, además, aclarar las múltiples cifras que hasta ahora se barajaban en el mercado. Según los resultados publicados, el volumen económico de las transacciones pasará de los 3.400 millones de pesetas del año pasado a 8.500 en 1999. Además, el documento incluye una proyección para los próximos años en la que destaca

Ventas al por menor a través de Internet en España (millones pta)



Fuente: Estudio anual de la Asociación Española de Comercio Electrónico

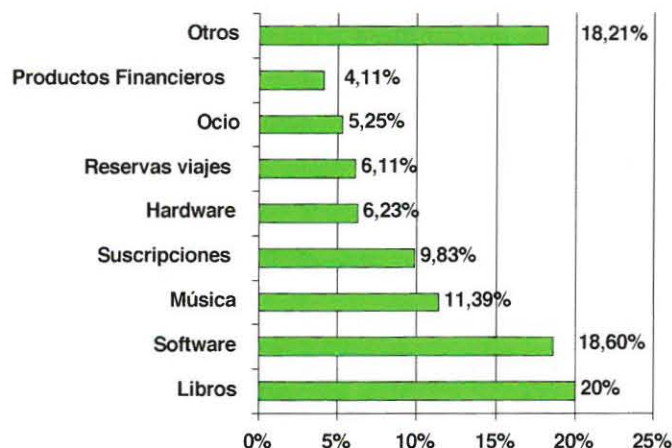
Productos más vendidos



Fuente: Estudio anual de la Asociación Española de Comercio Electrónico



Productos más comprados



Fuente: Estudio anual de la Asociación Española de Comercio Electrónico

la importante cifra de 255.000 millones de pesetas para el año 2002.

Entre los datos interesantes que aporta este estudio, destaca el análisis de los productos más

vendidos y comprados a través de la red. Dado que más de la mitad de los españoles que compran por Internet lo hacen a empresas de fuera de nuestro país, los productos más vendidos no se corresponden con los más comprados.

Como puede verse en las tablas adjuntas, lo que más compran los españoles son libros, seguidos de software que, sin embargo, no aparecen en los primeros lugares de los más vendidos. En cuanto a los productos que más transacciones generan por parte de las empresas vendedoras, destacan los relativos al ocio (entradas de espectáculos, música, etc.) siguiéndoles los relativos al turismo (reservas de viajes y alojamiento)

Varias conclusiones se pueden sacar de este estudio, pero una de las más interesantes es constatar que los españoles compran en la red sin esperar a que la oferta nacional esté presente. El mensaje que las empresas españolas pueden extraer es que si se espera demasiado a estar presente en la red, por proteger a otros canales de venta, se corre el peligro de que otras empresas extranjeras ocupen su lugar y que cuando se quiera reaccionar puede ser demasiado tarde.



Fernando Pardo

• Ingeniero de Telecomunicación
• Socio Director de Pricewaterhouse-Coopers



Egatel

- Micro-Reemisores y Reemisores de 1 a 1000 W.
- Micro-Transmisores y Transmisores de 1 a 1000 W.
- Radioenlaces para televisión banda 2 y 11 GHz.
- Receptores Profesionales de TV-Sat.
- Amplificadores Broadcast bandas IV/ V.
- Amplificadores comunicaciones Microondas.
- Moduladores profesionales.
- Transmisores Digitales DVB-T.
- Reemisores Digitales DVB-T.
- Radioenlaces Digitales.



A la Vanguardia
de la Televisión Digital
en España