

# EAEko kontsumitzaileek merkataritza elektronikoan dituzten ohiturak eta gogobetetasun-maila

*2018 abenduaren 27a*

1.- Sarrera	3
2.- Interneten erabiltzaileak	4
3.- Onlineko kontsumitzailea	5
4.- Onlineko erosketen maiztasuna eta gastua	8
5.- Erosteke erabilitako gailu teknologikoak eta web-plataformak	12
6.- Online erositako produktuak eta zerbitzuak	14
7.- Onlineko erosketeta-prozesuko gorabeherak	15
8.- Onlineko erosketeta seguruago izateko jardunbideak	17
9.- Onlineko kontsumitzaileen eskubideen ezagutza	19
10.- Onlineko kontsumitzaileen gogobetetasun-maila	22

## 1.- SARRERA

### 1.1- Helburua eta metodologia

Merkataritza elektronikoa gorantz doa. Enpresak jakitun dira produktuen eta zerbitzuen Interneten bidezko eskaria handitzen ari dela, eta banaketa-kanal hori bultzatzen ari dira negoziarako eta kontsumitzaileekiko komunikaziorako bide berri gisa.

Aldi berean, ohiko erosketak ingurune digitalera aldatzen ari dira. Bilakaera horrekin, kontsumitzaileen jokabidea aldatzen ari da, erosкета-ohiturei dagokienez, eta, hala, jokabide-eredu berriak eta aukera berriak sortzen ari dira, baina arrisku berriak ere bai.

Testuinguru horretan, kontsumitzaileen mesfidantza eragiten duten alderdi garrantzitsuak agertzen dira, hala nola ordaintzaren segurtasuna, datuen babesa, zer araudi aplikatu behar zaien...

Hori dela eta, KONTSUMOBIDE-KONTSUMOKO EUSKAL INSTITUTUAK helburu hau izan du azterlan hau egitean:

**Aztertzea EAEko kontsumitzaileek zer erosкета-ohitura dituzten merkataritza elektronikoa jardutean eta zer gogobetetasun-maila duten.**

Helburu orokor hori gauzatzeko, honako alderdi espezifiko hauek aztertu dira:

- 1) EAEko merkataritza elektronikoa ezaugarri orokorrak
- 2) Onlineko erosкета-ohiturak
- 3) Kexak eta erreklamazioak jartzeko jokabide-ereduak
- 4) Onlineko erosketetako segurtasun-jardunbideak
- 5) Zenbateraino ezagutzen dituzten onlineko kontsumitzaileek beren eskubideak, eta nolako gogobetetasun-maila duten

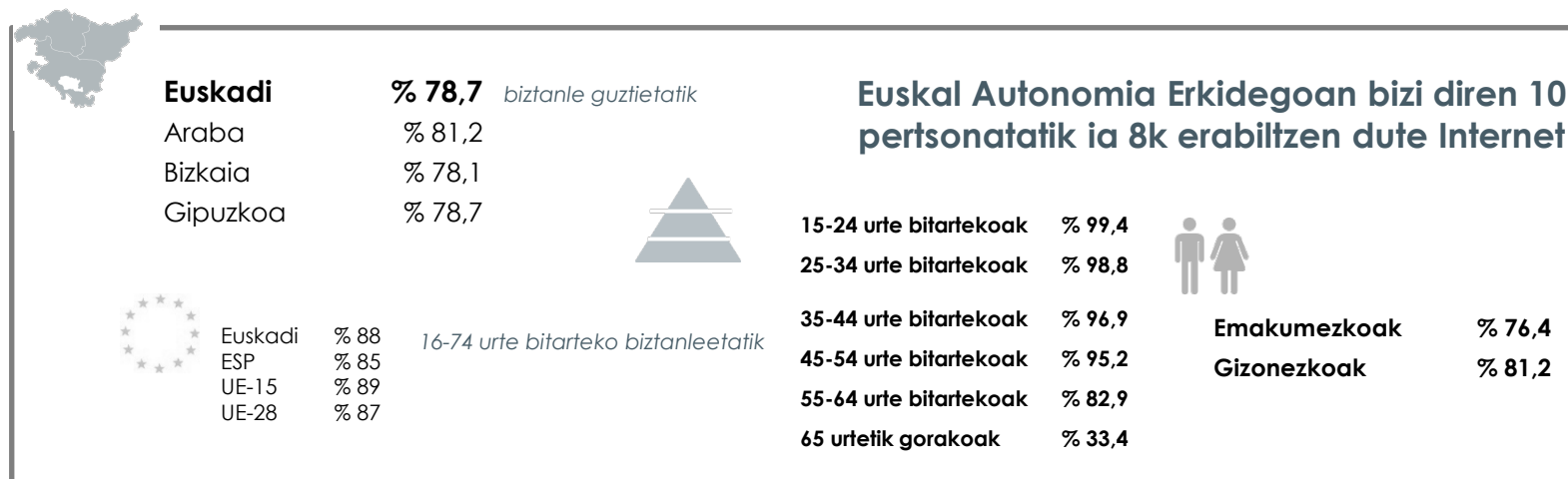
Azterlan hau egiteko, 2018ko azaroaren 19tik abenduaren 4ra bitartean, IKEIk telefono bidezko inkesta bat egin du onlineko kontsumitzaileak dituzten EAEko 600 etxetan, jakiteko zer ohitura eta jardunbide dituzten erosкета elektronikoa egitean. Lortutako emaitzen errore-marjina  $\pm\% 3,53$ koa da,  $\% 95,5$ eko konfiantza-mailarako,  $p = q = \% 50$  izanda.

**KONTSUMOBIDE-KONTSUMOKO EUSKAL INSTITUTUA erakunde autonomo bat da, Eusko Jaurlaritzaren Turismo, Merkataritza eta Kontsumo Sailari atxikia; kontsumitzaileak eta erabiltzaileak defendatzearen eta babestearen Jaurlaritzaren politikak zehaztea, planifikatzea, bultzatzea eta betearaztea du helburu.**

**Kontsumo-erabakiek oso ondorio konplexuak dituzte onlineko esparruan, eta kontsumitzaileak, oro har, ez dira horretaz ohartzen; hori dela eta, KONTSUMOBIDEk kontsumo arduratsu, kontziente eta informatuaren alde egiten du.**

## 2.- INTERNETEN ERABILTZAILAK. EZAUGARRI OROKORRAK

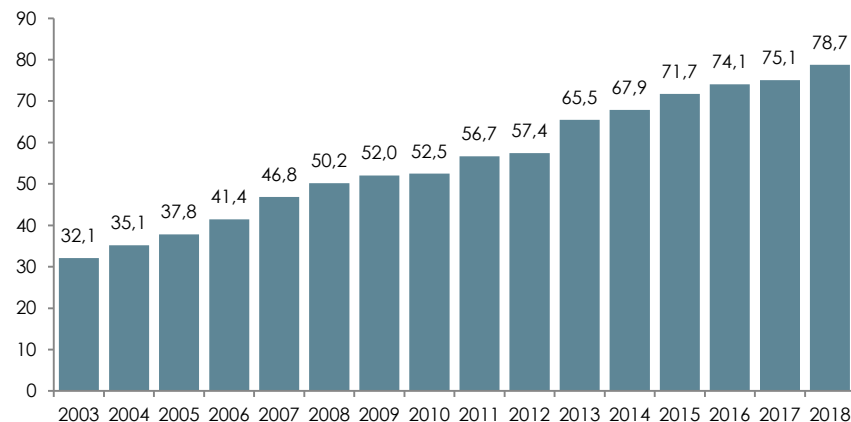
### 2.1- Interneten erabiltzaileak



Eustaten 2018ko azken datuen arabera, **EAEko biztanleen % 78,7k erabiltzen dute Internet**, hau da, 1.461.000 pertsona inguruk. Bilakaera historikoari dagokionez, **2,5 bider handitu da** internauten kopurua azken hamabost urtean.

Sexukako banaketari dagokionez, **oraindik ere gizonezkoek gehiago erabiltzen dute Internet** (% 81,2) emakumezkoek baino (% 76,4); eten digital hori, dena den, murrizten joan da azken urteotan.

Adinari dagokionez, **eten digitala gero eta handiagoa da biztanleria zaharragoa den heinean**. Izan ere, internauten ehunekoa ia gorena da 15-24 urte bitarteko biztanleen artean (% 99,4), eta progresiboki txikiagotzen da adinak gora egiten duen heinean.



### 3.- ONLINEKO KONTSUMITZAILEAK: EZAUGARRI OROKORRAK ETA MOTIBAZIOAK

#### 3.1- Onlineko erosleak



<b>Euskadi</b>	<b>% 50,4</b>	Interneten erabiltzaile guztietatik (biztanleen % 39,7)
Araba	% 49,3	
Bizkaia	% 50,4	
Gipuzkoa	% 51,0	



Euskadi	% 52	16-74 urte bitarteko erabiltzaileetatik
ESP	% 50	
UE-15	% 65	
UE-28	% 58	

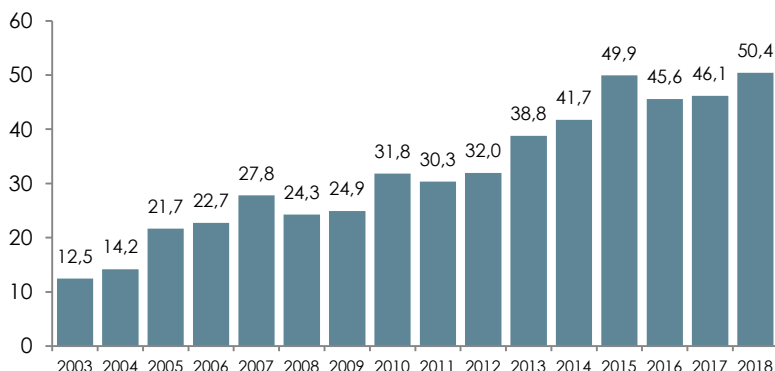


<b>15-34 urte bitartekoak</b>	<b>% 59,1</b>
<b>35-54 urte bitartekoak</b>	<b>% 58,6</b>
<b>55 urtetik gorakoak</b>	<b>% 28,5</b>



<b>Emakumezkoak</b>	<b>% 50,1</b>
<b>Gizonezkoak</b>	<b>% 50,8</b>

\* Azken 3 hilabeteetan produktu edo zerbitzuren bat Interneten bidez erosi duten Interneten erabiltzaileak



**Interneten erabiltzaileen erdiek onlineko erosketak ere egiten dituzte kanal horretatik.** Zehazki, EAEko internauten % 50,4k esan dute onlineko erosketaren bat egin dutela azken hiru hilabeteetan; inoizko ehunekorik handiena da, Internet agertu zenetik.

Sexukako banaketari dagokionez, eten digitala txixixeagoa da internauten zenbatekoan baino; dena den, oraindik ere, **gizonezkoek joera handixeagoa dute onlineko erosketak egiteko.** (Gizonezkoen % 50,8k, eta emakumezkoen % 50,1ek).

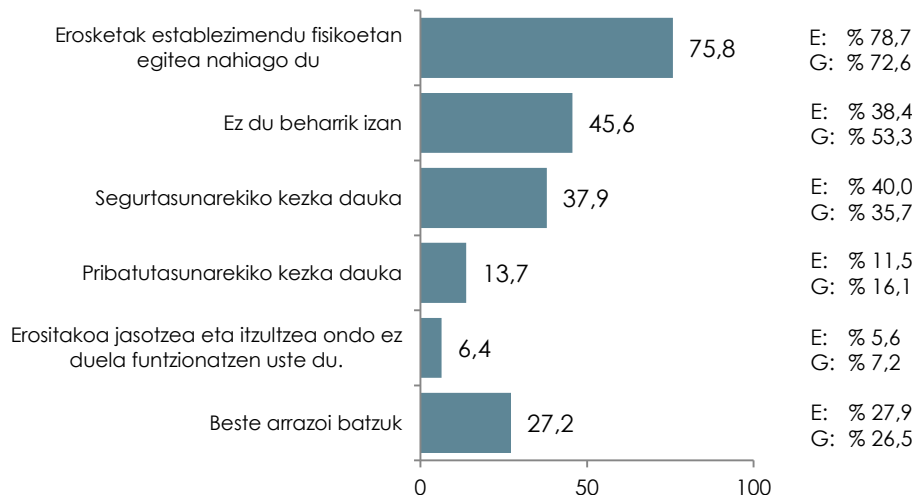
Adinari dagokionez, egoera errepikatzen da: **adin-tarte gazteenak erabiltzen du gehien merkataritza elektronikoa,** eta adin-tarte zaharreneko onlineko erosleen tasa bikoiztu ere egiten du.

### 3.- ONLINEKO KONTSUMITZAILEAK: EZAUGARRI OROKORRAK ETA MOTIBAZIOAK


#### 3.2- Onlineko erosketarik EZ egiteko arrazoiak (Interneten bidez erosketarik egiten EZ duten kontsumitzaileak)

Azken urteotan, handitzen joan da Interneten bidez erosketak egiten duen biztanleria, baina, **oraindik ere, badira erosketak egitean kanal hori aukeratzen ez duten pertsonak (internauten % 49,6**, Eustatek argitaratutako azken datuen arabera. Emakumezkoen kasuan, % 49,9, eta, gizonezkoen kasuan, % 49,2). Gehienbat, **adinekoenak dira**, gazteenen artean % 60 inguruko tasetara iristen baita merkataritza elektronikoen erabilera.

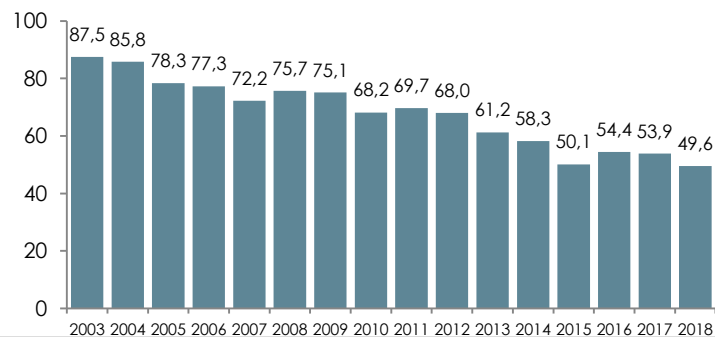
Nolanahi ere, kontsumitzaile ez direnek emandako arrazoi nagusien artean, nabarmentzen da **establezimendu tradizionaletan erostea nahiago izatea (% 76)**. Gero, alde handiarekin, badira beste arrazoi batzuk, hala nola **beharrik ez izatea (% 46)** eta **onlineko erosketetako segurtasunarekiko kezka (% 38)**.



#### INTERNETEN BIDEZ INOIZ EROSKETARIK EGIN EZ DUTELA DIOTEN INTERNAUTAK

Euskaki	%	Interneten erabiltzaile guztietatik % 60,3 biztanleetatik
Araba	50,7	 <b>Emakumezkoak % 49,9</b> <b>Gizonezkoak % 49,2</b>
Bizkaia	49,6	
Gipuzkoa	49,0	
<b>Euskaki</b>	<b>49,6</b>	

#### Erosketak establezimendu fisikoetan egitea nahiago izatea da erosketarik online ez egiteko arrazoi nagusia

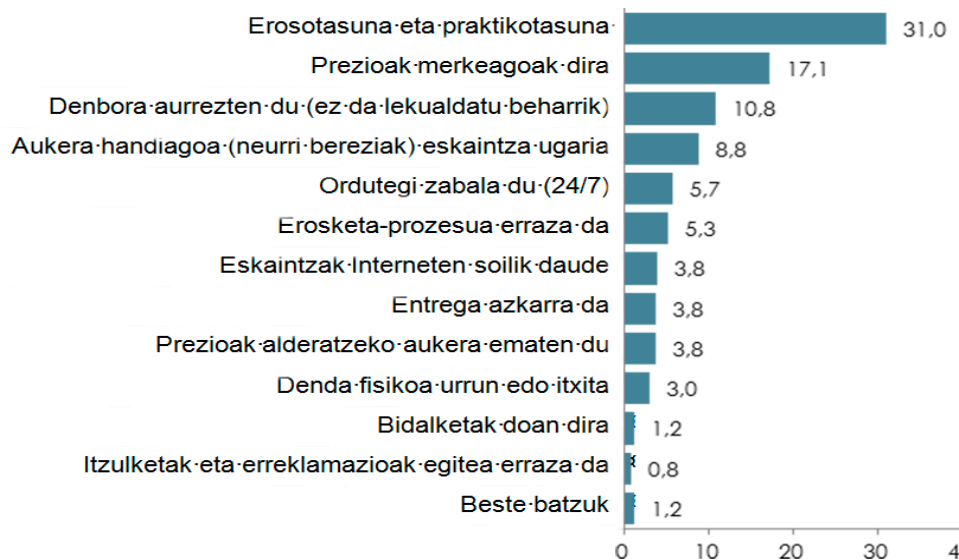


### 3.- ONLINEKO KONTSUMITZAILEAK: EZAUGARRI OROKORRAK ETA MOTIBAZIOAK

#### 3.3- Onlineko erosketak egiteko arrazoiak (Interneten bidezko erosketak EGITEN DITUZTEN kontsumitzaileak)



#### Erosotasuna eta praktikotasuna dira onlineko erosketak egiteko eman dituzten motibazio nagusiak



EAEko internauten % 50,4k Interneten bidez erosten dituzte produktuak eta zerbitzuak. Horretarako arrazoi nagusia da **erosketak egiteko erosotasuna eta praktikotasuna (% 31)**. Hurrengo arrazoiak dira **prezio merkeagoak lortu ahal izatea (% 17)** eta **joan-etorriak aurrezteak (% 11)**. Horietaz gain, **produktu-aukera handiagoa eskura izatea (% 9)** eta **erosketak edoniz eta edonon egin ahal izatea (% 6)** ere badira internautek onlineko kanala nahiago izateko dituzten motibazioetako batzuk.

#### ONLINEKO EROSKETAK EGITEN DITUZTEN PERTSONEK EMANDAKO ARRAZOI NAGUSIAK

(\* Erantzunen % 15 baino gehiago)



##### 35 urtera artekoak

- |                                    |      |
|------------------------------------|------|
| 1.- Erosotasuna eta praktikotasuna | % 28 |
| 2.- Prezio merkeagoa               | % 20 |

##### 35-45 urte bitartekoak

- |                                    |      |
|------------------------------------|------|
| 1.- Erosotasuna eta praktikotasuna | % 77 |
| 2.- Prezio merkeagoa               | % 36 |
| 3.- Denbora aurrezteak             | % 36 |
| 4.- Ordutegi zabala                | % 20 |
| 5.- Gama handiagoa                 | % 20 |

##### 45-60 urte bitartekoak

- |                                    |      |
|------------------------------------|------|
| 1.- Erosotasuna eta praktikotasuna | % 31 |
| 2.- Prezio merkeagoa               | % 18 |

##### 60 urtetik gorakoak

- |                                    |      |
|------------------------------------|------|
| 1.- Erosotasuna eta praktikotasuna | % 35 |
| 2.- Prezio merkeagoa               | % 17 |



#### Emakumezkoak Gizonezkoak

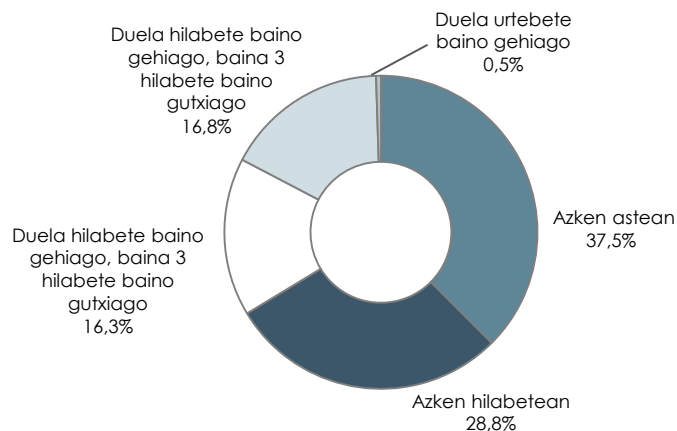
Erosotasuna eta praktikotasuna	% 32	% 30
Prezio merkeagoa	% 16	% 19
Denbora aurrezteak	% 13	% 8
Aukera handiagoa	% 8	% 10
Ordutegi zabala	% 6	% 5

## 4.- ONLINEKO EROSKETEN MAIZTASUNA ETA GASTUA

### 4.1- Noiz egin zuten azken onlineko erosketak



#### NOIZ EGIN DUTEN ONLINEKO AZKEN EROSKETA



#### AZKEN ASTEAN EROSKETAREN BAT EGIN DUTE



<b>Euskadi</b>	<b>% 37,5</b>
Araba	% 46,7
Bizkaia	% 38,1
Gipuzkoa	% 32,9



<b>18-25 urte bitartekoak</b>	<b>% 42,1</b>
<b>26-35 urte bitartekoak</b>	<b>% 48,0</b>
<b>36-45 urte bitartekoak</b>	<b>% 40,2</b>
<b>46-60 urte bitartekoak</b>	<b>% 38,9</b>
<b>61 urtetik gorakoak</b>	<b>% 27,5</b>



<b>Emakumezkoak</b>	<b>% 37,4</b>
<b>Gizonezkoak</b>	<b>% 37,7</b>

**Onlineko erosketak egiten dituzten 10 pertsonatik 6k azken hilabetean erosi dute produktu edo zerbitzuren bat, eta, horietatik, 4k azken astean**

Galdetu zaienean noiz egin duten onlineko azken erosketak, erosleen % 66k baino gehiagok adierazi dute azken hilabetean egin dutela, eta, zehazkiago, % 37,5ek azken astean egin dute erosketaren bat.

Ez dirudi sexuen arteko alde handirik dagoenik, baina adinak, ordea, lotura bide du onlineko erosketen maiztasun handiagoarekin.

Zehazki, 26-35 urte bitartekoek taldeak tasa handiagoa du Interneten bidezko erosketak berrikiago egin izanari dagokionez (onlineko erosleen % 48k egin dute erosketaren bat azken astean), adin handiagoko kolektiboak baino (% 27k baino ez dute adierazi azken astean erosketaren bat egin dutela).

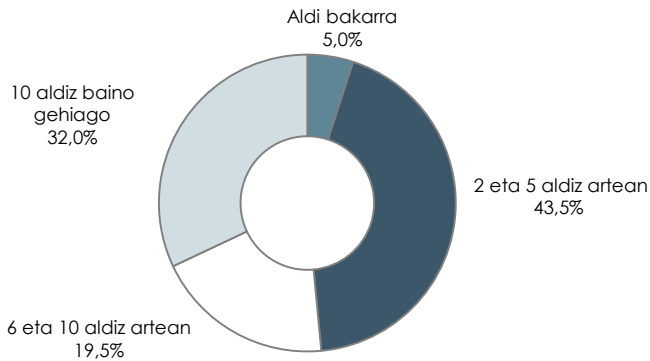


#### 4.- ONLINEKO EROSKETEN MAIZTASUNA ETA GASTUA

##### 4.2- Onlineko erosketen maiztasuna



##### Onlineko erosketen maiztasuna azken urtean




##### ONLINEKO EROSKETAK EGIN OHI DITUZTEN PERTSONAK\*



<b>Euskadi</b>	<b>% 32,0</b>
Araba	% 40,0
Bizkaia	% 30,9
Gipuzkoa	% 30,1



<b>18-25 urte bitartekoak</b>	<b>% 28,9</b>		
<b>26-35 urte bitartekoak</b>	<b>% 58,0</b>		
<b>36-45 urte bitartekoak</b>	<b>% 40,9</b>		<b>Emakumezkoak</b> % 30,6
<b>46-60 urte bitartekoak</b>	<b>% 31,2</b>		<b>Gizonezkoak</b> % 34,2
<b>61 urtetik gorakoak</b>	<b>% 16,7</b>		

\* Urtean 10 erosketara baino gehiago

### Online erosketak egiten dituzten pertsonen % 32k 10 erosketara baino gehiago egiten dituzte urtean

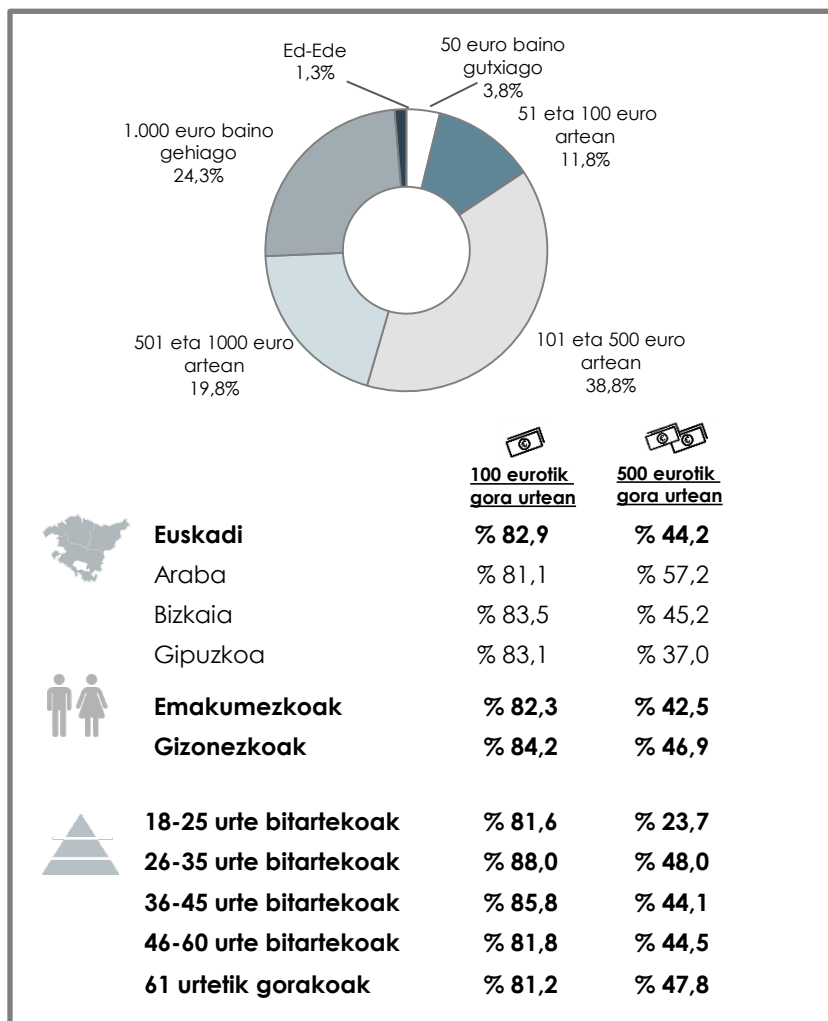
Egindako erosketen maiztasunak agerian uzten du zenbateraino sartua den praktika hori erabiltzaileen artean. **Zenbat eta maiztasun handiagoa, orduan eta ezagutza, esperientzia eta kontrol handiagoak erosketen elektronikoen prozesuan.**

Zehazki, egindako inkestaren emaitzen arabera, **EAEko onlineko erosleen % 32 ohiko erosleak dira, hau da, 10 erosketara baino gehiago egiten dituzte urtean.** % 19,5ek, berriz, adierazi dute 6-10 erosketara egiten dituztela urtean kanal horren bidez. % 43,5ek, 2-5 aldiz egiten dituzte, eta % 5ek, urtean behin.

Ohiko erosleen artean (urtean 10 erosketara baino gehiago egiten dituztenak), sexuari dagokionez, gizonezkoek ehuneko handixeago dute emakumezkoek baino (% 34 eta % 31, hurrenez hurren); adinari erreparatuta, aldiz, alde nabarmena ikusten da. Zehazki, adinari dagokionez, **26-35 urte bitartekoak taldeak eta 36-45 urte bitartekoak dituzte ohiko erosleen ehunekorik handienak (% 58 eta % 41, hurrenez hurren)**

## 4.- ONLINEKO EROSKETEN MAIZTASUNA ETA GASTUA

### 4.3- Onlineko erosketetako gastua urtean



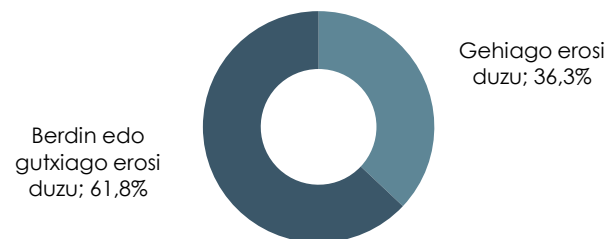
**Onlineko erosketak egiten dituzten 10 pertsonatatik 8k 100 euro baino gehiago gastatu dute azken urtean. Eta, horietatik, 4k, 500 euro baino gehiago.**

Erosketen maiztasuna handitzen den neurrian, kanal elektronikoarekiko konfiantza-maila ere handitzen da, eta, horrenbestez, egindako erosketen zenbatekoa ere bai.

Horri dagokionez, inkestan galdetutako onlineko erosleen % 83k adierazi dute 100 eurotik gorakoa izan dela azken urtean Interneten bidez egin dituzten erosketen zenbatekoa, guztira; horietatik, erdiek baino gehiagok (onlineko erosle guztien % 44), 500 euro baino gehiago gastatu dute onlineko erosketetan azken urtean. Eta, % 24k baino gehixeagok adierazi dute 1.000 eurotik gora gastatu dutela Interneten bidezko erosketetan.

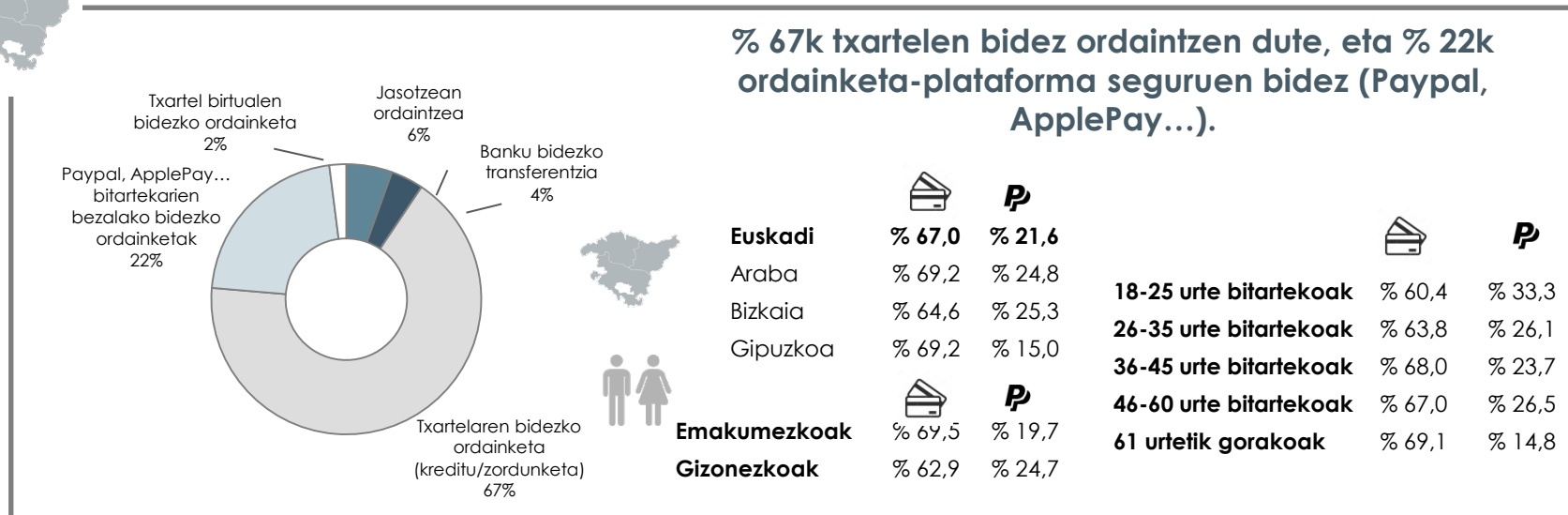
Onlineko erosleen artean, adierazi dutenez, gizonezkoek gastu handiagoa egin dute emakumezkoek baino; eta, adinka aztertuta, ikusten da onlineko ohiko erosle gehien daukan geruzak (26-35 urte bitartekoak) egiten duela gasturik handiena.

**Onlineko erosketak egiten dituztenen % 36k erosketa gehiago egin dituzte azken urtean**



## 4.- ONLINEKO EROSKETEN MAIZTASUNA ETA GASTUA

### 4.4.- Erabilitako ordainbideak



**Txartela da** onlineko erosle gehienek gehien aukeratzen duten ordainbidea. Zehazki, EAEko **onlineko erosleen % 67k** aukeratzen dute ordainbide hori; dagoeneko ordeztuak ditu lehen oso erabiliak ziren beste ordainbide batzuk, hala nola jaso ondoko ordainketa (orain % 6 baino ez da) edo banku-transferentzia (% 4).

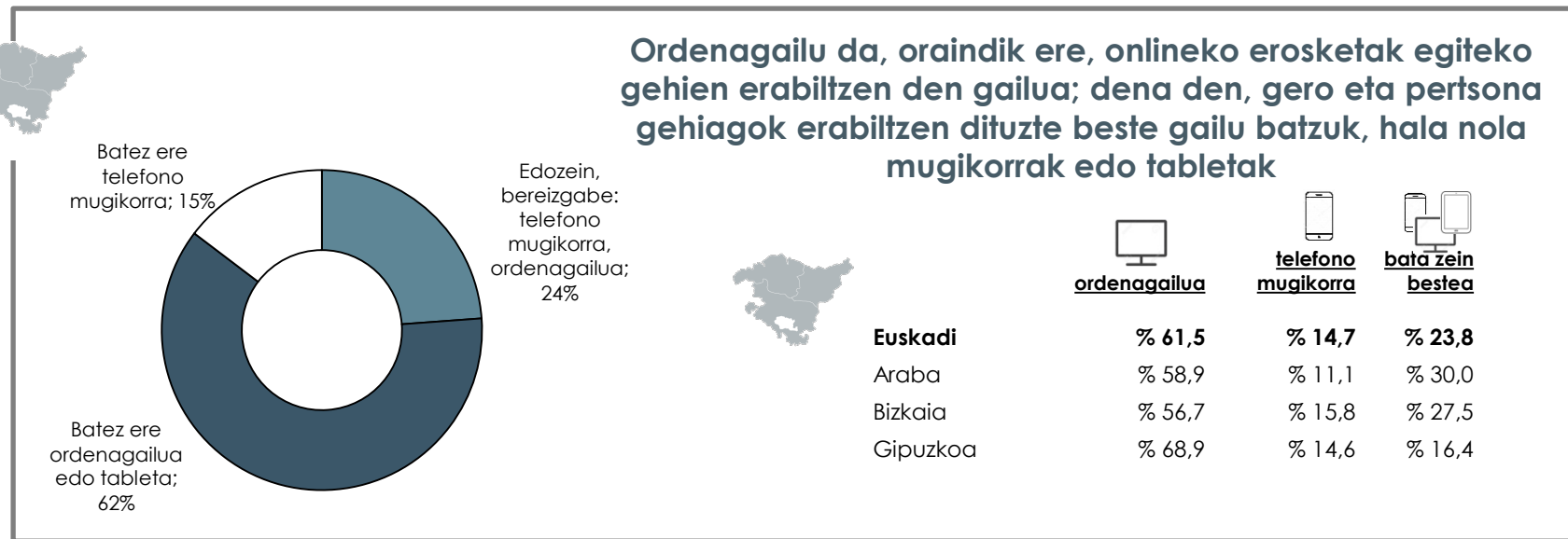
Txartelen bidez ordaintzearekin batera, gero eta erosle gehiagok (batez ere gazteenek) aukeratzen dute **ordainketa-atebide edo -bitartekarien bidez ordaintzea** (Paypal, ApplePay eta beste batzuk), segurtasun handiagoa lortzeko beren transakzioetan. Ordainbide horiekin batera, gero eta ohikoagoa da txartel birtualen bidez ordaintzea (% 2); txartel horiek txartel tradizionalen ordainketa-prozedura bera dute, baina segurtasun-maila handiagoa ematen dute.






**Ordainketa-atebide eta -bitartekari seguruak.** Web-atebideak dira, eta ordainketa-prozesuan sartutako informazioa prozesatzen dute, eta errazten dute onlineko denda bati ordainketak baimentzea edo egitea. Hauek dira ezagunenak: Paypal, ApplePay, Google Wallet eta AmazonPay, besteak beste.

**Txartel birtualak.** Txartel hauetan (birtualak izaten dira, gehienetan, baina, zenbaitetan, fisikoak ere bai), saldoa aldez aurretik gure kontutik transferitu dugun zenbateko bat da, eta ezin da zenbateko hori baino gehiago gastatu.

## 5.- ERABILITAKO GAILU TEKNOLOGIKOAK ETA WEB-PLATAFORMAK

### 5.1- Gailu teknologikoak eta erosketa-plataformak

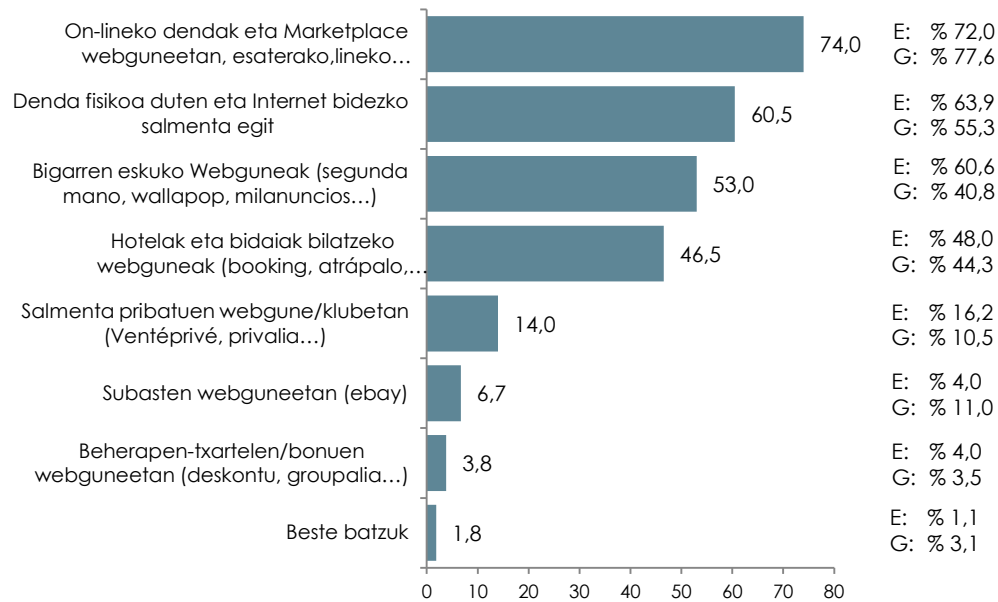


	guztira	 Emakume Gizonezkoak		 18-25 urte bitartekoak 26-35 urte bitartekoak 36-45 urte bitartekoak 46-60 urte bitartekoak 60 urtetik gorakoak				
 Batez ere ordenagailuaren edo tabletaren bidez	% 61,5	% 59,1	% 65,4	% 44,7	% 36,0	% 54,3	% 65,6	% 74,6
 Batez ere telefono mugikorraren bidez	% 14,7	% 16,4	% 11,8	% 15,8	% 30,0	% 22,0	% 10,5	% 9,4
 Edozeinen bidez: telefono mugikorra, ordenagailua, tableta...	% 23,8	% 24,5	% 22,8	% 39,5	% 34,0	% 23,6	% 23,9	% 15,9

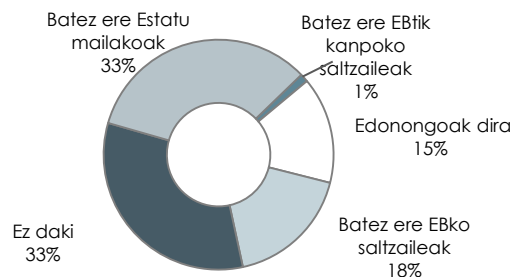
Gero eta bitarteko eta gailu mota gehiagoren bidez sar gaitzke Internetera. Hala ere, **ordenagailu da, oraindik ere, onlineko erosketak egiteko gehien erabiltzen den gailua (% 62)**; baina gero eta erosle gehiagok erabiltzen dituzte beste gailu batzuk, hala nola **telefono mugikorrak eta tabletak**. Horretan, zirikusi handia izan du, eta erabakigarria izan da **onlineko erosketak egiteko berariazko aplikazio mugikorrak (app-ak) garatu izana**.

## 5.- ERABILITAKO GAILU TEKNOLOGIKOAK ETA WEB-PLATAFORMAK

### 5.2- Erosketak egin ohi direneko webguneen tipologia



### ONLINEKO EROSKETAK EGITEN DITUZTENENKO WEBGUNEEN JATORRI GEOGRAFIKOA



### Onlineko dendak eta marketplace-ak nahiago izaten dituzte, eskaintza askotarikoa baita

Onlineko erosketak egiteko, erosleek **onlineko dendetara eta marketplace erako webguneetara (Amazon, Aliexpress...)** jotzen dute gehienbat (% 74), horietan produktu-aukera handia aurki baitezakete. Horiekin batera, maila apalagoan bada ere, **establezimendu fisikoa duten denden onlineko kanala** ere aukeratzen dute (% 60,5), baita bigarren eskuko produktuen webguneak (% 53). **Halaber, ostatuaren, bidaien eta abarren metabilatzaileen bidez erreserbak egitea** ere ohikoa izaten da (% 14).

### Onlineko erosketak egiten dituzten pertsonen % 33k ez dakite zer jatorri geografiko duten produktuak erosten dituzteneko webguneek.

Onlineko erosketak egiten dituzteneko webguneek zer jatorri geografiko duten galdetzean, erosleen % 33k adierazi dute Estatuan kokatutako webguneetan erosten dutela, eta % 18k uste dute Europar Batasunekoak direla erosten duteneko webguneak. Eta % 1ek baino ez dute adierazi Europar Batasunetik kanpokoak direla. Erosleen **% 33k ez dakite erosketak egiten dituzteneko webguneek zer jatorri geografiko duten.**

## 6.- EROSITAKO PRODUKTUAK ETA ZERBITZUAK

### 6.1- Erosten diren produktu eta zerbitzu ohikoenak



### Bidaiak, arropa eta osagarriak dira online erosten diren produktu eta zerbitzu ohikoenak

EAEko kontsumitzaileek erosten dituzten produktu eta zerbitzu ohikoenei dagokienez, bi tipologia nabarmentzen dira: **batetik, bidaiak eta garraio-txartelak (erosleen % 53k** adierazi dute horrelakoren bat erosi dutela azken urtean), eta, bestetik, **arropa eta jantzi-osagarriak (% 53).**

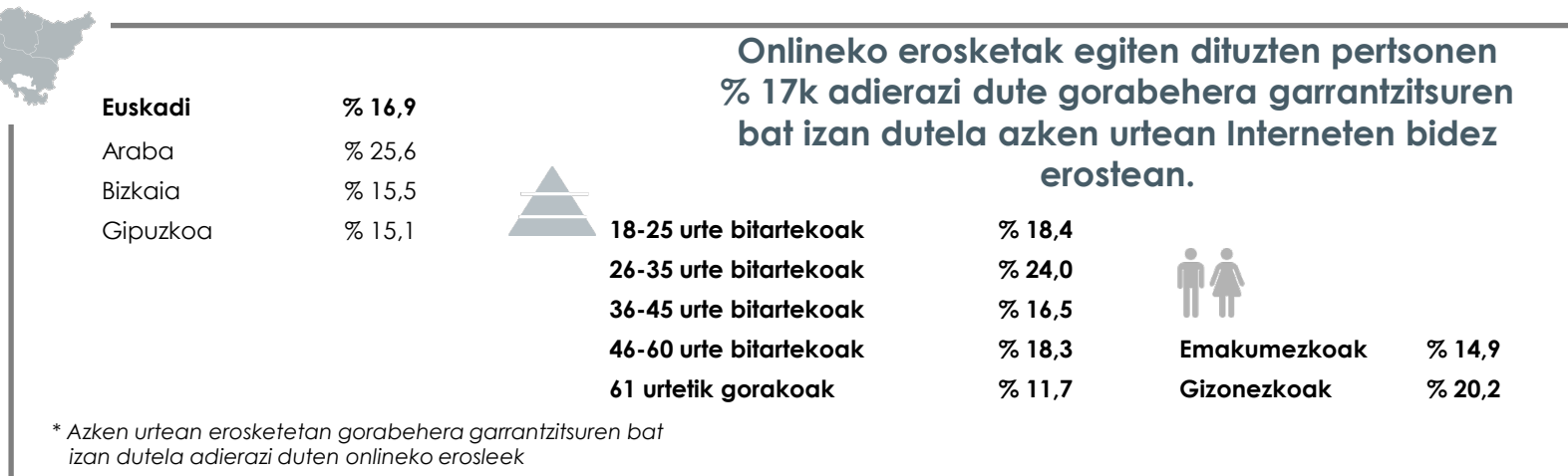
Horien atzean, ikuskizun eta museoetarako sarrerak (% 43), elektronika-produktuak (% 36) eta liburuak, musika eta bideo-jokoak (% 30,5).

Hain usuak ez diren beste produktu batzuk dira kirol-artikuluak (% 19), osasun- eta edertasun-artikuluak (% 18) eta jostailuak eta haurtxoentzako artikuluak (% 17).

Erositako produktuen sexukako banaketari erreparatuta, zenbait ezberdintasun ikusten dira emakumezkoen eta gizonezkoen artean: emakumezkoen kasuan, nabarmentzekoak dira arropa eta osagarriak (% 61), eta, gizonezkoen kasuan, elektronika (% 51).

## 7.- ONLINEKO EROSKETA-PROZESUKO GORABEHERAK

### 7.1- Erreklamaziorik eta kexarik ohikoenak



Egindako inkestaren emaitzen arabera, **EAEko onlineko erosleen % 17k adierazi dute gorabehera garrantzitsuren bat izan dutela** erosketak Interneten bidez egitean.

Sexuka, **gizonezkoek** gehiagotan adierazten dute gorabeheraren bat izan dutela onlineko erosketa-prozesuan. Zehazki, **gizonezkoen % 20k** adierazi dute gorabeheraren bat izan dutela azken urtean, eta emakumeen % 15ek.

Adinaren arabera gorabehera-tasari erreparatuta, **erosketak egiteko Internet gehien erabiltzen duten adin tarteek izan dute gorabehera-tasa handiena**. Hala, **26-35 urte bitarteko**en kolektiboan, % 24koa da gorabehera-tasa, baina, adin handiagokoen artean (gutxienetan erosten dutenak), horren erdia da (% 12).

## 7.2- Gorabeheren erreklamazioa: Erabilitako zerbitzuak



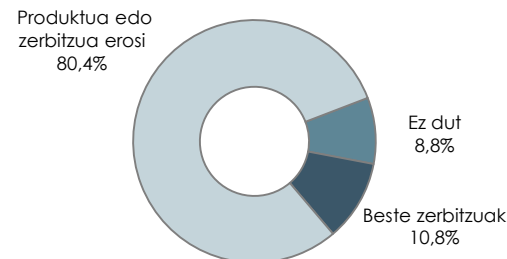
**Kaltetu gehienek (% 80) webgunearen bezeroarentzako arreta-zerbitzura jotzen dute.**

Gorabehera horien aurrean kontsumitzaileek zenbait jokabide ezberdin izaten dituzte. Gorabeheren aurrean, **kaltetu gehien-gehienek (% 80)** erreklamazioaren xedea den produktua edo zerbitzua erosi duten **webgunearen bezeroarentzako arreta-zerbitzura jo dute**. Bestalde, talde txikiago batek (% 11) **gorabeherak konpontzeko beste zerbitzu batzuetara jo du**, hala nola kontsumitzailearen bulegora edo kontsumitzaileen elkarteetara. **Gainerako % 9ek ez dute inolako ekintzarik egin.**

## Produktuak kaltetuta egotea, osorik ez egotea eta erositakoa ez jasotzea dira gorabehera nagusiak.

Askotarikoa da Interneten bidezko erosketa-prozesuan gerta daitezkeen gorabeheren tipologia. Hauek dira azken urtean produktu edo zerbitzuren bat erosi duten EAEko internautek izan dituzten gorabeherarik ohikoena: **eskatutako produktuak kaltetuta edo apurtuta jasotzea edo osorik ez jasotzea (% 31)**, eta horiek ez jasotzea (% 29).

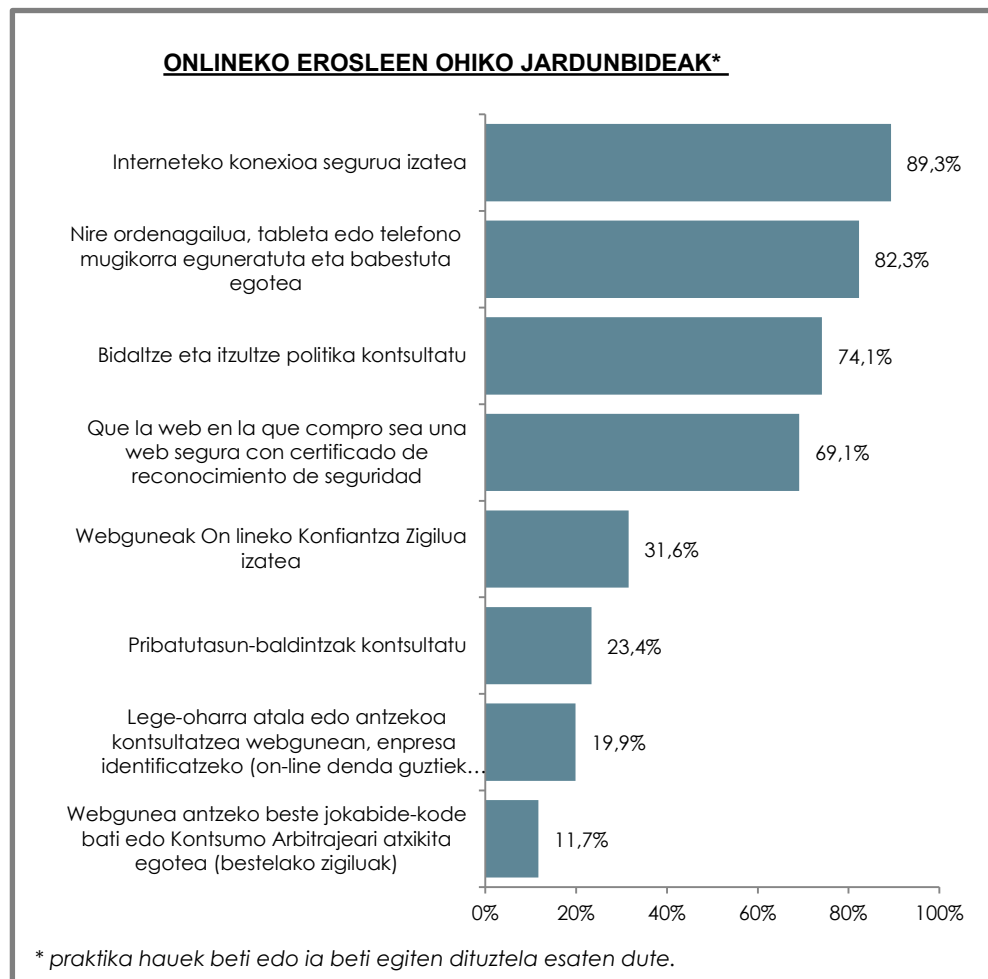
Ohiko beste gorabehera bat da **erositako produktua eta azkenean jasotakoa bat ez etortzea (% 21)**. **Eskatutako produktua berandu jasotzea (% 14)**, eta **ordaintzarekin arazoak izatea (% 8)** ere izaten dira onlineko erosleek izaten dituzten gorabeherak.





## 8.- ONLINEKO EROSKETA SEGURUETARAKO JARDUNBIDEAK

### 8.1- Segurtasun-neurriak



**Gero eta Interneten erabiltzaile gehiagok erabiltzen dituzte jardunbide seguruak Internetera konektatu eta onlineko erosketak egiten dituztenean.**

Merkataritza elektronikoa erabiltzean ahalik eta gorabehera eta arazo gutxien izateko, gomendagarria da zenbait aholkuri jarraitzea eta zenbait jokabide gureganatzea.

Illo horretan, gero eta internauta gehiagok txertatu ditu jardunbide seguruak Internetera konektatzeko eta onlineko erosketak egiteko beren prozeduretan, hala nola **erabilitako konexioaren segurtasuna egiaztatzea (% 89) eta beren gailuak eguneratuta eta babestuta daudela ziurtatzea (% 82).**

Onlineko erosketen prozesuei dagokienez, gero eta internauta gehiagok **kontsultatzen dituzte bidalketa- eta itzulketa-politikak erosketan egin aurretik (% 74),** baita ea **webgune seguru eta ziurtatuak diren ere (% 69).**



Hain usuak ez diren beste praktika batzuk (baina haiek ere oso gomendagarriak): **Onlineko Konfiantza Zigilua egiaztatzea (% 32),** **privatutasunaren baldintzak kontsultatzea (% 23)** eta **erosi nahi duguneko webguneen legezko titulatasuna kontsultatzea (% 20).**

## 8.- ONLINEKO EROSKETA SEGURUETARAKO JARDUNBIDEAK

### 8.1- Segurtasun-neurriak

**Emakumezkoak eta gazteak dira jardunbide seguruekin kontzientziatuenak onlineko erosketak egiterakoan**

Onlineko erosketak egiten dituzteneko webguneen segurtasuna egiaztatzeko jokabide-eredua **ezberdina da onlineko erosleen sexuaren eta adinaren arabera**. Hala, emakumezkoek kontzientzia handiagoa erakusten dute onlineko erosketen arriskuen aurrean, gizonezkoek baino, eta segurtasun-alderdien egiaztapen gehiago egiten dituzte; eta, pentsa litekeen ez bezala, gazteenek ere bai.

<b>ONLINEKO EROSLAEN OHIKO JARDUNBIDEAK*</b>								
	Guztira							
		Emakumezkoak	Gizonezkoak	18-25 urte bitartekoak	26-35 urte bitartekoak	36-45 urte bitartekoak	46-60 urte bitartekoak	60 urtetik gorakoak
• Egiaztatzen dute webgunea atxikita dagoela Kontsumo Arbitrajeari edo antzeko beste jokabide-kode bati	% 12	% 12	% 10	% 18	% 14	% 15	% 11	% 7
• Webguneako "Legezko oharra" atala kontsultatzen dute, edo horren antzekoren bat, enpresa identifikatzeko	% 20	% 21	% 17	% 29	% 18	% 19	% 21	% 17
• Egiaztatzen dute webguneak Onlineko Konfiantza Zigilua duela	% 32	% 34	% 28	% 42	% 40	% 31	% 32	% 26
• Pribatutasun-baldintzak kontsultatzen dituzte	% 23	% 26	% 19	% 29	% 18	% 19	% 21	% 17
• Egiaztatzen dute segurtasuna aitortzeko ziurtagiria duen web segurua dela erosketak egiten dituzteneko webgunea	% 69	% 70	% 68	% 84	% 62	% 71	% 70	% 64
• Bidalketa- eta itzulketa-politikak kontsultatzen dituzte	% 74	% 78	% 68	% 76	% 80	% 76	% 77	% 65
• Egiaztatzen dute ordenagailua, tableta edo telefono mugikorra eguneratuta eta babestuta daudela	% 82	% 83	% 81	% 74	% 78	% 83	% 85	% 81
• Egiaztatzen dute segurua dela erabiltzen duten Interneteko konexioa	% 89	% 90	% 89	% 84	% 88	% 91	% 90	% 88

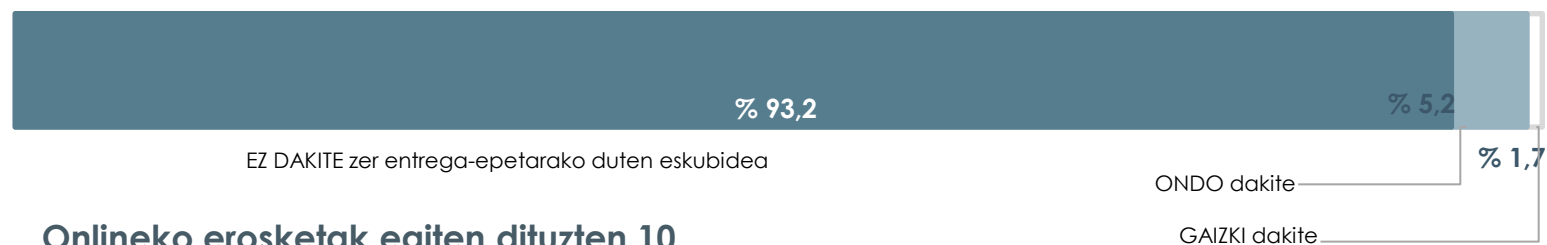
\* *praktika hauek egin ohi dituztela (beti edo ia beti) esaten dute*

## 9.- ONLINEKO KONTSUMITZAILEEN ESKUBIDEEN EZAGUTZA

### 9.1- Erositako produktuak edo zerbitzuak entregatzeko epea

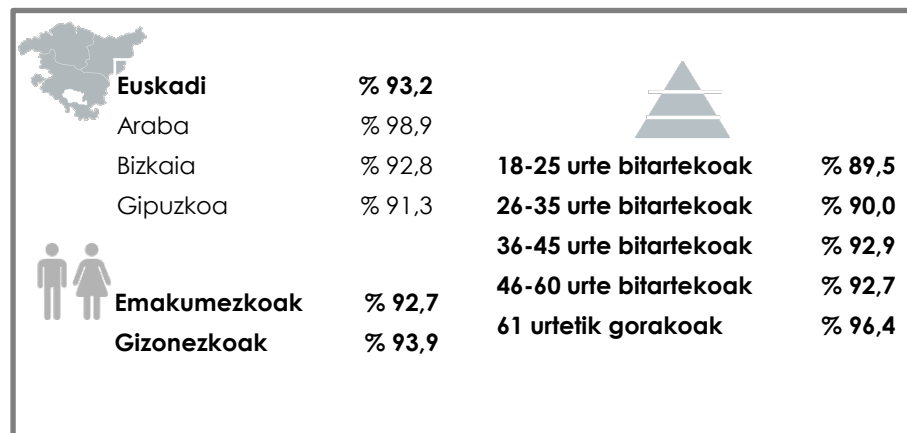
*Produktua ENTREGATZEKO EPEA 30 egunekoa da, gehienez, erosketa egiten denetik, beste epe bat hitzartu ez bada (hura argiro jakinarazi edo argitaratu behar da). Produktuaz gain, onlineko dendak dokumentua havek igorri beharko dizkio erosleari, edo adierazi behar dio non dauden: faktura, bermea, atzera egiteko dokumentua eta enpresaren helbidea (erreklamazioak egiteko).*

Badakizu zer ENTREGA-EPETARAKO duzun eskubidea zure onlineko erosketetan?



### Onlineko erosketak egiten dituzten 10 pertsonatatik 9k ez dakite gehieneko zer ENTREGA-EPETARAKO duten eskubidea.

EAEko onlineko kontsumitzaileei egindako inkestaren emaitzen arabera, % 93,2k adierazi dute ez dakitela zer entrega-epetarako duten eskubidea Interneten bidez produktu edo zerbitzu bat erosten dutenean eta saltzaileak eperik zehazten ez duenean. Beste % 5ek adierazi dute badakiela, baina gaizki erantzun dute galdetu zaienean zenbat egunekoa epe hori. Inkestatuen % 2k baino ez daki gehieneko entrega-epea 30 egunekoa dela saltzaileak horren aldaketarik zehaztu ezean.



## 9.- ONLINEKO KONTSUMITZAILEEN ESKUBIDEEN EZAGUTZA

### 9.2- Atzera egiteko eskubidea

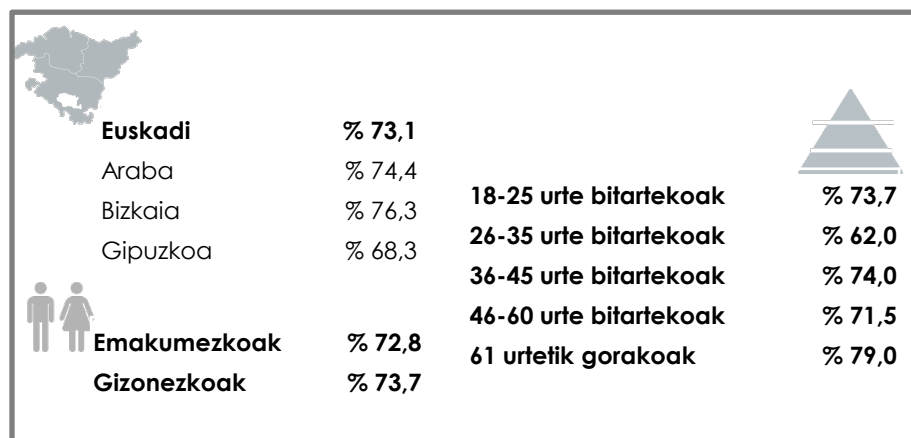
**ATZERA EGITEKO ESKUBIDEA** da kontsumitzaileak kontratu bat baliogabetzeko eta eskuratutako ondasuna edo zerbitzua itzultzeko duen ahalmena da; ez du arrazoirik eman behar, ezta zigorrik ordaindu ere. Urrutiko erosketa denez, 14 eguneko epean du libreki atzera egiteko eskubidea, produktua jaso duenetik edo kontratua sinatu denetik, zerbitzu bat ematekoa bada. Onlineko dendak epe handiagoa ezar dezake.

Badakizu zer epe duzun Interneten bidez eskuratutako edozein produktu edo zerbitzu ITZULTZEKO, INOLAKO KOSTURIK GABE eta inolako arrazoirik eman behar izan gabe?



**Onlineko erosketak egiten dituzten pertsonen % 73k ez dakite zer den atzera egiteko eskubidea; eskubide horren bidez produktua itzul dezakete erabakia justifikatu beharrik gabe eta inolako zigorrik gabe.**

% 73,1ek ez dakite zer epe duten eskuratutako edozein produktu edo zerbitzu itzultzeko, arrazoia adierazi beharrik izan gabe; atzera egiteko eskubidea da hori. % 23k, berriz, badakite eskubide hori dutela, eta zer epetan balia dezaketen. % 4 inguruk adierazi dute badakitela, baina gaizki erantzun dute horretarako epea zehaztu behar izan dutenean.



## 9.- ONLINEKO KONTSUMITZAILEEN ESKUBIDEEN EZAGUTZA

### 9.3- Bermealdia

*Eskuratutako produktu edo zerbitzuak ez badihu betetzen publizitateko eta kontratuko ezaugarriak, edo balio ez badu espero diren erabileretarako, edo akatsik badu, edo hondatuta badago, produktua ez dator bat kontratuarekin, eta BERME-ESKUBIDEA aplikatu behar da. Produktua berria bada, BI URTEKOA da legezko bermea. Epea produktua entregatzen denetik kontatzen da, ez produktua egiten denetik. Uko egin ezineko eskubidea da, eta enpresek bere gain hartu behar dute. Produktua bigarren eskukoa bada, URTEBETEKO legezko bermea duzu, gutxienez.*

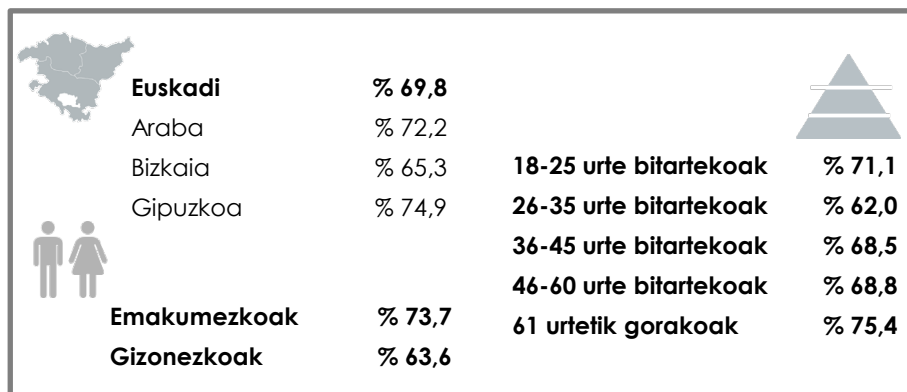
*Onlineko erosleak eskubidea du produktua konpondu edo ordeztu diezaioten edo, bestela, prezioa merkatzeko edo kontratua bertan behera uzteko. Produktua dohainik konpondu edo ordeztu behar da, eta ezin izango da kobratu, ez bidalketa-gasturik, ez kosturik eskulanagatik edo materialengatik.*

**Badakizu zer BERMEALDITARAKO duzun eskubidea zure onlineko erosketetan?**



**Onlineko erosketak egiten dituzten 10 pertsonatatik 7k ez dakite zer bermealditarako duten eskubidea beren erosketetan**

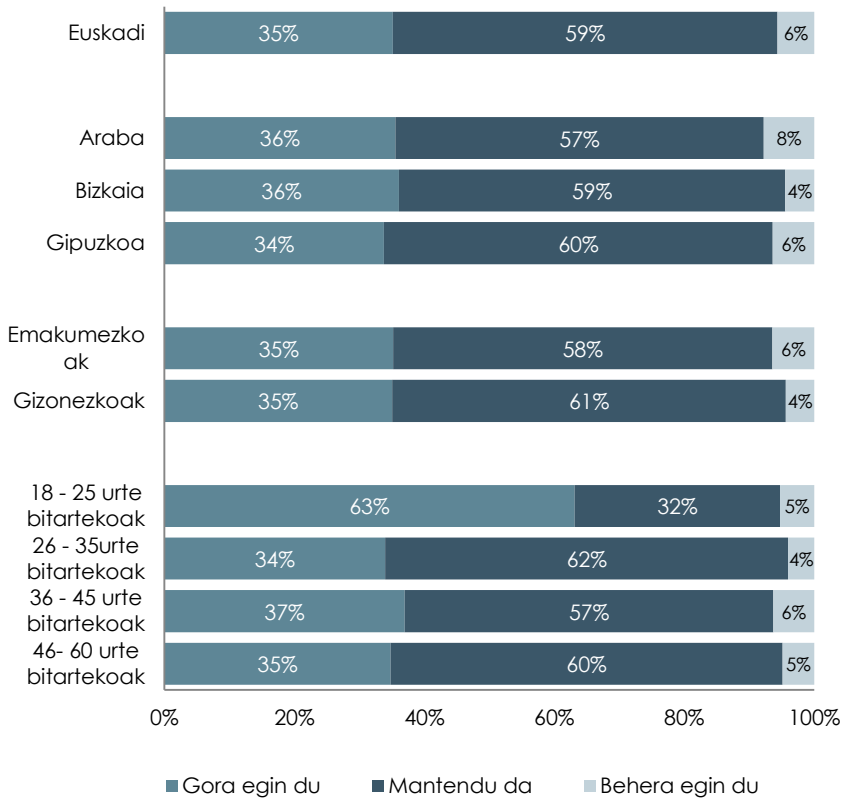
Inkestatutako Interneteko erosleen % 27k badakite zehazki zer bermealdi duten eskuratutako produktu edo zerbitzuek (Interneten bidez eskuratutakoak zein fisikoki eskuratutakoak). Gehienek, ordea, ez dakite (% 70). Gainerako % 3ek, badakitela adierazi duten arren, gaizki erantzun dute eskatu zaienean zehazteko zer epetan aplikatzen den bermealdia.



## 10.- ONLINEKO KONTSUMITZAILEEN GOGOBEETASUN-MAILA

### 10.1- EAEko kontsumitzaileen gogobetetasun-maila

Nola aldatu da merkataritza elektronikoaren segurtasunarekin duzun konfiantza-maila, duela 3 urtekoarekin alderatuta?



### Onlineko erosleen % 17k adierazi dute gorabehera garrantzitsuren bat izan dutela azken urtean erosketetan

EAEen onlineko erosketak egiten dituzten pertsonen erdiek baino gehiagok (% 59) konfiantza-maila bera dute merkataritza elektronikoan, duela hiru urtekoarekin alderatuta; heren batek (% 35), berriz, konfiantza-maila handiago dute.

Ez da ikusten sexuen arteko alderik, baina aipatzekoa da gazteenen artean igo dela gehien konfiantza-maila azkeneko hiru urteotan. Zehazki, % 63k esan dute konfiantza handiagoa dutela.

### Onlineko kontsumitzaileek 10etik 7,9an puntuatzen dute beren gogobetetasun-maila.

Merkataritza elektronikoarekiko GOGOBEETASUN-MAILA, gaur egun



**Euskadi** 7,9 10 puntutik

Araba 8,3

Bizkaia 8,0

Gipuzkoa 7,6



**Emakumezkoak** 7,9

**Gizonezkoak** 7,8

**18-25 urte bitartekoak** 8,1

**26-35 urte bitartekoak** 8,1

**36-45 urte bitartekoak** 8,0

**46-60 urte bitartekoak** 7,8

**61 urtetik gorakoak** 7,7