

Informe e-commerce

Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones

Nota metodológica

Tercer trimestre 2012

CMT

Dirección de Estudios, Estadísticas
y Recursos Documentales

El cuadragésimo sexto Informe sobre el Comercio Electrónico en España a través de entidades de medios de pago, elaborado trimestralmente por la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT), abarca el período comprendido entre el primer trimestre de 2001 y el tercer trimestre de 2012, 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, 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 CMT y estas organizaciones, en concreto: 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 reside en la orden de compraventa, la cual tiene que realizarse a 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.¹

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.²

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).

Finalmente, tanto Eurostat³ como la OCDE⁴ utilizan una definición de comercio electrónico basada en el criterio por el cual la orden de compraventa que se efectúa debe ser electrónica para que la transacción sea considerada comercio electrónico.⁵

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.

¹ <http://www.census.gov/>

² <http://www.statcan.gc.ca/pub/88f0006x/2009005/part-partie1-eng.htm>

³ http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_PUBLIC/4-19012010-BP/EN/4-19012010-BP-EN.PDF

⁴ http://www.oecd.org/topic/0,2686,en_2649_37441_1_1_1_1_37441,00.html

⁵ <http://www.statistics.gov.uk/hub/index.html>

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 se dispone son las entidades de medios de pago con las que se 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 así como 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, de modo expreso, 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 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 y/o destino en España.

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).

Por último, aunque las operaciones registradas pueden ser efectuadas tanto por personas individuales como por empresas, nuestro registro recoge fundamentalmente las 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. Hasta el primer trimestre de 2010, la CMT establecía una correspondencia entre estos códigos y la Clasificación Nacional de Actividades Económicas de 1993 (CNAE-1993) ó la Clasificación Estadística de Productos por Actividades de 2002 (CPA-2002).

Desde el segundo trimestre de 2010, el informe de Comercio Electrónico se ha actualizado según los códigos de actividades y productos que incluyen la CNAE-2009 y la CPA-2008. La CMT ha recogido de esta manera las actividades económicas emergentes que no figuraban en los anteriores informes así como ha revisado las antiguas categorías y adaptado a la nueva clasificación de actividades económicas.

La nueva CNAE-2009 supone la adaptación española a la nueva clasificación de actividades económicas de Eurostat (NACE Rev.2)⁶. La CNAE-2009 ha armonizado la clasificación a nivel internacional, de forma que se salvaguarda la comparabilidad de la información estadística entre los diferentes países. Las reglas de clasificación son una traducción de las que figuran en la introducción metodológica de la NACE Rev.2 publicada por Eurostat y que han sido consensuadas por los Estados miembros.

La CNAE-2009 está estructurada en cuatro niveles. El primer nivel se corresponde con un código alfabético que representa hasta 21 secciones diferentes. Los siguientes 3 niveles son dígitos numéricos que van de dos a cuatro dígitos. El segundo nivel representa la división (hay 88 divisiones) y está representado por los dos primeros dígitos numéricos. El tercer nivel es el grupo (272 grupos) y finalmente está la clase (629 clases). El grupo está representado por 3 dígitos numéricos y la clase por cuatro dígitos numéricos.

La CPA-2008 define en niveles de productos las categorías de actividades económicas establecidas en la CNAE-2009. La CPA-2008 proporciona aún un desglose mayor que la CNAE-2009 y concreta a nivel de productos por actividades. Ambas clasificaciones están armonizadas de tal forma que, la CPA-2008 extiende la CNAE-2009 con dos dígitos numéricos más y refleja una categoría de productos más específica.

La CPA (al igual que la CNAE) se corresponde con la clasificación Estadística de Productos por Actividades (CPA-2008)⁷ común en la UE y realizada por Eurostat (Reglamento de la UE, 451/2008). La CPA-2008 utiliza los 4 primeros niveles de CNAE-2009 (coincidiendo en ambas clasificaciones hasta ese nivel), y a partir del quinto código ambas difieren.

⁶ <http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=%2Ft40%2Fclasrev%2F&file=inebase&L=>

⁷ <http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=%2Ft40%2Fcpa08%2F&file=inebase&L=0&divi=&his=>

El número de niveles se ha reducido de 5 dígitos en la CNAE-1993 a 4 dígitos en la CNAE-2009. Esto se debe a que el número de clases con cuatro dígitos ha sido suficiente para representar estadísticamente las actividades económicas relevantes.

Las grandes ramas de actividad recogidas en la CNAE-2009 son:

A.- Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca.

B.- Industrias extractivas.

C.- Industria manufacturera.

D.- Suministro de energía eléctrica, gas, vapor y aire acondicionado.

E.- Suministro de agua, actividades de saneamiento, gestión de residuos y descontaminación.

F.- Construcción.

G.- Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos de motor y motocicletas.

H.- Transporte y almacenamiento.

I.- Hostelería.

J.- Información y comunicaciones.

K.- Actividades financieras y de seguros.

L.- Actividades inmobiliarias.

M.- Actividades profesionales, científicas y técnicas.

N.- Actividades administrativas y servicios auxiliares.

O.- Administración pública y defensa; seguridad social obligatoria.

P.- Educación.

Q.- Actividades sanitarias y de servicios sociales.

R.- Actividades artísticas, recreativas y de entretenimiento.

S.- Otros servicios.

T.- Actividades de los hogares como empleadores de personal doméstico; actividades de los hogares como productores de bienes y servicios para uso propio.

U.- Actividades de organizaciones y organismos extraterritoriales.

En principio, el comercio electrónico está compuesto en gran medida por el comercio minorista de bienes y servicios. En cualquier caso, ha de aclararse que la fuente de datos no permite distinguir, en ocasiones, 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.

Por ejemplo, bajo el código 4771 “Prendas de Vestir” se englobarían sin distinción tanto las ventas de vestimenta a través de la página web del propio fabricante, cómo las ventas del mismo modelo realizadas a través de Internet en tiendas de vestir 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 CPA-2008 (Clasificación Nacional de Productos por Actividades).⁸

De este modo, se obtiene un mayor detalle gracias a la CPA, que utiliza 6 dígitos únicamente para dos categorías del presente informe: Óptica, Fotografía y Precisión (470083) y Galerías de Arte Comerciales (470069).

La necesidad de acudir a la CPA se debe a que existe un conjunto de transacciones que, con anterioridad, 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.

⁸ <http://www.ine.es/jaxi/menu.do?L=0&type=pcaxis&path=%2Ft40%2Fcnpa08%2F&file=inebase>