

NUEVAS FORMAS DE CONSUMO

EN ARAGÓN



<http://aicar.adicae.net>



AICAR ADICAE
Asociación de Usuarios de Bancos,
Cajas y Seguros de Aragón

Subvencionado por:



**GOBIERNO
DE ARAGON**

ÍNDICE

- 1.- Introducción
- 2.- Evolución del consumo en Aragón. Datos generales
 - 2.1.- Alimentación**
 - 2.2.- Ropa y complementos**
 - 2.3.- Consumo de electrodomésticos, electrónica y tecnología**
 - 2.4.- Transporte**
 - 2.5.- Ocio**
 - 2.6.- Servicios financieros**
- 3.- Situación actual (encuesta)
- 4.- Conclusión

1.- INTRODUCCIÓN:

La Asociación de Consumidores AICAR-ADICAE desde su creación, hace más de treinta años, pretende compensar la gran diferencia que existe entre los ciudadanos y las grandes empresas y bancos, cada vez más alejados de los intereses de los consumidores. Nuestro objetivo es la defensa y la protección de los legítimos intereses económicos y sociales de los consumidores, especialmente en el ámbito financiero, para conseguir así una sociedad más justa.

Los problemas que genera el consumo tal y cómo está planteado son continuos y afectan siempre a grandes colectivos de consumidores por eso la respuesta frente a ellos debe ser colectiva y global. A través de las legítimas asociaciones de consumidores, podremos conseguir que las grandes empresas y bancos cesen en sus abusos y malas prácticas.

En AICAR-ADICAE queremos resolver los problemas que genera el consumo, denunciando los fraudes y formando al colectivo de consumidores en sus derechos y como defenderlos.

El consumo está cambiando impulsado por las nuevas tecnologías. Cambian los productos que llenan nuestra cesta de la compra y también la forma en que los adquirimos.

Desde que el siglo XXI hizo su entrada el comercio ha cambiado a un ritmo vertiginoso, especialmente en la última década donde el uso de internet y las aplicaciones de distinta índole nos permiten tener al alcance de nuestra mano el consumo de todo tipo de bienes y servicios.

Las compras a distancia de bienes por catálogo y llamando a un teléfono atendido por una persona no son nuevas, lo que ha cambiado en los últimos años es que ya no necesitamos un catálogo en papel enviado a domicilio y llamar a un teleoperador para hacer la compra, pagar contrarrembolso y esperar a que llegue el envío. Hoy entramos en internet o en una APP en el móvil y podemos ver el producto incluso con tecnología de realidad virtual (gafas 3D) podremos casi "tocarlo".

Los medios de pago también han cambiado totalmente. Si en un principio pagábamos las compras a distancia en efectivo al repartidor o por transferencia bancaria ahora contamos con distintos medios de pago digitales: pago con el móvil, tarjetas, paypal, aplicaciones como Bisan Twypp, Apple Pay, etc. Pero la expresión "Nuevas formas de consumo" engloba no solo la compra de bienes sino también la contratación de servicios. Ya no nos limitamos a coger un taxi o ir a una oficina a alquilar un vehículo, ahora abrimos una app que nos acerca un vehículo con conductor o nos permite usar vehículos de movilidad personal (patinetes, motos, coches, bicicletas...).

En resumen el consumo de bienes y servicios ya sea en la forma en que los adquirimos a través de las aplicaciones y plataformas online o por la forma en que lo pagamos por medios de pago digitales ha evolucionado y se encuentra en una fase de continuo cambio que genera distintas problemáticas a las que el consumidor actual debe enfrentarse.



2.- Evolución del consumo en Aragón

El consumo en la comunidad autónoma de Aragón ha sufrido, como en todo nuestro entorno, una gran transformación en las últimas décadas. Los hábitos de consumo hablando de manera general, y sin centrarnos en sectores concretos, han evolucionado en dos momentos: un primer momento a finales de los años 80 y primeros de los 90 del siglo pasado y otro segundo momento en la última década (desde 2008 en adelante).

El primer momento tiene mucho que ver con la entrada de España en la Comunidad Económica Europea y la aplicación de nuevas normas para regular el comercio y protección de los derechos de los consumidores.

Y en esta última década se ha producido un gran cambio que tiene su origen en la llegada de internet como motor del comercio y los nuevos medios de pago.

Analizaremos después esa evolución y las distintas opciones que la nueva revolución digital nos han traído en los distintos sectores del consumo.

Centraremos este estudio en el comercio electrónico que es, sin lugar a duda, la gran revolución en el consumo.

El comercio electrónico ha crecido exponencialmente en las últimas dos décadas. Según datos de la CNMC en el último trimestre de 2018 llegó hasta los 40.000 millones de euros, un 29% más que el año anterior.

A continuación vamos a analizar algunos datos de esta transformación en el consumo que está suponiendo el comercio electrónico.

EVOLUCIÓN TRIMESTRAL DEL VOLUMEN DE NEGOCIO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO Y VARIACIÓN INTERANUAL (millones de euros y porcentaje)



Fuente: CNMC

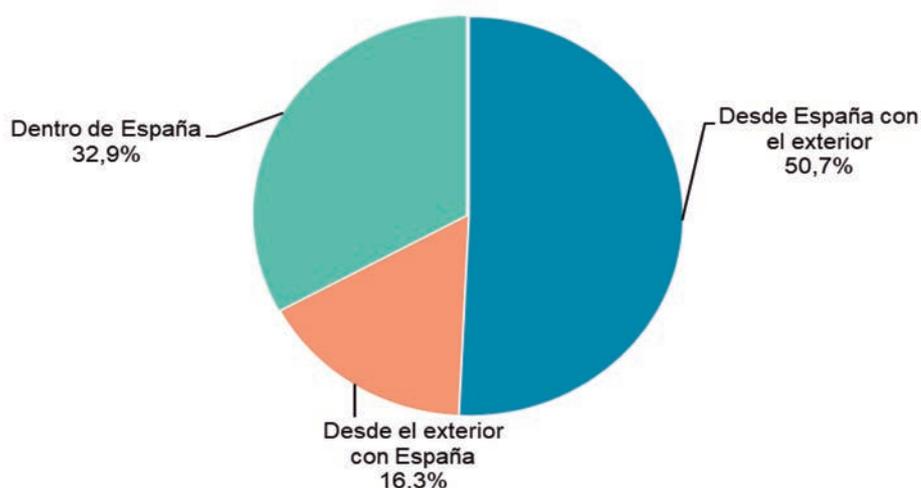
La anterior estadística muestra el volumen de negocio que supuso el comercio electrónico entre enero de 2013 y abril de 2018. Pasando de suponer un 15,1% del total del comercio a un 26,9%. Atendiendo a esta misma fuente vemos que el sector en el que más se hizo uso del comercio electrónico respecto al comercio total de ese sector fue en el sector turismo, que engloba las agencias de viajes y los operadores turísticos (un 11,5%). Seguidos por el transporte aéreo del que un 8,6% del comercio es electrónico. Con un porcentaje del 6,8% le sigue la ropa. Podemos concluir que los sectores en los que más peso tenía el comercio electrónico hasta abril de 2018 eran los viajes y el ocio junto con la ropa y los transportes.

LAS DIEZ RAMAS DE ACTIVIDAD CON MAYOR PORCENTAJE DE VOLUMEN DE NEGOCIO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO (IV-18, porcentaje).



Fuente: CNMC

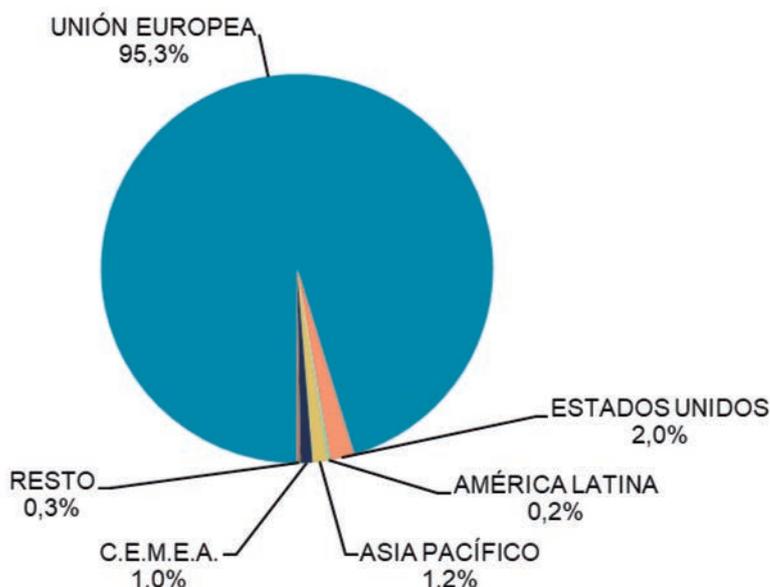
VOLUMEN DE NEGOCIO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO SEGMENTADO GEOGRÁFICAMENTE (IV-18, porcentaje).



Fuente: CNMC

En la anterior estadística podemos ver como la mitad de este comercio electrónico que se realiza en España se lleva a cabo con empresas de fuera del país. Mientras que las compras a empresas españolas de consumidores de otros países sólo suponían un 16,3 %. De este comercio exterior que los consumidores españoles realizamos un 95,3% se llevó a cabo con empresa de otros países de la Unión Europea.

VOLUMEN DE NEGOCIO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO DESDE ESPAÑA CON EL EXTERIOR POR ÁREAS GEOGRÁFICAS (IV-18, porcentaje)



Fuente: CNMC

Planteados estos datos generales, pasamos a analizar los datos generales que hemos podido encontrar relacionados con los medios de pago electrónicos. En el siguiente gráfico del Banco de España puede verse claramente el aumento de los pagos con tarjeta que se experimentó entre 2002 y 2018.

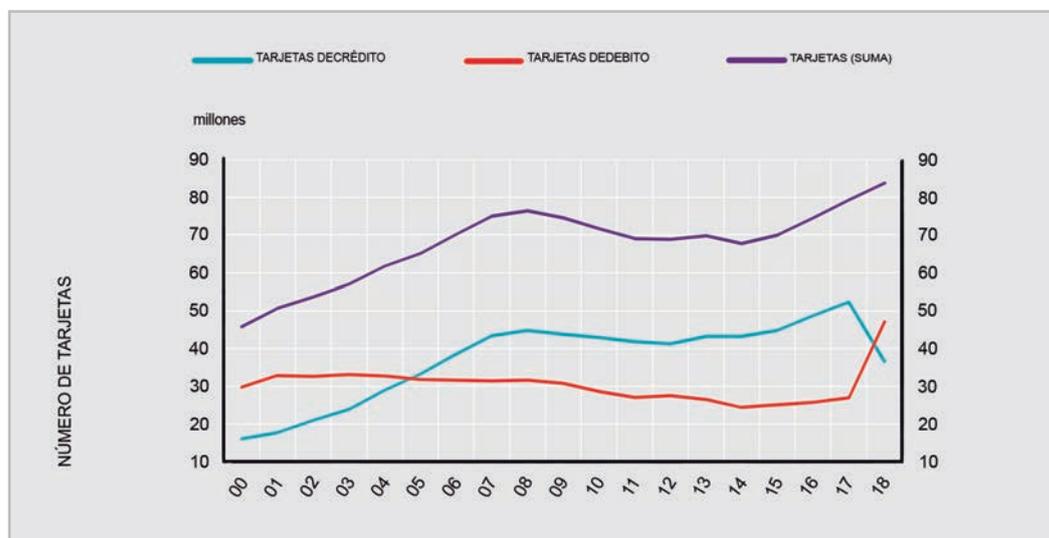
OPERACIONES DE COMPRA EN TERMINALES DE PUNTO DE VENTA



FUENTE: Las redes españolas de tarjetas.

- a). Operaciones realizadas con tarjetas emitidas por entidades adheridas a las redes españolas en dispositivos, que estando situados en España, son proporcionados por dichas entidades.
- b). Todos los porcentajes de variación que se recogen en estas tablas se refieren a las variaciones registradas respecto al mismo período del año anterior.

TARJETAS EN CIRCULACIÓN EMITIDAS EN ESPAÑA



FUENTE: Las redes españolas de tarjetas.

- c). A partir del primer trimestre de 2018, se han modificado los criterios seguidos para la desagregación del número de tarjetas con función de débito o crédito. Los nuevos criterios suponen un cambio significativo en el desglose que se ha venido ofreciendo hasta dicha fecha, y que se obtenía a partir de una aproximación por marcas. Los datos que se presentan a partir del primer trimestre de 2018, recogen la información proporcionada por las entidades adheridas a la red española de tarjetas, en respuesta a lo establecido en el Reglamento (UE) 2015/751 del Parlamento Europeo y del Consejo sobre las tasas de intercambio aplicadas a las operaciones de pago con tarjeta. Finalmente, para las tasas de variación inusuales, con objeto de hacer una comparación homogénea, se han tenido en cuenta los niveles estimados de acuerdo con los nuevos criterios, para 2017.

Respecto al número de tarjetas en circulación podemos ver en la anterior estadística el aumento considerable de las mismas tanto en las tarjetas de débito como en las de crédito.

Tras este breve análisis de datos y este planteamiento general pasamos a analizar por sectores la evolución del comercio experimentada en los últimos años ya concretamente en Aragón.

2.1. ALIMENTACION

Analizando la evolución del consumo en el sector de la alimentación en Aragón podemos observar los cambios de los hábitos en la adquisición de los bienes considerados de primera necesidad. Tradicionalmente la compra de alimentos se ha realizado en los comercios de proximidad. Las tiendas de ultra-

marinos, fruterías, carnicerías, etc... también en los mercados de barrio ha sido durante mucho tiempo el lugar donde se adquirían los productos básicos. Antes de la introducción de normativa en cuanto a seguridad alimentaria se vendían muchos productos en la misma calle en puestos instalados y retirados el propio día.

Las exigencias en cuanto a la normativa del comercio relacionada tanto con la higiene como con los derechos del consumidor ha hecho evolucionar las formas de vender los productos de alimentación. Aunque al final el proceso de compra no ha cambiado tanto: el consumidor elegía el producto en el puesto, tienda o mercado, el vendedor lo preparaba o empaquetaba, se pagaba en mano y metálico y se lo llevaba a su casa (en algunos casos se llevaba a domicilio por el propio comercio).

Los cambios más significativos comenzaron con los supermercados (la conocida marca PRYCA, precio y calidad, en los años 60 por ejemplo que desapareció y reapareció una década después o la inicialmente aragonesa SABECO que abrió el primer supermercado en Zaragoza y Aragón el 16 de abril del año 1960 en la calle de Delicias, bajo el rótulo de Super Max), lugares donde comprar distintos productos de alimentación (carnes, pescados, verduras, embasados, lácteos, etc...), pequeña droguería (productos de limpieza del hogar), productos de higiene personal, ... y al final la famosa "caja". Era el cliente el que "cogía" el producto y lo acercaba al cajero para que le cobrase, el modelo de autoservicio se implantaba.

Posteriormente vinieron los hipermercados, más grandes que los anteriores, con más productos y sobre todo añadían dos puntos nuevos, el primero la venta de productos distintos a la alimentación (electrodomésticos, papelería, muebles, ropa, juguetes...) y por otro lado la posibilidad de ir con el coche, aparcar, comprar y llevarse la compra a casa en su vehículo. Estos hipermercado desde el comienzo empezaron a integrar establecimiento de ocio como cafeterías, restaurantes, centro lúdicos infantiles o cines. De esta forma las compras son más que meras compras, se pretende y consigue que los consumidores vean sus compras como una forma más de ocio y "disfrute". El consumismo aumenta con los hipermercados y las grandes superficies que integran distintos y a atractivos servicios para los consumidores.

Cabe destacar aquí la aparición de los medios de pago distintos al efectivo a través de las tarjetas de las grandes cadenas de distribución (normalmente de fidelización) que en ocasiones estaban ligadas a entidades financieras o empresas emisoras de tarjetas (VISA, MASTER, etc.) y otras como por ejemplo las tarjetas de El Corte Inglés o Carrefour que eran propias del comercio. Se quiere fidelizar al consumidor con la marca. A través de descuentos, puntos, financiaciones, etc.

La evolución con la entrada del siglo XXI viene, como no, de la mano de internet. Cualquier persona desde un ordenador puede realizar la compra. Se escoge el producto, un carrito virtual se va llenando y se paga digitalmente (tarjeta, paypal, y otros...) Esta compra se puede enviar a casa o pasar a buscarla ya preparada a la tienda física, click & collect.

Un ejemplo de esta revolución ha sido el caso de Frescos Zaragoza:

Es un marketplace que comercializa Online carne, pescados, frutas y verduras. Fue creado en Aragón y mediante su web cualquier usuario puede comprar los productos que ofertan.

La página web de Frescos Zaragoza está compuesta por varios comercios de Zaragoza, muchos de ellos son puestos del Mercado Central y Mercado Ciudad Jardín. En ella, aparece el listado de comercios donde podemos comprar y con un catálogo de los productos que venden.

Cabe destacar que, por compras superiores en 60 euros, los gastos de envío a domicilio son gratuitos, estableciendo varias franjas horarias a elegir por el consumidor para que le envíen la compra. Además, la compra llega al día siguiente a casa del consumidor.

El pago de la compra se realiza a través de la plataforma y la forma de pago es con tarjeta de crédito o débito.

Aragón- Zerca es una plataforma de venta Online de productos de cercanía, en concreto, de Zaragoza. A las personas que usan la plataforma ofrecen asistencia virtual y geolocalización de productos y tiendas. Permite a los usuarios comprar productos de su zona y potenciar el comercio local. Los productos son enviados en dos horas a casa y se adapta a la franja horaria más conveniente para el consumidor.

2.2. ROPA Y COMPLEMENTOS

La compra de vestimenta y sus complementos tiene un componente previo que analizar y es la necesidad o no la adquisición de determinado tipo de ropa. Aunque la ropa y el calzado es un bien de primera necesidad es más que evidente que muchas veces entra en el mercado de bienes de lujo tanto como la joyería, por ejemplo. Muchas veces compramos la ropa no por evitar las inclemencias meteorológicas sino por estética o apariencia.

En principio la adquisición de ropa para su uso "diario" y los que son por mera estética o lucimiento tienen también distinta manera de comprarse. Tradicionalmente se ha comprado la ropa del día a día en las tiendas de la zona (comercio de barrio como mercerías y sastrerías) y en muchos casos se confeccionaba en casa o contratando el servicio de "costureras y sastres". Han existido siempre las tiendas que vendían la ropa a medida .

Con la llegada de la industrialización en la confección ya no solo se enviaba la tela a los comercios sino directamente la ropa terminada por tallas, abaratando el coste y creando un concepto distinto: las tiendas de ropa de marcas.

No hay cambios significativos en la forma de adquisición. Son los medios de pagos si evolucionan del efectivo, al "plástico" y por supuesto con la llegada de internet viene la compra online.

Las tiendas on line aumentan continuamente su expansión y cifras de negocio: Privalia, Zalando, Wish, AliExpress, Amazon...junto con otras aplicaciones de tiendas físicas que tienen también un importante negocio online como es el caso de la aplicación de Zara.

El mercado de segunda mano en la ropa tiene una evolución parecida. Es en los últimos 5 años en el que este mercado ha evolucionado enormemente.

Hemos pasado de la venta en anuncios por palabras o en mercadillos de segunda mano (por ejemplo en Zaragoza el de plaza San Bruno con artículos variados como antigüedades, en plaza San Francisco con la filatelia y numismática, en Huesca, en Teruel y otras ciudades y pueblos de Aragón.) No se trataba del tradicional trueque sino de compra/venta de productos de ropa, complementos entre otras cosas.

La compra venta entre particulares también ha experimentado un importante ascenso gracias al comercio electrónico. Entre las APPs y plataformas más usadas en Aragón:

a) Vibbo

Vibbo es un marketplace donde profesionales y particulares pueden publicar y buscar anuncios para comprar y vender diferentes artículos. Antes del año 2015, esta plataforma era conocida como segundamano.es. Su lema «Lo vivo y luego lo vendo» viene a decir que vendas todo lo que tengas guardado y no utilices y compres de segunda mano lo que los usuarios ofertan a precios irresistibles.

Este marketplace está disponible en formato página web y en app. La aplicación puede ser descargada tanto en un dispositivo con sistema Android como IOS.

El manejo de esta plataforma es muy sencillo, ofrece diferentes opciones, comprar, vender o crear tu tienda on line. Para comprar, simplemente, tienes que buscar lo que estás interesado, la búsqueda de artículos o servicios en esta plataforma se divide en diferentes categorías: vehículos, inmobiliaria, hogar, moda y belleza, niños y bebés, electrónica, ocio y deporte, mascotas y animales, trabajo y formación, negocios y servicios. Si lo que deseas es vender, debes crear un anuncio del producto, añadiendo una descripción y una foto. Posteriormente, puedes ver el anuncio, modificar el anuncio, gestionar la venta de forma presencial o a distancia. Por otro lado, si eres profesional, puedes crear una tienda online.

La plataforma es de uso gratuito para todos los usuarios particulares. Y para los profesionales tienen la posibilidad de abrir una tienda on line a través de mercadio.com y desde 14,90 euros.

Los anunciantes pueden mejorar la visibilidad sus artículos contratando por ejemplo, subidas automáticas de anuncios. El pago se realizará a través de tarjeta de crédito, Paypal o SMS.

Otra posibilidad que ofrece esta plataforma es comprar o vender de forma 100% segura a mediante Vibbo Express. Para ello, es necesario descargar la aplicación en un dispositivo Android o IOS. La plataforma se encarga de guiar a los usuarios en todos los pasos de la compraventa.

Esta opción de Vibbo Express conlleva una comisión de un 2% del precio del artículo que se repercute al vendedor, y por otro lado, el comprador debe hacerse cargo de los gastos de envío que rondan los 4,9 euros (por envío). El sistema de pago Vibbo va a guardar el dinero hasta que el comprador recibe el artículo y lo comprueba 48 horas.

El modo de pago de esta plataforma se puede realizar de tres maneras diferentes. La primera, si se realiza una compraventa física, es decir, quedando en un sitio comprador y vendedor, se realizará mediante dinero en efectivo. La segunda, si se realiza a distancia, normalmente, se realizará mediante transferencia de dinero a la cuenta del vendedor. Y la tercera, si eliges Vibbo Express, el pago será a través de tarjeta de crédito, débito o Paypal ya que la plataforma actúa de intermediario y gestiona el dinero.

b) Wallapop

Wallapop es una plataforma de compraventa y contratación de servicios más grande de España. Se puede usar a través de su web y la app para móviles con sistema operativo Android e IOS.

La política de esta plataforma se basa en utilizar Wallapop para ahorrar dinero y conseguir un dinero extra vendiendo lo que ya no usas. Además, los usuarios de esta aplicación van a colaborar con la sostenibilidad del mundo, reutilizando los productos que se venden en ella.

El manejo de esta plataforma es similar a cualquier otra (mil-anuncios, vibbo, ebay, etc.), los consumidores suben el anuncio de lo que quieren vender, rellenando los campos que se exigen como título, descripción, precio y cuelgan una o varias fotos. Por otro lado, el comprador deberá buscar el producto que le interesa, bien describiendo lo que es, o, seleccionando una categoría. La plataforma incluye la ventaja de la geocalización, permitiendo buscar y ofrecer productos a los usuarios según la cercanía, es decir, va a mostrar todos los artículos que el comprador busca en una radio de un km ya que la plataforma quiere que el comprador y el vendedor queden in situ para comprar/vender el producto, y realizar el pago en mano.

La plataforma cuenta con diferentes categorías como coches, motos, motor y accesorios, moda y accesorios, inmobiliaria, tv, audio y foto, móviles y telefonía, informática electrónica, deporte y ocio, bicicletas, consolas y videojuegos, hogar y jardín, electrodomésticos, cine, libros y música, niños y bebés, coleccionismo, construcción y reformas, industria, agricultura y servicios.

Cuenta con un chat privado para que si al usuario le gusta algún artículo, se ponga en contacto con el vendedor. De esta forma, el comprador puede preguntar todas las dudas que le surjan del producto, y finalmente, concertar una cita, preferiblemente, en un lugar público para poder ver el producto, y si lo cree conveniente, comprar el artículo.

La plataforma es gratuita y cuenta actualmente con más de 3 millones de usuarios y más de 4 millones de productos para vender. A todo ello se une, el fácil y seguro manejo de la misma.

Sin embargo hay otras opciones en nuestra comunidad que buscan una nueva forma de consumo y dar una segunda vida para la ropa.

c) Arropa2

Arropa2 es una entidad con fines sociales. Su proyecto consiste en la recuperación y reciclaje y otros tejidos usados en la Comunidad Autónoma de Aragón con el fin de mejorar el medioambiente y la creación de puestos de trabajo para personas en riesgo o exclusión social.

El proyecto se basa en los principios y valores de la economía social y solidaria: equidad, empleabilidad, sostenibilidad medioambiental, cooperación, carácter no lucrativo y compromiso con el entorno. Y también responde al modelo de las 3Rs: reducir, reutilizar y reciclar.

El proceso consiste en depositar la ropa usada en contenedores y puntos de recogida para tal fin. En ese momento, el área de logística se va a encargar de recoger y clasificar la ropa para posteriormente, ser entregada a personas desfavorecidas o venderla en la tienda de segunda mano de Arropa2.

En la web indica los lugares donde puedes depositar la ropa usada, de forma, totalmente, gratuita. Y de esta forma, poder colaborar con el proyecto social de dicha entidad.

Alquiler de trajes o complementos para eventos

Existen diferentes tiendas online que ofrecen la posibilidad de alquilar trajes, vestidos y complementos para diferentes eventos. Si navegamos por internet podemos encontrar: Rental Mode, La Mas Mona, Tajés Guzmán o Dresseos. Todas ellas siguen los mismos patrones, tienen un catálogo de ropa con diferentes tallas y modelos tanto en la web como en tiendas físicas.

El/ la interesado/a va a tener un periodo de 4 días para alquilar el modelo, y poder reservarlo con una antelación máxima de unos seis meses. El precio del alquiler oscila entre 60 y 200 euros. Todos los consumidores de este tipo de comercio van a tener derecho de devolución de 14 días y totalmente gratis.

El pago se realiza en el momento de la reserva mediante tarjeta regalo, tarjeta de crédito/ débito, PayPal, transferencia bancaria o contra reembolso. Este tipo de tiendas, ofertan a sus clientes seguros a la hora de alquilar una prenda por si ocurre algún hecho imprevisto como robo, pérdida, manchas, roturas. En caso contrario, el cliente no contrata el seguro, puede ser penalizado, teniendo que pagar una cantidad de dinero, si ocurre algún imprevisto de los anteriores mencionados.

2.3. CONSUMO DE ELECTRODOMÉSTICOS, ELECTRÓNICA Y TECNOLOGÍA

La compra de electrodomésticos y electrónica ha tenido una evolución muy similar a la compra de ropas y complementos. Comenzando en la compra en tienda física, en tiendas especializadas donde comprar equipos informáticos, cámaras de fotografía y video, electrodomésticos. Las grandes superficies en ropa y tecnología supusieron un gran cambio, el consumidor acudía a centros comerciales (como el famoso Caracol del Paseo Independencia de Zaragoza) y grandes superficies dedicadas a estos bienes: FNAC, Mediamarkt, Miro ...

Estas grandes superficies y tiendas pequeñas han creado su "replica" online. Una evolución lógica donde vender los productos que tenían en su stock físico y en muchas ocasiones que no tienen en su almacén pero piden a sus distribuidores. Algunas tiendas pequeñas han crecido más online que en sus tiendas físicas. Caso muy conocido es PCCOMPONETES que surgió de una franquicia de tienda de informática y han creado una de las tiendas online mas grandes de España y con enorme éxito. Este caso es tan curioso que tras estar en una posición privilegiada dentro del ecommerce de tecnología en España no solo optaron por no cerrar su tienda física en Murcia sino que abrieron otra en Madrid con un éxito rotundo, quisieron unir lo bueno de la tienda de toda la vida, cercanía con el cliente, asesoramiento, con lo bueno del comercio online con el click&collect para recoger físicamente aquello que se ha comprado online, algo que se puede hacer en las tiendas físicas de Mediamarkt, FNAC, El Corte Ingles, etc.. y que atrae a muchos consumidores descontentos con los medios de transporte, o por el mero hecho de ir a buscarlo en persona a la tienda.

En el mercado de la segunda mano se ha seguido una transformación muy similar a la ropa, la venta en tiendas de compra/venta las aplicaciones para particulares y empresas (Wallapop, segundamano.com, EBAY,...).

En este apartado también podríamos incluir los vehículos a motor que se siguen vendiendo en concesionarios de vehículo nuevo y de ocasión pero que concedores de las ventajas se exponen online y venden tanto en persona en sus concesionarios como con envíos de vehículos a domicilio. Así mismo y como en la segunda mano de otros bienes los particulares también hacen los mismos usos de las plataformas y apps (coches.net, segundamano.com, etc...).

a) Amazon

Amazon es el marketplace más importante de todo el mundo. Ofrece un catálogo con multitud de productos y unos precios muy competitivos.

En la plataforma se realiza la búsqueda de los productos que estamos interesados, existe la opción de filtrar la búsqueda para encontrar más fácilmente: alimentación, bebés, belleza, ropa, electrodomésticos, iluminación, joyería, juguetes, etc.

Los productos comprados por los usuarios son enviados donde deseen, pagando una determinada cantidad por el envío. O bien, envío gratuito si está suscrito al Amazon Prime, esta suscripción permite a los usuarios que se beneficien de multitud de ofertas y envíos en un día. Adherirse a este servicio le cuesta al usuario 36 euros al año.

Cuando un consumidor quiere realizar una compra en esta plataforma, tiene que registrarse introduciendo su nombre, apellidos, dirección postal y seleccionar el modo de pago con el número de tarjeta correspondiente ya sea crédito, débito o PayPal.

b) Aliexpress

Es una plataforma de comercio electrónico creada por varias empresas chinas. A diferencia de Amazon, se dedicaban a vender productos entre empresas pero ahora ofertan productos a cualquier usuario de la plataforma.

Ofertan multitud de productos ya sea moda mujer, hombre o niños, bisutería, electrónica, juguetes, deporte, salud, motor, teléfonos, etc. Es muy sencillo compra en esta plataforma, debes registrarte, y posteriormente, seleccionas el producto que deseas comprar.

El pago se realiza a través de tarjeta de crédito, débito y PayPal.

c) Rakuten

Rakuten es un marketplace de origen japonés con más de 50 millones de usuarios registrados. A partir de 2016 se puede comprar desde Europa. Su tienda Online ofrece gran variedad de productos: moda, viajes, óptica, ocio, electrónica, telefonía, deportes, etc.

Cuando realizas una compra en esta plataforma, recibes puntos que pueden canjearse en Rakuten TV (películas y series), por crédito Viber Out (llamadas telefónicas), o cambiarlos por cupones o crédito en tiendas.

La plataforma es totalmente gratuita, sólo pagas por lo que compras o si te suscribes a servicios como Rakuten TV, Viber Out, Rakuten Kobo. El medio de pago se realiza a través de tarjeta de crédito, débito o PayPal.

2.4. TRANSPORTE

Este sector se puede subdividir en dos, el transporte público: transporte urbano, interurbano e internacional por distintos medios terrestres, marítimos y aéreos; y el transporte privado/personal.

El transporte público tradicional también se está adaptando a las nuevas tecnologías cuando reservamos y pagamos por ejemplo un billete de tren.

En los viajes urbanos hablamos de pequeños desplazamientos dentro de la ciudad, normalmente realizados de dos maneras o en transporte público o en vehículo particular. El transporte público ha sido tradicionalmente autobús, tranvía, taxi (este es un transporte individual pero es servicio público). Un servicio imprescindible y que en cualquier ciudad aragonesa conectaba a los habitantes de los distintos barrios.

Actualmente han aparecido medios de transporte alternativos a los tradicionales y de carácter privado/personal pues el consumidor lo contrata para sí mismo o su entorno. Como por ejemplo los llamados "sharing" o compartidos: bicicletas, las motos eléctricas, patinetes,... Pero también otros no tan novedosos en el ámbito urbano/interurbano que innovan en cómo se usan: UBER, Cabify, Blaba-Car,... que son una evolución al taxi tradicional pero mediante aplicaciones o plataformas digitales que permiten su uso.

2.4.1 Coches

a) Uber

Uber se define como una empresa tecnológica. Usando su aplicación, los usuarios que necesitan transporte pueden encontrar socios conductores que ofrecen este servicio. Esta plataforma no es una empresa de transporte, ni una aplicación de taxi, y tampoco, emplea a ningún conductor ni es dueño de ningún auto.

Para solicitar tu Uber debes descargar la aplicación en App Store o Google Play. También, puedes hacerlo desde un dominio web si no tienes la aplicación para el móvil. Después, debes ingresar tus datos, incluyendo la tarjeta de crédito o débito ya que no se permite dinero en efectivo. Posteriormente, debes ingresar tu destino y esperar a que el conductor te venga a buscar. Por último, y una vez que has llegado a tu destino, puedes calificar el viaje.

La plataforma te permite ver el coste del viaje, señalar la ubicación que más te convenga, conocer la persona que está al volante, agregar propina si el trato recibido ha sido excelente y generar factura. En su página web disponemos de una calculadora de precios, a pesar de que antes de contratar el viaje, sabemos lo que nos va a costar.

b) Cabify

Cabify es una plataforma tecnológica de movilidad con el fin de conectar a usuarios y empresas con las mejores formas de transporte. Esta plataforma nació en 2011 en Madrid y opera en 12 países.

Se contrata a través de la aplicación de móvil, debes indicar cual va a ser el trayecto, las personas que van a viajar y la gama de coche que deseas. La característica principal de Uber y Cabify es que el precio es fijo y lo sabes antes de realizar el recorrido. Cuando contratas este servicio incluye Wifi, botella de agua, elección de música.

Por último, la forma de pago se realiza por tarjeta de crédito o débito siendo necesaria para usar la aplicación.

c) MyTaxi

MyTaxi es una plataforma que sirve para conectar a usuarios y taxistas. Sus inicios se remontan al año 2009 en Alemania, y ahora, cuenta con 10 millones de pasajeros y 100.000 taxis. En España se puede usar la aplicación en ciudades como Barcelona, Madrid, Valencia y Sevilla.

La plataforma se centra en poner en contacto a los usuarios con los diferentes taxis disponibles. El funcionamiento es sencillo ya que facilita por un lado a los taxistas a encontrar servicios que ofrecer a cambio de una pequeña comisión a la plataforma. Y por otro, a los usuarios a encontrar, rápidamente, un taxi.

La aplicación se puede descargar en dispositivos IOS y Android. Una vez instalada es necesario registrarse con nombre, contraseña y email. Posteriormente, para usarla necesitas poner donde te encuentras y seleccionar pedir un taxi. Cabe la posibilidad de pedir un taxi con cuatro días de antelación, elegir el taxista favorito, coche grande o pequeño.

El medio de pago se puede realizar a través de la app con medidas de seguridad garantizadas, enlazando la tarjeta de crédito/ débito o PayPal, o bien, en efectivo. Si eliges vía app, recibirás el recibo por correo electrónico.

d) Bla Bla car

Bla Bla Car es una plataforma a nivel mundial que conecta a conductores con pasajeros que quieren viajar compartiendo coche y ahorrar en gastos.

La plataforma sirve de intermediario entre dos personas que quieren realizar el mismo viaje, fecha y hora aproximada, con ello se promueve el consumo colaborativo, ahorrando costes y siendo más responsables con el medio ambiente.

El usuario de Bla Bla Car debe buscar el viaje, es decir, indicar punto de salida y llegada, fecha y hora. Y a continuación, seleccionar y reservar el viaje que más le convenga.

El pago se realiza por medio de la plataforma para garantizar la seguridad de los usuarios, permite tarjeta de crédito y débito. Si eres conductor, debes publicar un anuncio sobre el viaje, los pasajeros reservan y pagan Online y la plataforma te envía el dinero a tu cuenta corriente o Paypal una vez que finaliza el viaje. Para reservar los viajes o subir un anuncio de un viaje, hay que estar registrado en la plataforma.

2.4.2 Motocicletas

a) Moving

Moving es una plataforma que ofrece alquiler de motos eléctricas por minutos. Está instalada en Zaragoza y en otras ciudades de España.

En primer lugar, hay que descargar la aplicación para móviles con sistema operativo Android e IOS. Posteriormente, debemos indicar dónde vamos a conducir, nuestros datos personales, DNI, el carnet de conducir y cuenta bancaria. Una vez aportados los datos, la empresa verificará el registro y activará la cuenta.

Cuando el usuario quiera alquilar una moto, deberá meterse en la aplicación, buscar la moto más cercana y reservarla. Se dispone de 15 minutos para ello, si transcurre el plazo se cancelará la reserva de forma gratuita.

La aplicación ofrece a los usuarios la tarifa de 0,25 euros/minuto. Y por otro lado, bonos en el que los usuarios se ahorran dinero. Por ejemplo, 100 minutos por 23 euros, se ahorran 2 euros. El pago del alquiler de la moto se realiza a través de la app introduciendo tarjeta de crédito/débito o PayPal.

Existen otras plataformas similares en España que no funcionan actualmente en Aragón como Ecootra o Moto-rent.

2.4.3 Bicicletas

a) Mobike

Mobike es una plataforma de transporte que a través de su aplicación ofrece a los usuarios alquiler de bicicletas por minutos.

Para utilizar esta plataforma será necesario descargar la aplicación en el dispositivo móvil para Android e IOS. Cuando esté descargada, vamos a poder buscar la bicicleta con la ubicación más próxima.

El coste para usar esta plataforma se va a calcular por minutos, normalmente, será un euros por veinte minutos. El medio de pago que acepta la plataforma es por tarjeta de crédito/débito o PayPal.

En la web de esta plataforma aparecen varios apartados de interés. Entre ellos, Un apartado de preguntas y respuestas para que el usuario pueda consultarlas en caso de dudas, un blog con noticias de la empresa y "pide mobike" para pedir que en tu zona coloquen bicicletas.

b) Electric RG

Es una empresa zaragozana de movilidad compartida que pone a disposición de los usuarios de la plataforma, alquiler de bicicletas eléctricas. Actualmente, está implantada solo en Zaragoza y con una flota de 80 bicicletas.

Como ocurre con el resto de plataformas, es necesario la descarga de la aplicación en un dispositivo móvil Android o IOS. Desde ella se puede seleccionar la bici más cercana y hacer uso del servicio.

El coste al usuario de la plataforma es de 80 céntimos cada 10 minutos, y es necesario que en la aplicación tengas saldo metido en el "monedero virtual". Para ello, hay que introducir el número de tarjeta de crédito, débito o PayPal.

La web de la empresa se divide en inicio con breve explicación del grupo, cómo funciona el servicio, renting a profesionales, los modelos de bicis que ofrecen y el contacto.

2.4.4 Patinetes eléctricos

a) VOI

Empresa sueca de movilidad compartida, ofrece alquiler de patinetes por minutos. Funciona como el resto de plataformas y el coste del servicio depende de la ciudad donde se encuentre el patinete. Por ejemplo en Madrid el coste es de 1 euro el desbloqueo y 0,15 céntimos el minuto. El medio de pago es por tarjeta de crédito, débito o PayPal.

Por otro lado, en la página web, ofrece una breve presentación del servicio, ofertas de empleo y cómo asociarse con VOI.

b) Koko o Circ

Empresa española que ofrece a los usuarios alquiler de patinetes eléctricos por minutos. Consiguiendo una movilidad más eficiente y responsable con el medio ambiente.

Se debe descargar la aplicación a través de Google Play y Play Store. Y la forma de pago se realiza mediante tarjeta de crédito o débito ya que la aplicación exige introducir el número de tarjeta.

c) Reby

Es una plataforma de movilidad compartida, como las anteriores, ofrecen alquiler de patinetes compartidos. La metodología es descargar la aplicación para Android o IOS, buscar en el mapa el patinete más cercano, desbloquearlo a través de la aplicación, y por último, estacionarlo donde más interese al usuario.

La página web ofrece a los usuarios varias recomendaciones para hacer un uso adecuado de estos patinetes. Entre ellos, están el uso del casco, conducir de forma segura, estacionarlo en lugares donde no bloqueen el acceso y utilizarlo en carriles bici y calzadas.

Forma de pago a través de la aplicación y con tarjeta de crédito o débito. El desbloqueo del patinete cuesta 1 euros y por uso 15 céntimos el minuto.

2.5. OCIO

Cuando a ocio nos referimos incluimos servicios de televisión, viajes, restauración, espectáculo... Evidentemente el producto que adquirimos no ha variado mucho. Compramos entradas para el cine, teatro, alquilamos películas, compramos comida, contratamos viajes, etc... Es, una vez más, la forma de adquirirlos lo que ha cambiado nuestros hábitos de consumo.

Centrémonos por ejemplo en la televisión/cine. Hemos ido durante todo el siglo XX a las salas de cine de nuestras ciudades, porque era el lugar donde ver los estrenos cinematográficos (y las noticias también como el NO-DO entre 1942 y 1981).

Lamentablemente muchas salas han ido cerrando como por ejemplo los cines Eliseo, Coliseo Equitativa, Rex, Victoria, Coso.... en Zaragoza, el Capitol en Calatayud (cerro y reabrió con ayudas públicas), el Avenida de Huesca.... Uno de cada cuatro cines ha cerrado sus puertas en las últimas dos décadas en España, al pasar de 952 locales en 1999 a los 723 de 2019, según se desprende del 22º Censo de Salas de Cine que publicó la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC).

Sin embargo con la transformación no hemos dejado de ir, eso si al igual que con los espectáculos (conciertos, actuaciones,.) podemos adquirir entradas de manera digital desde internet.

La televisión si ha sufrido un gran cambio. De ver "lo que nos echen" a ser nosotros quienes elegimos que ver...

Primero fueron los videoclubs donde poder elegir y alquilar películas en formato VHS o BETA para visionar en nuestro reproductor de video en casa, uno se hacía socio del videoclub y alquilaba la "cinta", posteriormente DVD, por 24 o 48 horas (muchos hubo en los 80 y 90 en nuestras ciudades, como por ejemplo ALVARADO en calle Pedro María Ric de Zaragoza, la cadena BLOCKBUSTER como franquicias,...) Mención especial para esos videoclubs que aún continúan abiertos como el Puerta Sancho en la Almozara con 30 años.

Ya en la década de los 90 irrumpió Canal+ del grupo PRISA una televisión privada que emitía una señal en abierto y que se codificada según la programación y que sus abonados podían ver con un receptor especial. Existía también la televisión por satélite que permitía ver canales de otros países. El salto viene con el Pay per View o pago por ver. Se elige que partido de futbol quiero ver, y se pago por suscripción o abono en cuenta; eso sí, todos lo ven a la vez (por ejemplo a la hora que empieza el partido) que no es lo mismo que el video bajo demanda que se puede ver cuando uno quiere.

Posteriormente llegaron ya por internet Imagenio de Telefónica S.A. que incluía canales de pago, videoclub, etc... y actualmente otras plataforma o agregadores de canales, series y películas (Vodafone TV, Amazon Prime, HBO, Netflix, Apple TV+,....) Algunos con contenido exclusivo lo que obliga al consumidor a elegir descartando otras porque no incluyen una serie de moda que queremos ver. Por supuesto se pueden ver en la televisión de nuestro hogar, en nuestros dispositivos móviles o prácticamente en cualquier lugar (con o sin internet en algún caso).

Plataformas de Cine y TV

a) Netflix

Netflix es una empresa de servicio de streaming que ofrece a sus usuarios multitud de series, películas, documentales, etc. Cuenta con 139 millones de usuarios y 32.600 horas de series y películas.

El contenido de esta plataforma Online se puede ver en una Smart Tv, consolas de videojuegos, ordenadores, dispositivos móviles y tablets. Para disfrutar de Netflix hay que tener conexión a Internet.

Ofrece tres planes de suscripción: básico, estándar y premium. El plan básico solo va a permitir la conexión al mismo tiempo de un solo dispositivo y no está disponible en HD. El plan estándar permite usar la plataforma desde 2 dispositivos a la vez y se puede ver el contenido en HD.

La contratación de Netflix se puede cancelar en cualquier momento que se desee, es decir, no existe permanencia.

El medio de pago es a través de tarjeta de crédito, débito, prepago, PayPal, iTunes y tarjetas regalo de Netflix. El servicio es cobrado una vez al mes en la fecha que das de alta la suscripción.

b) HBO España

Es un servicio de suscripción on line que permite ver a los usuarios temporadas completas de series y películas. También, da acceso a los estrenos mundiales de HBO al mismo tiempo que se estrenan en EE.UU. Por otro lado, ofrece todas las series y películas subtituladas en castellano

El contenido se puede ver a través Apple Tv, ChromeCast, móviles, tablets, consola PlayStation y VodafoneTv. Como ocurre en otras plataformas es necesario tener conexión a Internet.

El usuario debe ser mayor de edad, residir en España y tener una tarjeta de crédito o débito con una entidad financiera española. La plataforma ofrece un periodo de prueba de un mes totalmente gratuito, y posteriormente, se cargará mes a mes la cantidad de 7,99 euros a la tarjeta de débito o crédito que se haya puesto en el momento de darse de alta.

c) YouTube

YouTube es una plataforma web para compartir videos que lo usuarios suben. Puede ser de cualquier tipo: clips de películas, programas de televisión, música, etc.

La plataforma se asemeja a una nube, similar a Gmail, donde los usuarios crean un canal y suben videos en cualquier tipo de formato.

El uso de esta plataforma se puede hacer mediante cualquier dispositivo móvil, televisión o tablet. Es totalmente gratuita.

YouTube, también, se considera como una red social ya que los usuarios pueden interactuar, dar me gusta a las publicaciones, comentar videos, compartir videos.

d) Amazon Prime

Amazon es un marketplace donde se ofertan multitud de productos de todo tipo. Y en concreto, Prime es una suscripción que permite comprar con envíos gratis y rápidos en millones de productos. Los usuarios pueden acceder a un periodo de prueba gratis de treinta días. Posteriormente al periodo de prueba, se cobrará una cuota de suscripción de treinta seis euros al año.

Este tipo de suscripción permite reproducción de películas y música ilimitados, descarga de libros, almacenamiento de fotos gratuitas, entregas en dos horas gratis en Barcelona, Madrid y Valencia, compra de productos básicos y 15% de descuento en una selección de pañales.

La forma de pago se realiza por medio de la cuenta Amazon en la que te pide meter tu número de tarjeta de crédito, débito o PayPal.

No podía faltar la música

Su evolución es similar a la TV y cine. De escuchar la radio, a comprarnos nuestros vinilos, cintas de cassette, cd's y actualmente plataformas de música donde comprar canciones, o escuchar las que queramos pagando una cuota mensual.

Spotify

Spotify es una plataforma que ofrece servicio de música, podcats y videos que te da acceso a multitud de canciones y otros contenidos. Crear una cuenta de esta plataforma es gratuito pero no vas a disfrutar de todas las ventajas de la aplicación si no te suscribes a Spotify Premium por 8,26 euros al mes.

Spotify está disponible para diversos dispositivos tales como tablets, ordenadores, altavoces, televisores, coches... Se pueden buscar miles de canciones y crear una playlist (una lista de reproducción), crear una biblioteca de canciones y reproducir de modo aleatorio.

También en música Amazon music, Apple music, y otros con funcionamiento prácticamente idéntico.

Planes de Ocio

En este campo el cambio fuera de lo que es como pagamos y reservamos la actividad o plan en sí, tiene menos evolución. Con la excepción de los descuentos (Groupon por ejemplo) a los que lo reserven en determinada plataforma.

a) Fever

Fever es una plataforma social que ofrece a sus usuarios ofertas de ocio a través de cupones. Dichos cupones son publicados en la aplicación para Android o IOS.

Actualmente la aplicación ofrece planes en ciudades de España como Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla, Málaga, Bilbao e Ibiza. Estos planes se pueden clasificar en diferentes zonas de la ciudad que interese al usuario, y existen multitud de categorías ya sea cine, teatro, monólogos, vida nocturna, conciertos, gastronomía, cultura moda, deporte, bienestar, tours, juegos, escapadas, viajes y festivales.

Para poder beneficiarse de las ofertas de la aplicación es necesario registrarse y crear un perfil en el cual puedes asociar un correo electrónico, introducir tu nombre y apellidos, poner o modificar foto de perfil.

El medio de pago es mediante tarjeta de crédito, débito o PayPal. Cuando el usuario adquiere una oferta, deberá validarla en el lugar donde le van a hacer ese descuento.

b) Foursquare

Es una plataforma social basada en servicios de localización de establecimiento. Esta plataforma es la suma de tres ideas: red social, disponible para teléfonos móviles con ubicación y registrar al usuario en cualquier tipo de lugar o espacio físico.

Foursquare se asemeja a unas páginas amarillas donde el usuario es el centro de la red social, pudiendo valorar y recomendar los establecimientos del lugar que se encuentre.

Los usuarios pueden visitar los establecimientos que los amigos de la red social han valorado, dar de alta lugares que han visitado y crear una lista de sitios. Los usuarios se pueden beneficiar de descuentos si acuden muchas veces a los establecimientos que aparecen en la aplicación.

Bares y gastronomía

También en este sector las nuevas tecnologías han generado un cambio en los hábitos y preferencias de consumo.

a) Tripadvisor

Es una plataforma turística gratuita donde los usuarios son los que aportan mayoritariamente el contenido.

La aplicación y la página web ofrece una descripción y multitud de opiniones de bares, restaurantes, hoteles, cruceros, experiencias, compañías aéreas, etc.

El manejo es muy sencillo, el usuario debe insertar el nombre de la ciudad o el establecimiento que esté buscando. En ese momento, va a aparecer un listado de establecimientos con fotos, puntuaciones y comentarios. Además, si estás buscando contratar algún tipo de servicio ya sea un hotel, restaurante o experiencia, puedes hacerlo a través de la web o la aplicación.

Por otro lado, una vez que lo usuarios han visitado el lugar o establecimiento, pueden escribir un comentario describiendo su experiencia. Para ello, simplemente es necesario tener una cuenta una cuenta de correo electrónico vinculada a Google o poseer una cuenta en Facebook.

b) El tenedor

Es una plataforma de reserva online de restaurantes y desde el año 2014 pertenece a la empresa Tripadvisor. Disponible mediante aplicación para móvil (Android e IOS) y en formato página web. El uso es totalmente gratuito, los usuarios pagan una vez que han terminado de consumir en el restaurante. Permite a los usuarios beneficiarse de descuentos de entre el 20% al 50% así como de llamar a los restaurantes.

A la hora de buscar un restaurante hay que registrarse en la plataforma, introducir el tipo de restaurante, lugar, fecha, hora y personas. Aparecerá el listado de restaurantes disponibles, la carta, los precios y el descuento que se aplica en caso de reservar.

La web tiene un apartado llamado déjate guiar el cual se clasifica en para comenzar, como buscar, como reservar, opiniones, promociones, mi cuenta y programa de fidelidad.

c) Glovo

Es una empresa de compra, recogida y envío de paquetes pequeños a través de su app para móviles con sistema operativo Android e IOS. Se permite hacer cualquier compra, envío y recado las 24 horas del día y con un límite de 9 kilos de peso en las ciudades donde está establecido Glovo. Actualmente, se puede usar este servicio en 65 ciudades de España.

Los mensajes son independientes y están conectados a la plataforma. Utilizan bicicletas y motos para transportar lo que deseen los usuarios.

Para hacer un pedido es necesario descargar la aplicación e introducir la tarjeta de crédito o débito. Posteriormente, hay que seleccionar si hay que enviar o pedir algo. Indicará lo que va a costar el servicio en función de la distancia y la hora en la que se solicita.

El usuario tiene la opción de contratar Glovo Prime, se trata de una suscripción mensual de 5,99 euros, pudiéndose cancelar en cualquier momento. Los usuarios se benefician de promociones exclusivas y envíos gratuitos.

d) Deliveroo

Es una empresa de reparto de comida rápida a domicilio, operando en un total de doce países. Los pedidos se hacen a través de su web o aplicación para Android e IOS, y los ciclistas se encargan de traer el pedido en unos treinta y dos minutos de media.

Para ello, el usuario debe añadir su código postal para encontrar los restaurantes de su zona y seleccionar el que más le interese. La aplicación dispone de un total de 8000 restaurantes y de toda clase de comidas, siempre y cuando, no sean de baja calidad.

El pago del pedido se realiza a través de tarjeta de crédito o débito para asegurar una experiencia satisfactoria del usuario.

2.5. SERVICIOS FINANCIEROS

El sector financiero es uno de los más importantes para cualquier mercado y para los consumidores. Si en la actualidad todos los sectores han sido o están siendo transformados por las nuevas tecnologías, no lo está siendo menos el de los servicios bancarios y seguros. El fenómeno Fintech (resultado de la contracción de las palabras finance y technology, en inglés), ha surgido precisamente de la expansión y uso generalizado de las nuevas tecnologías. Este nuevo modelo financiero "Fintech" aprovecha las aplicaciones y la nueva tecnología para prestar servicios financieros como una alternativa a la banca tradicional. Ofrecen asesoramiento financiero, transferencias, gestión del patrimonio...Algunas de las Fintech españolas son Mooverang, Zank, Novicap o Paypro.

El sistema financiero tradicional ha pasado a ser un sistema más concentrado, con menos empleo, menos oficinas y una creciente desconexión con poblaciones rurales, que con la caída de las cajas vieron desaparecer las sucursales en sus localidades y según las tendencias actuales, parece que la concentración financiera no es cosa del pasado. Además, más de 18.000 sucursales en España han desaparecido en una década de crisis, el 40% de las que había en el año 2008 y que el sector bancario quiere sustituir por un funcionamiento distinto a través de las nuevas tecnologías.

Se estima que más de 4.100 municipios españoles ya no tienen oficinas financieras in situ. Desde 2008 en Aragón han cerrado 1796 oficinas bancarias, un 39,42% de sucursales en Aragón.

Se abre para los consumidores el reto de alfabetizarse digitalmente para que no quedarse atrás en esta nueva realidad de todo el consumo y especialmente de los servicios financieros.

Respecto a los medios de pago ya hemos visto como ha sido su evolución en los últimos años, pero no sólo ha aumentado el pago con tarjeta o móvil también han surgido nuevas aplicaciones para realizar pagos como son las siguientes:

a) Bizum

Bizum es un medio de pago entre particulares a través de una aplicación móvil. Está pensada para pagar en los casos que no tenemos dinero en efectivo y se caracteriza porque no es necesario saber el número de cuenta del receptor del pago.

Es un servicio integrado por los bancos, es decir, cada banco tiene su propia aplicación Bizum. En España los bancos que disponen de este medio de pago son: Caixa Bank, BBVA, Santander, Sabadell, Bankia, Popular, Kutxabank, Caja Rural, Ibercaja, Unicaja, Cajamar, Abanca, Bankinter, Liberbank, Laboral Kutxa, EVO, Eurocaja Rural, Caja de Ingenieros, Cajamendralejo, Cajasur, Deutsche Bank, Banco Mediolanum, Imegine Bank, Oficina Directa, Openbank y Pastor.

Como se observa, Bizum es un medio de pago para enviar pequeñas cantidades de dinero entre familiares y amigos, y el servicio es totalmente gratuito aunque no descartan introducir alguna pequeña comisión por su uso.

En principio este medio de pago es seguro y está respaldado por medidas de seguridad de los bancos y cumple con la regulación de pagos y protección de datos.

b) Twyp

Se trata de otra aplicación móvil que sirve como medio de pago entre particulares y empresas, asemejándose a una tarjeta virtual. Ofrece la posibilidad de pagar, sacar dinero y hacer transferencias, y se diferencia de Bizum y Verse ya que tiene convenios para sacar dinero con establecimientos como DIA, Clarel, La Plaza de DIA, Galp. Disa, Supercor, Hipercor y Corte Ingles. El uso de esta aplicación es gratuito.

c) Verse

Verse es una aplicación móvil para pagar y recibir pagos entre personas particulares sin necesidad de indicar el número de cuenta. Se asemeja a Bizum y Twyp.

El dinero que recibido a través de la aplicación va al balance de Verse, es decir, como una tarjeta monedero pero si deseamos que sea ingresado en nuestra cuenta se puede enviar el balance en cuestión de segundos.

Los envíos de dinero no requieren ningún coste añadido y llegan a la persona de forma instantánea si están registrados, y si no lo están, llegarán una vez que se haya registrado en la aplicación Verse.



3.- SITUACIÓN ACTUAL (ENCUESTA)

Para este estudio hemos realizado una encuesta sobre los hábitos de consumo en los hogares aragoneses.

Para realizar el muestro se envió un enlace a una encuesta virtual y se realizaron también otras en formato físico (papel) en la calle y en la recepción de nuestra sede a las personas que acuden a consultas sobre consumo. En total casi 450 encuestas realizadas de julio a septiembre de 2019.

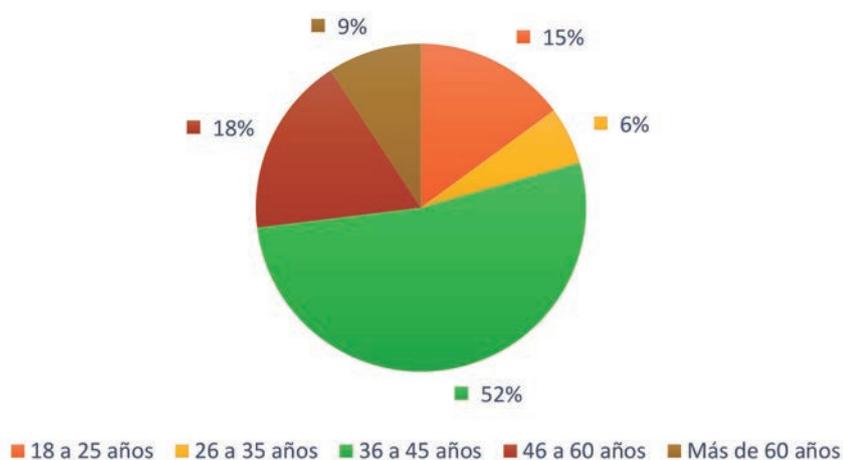
METODOLOGÍA.

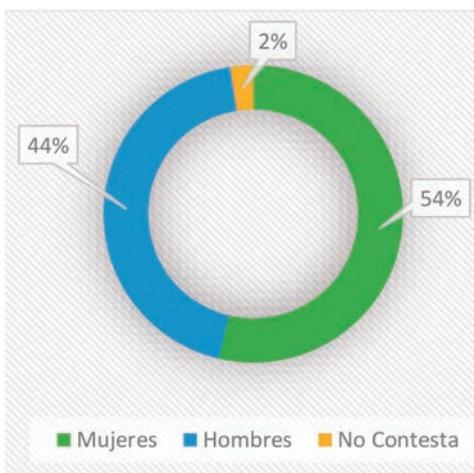
Se ha realizado una encuesta a 436 personas exactamente.

El primer dato a destacar es que el 90% de las encuestas han sido respondidas a través del formulario web, lo que hace que el muestreo sea claramente mayor entre los usuarios de internet. Lo cual, y dado que el gran cambio en las compras se ha producido por la llegada de internet y las nuevas tecnologías, hace que la mayor parte de los encuestados sean mas propicios a nuevas formas de consumo.

Como segundo dato a destacar es la edad de los encuestados. Muy centrados en las franjas de 18 a 45 años.

PARTICIPANTES POR RANGO DE EDAD

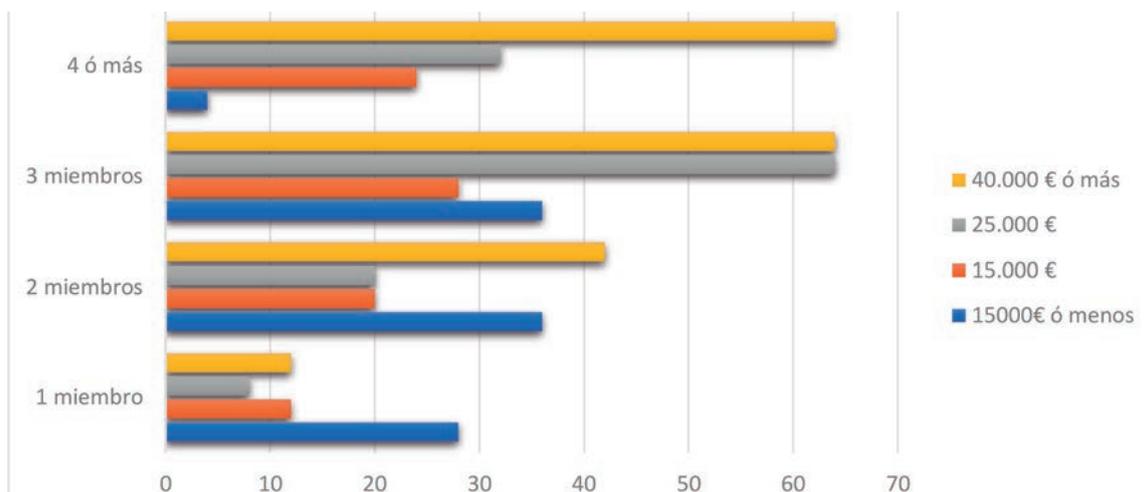




Han participado más mujeres que hombres en esta encuesta.

Antes de analizar las respuestas también expondremos el número de miembros de la unidad familiar y renta de los encuestados.

RENTA POR MIEMBROS DE LA UNIDAD FAMILIAR EN ARAGÓN

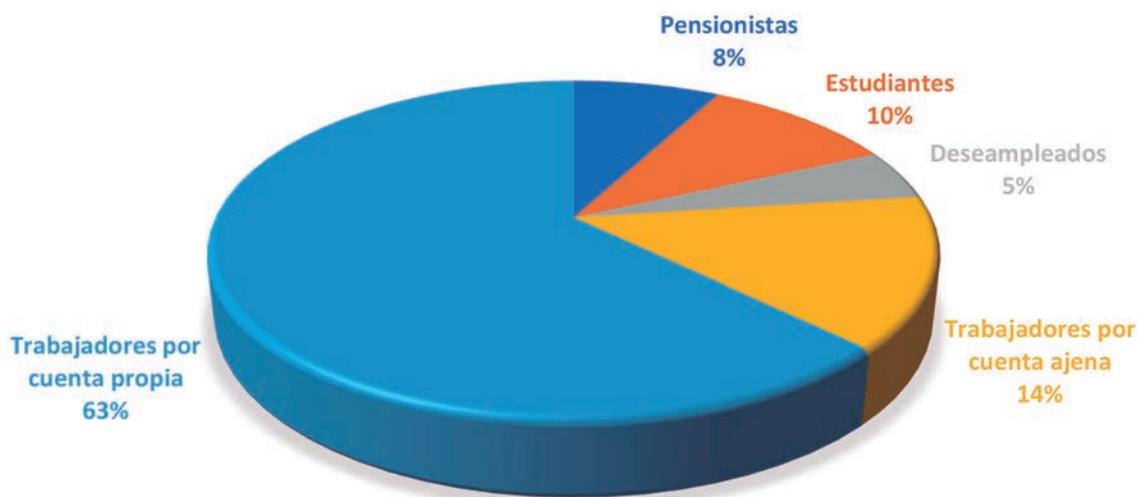


Estos datos sobre los participantes indican que el 80% de los encuestados tiene una unidad familiar de entre 2 a 4 miembros, con un solo miembro el 18% y con 5 ó más solo el 2%.

Y en cuanto al nivel de renta familiar el 40% tienen ingresos entre 25.000€ a 40.000€ lo cual coincide con la renta media en Aragón que en 2017 fue 17.756€ por persona (según Instituto Nacional de Estadística) y dado que la mayoría de encuestados tiene una unidad familiar de al menos 2 miembros (es decir, en muchos casos dos sueldos en el mismo hogar) nos indica que la muestra de esta encuesta es muy similar a la situación media en nuestra comunidad autónoma.

Por último en lo que respecta a la situación laboral de los encuestados el 63% son trabajadores por cuenta ajena (asalariados), el 14% por cuenta propia y el resto se reparte entre estudiantes, pensionistas y desempleados.

SITUACIÓN LABORAL



Tras las preguntas de control para poder analizar la situación de la persona consumidora en cuanto a edad, ingresos, miembros de la unidad familiar, etc.. podemos ya analizar los hábitos de consumo.

Empezaremos primero a analizar por área o sector de consumo:

ALIMENTACION:

Es el supermercado de barrio (cercano al domicilio) el que elige la mitad de las personas encuestadas a la hora de realizar sus compras de alimentos seguido en casi idéntico porcentaje del mercado del barrio o tiendas de proximidad y el hipermercado.

Muy llamativo el dato que indica que solo un 2% compra online productos de alimentación. Lo cual nos dice al contrario que en otros productos (electrónicos, ropa, ocio...) en este sector seguimos eligiendo comprar en comercio físico (98% del total).

¿DÓNDE REALIZAS HABITUALMENTE LA COMPRA DE ALIMENTOS?



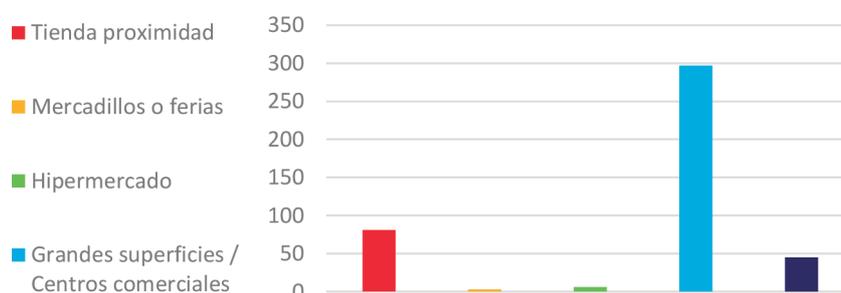
Tienda de proximidad o mercado de barrio	23%
Supermercado	51%
Hipermercado	24%
Internet	2%

ROPA y COMPLEMENTOS:

En relación a la compra de ropa y complementos la mayor parte de las personas encuestadas (68%) realiza las compras en grandes superficies o centros comerciales, seguido muy de lejos con un 19% por la compra en comercio de proximidad y en menor medida (10%) compra por internet. La compra en mercadillos y en hipermercado es residual con un 2% y 1% respectivamente.

Esto contrasta con la pregunta a las personas que sí compran por internet y que indican que el 49% de estas personas compra ropa/complementos. Es decir que aunque se realizan muchas compras por internet pues el 91% de los encuestado compra online y de todas estas personas la mitad compra ropa/complementos, sin embargo se prefiere la compra de este tipo de productos en tienda física de cualquier tipo.

¿DÓNDE REALIZAS HABITUALMENTE LA COMPRA DE ROPA Y COMPLEMENTOS?



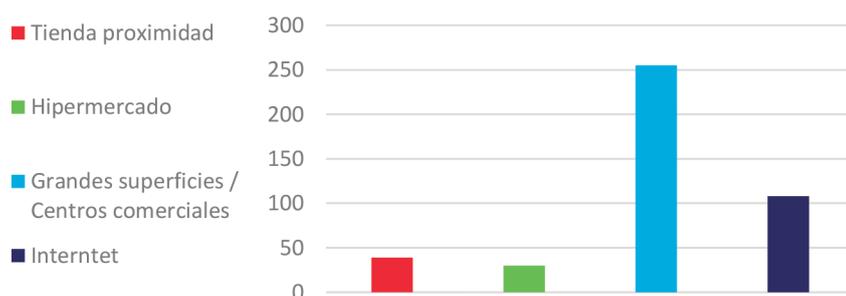
Tienda de proximidad	19%
Hipermercado	2%
Mercadillos ferias	1%
Grandes superficies/centros comerciales	68%
Internet	10%

TECNOLOGÍA y ELECTRODOMÉSTICOS

Al igual que con la compra de ropa y complementos en el área de tecnología y electrodomésticos es la compra en grandes superficies y centros comerciales la más habitual (59%), seguido del comercio online (25%).

A tenor de estos datos se puede observar como una de cada cuatro personas ya hace habitualmente la compra de tecnología por internet. Estamos ante una nueva forma de consumo que se incrementará en la próxima década, entre otros motivos la disponibilidad de producto (en internet está disponible todo el catálogo de cualquier marca/modelo), los envíos son cada vez más rápidos y con unas políticas de devoluciones más ágiles (entre otras cosas gracias a las normativas más reciente de protección al consumidor en compras online. Y por último y muy importante el precio, comprar en el comercio físico no tiene menor coste para el consumidor por lo que a la hora de decidir otros factores deben tener más peso para elegir esta opción. (el trato cara a cara con comerciales, el poder "ver" el producto y tocarlo, ...).

¿DÓNDE REALIZAS HABITUALMENTE LA COMPRA DE PRODUCTOS TECNOLÓGICOS Y ELECTRODOMÉSTICOS?



Tienda de proximidad	9%
Mercadillos o ferias	7%
Grandes superficies/centros comerciales	59%
Internet	25%

VIAJES, HOTELES, ETC...

Aquí es donde vemos mayor aumento de la compra online en detrimento de la compra en agencia de viajes. Salvando los viajes organizados que tienen una gran demanda en las agencias, la compra de billetes de avión, tren, bus o la reserva de hoteles, de coches de alquiler, etc. Se realiza en mayor medida online por el propio consumidor (bien sea a través de páginas especializadas a modo de agencias de viajes o bien en las propias páginas web de hoteles, empresas de alquiler de vehículos, o empresas de transporte.

Además y como un claro ejemplo de nueva forma de consumo si hace solo dos décadas el viaje organizado por un touroperador era lo habitual es ahora el consumidor el que quiere elegir que vuelo/tren/bus, que hotel, que actividad realizar, Las personas no queremos ser esos "rebaños" que nos llevan de visita turística en visita turística, sin parar.... Ahora nosotros elegimos el ritmo, como, donde...

Es curioso sin embargo que este auge del "móntate tú mismo el viaje" haya generado que otros destinos antes poco usuales ahora se hayan masificado. Lugares inhóspitos y con pocos turistas ahora con filas por llegar.

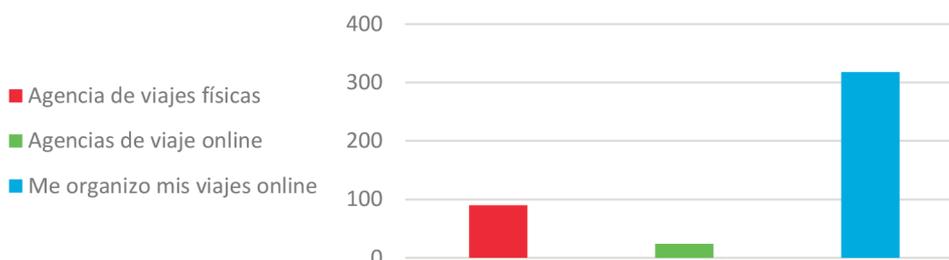
Por ejemplo este extracto de un artículo periodístico sobre este hecho nos muestra una evolución poco deseada del modo de viajar.

"...Las colas ya alcanzan los dos kilómetros de largo. Como en el Everest, donde en mayo pasado murieron ocho de los más de 200 de montañistas que batieron el récord de ascensos en una misma jornada y que 'colapsaron' al hacer cumbre-, también en las dunas del desierto de Gobi empiezan a formarse cada verano auténticos atascos. Montados en camellos, los turistas avanzan hacia Dunhuang, la ciudad oasis Patrimonio Mundial de la Unesco, en la provincia de Gansu, al noroeste de China, atraídos por paisajes desérticos como Mingsha Shan, famosa por el misterioso sonido del viento al soplar allí, o las cuevas de Mogao, 492 grutas budistas cuya construcción abarca del siglo IV al XIV..." EL SEMANAL XL 3 de septiembre de 2019.

Tenemos la suerte de que el mundo se ha hecho mas pequeño gracias a internet, a la proliferación de compañías aéreas y medios de transporte en general, la facilidad de entrar en regiones antes inaccesibles y ahora abiertas al dinero del turismo. Quizás tengamos que pensar en el coste al medio ambiente que tiene, como por ejemplo el que conlleva el gasto en combustible de un avión o la basura generada por esos "turistas" montañeros en el Everest, entre otros muchos ejemplos.

Agencias de viajes físicas (para la compra/reserva tanto de tours organizados, como compra separada de billetes de bus/tren/avión, reserva de hoteles, ...)	21%
Agencia de viajes online (compra de viajes organizados, tours, ...)	6%
Organizo mis propios viajes comprando online cada servicio (hotel, transporte, visitas, ...)	73%

¿DÓNDE REALIZAS HABITUALMENTE LAS COMPRAS DE VIAJES (HOTELES, BILLETES DE TREN/BUS/AVIÓN, ALQUILER DE VEHÍCULOS, ...?)



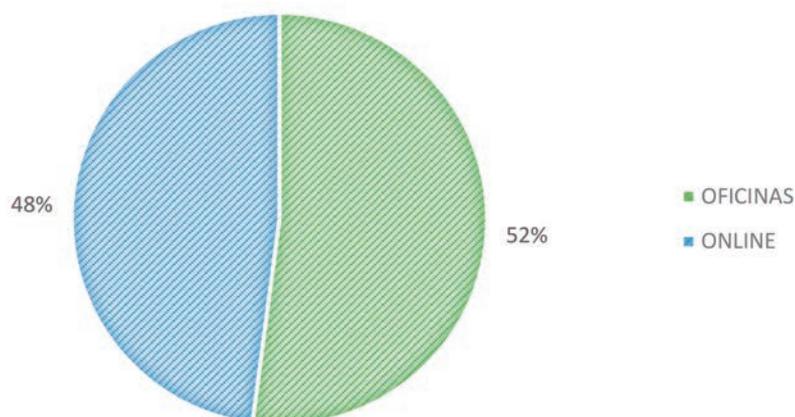
SERVICIOS FINANCIEROS (banca, seguros e inversiones)

Uno de los grandes cambios en la manera de consumir que hemos observado es en el sector financiero. AICAR-ADICAE es la asociación de consumidores especialista en este tipo de productos y hemos observado esta nueva realidad desde muy cerca. Este estudio nos confirma que en efecto la mitad de las operaciones de compra/contratación de servicios financieros se hace online. Por no hablar de la cantidad de gestiones (fuera de la compra) que es aun mayor pues ya sea por el cierre de oficinas bancarias, la comodidad de ver la app del banco en el móvil o por otros motivos lo cierto es que la mayoría de consumidores no acude a una oficina, sucursal o agencia para gestionar sus productos financieros, ya sean seguros, inversiones o banca.

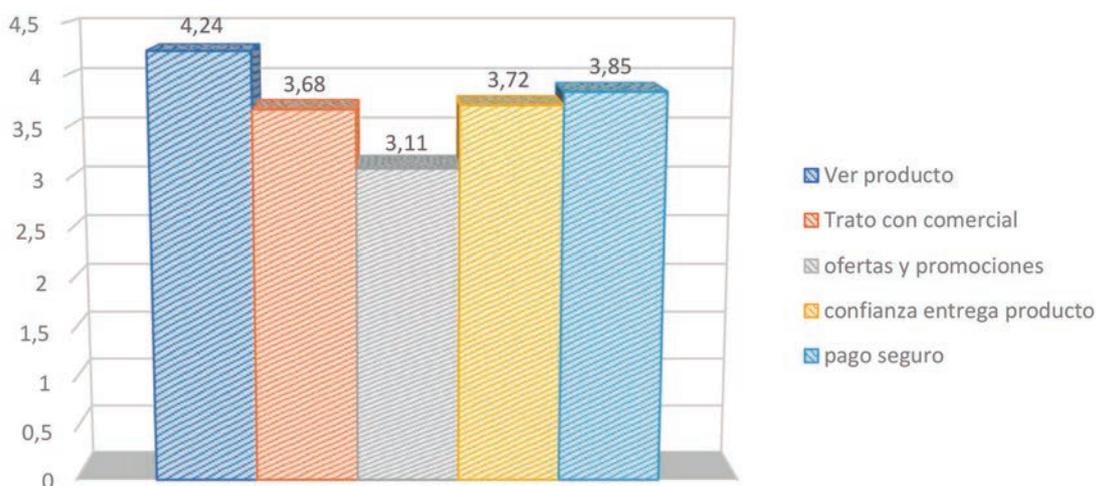
Este es un hecho que no nos sorprende pero si nos preocupa pues hay personas, especialmente la gente mayor, que si no es en oficina física no sabe o no puede realizar sus gestiones o contrataciones de otra manera. En Aragón y según el Banco de España de 1.807 oficinas en 2008 hemos pasado a 1040 en 2018.

Sucursal bancaria, agencia de seguros, entidad de inversiones (oficinas físicas)	52%
Banca online, áreas de cliente de compañías de aseguradoras, inversiones online	48%

¿DÓNDE REALIZAS HABITUALMENTE LA CONTRATACIÓN DE PRODUCTOS FINANCIEROS (BANCA, SEGUROS, INVERSIONES)?

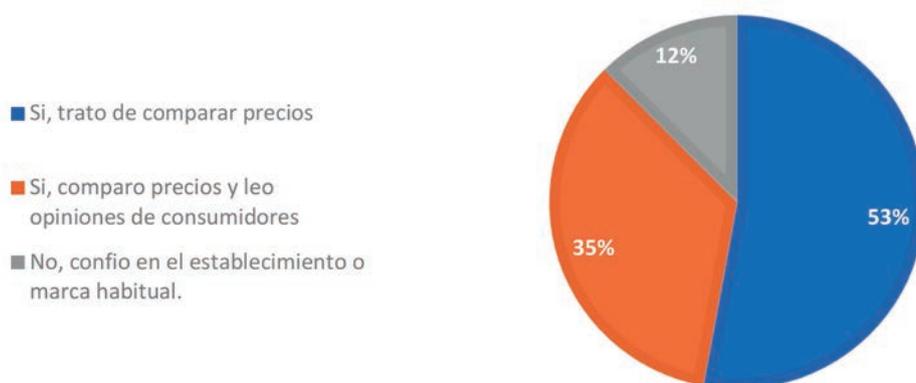


VALORACIÓN DEL COMERCIO FÍSICO



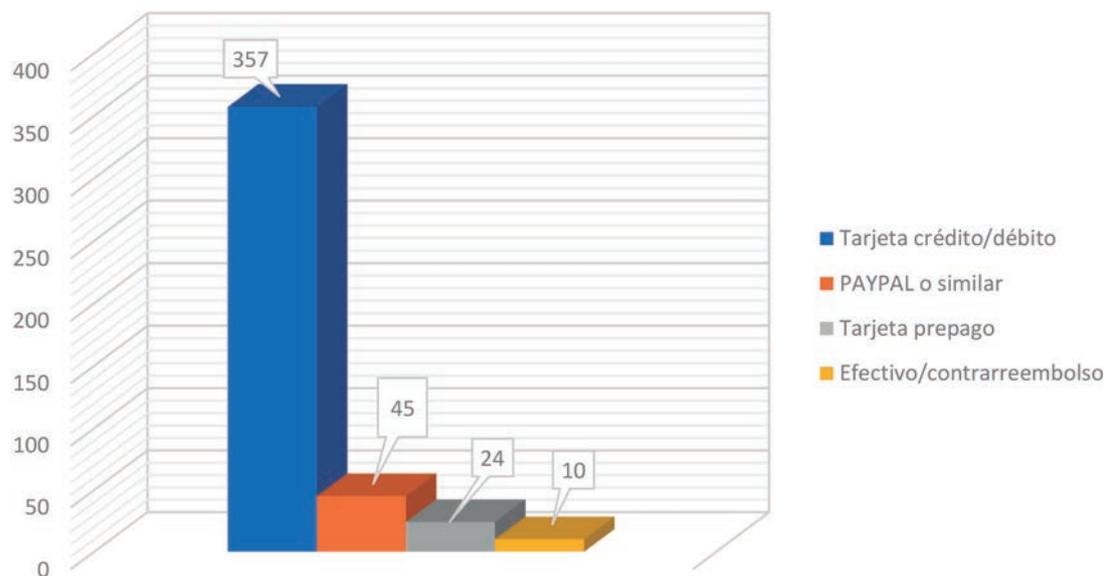
Las personas consumidoras a la hora de decidir comprar en un comercio online o en tiendas físicas valoran de las 5 opciones indicadas en la encuesta y por orden de mayor a menor: el poder ver y tocar el producto en cuestión, el pago seguro, la confianza en la entrega, trato con la persona y en ultimo lugar las ofertas y promociones del comercio in situ. Antes de comprar el consumidor compara en distintos comercios (tanto online como en tienda) nada menos que el 88% de las personas encuestadas compara precios y de estos el 40% además lee opiniones de otros consumidores. Como reza el lema de ADICAE, Consumidores críticos, responsables y solidarios, debemos ser críticos, es decir analizar las distintas ofertas, las características del producto, como se paga, el envío, la política de devoluciones, Cuanta mas informados estemos mejor podremos decidir.

BUSCAS, COMPARAS Y SI ENCUENTRAS ALGO MEJOR, ¿LO COMPRAS?



En cuanto al medio de pago sobre las 436 encuestas realizadas el 81% utiliza la tarjeta de crédito/débito y solo un porcentaje menor utiliza medios alternativos como tarjetas prepago pensadas para compra online (se cargan con dinero a modo de monedero virtual y se usa para pagar sin el riesgo de perder mas dinero del que había en la tarjeta en caso de robo de datos bancarios), y sistemas como PAYPAL y similares que son intermediarios de pago con políticas de devolución muy interesantes para consumidores que tengan miedo de posibles estafas o engaños en sus compras online.

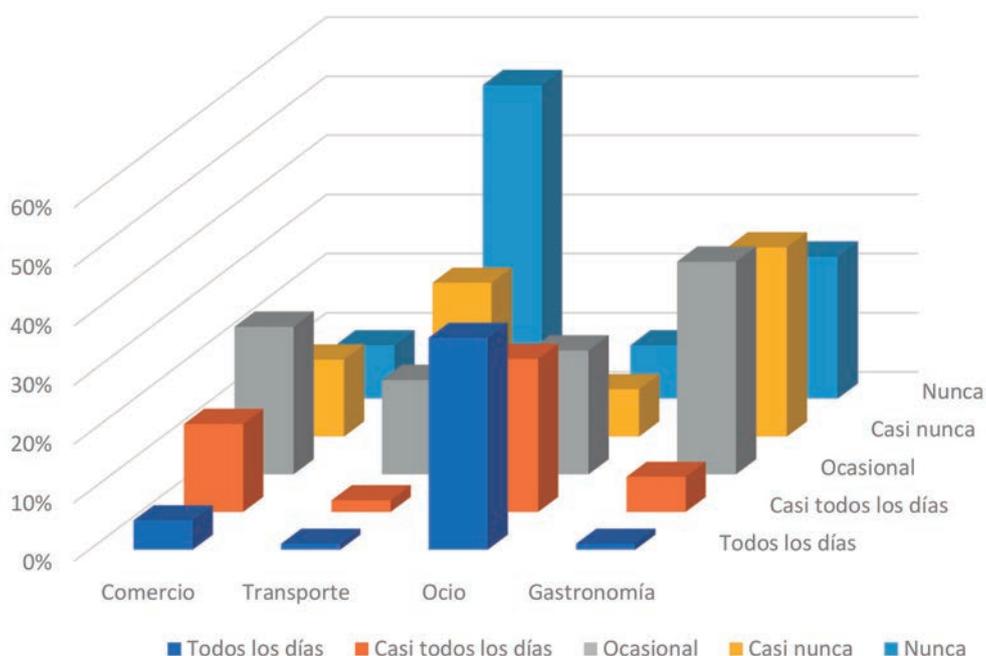
Residual es el pago en efectivo (contrarrembolso) y ni si quiera aparece en los encuestados el pago por transferencia.



Frecuencias uso de aplicaciones de ecommerce en:

- **Compras** (Amazon, Aliexpress, Rakuten...)
- **Transporte** (Uber, Cabify, patinetes, motos, bicis...)
- **Ocio** (Netflix, HBO, Movistar TV, Amazon Prime...)
- **Gastronomía** (Tripadvisor, Deliveroo, Just Eat....)

Al preguntar sobre la frecuencia en la que se usan las aplicaciones de comercio electrónico la respuesta mas habitual es uso ocasional. Sin embargo hay un uso muy elevado en ocio (cine, espectáculos, TV, series...) con un 62% que indica que usan a diario o casi a diario. Es evidente que las aplicaciones para ver televisión a la carta están usándose de manera habitual. Sin embargo en las aplicaciones ligadas a transporte como el alquiler o uso compartido de vehículos el un 50% de los encuestados es nulo, no lo usan nunca. En el caso de gastronomía no tiene tampoco un uso muy habitual pero si ocasional, lo cual es lógico pues no solemos ir de restaurantes a diario ni comprar comida preparada para casa a diario.

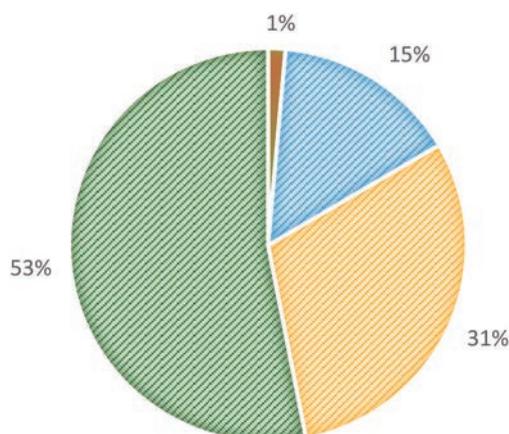


LA PREGUNTA CLAVE ¿COMPRAS POR INTERNET?

EL 91% de los encuestados afirman comprar por internet (401 de 436). De estos y según la habitualidad el 53% es mas esporádica, el 31% cada mes, el 15% semanalmente, el 1% a diario.

Un dato que no debe estrañarnos pues varios informes de la Comision Nacional de los Mercados y la Competencia asi como del Banco de España y otros organismos indican el aumento de manera esponencial que ha tenido en estos años. Valga como ejemplo que los ultimos 5 años, desde 2013 a 2018, el volumen de negocio online en España a pasado de los 12.000 millones de al año a 40.000 mill/ .

■ A diario ■ Semanalmente ■ Cada mes ■ De forma esporádica



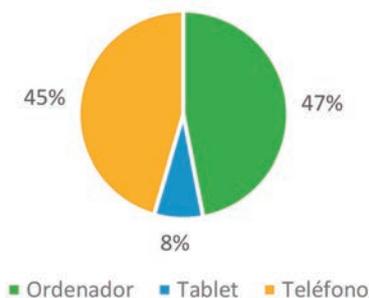
(CNMC de 12 de julio de 2019).

El 9% indica que no compra por internet (35/436)

Siendo la mayoría de estos por la preferencia del comercio físico frente al online (el 60%), y el resto por motivos varios como la desconfianza por el medio de pago (9%), falta de conocimiento informático (2%), preocupación por sus datos personales (11%), inseguridad de la páginas (8%) , otros...).

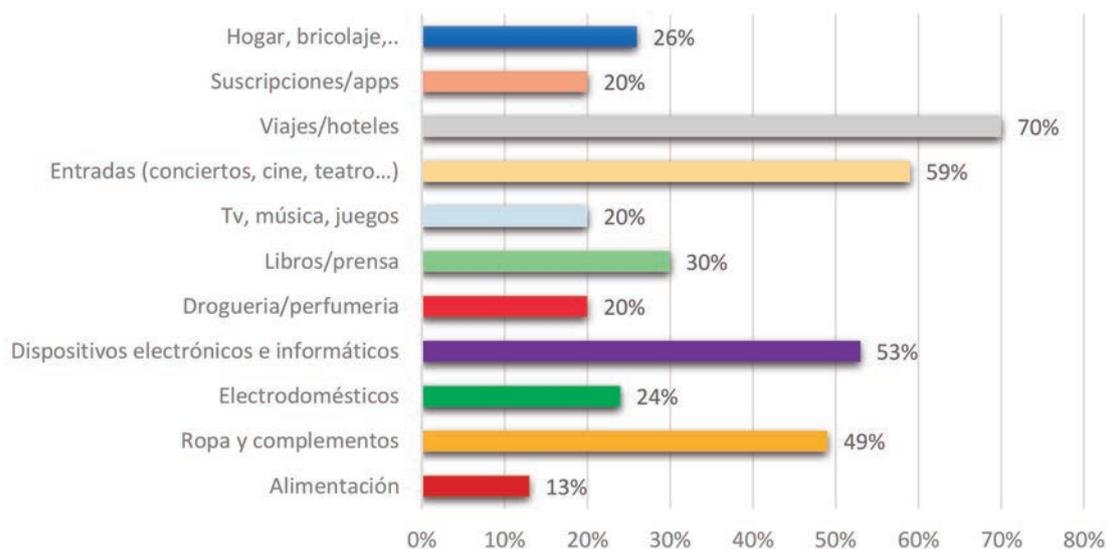
De los encuestados que SI compran por internet:

La mayoría emplean el ordenador o el teléfono y en menor medida tableta digital.

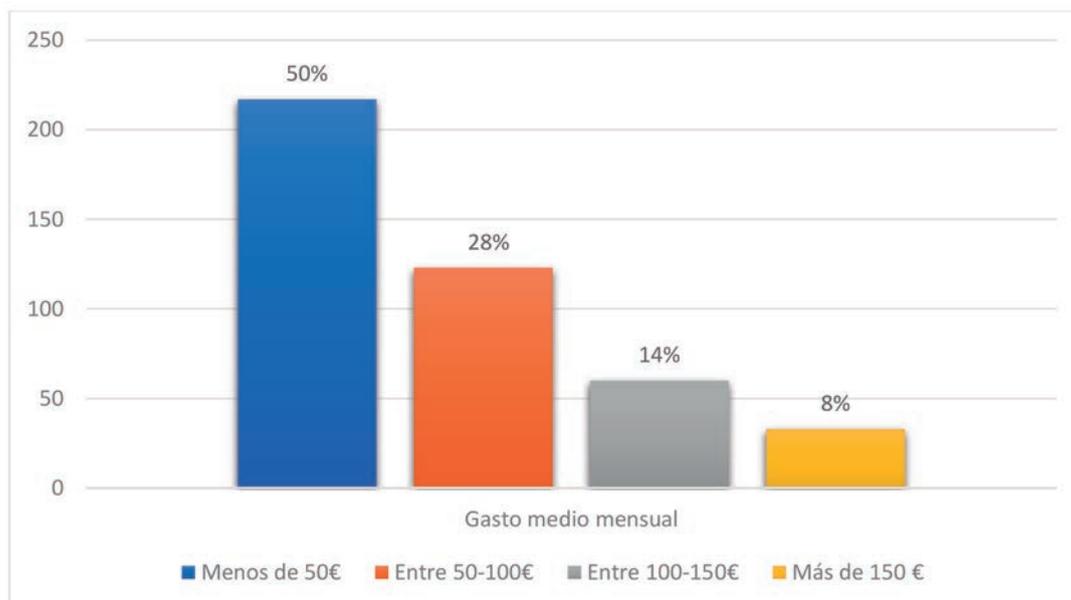


En cuanto a la categoría/tipo del producto los encuestados indican que compran sobre todo viajes/hoteles, seguido por entradas de espectáculos y dispositivos electrónicos y ropa/complementos. Y destaca por el contrario que la compra de alimentación solo lo hace el 13% de los encuestados que realizan compras online.

¿Qué compro online?

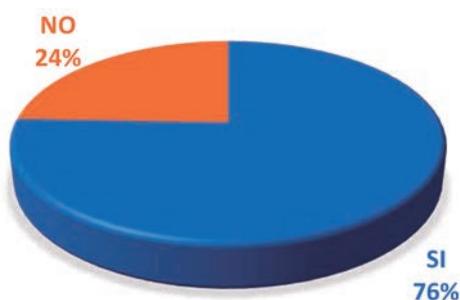


El gasto medio mensual de las personas encuestadas se sitúa entorno a los 100 €. Si miramos la cesta de la compra y la estadística de gasto medio por hogar esta alrededor de los 29.000 € al año según el INE. De todos estos gastos tendríamos que quitar vivienda, agua, gas, sanidad, enseñanza y otros que suman unos 14000 € de media, así pues los gastos en compras son 15000 € al año de media en España y solo 1200 € según nuestra encuesta son por compras online.

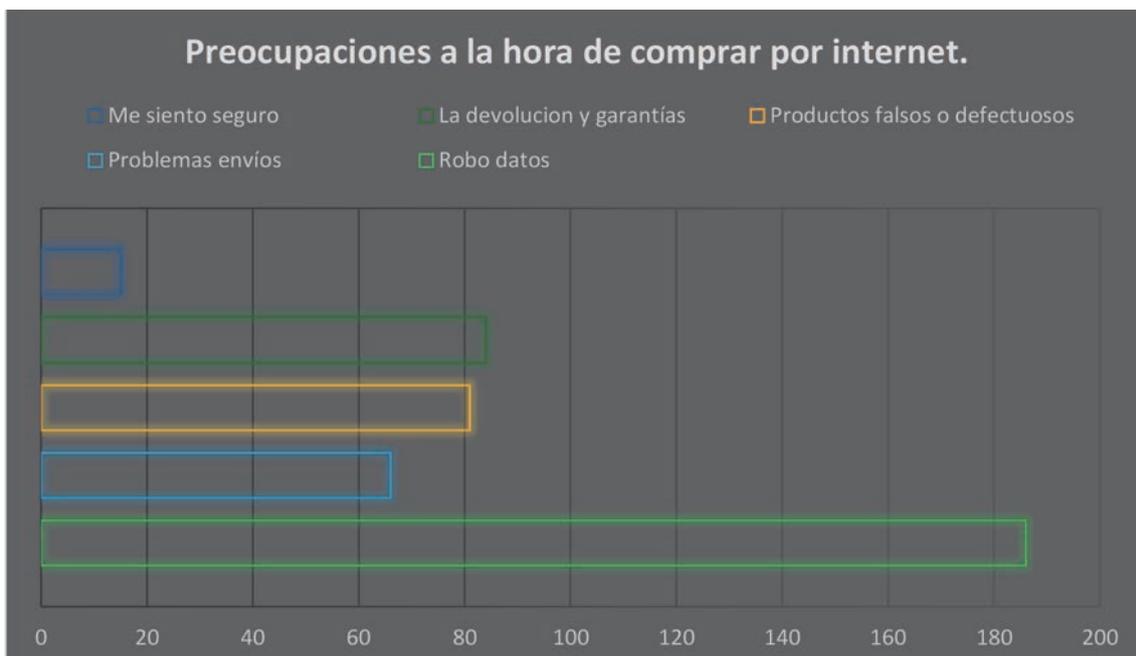


A la pregunta ¿te sientes seguro comprando por internet? La mayoría de los encuestados compra online con sensación de seguridad.

¿TE SIENTES SEGURO EN LAS COMPRAS ONLINE?



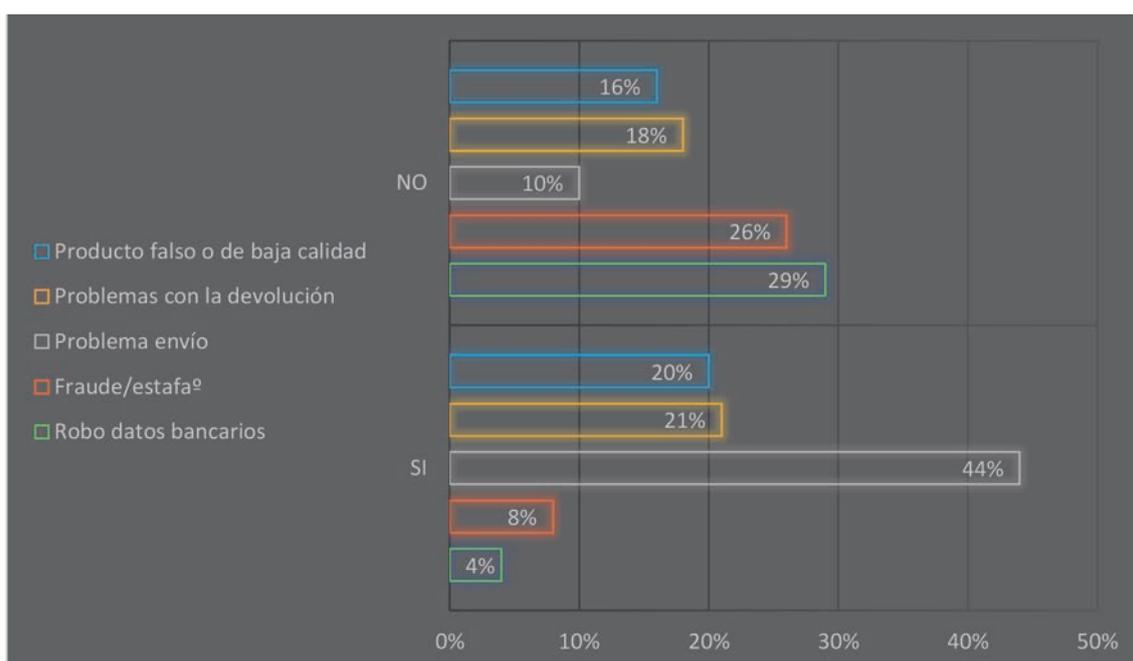
Y en cuanto a los miedos a la hora de comprar por internet es el posible robo de datos bancarios lo que mas les preocupa.



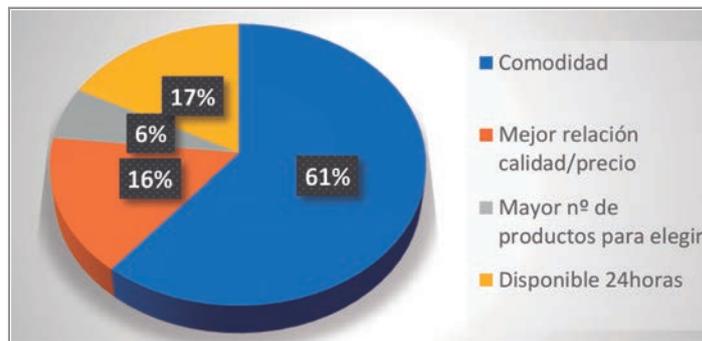
Hemos preguntado también si a las personas que compran por internet les había ocurrido algún percance o problema. La pregunta que lanzamos fue ¿te has visto frenado al alguno de los siguientes problemas en tus compras online?

El mas habitual fue problemas con los envíos o las devoluciones. Sin embargo la gente tiene miedo a los robos de datos bancarios, a las estafas o fraudes pero no son problemas que realmente les hayan pasado.

Lo cual nos viene a decir que tenemos miedos, como en cualquier otra cosa en la vida, pero actuando con precaución cualquier compra online puede ser tanto o mas segura que una compra en comercio físico.



Las razones para comprar online son varias pero la comodidad de realizarla desde casa, las 24 horas y los 7 días de la semana son las dos principales. También la percepción de mejores precios y ofertas en la compra online frente al comercio físico.



Para concluir quisimos preguntar si piensan que el año próximo sus compras online aumentarán, disminuirán o se mantendrán.

El 97% de las personas piensan que se mantendrán o aumentarán.

Se mantendrán	64%
Aumentarán	33%
Van a disminuir	3%

4.- CONCLUSIONES

Del presente estudio podemos concluir que en Aragón los consumidores realizan de manera habitual compras on line y consumen distintos productos por Internet o por las omnipresentes aplicaciones móviles.

Las formas de consumo han evolucionado. La revolución en el comercio y en la adquisición de bienes y servicios ha llegado y es para quedarse. Esta manera de consumir seguirá con su transformación en la forma que hemos analizado en este estudio y en otras formas que aún estamos por conocer.

Un ejemplo muy evidente son las FINTECH, las finanzas a través de la tecnología, son ya una realidad que vienen de la mano de nuevas empresas, startups y de las viejas estructuras financieras que se apresuran a adaptarse o aliarse con estos nuevos participantes.

El comercio tradicional ya vive este cambio y es muy habitual que pequeñas tiendas tengan ya su versión online o vendan a través de plataformas. Igualmente pasa en el consumo de ocio.

Y es que el consumidor quiere la comodidad que traen estas nuevas formas de consumo, su inmediatez...

Las ventajas son más que evidentes. Pero como es lógico este nuevo consumo también trae problemas nuevos (y no tan nuevos) que toda persona consumidora debe conocer. Podemos ser víctimas de fraudes y estafas, que podemos evitar si tenemos la información y la formación necesaria antes de contratar online.

Desde AICARADICAE llevamos ya hace un tiempo inmersos en una campaña de "alfabetización" digital para todos nuestros socios y consumidores que tienen problemas en el uso de las nuevas tecnologías: el ordenador, el móvil, las redes sociales...

No queremos que quede ningún sector de consumidores excluidos del actual sistema de consumo general y particularmente de los servicios financieros, donde la posibilidad de acabar viendo sus derechos menoscabados aumentan si cabe.

Para evitar estos problemas vamos a enseñar a que los consumidores pierdan el miedo a las nuevas herramientas digitales. En AICAR ADICAE queremos organizar a todos nuestros socios a través del móvil y el ordenador.

Todos los consumidores pueden aprender, no importa la edad ni ninguna otra circunstancia, y con este reto no sólo estamos realizando cursos específicos sino también adaptando nuestros talleres al nivel de cada grupo y de cada persona. Queremos que todos nuestros socios y consumidores aprendan de una forma sencilla y divertida y que cuenten con los medios necesarios para operar con garantías y defenderse de los bancos y de las grandes empresas.

Como un paso más, también hemos comenzado a formar a los consumidores en las nuevas tecnologías financieras, formando a monitores consumidores voluntarios que de forma solidaria a su vez puedan formar a otros consumidores y con ello tengamos en un futuro un colectivo fuerte y reivindicativo que puedan hacer frente a las entidades financieras tradicionales y a las nuevas FINTECH.

La sociedad de la información que llega a toda velocidad no puede dejarnos como analfabetos ni aislarnos de la nueva realidad, frente a ello queremos ayudar a todos nuestros socios y al colectivo de consumidores para que también a través de las nuevas tecnologías puedan reivindicar y hacer valer sus derechos.

