

Els consumidors catalans i el comerç electrònic

Enquesta encarregada per la Direcció General del Consum

Maig de 2003

RPEEO 272



CONSULTORIA
ESTRATEGICA

Direcció

Enric Renau

Direcció tècnica

Ruth Sunyol

Equip Tècnic

Montserrat Martínez

Anna Torrijos

Contacte

Pau Claris, 128 4rt 1a 08009 BARCELONA

Tel. 93-215 13 65

Fax 93-467 76 38

e-mail: dep@dep.net

Pàgina

I. Introducció	1
I.1. Objectius	2
I.2. Metodologia.....	4
I.3. Marc de referència.....	7
II. Lloc de compra habitual	12
II.1. Productes d'alimentació i neteja	13
II.2. Productes de confecció	14
II.3. Articles d'oci.....	15
III. Compra per catàleg.....	16
III.1. Volum de consumidors	17
III.2. Satisfacció	18
III.3. Confiança.....	19
IV. Volum i perfil dels consumidors per Internet.....	20
IV.1. Volum actual de consumidors per Internet.....	21
IV.2. Perfil sociodemogràfic dels usuaris.....	23
IV.3. Volum potencial de consumidors per Internet	26

Pàgina

V. Percepció del comerç electrònic	28
V.1. Confiança i seguretat de la compra per Internet	29
V.2. Avantatges i inconvenients	33
V.3. Productes i serveis potencials.....	35
VI. Usuaris del comerç electrònic	36
VI.1. Característiques de la compra	37
VI.2. Motivacions de la compra per Internet	41
VI.3. Garanties de la compra per Internet	43
VI.4. Incidències en la compra per Internet.....	44
VI.5. Satisfacció amb la compra	45
VI.6. Claredat de la informació.....	46
Annex: qüestionari	47

I. Introducció

I.1. Presentació i objectius

- ☐ L'Institut Català del Consum (ICC) del Departament de Treball, Indústria, Comerç i Turisme de la Generalitat de Catalunya, és responsable, entre d'altres funcions, de la promoció i realització d'estudis sobre els mecanismes i hàbits de consum de Catalunya.
- ☐ És en aquest sentit que l'ICC considera necessari **conèixer els hàbits de consum per Internet a Catalunya**
- ☐ És per aquesta raó, que s'ha encarregat el present estudi a DEP Consultoria Estratègica, empresa especialitzada en investigació sociològica i de mercat
- ☐ De forma desglossada, els diferents **objectius concrets** a cobrir per aquest estudi són els següents:
 - **Els llocs de compra habitual**
 - ✓ Dels productes d'alimentació i neteja
 - ✓ Dels productes de confecció
 - ✓ Dels articles d'oci
 - **La compra per catàleg**
 - ✓ Volum de consumidors per catàleg
 - ✓ Satisfacció amb la compra per catàleg
 - ✓ Confiança en la compra per catàleg
 - **Volum i perfil dels consumidors per Internet**
 - ✓ Volum actual dels consumidors per Internet
 - ✓ Perfil sociodemogràfic dels consumidors per Internet
 - ✓ Volum potencial de consumidors per Internet

- **Percepció del comerç electrònic**

- ✓ Confiança i seguretat de la compra per Internet
 - ✓ Confiança
 - ✓ Seguretat
 - ✓ Sensació de protecció normativa
 - ✓ Necessitat d'un òrgan de control
- ✓ Avantatges i inconvenients de la compra per Internet
- ✓ Productes i serveis potencials

- **Els usuaris del comerç electrònic**

- ✓ Característiques de la compra per Internet
 - ✓ Freqüència de compra
 - ✓ Productes i serveis consumits
 - ✓ País de les pàgines web
 - ✓ Forma de pagament habitual
- ✓ Motivacions de la compra per Internet
- ✓ Garanties de la compra per Internet
- ✓ Incidències en la compra per Internet
- ✓ Satisfacció amb la compra per Internet
- ✓ Claredat de la informació

I.2. Metodologia

A. Procés metodològic

☐ Per tal d'assolir els objectius descrits anteriorment, s'han seguit les següents etapes:

- Disseny del qüestionari.
- Disseny de la mostra.
- Treball de camp.
- Depuració i codificació de les respostes.
- Explotació estadística dels resultats.
- Anàlisi de les dades.
- Informe de resultats.

C. Lectura de les taules

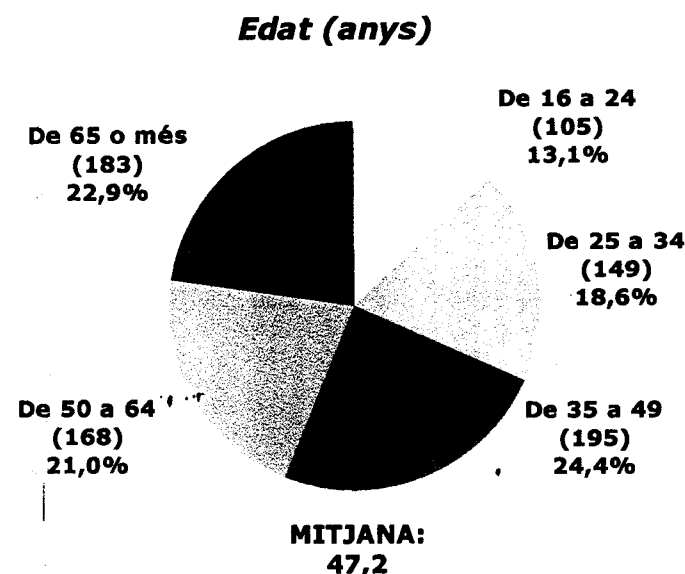
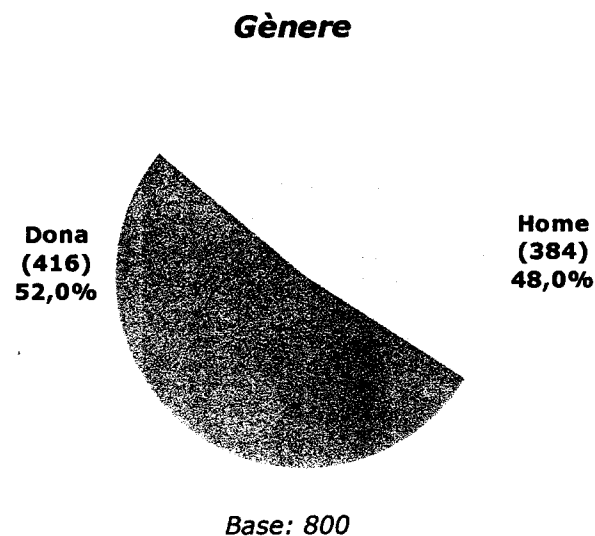
☐ Com a guia de lectura de les dades que apareixen a les taules cal tenir present el següent:

- Les dades de les taules estan en percentatge i la seva lectura és vertical, excepte que s'indiqui el contrari.
- Les bases de resposta s'indiquen a totes les taules i gràfics.
- Al peu de les taules s'especifica el caràcter de la pregunta a la que fa referència.
- ✓ Les preguntes són SIMPLES (una única resposta) si no s'indica el contrari. En el cas de les preguntes MÚLTIPLES (possibilitat de més d'una resposta) els percentatges verticals sumen més de cent.
- ✓ Finalment, s' no s'indica el contrari la formulació de la pregunta és SUGGERIDA, el que vol dir que s'ofereixen a l'entrevistat les possibilitats de la resposta. Quan s'indica que la pregunta és ESPONTÀNIA, vol dir que les respostes no estan definides prèviament.
- Els ombrejats de les taules fan referència als valors positius estadísticament significatius.

I.3. Marc de referència

A. Gènere i edat

- ☐ Per tal de reflectir el conjunt de la societat catalana la mostra ha estat seleccionada establint quotes per gènere, edat, territori i grandària de municipi, representatives de tot el país i que tot seguit s'expressen gràficament¹.
- D'aquesta manera, a Catalunya homes i dones representen un volum similar de la població.
 - L'edat mitjana de la població de 16 o més anys és de 47,2 anys. El col·lectiu més nombrós és el de persones entre 35 i 39 anys, seguit dels ciutadans de 65 o més anys.



¹ Entre parèntesi s'han indicat el nombre d'entrevistes per gènere i edat i en % el pes real de la població.

B. Territori i grandària

- ☐ A nivell territorial, la majoria dels catalans (66,5%) resideix a la demarcació de Barcelona, principalment a l'Àrea Metropolitana i a la ciutat de Barcelona. A la restat de demarcacions el volum de població és força menor.
- ☐ En canvi, a nivell de nombre d'habitants, els ciutadans de Catalunya es distribueixen de forma més equilibrada. Així, el 40,9% resideix en municipis grans, de més de 100.000 habitants, inclosa Barcelona ciutat.

Taula 1: Territori

Territori	%	Entrevistes
Barcelona	66,5	532
BCN ciutat	22,5	180
Resta AMB	33,6	269
Resta BCN	10,4	83
Girona	11,6	93
Lleida	9,9	79
Tarragona	12,0	96
Total	100	800

Taula 2: Grandària municipal

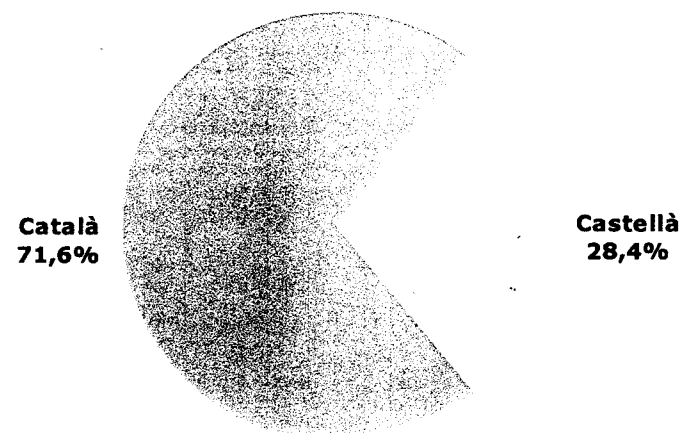
Nombre d'habitants	%	Entrevistes
Barcelona	22,5	180
De 100.000 a 500.000	18,4	147
De 20.000 a 100.000	21,8	174
De 5.000 a 20.000	20,4	163
Menys de 5.000	17,0	136
Total	100	800

- ☐ Per tal d'analitzar el perfil del consumidor per Internet, l'entrevista recull altres variables sociodemogràfiques, com ara l'idioma de l'entrevista, la situació laboral i el nivell d'estudis de l'entrevistat. Aquestes variables es detallen a continuació.

C. Idioma de l'entrevista

- ☐ 7 de cada 10 ciutadans han volgut realitzar l'entrevista en català, i només el 28,4% ha demanat fer l'entrevista en castellà.

Idioma en que es realitza l'entrevista



Base: 800

D. Situació laboral

- ☐ A Catalunya, 1 de cada 3 ciutadans és assalariat. En segon lloc, el 25,4% es troba jubilat o és pensionista. Les persones dedicades a les feines de la llar i els empresaris, autònoms o treballadors per compte propi són els següents col·lectius amb més pes.

Finalment, els estudiants i les persones en situació d'atur són poc nombrosos a Catalunya.

Taula 3: Actualment vostè és...?

Situació laboral	Total
Assalariat	33,3
Jubilat o és pensionista	25,4
Dedicat exclusivament a les feines de la llar	16,0
Autònom, empresari o professional liberal	12,0
Estudiant	8,6
Està a l'atur	4,6
Nc	0,1
Base	800

E. Nivell d'estudis

- ☐ Finalment, la majoria dels ciutadans de Catalunya (50,2%) té estudis primaris, ja sigui sense acabar, amb certificat o a nivell de graduat escolar.

En segon lloc, el 22,8% a cursat estudis de grau mig, és a dir BUP, COU, FP1 o similar. D'altra banda, el 17,5% té un nivell d'estudis superior, havent estudiat algun Curs Formatiu de Grau Superior o Mòdul 3, o bé són universitaris de 1er o 2on cicle.

D'aquesta manera, les persones sense estudis o que només saben llegir i escriure representen el 9,6% dels catalans.

Taula 4: Em podria dir els estudis màxims que vostè ha acabat?

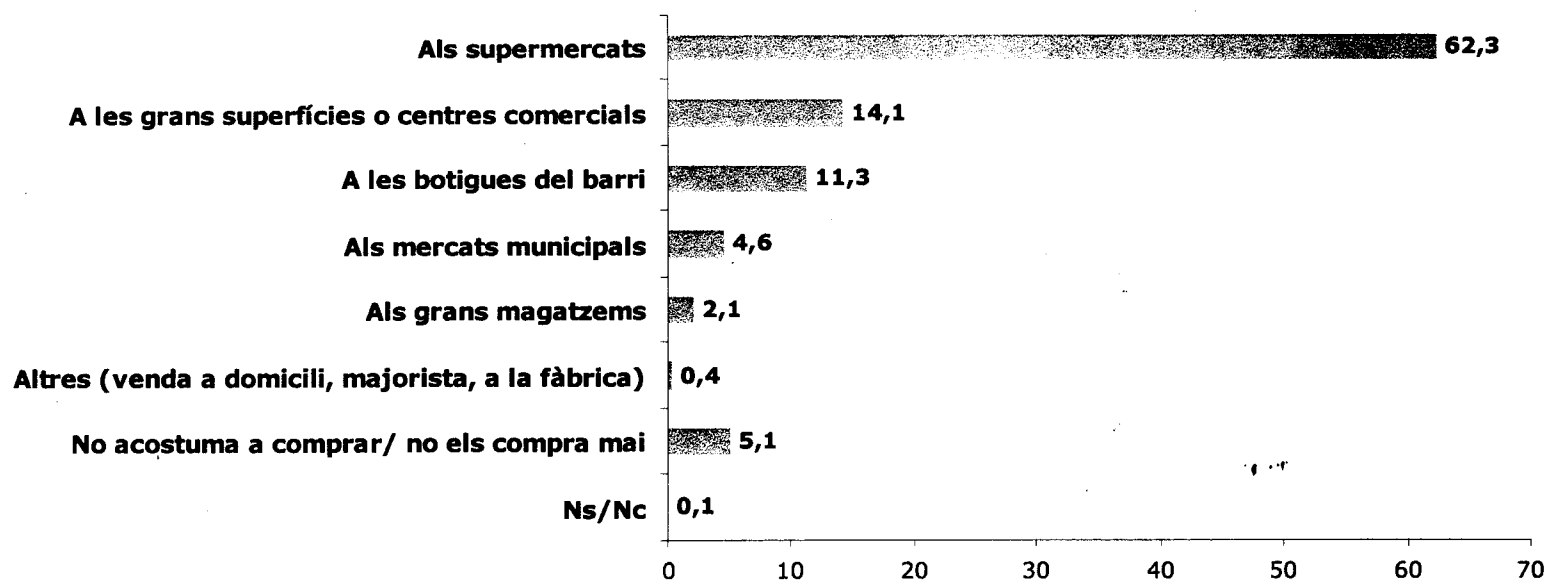
Nivell d'estudis	Total
Sense estudis	2,8
Sense estudis però sap llegir i escriure	6,8
Estudis primaris sense acabar	4,3
Estudis primaris (certificat)	19,0
Graduat escolar, EGB, ESO, FP1, Mòdul 2, CFGM	26,9
BUP, COU, FP2, Batxillerat LOGSE (reforma)	22,8
CFGS, Mòdul 3	3,1
Universitari 1 cicle	7,6
Universitari 2 cicle o doctorat	6,8
Ns/Nc	0,1
Base	800

II. Lloc de compra habitual

II.1. Productes d'alimentació i neteja

- El 62,3% dels catalans acostuma a comprar els productes d'alimentació i neteja als supermercats. La resta de llocs possibles són poc habituals, així, tan sols el 14,1% compra aquests productes a les grans superfícies o centres comercials, i l'11,3% a les botigues del barri.

**Em podria dir on compra habitualment
els productes d'alimentació i neteja?**



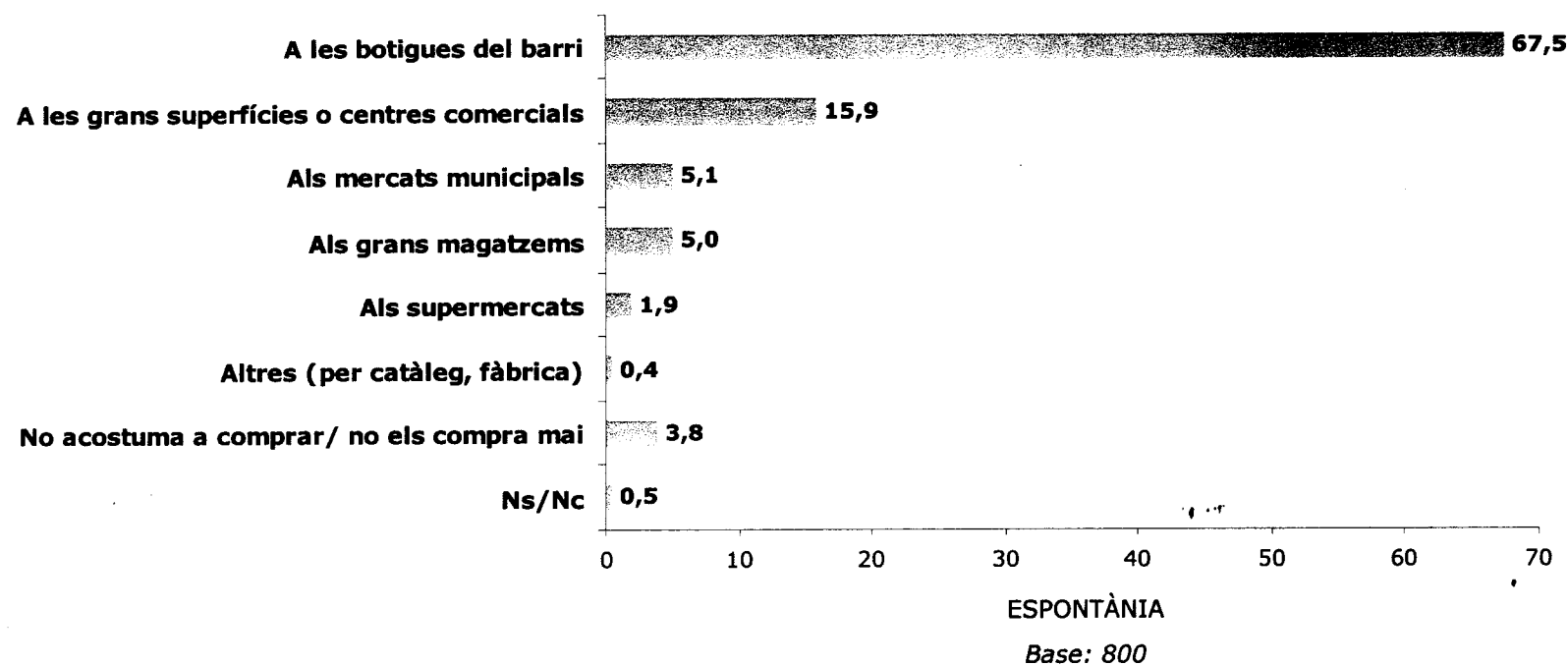
ESPONTÀNIA

Base: 800

II.2. Productes de confecció

- ☐ En canvi, els consumidors catalans compren principalment a les botigues de barri (67,5%) els productes de confecció, roba, calçat o roba de la llar. El 15,9% els compra a les grans superfícies o centre comercials.

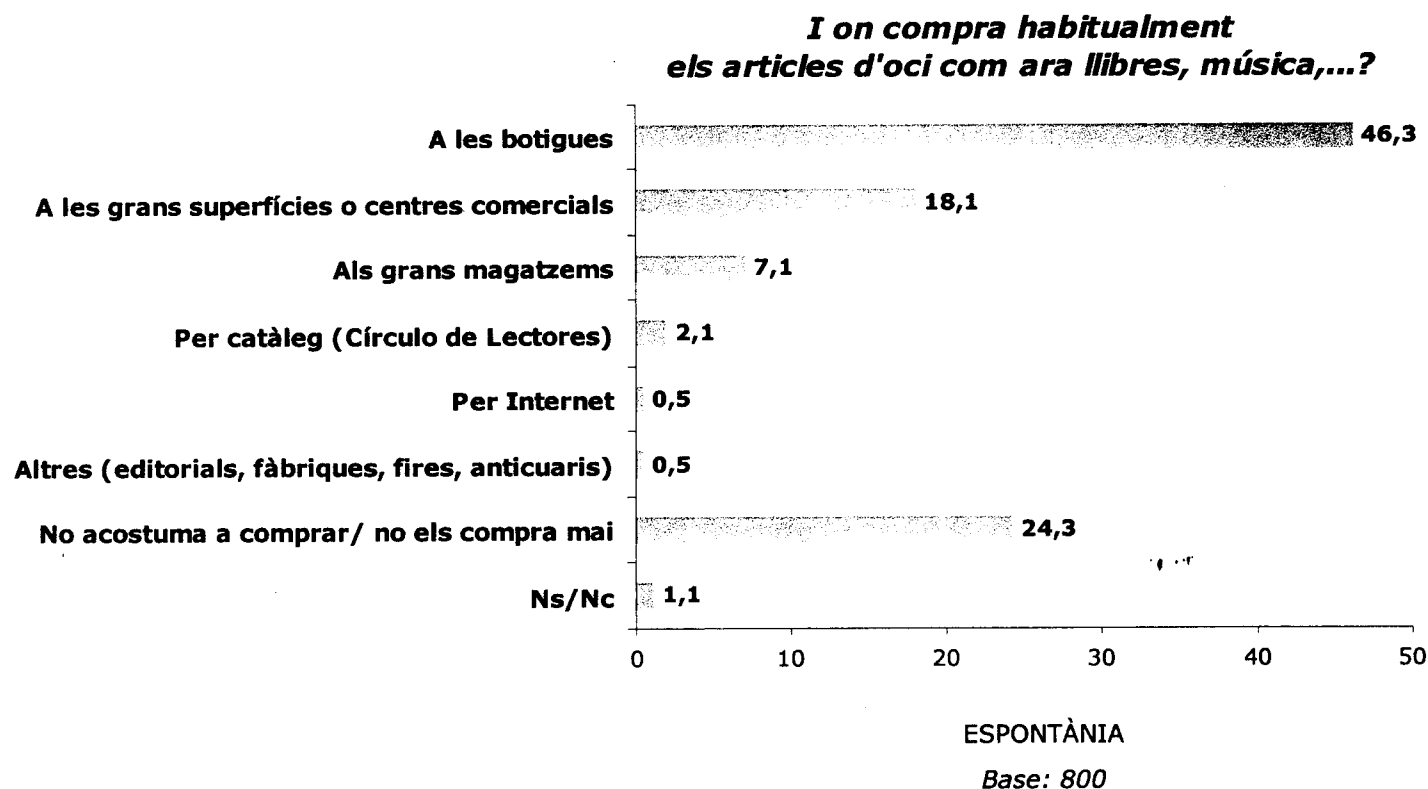
Em podria dir on compra habitualment els productes de confecció, roba, calçat o de la llar?



II.3. Articles d'oci

- ☐ Quant als productes d'oci, el més freqüent és que els ciutadans els comprin a botigues. Seguidament, el 18,1% els compra a les grans superfícies o centres comercials.

Cal destacar la dada que, de manera espontània, el 0,5% dels consumidors afirma que habitualment compra aquests tipus de productes per Internet.

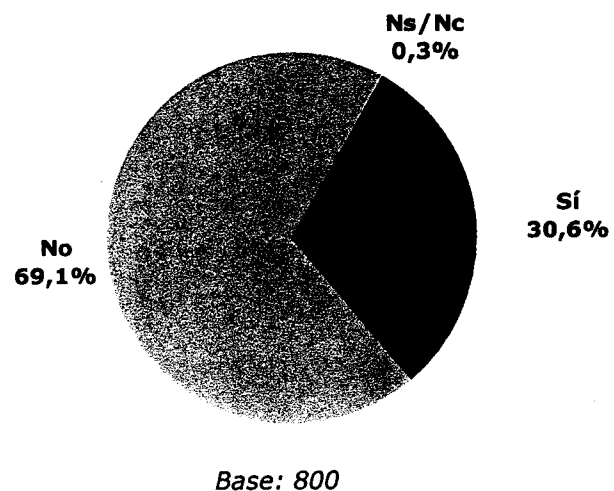


III. Compra per catàleg

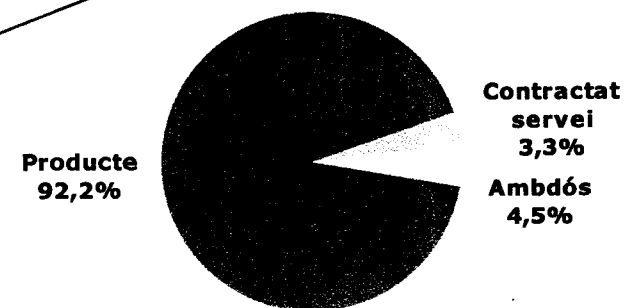
III.1. Volum de consumidors

- 3 de cada 10 consumidors catalans han comprat, alguna vegada, algun producte o contractat algun servei per catàleg. El més freqüent, però, és que es tracti de productes, i no de serveis, tot i que el 4,5% afirma que ha realitzat ambdós tipus d'adquisicions per catàleg.

Alguna vegada ha comprat algun producte o contractat algun servei per catàleg?



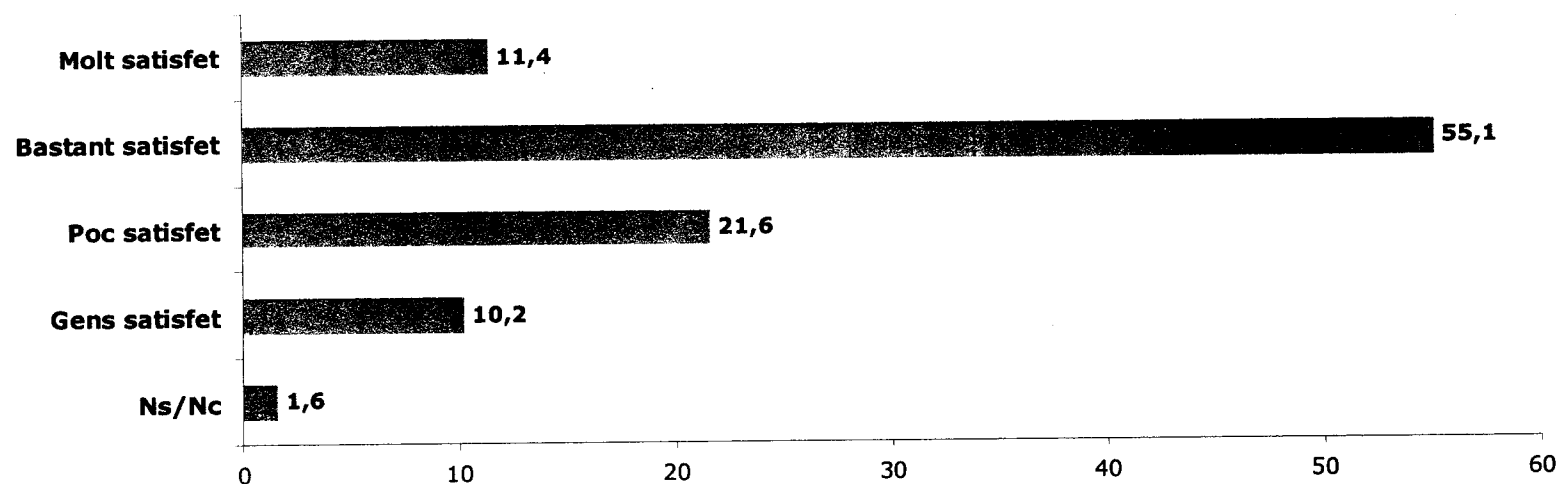
Tipus de compra



III.2. Satisfacció

- ☐ La majoria de les persones que han comprat o contractat algun servei per catàleg (66,5%) n'ha quedat satisfeta, ja sigui molt o bastant. Cal dir, però, que el 31,8% no en va quedar satisfet.

Ha quedat satisfet d'aquesta compra o contractació per catàleg?



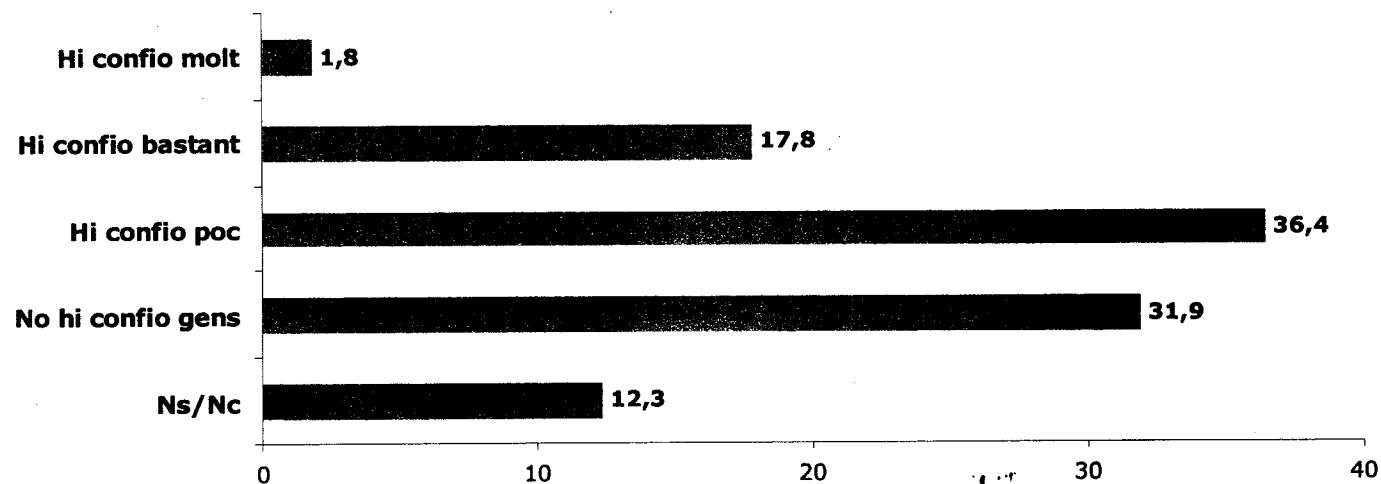
Base (ha comprat per catàleg): 245^r

III.3. Confiança

- ☐ Aquesta forma de compra, no desperta molta confiança entre els consumidors catalans, ja que el 68,3% declara confiar-hi poc o no confiar-hi gens.

Les persones que confien en aquesta forma de compra representen el 28,6% de la població.

**Fins a quin punt confia vostè en la compra de productes
o contractació de serveis per catàleg?**



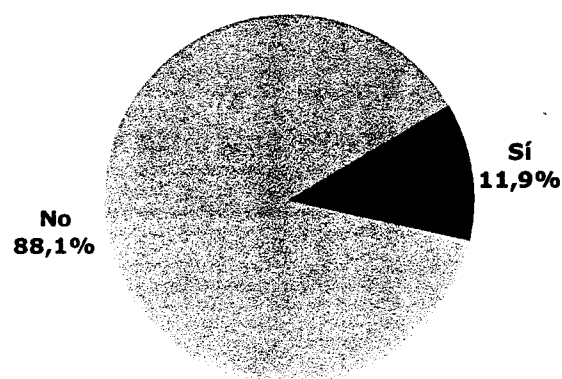
Base: 800

IV. Volum i perfil dels consumidors per Internet

IV.1. Volum actual de consumidors per Internet

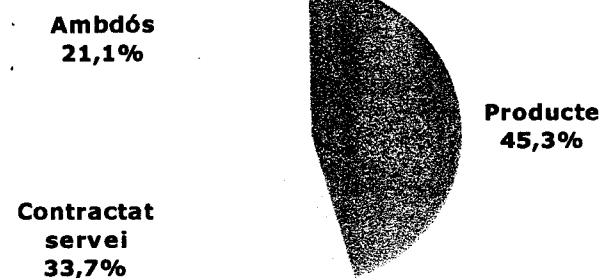
- Actualment, l'11,9% dels catalans alguna vegada ha comprat o ha contractat algun servei per Internet. El més freqüent és que es tracti de compra de productes, tot i que el 33,7% declara haver contractat serveis i el 21,1% ha utilitzat Internet per ambdues coses.

**Alguna vegada ha comprat algun producte
o contractat algun servei per Internet?**



Base: 800

Tipus de compra



Base (ha comprat per Internet): 95

- ☐ Aquest percentatge de persones, indica que, actualment a Catalunya hi hauria entre 520.000 i 767.000 persones que compren o han comprat alguna vegada per Internet.

Estimació del volum actual de consumidors per Internet

Població mínima	Població màxima
519.750 consumidors	767.393 consumidors

- Cal dir, a més, que entre els ciutadans que utilitzen el comerç electrònic hi ha un percentatge de consumidors per catàleg més elevat que entre les persones que no compren per Internet.

Taula 5: Compra per catàleg segons compra per Internet

Compra per catàleg	Total	Ha comprat per Internet	
		Sí	No
Sí	30,6	38,9	29,5
No	69,1	61,1	70,2
Ns/Nc	0,3	-	0,3
Base	800	95	705

IV.2. Segments sociodemogràfics més consumidors per Internet

□ L'ús d'Internet per a efectuar compres o contractar serveis és significativament superior entre els següents col·lectius:

- Homes (68,4%)

- Persones joves (el 59% és menor de 35 anys), sobretot en el tram de 25 a 34 anys.

De 16 a 24 anys (23,2%)

De 25 a 34 anys (35,8%)

- Ocupats (73,7%), sobretot assalariats.

Assalariats (51,6%)

Autònom, empresari o professional liberal (22,1%)

- Persones amb un nivell de formació mig o superior (77,9%), especialment entre els de nivell superior.

Estudis mitjos: BUP, COU, FP2 (32,6%)

Estudis superiors: Cicles Formatius de Grau Superior, Universitaris (45,3%)

- Curiosament, també s'observa que l'ús d'Internet és significativament més elevat entre les persones residents a la demarcació de Tarragona, i entre els ciutadans de parla catalana.

IV. Volum i perfil dels consumidors

Comerç electrònic

Taula 6: Gènere

Gènere	Total	Ha comprat per Internet	
		Sí	No
Home	48,0	68,4	45,2
Dona	52,0	31,6	54,8
Base	800	95	705

Taula 7: Edat

Edat (anys)	Total	Ha comprat per Internet	
		Sí	No
De 16 a 24	13,1	23,2	11,8
De 25 a 34	18,6	35,8	16,3
De 35 a 49	24,4	26,3	24,1
De 50 a 64	21,0	11,6	22,3
Més de 64	22,9	3,2	25,5
MITJANA	47,2	34,8	48,8
Base	800	95	705

Taula 8: Territori

Territori	Total	Ha comprat per Internet	
		Sí	No
Barcelona	66,5	65,3	66,7
BCN ciutat	22,5	23,2	22,4
Resta AMB	33,6	31,6	33,9
Resta BCN	10,4	10,5	10,4
Girona	11,6	7,4	12,2
Lleida	9,9	8,4	10,1
Tarragona	12,0	18,9	11,1
Base	800	95	705

Taula 9: Grandària municipal

Grandària	Total	Ha comprat per Internet	
		Sí	No
Barcelona	22,5	23,2	22,4
De 100.000 a 500.000	18,4	18,9	18,3
De 20.000 a 100.000	21,8	28,4	20,9
De 5.000 a 20.000	20,4	12,6	21,4
Menys de 5.000	17,0	16,8	17,0
Base	800	95	705

Taula 10: Llengua

Llengua	Total	Ha comprat per Internet	
		Sí	No
Català	71,6	84,3	69,9
Castellà	28,4	15,8	30,1
Base	800	95	705

Taula 11: Situació laboral

Situació laboral	Total	Ha comprat per Internet	
		Sí	No
Assalariat	33,3	51,6	30,8
Jubilat o és pensionista	25,4	8,4	27,7
Dedicat exclusivament a les feines de la llar	16,0	3,2	17,7
Autònom, empresari o treballa per compte propi	12,0	22,1	10,6
Estudiant	8,6	9,5	8,5
Està a l'atur	4,6	5,3	4,5
Nc	0,1	-	0,1
Base	800	95	705

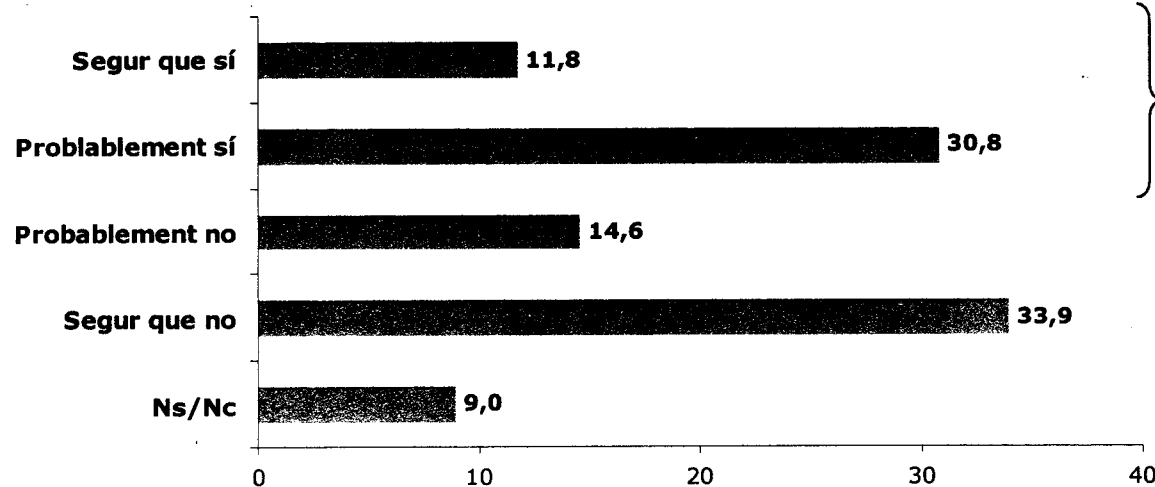
Taula 12: Nivell d'estudis

Nivell d'estudis	Total	Ha comprat per Internet	
		Sí	No
Sense estudis o només llegir i escriure	9,5	-	10,8
Estudis primaris (no acabats, EGB, ESO)	50,1	22,1	53,9
Grau mig (BUP, COU, FP2)	22,8	32,6	21,4
Estudis superiors (CFGS, Mòdul 3, Universitari)	17,5	45,3	13,8
Ns/Nc	0,1	-	0,1
Base	800	95	705

IV.3. Volum potencial de consumidors per Internet

- El 42,6% de la població catalana afirma que, en el futur, pensa utilitzar Internet per comprar o contractar algun servei. Així, aquesta xifra significa que al nostre país entre 2.115.000 i 2.493.000 persones són potencials consumidors del comerç electrònic.

En el futur, pensa utilitzar Internet per comprar algun producte o contractar algun servei?



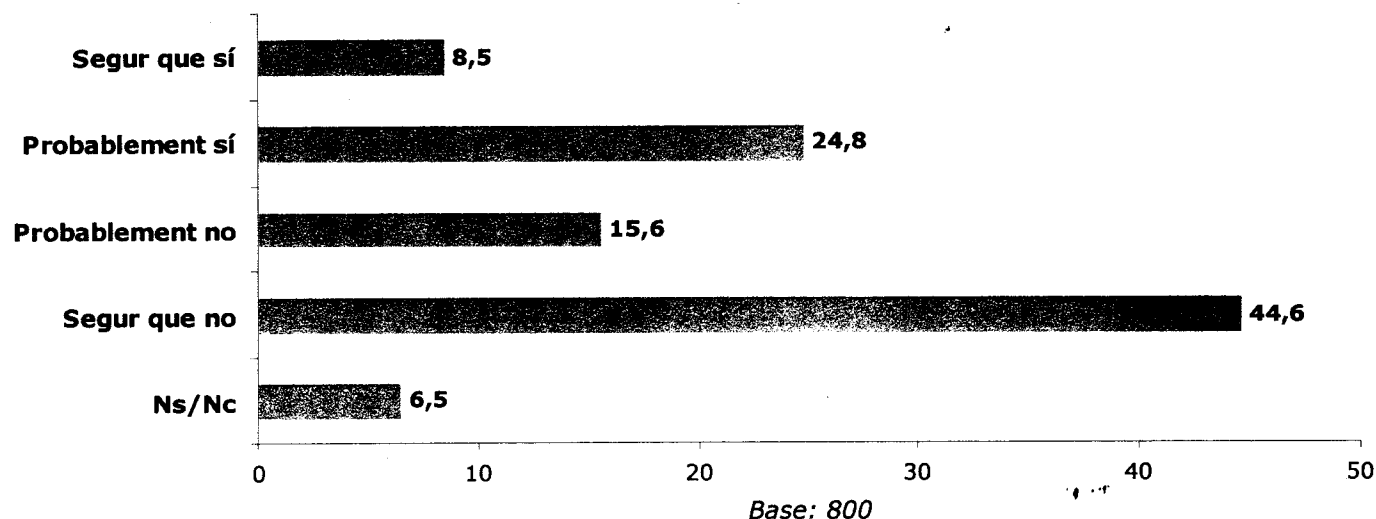
Base: 800

Estimació del volum potencial de consumido per Internet

	Població mínima	Població màxima
42,6 %	2.114.776 consumidors	2.492.979 consumidors

- ☐ Comparativament, tan sols el 33,3% dels ciutadans creu que utilitzaria Internet per comprar si la seva botiga de compra habitual oferís aquest servei. Així doncs, comparant aquesta dada amb l'anterior, pot concloure's que la gran majoria de consumidors catalans continua preferint anar a comprar a la seva botiga habitual de forma presencial.

Si la botiga o botigues on compra habitualment tinguessin servei de compra per Internet, vostè l'utilitzaria per comprar?



V. Percepció del comerç electrònic

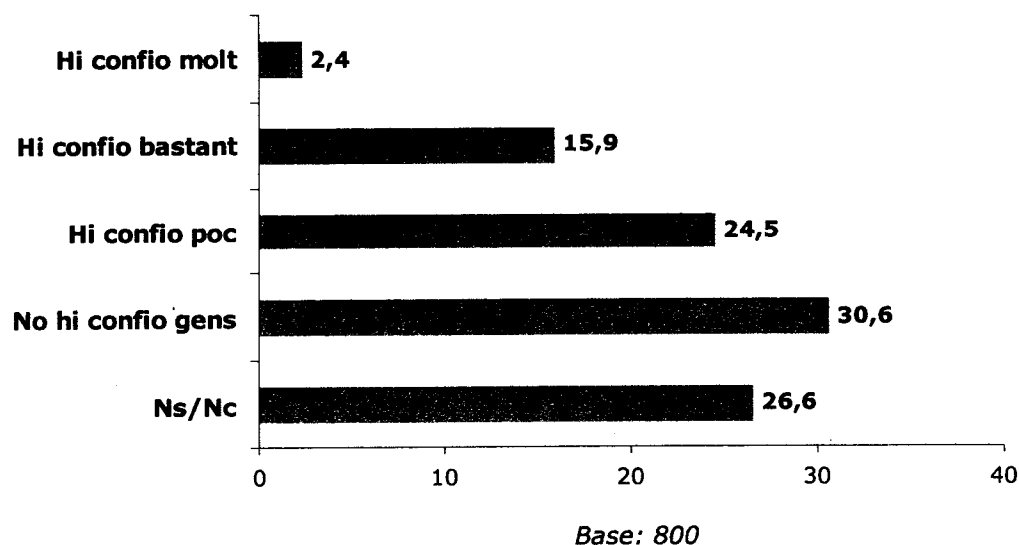
V.1. Confiança i seguretat de la compra per Internet

A. Confiança

- ☐ No obstant les dades de potencials consumidors, tan sols el 18,3% de la població catalana afirma tenir confiança en la compra de productes o contractació de serveis per Internet (percentatge gairebé idèntic a la confiança en la compra per catàleg). Així doncs, probablement la poca confiança en aquest tipus de consum frena als potencials usuaris.

Aquesta confiança en el comerç electrònic però, és significativament molt més elevada entre les persones que ja han utilitzat aquest mitjà de compra, i augmenta fins el 74,7%.

Fins a quin punt confia vostè en la compra de productes o contractació de serveis per Internet?

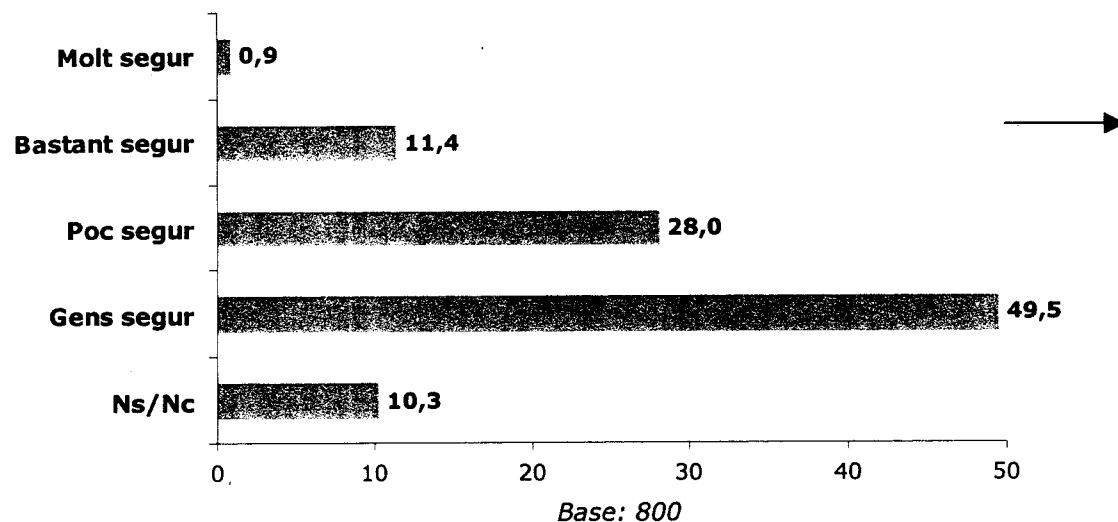


Grau de confiança	Ha comprat per Internet	
	Sí	No
Hi confio molt	16,8	0,4
Hi confio bastant	57,9	10,2
Hi confio poc	22,1	24,8
No hi confio gens	2,1	34,5
Ns/Nc	1,1	30,1
Base	95	705

B. Seguretat

- ☐ A més, el 77,5% considera poc o gens segur donar les seves dades personals per Internet. Tot i que entre els actuals compradors aquesta percepció és menor, continua sent majoritària la percepció que no és segur donar les dades personals per Internet (58,9%).

Actualment, li sembla segur donar les seves dades personals per Internet?



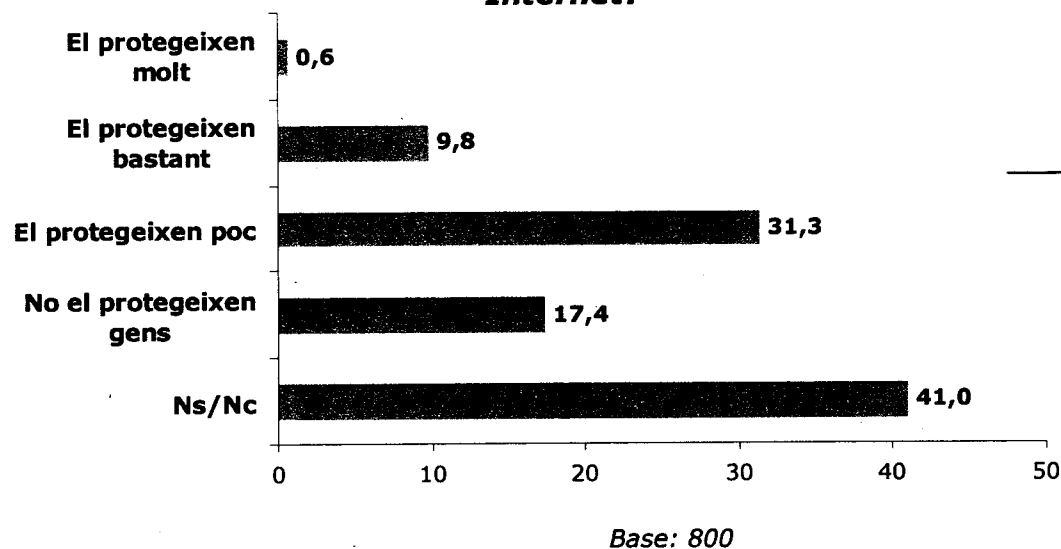
Grau de seguretat	Ha comprat per Internet	
	Sí	No
Molt segur	1,1	0,9
Bastant segur	36,8	7,9
Poc segur	38,9	26,5
Gens segur	20,0	53,5
Ns/Nc	3,2	11,2
Base	95	705

C. Protecció normativa

- ☐ Gairebé la meitat de catalans (48,7%) afirma que, actualment, les lleis protegeixen poc o gens al consumidor a l'hora de comprar o contractar un servei per Internet. Cal dir, però, que 4 de cada 10 persones, desconeixen aquesta qüestió, amb la qual cosa només 1 de cada 10 ciutadans considera que les lleis actuals protegeixen a l'usuari del comerç electrònic.

La sensació de poca o cap protecció també és majoritària entre els actuals compradors per Internet (57,9%).

Fins a quin punt creu que les lleis actuals protegeixen al consumidor a l'hora de comprar o contractar un servei per Internet?



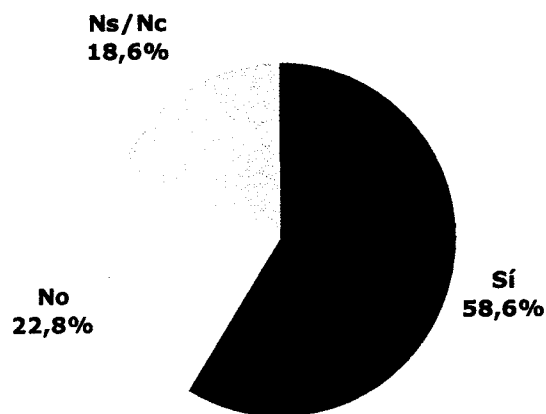
Grau de seguretat	Ha comprat per Internet	
	Sí	No
El protegeixen molt	1,1	0,6
El protegeixen bastant	18,9	8,5
El protegeixen poc	42,1	29,8
No el protegeixen gens	15,8	17,6
Ns/Nc	22,1	43,5
Base	95	705

D. Necessitat d'un òrgan de control

- ☐ En aquest sentit, la majoria de ciutadans (58,6%) declara que la seva confiança en la compra per Internet milloraria si aquest tipus de comerços estiguessin adscrits a un òrgan o entitat de control de l'Administració.

A més, aquesta opinió majoritària la comparteixen tant els actuals consumidors com les persones que no han comprat mai per Internet.

Si un comerç a Internet estigués adscrit a un òrgan o entitat de control de l'Administració, li inspiraria més confiança?



Base: 800

Grau de confiança	Ha comprat per Internet	
	Sí	No
Sí	65,3	57,7
No	29,5	21,8
Ns/Nc	5,3	20,4
Base	95	705

V.2. Avantatges i inconvenients

A. Avantatges

- ☐ La comoditat i l'agilitat i rapidesa són les principals avantatges de la compra per Internet, en opinió dels catalans. Aquestes característiques són especialment mencionades pels consumidors per Internet.

Altres avantatges, però menys mencionades, són el fet de trobar els productes més econòmics, o poder adquirir productes que no es troben habitualment a les botigues.

No obstant, el 12,5% de la població catalana no troba cap avantatge en el fet de comprar per Internet.

Taula 13: Quines creu que són les principals avantatges de la compra productes o contractació de serveis per Internet?

Avantatges	Total	Ha comprat per Internet	
		Sí	No
Comoditat	52,1	72,6	49,4
Agilitat, rapidesa, estalvi de temps	25,4	62,1	20,4
És més econòmic	4,0	8,4	3,4
Comprar productes que no es troben a les botigues	2,9	8,4	2,1
Hi ha bones ofertes i promocions interessants	2,3	5,3	1,8
Comprar productes d'altres països	0,9	1,1	0,9
Mantenir l'anonimat	0,1	-	0,1
Altres (molta informació, confiança)	1,0	4,2	0,6
Cap	12,5	3,2	13,8
Ns/Nc	21,4	-	24,3
Base	800	95	705

ESPONTÀNIA I MÚLTIPLE

B. Inconvenients

- ☐ No existeix cap inconvenient de la compra per Internet majoritàriament mencionat per la població, sinó que són diversos els inconvenients que els ciutadans li troben. Els principals, són la poca informació sobre la qualitat del producte, la por a donar les dades financeres (especialment entre els consumidors actuals) i la poca confiança en que el producte arribi a destí.

El quart inconvenient més mencionat és el fet de no saber on reclamar en cas de tenir problemes amb la compra, seguit de la poca seguretat en la quantitat que serà carregada en la targeta de crèdit (especialment en els consumidors actuals).

Taula 14: Quines creu que són les principals dificultats o inconvenients de la compra productes o contractació de serveis per Internet?

Inconvenients	Total	Ha comprat per Internet	
		Sí	No
Poca informació sobre la qualitat del producte	19,4	22,1	19,0
Por a donar les dades financeres	12,9	20,0	11,9
Poca confiança en que el producte arribi a destí	12,6	14,7	12,3
En cas de problemes, no sabia a qui reclamar	10,5	14,7	9,9
Poca seguretat en la quantitat que carregaran a la targeta de crèdit	10,1	17,9	9,1
Manca de protecció en les dades personals	6,4	8,4	6,1
Dificultats personals d'accés a Internet (no disposa d'ordinador, no el sap utilitzar...)	5,9	1,1	6,5
No veure ni tocar el producte	5,8	5,3	5,8
Dóna poca seguretat i confiança en general	1,5	2,1	1,4
Manca de tracte amb persones	0,8	3,2	0,4
Por a que no es correspongui amb la realitat	0,8	1,1	0,7
Haver d'esperar per tenir el producte (triga en arribar)	0,6	3,2	0,3
Altres (tots, no li agrada...)	1,6	6,3	1,0
Cap	7,1	9,5	6,8
Ns/Nc	25,4	3,2	28,4
Base	800	95	705

ESPONTÀNIA I MÚLTIPLE

V.3. Productes i serveis potencials

- ☐ Els tipus de productes que la població en general veu més probables de comprar en un futur per Internet són els relacionats amb l'oci. Li segueixen, a força distància, els productes relacionats amb la cultura i els d'alimentació.

Taula 15: Quin tipus de productes o serveis veu més possible comprar o contractar per Internet?

Productes o serveis	Total	Ha comprat per Internet	
		Sí	No
Relacionats amb l'oci	24,1	47,4	20,9
Relacionats amb la cultura	8,4	14,7	7,5
Productes d'alimentació	6,5	9,5	6,1
Material o productes informàtics	4,4	16,8	2,7
Roba, calçat, roba de la llar	2,6	4,2	2,4
Productes de telefonia (mòbil, ADSL, Cable)	1,8	5,3	1,3
Productes financers (inversions, assegurances)	0,8	5,3	0,1
Educació (cursos on line, matrícules...)	0,4	2,1	0,1
Altres (cosmètica, medicaments, serveis públics)	2,4	-	2,7
Tots/Qualsevol tipus	11,5	20,0	10,4
Cap	2,6	2,1	2,7
Ns/Nc	46,0	2,1	51,9
Base	800	95	705

ESPONTÀNIA I MÚLTIPLE

VI. Els usuaris del comerç electrònic

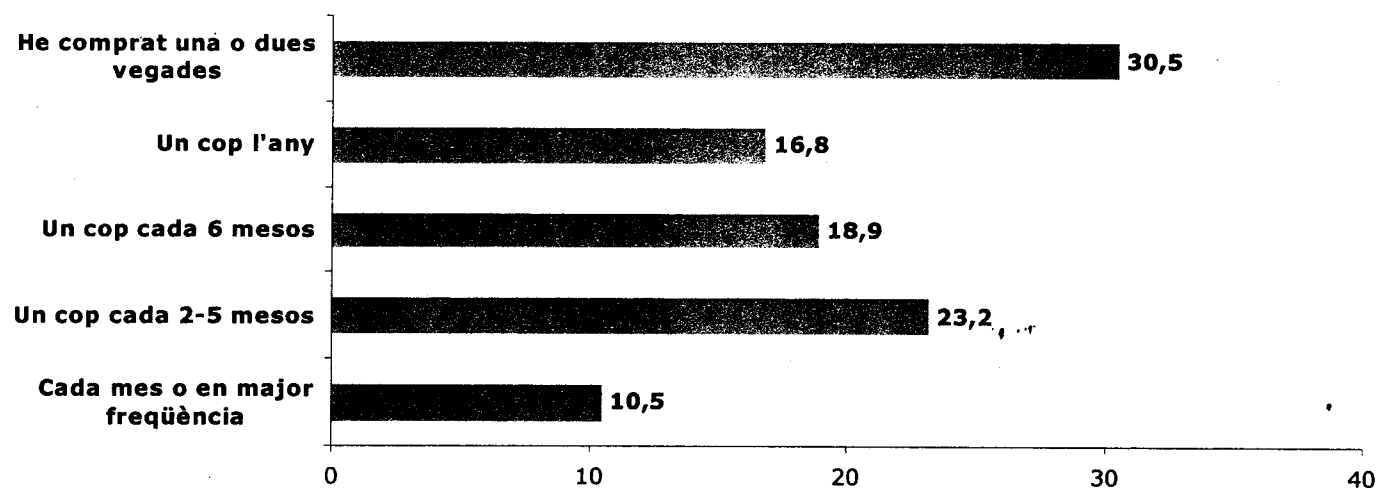
El present capítol analitza les característiques dels actuals compradors d'Internet detectats a l'enquesta. Segons els resultats presentats en aquest estudi, serien necessàries de 5.000 a 6.000 enquestes per a trobar una mostra representativa d'usuaris de comerç electrònic. Així doncs, les dades del present capítol, tot i no ser representatives dels consumidors per Internet, sí aporten dades tendencials molt interessants per a realitzar una primera aproximació al fenomen.

VI.1. Característiques de la compra

A. Freqüència de compra

- ☐ La freqüència de compra per Internet no és gaire elevada a Catalunya. Així, el 30,5% dels casos analitzats només ha utilitzat el comerç electrònic 1 o 2 vegades, mentre que el 35,7% afirma que ho fa 1 o 2 cops l'any.

Amb quina freqüència compra per Internet?



Base (ha comprat per Internet): 95

B. Productes o serveis consumits

- ☐ Els actuals compradors per Internet estudiats consumeixen majoritàriament productes relacionats amb l'oci. En segon lloc, productes informàtics, així com els relacionats amb la cultura o l'alimentació.

Taula 16: Quin tipus d'article o servei ha comprat o contractat per Internet?

Productes o serveis	Total
Relacionats amb l'oci	58,9
Material o productes informàtics	22,1
Relacionats amb la cultura	17,9
Productes d'alimentació	11,6
Productes financers (inversions, assegurances)	8,4
Productes de telefonia (mòbil, ADSL, Cable)	6,3
Roba, calçat, roba de la llar	6,3
Tots/Qualsevol tipus	3,2
Educació (cursos on-line, matrícules...)	2,1
Altres (subhastes, serveis personals)	2,1
Base (ha comprat per Internet)	95

ESPONTÀNIA I MÚLTIPLE

C. País de les pàgines web

- ☐ La compra es realitza majoritàriament en pàgines web catalanes o espanyoles, i adquirir productes en webs estrangeres és menys habitual.

Taula 17: De quin país o països són les webs on ha comprat o contractat algun servei per Internet?

Països	Total
Espanya	52,6
Catalunya	31,6
EEUU	20,0
Altres europeus (Alemanya, França, Itàlia, Suïssa, Irlanda i Bèlgica)	15,8
Altres (Japó, Xile, molts, Amèrica del sud)	4,2
Ns/Nc	3,2
Base (ha comprat per Internet)	95

ESPONTÀNIA I MÚLTIPLE

D. Forma de pagament habitual

- ☐ La majoria d'aquests consumidors per Internet acostuma a pagar amb targeta de crèdit o dèbit, sobretot amb VISA. En segon lloc, s'acostuma a abonar el producte a la recepció del mateix o mitjançant transferència bancària.

Altres formes de pagament són, actualment, poc habituals.

Taula 18: Com acostuma a pagar o ha pagat aquests articles o serveis adquirits per Internet?

Forma de pagament	Total
Targetes de crèdit o dèbit	67,8
VISA	55,8
Altres targetes (Mastercard, 6000, El Corte Inglés,...)	12,6
A la recepció (reembossament)	23,2
Transferència bancària	11,6
Càrrec bancari (nº de compte corrent)	4,2
Crèdit a la web.	3,2
Gir postal	3,2
Ns/Nc	2,1
Base (ha comprat per Internet)	95

ESPONTÀNIA I MÚLTIPLE

VI.2. Motivacions de la compra per Internet

- ☐ La comoditat és el principal motiu per utilitzar Internet per comprar o contractar serveis. Li segueixen l'agilitat i rapidesa i el fet de poder comprar productes que no es troben a les botigues.

Comprar productes més econòmics i trobar ofertes si promocions interessants són qüestions també mencionades com a motivacions per utilitzar aquest mitjà de compra.

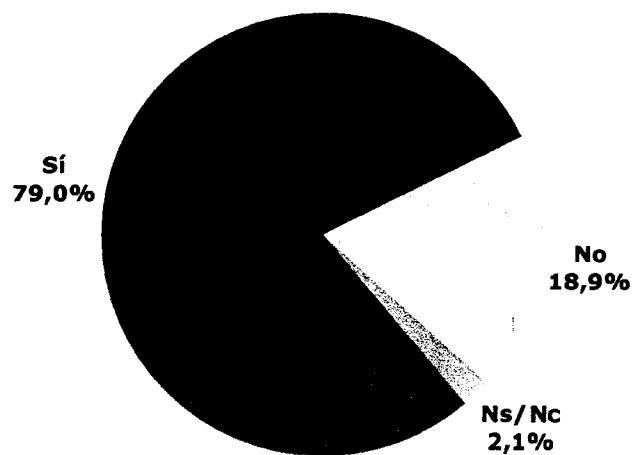
Taula 19: Quina o quines creu que són les seves motivacions per comprar productes o contractar serveis per Internet?

Motivacions	Total
Comoditat	53,7
Agilitat, rapidesa, estalvi de temps	30,5
Comprar productes que no es troben a les botigues	20,0
És més econòmic	14,7
Hi ha bones ofertes i promocions interessants	8,4
Comprar productes d'altres països	7,4
Altres (viure l'experiència, m'ho van recomanar)	2,2
Cap	3,2
Ns/Nc	2,1
Base (ha comprat per Internet)	95

ESPONTÀNIA I MÚLTIPLE

- ☐ D'altra banda, la gran majoria d'aquests consumidors estudiats declara que, conèixer les empreses o botigues fora de la xarxa, és un factor positiu a l'hora d'utilitzar Internet per comprar els seus productes.

L'influeix positivament conèixer les empreses o botigues fora de la xarxa a l'hora de comprar els seus productes per Internet?

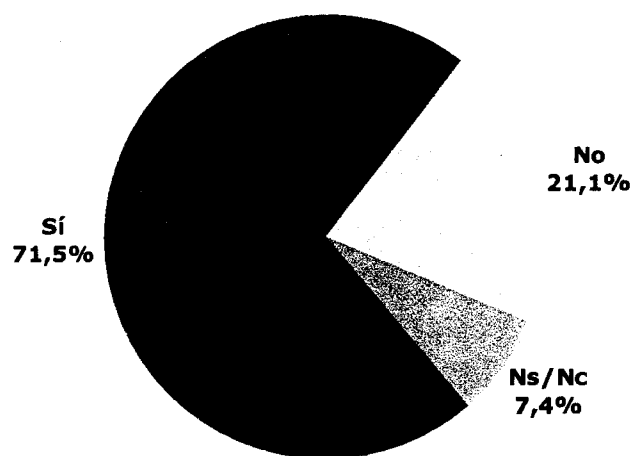


Base (ha comprat per Internet): 95

VI.3. Garanties de la compra per Internet

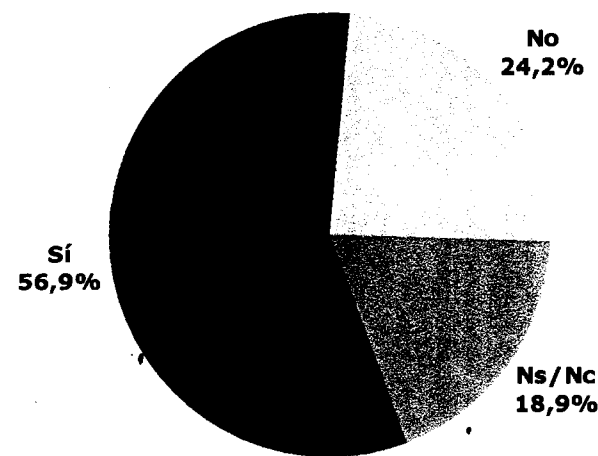
- ☐ El fet d'oferir una factura al comprador és força habitual, ja que s'ha detectat en 7 de cada 10 casos. Cal dir, però, que el 21,1% menciona que no li han ofert o no li ofereixen habitualment factura quan adquireix un producte o contracta algun tipus de servei per Internet.
- ☐ Els usuaris de comerç electrònic, esmenten amb menor freqüència que se'ls hi hagi ofert dret a devolució. Tot i que més de la meitat així ho afirma, un 24,2% manifesta que no se li ha ofert aquest dret. Cal destacar, a més, el fet que gairebé 2 de cada 10 usuaris estudiats no han sabut mencionar si en la seva compra per Internet s'oferia dret de devolució.

Li han ofert o li ofereixen habitualment factura?



Base (ha comprat per Internet): 95

Li han ofert o li ofereixen habitualment dret de devolució?



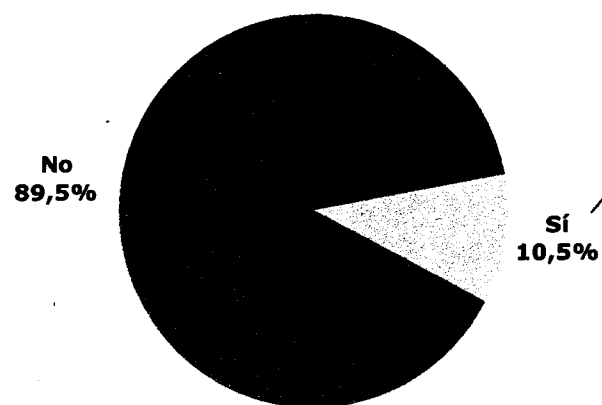
Base (ha comprat per Internet): 95

VI.4. Incidències en la compra per Internet

- Les incidències en la compra per Internet han estat poc freqüents entre aquests usuaris, però això no és motiu per no tenir-les en compte. En el present estudi, 1 de cada 10 persones que ha utilitzat el comerç electrònic ha tingut alguna incidència en la seva compra.

Aquestes incidències han estat de tipus variat, de tal manera que no hi ha un motiu fonamental de queixa. A la taula descriuen les incidències de manera qualitativa.

Ha tingut alguna vegada algun problema o incidència en l'adquisició de productes per Internet?



Base (ha comprat per Internet): 95

Taula 20: Quin/a?

Incidència*	Respostes
Li envien el producte equivocat	2
El producte arriba tard	1
Cal buscar un telèfon fora d'Internet per contactar	1
No li van servir una peça que va demanar	1
Problemes amb correus	1
El preu real no es corresponia amb el que marcava la web	1
Perd els diners (per correu certificat)	1
El supermercat li va donar mal servei	1
Nc	1
Base (ha tingut alguna incidència en la compra)	10

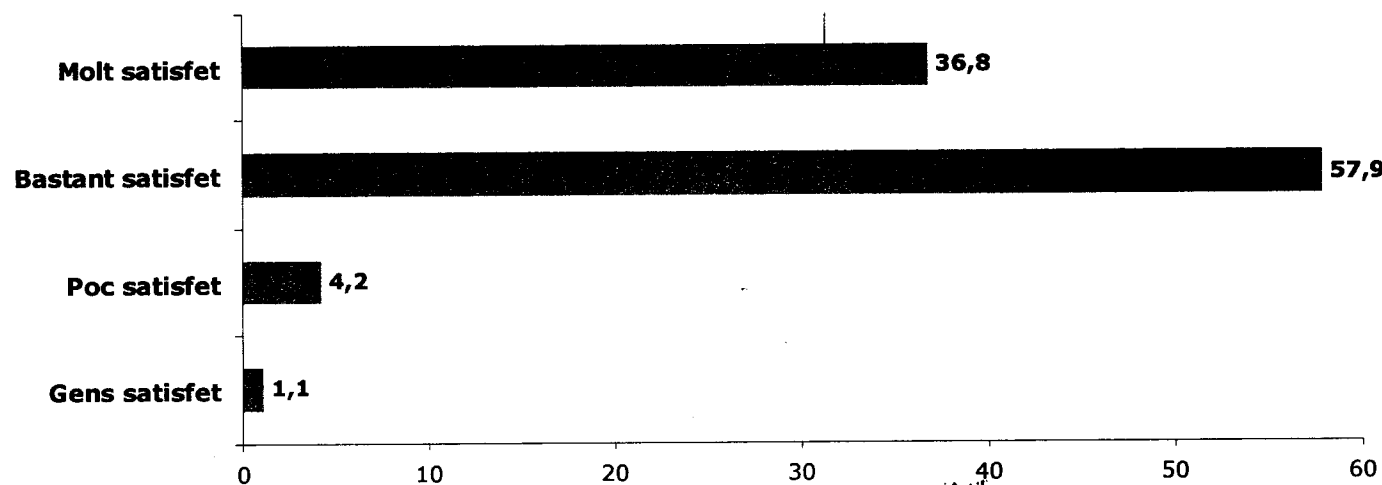
ESPONTÀNIA I MÚLTIPLE

* Donat que tan sols 10 persones han viscut alguna incidència en la compra per Internet es detallen les raons donades en cada cas.

VI.5. Satisfacció amb la compra

- ☐ D'aquesta manera, pràcticament la totalitat d'aquestes persones que han comprat per Internet (94,7%) ha quedat bastant o molt satisfeta amb aquesta compra o contractació realitzada.

Ha quedat satisfet d'aquesta compra o contractació per Internet?



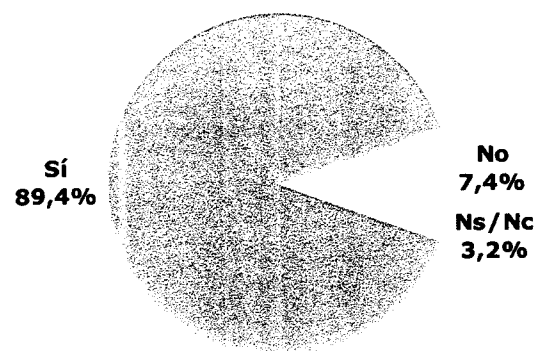
Base (ha comprat per Internet): 95

VI.6. Claredat de la informació

- ☐ Finalment, la majoria d'aquests compradors per Internet declara que la informació sobre el producte i sobre el preu és clara.

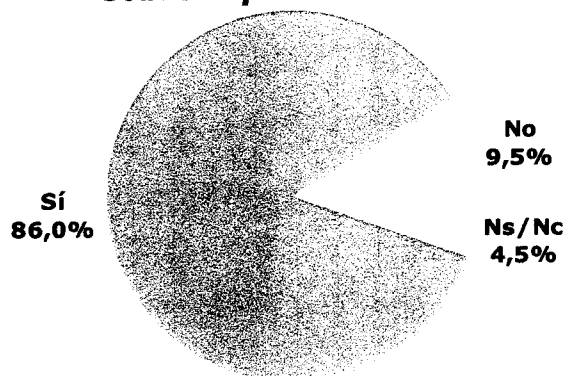
En canvi, tan sols el 41,4% pensa que la informació sobre on reclamar en cas d'incidències sigui clara.

Creu que la informació sobre el producte és clara?



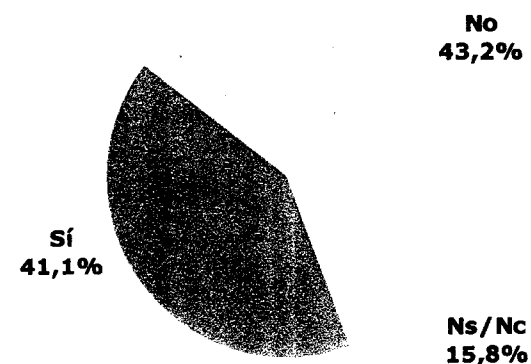
Base (ha comprat per Internet): 95

Creu que la informació sobre el preu és clara?



Base (ha comprat per Internet): 95

Creu que la informació sobre on reclamar en cas de possibles incidències és clara?



Base (ha comprat per Internet): 95