

NOTA METODOLÓGICA AL INFORME SOBRE COMERCIO ELECTRÓNICO EN ESPAÑA A TRAVÉS DE ENTIDADES DE MEDIOS DE PAGO¹

(Revisión: Marzo 2007)

El vigésimo sexto Informe sobre el comercio electrónico en España a través de entidades de medios de pago, elaborado con periodicidad trimestral por la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT), abarca el periodo comprendido entre el primer trimestre de 2001 y el primer trimestre de 2007, si bien se centra específicamente en este último. Al igual que los anteriores, tiene por objeto cuantificar los volúmenes y la evolución real del comercio electrónico en España a partir de los datos sobre las transacciones electrónicas que se realizan a través de las entidades de medios de pago, más en concreto mediante tarjetas bancarias.

Para ello se utiliza la información suministrada por las entidades de medios de pago españolas, en virtud del convenio firmado entre la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones y las organizaciones de medios de pago: Sermepa-Servired, Sistema 4B y la Confederación Española de Cajas de Ahorro (CECA-Sistema Euro 6000), por el que dichas entidades acordaron en junio de 2000 proveer a la CMT de forma voluntaria, con periodicidad trimestral, los datos relativos a las transacciones económicas en operaciones de comercio electrónico que tengan España como punto de origen y/o destino.

1 Definición utilizada de comercio electrónico

En general, por comercio electrónico se entiende toda compra realizada a través de Internet, cualquiera que sea el medio de pago utilizado. La característica básica del comercio electrónico se basa, pues, en la orden de compraventa, la cual tiene que realizarse través de algún medio electrónico, con independencia del mecanismo de pago efectivo. En cualquier caso, las distintas instituciones estadísticas utilizan definiciones que pueden variar entre sí, y en especial se encuentran divergencias en lo que cada una de ellas entiende por medio electrónico

Así, U.S. Census Bureau define el comercio electrónico como aquel que *mide el valor de los bienes y servicios vendidos online a través de redes públicas como Internet, o redes privadas basadas en sistemas tales como el de Intercambio Electrónico de Datos (EDI). Las ventas de comercio electrónico son ventas de bienes y servicios para las cuales la orden de compra o la negociación del precio y condiciones de la venta tienen lugar a través de Internet, de una extranet como la red EDI, u otro sistema online. El pago podrá o no hacerse efectivo online.*²

Alternativamente Statistics Canada (StatCan) da una definición según la cual *por comercio electrónico se entiende aquel comercio desarrollado a través de Internet. Esto es, transacciones llevadas a cabo sobre un canal computerizado, consistentes en la transmisión de la propiedad o uso de activos tangibles o intangibles.*³

De esta definición quedan, pues, excluidas las ventas realizadas a través de EDI por redes dedicadas, cajeros automáticos, así como las transacciones financieras vía Internet (si bien las comisiones bancarias derivadas de dichas operaciones estarían incluidas)

¹ http://www.cmt.es/cmt/centro_info/publicaciones/index.htm

² <http://www.census.gov/eos/www/about.html>

³ <http://www.statcan.ca/english/research/88F0006XIE/88F0006XIB2000004.pdf>

Finalmente, tanto Eurostat⁴ como la OCDE⁵ utilizan una definición de comercio electrónico basada en el criterio por el cual la orden de compra/venta que se efectúa debe ser electrónica para que la transacción sea considerada comercio electrónico.⁶

Como puede observarse, bajo estas definiciones no importa el medio de pago efectivo de la transacción, sino el sistema utilizado para efectuar la orden de compra.

Así pues, puede definirse comercio electrónico como toda transacción realizada electrónicamente a través de Internet, excluidas las realizadas en cajeros automáticos, EDI, terminales de telefonía móvil, con independencia del medio de pago utilizado, y del mecanismo de intercambio utilizado (adhesión, subasta, negociación entre las partes, etc.)

No obstante, dado que la fuente de datos de que dispone son las entidades de medios de pago con las que ha firmado el correspondiente Convenio (Sermepa, 4B, Euro 6000), esta Comisión valora los volúmenes de negocio y de transacciones de comercio electrónico a partir del número e importe de las operaciones realizadas a través de las entidades firmantes del convenio a lo largo del periodo (trimestre). Éstas agrupan a la práctica totalidad de los medios de pago de tarjetas bancarias que operan en España.

El registro de operaciones de comercio electrónico manejado es un censo de la totalidad de las transacciones comerciales electrónicas, cuyo pago ha sido realizado a través de tarjetas bancarias de pago adscritas a las mencionadas entidades de medios de pago colaboradoras y a través de terminales de punto de venta virtuales.

En concreto, se analizan las transacciones comerciales entre sitios web de comercio electrónico españoles que tengan instalado un terminal de punto de venta virtual (TPV virtual) y personas físicas o jurídicas que utilizan como medio de pago tarjetas bancarias de pago emitidas por entidades españolas, y transacciones de no residentes que realizan operaciones en sitios web españoles con un terminal punto de venta virtual español.

Por TPV virtual se entiende cualquier herramienta software que realiza el envío de las peticiones de pago con tarjeta a las entidades financieras e identifica expresamente que la transacción es de comercio electrónico (generada desde Internet).

Es necesario puntualizar que en las cifras del Informe no se recogen aquellas operaciones de comercio electrónico cuyo pago se haya satisfecho mediante transferencia bancaria, contra reembolso u otro medio de pago. Aunque efectivamente otras formas de pago son utilizadas en las transacciones de comercio electrónico, el pago a través de tarjetas bancarias de pago es el medio que más se acerca a la esencia del comercio electrónico. Quiere decir que, si bien el Informe no cubre la totalidad del volumen de comercio electrónico, al no disponer de los datos relativos a las transacciones comerciales a través de Internet abonadas a través de medios de pago distintos a tarjetas bancarias, sí abarca una parte relevante del comercio electrónico con origen o destino en España.

De los datos estadísticos manejados en la última oleada de la “Encuesta a hogares sobre consumo, uso y valoración de servicios de telecomunicaciones” (2003), elaborada por la CMT en colaboración con INECO-Iberphone, se extrae que los pagos de productos o servicios contratados por los usuarios españoles a través de Internet se realizan en un 71% mediante tarjetas bancarias de pago, y que el 28% de los pagos se realiza “contra reembolso” o mediante otras fórmulas de pago como la transferencia bancaria.

⁴ <http://europa.eu.int/comm/eurostat>

⁵ http://www.oecd.org/topic/0,2686,en_2649_37441_1_1_1_1_37441,00.html

⁶ <http://www.statistics.gov.uk/pdfdir/ecom1203.pdf>

Por otra parte, los pagos realizados en operaciones de España con el exterior y del exterior en España son más difíciles de efectuar a través de transferencia bancaria o contra reembolso, por lo que la importancia de los medios de pago analizados en este estudio en buena lógica debería ser cuantitativamente mayor.

Por lo tanto, en virtud de las cifras manejadas en este estudio puede afirmarse que los datos presentados no constituyen un registro completo de operaciones de comercio electrónico realizadas a nivel minorista, pero sí representan buena parte del total y sirven como muestra representativa para detectar tendencias y cambios importantes en las distintas clasificaciones.

Las operaciones de comercio electrónico se desglosan en base a los siguientes criterios: facturación total; número de transacciones; origen/destino geográfico; y rama de actividad económica afectada por la transacción (para esta clasificación se utiliza la CNAE: Clasificación Nacional de Actividades Económicas).

Del mismo modo, se incluyen otros indicadores vinculados a los anteriores: la variación intertrimestral (variación entre un trimestre y el inmediatamente anterior) y la variación interanual trimestral (entendida como la variación porcentual entre el valor del trimestre y la cifra obtenida para el trimestre equivalente del año anterior).

Finalmente, aunque las operaciones registradas pueden ser efectuadas tanto por personas individuales como por empresas, básicamente nuestro registro es de operaciones hechas por individuos.

2 Segmentación geográfica según origen y destino de las transacciones

En el Informe se analiza el número de operaciones de comercio electrónico y el volumen de negocio que genera desde el punto de vista del origen y destino geográfico de la transacción. Así, como en los anteriores estudios, los datos se agrupan en los siguientes tipos de transacciones comerciales:

- **Transacciones comerciales de España con el exterior:** son operaciones de compra efectuadas con alguno de los medios de pago de clientes de los firmantes del convenio (España), en sitios web de comercio electrónico que utilizan un terminal punto de venta virtual de otro país.
- **Transacciones comerciales del exterior con España:** son operaciones de compras realizadas desde el extranjero utilizando medios de pago en sitios web de comercio electrónico que emplean terminales de punto de venta virtuales de medios de pago firmantes del convenio (España).
- **Transacciones dentro de España:** son operaciones de compra realizadas con medios de pago de clientes de los firmantes del convenio (España) en sitios web de comercio electrónico que utilizan un terminal punto de venta virtual de medios de pago firmantes del convenio (España).

Asimismo, desde el tercer trimestre de 2006, se incluye todos los países miembros de la UE-27 bajo el área de la Unión Europea, mientras que estos nuevos países de la UE-27 dejan de pertenecer al área de C.E.M.E.A. (países de Europa Central, Oriente Medio y África).

3 Segmentación según el sector de actividad de la transacción

Los datos suministrados por las entidades de medios de pago están identificados por un código de actividad o bien por un código específico asignado a determinadas empresas individuales. A

partir de dichos datos, la CMT ha realizado una nueva labor de clasificación y homogenización de los bienes y servicios.

En la CNAE se agrupan todas las actividades económicas en categorías asociadas a códigos que tienen de 2 a 5 dígitos. El primero de los dígitos corresponde a la rama de actividad; así, los dígitos 0 a 4 corresponden a la fase de producción o fabricación de bienes en la economía nacional y los dígitos 5 a 7 corresponden a la fase de comercialización y distribución de bienes y servicios.

Las grandes ramas de actividad recogidas en la CNAE (1993) son:

- 0.- Agricultura, ganadería, caza y pesca
- 1.- Extracción y procesamiento de minerales y productos derivados; industria química; industria manufacturera; fabricación textil, confección; cuero y calzado
- 2.- Industria de la madera y corcho; industria del papel, edición, artes gráficas, reproducción de soportes grabados; refinado de petróleo y tratamiento de combustibles nucleares; industria química; transformación caucho y materias plásticas; otros productos minerales no metálicos; metalurgia y fabricación de productos metálicos; construcción de maquinaria y equipo mecánico;
- 3.- Industria de material y equipo eléctrico y óptico; fabricación de material de transporte;
- 4.- Producción y distribución de energía eléctrica, gas y agua; construcción
- 5.- Comercio minorista, hoteles, restaurantes; reparaciones
- 6.- Transportes, almacenamiento y comunicaciones; intermediación financiera y seguros
- 7.- Actividades inmobiliarias y de alquiler; servicios empresariales
- 8.- Educación; actividades sanitarias y veterinarias; servicio social
- 9.- Otras actividades sociales; servicios personales

En principio, el comercio electrónico está compuesto mayoritariamente del comercio minorista de bienes y servicios, que se corresponde básicamente con los dígitos 5 a 7 de la CNAE. En cualquier caso, ha de aclararse que la fuente de datos no permite distinguir, en ocasiones, claramente una compra realizada directamente al fabricante, de una compra hecha al distribuidor (comercio minorista). Por ello, si bien el volumen de intercambios no identificables en cuanto a su origen de venta (fabricante o distribuidor) es reducido en proporción al total, en caso de duda se ha decidido agrupar el intercambio a nivel minorista (en las categorías 5 a 7 de la CNAE) antes que en la fase de producción.

Por ejemplo, bajo el código 5243 “Calzado y marroquinería” se englobarían sin distinción tanto las ventas de zapatos a través de la página web del propio fabricante, como las ventas del mismo modelo realizadas a través de Internet en zapaterías virtuales.

Es más, dado que la mayor parte de este tipo de comercio es de tipo minorista, es en esta categoría donde el Informe ofrece un mayor grado de desagregación considerando coherente incluso utilizar para algunos bienes y servicios la CNPA-96 (Clasificación Nacional de Productos por Actividades).⁷

La CNPA (al igual que la CNAE) se corresponde con la clasificación Estadística de Productos por Actividades (CPA2002)⁸ común en la UE y realizada por Eurostat (Reglamento de la UE,

⁷ <http://www.ine.es/clasifi/cnpa.pdf>

⁸ <http://europa.eu.int/comm/eurostat/ramon>

204/2002). La CNPA-96 utiliza los 4 primeros niveles de CNAE 93 (coincidiendo en ambas clasificaciones hasta ese nivel), y a partir del quinto código ambas difieren.

De este modo, se obtiene un mayor detalle gracias a la CNPA a 6 dígitos únicamente para tres categorías: *Teléfonos públicos* (642010), *Tarjetas telefónicas* (642013) y *Suscripción a canales de TV* (642027).

La necesidad de acudir a la CNPA se debe a que existe un conjunto de transacciones que anteriormente aparecían ocultas en categorías más agregadas y que, dada su importancia relativa sobre el total, es necesario representar en detalle. Con ello se logra cumplir el objetivo de revelar de un modo dinámico cuáles son los bienes y servicios que tienen mayor éxito en el comercio electrónico.

Además, hay dos categorías introducidas en la nueva clasificación por ramas de actividad que merecen una aclaración. Por un lado, aquellos grupos de actividad que, a pesar de estar identificados mediante la clasificación CNAE, generan unos volúmenes muy pequeños respecto al volumen total comercializado (en todo caso menos del 0,5%) se han subsumido bajo el epígrafe “Resto”. Por otro, hay comercio electrónico a nivel minorista del que no ha sido posible conocer la naturaleza del producto o servicio intercambiado, por lo que se ha decidido agruparlo bajo el epígrafe “Ventas genéricas por Internet”, con el código genérico 5261, el cual, como se mencionó anteriormente, es el que en realidad correspondería a todos los intercambios analizados en el Informe. Dicha categoría, denominada en anteriores informes: “Ventas por Internet” o “Comercio electrónico no clasificado”, ha ido reduciendo su peso progresivamente, no superando el 2% del total.