



kontsumoBIDE

KONTSUMOKO
EUSKAL INSTITUTUA
INSTITUTO VASCO
DE CONSUMO



2019ko AZTERLANA

Adinekoen kontsumo-ohiturak



Aurkibidea

1. Aurkezpena 3
2. Lagina 6
3. Bildutako datuak 7
4. Ondorioak 17

1. Aurkezpena

2019ko urtarriletik maiatzera bitarte egindako **“ADINEKOEN KONTSUMO-OHITURAK”** Azterlanean jasotako datuak bildu dira txosten honetan.

Azterlanaren helburua izan da, batetik, produktuak erosi eta/edo zerbitzuak kontratatzean adinekoek zer kontsumo-ohiturak dituzten jakitea, eta, bestetik, salmenta mota jakin batzuen aurrean dauzkaten eskubideak zenbateraino ezagutzen dituzten zehaztea.

Guztira **304 inkesta** egin dira, *adinekoentzako kontsumo-prestakuntzako programa ibiltarian* parte hartzen duten adinekoen artean.



Guztira, programan parte hartzen duten **adinekoen 25 taldek** lagundu dute: **13 Bizkaikoak, 8 Arabakoak eta 4 Gipuzkoakoak.**

	ZENTROA	HERRIA	PROBINTZIA
1	ASOC. DE JUBILADOS DE ZORROZA	BILBAO	BIZKAIA
2	CENTRO MANCHEGO	BARAKALDO	BIZKAIA
3	CEPA DE ZALLA	ZALLA	BIZKAIA
4	ASO. SAN PRUDENCIO DE TRAÑA-MATIENA	ABADIÑO	BIZKAIA
5	ASOC. DE JUBILADOS GALDOTZA ARANA	GĒÑES	BIZKAIA
6	HOGAR DE JUB. GURE ETXEA	GALDAKAO	BIZKAIA
7	ANBOTOKO DAMA	ATXONDO	BIZKAIA
8	NAGUSIEN ETXEA	ZALDIBAR	BIZKAIA
9	ARROLAMENDI HIRUGARREN ADINEKO ELKARTEA	NABARNIZ	BIZKAIA
10	ASOCIACIÓN BIZIDUN	DURANGO	BIZKAIA
11	AYUNTAMIENTO	MUNDAKA	BIZKAIA
12	ASOC. AMAS DE CASA Y CONSUMIDORAS ZOKO MAITEA	BALMASEDA	BIZKAIA
13	JUBILADOS BBK	ERANDIO	BIZKAIA
14	APART. TUTELADOS BEATO TOMÁS DE ZUMARRAGA	VITORIA-GASTEIZ	ALAVA/ARABA
15	CARITAS SUR	VITORIA-GASTEIZ	ALAVA/ARABA
16	CARITAS – GRUPO DE MAYORES DE ABETXUKO	VITORIA-GASTEIZ	ALAVA/ARABA
17	JUB., PENS. VIUDOS/AS SAN VICTOR	ALEGRIA-DULANTZI	ALAVA/ARABA
18	PARROQUIA DEL PILAR	VITORIA-GASTEIZ	ALAVA/ARABA
19	HOGAR DEL JUB. VIRGEN DE SALLURTEGI	AGURAIN	ALAVA/ARABA
20	ASOC. DE JUB. TORRE ALDEA	AMURRIO	ALAVA/ARABA
21	CARITAS RURAL	VITORIA-GASTEIZ	ALAVA/ARABA
22	IRUNGO GIZARTE ZENTROA	IRUN	GIPUZKOA
23	HOGAR DEL JUB. BIYAK BAT	LASARTE-ORIA	GIPUZKOA
24	ATSEDEN TOKI	ATAUN	GIPUZKOA
25	ASOC. JUB. Y PENS. ARANEALDE	BEASAIN	GIPUZKOA



Azterlanaren helburuak **HONAKO HAUEK IZAN DIRA:**

1. **Adinekoek erosteko eta kontratazeko gehien erabiltzen dituzten alternatibak identifikatzea:** saltokian edo saltokitik kanpo (etxean, txangoetan, urrunetik: telefonoz, Internet bidez...)
2. **Salmenta modalitate bakoitzean erosten dituzten produktu motak edo kontratatzen dituzten zerbitzu motak ezartzea:** elikagaiak, osasuna hobetzeko produktuak, gas- edo argi-zerbitzuen kontratazioa...
3. **Erosketa edo kontratazioa zer irizpidetan oinarritzen duten identifikatzea:** marka ezaguna, ezagun edo senide baten gomendioa, konfiantzazko saltokia, kalitatea-prezioa erlazioa...
4. **Kontsumitzaile/erabiltzaile gisa dituzten ohiturak ezagutzea:** erosi baino lehen eskaintzak konparatzea, produktuen etiketak irakurtzea, dokumentazioa eskatu eta gordetzea (tiketa, faktura, kontratua...), aldez aurreko kontratu bat egitea...
5. Mota guztietako salmenten aurrean, etxez etxeko salmenten aurrean bereziki, **adinekoek beren eskubide eta betebeharrak zenbateraino ezagutzen dituzten zehaztea.**

2. Lagina

ADINEKO 304 PERTSONEK osatu dute lagina, eta **gehienak emakumeak izan dira (261)**. Emakumeek neurri handiagoan parte hartzen dute adinekoentzako prestakuntza-programetan, eta horixe da emakumeen ehuneko handia izatearen arrazoia.

71 urtetik 80 urtera bitarteko adin-tartean izan da parte-hartzerik handiena. Parte-hartzaileak honela banatu dira adin-tarteen arabera:

60-70 (114 pertsona)

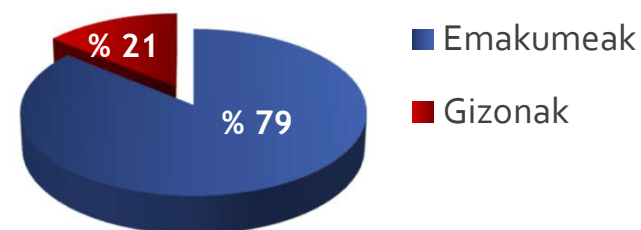
71-80 (140 pertsona)

81-92 (50 pertsona)

INKESTATUTAKO PERTSONAK

261 emakume

43 gizon

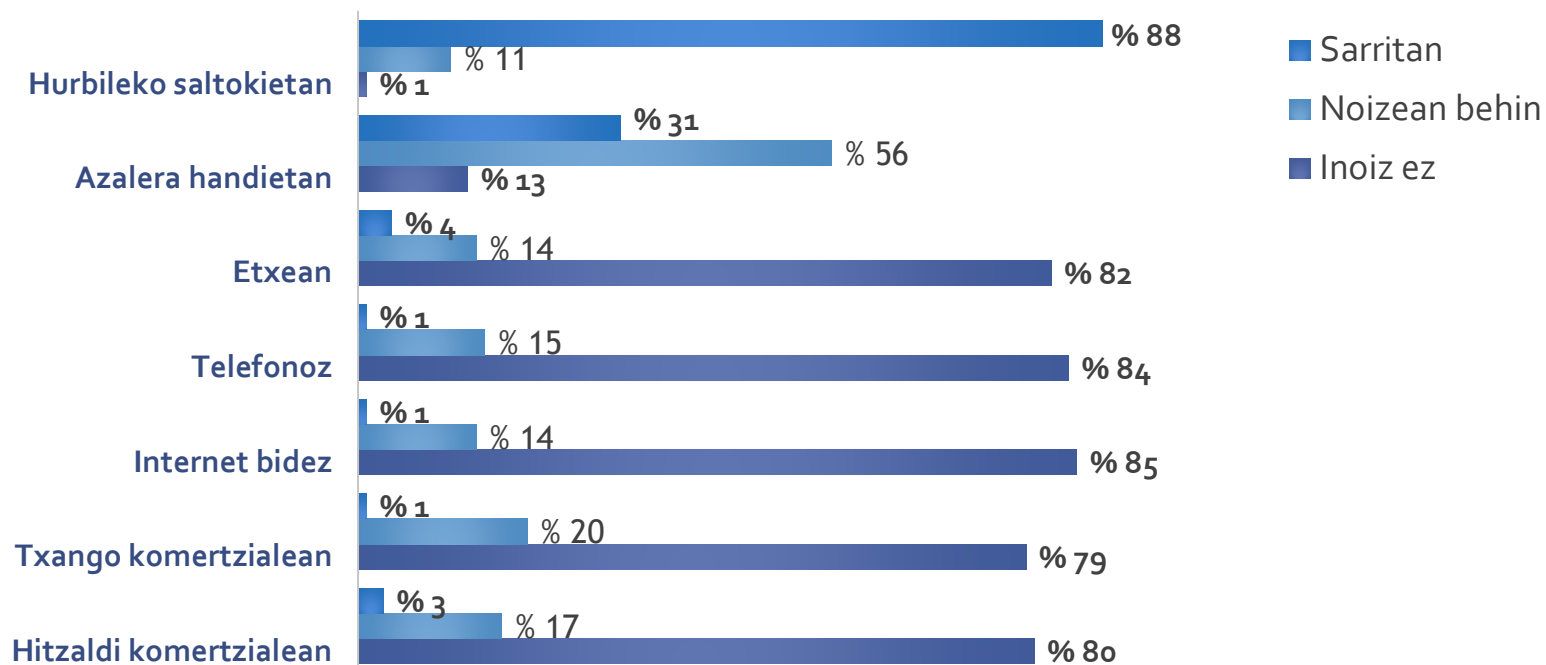


3. Bildutako datuak

Aplikaturako galdesortako item bakoitzari dagokionez lortutako emaitzak, jarraian zehazten diren grafikoetan bildu dira.



1. Zenbatean behin erosten duzu honako aukera hauek erabiliz?



Inkestatutako pertsonen % 88k hurbileko saltokietan erosten dute sarri, eta % 31k azalera handietan.

Oso gutxi dira saltoki batetik kanpo inoiz produktuak erosi edo zerbitzuak kontratatu dituztenak: etxean (% 14), telefonoz (% 15), Internet bidez (% 14), txango komertzialean (% 20), edo hitzaldi komertzialean (% 17).

Erosketa- edo kontratazio-aukeren banaketa adin-tarteen arabera::

60 – 70 urte (114 pertsona)

- Hurbileko saltokietan % 100
- Azalera handietan % 96
- Etxez etxeko zerbitzuaren bidez % 18
- Telefonoz % 22
- Internetez % 30
- Txango komertzialetan % 22
- Hitzaldi komertzialetan % 18

- ❖ Adin-tarte teknologikoa da, heren batek Internet erabili du erosketak egiteko.
- ❖ Adin honetako inkestatuen laurdenak, gutxi gorabehera, zerbitzuren bat telefonoz kontratatu zuten.

71 – 80 urte (114 pertsona)

- Hurbileko saltokietan % 99
- Azalera handietan % 88
- Etxez etxeko zerbitzuaren bidez % 22
- Telefonoz % 15
- Internetez % 18
- Txango komertzialetan % 24
- Hitzaldi komertzialetan % 23

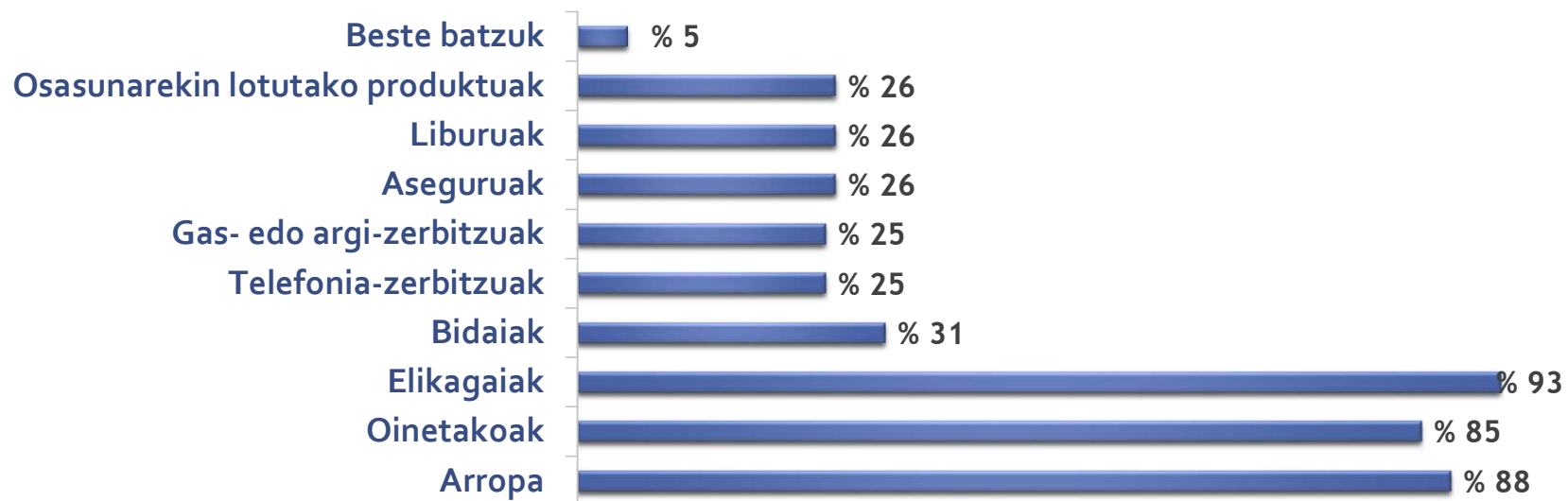
- ❖ Adin-tarte honetako bost pertsonatik batek dio produktuak erosi edo zerbitzuak kontratatu dituztela etxez etxeko zerbitzua erabiliz.
- ❖ Adin-tarte hau da hitzaldi eta txango komertzialetan gehien erosi duela dioena, laurden bat, bi kasuetan.

81 – 92 urte (50 pertsona)

- Hurbileko saltokietan % 99
- Azalera handietan % 70
- Etxez etxeko zerbitzuaren bidez % 8
- Telefonoz % 2
- Internetez % 0
- Txango komertzialetan % 14
- Hitzaldi komertzialetan % 18

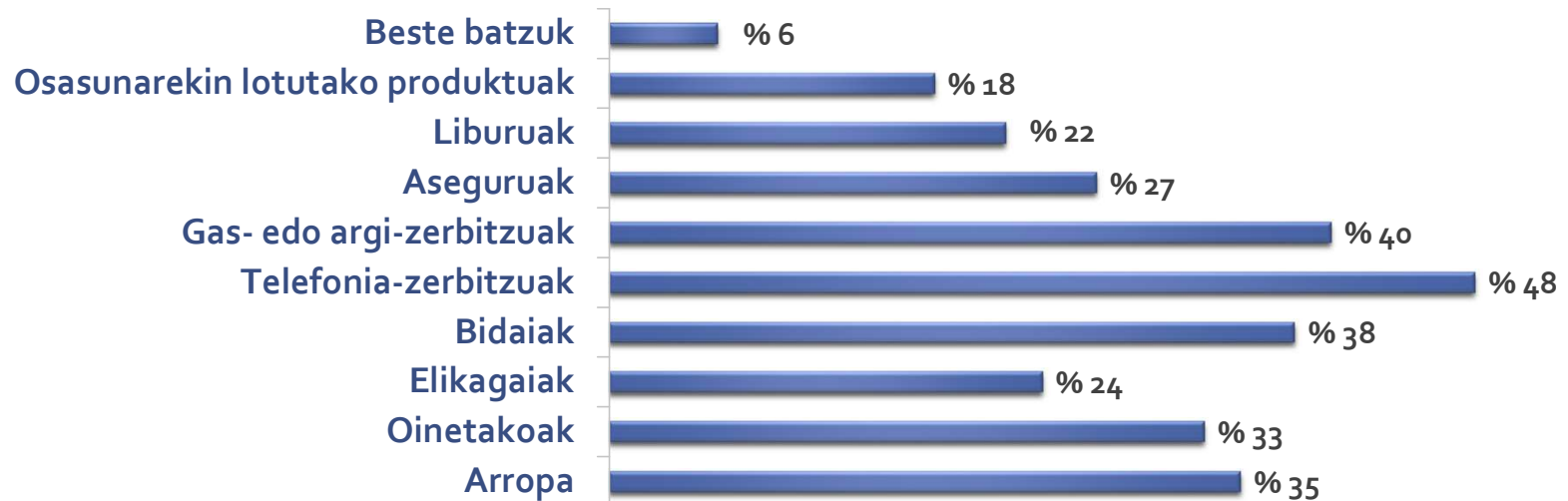
- ❖ Kontsumo-ohituretan gutxien mugitzen den kolektiboa da.
- ❖ Adin honetako inkestatuetako batek ere ez du inoiz Internet erabili erosteko, eta batek bakarrik esan du inoiz telefonoz zerbait kontratatu duela.

2. Zer produktu edo zerbitzu mota erosten edo kontratatzen duzu SALTOKIAN?



Inkestatutako pertsona gehienek arropa (% 88), oinetakoak (% 85) eta elikagaiak (% 93) erosten dituzte saltokietan, bestelako produktu edo zerbitzuak baino neurri nabarmen handiagoan.

3. Zer produktu edo zerbitzu mota erosten edo kontratatzen duzu SALTOKIETATIK KANPO?



Saltokietatik kanpo produktuak erosi edo zerbitzuak kontratatu dituztenen artean, % 48k telefonia-zerbitzuak kontratatzeko egin dute, % 40k gas- edo argi-zerbitzuak kontratatzeko, eta % 38k bidaiak kontratatzeko.

4. Erosi edo kontratatzean, zenbateko garrantzia ematen diezu honako irizpide hauei?

Marka edo enpresa ezagun bat izatea

Konfiantzazko pertsona batek gomendatu izana

Konfiantzazko saltoki batek gomendatu izana

Prezioa

Kalitatea, prestazioak

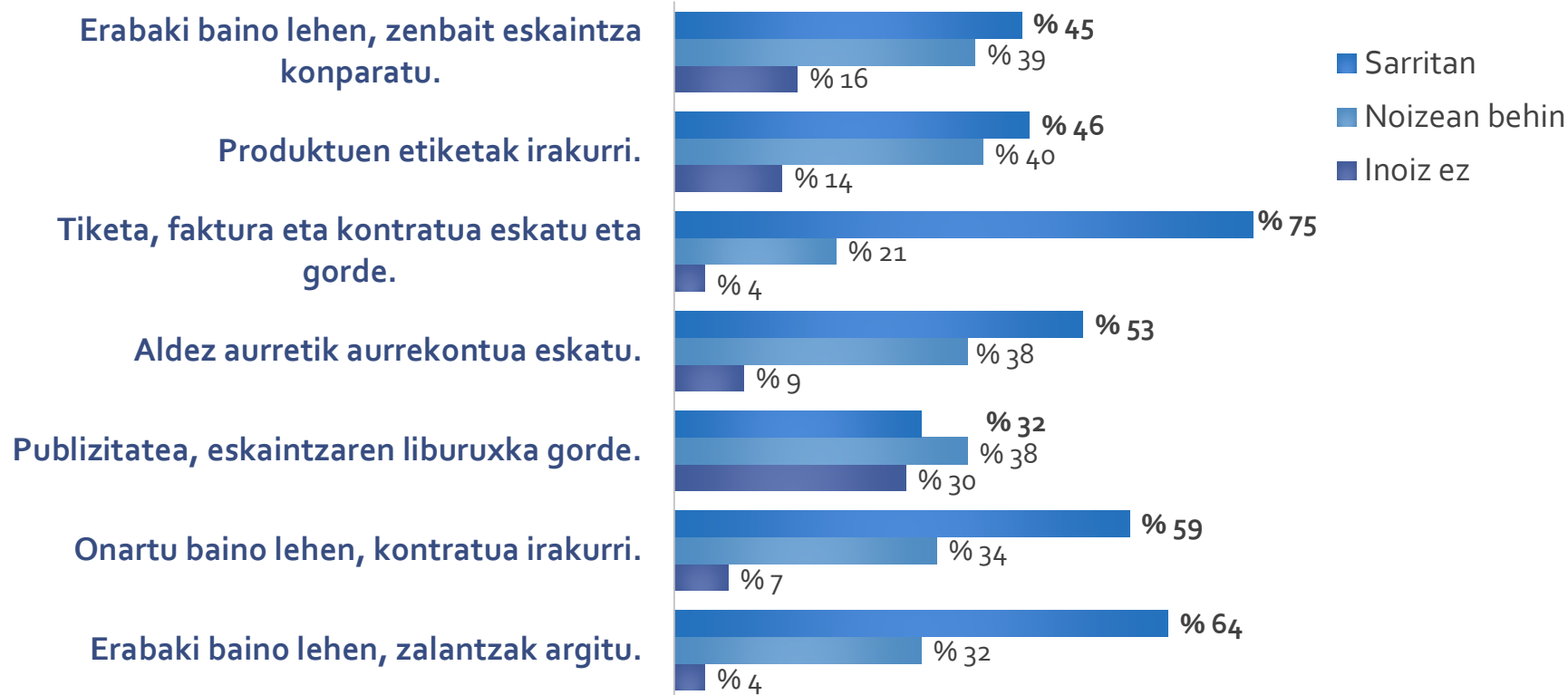
Etiketaren informazioa(konposizioa/osagaiak, jatorria, nutrizio-ekarpena...)

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
% 4	% 1	% 2	% 4	% 4	% 15	% 17	% 14	% 16	% 7	% 16
% 3	% 2	% 3	% 2	% 4	% 9	% 11	% 18	% 22	% 14	% 12
% 2	% 2	% 3	% 5	% 6	% 20	% 19	% 15	% 13	% 6	% 9
% 1	% 1	% 1	% 1	% 3	% 7	% 10	% 12	% 25	% 18	% 21
% 1	% 1	% 1	% 1	% 3	% 7	% 9	% 15	% 26	% 16	% 20
% 2	% 1	% 2	% 3	% 8	% 17	% 12	% 14	% 18	% 8	% 15

Prezioa (% 77), kalitatea (% 76) eta konfiantzazko batek gomendatu izana (% 67) izan dira irizpiderik garrantzitsuenak (7 puntutik gora), inkestatuen balioespenaren arabera.

Beste irizpide batzuek puntuazio ertainak jaso dituzte, hala nola etiketaren informazioa (% 55) eta marka ezagun bat izatea (% 53). Konfiantzazko saltoki batean gomendatzea izan da garrantzi txikiena (% 43) jaso duen irizpidea.

5. Honelakorik egiten al duzu?



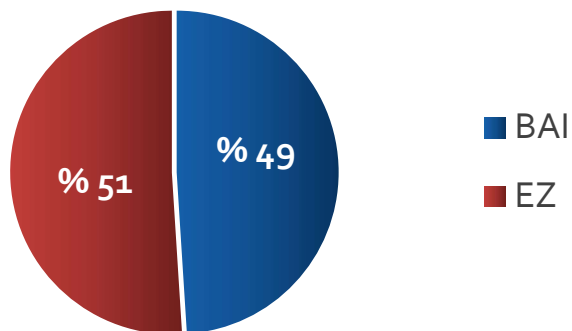
% 75ek tiketa, faktura edota kontratua eskatzen dute normalean. % 64k zalantza guztiak argitzen dituzte erabakia hartu baino lehen, eta % 59k kontratua irakurtzen dute onartu baino lehen.

Alabaina, inkestatutako pertsonen erdiak baino gutxiagok bakarrik irakurtzen dituzte produktuen etiketak (% 46) edo erabakia hartu baino lehen eskaintzak konparatzen dituzte (% 45). Eta **% 32k baino ez du publizitate eta eskaintzaren liburuxka gordetzeko ohitura.**

6. ETXEZ ETXEKO SALMENTAK. Adierazi honako baieztapen hauek egokiak diren edo ez:

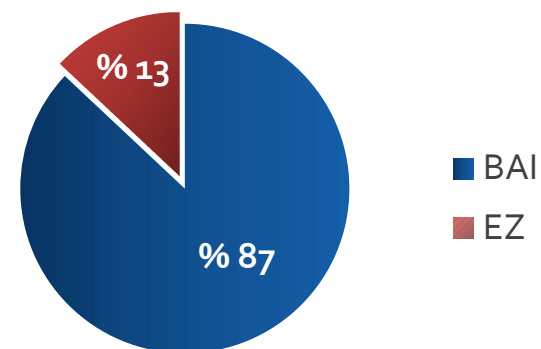
Erantzun egokiak urdinez eta desegokiak gorriz agertzen direla kontuan hartuta, honako datu hauek bildu dira:

Behin kontratua onartu ondoren ezin duzu atzera egin iritzia aldatu duzulako.



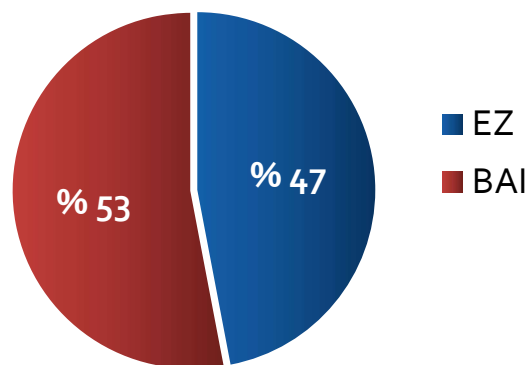
Inkestatutako pertsonen erdiak, gutxi gorabehera (% 49), badakite kontratua atzera bota dezaketela iritzia aldatzen badute.

14 egun dauzkazu kontratua bertan behera uzteko (atzera egiteko).



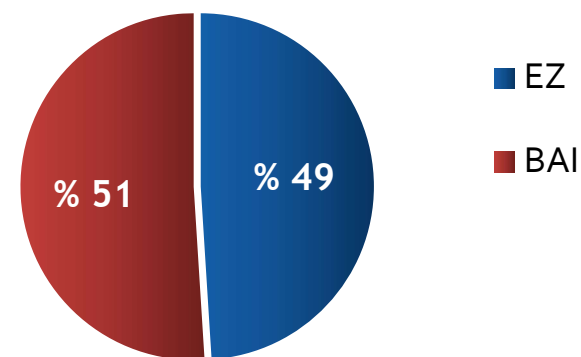
% 87k badakite etxez etxeko salmentetan 14 eguneko epea dutela kontratua atzera botatzeko.

Epearen barruan atzera egiten baduzu,
itzulketa-gastuak enpresaren kontura dira
beti.



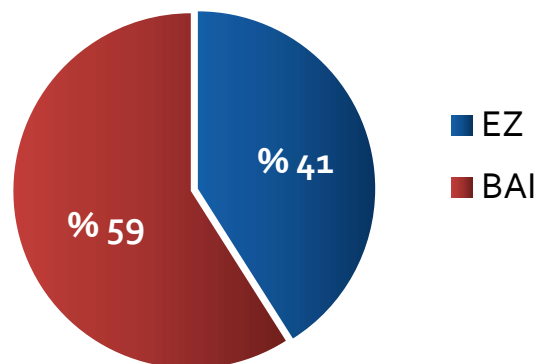
% 53k uste dute itzulketa-gastuak
beti direla enpresaren kontura,
baina ez da horrela.

Kontratu bat bertan behera uzteko, nahikoa
da konpainiari deitzea eta horren berri
ematea.



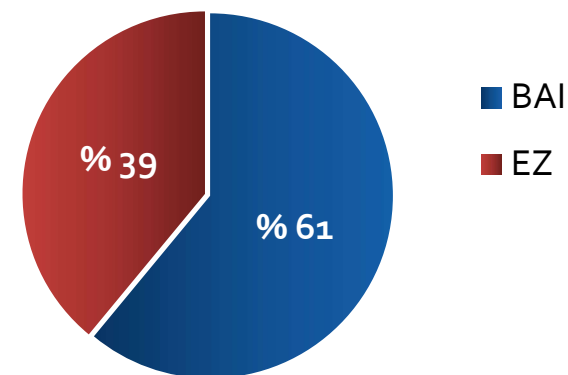
% 51k uste dute kontratu bat bertan
behera uzteko nahikoa dela konpainiari
deitzea eta horren berri ematea, baina
ez da horrela.

Atzera botatzeko epea kontratua sinatzen duzun unean hasten da, oraindik produktua jaso edo zerbitzua martxan jarri ez baduzu ere.



% 59k uste dute atzera botatzeko epea kontratua sinatzeko unean hasten dela, oraindik produktua jaso edo zerbitzua martxan jarri ez bada ere, baina ez da horrela.

Erosketa finantzatzeko kontratu bat sinatu baduzu eta atzera egiten baduzu, kontratu hori ere bertan behera geratuko da.



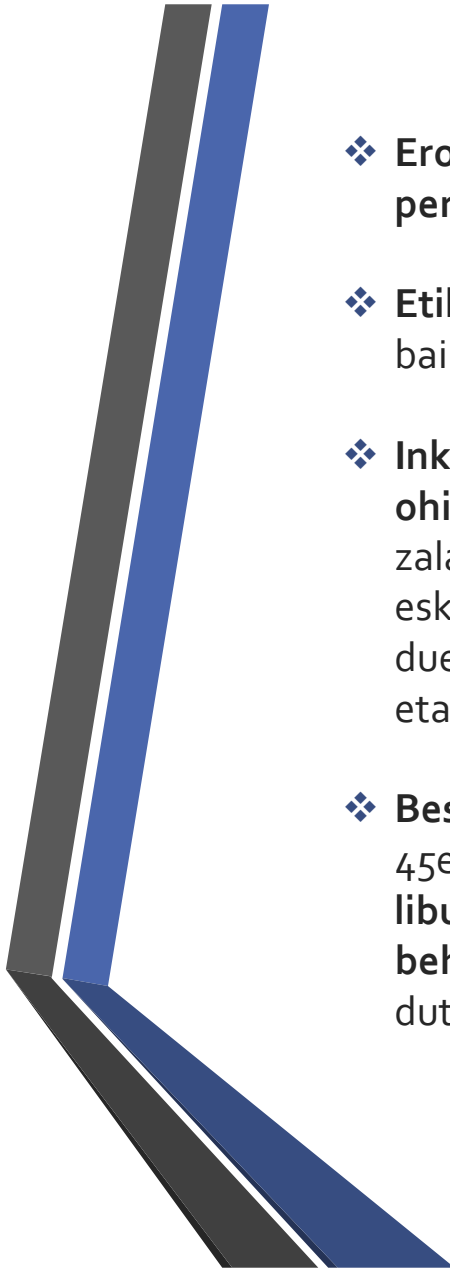
% 61ek badakite erosketa finantzatzeko kontratu bat sinatu badute eta atzera egiten badute, kontratu hori ere bertan behera geratzen dela.



4. Ondorioak

Lortutako emaitzetan oinarrituta, honako ondorio hauek atera ditzakegu:

- ❖ **Inkestatutako ia pertsona guztiek hurbileko saltokiak nahiago dituzte erosketak egiteko, eta jarraian azalera handiak.** Batez ere, elikagaiak, arropa eta oinetakoak erosten dituzte.
- ❖ **Saltokitik kanpo, telefonia- edo hornidura-zerbitzuak kontratatzen dituzte batik bat.** Bidaiak saltokian zein saltokitik kanpo kontratatzen dituzte, eta azken aukera horretan igoera txikia nabari da.
- ❖ **Pixkana-pixkana adinekoak mundu digitalera hurbiltzen ari dira, dagoeneko % 15ek Internet erabiltzen duelako edo inoiz erabili duelako erosketak egiteko.** 60 urtetik 70 urtera bitarteko adina dutenak dira aukera hori erabiltzen dutenak.

- 
- ❖ **Erosteako eta kontratatzeko irizpideei dagokienez, prezioari, kalitateari eta konfiantzazko pertsonen gomendioei ematen diete lehentasuna, ordena horretan.**
 - ❖ **Etiketaren informazioa ez dago kolektibo horren hautaketa-irizpide nagusien artean. %46k baino ez dute adierazi etiketa irakurtzeko ohitura dutela.**
 - ❖ **Inkestatutako pertsona gehienek tiketa, faktura edota kontratua eskatu eta gordetzeko ohitura dute.** Eta erdiak baino gehiagok (% 53-% 64), berriz, erabakia hartu baino lehen edozein zalantza argitzeko, onartu baino lehen kontratua irakurtzeko eta alde aurretik aurrekontua eskatzeko ohitura dute. Kontratua inoiz ere ez duela irakurtzen adierazi duen batek azaldu duenez, prestakuntza-saioetan **adinekoak behin eta berriz kexatzen dira** produktuen etiketek eta kontratuek **"letra txikia dutelako"**.
 - ❖ **Bestetik, erabaki baino lehen zenbait eskaintza konparatzeko ohitura handirik ez dute (% 45ek baino ez du egiten), eta are gutxiago dira (% 32 soilik) publizitatea edo eskaintzaren liburuxka gordetzeko ohitura dutenak.** Horrenbestez, **kontzientzia areagotzeko modua bilatu beharko litzateke, dokumentu horiek, erreklamazio bat jartzerakoan batez ere, garrantzi handia dutela kontura daitezen.**



Etkez etxeko salmentei dagokienez dauzkaten eskubideen ezagutza-mailaz:

Ondorio positiboak:

- ❖ Inkestatutako pertsonen % 87k argi dute etkez etxeko salmentetan **14 eguneko epea dutela kontratua atzera botatzeko.**
- ❖ Inkestatutako pertsonen % 61ek argi dute **erosketa finantzatzeko kontratu bat sinatu eta atzera egiten badute, kontratu hori ere bertan behera geratuko dela.** Nolanahi ere, hobe liteke adineko gehiagok informazio horren berri izatea.

Honako gai hauetan eragin beharko litzateke, ezagutza-maila txikiagoa den heinean:

- ❖ % 51k oraindik ez dute argi ikusten etkez etxeko salmentetan **kontratua atzera botatzeko eskubidea dutela iritzi-aldaketa baten ondorioz.**
- ❖ Inkestatutako pertsonen % 53k uste dute **itzulketa-gastuak** beti enpresaren kontura direla, baina ez da horrela.
- ❖ Inkestatutako pertsonen % 51k uste dute **kontratu bat bertan behera uzteko** nahikoa dela konpainiari horren berri emateko deitzea, baina ez da horrela.
- ❖ Inkestatutako pertsonen % 59k uste dute **atzera botatzeko epea** kontratua sinatzen den unean hasten dela, oraindik produktua jaso edo zerbitzua martxan jarri ez bada ere, baina ez da horrela.