

Las fuentes estadísticas de información sobre comercio electrónico en España

Inés Ramírez Nicolás y Victoria Vera González
ICEX España Exportación e Inversiones

LAS PRINCIPALES FUENTES EN ESPAÑA

La fuente primaria más importante para la elaboración de este informe es la información que el propio Instituto Nacional de Estadística (INE) facilita través de su Encuesta Anual sobre el uso de Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones y Comercio Electrónico en las Empresas (ETICCE) y la Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los Hogares (TIC-H).

A través de la encuesta ETICCE, el INE proporciona los principales indicadores que permiten conocer en detalle la situación del comercio electrónico en España y su evolución a lo largo del tiempo: qué porcentaje de empresas españolas venden y compran a través de comercio electrónico, ya sea por Internet o a través de redes privadas como EDI (Electronic Data Interchange) y similares; cuál es el volumen que el comercio electrónico representa respecto a las ventas/compras totales; cuál es la distribución del comercio electrónico según los socios comerciales, es decir, si se trata de comercio entre empresas (B2B), va destinado a consumidor final (B2C) o tiene lugar con la administración pública (B2G); la distribución por sectores de actividad y tamaño de la empresa, etc.

Por su parte la TIC-H es una gran fuente de información para analizar las tendencias de los consumidores online, ya que permite saber el grado de penetración del comercio electrónico entre los particulares, los principales motivos para su utilización, los servicios más utilizados y desgranar todos estos resultados por características demográficas, como el sexo o la edad, para establecer pautas de su utilización por segmentos.

Las encuestas, realizadas a 28.674 empresas de todos los sectores económicos y a 20.240 viviendas, recogen además información sobre la

Para tener una idea clara y completa de lo que el comercio electrónico supone para la economía española y cómo evoluciona por sectores económicos, disponemos en España de diversas fuentes de información, tanto primarias como secundarias.

Esas fuentes son la base para el Informe Anual sobre el Comercio Electrónico en España¹ que elabora el equipo del ICEX, dedicado a la promoción del uso de mercados electrónicos para la internacionalización por parte de las PYMES españolas a través del programa eMarket Services y que queremos compartir con los lectores de este artículo.

penetración de las TICs y el uso de Internet, lo que posibilita analizar en perspectiva la evolución del comercio electrónico en función de otros factores.

Por otra parte, ambas encuestas permiten comparar y situar el desarrollo del comercio electrónico en España con respecto al resto de países europeos, dado que se trata de un modelo de cuestionario estándar diseñado por Eurostat que se viene realizando en todos los países europeos desde el año 2002.

Otra importante fuente primaria, complementaria a la anterior, la constituyen los informes trimestrales y anuales de la **Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT)** sobre el comercio electrónico a través de entidades de medios de pago y más específicamente a través de tarjetas bancarias.

Estos informes, disponibles desde el primer trimestre de 2001, recogen la información suministrada por las entidades de medios de pago españolas adscritas a Sermepa-Servired, Sistema 4B y la Confederación Española de Cajas de Ahorro (CECA-Sistema Euro 6000), que proporcionan trimestralmente los datos relativos a las transacciones económicas en operaciones de comercio electrónico que tengan España como punto de origen y/o destino y cuyo pago ha sido realizado a través de tarjetas bancarias de estas entidades y a través de terminales de punto de venta virtuales.

¹ El último disponible es "El comercio electrónico en España 2012".

El informe, por tanto, se centra en comercio electrónico B2C, pues excluye las operaciones realizadas a través de EDI y otras redes privadas y aquellas transacciones cuyo pago se haya satisfecho mediante transferencia bancaria, contra reembolso u otro medio de pago distinto a la tarjeta bancaria. Por otra parte, aunque las operaciones registradas pueden ser efectuadas tanto por empresas como particulares, este registro recoge fundamentalmente las realizadas por individuos.

La información que proporciona la CMT es de alto valor para analizar con detalle la evolución del comercio electrónico B2C por ramas de actividad económica

A pesar de estar supeditada a un ámbito más restringido, la información que proporciona la CMT es de alto valor para analizar con detalle la evolución del comercio electrónico B2C por ramas de actividad económica (CNAE), y origen/destino geográfico de las transacciones, a partir de sus datos sobre facturación y número de transacciones e indicadores de evolución intertrimestral e interanual.

El Observatorio Nacional de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTSI) aporta también sus propias cifras sobre B2C a partir del Panel de Hogares Red.es-CMT (referidos a 3.164 hogares y 6.116 individuos de 15 y más años). Los resultados de este panel, junto con el análisis de otras fuentes de información se recogen en diferentes informes, entre ellos su informe anual sobre "La sociedad en Red". El ONTSI mantiene además una colección actualizada de los principales indicadores relacionados con la Sociedad de la Información.

La Asociación de Empresas de Electrónica, Tecnologías de la Información, Comunicaciones y Contenidos Digitales (AMETIC), en colaboración con Everis, publica anualmente el informe "Las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en la empresa española", que en 2011 vio su undécima edición y cuyas conclusiones sobre la penetración e implantación de las TICs en las empresas proceden de la encuesta realizada a 3.720 directivos y responsables de informática de empresas inscritas en el Registro Mercantil, con al menos un empleado, de todo el ámbito nacional, excepto Ceuta y Melilla, y de todos los sectores económicos (CNAE).

En el capítulo de comercio electrónico, recoge una valiosa información adicional sobre aspectos no contemplados en otras encuestas, como es el uso de mercados electrónicos y centrales de compra online, tipo de productos y servicios que compran y venden, medios de pago utilizados/aceptados, uso de terminales móviles, o tipo de clientes a los que venden por Internet.

La información se segmenta por tamaño de empresa, comunidad autónoma y agrupación sectorial (los sectores CNAE se han agrupado en



10: Industria básica, minería y energía; Industria y comercio metalmecánico; Construcción; Comercio y hoteles; Transporte y Comunicaciones; Servicios financieros y seguros; Informática e I+D; Servicios empresariales y Otros servicios).

Otra fuente complementaria es el informe “ePyme 2011” de Fundetec, elaborado a través de 2.171 encuestas a empresas de diversos sectores con la colaboración de la Dirección General de Industria y de la PYME del Ministerio de Industria, Energía y Turismo, con la finalidad de conocer la implantación de soluciones TIC en los diferentes sectores. Entre los datos extraídos de su cuestionario se cuenta con información específica sobre compras y ventas online realizadas, así como un análisis de las principales razones para no utilizar el comercio electrónico entre las empresas de cada sector. También aporta otros datos interesantes como el uso de las TIC en movilidad, la utilización de las redes sociales en los procesos de negocio o trámites online realizados con la Administración Pública, junto a un análisis DAFO de fortalezas y debilidades de cada uno de los sectores analizados.

La **Fundación Telefónica** también lleva doce años elaborando anualmente su informe “La Sociedad de la Información en España”, que resulta de gran utilidad al analizar tendencias en la utilización de las TIC. De cara a datos sobre eCommerce resulta interesante porque refleja los cambios en los hábitos de compra, por ejemplo a través de análisis de comportamientos de compra multicanal.

Otra fuente adicional es el informe “eEspaña 2012” realizado por la **Fundación Orange**, que mide el desarrollo de la Sociedad de la Información en España, y recoge, además de interesantes elaboraciones y comparativas a partir de fuentes primarias, algunos datos por sectores especialmente detallados en el campo de la producción de contenidos digitales (editorial, videojuegos, música, audiovisual, etc.) o sobre hábitos de consumo.

OPORTUNIDADES DE MEJORA

Siendo verdaderamente útil en su conjunto, sin embargo observamos ciertas deficiencias de información en este panorama estadístico que sería útil solventar:

- La falta de un desglose más detallado por sectores en INE, ya que agrupa en un solo epígrafe actividades económicas muy distintas (Ej: Productos informáticos, electrónico y ópticos, material y equipo eléctrico, maquinaria y equipo mecánico, vehículos a motor, material de transporte, muebles, industria manufacturera, reparación, maquinaria y equipo (CNAE 26-33)) y la posibilidad de obtener más datos segmentados sectorialmente.
- Más datos sobre compras realizadas desde dispositivos móviles (mCommerce).
- Información cualitativa sobre hábitos de consumidores antes o después de la compra.
- Información más detallada sobre los medios de pago utilizados en las transacciones.
- Comercio Exterior a través de ecommerce y posibilidad de cribar sectorialmente. El INE recoge información sobre la distribución geográfica sólo de las compras, distinguiendo España, países UE y resto del mundo, pero no de las ventas. Solo los conocemos parcialmente a través de los datos de la CMT, que no contemplan la mayor parte del comercio electrónico entre empresas.

Sería útil solventar el retraso en la disponibilidad de los datos y la falta de un desglose más detallado por sectores, entre otras cuestiones

Para saber más...

- Instituto Nacional de Estadística (INE) (www.ines.es)
- Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT) (www.cmt.es)
- Observatorio Nacional de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTSI) (www.ontsi.red.es)
- Asociación de Empresas de Electrónica, Tecnologías de la Información, Comunicaciones y Contenidos Digitales (AMETIC) (www.ametic.es)
- Fundetec (www.fundetec.es)
- Fundación Telefónica (www.fundacion.telefonica.com)
- Fundación Orange (www.fundacionorange.es)