



g
a
r
a
c
i
a
e
n

COMERCIO ELECTRÓNICO EN ARAGÓN

Antonio Madrona Pérez

Servicio de Estudios Económicos
Departamento de Economía, Industria y Empleo
(Gobierno de Aragón)

Comercio electrónico en Aragón

1 Introducción

El comercio electrónico está registrando crecimientos del 20% anual a nivel mundial...

De acuerdo con el estudio la *Sociedad Digital en España 2017*¹, el comercio electrónico mundial registró un crecimiento del 20% anual en el año 2016, con un volumen total de ventas que alcanzaría los 1,86 billones de dólares. Para el ejercicio 2017, las previsiones señalan a un incremento superior, un 23,2%, hasta alcanzar una facturación de 2,3 billones de dólares².

...y del 15% anual a nivel europeo

En Europa, las ventas por comercio electrónico alcanzaron los 530.580 millones de euros en 2016, lo que representa un crecimiento del 15,4% respecto a 2015. Las estimaciones para 2017 de las compras online asciendan a los 602.840 millones de euros, desacelerándose ligeramente el crecimiento hasta una tasa del 13,6% anual³.

El comercio electrónico supone en torno al 2,1% del PIB de España...

El país europeo que lidera el mercado de comercio electrónico es el Reino Unido, con un volumen estimado de 197.000 millones de euros en 2016. Le siguen Alemania y Francia, con unos niveles de comercio electrónico que alcanzarían los 86.000 millones y 82.000 millones, respectivamente. A continuación, se situarían Rusia y España, ambos con 28.000 millones de euros en comercio electrónico. Por tanto, el comercio electrónico representa en España en torno al 2,1% de su PIB⁴ en 2016.

...y crece a un ritmo del 20% anual

Por su parte, la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, en su informe *Estadísticas 2016 Comercio Electrónico*, sitúa que el volumen de negocio total del comercio electrónico en España en los 24.185 millones de euros en 2016, frente a los 20.013 millones de 2015, lo que representa un crecimiento del 20,8% anual. Respecto al número de transacciones, dicho informe indica que se contabilizaron 395,9 millones de operaciones, un 33,1% más que en el ejercicio precedente.

Dada la importancia del comercio electrónico...

Por tanto, una vez observado con datos la importancia que ha alcanzado el comercio electrónico y teniendo en cuenta que éste es uno de los mejores indicadores para conocer el nivel de desarrollo tecnológico de una sociedad, es pertinente analizar el estado actual

¹ De la Fundación Telefónica

² Statista, Retail e-commerce sales worldwide from 2014 to 2021

³ Ecommerce Europe (2017). European Ecommerce Report 2017

⁴ Ecommerce Europe (2017). European Ecommerce Report 2017

...es pertinente analizar su situación actual en Aragón...

del comercio electrónico en Aragón, así como determinar un perfil de los compradores a través de la utilización de variables sociodemográficas y socioeconómicas.

...para lo que utilizaremos la Encuesta sobre uso de las TIC en Hogares del INE

Así, para la realización del presente estudio se ha utilizado la Encuesta sobre equipamiento y uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los Hogares (TIC-H) que realiza el INE desde el año 2002. En Aragón, el Instituto Aragonés de Estadística explota los microdatos para la CCAA, ofreciendo información de las TIC en las viviendas y el uso de las mismas por las personas entre 16 y 74 años y los niños de 10 a 15 años⁵.

Esta encuesta ofrece datos sobre el uso del comercio electrónico...

El objetivo de esta encuesta es obtener datos del desarrollo de lo que se ha denominado Sociedad de la Información, proporcionando información sobre los distintos productos de tecnologías de la información y la comunicación de los hogares españoles y de los usos que hacen las personas de estos productos, de Internet y del comercio electrónico.

...que es aquel en el que se intercambian bienes y servicios a través de Internet considerando sólo las compras particulares

En concreto, la definición que ofrece esta encuesta sobre el comercio electrónico es la siguiente: el intercambio comercial de bienes y servicios realizado a través de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, habitualmente con el soporte de plataformas y protocolos estandarizados a través de Internet. Desde la óptica de los hogares, en general, incluye todas las compras, reservas y encargos realizadas con cualquier medio (ordenador de sobremesa, portátil, de bolsillo, teléfono móvil, etc.), ya sea realizada de forma personal como acompañando a otras personas. Además, hay que tener en cuenta que en el cuestionario de esta encuesta sólo se consideran las compras particulares.

Esta instantánea analiza la evolución del comercio electrónico en Aragón, así como el perfil de los compradores

En el presente estudio, tras ofrecer en este apartado de introducción datos sobre la importancia del comercio electrónico tanto a nivel global como nacional, se analiza, en el segundo, la evolución del comercio electrónico en Aragón en los últimos años, así como su comparación con la media nacional. Los apartados tercero y cuarto se dedican a trazar un perfil de los aragoneses que realizan compras a través de Internet desde un punto de vista tanto sociodemográfico (rural/urbano, zona territorial, sexo, edad, tamaño del hogar) como socioeconómico (nivel de estudios, ingresos del hogar y situación laboral). Por último, el informe se cierra con un apartado de conclusiones.

⁵ En la edición del año 2015, como en el año 2014, se realizó una ampliación de muestra en Aragón aunando los esfuerzos del INE, el IAEST, el Observatorio Aragonés de la Sociedad de la Información y la Dirección General de Administración Electrónica y Sociedad de la Información. En el año 2016 no se ha llevado a cabo esta ampliación de muestra.

2.- Evolución y comparación con el promedio nacional

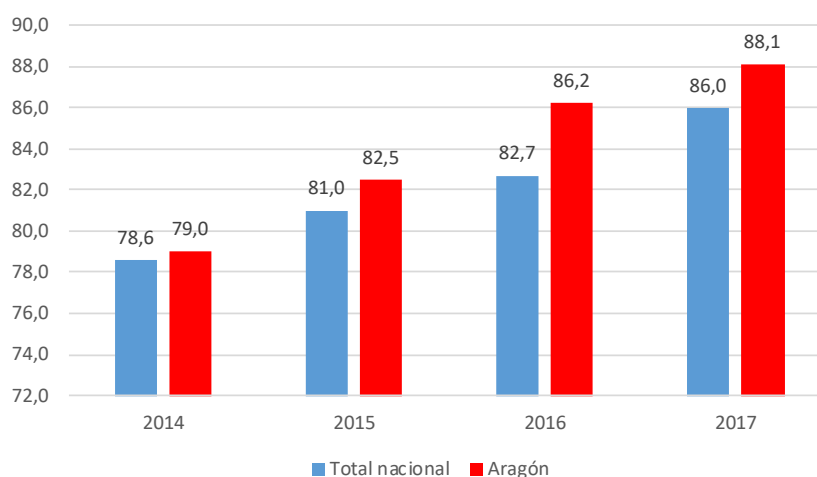
El número de personas que han utilizado alguna vez Internet...

A la hora de analizar la evolución del comercio electrónico, tanto en Aragón como a nivel nacional debemos tener en cuenta en primer lugar el número de personas que han utilizado alguna vez Internet. En este sentido, la Encuesta TIC-Hogares define el uso de Internet como la utilización de aparatos electrónicos con acceso a la red de comunicación de datos Internet para navegar (buscar o consultar información desplazándose por las páginas web), realizado a través de cualquier equipo que permita el acceso (ordenadores de sobremesa, ordenadores portátiles, ordenadores de bolsillo en sus diversas modalidades, televisión con pantalla, teléfono móvil, consola de juegos, etc.), y desde cualquier lugar (la propia vivienda, el centro de trabajo, el centro de estudios, cibercafés, otros hogares de familiares o conocidos, etc.), durante cualquier periodo de tiempo, y cuyo uso ha podido ser tanto de tipo personal como acompañando a otras personas en su uso.

...ha seguido creciendo en Aragón y se ha situado en un 88,1% en 2017

Así, el número de personas entre 16 y 74 años que ha utilizado alguna vez Internet se ha situado en Aragón en un 88,1% en el año 2017, frente al 79,0% registrado en 2014, lo que supone un incremento de más de nueve puntos porcentuales. Además, cabe señalar que el porcentaje de usuarios de Internet en la Comunidad aragonesa siempre ha sido superior a la media nacional, que ha pasado de un 78,6% en 2014 a un 86,0% en 2017.

Gráfico 1. Personas que han utilizado alguna vez Internet. 2014-2017



Fuente: Encuesta sobre Equipamiento y Uso de las TIC en los hogares. INE

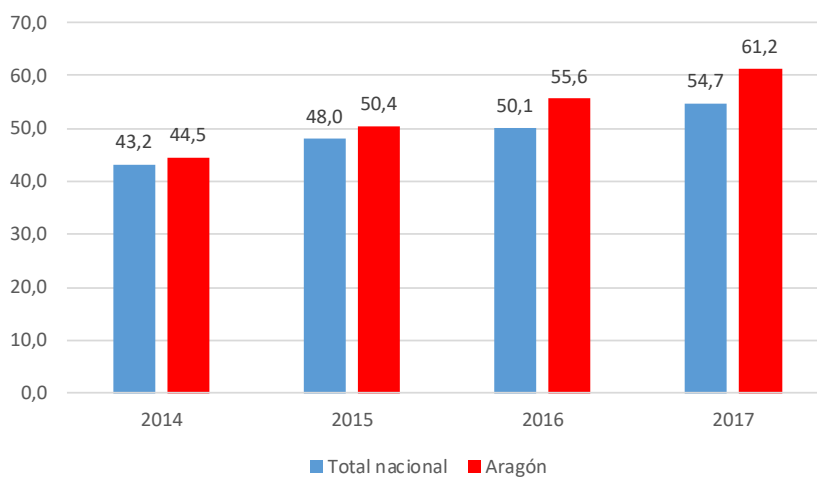
De igual forma, las personas que han comprado alguna vez por Internet...

Si pasamos a analizar el porcentaje de personas entre 16 y 74 años que han comprado alguna vez a través de Internet, según la definición de comercio electrónico señalada en la introducción, se puede señalar que en la Comunidad aragonesa se ha incrementado

...se han ido incrementando hasta situarse en un 61,2% en 2017, por encima de la media nacional

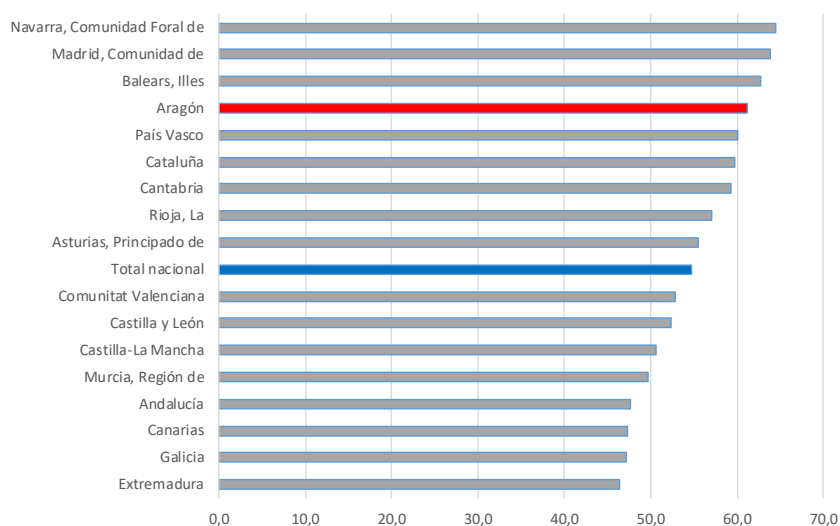
en más de 16 puntos porcentuales, pasando de un 44,5% en el año 2014 a un 61,2% en 2017. Nuevamente el porcentaje de personas que han comprado alguna vez por Internet es superior en Aragón al promedio nacional, que ha pasado de un 43,2% en 2014 a un 54,7% en 2017. Asimismo, el diferencial entre ambos territorios en cuanto a compradores a través de Internet se ha ido incrementando a lo largo del periodo, hasta situarse en 6,5 puntos porcentuales en el último año disponible.

Gráfico 2. Personas que han comprado alguna vez a través de Internet. 2014-2017



Fuente: Encuesta sobre Equipamiento y Uso de las TIC en los hogares. INE

Gráfico 3. Personas que han comprado alguna vez a través de Internet por CCAA. 2017



Fuente: Encuesta sobre Equipamiento y Uso de las TIC en los hogares. INE

Aragón ha sido la cuarta CCAA con mayor porcentaje de compradores electrónicos en 2017

Como consecuencia, se puede señalar que Aragón ocupa una posición privilegiada entre el resto de CCAA en cuanto al porcentaje de personas que han comprado alguna vez por Internet. En concreto, en el año 2017 únicamente Navarra (64,5%), Madrid (63,8%) y las Islas Baleares (62,7%) presentan una mayor proporción de compradores electrónicos que Aragón (61,2%).

Respecto a los hábitos de compra, en torno a la mitad de los compradores a través de Internet en Aragón lo han hecho en el último mes...

Si se analiza el momento último de compra, en torno a la mitad de los compradores a través de Internet en Aragón lo han hecho en el último mes, aunque dicho porcentaje se ha reducido ligeramente entre 2014 y 2017. Por el contrario, en el periodo analizado, las personas que han comprado hace más de un mes y menos de 3 meses se ha incrementado en más de cinco puntos. Finalmente, se ha reducido el porcentaje que han comprado hace más de un año. Todo ello señala que aumenta la frecuencia en el uso de Internet para comprar

Cuadro 1. Uso de comercio electrónico y momento último de compra. Número de personas de 16 a 74 años y porcentajes horizontales

	2014		2017	
	Total nacional	Aragón	Total nacional	Aragón
Personas que han comprado alguna vez a través de Internet	14.900.462	429.858	18.849.554	585.237
En el último mes	39,7	52,8	50,0	48,5
Hace más de 1 mes y menos de 3 meses	24,0	20,2	23,1	25,6
Hace más de 3 meses y menos de 1 año	22,9	15,5	18,0	16,9
Hace más de 1 año	13,4	11,5	8,9	9,0

Fuente: Encuesta sobre Equipamiento y Uso de las TIC en los hogares. INE

...y el 50,8% de los compradores lo ha hecho entre 1 y 2 ocasiones y el 31,7% entre 3 y 5 veces.

Al centrar el estudio en las personas que han comprado por Internet en los últimos tres meses se puede indicar que el porcentaje de personas que han comprado 1 o 2 veces se ha incrementado en Aragón de un 43,7% en 2015 a un 50,8% en 2017. Por el contrario, el número de compradores que lo han hecho tanto entre 3 y 5 veces como entre 6 y 10 veces se ha reducido en la Comunidad aragonesa. Por último, sí que se ha incrementado la proporción de personas que en los tres últimos meses han comprado más de 10 veces. A nivel nacional, se puede observar un patrón de evolución muy similar.

Cuadro 2. Uso de comercio electrónico y número de veces que han comprado por Internet. Número de personas de 16 a 74 años y porcentajes horizontales

	2015		2017	
	Total nacional	Aragón	Total nacional	Aragón
Personas que han comprado por Internet en los últimos 3 meses	11.060.876	330.498	13.785.317	433.718
1 o 2 veces	45,9	43,7	47,1	50,8
De 3 a 5 veces	34,7	38,1	33,5	31,7
De 6 a 10 veces	11,3	13,1	10,3	9,9
Más de 10 veces	8,2	5,2	9,1	7,6

Fuente: Encuesta sobre Equipamiento y Uso de las TIC en los hogares. INE

En cuanto al valor de las compras realizadas por Internet...

Respecto al valor de las compras realizadas por Internet, se puede observar que entre 2015 y 2017 ha existido, tanto a nivel nacional como en Aragón, una tendencia a disminuir el valor conjunto de las compras realizadas por los usuarios de comercio electrónico en los últimos tres meses.

...se puede observar una tendencia a disminuir el valor de las mismas

En concreto, en 2017 el 26,2% de los aragoneses han realizado compras por menos de 50 euros, frente al 23,7% de 2015, mientras que el promedio nacional en esta categoría se ha situado en un 20,2% en 2017, frente al 17,6% en 2015. Por el contrario, en el resto de categorías que se incluyen en el cuestionario (de 50 a menos de 100 euros, de 100 a menos de 500 euros, de 500 a menos de 1.000 euros y de 1.000 o más euros) se ha reducido el porcentaje de compradores en Aragón y en el conjunto del país.

Cuadro 3. Uso de comercio electrónico y valor de las compras. Número de personas de 16 a 74 años y porcentajes horizontales

	2015		2017	
	Total nacional	Aragón	Total nacional	Aragón
Personas que han comprado por Internet en los últimos 3 meses	11.060.876	330.498	13.785.317	433.718
Menos de 50 euros	17,6	23,7	20,2	26,2
De 50 a menos de 100 euros	27,5	31,4	27,0	29,9
De 100 a menos de 500 euros	38,0	35,2	35,1	32,2
De 500 a menos de 1.000 euros	8,7	6,3	6,7	4,0
1.000 o más euros	5,3	2,7	4,5	2,5

Fuente: Encuesta sobre Equipamiento y Uso de las TIC en los hogares. INE

Los productos más adquiridos a través de Internet en Aragón son Material deportivo y ropa, seguidos de Alojamientos y Entradas

Si se pasa a analizar el tipo de producto adquiridos por aquellas personas que han comprado por Internet en los últimos 12 meses se puede observar que, según los últimos datos disponibles (2017), la categoría más demandada en Aragón es la de Material deportivo y ropa, que ha sido adquirida por el 59,6% de dichos compradores, seguida por Alojamientos de vacaciones (55,9%), Entradas para espectáculos (48,2%) y Otros servicios para viajes (42,5%). A nivel nacional, las categorías con mayor demanda prácticamente coinciden, aunque Alojamientos de vacaciones con un 54,1% ocupa el primer lugar.

En los últimos años ha destacado precisamente el incremento de ventas de Material deportivo y ropa

Respecto a 2014, en Aragón ha destacado el incremento de los compradores de las categorías de Material deportivo y ropa, más de 10 puntos porcentuales, Películas y música (7,1 puntos porcentuales más) y Entradas para espectáculos (6,1 puntos porcentuales). Sin embargo, ha destacado las caídas de compradores en los apartados de Otros servicios para viajes (9,3 puntos porcentuales menos) y Alojamientos de vacaciones (7,8 puntos porcentuales menos).

**Cuadro 4. Uso de comercio electrónico y tipo de producto.
Número de personas de 16 a 74 años y porcentajes horizontales**

	2014		2017	
	Total nacional	Aragón	Total nacional	Aragón
Personas que han comprado por Internet en los últimos 12 meses	12.897.314	380.429	17.176.708	532.801
Productos de alimentación y otros de consumo no duraderos	13,6	18,1	16,3	17,2
Bienes para el hogar (de tipo duradero)	26,2	30,3	36,6	36,0
Medicamentos	1,9	2,4	3,3	5,3
Películas, música	13,9	6,2	13,9	13,3
Libros, revistas, periódicos (incluye libros electrónicos)	22,2	21,5	24,5	26,3
Material formativo on line	11,8	15,4	11,1	11,2
Material deportivo, ropa	42,9	49,5	53,5	59,6
Juegos de ordenador o videoconsolas y sus actualizaciones	17,4	15,7	13,9	14,8
Otro software de ordenador y sus actualizaciones	n/d	n/d	13,8	12,1
Equipo informático (ordenadores y accesorios)	21,6	20,6	21,1	22,0
Equipamiento electrónico	21,8	20,8	20,3	18,3
Servicios de telecomunicaciones	14,7	18,7	15,5	18,1
Alojamiento de vacaciones	54,1	63,7	54,1	55,9
Otros servicios para viajes	46,1	51,8	44,7	42,5
Entradas para espectáculos	42,0	42,1	47,6	48,2

Fuente: Encuesta sobre Equipamiento y Uso de las TIC en los hogares. INE

La mayoría de compras a través de Internet se realizan a vendedores nacionales...

En cuanto al origen de los vendedores, tanto en España como en Aragón, ocupan el primer lugar aquellas compras realizadas a vendedores nacionales, seguidas a una sensible distancia por las realizadas a vendedores de otros países de la UE y a vendedores del resto del mundo.

**Cuadro 5. Uso de comercio electrónico y origen de los vendedores.
Número de personas de 16 a 74 años y porcentajes horizontales**

	2014		2017	
	Total nacional	Aragón	Total nacional	Aragón
Personas que han comprado por Internet en los últimos 12 meses	12.897.314	380.429	17.176.708	532.801
Vendedores nacionales	80,2	91,3	83,1	87,4
Vendedores de otros países de la UE	39,0	36,8	44,4	47,2
Vendedores del resto del mundo	24,4	23,2	34,4	33,3
El país de origen de los vendedores es desconocido	11,7	5,2	17,1	13,9

Fuente: Encuesta sobre Equipamiento y Uso de las TIC en los hogares. INE

...aunque se han incrementado en los últimos años las compras fuera de España

Sin embargo, en ambos casos se han incrementado las compras realizadas fuera del territorio nacional. En concreto, en Aragón, las personas que han comprado a vendedores de otros países de la UE han pasado del 36,8% en 2014 a un 47,2% en 2017. De forma similar, los compradores a vendedores del resto del mundo se han situado en un 33,3% en 2017, frente al 23,2% de 2014. Por el contrario, las personas que han realizado compras a vendedores nacionales ha descendido, de un 91,3% a un 87,4%.

En 2017, únicamente un 8,8% de las personas que compraron por Internet en Aragón han tenido algún problema...

Por otro lado, cabe destacar que en el ejercicio 2017 únicamente un 8,8% de las personas que compraron por Internet en Aragón en los últimos 12 meses han tenido algún problema. No obstante, este porcentaje es ligeramente mayor al que presenta la media nacional que se sitúa en un 8,6%. Además, respecto a 2015 dicho porcentaje se ha incrementado en la Comunidad aragonesa en 1,2 puntos porcentuales, mientras que en España se ha reducido en cinco décimas porcentuales.

...siendo los más habituales la entrega de productos con defectos o los retrasos en la entrega

En cuanto a los principales problemas que se han encontrado aquellas personas que han comprado electrónicamente en Aragón en 2017, se puede señalar que éstos han sido productos o servicios entregados con defectos o diferentes a los encargados (un 5,0% de los compradores) y retrasos en la entrega (un 4,2% de los compradores). En comparación con 2015 han aumentado los problemas relacionados con fallos técnicos de la página web durante el encargo o el pago, dificultades en encontrar información sobre garantías u otros derechos legales, retrasos en la entrega, costes finales mayores que los indicados o productos o servicios entregados con defectos o diferentes a los encargados. Sin embargo, se han reducido los problemas relacionados con el fraude, con las reclamaciones e indemnizaciones dificultosas o sin respuesta satisfactoria tras la reclamación o con vendedores extranjeros que no atienden pedidos en España.

Cuadro 6. Uso de comercio electrónico y tipos de problemas presentados al comprar. Número de personas de 16 a 74 años y porcentajes horizontales

	2015		2017	
	Total nacional	Aragón	Total nacional	Aragón
Personas que han comprado por Internet en los últimos 12 meses	14.604.825	421.675	17.176.708	532.801
% Personas que han tenido algún problema al comprar por Internet en los últimos 12 meses	9,1	7,6	8,6	8,8
Fallos técnicos de la página web durante el encargo o el pago	1,6	1,2	2,3	2,9
Dificultades en encontrar información sobre garantías u otros derechos legales	1,1	0,3	1,6	2,3
Retrasos en la entrega	3,7	3,2	4,7	4,2
Costes finales mayores que los indicados (p.ej. mayores costes de entrega, gastos inesperados en la transacción, etc.)	1,2	0,3	1,4	1,9
Productos o servicios entregados con defectos ó diferentes a los encargados	3,1	1,5	3,0	5,0
Problemas relacionados con el fraude (p.ej. productos o servicios no recibidos ó no recibidos en su totalidad, mal uso de los datos de la tarjeta de crédito, etc.)	1,6	1,2	1,6	1,1
Reclamaciones e indemnizaciones dificultosas o sin respuesta satisfactoria tras la reclamación	1,6	2,8	2,0	1,8
Vendedores extranjeros que no atienden pedidos en España	0,5	0,2	0,8	0,1
Otros problemas	1,9	1,8	1,6	2,1

Fuente: Encuesta sobre Equipamiento y Uso de las TIC en los hogares. INE

El motivo para no comprar por Internet...

Por último, es importante conocer los motivos declarados de aquellos usuarios de Internet que no han realizado compras electrónicas en los últimos 12 meses. Así, en Aragón y según los

...es principalmente la preferencia por comprar personalmente en una tienda, seguida a distancia por la preocupación por la privacidad o la seguridad

últimos datos disponibles, las principales razones para no usar el comercio electrónico han sido, en primer lugar, porque el usuario prefiere comprar personalmente en una tienda (para poder ver los productos, por fidelidad a la tienda, por la fuerza de la costumbre, etc.) con un 84,8%, seguido a distancia porque le preocupa la privacidad o la seguridad en el pago (por ejemplo dar datos personales o de la tarjeta de crédito a través de Internet) con un 57,5% y por la falta de confianza en la recepción o devolución de los productos y en las reclamaciones e indemnizaciones a través de este canal de venta con un 45,5%. A nivel nacional, los motivos declarados para no comprar a través de internet coinciden totalmente.

Destaca que en los últimos años se han reducido los usuarios de Internet que no han realizado compras a través del comercio electrónico por falta de habilidades o conocimientos

Respecto a 2015, en la Comunidad aragonesa ha destacado la disminución en más de siete puntos porcentuales de los usuarios de Internet que no han realizado compras a través del comercio electrónico por falta de habilidades o conocimientos. Asimismo, se han reducido la incidencia de otros motivos como entrega problemática de los productos encargados por Internet es problemática (en 2,1 puntos porcentuales), no disponer de una tarjeta que le permita pagar por Internet (0,2 puntos porcentuales) o porque los vendedores extranjeros no atienden pedidos en España (2,3 puntos porcentuales). En el lado contrario se ha incrementado los usuarios que alegan preocupación por la privacidad o la seguridad en el pago (7,8 puntos porcentuales), falta de confianza en la recepción o devolución de los productos, así como en las reclamaciones e indemnizaciones (5,7 puntos porcentuales) o porque prefiere comprar personalmente en una tienda (4 puntos porcentuales).

Cuadro 7. Usuarios de Internet que en los últimos 12 meses no han comprado por Internet y motivos declarados. Número de personas de 16 a 74 años y porcentajes horizontales

	2015		2017	
	Total nacional	Aragón	Total nacional	Aragón
Usuarios de Internet que en los últimos 12 meses no han comprado por Internet	11.385.333	310.264	12.448.100	310.069
Porque prefiere comprar personalmente en una tienda (para poder ver los productos, por fidelidad a la tienda, por la fuerza de la costumbre)	79,9	80,8	80,5	84,8
Por falta de habilidades o conocimientos	33,2	43,3	39,5	36,0
Porque la entrega de productos encargados por Internet es problemática (p.ej., tiempo de entrega demasiado largo, distribución complicada, etc)	15,6	21,2	17,7	19,1
Porque le preocupa la privacidad o la seguridad en el pago (p. ej. dar datos personales o de la tarjeta de crédito a través de Internet)	44,8	49,7	49,8	57,5
Por falta de confianza en la recepción o devolución de los productos, en las reclamaciones e indemnizaciones	35,4	39,8	37,7	45,5
Porque no dispone de una tarjeta que le permita pagar por Internet	15,3	22,2	18,5	22,0
Porque los vendedores extranjeros no atienden pedidos en España	2,7	5,6	5,3	3,3
Por otras razones	21,0	31,8	30,2	24,1

Fuente: Encuesta sobre Equipamiento y Uso de las TIC en los hogares. INE

3.- Variables sociodemográficas

Si se analiza el uso del comercio electrónico en Aragón desde un punto de vista sociodemográfico se puede indicar en primer lugar...

Como ya se ha indicado en la introducción, el Instituto Aragonés de Estadística explota los microdatos para Aragón de la Encuesta sobre equipamiento y uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los Hogares (TIC-H) del INE. De esta forma, podemos disponer de información sobre el uso del comercio electrónico que realizan los aragoneses de forma desagregada para variables tanto sociodemográficas (ámbito rural/urbano, zona territorial, sexo, edad, tamaño del hogar) como socioeconómicas (nivel de estudios, ingresos del hogar y situación laboral).

...que el porcentaje de compradores es mayor entre los usuarios urbanos que en el ámbito rural...

Así, en primer lugar, si se analiza la compra de algún producto o servicio a través de Internet según el ámbito territorial, se puede observar que mientras un 64,5% de los usuarios aragoneses de Internet habían realizado alguna compra electrónicamente en 2016, en el ámbito rural este porcentaje se situaba únicamente en el 59,2%, mientras que en el ámbito urbano se incrementaba hasta el 68,1%.

...aunque está diferencia tiende a reducirse

No obstante, entre 2014 y 2016 la diferencia entre los porcentajes de usuarios de Internet que han usado el comercio electrónico en el ámbito urbano y rural se ha reducido. En concreto, dicha diferencia ha pasado de 15,3 puntos porcentuales en 2014 a 8,9 puntos porcentuales en 2016.

Cuadro 8. Compra de algún producto o servicio a través de Internet según ámbito territorial. Aragón

	2014			2016		
	Aragón	Urbano	Rural	Aragón	Urbano	Rural
Total de personas que han utilizado Internet alguna vez	761.513	438.564	322.950	826.648	494.979	331.668
Personas que han comprado algún producto o servicio a través de Internet	57,4%	63,9%	48,6%	64,5%	68,1%	59,2%

Fuente: IAEST según microdatos de la Encuesta sobre equipamiento y uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los Hogares del INE

Según la zona territorial, destaca el elevado porcentaje de compradores electrónicos tanto en Huesca capital como en el resto de la provincia oscense

De forma similar, si el análisis se centra en los usuarios de Internet que han realizado compras electrónicas según zona territorial se puede indicar que mientras en Huesca capital este porcentaje era del 89,3% en 2016 en el resto de la provincia de Huesca se situaba en el 78,9%. Asimismo, en Teruel capital los compradores electrónicos alcanzaban un 66,0% de los usuarios de Internet, mientras que en el resto de la provincia turolense este dato se quedaba en un 60,0%. Por el contrario, en Zaragoza capital y en el resto de la provincia de Zaragoza los porcentajes coincidían, un 66,0% en ambos casos. Cabe destacar el elevado porcentaje de

usuarios de Internet que han realizado comercio electrónico tanto en Huesca capital como en el resto de la provincia oscense, sensiblemente por encima del resto de zonas territoriales consideradas.

No obstante, en los últimos años el mayor incremento de compradores electrónicos se ha producido en la provincia de Zaragoza

Entre 2014 y 2016 el mayor incremento en el porcentaje de compradores electrónicos se ha producido en el resto de la provincia de Zaragoza, con un incremento de casi 22 puntos porcentuales, seguida del resto de la provincia de Huesca con 19,3 puntos porcentuales y el resto de la provincia de Teruel con 18,9 puntos porcentuales. Asimismo, se puede señalar que las diferencias entre los datos de las tres capitales aragonesas y sus provincias se han reducido en el periodo considerado, especialmente en Zaragoza.

Cuadro 9. Compra de algún producto o servicio a través de Internet según zona territorial. Aragón

	2014						
	Aragón	Huesca capital	Huesca resto provincia	Teruel capital	Teruel resto provincia	Zaragoza capital	Zaragoza resto provincia
Total personas que han utilizado Internet alguna vez	761.513	33.143	102.521	20.672	53.897	384.749	166.531
Personas que han comprado algún producto o servicio a través de Internet	57,4%	72,2%	59,6%	55,8%	41,2%	63,6%	44,2%
	2016						
	Aragón	Huesca capital	Huesca resto provincia	Teruel capital	Teruel resto provincia	Zaragoza capital	Zaragoza resto provincia
Total personas que han utilizado Internet alguna vez	826.648	44.602	93.194	25.250	61.697	425.127	176.778
Personas que han comprado algún producto o servicio a través de Internet	64,5%	89,3%	78,9%	66,0%	60,0%	66,0%	66,0%

Fuente: IAEST según microdatos de la Encuesta sobre equipamiento y uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los Hogares del INE

El porcentaje de compradores electrónicos hombres es superior...

Por sexo, se puede indicar que con datos correspondientes a 2016 el porcentaje de usuarios de Internet hombres que han realizado compras electrónicas, un 69,0%, se ha situado por encima de la media aragonesa (un 64,5%), mientras que las mujeres se situaban por debajo de dicha media con un 59,9%.

Cuadro 10. Compra de algún producto o servicio a través de Internet según sexo. Aragón

	2014			2016		
	Ambos sexos	Hombre	Mujer	Ambos sexos	Hombre	Mujer
Total personas que han utilizado Internet alguna vez	761.513	386.935	374.578	826.648	417.888	408.759
Personas que han comprado algún producto o servicio a través de Internet	57,4%	60,9%	53,7%	64,5%	69,0%	59,9%

Fuente: IAEST según microdatos de la Encuesta sobre equipamiento y uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los Hogares del INE

...y esta diferencia se ha incrementado en los últimos años

Además, esta diferencia a favor de la población masculina en los porcentajes de personas que han comprado a través de Internet se ha incrementado desde los 7,2 puntos porcentuales en 2014 hasta los 9,1 puntos en 2016.

Por edad, los mayores porcentajes de compradores electrónicos se encuentra entre los más jóvenes

Si se toma como variable de análisis la edad, se puede observar, como era de esperar, que los mayores porcentajes de personas usuarias de Internet que han realizado compras electrónicas se encuentra en las cohortes de edad más jóvenes y que conforme aumenta la edad se va reduciendo el porcentaje de usuarios del comercio electrónico.

Además, no se observa una tendencia clara a reducir la brecha por edades entre los compradores electrónicos, aunque los compradores entre 65 y 74 han crecido notablemente

En concreto, los mayores compradores a través de Internet se concentran, tanto en 2014 como en 2016, en la población entre 16 y 34 años, con unos porcentajes del 65,5% y del 75,8%, respectivamente. Además, no se observa una tendencia clara a reducir la brecha por edades entre los compradores electrónicos. Así, entre 2014 y 2016 los porcentajes de personas que han comprado algún producto o servicio se ha incrementado en torno a los 10 puntos porcentuales para aquella población entre los 16 y 44 años, mientras que para las personas con edades entre los 45 y los 64 años el aumento ha sido sólo de unos 6 puntos porcentuales. No obstante, hay que destacar que entre la población entre 65 y 74 años el porcentaje de compradores electrónicos ha crecido en casi 15 puntos porcentuales, de un 19,1% a un 33,9%.

Cuadro 11. Compra de algún producto o servicio a través de Internet según edad. Aragón

	2014					
	Total	16 a 34 años	35 a 44 años	45 a 54 años	55 a 64 años	65 a 74 años
Total personas que han utilizado Internet alguna vez	761.513	268.189	197.040	164.876	100.215	31.193
Personas que han comprado algún producto o servicio a través de Internet	57,4%	65,5%	63,3%	54,9%	40,1%	19,1%
	2016					
	Total	16 a 34 años	35 a 44 años	45 a 54 años	55 a 64 años	65 a 74 años
Total personas que han utilizado Internet alguna vez	826.648	245.960	205.234	197.201	121.262	56.990
Personas que han comprado algún producto o servicio a través de Internet	64,5%	75,8%	73,8%	60,6%	46,7%	33,9%

Fuente: IAEST según microdatos de la Encuesta sobre equipamiento y uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los Hogares del INE

Por último, los mayores porcentajes de compra a través de Internet...

Por último, respecto a las variables sociodemográficas, se puede indicar que los mayores porcentajes de compra a través de Internet se encuentran en aquellos hogares con un mayor número de miembros. En concreto, con datos de 2016, en el 71,8% de los hogares de 4 o más miembros se habían realizado compras electrónicas, situándose este porcentaje en el 67,3% en los hogares

...se encuentran en los hogares con un mayor número de miembros

de 3 miembros. No obstante, cabe señalar que existe un mayor porcentaje de usuarios de Internet que usan el comercio electrónico entre los hogares de un solo miembro (54,9%) que entre los hogares de 2 miembros (51,8%).

En los últimos años, los mayores incrementos de compradores electrónicos se han producido en los hogares a partir de 3 miembros

Entre los años 2014 y 2016 el mayor incremento en el porcentaje de compradores electrónicos se ha producido en los hogares de 4 o más miembros, con un incremento de 13,5 puntos porcentuales. En segundo lugar, se han situado los hogares de 3 miembros con un aumento de 5,6 puntos porcentuales, seguidos de los hogares de un solo miembro con 4 puntos porcentuales. Finalmente, los compradores correspondientes a hogares de 2 miembros únicamente han crecido en 1,4 puntos porcentuales en el periodo considerado.

Cuadro 12. Compra de algún producto o servicio a través de Internet según tamaño del hogar. Aragón

	2014				
	Total	Hogares de 1 miembro	Hogares de 2 miembros	Hogares de 3 miembros	Hogares de 4 o más miembros
Total personas que han utilizado Internet alguna vez	761.513	43.974	150.833	243.650	323.057
Personas que han comprado algún producto o servicio a través de Internet	57,4%	50,8%	50,4%	61,7%	58,3%
	2016				
	Total	Hogares de 1 miembro	Hogares de 2 miembros	Hogares de 3 miembros	Hogares de más miembros
Total personas que han utilizado Internet alguna vez	826.648	46.566	203.864	257.581	318.637
Personas que han comprado algún producto o servicio a través de Internet	64,5%	54,9%	51,8%	67,3%	71,8%

Fuente: IAEST según microdatos de la Encuesta sobre equipamiento y uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los Hogares del INE

4.- Variables socioeconómicas

Desde un punto de vista socioeconómico se puede señalar en primer lugar que los compradores electrónicos aumentan con el nivel de estudios...

En cuanto a las variables socioeconómicas, se puede comenzar indicando que conforme se incrementa el nivel de estudios aumenta el porcentaje de usuarios de Internet que han realizado compras electrónicas. Así, en 2016 el 81,2% de las personas con educación universitaria habían comprado algún producto o servicio a través de Internet, frente al 63,0% de los que habían completado la segunda etapa de Educación Secundaria o una FP de Grado Superior, el 50,6% que habían finalizado la Primera etapa de Educación Secundaria o el 24,6% que únicamente contaban con Educación Primaria o menos.

...aunque esta diferencia...

No obstante, esta diferencia a favor de la población con un mayor nivel de estudios a la hora de realizar compras a través de Internet se ha reducido entre 2014 y 2016. Así, los compradores con

...tiende a reducirse en los últimos años

estudios universitarios se han incrementado en dicho periodo en 1,8 puntos porcentuales, mientras que dicho dato alcanza los 6,4 puntos porcentuales entre las personas con estudios de Segunda etapa de Educación Secundaria o un FP de Grado Superior y los 16,9 puntos porcentuales entre los usuarios de Internet con Primera etapa de Educación Secundaria. Sin embargo, los compradores con Educación Primaria o menos se han reducido ligeramente desde un 26,6% en 2014 a un 24,6% en 2016.

Cuadro 13. Compra de algún producto o servicio a través de Internet según nivel de estudios. Aragón

	2014				
	Total	Educación Primaria o menos	Primera etapa de Educación Secundaria	2º etapa E. Secundaria y FP Grado Superior	Educación universitaria
Total personas que han utilizado Internet alguna vez	761.513	93.756	140.764	346.357	180.637
Personas que han comprado algún producto o servicio a través de Internet	57,4%	26,6%	33,7%	63,0%	81,2%
	2016				
	Total	Educación Primaria o menos	Primera etapa de Educación Secundaria	2º etapa E. Secundaria y FP Grado Superior	Educación universitaria
Total personas que han utilizado Internet alguna vez	826.648	67.305	193.665	373.346	192.332
Personas que han comprado algún producto o servicio a través de Internet	64,5%	24,6%	50,6%	69,4%	83,0%

Fuente: IAEST según microdatos de la Encuesta sobre equipamiento y uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los Hogares del INE

Por su parte, a medida que aumenta el nivel de ingresos de los hogares se incrementa el porcentaje de compradores electrónicos

Asimismo, como era de esperar, conforme se incrementa el nivel de ingresos de los hogares aumenta el porcentaje de usuarios de Internet que han realizado compras electrónicas. De esta forma, con datos de 2016 se puede indicar que aquellos hogares con ingresos por encima de 1.600 euros cuentan con unos porcentajes de personas que han realizado comercio electrónico superiores al 75%. Sin embargo, este porcentaje baja hasta el 51,4% para hogares con ingresos entre 901 y 1.600 euros y hasta el 42,6% para aquellos hogares con ingresos menores a 900 euros.

No obstante, hay una cierta tendencia a incrementarse los compradores electrónicos de hogares con un rango de ingresos bajo y medio

Si se comparan estos datos con los de 2014, se ha producido un incremento, aunque no generalizado, de personas que han realizado compras electrónicas y que pertenecían a hogares con un rango de ingresos bajo y medio, mientras que en los hogares con ingresos más altos (más de 2.500 euros) se mantenía unos porcentajes similares. En concreto, los compradores a través de Internet se han incrementado en 9,3 puntos porcentuales en los hogares con ingresos de menos de 900 euros y en 14,1 puntos porcentuales en los hogares con ingresos de 1.601 euros a 2.500. Sin embargo, este porcentaje disminuía ligeramente (de un 53,8% a un 51,4%) en los hogares con ingresos entre 901 y 1.600 euros.

Cuadro 14. Compra de algún producto o servicio a través de Internet según ingresos del hogar. Aragón

	2014						
	Total	Menos de 900 euros	De 901 a 1600 euros	De 1601 a 2500 euros	Más de 2500 euros	No sabe o no responde	
Total personas que han utilizado Internet alguna vez	761.513	72.586	216.599	229.065	135.161	108.102	
Personas que han comprado algún producto o servicio a través de Internet	57,4%	33,3%	53,8%	61,8%	76,6%	47,5%	
	2016						
	Total	Menos de 900 euros	De 901 a 1.600 euros	De 1.601 a 2.500 euros	De 2.501 a 3.000 euros	Más de 3.000 euros	No sabe o no responde
Total personas que han utilizado Internet alguna vez	826.648	71.274	212.416	184.324	91.019	73.066	194.548
Personas que han comprado algún producto o servicio a través de Internet	64,5%	42,6%	51,4%	75,8%	75,8%	80,8%	64,8%

Fuente: IAEST según microdatos de la Encuesta sobre equipamiento y uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los Hogares del INE

Por último, el mayor porcentaje de compradores electrónicos se encuentra entre los activos ocupados...

Por último, en 2016 el mayor porcentaje de personas que han comprado a través de Internet según su situación laboral se encuentra entre los activos ocupados (con un 69,3%) seguido por los activos parados (con un 64,4%) y, a mayor distancia, por los inactivos (con un 51,4%).

...aunque las diferencias entre compradores según su situación laboral se han reducido

Sin embargo, entre 2014 y 2016 se puede observar como las diferencias entre compradores a través de Internet según su situación laboral se han reducido. Así, los compradores que son activos parados se han incrementado en 13,6 puntos porcentuales y los compradores que se encuentran inactivos en 7,4 puntos porcentuales, frente al crecimiento de 5,4 puntos porcentuales de los activos ocupados. Por tanto, se han acortado la brecha entre ocupados y no ocupados.

Cuadro 15. Compra de algún producto o servicio a través de Internet según situación laboral. Aragón

	2014				
	Total	Activos ocupados	Activos parados	Inactivos	Otra situación laboral
Total personas que han utilizado Internet alguna vez	761.513	462.048	130.246	157.832	11.388
Personas que han comprado algún producto o servicio a través de Internet	57,4%	63,9%	50,8%	44,0%	-
	2016				
	Total	Activos ocupados	Activos parados	Inactivos	Otra situación laboral
Total personas que han utilizado Internet alguna vez	826.648	516.502	93.232	208.418	8.496
Personas que han comprado algún producto o servicio a través de Internet	64,5%	69,3%	64,4%	51,4%	94,7%

Fuente: IAEST según microdatos de la Encuesta sobre equipamiento y uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los Hogares del INE

5.- Conclusiones

El porcentaje de usuarios de Internet en Aragón es superior a la media nacional y continúa creciendo

En Aragón, según la Encuesta TIC-Hogares del INE, el número de personas entre 16 y 74 años que ha utilizado alguna vez Internet se ha incrementado hasta un 88,1% en 2017, nueve puntos porcentuales más que en 2014. Además, el porcentaje de usuarios de Internet en la Comunidad aragonesa tradicionalmente es superior a la media nacional.

De forma similar, los compradores electrónicos se han ido incrementando por encima de la media nacional

Si el estudio se centra en el porcentaje de personas entre 16 y 74 años que han comprado alguna vez a través de Internet, en Aragón éste ha pasado de un 44,5% en el año 2014 a un 61,2% en 2017. Asimismo, la proporción de personas que han comprado alguna vez por Internet es superior en la Comunidad aragonesa al promedio nacional, incrementándose esta diferencia lo largo del periodo analizado.

Así, Aragón es la 4ª CCAA con más compradores electrónicos en 2017

De esta forma, Aragón en 2017 se situaba como la cuarta Comunidad Autónoma con el mayor porcentaje de personas que han comprado alguna vez por Internet, un 61,2%, solamente por detrás de Navarra (64,5%), Madrid (63,8%) y las Islas Baleares (62,7%).

En torno a la mitad de los compradores a través de Internet en Aragón lo han hecho en el último mes y lo han hecho entre 1 y 2 ocasiones

Respecto a los hábitos de compra, si se analiza el momento último de compra se puede indicar que el 48,5% de los compradores a través de Internet en Aragón lo han hecho en el último mes, porcentaje que se incrementa hasta el 74,1% en los últimos tres meses. En cuanto a la frecuencia de compra, se observa que el 50,8% de los compradores ha comprado entre 1 y 2 ocasiones y el 31,7% entre 3 y 5 veces.

El valor de las compras ha ido descendiendo y la mayoría se realiza a vendedores nacionales

En cuanto al gasto medio en las compras realizadas por Internet, ha existido en Aragón una tendencia, compartida a nivel nacional, a disminuir su valor entre 2015 y 2017. Por último, tanto en España como en Aragón, ocupan el primer lugar aquellas compras realizadas a vendedores nacionales. No obstante, en ambos casos se han incrementado las compras fuera del territorio nacional.

El mayor incremento de compras se ha producido en Material deportivo y ropa

Los productos/servicios más comprados en Aragón a través de Internet en 2017 son Material deportivo, ropa (59,6%), Alojamientos de vacaciones (55,9%), Entradas para espectáculos (48,2%) y Otros servicios para viajes (42,5%). Respecto a 2014, ha destacado el aumento de los compradores de Material deportivo y ropa, más de 10 puntos porcentuales, y las caídas de compradores en los apartados de Otros servicios para viajes y Alojamientos de vacaciones: 9,3 y 7,8 puntos porcentuales menos, respectivamente).

Únicamente el 8,8% de los compradores aragoneses por Internet en 2017 ha tenido algún problema con las mismas...

Solo el 8,8% de los compradores aragoneses por Internet en 2017 ha declarado haber tenido algún problema al realizar estas compras. No obstante, respecto a 2015 dicho porcentaje se ha incrementado en Aragón en 1,2 puntos. Los problemas relativamente más frecuentes son: productos o servicios entregados con defectos o diferentes a los encargados (5,0% de los compradores) y retrasos en la entrega (4,2%).

...y ha ido descendiendo el porcentaje de personas que no compran por Internet por falta de habilidades o conocimientos

En el último año (2017), las principales razones alegadas por los usuarios aragoneses de Internet de los 12 últimos meses que no compraron a través de Internet o lo hicieron hace más de un año son porque prefiere comprar personalmente en una tienda (84,8%) y porque le preocupa la privacidad o la seguridad en el pago (57,5%). En comparación con 2015, en la Comunidad aragonesa ha sobresalido el descenso en más de siete puntos porcentuales de los usuarios de Internet que no han realizado compras electrónicas por falta de habilidades o conocimientos.

El perfil del comprador electrónico de Aragón es el de un varón joven que reside en un hogar urbano de 4 miembros o más

Si trazamos a grandes rasgos el perfil del comprador a través de Internet aragonés, y tomamos como referencias variables sociodemográficas con datos de 2016, se puede indicar que en dicho perfil predominan los varones (69,0% de las personas que han comprado a través de Internet alguna vez), de edad comprendida entre 16 y 34 años (75,8%), que reside en un hogar formado por 4 miembros o más (71,8%) y en un ámbito urbano (68,1%). Además, el mayor porcentaje de personas que han comprado a través de Internet se da en Huesca capital (89,3%).

En los últimos años, no se ha reducido la brecha a favor de los hombres...

Si tomamos como referencia el periodo 2014-2016, la diferencia a favor de la población masculina en los porcentajes de personas que han comprado a través de Internet ha aumentado.

...ni la que existe por edades a favor de jóvenes...

Asimismo, no se observa una tendencia clara a reducir la brecha por edades entre los compradores electrónicos, aunque hay que destacar que la población entre 65 y 74 años ha registrado el mayor crecimiento en términos porcentuales de usuarios que compran a través de Internet.

...y los hogares de mayor tamaño

Además, en el periodo analizado, los mayores incrementos en los porcentajes de compradores electrónicos se han producido en los hogares de 3 o más miembros, es decir, en los de mayor tamaño.

Por el contrario, la diferencia...

Por el contrario, entre 2014 y 2016 la diferencia entre los porcentajes de usuarios de Internet que han usado el comercio

...entre compradores de ámbito urbano y rural sí que se ha reducido

electrónico en el ámbito urbano y rural se ha reducido. Ello ha sido consecuencia de que en dicho periodo el mayor incremento en el porcentaje de compradores electrónicos se ha producido en el resto de la provincia de Zaragoza, seguida del resto de la provincia de Huesca y el resto de la provincia de Teruel, es decir, fuera de las capitales de provincia.

El perfil socioeconómico del comprador electrónico de Aragón sería el de un activo ocupado de nivel de renta y formación alto

Por último, con datos de 2016 y desde un punto de vista socioeconómico, el perfil del usuario de Internet aragonés que compra a través de Internet se correspondería con un nivel de formación alto, de educación universitaria (83,0% de las personas que han comprado a través de Internet alguna vez), con un nivel de renta mensual de más de 1.600 euros mensuales (porcentajes superiores al 75% en dichos niveles de renta) y que se encuentra en una situación desde el punto de vista laboral de activo ocupado (69,3%).

No obstante, en las variables socioeconómicas se han reducido en los últimos años las diferencias entre compradores electrónicos

Sin embargo, el mayor porcentaje de compradores a través de Internet a favor de la población con un mayor nivel de estudios se ha reducido entre 2014 y 2016. Además, en ese mismo periodo de tiempo se ha registrado un aumento, aunque no generalizado, de personas que han realizado compras electrónicas y que pertenecen a hogares con unos ingresos medios y bajos, mientras que en los hogares con mayores ingresos (más de 2.500 euros) se mantenía unos porcentajes similares. Finalmente, entre 2014 y 2016 se observa como las diferencias entre compradores a través de Internet según su situación laboral han disminuido.