

L'ús de les TIC en el context de la crisi a Balears (IV)

MODESTA UTILITZACIÓ D'INTERNET PER A LES COMPRES DOMÈSTIQUES

El número 44 de **TEMES SOCIOECONÒMICS GADESO** és el quart de la sèrie dedicada a observar l'ús de les Tecnologies de la Informació i la Comunicació (TIC) a les Illes Balears. En els números anteriors analitzàvem la situació actual en l'àmbit de les empreses, els habitatges illencs i l'ús que en fan les persones de 16 a 74 anys. Acabarem aquesta sèrie amb un pròxim número dedicat a la bretxa de gènere en l'ús de les TIC.

En aquesta ocasió centram el focus en un aspecte prou important: el comerç electrònic per a usos domèstics i/o particulars realitzat per les persones de 16 a 74 anys. Ho fem, com és costum a **TEMES SOCIOECONÒMICS GADESO**, presentant la informació en un format de flaix i, com hem fet en tota la sèrie, amb les dades de l'enquesta sobre equipament i l'ús de les TIC en les llars que elabora l'Institut Nacional d'Estadística (INE) com a font.

Els resultats d'aquesta enquesta, publicats el 2 de setembre de 2014, corresponen a entrevistes realitzades entre els mesos de gener i maig d'aquest any, i, per tant, són unes dades molt actuals.

Tant de bo el contingut que segueix, sigui del vostre interès, aquest ha estat l'objectiu de l'equip de la fundació Gadeso. Podeu consultar els altres **TEMES SOCIOECONÒMICS GADESO** sobre la temàtica a www.gadeso.org.

1. Introducció

Pot ser que la proximitat de les festes nadalenques i la intenció d'analitzar el tradicional consum d'aquest període de l'any, expliquin la proliferació de notícies recents relacionades amb el comerç electrònic. No debades darrerament s'han pogut llegir titulars, de premsa econòmica com ara: *“El comercio electrónico espera récord de ventas”* o *“Amazon España afirma estar ante las mejores Navidades de la historia”* (Expansión de 11-XI-2014)

I tanmateix, Espanya no és precisament el paradigma del comerç *on line*. Segons dades de l'escola de negocis *Online Business School*, el 32% dels espanyols i espanyoles compren “fent un click”. Res a veure amb els percentatges de la població danesa o britànica (77%) que ho fa, i molt per davall de la mitjana europea, que se situa al 47%. A les Illes Balears, segons les darreres dades oficials -que són les que tractem en aquest número de TEMES SOCIOECONÒMICS GADES0- el 45,5% del total de la població de 16 a 74 anys fa compres per Internet. És un percentatge, tot i que superior a l' espanyol, modest si el comparam amb la mitjana europea.

Sigui com sigui, sembla evident que el futur passa per un creixement del comerç electrònic. Agradi o no, Internet s'ha convertit en una grandiosa tenda oberta 24 hores al dia i tots els dies de l'any. Aquesta realitat comercial està canviant els hàbits dels consumidors i consumidoras, i les estratègies comercials i l'organització de les mateixes empreses distribuïdores de béns, productes i serveis.

Estem, doncs, en un procés de canvis que semblen irreversibles. Però, com hem dit en altres ocasions, els canvis impulsats per les TIC a l'economia i al món laboral poden tenir aspectes negatius quant al manteniment de societats cohesionades, amb mercats laborals inclusius. Tal vegada la clau està en el que diu un dels principals investigadors dels efectes d'Internet en la política i la societat, levgueni Morózov: *“Cal una visió política econòmica diferent que posi la tecnologia al servei d'un projecte amb consciència social i no dels valors emprenedors de Silicon Valley”*.

Mentrestant, hem de constatar que “l'economia de l'acceleració del desenvolupament tecnològic” accelera la desaparició de llocs de treball. El sector del comerç, -un sector econòmic amb orígens tan antics que es remunten cap a finals del neolític, quan l'agricultura va ser descoberta- no és aliè a aquesta dinàmica. Cal estar radicalment a favor del progrés de la humanitat, cal rebutjar qualsevol reticència a les TIC, però, amb la mateixa contundència cal parar atenció als problemes de cohesió social associada, entre d'altres, al fenomen de la computació del treball.

2. Les xifres més rellevants

- ✓ En el període 2010-2014 el nombre de persones de 16 a 74 anys que a Balears han comprat per Internet productes per a usos domèstics i/o particulars ha crescut un 42%.

- ✓ L'any 2014 el nombre de compradors i compradores per Internet és de 387.826. El 45,5% del total de la població illenca de 16 a 74 anys.

- ✓ El major percentatge de gent que compra per Internet fa compres relacionades amb l'oci: El 53% per adquirir serveis per a viatges, el 48,4% per comprar productes d'allotjament de vacances o el 32,2% per comprar entrades per a espectacles. El percentatge menor (1,7%) fa compres de medicaments.

- ✓ Un 67,1% de les persones que compren per Internet programes d'ordinadors i actualitzacions, en alguna ocasió els descarrega, en comptes de rebre'ls físicament.

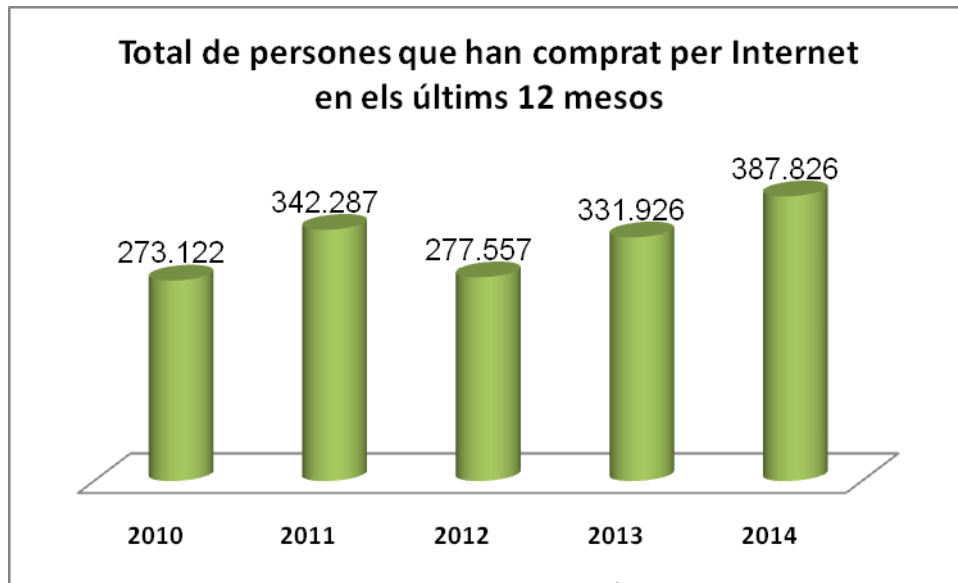
- ✓ La forma de pagament majoritària (56%) en aquest tipus de comerç és la de la targeta de crèdit o dèbit.

- ✓ Només el 42% del total de la població d'edat compresa entre el 16 i 74 anys disposa de DNI electrònic.

3. Evolució 2009-2014

El gràfic 1 ens mostra l'evolució en els últims sis anys del nombre de persones que han comprat en alguna ocasió per Internet. Tot i la baixada de 2012 i la ralentització del 2013, la tendència general és a l'alça. En els últims cinc anys el nombre de persones de 16 a 74 anys que han comprat per Internet productes per a usos domèstics i/o particulars ha crescut un 42%.

Gràfic 1



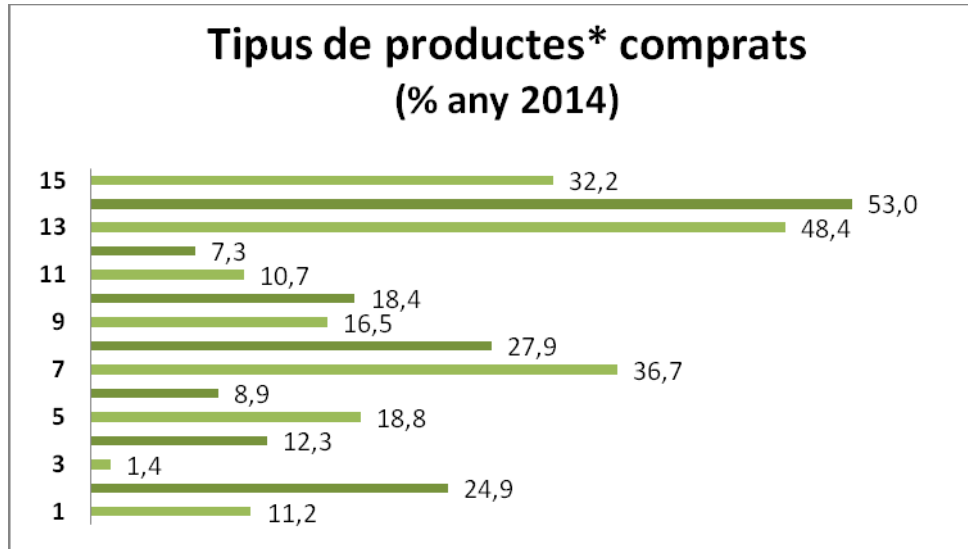
No obstant aquesta evolució alcista, el percentatge de la població illenca que compra per Internet, tot just arriba al 45,5% del total. Aquest és el percentatge per a 2014 (el més elevat pels anys analitzats) sobre una població total (de 16 a 74 anys) de 851.747 persones.

4. Les dades de 2014

Els quatre gràfics següents constitueixen un succint "estat de situació" de com s'inicià l'any 2014 en matèria de comerç electrònic domèstic.

El gràfic 2 ens mostra què compra la gent per Internet: Observis que els usuaris del comerç per Internet fan majoritàriament compres relacionades amb l'oci: El 53% compra serveis per a viatges, com ara, bitllets de transport públic o lloguer de cotxes; el 48,4% productes d'allotjament de vacances; i el 32,2% entrades per a espectacles.

A una posició alta estan, també, les compres de material esportiu o roba (un 36,%). La posició inferior l'ocupa la compra de medicaments, amb un 1,7%.

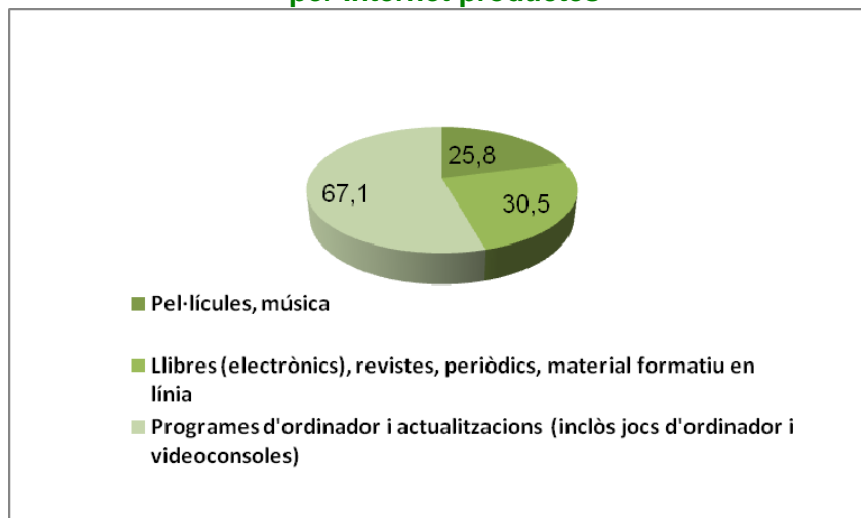
Gràfic 2

* **1.-** Productes d'alimentació i uns altres de consum no duradors. **2.-** Béns per a la llar (de tipus durador) **3.-** Medicaments. **4.-** Pel·lícules, música. **5.-** Llibres, revistes, periòdics (inclou llibres electrònics). **6.-** Material formatiu on line. **7.-** Material esportiu, roba. **8.-** Jocs d'ordinador, videoconsoles, programes d'ordinador i les seves actualitzacions. **9.-** Equip informàtic (ordinadors i accessoris). **10.-** Equipament electrònic (p. ex. càmeres fotogràfiques). **11.-** Serveis de telecomunicacions (p. ex., contractes de banda ampla, línies telefòniques o TV, recàrrega de targetes prepagament, etc.). **12.-** Compra d'accions, pòlisses d'assegurances o altres serveis financers. **13.-** Allotjament de vacances (hotel, apartament, etc.). **14.-** Altres serveis per a viatges (bitllets de transport públic, lloguer de cotxes, etc.). **15.-** Entrades per a espectacles (cinema, teatres, concerts, etc.).

En el següent gràfic hi trobam una informació prou interessant. De les 114.869 persones que han comprat per Internet productes susceptibles d'ésser descarregats al dispositiu TIC, hi ha un significatiu percentatge de compradors i/o compradores que, en alguna ocasió, s'han descarregat el producte en comptes de rebre'ls físicament.

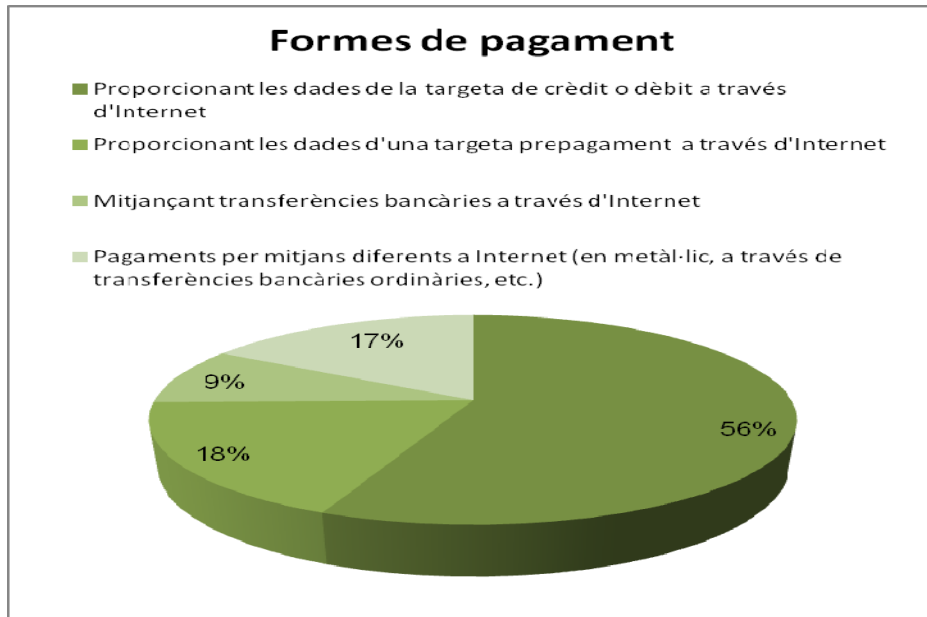
Gràfic 3

**% de persones que alguna vegada han preferit descarregar-se
per Internet productes**



El gràfic 4 ens mostra que la forma de pagament majoritària en aquest tipus de comerç és la de la targeta de crèdit o dèbit (56%). Les altres formes de pagament són, comparativament, molt minoritàries.

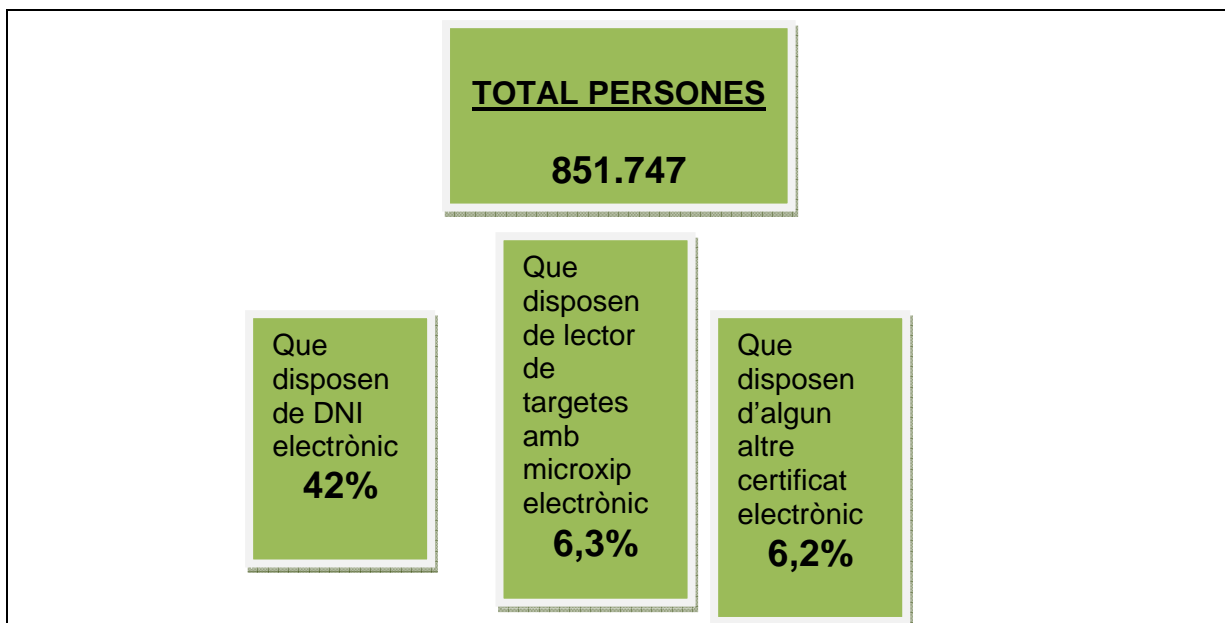
Gràfic 4



El darrer gràfic d'aquest *TEMES SOCIOECONÒMICS GADESO* fa referència a una qüestió que, tot i no ser imprescindible per operar en el comerç electrònic, és un bon indicador de les possibilitats i facilitats per a què la ciutadania faci compres per Internet. Així, del total de 851.747 persones de 16 a 74 anys, no arriben a la meitat les que disposen de DNI electrònic. I les que disposen d'altres tipus d'identificadors electrònics tot just arriben al 6%.

Gràfic 5

Persones que disposen d'identificadors electrònics



5. Conclusions

⇒ Insistim en una idea expressada ja en anteriors números de *TEMES SOCIOECONÒMICS GADESO* d'aquesta sèrie dedicada a l'ús de les TIC a les Illes Balears: Cal treballar per evitar qualsevol agreujament de la bretxa digital en els àmbits socials, laborals, generacionals, de consum i de participació política. En aquest cas, el fet que els productes més comprats per Internet siguin béns que no són de primera necessitat, potser ens està indicant que la bretxa digital de consum és ja una realitat. Aquesta hipòtesi cal correlacionar-la amb les principals carències materials de bona part de la ciutadania de les Illes Balears. (Vegeu l'anterior número de **TEMES SOCIOECONÒMICS GADESO**).

⇒ Tanmateix, el que és segur és que cal observar els efectes que sobre el comerç illenc més o menys tradicional, té el Comerç Electrònic. No sigui cosa que ens instal·lem en debats bastant inútils pel futur, com ara, la dels horaris o els formats comercials, mentre la població compra, cada pic més, des del seu dispositiu TIC a qualsevol hora i el dia que sigui.

⇒ Igualment cal una reflexió sobre els efectes en el mercat laboral. El comerç electrònic combina la massiva utilització de TIC en l'activitat econòmica amb la tendència a la concentració en grans corporacions empresarials. En aquest sentit és molt significativa la notícia referida a Amazon als EUA: El titular afirmava "L'empleat contra una tropa de 15.000 robots". En el cos de la notícia, s'especifica que la multinacional de comerç electrònic ha automatitzat els magatzems i evidencia el futur incert dels treballadors no qualificats als EUA i, alhora, s'informa que les vendes d'Amazon pugen un 20% i la plantilla només un 14%.