

España tiene más empresas vendiendo online que la UE, pero el ecommerce pesa menos en su facturación

Eurostat sitúa a España en el puesto 9 de la UE-27 por empresas con ventas ecommerce (28,6%), pero en el 16 por peso del ecommerce en la facturación (18,3%).

David Trotonda, TienRank | Valencia | Cierre: 3 de agosto de 2026

ECOMMERCE EMPRESARIAL

España vende online más que la UE pero convierte menos facturación

Empresas de 10 o más empleados. Eurostat 2025; ventas ecommerce referidas al último año natural.

EMPRESAS CON VENTAS ECOMMERCE

28,6%

UE-27: 23,6% (+5,0 pp)

Puesto 9 de 27 en la UE-27

FACTURACION POR ECOMMERCE

18,3%

UE-27: 19,5% (-1,2 pp)

Puesto 16 de 27

VENTA WEB AL EXTRANJERO

33,6%

UE-27: 44,0%

-10,4 pp

Lectura: la madurez no se mide solo por cuántas empresas aceptan pedidos online.
El cuello de botella español está en transformar esa presencia en volumen, escala y venta internacional.

Resumen ejecutivo

España no aparece rezagada en adopción empresarial del ecommerce. Según los datos Eurostat 2025, el 28,6% de las empresas españolas de 10 o más empleados realizó ventas por comercio electrónico, frente al 23,6% de la UE-27. En términos de presencia comercial digital, España está por encima de la media europea y se sitúa en la novena posición descriptiva entre los 27 Estados miembros.

La fotografía cambia cuando se mira el peso económico. Las ventas por comercio electrónico representan el 18,3% de la facturación empresarial española, por debajo del 19,5% de la UE-27. España baja al puesto 16 de 27 en la clasificación europea de intensidad de facturación ecommerce. La brecha no es de acceso al canal, sino de conversión de ese canal en volumen.

El análisis de TienRank identifica tres focos: tamaño de empresa, canal y alcance internacional. La empresa pequeña española vende online más que la media europea, pero obtiene menos peso de facturación; las empresas con ventas web dependen más de web propia y menos de marketplace; y la venta web al extranjero está por debajo de la media de la UE. El resultado no mide ventas minoristas al consumidor ni operaciones con tarjeta: mide empresas, facturación y canales declarados en la encuesta armonizada de TIC y comercio electrónico.

Hallazgos principales

- El 28,6% de las empresas españolas de 10 o más empleados tuvo ventas ecommerce, +5,0 pp por encima de la UE-27.
- El ecommerce aportó el 18,3% de la facturación empresarial española, -1,2 pp por debajo de la UE-27.
- España ocupa el puesto 9 de 27 en adopción empresarial ecommerce, pero el 16 de 27 en peso sobre facturación.
- La pequeña empresa española de 10 a 49 empleados supera a la UE en adopción (26,3% frente a 21,4%), pero factura menos por ecommerce (5,8% frente a 8,7%).
- Entre las empresas españolas con ventas web, el 92,0% vende por web o app propia, frente al 85,7% europeo; en marketplaces, España queda en 35,9% frente al 45,0%.
- Solo el 33,6% de las empresas españolas con ventas web vende al extranjero, -10,4 pp por debajo de la UE-27.
- En España, alojamiento (53,4%) y agencias de viaje y reservas (42,1%) muestran intensidades de facturación ecommerce mucho mayores que el comercio minorista (11,7%).

La adopción empresarial supera a la media, pero el volumen no acompaña

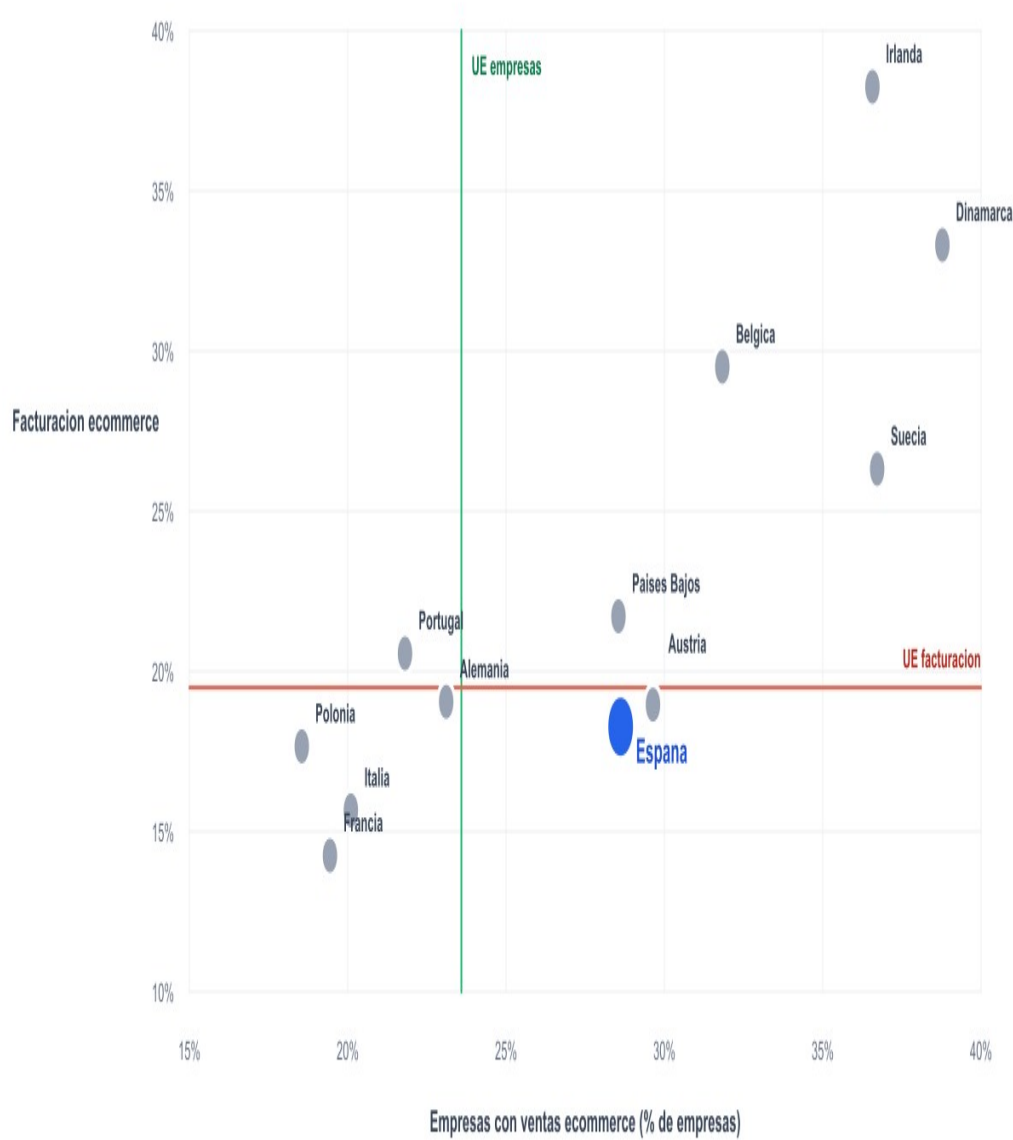
El contraste principal es claro: España supera a la UE-27 en porcentaje de empresas con ventas ecommerce, con 28,6% frente a 23,6%, pero queda por debajo en peso de facturación, con 18,3% frente a 19,5%. La distancia convierte un dato positivo de adopción en una pregunta económica: cuántas empresas venden algo online y cuántas han convertido ese canal en una parte material de su negocio.

La lectura de ranking refuerza el matiz. España ocupa el puesto 9 de la UE-27 en adopción empresarial ecommerce, pero el puesto 16 en facturación ecommerce sobre el total. El estudio no afirma que una posición cause la otra. Señala una asimetría descriptiva: hay más empresas dentro del canal que volumen relativo capturado por ese canal.

ADOPCION VS VOLUMEN

Más adopción no siempre implica más peso en facturación

Eje X: empresas con ventas ecommerce. Eje Y: facturación total que procede del ecommerce.



Fuente: Eurostat isoc_ec_esels e isoc_ec_evals, time=2025. Ranking descriptivo de países con dato disponible. Cálculos de TienRank.

La pequeña empresa española es el punto donde más se ve la tensión

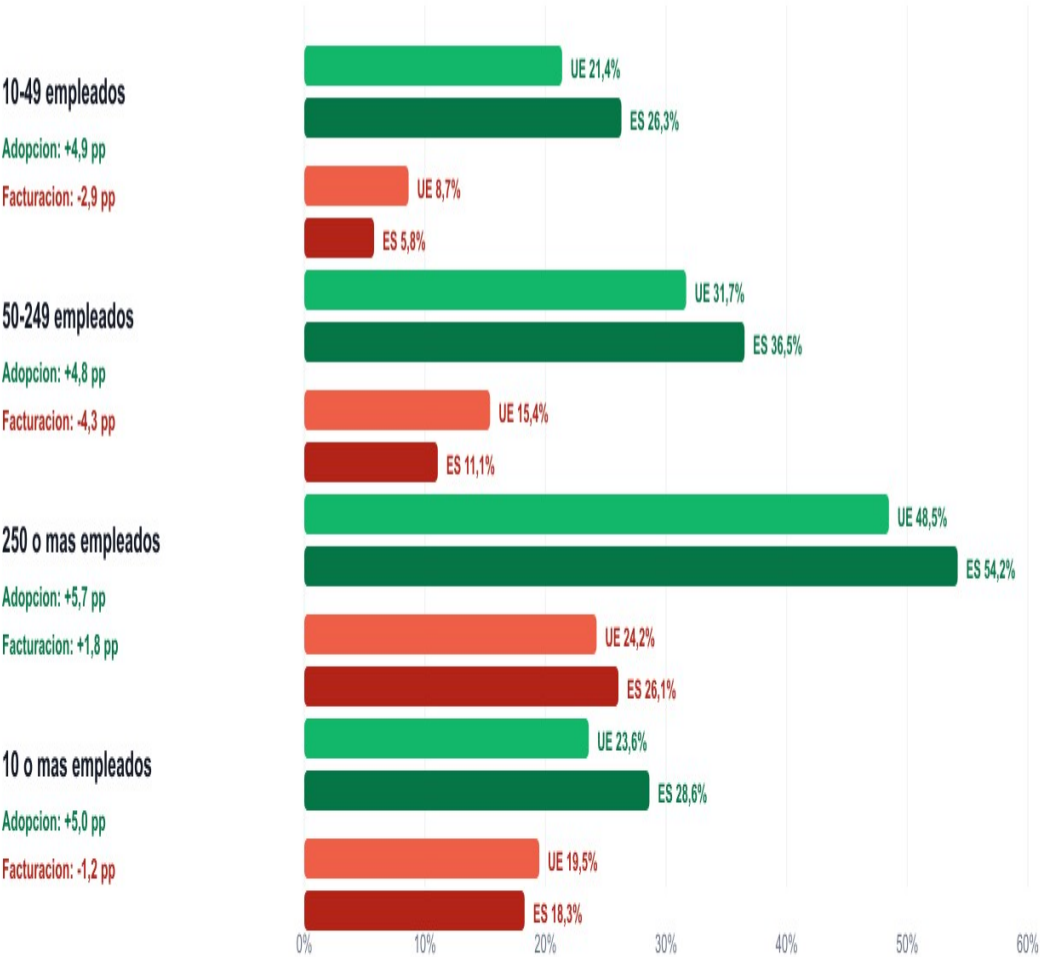
En las empresas de 10 a 49 empleados, España registra 26,3% de empresas con ventas ecommerce, frente al 21,4% europeo. Sin embargo, el peso de esas ventas en la facturación queda en 5,8%, frente al 8,7% de la UE-27. La brecha de facturación es de -2,9 pp.

En las empresas de 250 o más empleados ocurre lo contrario: España supera a la UE tanto en adopción (54,2% frente a 48,5%) como en peso de facturación (26,1% frente a 24,2%). La conclusión práctica es que no basta con hablar de empresas españolas en agregado: la intensidad del ecommerce cambia mucho según escala.

BRECHA PYME

La brecha cambia de signo según el tamaño de empresa

España supera a la UE en adopción en todos los tamaños, pero la pequeña empresa factura menos por ecommerce.



Fuente: Eurostat, isoc_ec_esels e isoc_ec_evals por clase de tamaño, time=2025. Cálculos de TienRank.

Web propia fuerte, marketplace menos extendido y menos venta web exterior

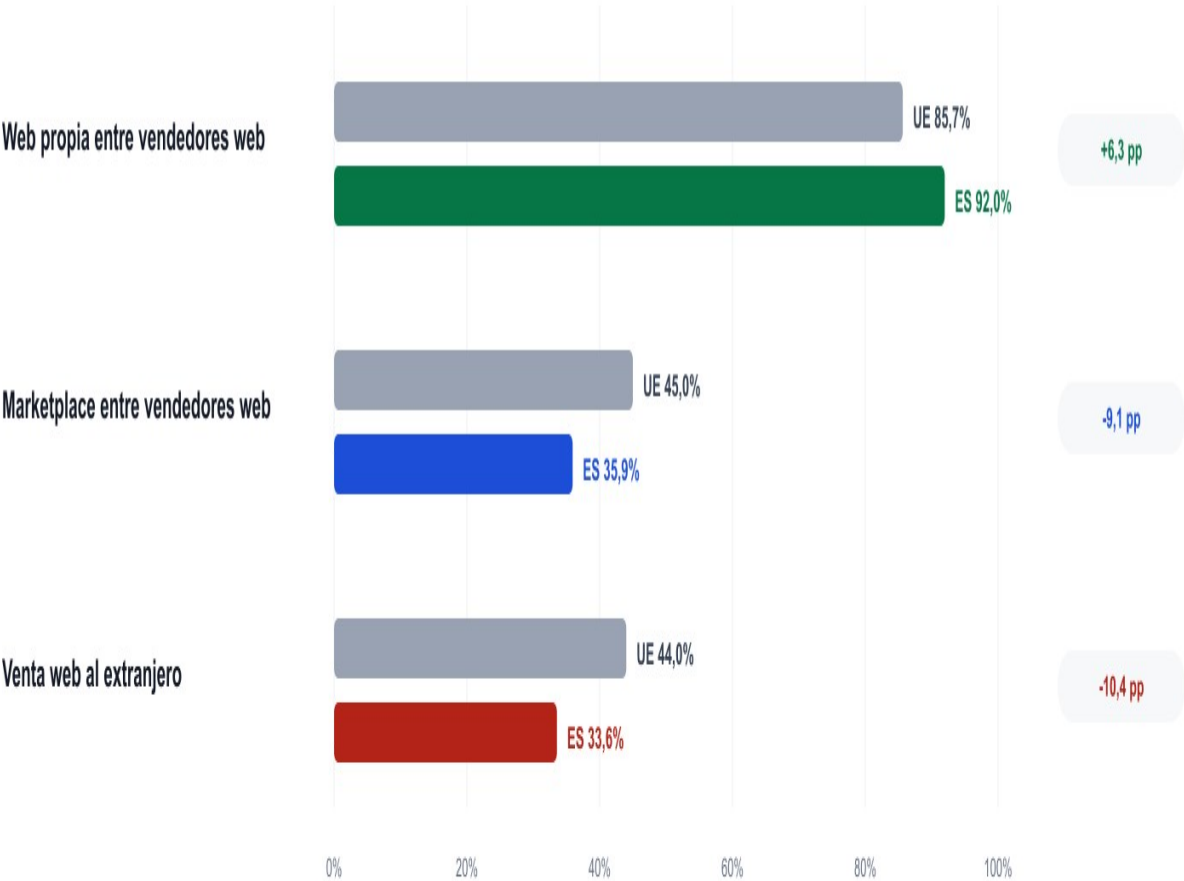
Entre las empresas españolas con ventas web, el 92,0% vende mediante web o app propia, por encima del 85,7% de la UE-27. El uso de marketplaces queda por debajo: 35,9% en España frente a 45,0% en la UE-27.

El dato internacional es más exigente. Solo el 33,6% de las empresas españolas con ventas web vende a clientes de otros países, frente al 44,0% de la UE-27. Austria alcanza el 60,9% en esta métrica y Países Bajos, el 47,7%. España no está muy lejos de la media en empresas que venden por web al extranjero sobre el total de empresas, pero sí queda más baja cuando el denominador son solo las empresas que ya venden por web.

WEB, MARKETPLACE Y UE

España se apoya más en web propia y menos en venta exterior

Porcentaje sobre empresas con ventas web. Las categorías pueden solaparse.



Facturación: web 8,5% del total en España frente a 8,4% en la UE; EDI 9,8% frente a 11,1%.

El ecommerce empresarial español no es solo retail

Cuando se analiza por actividad NACE, el comercio minorista español registra un peso ecommerce del 11,7% de su facturación. Es relevante para consumo, pero no es el máximo sectorial. Alojamiento alcanza el 53,4% y agencias de viaje y reservas, el 42,1%.

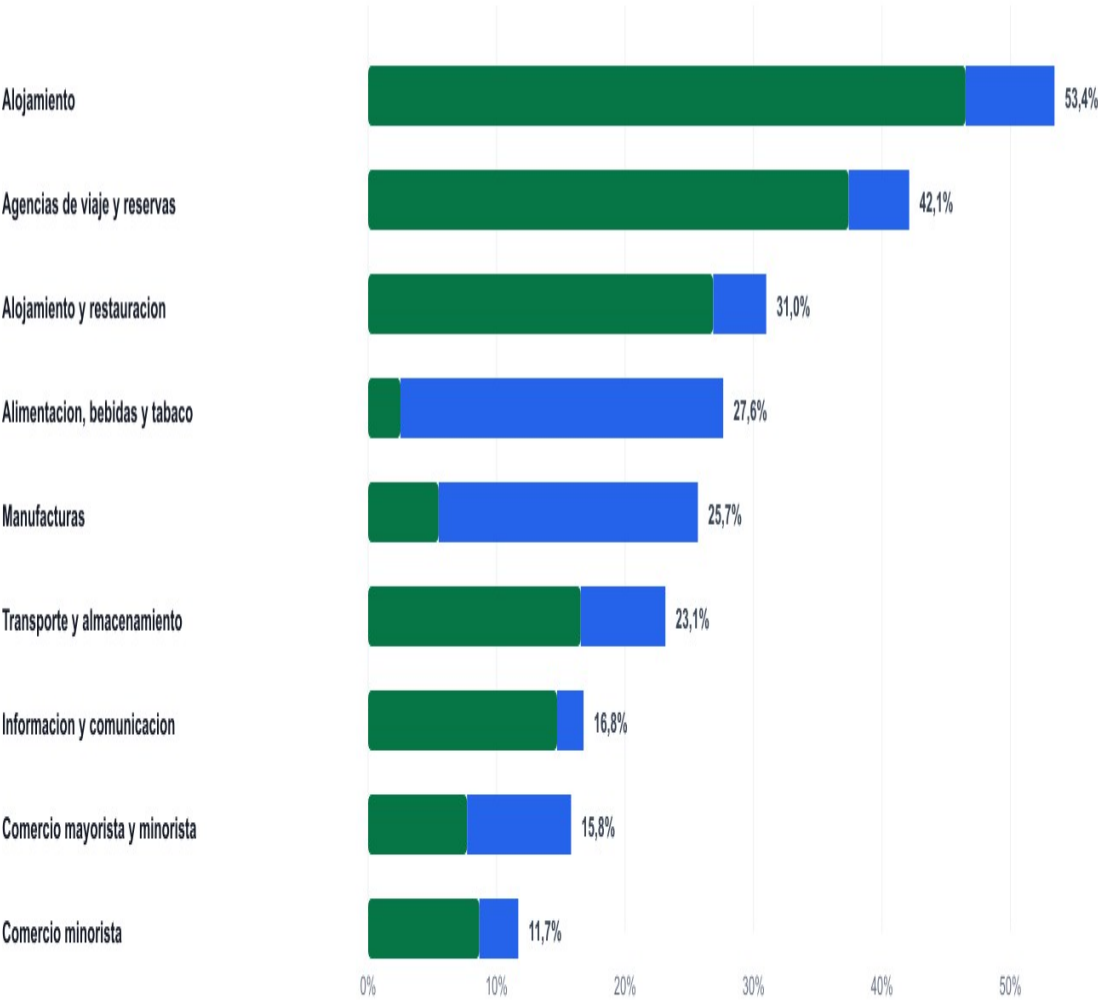
La composición por canal también cambia. En manufacturas, el ecommerce representa el 25,7% de la facturación, pero el 78,6% de esa facturación ecommerce procede de EDI. En comercio minorista, la web pesa más: el 74,1% de la facturación ecommerce del sector procede de web, app o marketplace. Por eso conviene separar ecommerce estadístico, venta web y experiencia B2C visible.

SECTORES

El ecommerce empresarial español no es solo retail

■ Web/app/marketplace
■ EDI

Peso de ventas ecommerce en la facturación sectorial; barra dividida entre web y EDI.



Fuente: Eurostat isoc_ec_evaln2, España, time=2025. Sectores NACE Rev. 2 seleccionados. Calculos de TienRank.

Las barreras transfronterizas no se pueden leer como causa única

Eurostat también pregunta por dificultades de venta web a otros países de la UE. En España, el 35,5% de las empresas que venden por web a otros países de la UE declara alguna dificultad entre costes de entrega o devolución, reclamaciones, etiquetado, idiomas, restricciones de socios o IVA. El coste de entrega y devolución aparece en el 22,3%.

La cifra española es inferior a la alemana en dificultades totales (55,2%), lo que impide usar las barreras declaradas como explicación causal simple de la menor venta exterior. El dato útil es operativo: vender fuera exige logística, fiscalidad, atención postventa e información de producto más robustas, pero el peso final depende también de escala, catálogo, marca, demanda y estructura sectorial.

Conclusión: el siguiente salto no es abrir tienda online, es hacerla pesar

El ecommerce empresarial español ya tiene una base amplia. La cuestión periodísticamente relevante no es si las empresas han entrado en el canal, sino por qué esa presencia pesa menos en la facturación que en otros mercados europeos y por qué la venta web internacional queda por debajo cuando se mira solo a quienes ya venden por web.

La lectura de TienRank es que la madurez ecommerce debe medirse con tres capas: adopción, intensidad económica y capacidad transfronteriza. Para empresas y asociaciones, el trabajo está en convertir escaparates digitales en ingresos recurrentes, reducir fricción logística y fiscal, profesionalizar datos de catálogo y medir mejor la diferencia entre venta web visible, marketplace, EDI y comercio internacional.

Tablas

Adopción y facturación ecommerce en países seleccionados

Países	Empresas ecommerce	Facturación ecommerce	Puesto adopción	Puesto facturación
UE-27	23,6%	19,5%	Referencia	Referencia
Esp	28,6%	18,3%	9/27	16/27

País	Empresas e-commerce	Facturación e-commerce	Puesto adopción	Puesto facturación
año				
Alemania	23,1%	19,1%	17/27	14/27
Francia	19,4%	14,3%	23/27	24/27
Italia	20,1%	15,7%	22/27	22/27
Portugal	21,8%	20,6%	18/27	11/27
Países Bajos	28,6%	21,7%	10/27	10/27
Irlanda	36,6%	38,3%	4/27	1/27

Empresas de 10 o más personas empleadas. Puestos descriptivos calculados por TienRank sobre países con dato disponible.

España frente a la UE-27 por tamaño de empresa

Tamaño	Adopción España	Adopción UE-27	Facturación España	Facturación UE-27
10-49	26,3%	21,4%	5,8%	8,7%
50-249	36,5%	31,7%	11,1%	15,4%
250 o más	54,2%	48,5%	26,1%	24,2%

Tamaño	Adopción España	Adopción UE-27	Facturación España	Facturación UE-27
más				
s				
Tot				
al	28,6%	23,6%	18,3%	19,5%
>=				
10				

La facturación ecommerce se expresa como porcentaje de la facturación total de cada grupo de empresas.

Canales web entre empresas que ya venden por web

Indicador	España	UE-27	Diferencia
Venta por web/app propia	29,0%	22,7%	+6,3 pp
Venta por marketplace	35,9%	45,0%	-9,1 pp
Venta web al extranjero	33,6%	44,0%	-10,4 pp

Porcentaje sobre empresas con ventas web. Las opciones pueden solaparse.

Sectores españoles seleccionados

Sector	Facturación ecommerce	Web sobre ecommerce	EDI sobre ecommerce
Alojamiento	53,4%	87,0%	12,9%
Agencias de viaje y reservas	42,1%	88,8%	11,2%
Manufacturas	25,7%	21,4%	78,6%
Comercio minorista	11,7%	74,1%	25,9%

NACE Rev. 2. Porcentaje de facturación sectorial y reparto de esa facturación ecommerce.

Material para medios

España no tiene un problema de entrada al ecommerce empresarial: tiene un reto de intensidad. Muchas empresas ya aceptan pedidos online, pero el salto relevante es convertir ese canal en facturación recurrente, internacional y medible sin confundir web, marketplace y EDI.

David Trotonda, CEO de TienRank. Propuesta editorial pendiente de aprobación. No debe enviarse ni reproducirse como declaración literal hasta que David Trotonda apruebe exactamente este texto.

Ángulos editoriales

- Pymes: por qué la pequeña empresa española vende online más que la media europea, pero convierte menos facturación.
- Internacionalización: la distancia de 10,5 puntos entre España y la UE en venta web exterior entre empresas que ya venden por web.
- Canales: web propia fuerte, marketplace menos extendido y EDI todavía decisivo en manufacturas.
- Turismo y reservas: alojamiento y agencias de viaje muestran intensidades ecommerce muy superiores al retail.
- Política digital: medir madurez ecommerce exige separar adopción, facturación y alcance internacional.

Sobre TienRank

TienRank es una plataforma de investigación y descubrimiento de tiendas online desarrollada en Valencia. El equipo combina experiencia en desarrollo de software, estrategia y crecimiento de ecommerce. David Trotonda, CEO de TienRank, está disponible para entrevistas sobre los resultados, su impacto para las tiendas y las mejoras de experiencia que sugieren los datos.

Contacto de prensa

info@tienrank.com

Metodología

- Fecha de cierre del análisis: 3 de agosto de 2026.
- Fuente principal de cálculo: Eurostat Digital Economy and Society, datasets isoc_ec_esels, isoc_ec_evals, isoc_ec_eseln2, isoc_ec_evaln2 e isoc_ec_wsobs, descargados por API el 3 de agosto de 2026.
- Universo Eurostat: empresas con 10 o más personas empleadas, actividades C10-S951_X_K, es decir, todas las actividades salvo agricultura, silvicultura y pesca, minería y canteras, y sector financiero, salvo cuando se indica un sector NACE concreto.
- El campo time=2025 de Eurostat corresponde a la encuesta TIC de empresas 2025; las variables de comercio electrónico se refieren al último año natural. En la nota nacional del INE, esa referencia se publica como año 2024 y primer trimestre de 2025.
- Las posiciones de España se calculan ordenando los 27 Estados miembros con dato disponible en cada indicador. Si un país no tiene dato en una variable, el denominador del ranking se reduce y se informa.
- Las cuotas sobre empresas con ventas web usan la unidad Eurostat PC_ENT_AWSELL; no son porcentajes sobre todas las empresas.
- Las cuotas de facturación por web, EDI, web propia, marketplace y destino se expresan como porcentaje de la facturación total empresarial, salvo cuando la tabla indica porcentaje sobre facturación ecommerce o sobre ventas web.
- La definición OCDE 2025 se usa para separar el pedido realizado por redes digitales del pago y la entrega, y para no confundir ecommerce estadístico con pago online, retail B2C o tráfico web.

Limitaciones

- La investigación es descriptiva y no establece causalidad entre tamaño de empresa, canal, venta exterior y peso de facturación.

- Eurostat e INE miden empresas y facturación declarada; no miden pedidos individuales, visitas web, conversión de tiendas, ventas con tarjeta ni cuota de marketplaces concretos.
- Las ventas EDI forman parte del ecommerce estadístico aunque no equivalen a una experiencia web de compra para consumidores.
- Algunos indicadores transfronterizos u obstáculos no están disponibles para todos los países; los rankings y comparaciones se calculan solo con países con dato.
- Los sectores NACE tienen tamaños económicos distintos; un porcentaje sectorial alto no implica mayor volumen absoluto que otro sector.
- La comparabilidad entre países depende de la encuesta armonizada, pero puede verse afectada por estructura sectorial, tamaño empresarial y composición de ventas.
- La nota del INE aporta contraste nacional y metodología, pero las comparaciones europeas de esta investigación se calculan sobre la API de Eurostat para conservar un marco común.

Fuentes principales

- Eurostat Digital Economy and Society, isoc_ec_esels: empresas con ventas ecommerce por tamaño.
- Eurostat Digital Economy and Society, isoc_ec_evals: valor de ventas ecommerce por tamaño.
- Eurostat Digital Economy and Society, isoc_ec_eseln2/isoc_ec_evaln2: empresas y facturación ecommerce por actividad NACE.
- Eurostat Digital Economy and Society, isoc_ec_wsobs: obstáculos para venta web a otros países de la UE.
- INE, Encuesta sobre el uso de TIC y del comercio electrónico en las empresas. Año 2024 - Primer trimestre 2025.
- OCDE, The 2025 OECD Definition of E-Commerce and Guidelines for Interpretation.

Cómo citar

TienRank (2026). España tiene más empresas vendiendo online que la UE, pero el ecommerce pesa menos en su facturación. Análisis de TienRank a partir de Eurostat, INE y OCDE.