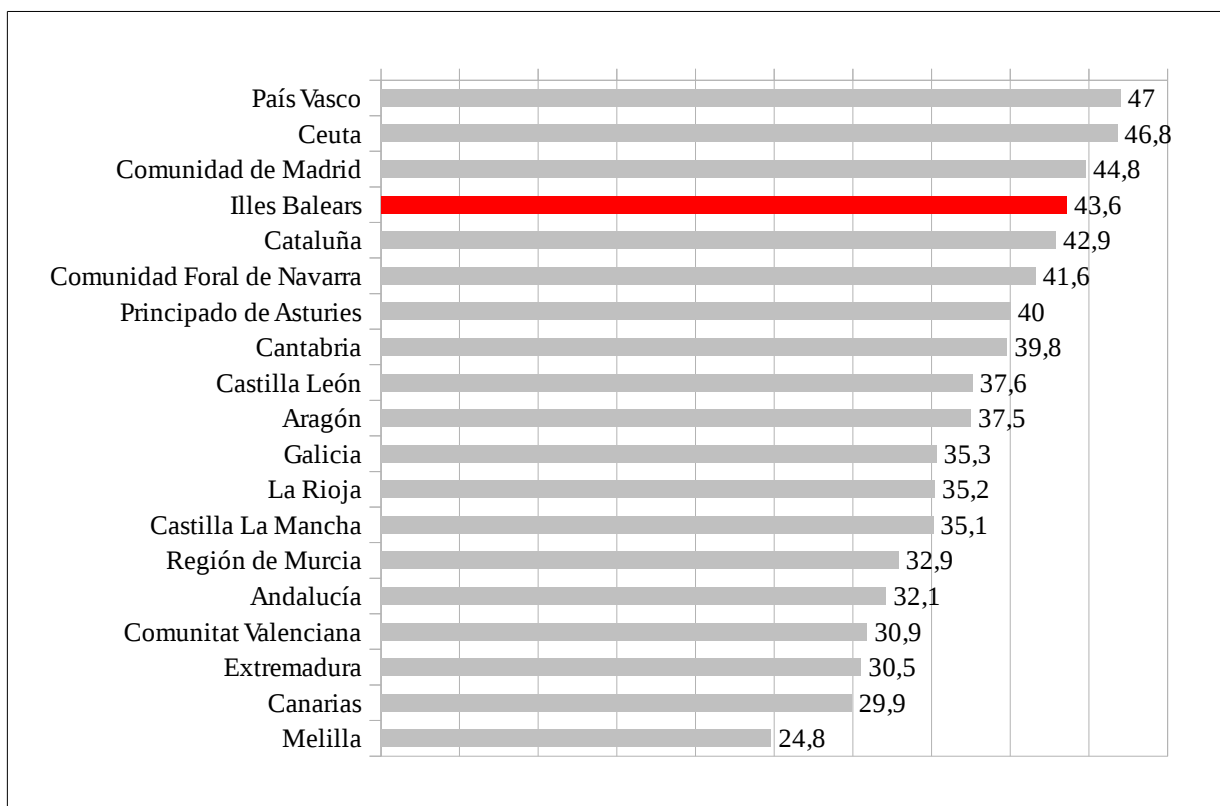




Obsímetro 17: Los hábitos de compra de la ciudadanía balear. Datos INE y Ibestat 2013.

Es sabido que las Illes Balears es una de las comunidades autónomas dónde más personas afirman haber comprado en Internet, sólo por detrás del País Vasco, Ceuta y la Comunidad de Madrid. Los datos que hacen referencia al 2013 afirman que más de 4 de cada 10 ciudadanos baleares han comprado en alguna ocasión a través de la Red, mientras la media para el total nacionales se encuentra en el 37,5%.

Gráfico 1. Personas que han comprado alguna vez a través de Internet, según CCAA.

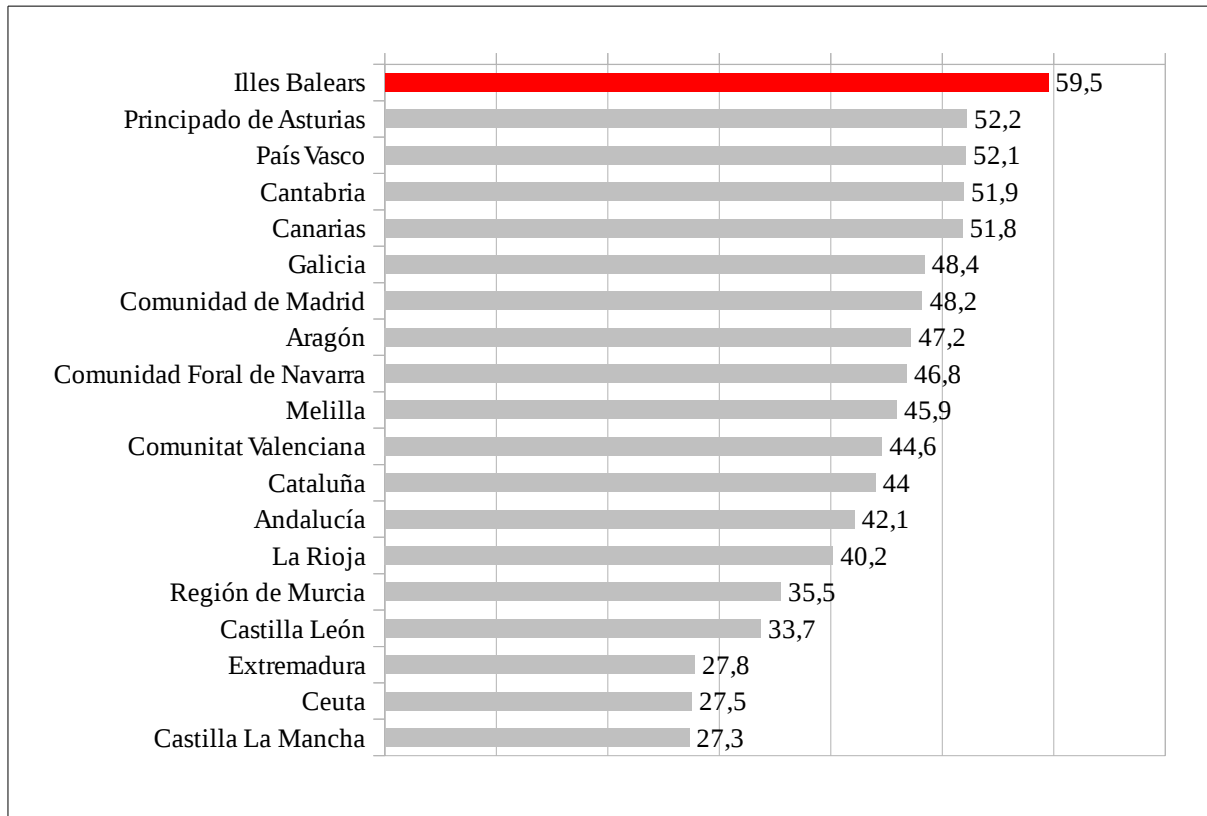


Fuente: INE 2013

En el Ibestat, y a partir de los datos del INE 2013, se encuentran las cifras en relación a las características sociodemográficas y socioeconómicas que perfilan los hábitos de compra de la ciudadanía balears. Por tanto, veamos quién compra, qué compra, dónde compra y qué lo motiva a hacerlo. ¿Hay diferencias entre sexos? ¿Influyen el nivel de estudios y de ingresos? ¿Hasta qué punto la edad tienen un impacto directo en los hábitos de compra de la ciudadanía balear?

Del total de personas que han comprado en Internet durante el 2013 (333.359), el 60% ha comprado servicios para viajes (billetes de transporte público, alquiler de coches, etc.), el 42,5% alojamiento de vacaciones (hoteles, apartamentos, etc.) y el 32,5% material deportivo y ropa. La mayoría han comprado a vendedores nacionales (69,6%) y los principales motivos de haber realizado compras en la Red son la comodidad (73,6%) y el precio (69,6%). ¿Compramos más servicios para viajes por el hecho de vivir en islas? En el gráfico 2, se compara la compra de estos servicios con el resto de CCAA.

Gráfico 2. Compra de servicios para viajes (billetes de transporte, alquiler de coches, ...) por CCAA.

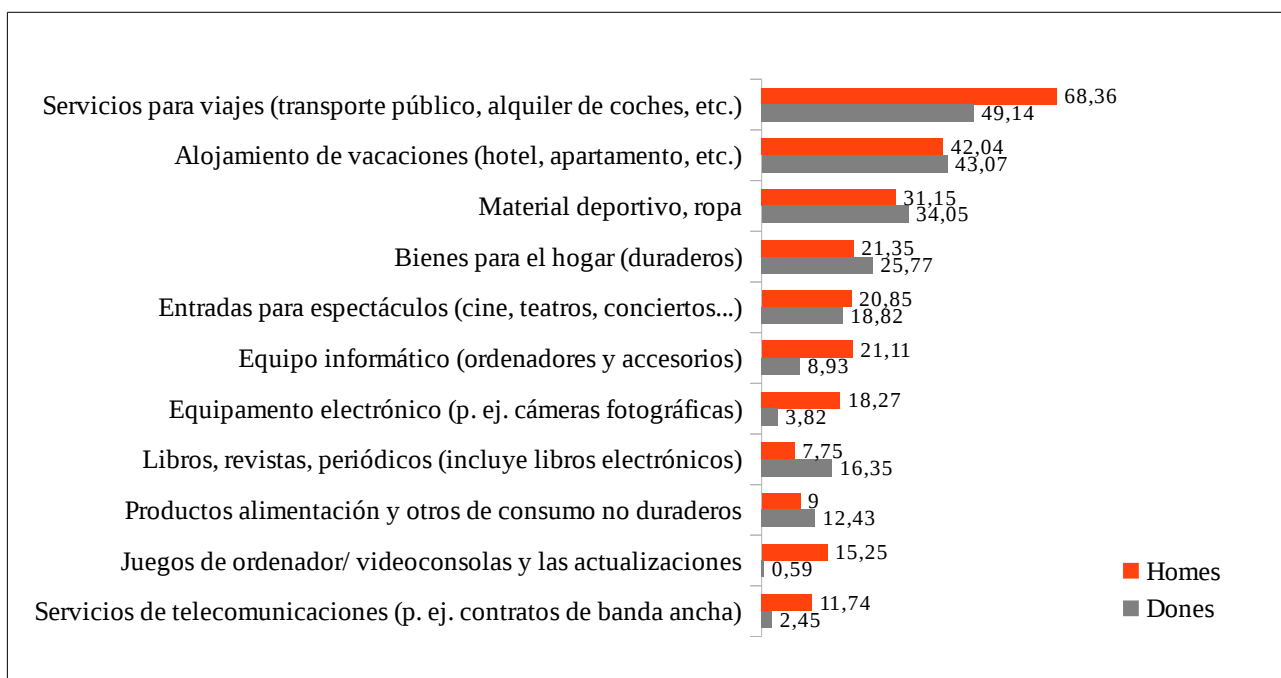


Fuente: INE 2013

Sexo:

Un 47,2% de hombres y un 40% de mujeres afirman haber realizado compras a través de la Red en alguna ocasión. Respecto a lo que compran, hombres y mujeres han comprado sobretodo y durante el 2013, servicios para viajes, como billetes de transporte, alquiler de coches y alojamiento de vacaciones, aunque en los servicios para viajes como billetes de transporte, alquiler de coches y alojamiento de vacaciones, aunque en los servicios para viajes hay 20 puntos porcentuales que los separan. Respecto a los hombres, compran más equipamiento informático, electrónico, software y servicios de telecomunicaciones que las mujeres, en cambio, las mujeres duplican la cifra a la hora de comprar libros y revistas, aunque también compran más productos de alimentación y otros bienes de consumo que los hombres.

Gráfico 3. Uso de comercio electrónico con finalidades privadas en los últimos 12 meses por tipo de producto/ servicio.



Fuente: Ibestat 2013 a partir de los datos del INE

Tanto hombres como mujeres han comprado principalmente a vendedores nacionales, però los hombres también han comprado a vendedores de otros países de la UE (26,2%) y a vendedores del resto del mundo (21%), las mujeres, aunque también lo han hecho, ha sido en menores ocasiones, en un 18,6% y un 3,2% respectivamente. Los principales motivos de comprar por Internet son, para ambos, la comodidad y el precio; el ahorro de tiempo se situa 20 puntos por encima en los hombres, mientrasas también son más de 4 de cada 10 hombres quienes afirman comprar por Internet por la facilidad que les supone a la hora de comparar ofertas.

Tabla 1. Motivos principales para comprar por Internet, según sexo.

	Hombres	Mujeres
Precio, promociones u ofertas	76,8	60,7
Comodidad	77,7	68,8
Ahorro de tiempo	65,3	44,1
Rapidez en el suministro	31,3	32,5
Más gama de productos	39,8	42,9
Facilidad para comparar ofertas	42,8	29,2
Facilidad de compra	39,5	32,1
Producto no disponible en tienda física	21,8	12,4

Fuente: Ibestat 2013 a partir de los datos del INE

Edad:

El hecho de haber comprado alguna vez en Internet sigue siendo una progresión inversamente proporcional a la edad. Así, en el colectivo más joven es dónde se encuentra el mayor porcentaje de ciudadanos que afirman haber comprado en la Red. De esta manera, si nos fijamos en la tabla 2, a más edad, menor porcentaje de compras y, aunque el grupo de mayor edad ha aumentado 1 punto respecto al período anterior, sigue situándose a más de 50 puntos porcentuales respecto el colectivo más joven y a 15 del grupo de edad que de los 55 a los 64.

Tabla 2. Han comprado alguna vez en Internet, según edad.

	2012	2013
Total	37,9	43,6
De 16 a 24 años	46,2	63,4
De 25 a 34 años	40,9	57,8
De 35 a 44 años	54	51,6
De 45 a 54 años	36,3	40,2
De 55 a 64 años	22,4	22,9
De 65 a 74 años	7,5	8,5

Fuente: INE 2013

En relación a lo que compran, las personas afirman haber comprado durante los últimos 12 meses (año 2013), se encuentran diferencias entre los grupos de edad. Todos coinciden en aquello que más compran, servicios para viajes como billetes de transporte, alquiler de coches, etc... A más edad, más entradas y más acciones y seguros. En cambio, el material deportivo y la ropa siguen una progresión inversa.

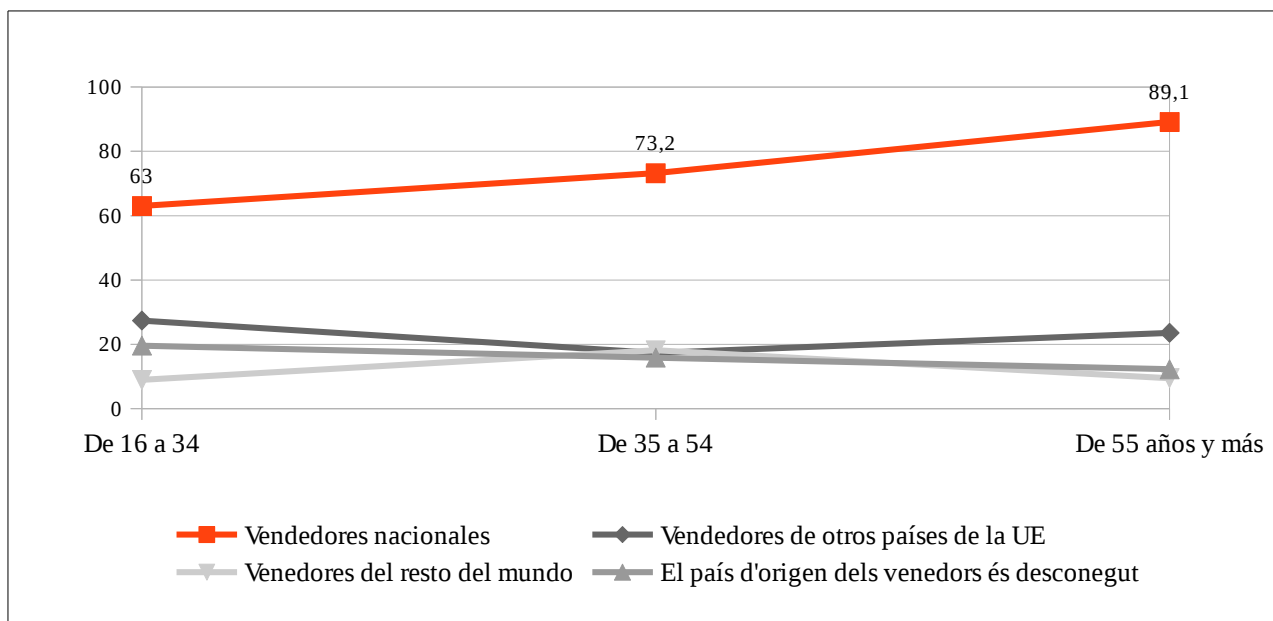
Tabla 3. Uso de comercio electrónico con fines privados en los últimos 12 meses por tipo de producto/ servicio, según grupo de edad.

	De 16 a 34 años	De 35 s 54 años	De 55 i más años
Servicios para viajes (billetes avión, alquiler coches, ...)	54,5	60,7	84,7
Alojamiento de vacaciones (hotel, apartamento, ...)	35,1	47,1	62,4
Material deportivo, ropa	42,8	25,9	6,3
Bienes para el hogar	20	27	24,2
Entradas para espectáculos	13	24,4	37,2
Equipamiento informático	12	19,4	17,1
Libro, revistas y periódicos	7,4	12,4	32,1
Productos de alimentación y de consumo no duraderos	8	13,1	12,6
Acciones, seguros u otros servicios financieros	1,2	2,8	7

Fuente: Ibestat 2013 a partir de los datos del INE

¿Dónde compran? Influye la edad a la hora de comprar cerca? Los datos que se observan en el gráfico 4 muestran que no demasiado, aunque a mayor edad, más compras a vendedores nacionales, llegando prácticamente al 90% en el grupo de personas de 55 y más años. Quién más compra a vendedores del resto del mundo es el colectivo tal vez más maduro respecto a las compras online, el que comprende las edades de entre 35 y 54 años.

Gráfico 4. Uso de comercio electrónico con fines privados en los últimos 12 meses por origen del vendedor, según grupo de edad.



Fuente: Ibestat 2013 a partir de los datos del INE

Vamos a ver ahora los principales motivos que llevan a comprar en Internet según la edad del comprador. Mientras el colectivo más joven compra motivado, sobretodo, por precio, a partir de los 35 años el motivo principal pasa a ser la comodidad. El ahorro de tiempo, aunque tiene presencia importante, pierde importancia en las personas de 55 y más años.

Tabla 4. Motivos principales por los cuales han comprado en Internet, según grupo de edad.

	De 16 a 34 años	De 35 s 54 años	De 55 y más años
Precio, promociones u ofertas	72,9	70,7	43,8
Comodidad	71	78,3	65,6
Ahorro de tiempo	55,8	57	48
Rapidez en el suministro	30	37	19,2
Más gama de productos	45	39	32,5
Facilidad para comparar ofertas	33,7	41,6	28,6
Facilidad de compra	30	44,5	29,1
Producto no disponible en tienda física	18,5	17,5	11,9

Fuente: Ibestat 2013 a partir de los datos del INE

Nivel de estudios:

Según el nivel de estudios terminados, se ve como el porcentaje de personas que no han comprado por Internet es superior en personas con menor nivel de estudios. Así, mientras el 54,6% de ciudadanos con nivel de estudios Inferiores no ha comprado nunca en Internet, en el caso de los ciudadanos con estudios Superiores la cifra se sitúa en el 30%.

Tabla 5. Productos o servicios más comprados por motivos particulares, según nivel de estudios acabados.

	Ed. Primaria o inferior	Ed. Secundaria	FP de grado superior	Ed. Superior
Servicios para viajes (billetes avión, alquiler coches, ...)	31,7	53,5	54,5	84,3
Alojamiento de vacaciones (hotel, apartamento, ...)	39,2	32,1	54,5	63,7
Material deportivo, ropa	9,1	34	40,6	33,2
Bienes para el hogar	15,2	23,8	30,9	22,1
Entradas para espectáculos	9,6	14,1	30	33,1
Equipamiento informático	25,2	16,1	17,5	10,9

Fuente: Ibestat 2013 a partir de los datos del INE

Las diferencias también se plaman en el tipo de producto/ servicio más comprado dependiendo del nivel de estudios acabados. Lo que más compran los ciudadanos con educación Primaria o inferior es alojamiento para vacaciones, seguido de otros servicios para viajes y equipamiento informático mientras en el resto de grupos continua siendo los servicios para viajes (billetes avión, alquiler coches, ...), el alojamiento para vacaciones y el material deportivo o ropa. En las entradas para espectáculos, la cifra que hace referencia a las personas con educación Primaria o inferior se duplica al pasar a educación Secundaria y se triplica a partir de la Formación Profesional de grado superior.

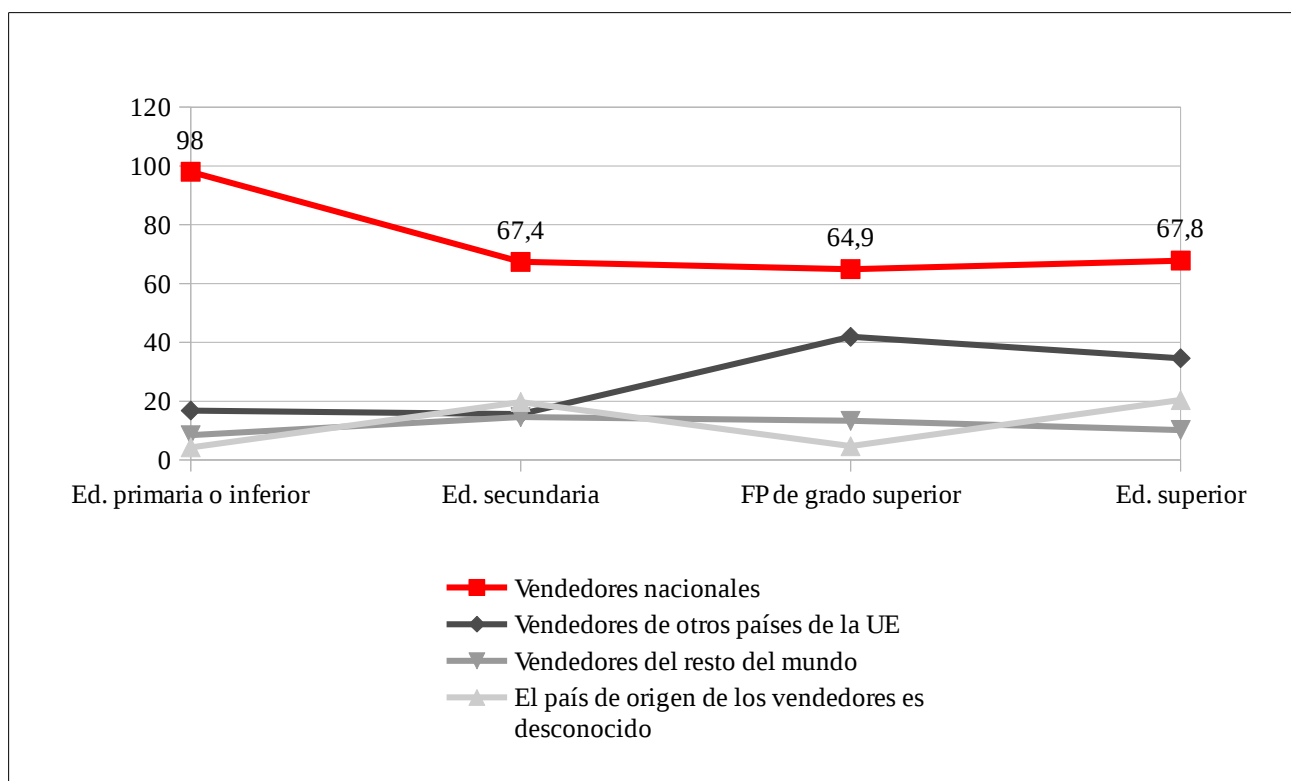
Tabla 6. Motivos principales por los que han comprado por Internet, según nivel de estudios.

	Ed. Primaria o inferior	Ed. Secundaria	FP de grado superior	Ed. Superior
Precio, promociones u ofertas	72,1	75,1	71,4	55,1
Comodidad	78,4	72,2	74	75,6
Ahorro de tiempo	44	58,3	52	54,4
Rapidez en el suministro	36,4	31	32,4	32,3
Más gama de productos	25,1	48	22,7	37,2
Facilidad para comparar ofertas	47,9	38	29,1	33
Facilidad de compra	52,1	37	25,7	33,2
Producto no disponible en tienda física	45	15,9	6	17,2

Fuente: Ibestat 2013 a partir de los datos del INE

Los principales motivos de compra por Internet son el precio y la comodidad, independientemente del nivel de estudios terminados. Pero llama la atención que al hablar de las personas con educación Superior, el precio como motivo disminuye hasta el 55%, casi 20 puntos porcentuales menos que en el resto de grupos, y en las personas con educación Primaria o inferior, la facilidad a la hora de comprar se encuentra también a más de 20 puntos por encima respecto el resto. El motivo de comprar por Internet porque el producto no está disponible en la tienda física, es importante para el grupo de personas con nivel de estudios Primarios o inferior però, en cambio, no representa un motivo importante por el resto, y por lo que respecta al ahorro de tiempo, también resulta más de 10 puntos porcentuales de diferencia entre este colectivo y el resto.

Gráfico 5. Uso de comercio electrónico con fines privados en los últimos 12 meses por origen del vendedor, según nivel de estudios.



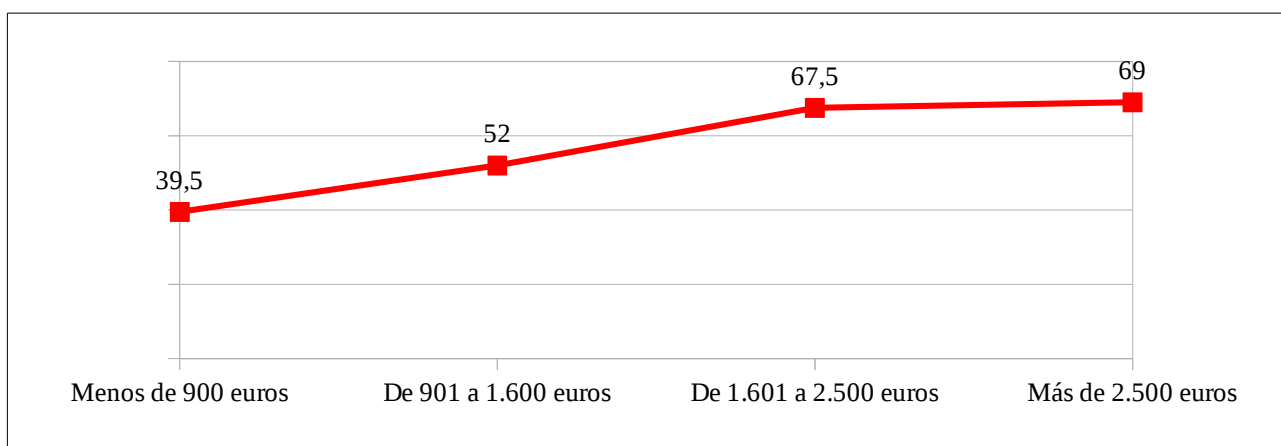
Fuente: Ibestat 2013 a partir de los datos del INE

Según se ve en el gráfico 5, a medida que aumenta el nivel de estudios acabados, disminuyen las compras a vendedores nacionales, a la vez que aumentan las compras a vendedores de otros países de la UE, situándose en el punto de inflexión las personas con Formación Profesional de grado superior. En todo caso, se puede afirmar que la gran mayoría de compradores de las Illes Balears, independientemente del nivel de estudios terminados, compra mayoritariamente a vendedores nacionales.

Nivel de ingresos:

¿Cómo influye el nivel de ingresos en las compras online de la ciudadanía balear? Respecto a las personas que han comprado en Internet alguna vez, el nivel de ingresos netos del hogar dónde vive la persona encuestada, parece tener un impacto bastante claro. Mientras casi 4 de cada 10 personas que viven en hogares con ingresos netos inferiores a 900€ al mes han comprado a través de la Red, lo han hecho 7 de cada 10 personas que viven en hogares con ingresos netos superiores a los 2.500€.

Gráfico 6. Personas que han realizado compras por Internet alguna vez, según nivel de ingresos netos del hogar dónde vive.



Fuente: Ibestat 2013 a partir de los datos del INE

Las compras también se diferencian dependiendo del nivel de ingresos. Llama la atención como en el alojamiento de vacaciones, la cifra pasa del 11,7% en los ingresos inferiores al 71,5% en los ingresos superiores. En relación a la compra de libros, revistas y periódicos, la cifra se duplica al pasar de las personas con menos ingresos a las de más de 2.500€, y lo mismo pas con los bienes para el hogar.

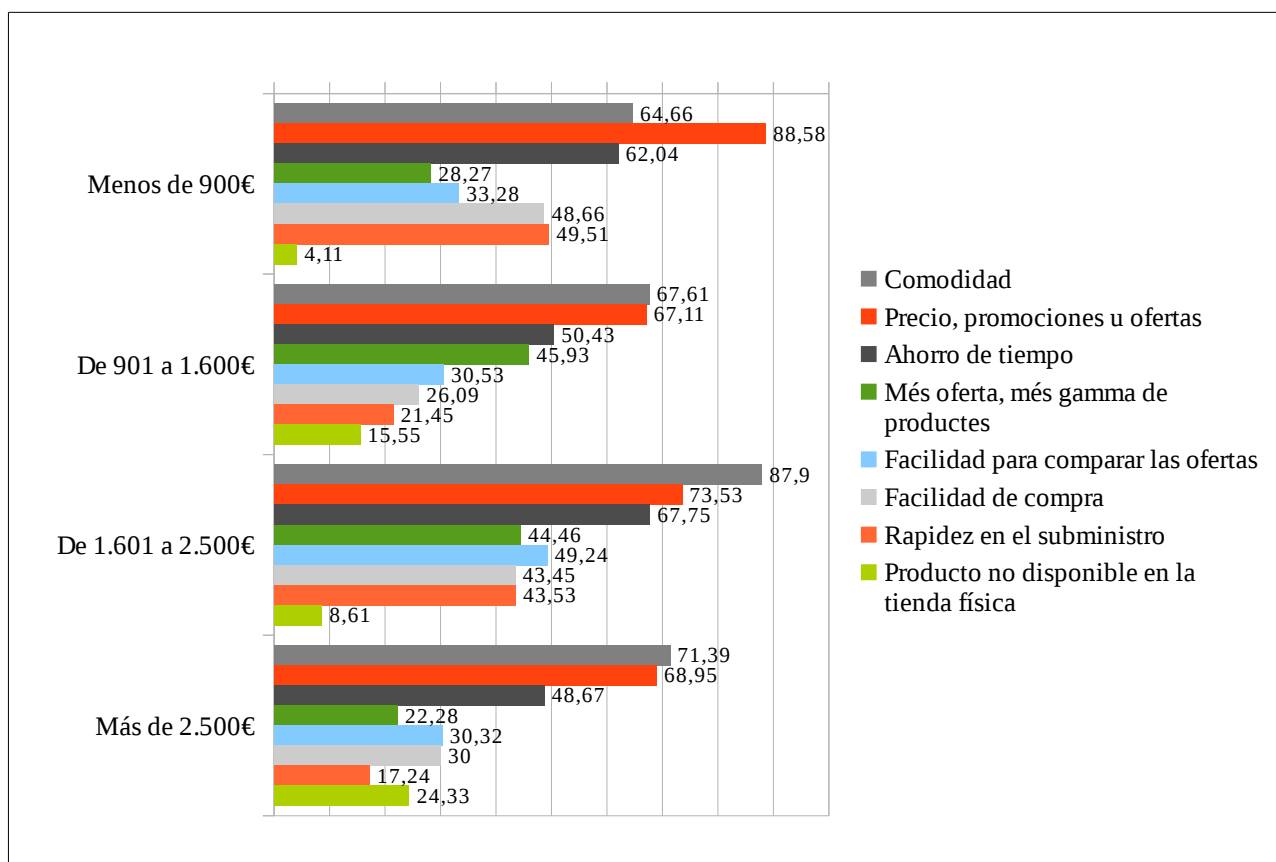
Tabla 7. Productos o servicios más comprados por motivos particulares, según nivel de ingresos netos del hogar.

	Menos de 900€	De 901-1600€	De 1601-2500€	Más de 2500€
Servicios para viajes (billetes avión, alquiler de coches, ...)	52,1	40	71,9	85,8
Alojamiento de vacaciones (hotel, apartamento, ...)	11,7	18,1	52,5	71,5
Material deportivo, ropa	21,7	36,8	31,2	36,1
Bienes para el hogar	16	17,4	18,2	30,5
Entradas para espectáculos	12,5	12	26,7	29,7
Equipamiento informático	16,7	15,8	6,5	14,2
Libros, revistas y periódicos	8,4	12,1	10,4	17,3
Productos de alimentación y de consumo no duraderos	-	9,5	10,9	25

Fuente: Ibestat 2013 a partir de los datos del INE

Las maores diferencias entre lo que compran las paersonas con diferente nivel de ingresos se concentran, sobretodo, en lo más comprado, es decir, los servicios para viajes y el alojamiento para vacaciones, però también en los productos de alimentación y de consumo no duraderos. En el resto de bienes y servicios, aunque las cifras son superiores a mayores ingresos, no hay tantos puntos de diferencia.

Gráfico 7. Motivo principales por los que han comprado por Internet, por nivel de ingresos.



Fuente: Ibestat 2013 a partir de los datos del INE

Mientras para las personas con menores ingresos el motivo principal de comprar en la Red es el precio, la comodidad lo es para las personas con ingresos superiores, siendo estos dos los principales motivos en general. A más ingresos, más comodidad y a menores ingresos, más precio. El ahorro de tiempo es el tercer motivo más citado por los compradores. No encontrar el producto disponible en las tiendas físicas y buscarlo en Internet es uno de los motivos para 4 de cada 10 personas con ingresos superiores a 2,500€, pero sólo lo es para 4 de cada 100 de las personas con ingresos inferiores.