
Iniciativas desarrolladas por el INE y Eurostat
(Encuesta de Comercio Electrónico)

Las estadísticas de la Sociedad de la Información

169

El desarrollo de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) ha originado, y lo seguirá haciendo, importantes modificaciones en el ámbito económico y social. Sin duda está siendo determinante en el establecimiento de nuevas actividades económicas y nuevas formas de relación entre los distintos agentes de la sociedad. Las profundas modifica-

ciones que estos hechos provocan en todos los órdenes sociales, posibilitando el acceso inmediato, constante y extenso a la información, está creando una nueva sociedad: La llamada Sociedad de la Información.

Sobre ella se reflexiona en esta nota, elaborada a partir de la información suministrada por el INE, cuyo principal objetivo es

la descripción de las iniciativas desarrolladas por el INE y Eurostat para analizar estadísticamente dicha sociedad. Ahora bien, no parece existir una concepción común sobre lo que se entiende por Sociedad de la Información. Mientras esta categoría ha sido adoptada por la Comisión Europea y, en consecuencia, por los países miembros de la UE, en Estados Unidos se prefiere poner

en primer plano la idea de Economía Digital. En la primera concepción, la clave reside en el papel que las tecnologías convergentes han de jugar para conformar unas sociedades europeas más cohesionadas, mientras que el punto de vista norteamericano enfatiza su aportación a la productividad y los cambios que introducen en el funcionamiento y eficiencia de los mercados.

Así pues, no existe un acuerdo general sobre el contenido de esta expresión; de ahí la dificultad de su medición estadística y la falta de una metodología armonizada y plenamente aceptada que contenga los parámetros que deben regir su análisis estadístico. La Comisión Europea ha definido la Sociedad de la Información como aquella que hace un uso generalizado de las redes y de las tecnologías de la información, que produce grandes cantidades de bienes y servicios de información y comunicación y tiene una industria de contenidos diversificada.

No obstante, la definición no aclara cuáles son esos productos, servicios o actividades que definirían de un modo concreto la Sociedad de la Información. Por ello, hay que concluir que las estadísticas de la Sociedad de la Información no deben intentar medir esta Sociedad en sí misma, sino los diferentes fenómenos relevantes que ocurren en ella y aquellas actividades que propician su desarrollo e implantación.

Acciones llevadas a cabo por el INE

El Instituto Nacional de Estadística (INE) ha tenido en cuenta estas circunstancias y, por tanto,

Empresas	que teniendo CE lo usan para hacer publicidad	32,44 por 100
"	que teniendo CE lo usan para atención al cliente.....	29,09 por 100
"	que teniendo CE lo usan para efectuar ventas	27,99 por 100
"	que teniendo CE lo usan para efectuar compras	46,21 por 100
"	que teniendo CE lo usan para otros fines	52,75 por 100

FUENTE: INE.

considera necesario aproximarse estadísticamente a la Sociedad de la Información desde diferentes ópticas: la aportación a la economía de las actividades que sirven de base a esta Sociedad (industria electrónica, servicios informáticos, de telecomunicaciones y audiovisuales), el nacimiento de nuevas actividades económicas y los cambios en los hábitos de los ciudadanos (telecompra, teletrabajo, ocio, cultura, etc.). Se trata, por tanto, de conocer, en el sentido más amplio de la expresión, el grado de penetración del uso de las TIC en la sociedad, y cómo éstas contribuyen a establecer nuevas relaciones dentro de ella.

El INE lleva ya tiempo trabajando en la implantación de un Sistema Estadístico Nacional de la Sociedad de la Información. Este sistema intentará dar respuesta a las cuestiones anteriores, y a muchas otras, que irán surgiendo con el tiempo. Dentro de este contexto difuso en que se está desarrollando esta etapa de la Sociedad de la Información, el INE ha diseñado una estrategia

inicial que facilite el camino hacia la construcción progresiva de un Sistema Estadístico de la Sociedad de la Información. Las tres líneas de acción básicas que conforman esta estrategia se detallan a continuación:

La primera línea de acción se refiere al ámbito internacional. El INE viene participando en los diferentes grupos de trabajo que la Oficina de Estadística de la UE (Eurostat) y la OCDE han venido creando desde 1997, relacionados con este tema:

Grupo de Trabajo sobre Servicios de Comunicación e Información. Su principal objetivo es el análisis estadístico de los Servicios de Telecomunicaciones y el impacto de las nuevas tecnologías telemáticas en la economía.

Grupo de Trabajo sobre las Estadísticas de la Sociedad de la Información. Su objetivo es desarrollar un sistema europeo homogéneo de indicadores relacionados con el tema. Previamente, sus tareas se han centrado en la identificación de productos y actividades

que definen la Sociedad de la Información.

Grupo de Trabajo sobre los Servicios Audiovisuales. Se encarga de estudiar estadísticamente el sector para disponer de información comparable entre países e integrada en el conjunto de la economía.

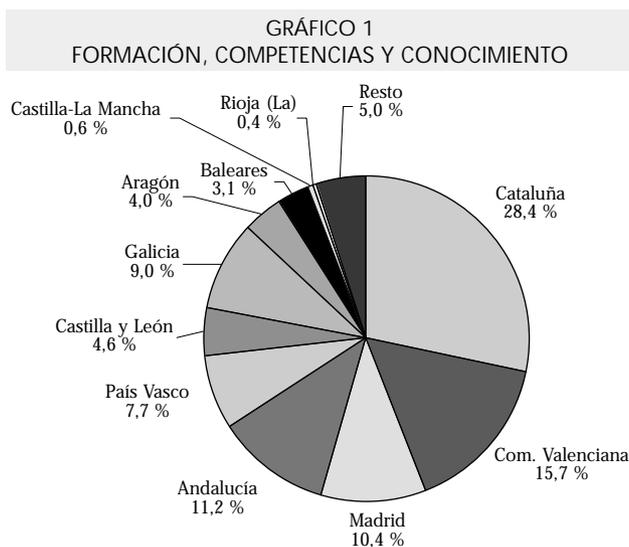
Grupo de Trabajo sobre el Comercio Electrónico. Aunque no existe un consenso pleno sobre qué productos y servicios configuran la Sociedad de la Información, un ejemplo claro de acuerdo a todos los niveles es que el comercio electrónico es un aspecto determinante de la misma. Por ello, Eurostat ha creado un Grupo de Trabajo específico, en el que España participa, con el objetivo de definir un sistema de medición de este fenómeno. Para ello este grupo de trabajo ha diseñado un cuestionario sobre comercio electrónico, con el fin de recoger datos en todos los países comunitarios a partir del primer trimestre de 2001.

Grupo de Trabajo de la OCDE sobre Sociedad de la Información. El INE también ha comenzado a

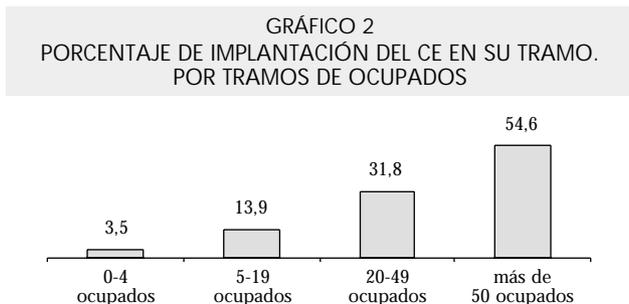
asistir a los Grupos que establece la OCDE que, por otro lado, colabora estrechamente en este terreno con Eurostat.

La segunda línea de acción se refiere a la coordinación nacional. Como se ha indicado, la Sociedad de la Información incluye en su ámbito diferentes aspectos de la sociedad: Economía, cultura, sanidad, medio ambiente, turismo, transporte...etc. Es un fenómeno que afecta a las relaciones laborales, al tiempo libre y a las relaciones sociales. Se trata, por tanto, de un ámbito multidisciplinar. Por ello, el INE considera muy importante la colaboración de diferentes organismos públicos y privados y una buena coordinación entre los mismos, para configurar un *Sistema Integrado de Estadísticas de la Sociedad de la Información*.

En este sentido, en octubre de 1999 se creó un Grupo de Trabajo coordinado por el INE en el seno del Consejo Superior de Estadística, sobre las Estadísticas de la Sociedad de la Información, en el que están representadas diferentes unidades de la Administración. Por otra parte, viene manteniendo contactos con distintas Asociaciones Profesionales, para recabar tanto sus necesidades como su experiencia en este campo.



FUENTE: INE.



FUENTE: INE.

Dentro de la tercera línea de actuación, relativa a las operaciones estadísticas, se han seguido dos vías diferentes: Implantación de encuestas específicas, y aprovechamiento de las encuestas ya existentes para obtener indicadores relativos a la Sociedad de la Información.

En lo relativo a encuestas específicas, cabe destacar:

✓ El establecimiento de *encuestas anuales a las actividades que propician el desarrollo de las TIC*.

Desde 1999 se han implantado progresivamente encuestas relativas a los Servicios Informáticos, de Telecomunicaciones y Audiovisuales, que se venían realizando sin periodicidad fija. Se complementará, así, la información anual que sobre la industria electrónica y de fabricación de equipos informáticos y similares, se obtiene de la Encuesta Industrial de Empresas del INE. (Recientemente se han publicado los primeros resultados sobre las actividades mencionadas anteriormente, correspondien-

tes a los servicios de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información).

Estas encuestas se realizan de acuerdo con las directrices y metodologías consensuadas por las Oficinas de Estadística de los Estados miembros de la Unión Europea (UE) y la propia Oficina de Estadística de la UE (Eurostat). Estas metodologías son comunes a todas las actividades de la economía, con lo que se aseguran las comparaciones en dos sentidos: Entre países y entre sectores. Sólo así es posible medir el verdadero impacto de estas actividades en el conjunto de la economía de un país, y su relación con las de los países de su entorno.

✓ El diseño de un *Índice de Precios de Telecomunicaciones*. Para ello, en el año 2000 se ha iniciado la recogida de información necesaria para disponer de los principales productos y sus ponderaciones, que han de constituir la cesta de dicho indicador. A esta primera fase le seguirá la recogida de precios de los productos de la cesta durante un periodo base, antes de poder ofrecer resultados.

Dentro de la segunda vía de actuación, referida al aprovechamiento de encuestas existentes, se pueden mencionar, entre otras, las siguientes iniciativas:

■ Se han incluido módulos específicos sobre el uso de las tecnologías en encuestas dirigidas a las empresas (Encuesta sobre Innovación Tecnológica en las Empresas), con lo que se obtendrán indicadores muy importantes para estimar una parte de la demanda de servicios y productos tecnológicos: *La demanda de las empresas*.

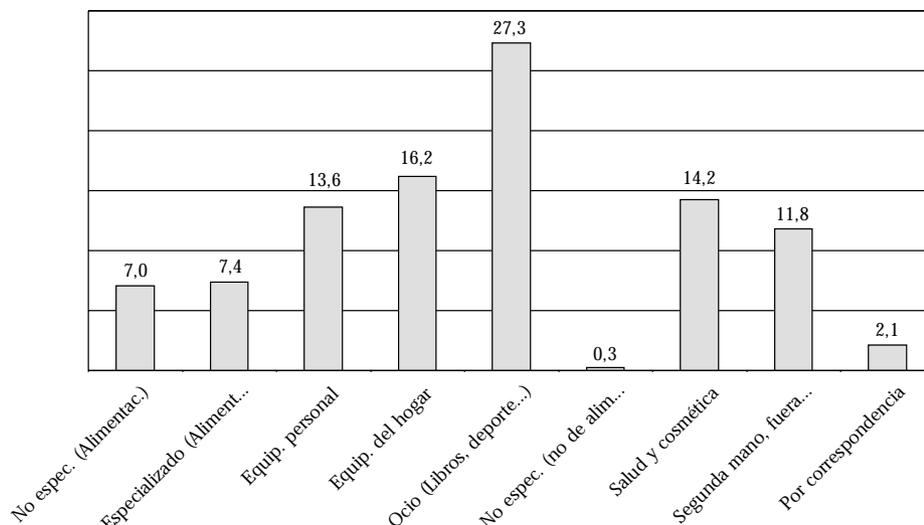
■ En las encuestas a hogares que realiza el INE (Encuesta Continua de Presupuestos Familiares, Panel de Hogares,...) se han introducido algunas preguntas que permitirán disponer de ciertas informaciones sobre el uso que hacen los hogares españoles de las tecnologías. Con ello podrá ir cubriéndose la información relativa a otro componente de la demanda de las nuevas tecnologías: *La demanda de los hogares*.

■ Explotaciones específicas de la información recogida por otras encuestas del INE, como la Encuesta de Población Activa (EPA) o la Encuesta de Salarios en la Industria y los Servicios.

El comercio electrónico

Como se ha indicado anteriormente, un fenómeno ligado, sin ningún género de duda, a este contexto es el llamado comercio electrónico.

GRÁFICO 3
DISTRIBUCIÓN DE EMPRESAS QUE USAN EL CE POR GRUPOS DE ACTIVIDADES



FUENTE: INE.

Aún no existe acuerdo entre expertos sobre la delimitación de dicho concepto. Hay diferentes y numerosas modalidades que han dado lugar a denominaciones distintas: e-business, e-commerce, incommerce, mcommerce. Ni siquiera existe acuerdo a la hora de decidir si se trata de una nueva actividad económica, o de un nuevo formato de la actividad del comercio tradicional. La falta de consenso se extiende al ámbito internacional, y está siendo centro de debate en numerosos foros y seminarios. Aunque, como se ha indicado, el grupo de trabajo de Eurostat ya ha diseñado el cuestionario de una encuesta comunitaria de carácter obligatorio sobre el e-commerce.

El cuestionario se divide en tres apartados: El primero de ellos dedicado al uso de las TIC, el segundo a la utilización del comercio electrónico para las compras y el tercero al uso del comercio electrónico para las ventas. Hay que señalar que en esta encuesta no participará Francia, que ya dispone de una investigación específica sobre el tema, por la amplia utilización de su propio servicio de transmisión de datos Minitel, servicio, al que de todas formas se puede acceder desde Internet y viceversa.

No obstante, con anterioridad a la decisión de Eurostat, el INE había iniciado una serie de acciones encaminadas a obtener datos en torno a este tema. En lo que se refiere

a operaciones concretas llevadas a cabo en el seno del INE, hay que señalar que dentro de los módulos relativos al uso de tecnologías incluidos en las encuestas a empresas, figuran aspectos relacionados con el comercio electrónico, tales como:

- ✓ Utilización de Internet para dar a conocer sus servicios
- ✓ Utilización de Internet para contratar sus compras y aprovisionamientos
- ✓ Utilización de Internet para contratar la venta de sus productos
- ✓ Facturación a través de comercio electrónico
- ✓ Gastos en adquisiciones por comercio electrónico

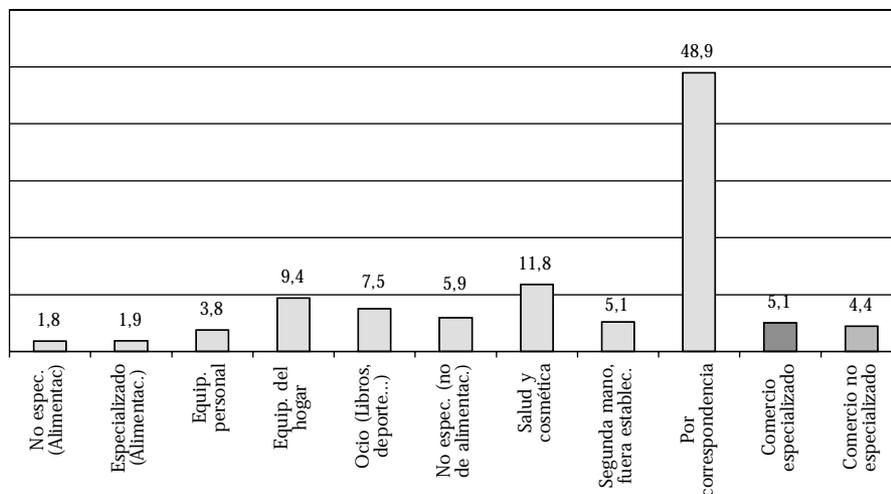
También está previsto utilizar algunas encuestas coyunturales para, con la periodicidad que se considere oportuna, estudiar algunas variables indicativas del uso de la Red en las actividades profesionales.

Por último, los Índices de coyuntura de comercio al por menor (a los que se designa como ICM, al igual que la encuesta de donde proceden), incluyen desde abril de 2000, con periodicidad trimestral, un bloque de preguntas acerca de la utilización de las distintas modalidades del comercio electrónico (CE).

Dicha encuesta va dirigida a todas las empresas cuya actividad principal es el Comercio al por menor (encuadrada en la División 52 de la CNAE), sector que, en buena lógica, debe ser de los primeros en ver cuantificada la introducción del CE en sus estudios y hábitos de funcionamiento, tanto para relacionarse con las empresas que le proveen de productos, como con los consumidores que compran esos productos.

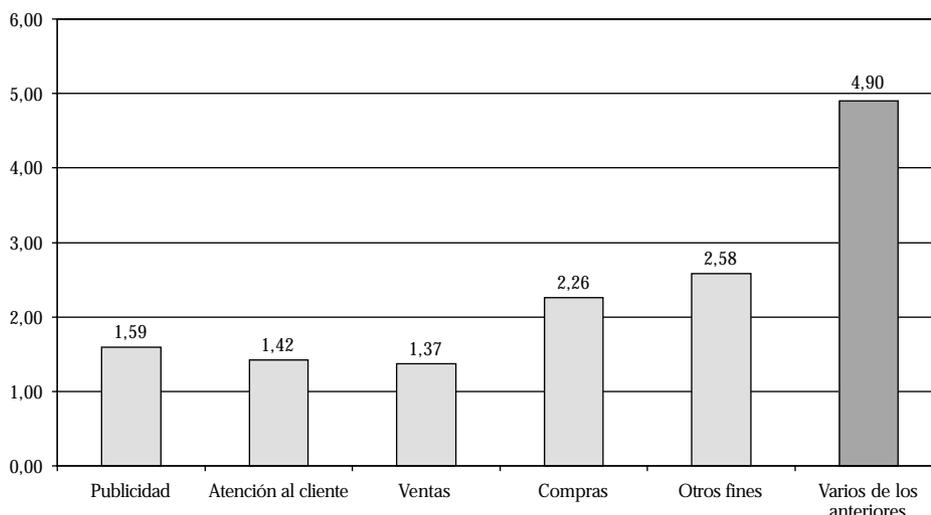
Este conjunto de iniciativas no supone, evidentemente, un sistema perfectamente establecido, pero sí los primeros estudios que permitirán establecer en el futuro una metodología completa que proporcione información fiable,

GRÁFICO 4
PORCENTAJE DE IMPLANTACIÓN DEL CE. EN CADA GRUPO DE ACTIVIDAD



FUENTE: INE.

GRÁFICO 5
PORCENTAJE SOBRE EL TOTAL DE EMPRESAS DEL SECTOR DE COMERCIO MINORISTA, QUE USAN EL CE. SEGUN LA FINALIDAD



FUENTE: INE.

coherente e integrada en el conjunto de la economía, al tiempo que armonizada a escala internacional, sobre el CE, una vez que se haya avanzado en la definición aceptada de este nuevo y creciente fenómeno. A continuación, se incluyen

los últimos resultados de esta investigación sobre el CE.

Últimos resultados de la ICM

El objetivo principal de los ICM, base 1994,

que elabora el INE, es conocer las características fundamentales de las empresas dedicadas al ejercicio del comercio al por menor en España, que permitan medir a corto plazo la evolución de la actividad en el sector. Como base del índice

ce se toma la media mensual del volumen de ventas en el año 1994 y la media trimestral de los asalariados en el mismo año. La población objeto de estudio está constituida por las empresas cuya actividad principal es el comercio al por menor (división 52 de la CNAE-93) quedando excluidas las actividades de comercio minorista realizadas en unidades móviles o sin instalación permanente, el de productos farmacéuticos y artículos médicos, el de objetos de segunda mano, el realizado en el interior de viviendas familiares sin identificación desde el exterior y el de vehículos de motor, motocicletas, ciclomotores, y carburantes.

Para la recogida de información se solicitan mensualmente, las ventas al por menor realizadas por la empresa, diferenciando cuatro grupos de productos: Alimentación, equipamiento personal, equipamiento del hogar y otros bienes de consumo y, trimestralmente, el personal asalariado.

El uso del CE en el comercio al por menor se comenzó a investigar, como se indicó antes, a partir de la encuesta del mes de marzo de 2000. El INE ha utilizado para iniciar este estudio una definición muy amplia

del CE: "Cualquier forma de transacción o intercambio de información comercial, basada en la transmisión de datos sobre redes de comunicación del tipo Internet".

Los datos hechos públicos hasta ahora son los únicos que es posible obtener dado el actual tamaño muestral de la ICM. Son tan sólo un avance de datos sobre los que el INE pretende profundizar en investigaciones futuras y en la propia ICM. Durante este año se va a ampliar notablemente la muestra, con objeto de dar más riqueza informativa tanto en lo que se refiere al número de variables analizadas como a la posibilidad de ofrecer más información de las Comunidades Autónomas.

Según la información obtenida a partir de la ICM del mes de septiembre de 2000, el porcentaje de empresas que utilizan el CE se sitúa en el 4,9 por 100. Esta encuesta está dirigida a las empresas cuya actividad principal es el comercio minorista, por lo que los datos sólo hacen referencia a este sector concreto, si bien en dicho sector se encuentran encuadradas más de 500.000 empresas.

De las empresas que han utilizado el CE, los

CUADRO 2 PRINCIPALES RESULTADOS SOBRE COMERCIO ELÉCTRICO (CE) DE LA ENCUESTA COYUNTURAL DE COMERCIO AL POR MENOR (ICM) (%)	
	Septiembre 2000
Implantación del CE	
Total.....	4,9
Según la especialización	
En empresas de comercio especializado.....	5,1
En empresas de comercio no especializado.....	4,4
En grandes superficies comerciales.....	91,9
Según la especialización y/o el tipo de mercaderías	
Alimentación (sin especialización).....	1,8
Alimentación (especializado).....	1,9
Equipamiento personal.....	3,8
Equipamiento para el hogar.....	9,4
Ocio (libros, deportes...).....	7,5
Sin especialización en bienes no alimentarios.....	5,9
Salud y cosmética.....	11,8
Segunda mano, fuera del establecimiento.....	5,1
Por correspondencia.....	48,9
Según el tamaño del establecimiento	
Hasta 4 personas ocupadas.....	3,5
De 5 a 19 personas ocupadas.....	13,9
De 20 a 49 personas ocupadas.....	31,8
Más de 49 personas ocupadas.....	54,6
Distribución por CCAA de las empresas que usan el CE	
Cataluña.....	28,4
Madrid.....	10,4
Com. Valenciana.....	15,7
País Vasco.....	7,7
Galicia.....	9,0
Andalucía.....	11,2
Castilla y León.....	4,6
Baleares.....	3,1
Castilla-La Mancha.....	0,6
Aragón.....	4,0
Rioja (La).....	0,4
Resto.....	5,0
Total.....	100,0
Modo o modos de utilización del CE por las empresas	
Para publicidad.....	32,4
Para atención al cliente.....	29,1
Para ventas.....	28,0
Para compras.....	46,2
Para otros fines.....	52,8

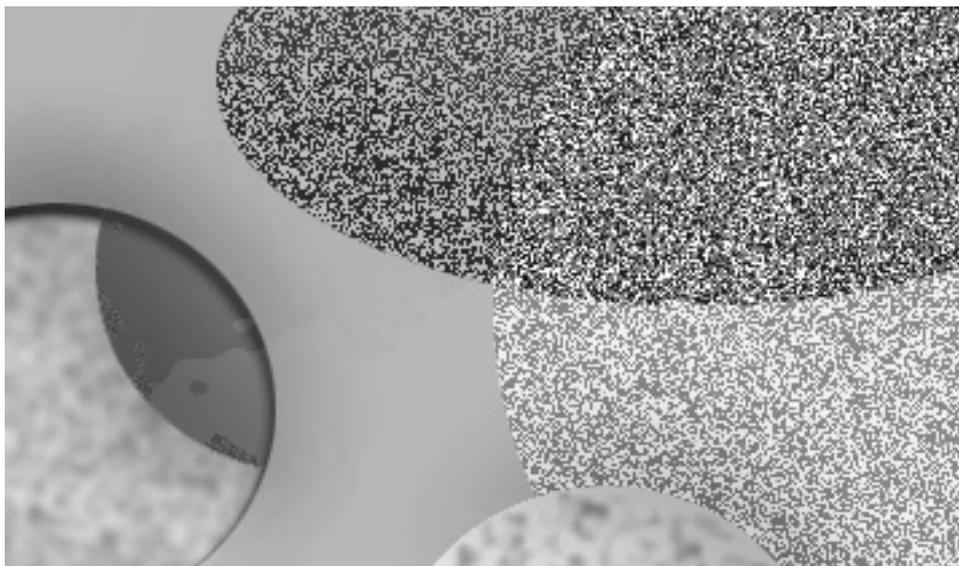
FUENTE: INE.

porcentajes que corresponden a cada tipo de actividad son los que aparecen en el cuadro 1, teniendo en cuenta que una empresa puede usar el CE para varios fines y que, por tanto, la suma de porcentajes no tiene que ser 100.

De las empresas que han utilizado el CE, el 78,74 por 100 se dedican al comercio especializado, mientras que el 21,26 por 100 son empresas de comercio al por menor no especializado. En cuanto a su implantación en el sector de Grandes

Superficies, según los datos de la encuesta, el porcentaje llega al 91,89 por 100.

La comparación entre Comunidades Autónomas, revela que donde más abundan las empresas utilizadoras del CE es en Cataluña, y en la Comunidad Valenciana. El gráfico 1 muestra la distribución de empresas que usan el CE, por ubicación geográfica de las empresas minoristas.



La penetración del CE en cada tramo de ocupación refleja los datos que aparecen en el gráfico 2.

En el tramo de empresas de más de 50 ocupados, más del 54 por 100 declara usar ya CE en alguna de sus modalidades, mientras que sólo el 3,5 por 100 de las empresas más pequeñas (menos de 5 ocupados) lo utilizan.

Por grupos de actividades, del total de empresas que declaran haber utilizado el CE, son las dedicadas al ocio (venta de libros, discos,...) las que representan un mayor porcentaje, más del 27 por 100. Le siguen los comercios de equipamiento del hogar, salud y cosmética, y de equipamiento personal.

Dentro de cada grupo de actividad, sin embargo, es en el sector de la venta por correspondencia donde la penetración del CE ha sido mayor: En torno al 49 por 100 de estas empresas ya lo utilizan. Las empresas de salud y cosmética, con casi un 12 por 100 de implantación y las de equipo del hogar, con algo más del 9 por 100, se sitúan inmediatamente detrás.

En cuanto a la finalidad de la presencia de las empresas en Internet, el gráfico 5 muestra que entre los principales usos del CE las compras se sitúan delante de la publicidad y ésta por encima de la atención al cliente.

Finalmente, se presentan, en el cuadro 2, los principales datos correspondientes a septiembre de 2000.

■ José Frías San Román