

La confiança en el procés de compra online dels usuaris d'Internet de Balears

<monografies>

11



FundacióBit

Fundació balear
d'innovació i
tecnologia

La confiança en el procés de compra online dels usuaris d'Internet de Balears

Autoria: Francina Mas Parera

Amb la col·laboració del Departament de Cibersocietat

Any 2014

Alguns drets reservats



Aquesta obra està sota una llicència

Reconeixement-No comercial-Compartir sota la mateixa llicència

Espanya de Creative Commons. Per veure una còpia d'aquesta llicència, visiteu

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/es> envieu una carta a Creative Commons, 171

Second Street, Suite 300, San Francisco, Califòrnia 94105, USA.

Edita:



**Govern
de les Illes Balears**

Conselleria d'Economia i Competitivitat



FundacióBit

Fundació balear
d'innovació
tecnològica

OBSI

Observatori de la societat
de la informació
obsi.ibit.org

Fundació Balear d'Innovació i Tecnologia

Centre Empresarial Son Espanyol

C/ Laura Bassi s/n

07121 ParcBit. Palma, Illes Balears, Espanya.

1 Sumari

1	Sumari.....	3
2	Introducció.....	4
3	Descripció i metodologia.....	5
4	Resultats.....	10
4.1	Persones que no han comprat per Internet durant el 2013.....	10
4.2	Persones que han comprat per Internet durant el 2013.....	13
5	Conclusions.....	20
5.1	Compradors.....	20
5.2	No compradors.....	20
6	Qüestionari	22
6.1	Compres online.....	22
6.1.1	No ha comprat.....	22
6.1.2	Si ha comprat.....	23
6.2	Dades sociodemogràfiques.....	27
7	Referències bibliogràfiques.....	30

2 Introducció

Una de les principals fites en que es basa l'Agenda Digital per a Espanya, document publicat durant el primer trimestre del 2013 i que conforma l'estratègia del Govern en matèria de TIC (Tecnologies de la Informació i les Comunicacions) i ha de servir com a marc de referència per aconseguir els objectius de l'Agenda Digital per a Europa, és el de *Reforçar la confiança en l'àmbit digital*.

Aquest objectiu, tal com diu l'Agenda, fa referència a l'establiment d'un clima de confiança en l'àmbit digital per a què les TIC contribueixin al desenvolupament econòmic i social del país. La construcció d'aquest clima de confiança ha de ser el resultat d'un procés continu que actuï sobre diferents àmbits, entre ells la ciberseguretat, el respecte i la protecció de la privacitat, l'ús responsable i segur de serveis i continguts, la protecció dels col·lectius especialment vulnerables, la resistència i fortalesa de les infraestructures tecnològiques de les que som dependents, la governança, la seguretat jurídica de les relacions personals i econòmiques així com la protecció del consumidor a Internet.

Entre els elements imprescindibles per aconseguir aquesta confiança es troba la creació d'un «mercat de serveis de confiança» que impulsi l'aparició d'agents que proporcionen serveis bàsics que aportin seguretat a les transaccions. També és important, es declara a l'Agenda, reforçar les capacitats, públiques i privades, necessàries per a augmentar la confiança digital. A més de les actuacions en matèria de sensibilització, conscienciació i formació en aquest àmbit, és necessari disposar d'un centre nacional de referència per a sectors estratègics, empreses i ciutadania que, especialment en matèria de ciberseguretat, desenvolupi funcions de resposta a incidents. Per últim, facilitar que les empreses adoptin les millors pràctiques en matèria de confiança i que els usuaris les demandin és bàsic per a la millora continuada en aquest àmbit i per a fomentar un major ús dels serveis i transaccions online, com ara el comerç electrònic.

Des de l'OBSI s'han portat a terme diferents actuacions encaminades a conèixer i difondre l'estat de les Illes Balears respecte els objectius que l'Agenda Digital proposa. Des de fa temps és sabut que la confiança digital és un dels punts febles en parlar de l'ús de les TIC i del comerç electrònic i, a la vegada, juga un paper crucial en les relacions electròniques. La por a cedir dades personals, la incertesa a l'hora de realitzar pagaments a través d'Internet i la percepció de risc en general, fan de la confiança digital un repte tant en l'ús de TIC com en el comerç electrònic.

3 Descripció i metodologia

Hi ha més o manco consens en relació als indicadors que contribueixen a la confiança / desconfiança que senten els usuaris envers les compres en línia. Reichheld i Schefter (2000) van enumerar els factors que creien que contribuïen en la confiança dels usuaris en les compres en línia: qualitat, atenció al client, entrega a temps, bona presentació del producte/ servei, preu de l'enviament i polítiques de privacitat clares i adequades. La reputació de les marques i de les botigues en qüestió també hi té molt a veure. Zhou et al. (2007) afegeixen més variables a l'hora d'analitzar el risc percebut en la intenció de compra en línia: ingressos, gènere, creences, experiència de compra en línia, edat, actitud, satisfacció del consumidor, motivació en la compra i cultura sobre Internet. Berteau and Zait (2013) utilitzen tres variables observables per investigar què pot afectar a la relació entre el risc percebut i la intenció de comprar: gènere, experiència en l'ús d'Internet i l'experiència en la compra en línia; i tres variables psicològiques latents: incertesa, confiança en el comerç electrònic i materialisme.

L'institut Nacional d'Estadística (INE) analitza el grau de confiança a la Xarxa entre els usuaris que han utilitzat Internet durant els darrers 12 mesos:

	Illes Balears	Total Nacional
Grau de confiança a Internet declarat: Molt	13,40%	13,30%
Grau de confiança a Internet declarat: Bastant	54,00%	50,10%
Grau de confiança a Internet declarat: Poc o gens	32,60%	36,50%

Font: INE 2014

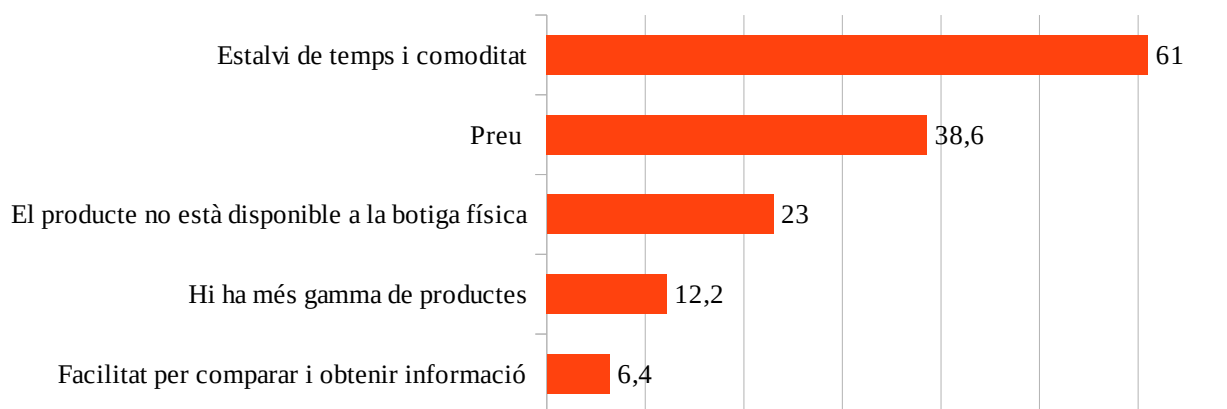
Segons la taula, a les Illes Balears la confiança dels usuaris respecte Internet és lleugerament superior a la de la resta de l'Estat. La nostra Comunitat és una de les més acostumades a realitzar compres en línia des de fa anys, aquest és un bon símptoma pel que fa a la seguretat i confiança que perceben en relació a la Xarxa i al comerç electrònic.

I l'Observatori Nacional de les Telecomunicacions i la Societat de la Informació (ONTSI) publica, el juny de 2014, l'"*Estudio sobre la Ciberseguridad y Confianza en los hogares españoles*", del qual es desprenen les següents dades sobre el total nacional:

- Només l'1% de la població espanyola desconfia de la Xarxa. I tot i que el 45,1% declara tenir molta o bastanta confiança en Internet, a l'hora d'utilitzar serveis concrets com la banca electrònica, es detecta que un 35,1% d'usuaris declara no utilitzar-lo perquè no hi confia o no ho veu segur.
- L'usuari, per a operacions de compra-venda, es decanta per utilitzar un intermediari tipus Paypal (45,6%) per a realitzar pagaments a través d'Internet front a la targeta de crèdit/ dèbit (34,4%).
- Un 28,5% de la població espanyola declara tenir suficient confiança per a donar informació personal al donar-se d'alta a serveis online i un 18% per a facilitar informació de caràcter personal a través del correu electrònic, xat o missatgeria instantània.
- El nivell de confiança a l'hora de realitzar compres a Internet utilitzant la targeta de crèdit/ dèbit en el comerç electrònic entre els usuaris és alta. Fins i tot després d'haver patit algun intent de frau, un 36,5% hi confia, dels que han patit un perjudici econòmic un 35,1% hi té molta o confiança suficient i dels que no han estat víctimes hi confia un 35%.
- El 55% dels usuaris admet que faria un major ús dels serveis a través d'Internet (banca, comerç, xarxes socials) si rebés formació sobre com protegir el seu ordinador i tenir una navegació més segura.
- Sobre les raons de no comprar online, el 44,4% declara com a motiu la manca de necessitat/ interès i el 26,8% la manca de confiança en el servei.
- Respecte la percepció de riscos a Internet, el major risc percebut pels usuaris és el robo i ús de la seva informació personal (42,5%) seguida del perjudici econòmic (35,8%), entès com a frau en els comptes bancaris online, targetes de crèdit, compres, etc. i dels danys en el hardware i el software (21,7%).
- Pràcticament la meitat dels internautes espanyols, el 47,1%, perceben Internet cada dia com a més segur.

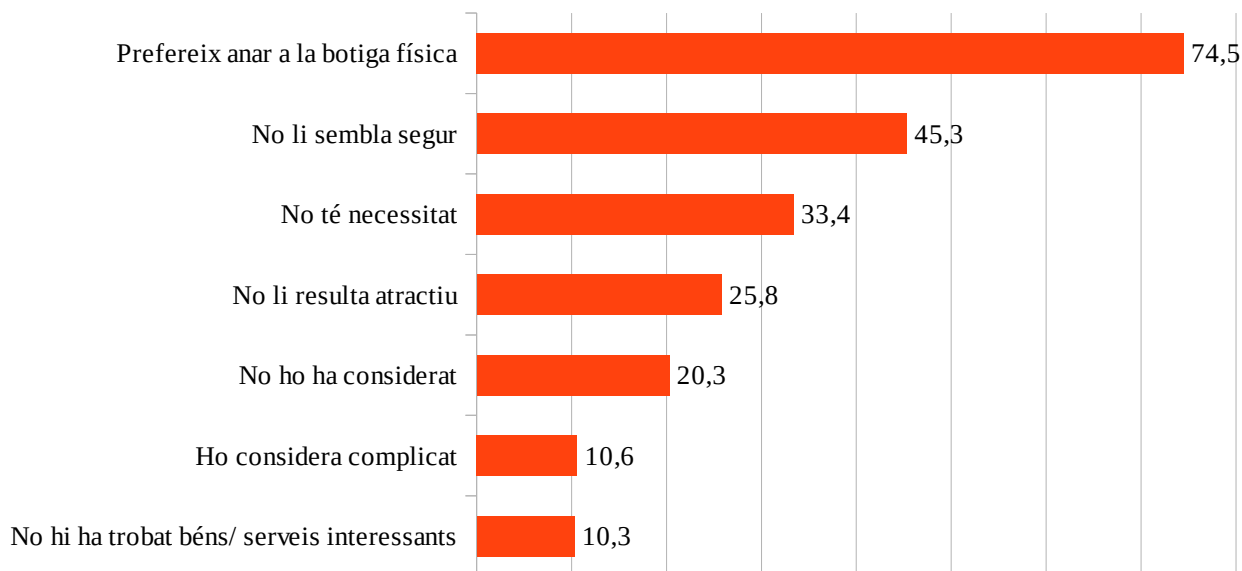
L'ONTSI, anualment, publica també l'informe *Estudio sobre Comercio Electrónico B2C*, del qual es desprenen les raons per les quals la ciutadania espanyola ha comprat o no per Internet durant el 2013.

Gràfic 1. Motius pels quals han realitzat compres a través Internet:



Font: ONTSI 2014

Gràfic 2. Motius pels quals no han realitzat compres a través d'Internet:



Font: ONTSI 2014

Tot i que l'element referent a la confiança i seguretat apareix només com a raó per a no comprar, es considera interessant demanar també als compradors balears quins són aquells elements que els generen confiança a l'hora de decidir-se a comprar a través d'Internet.

A partir d'aquí, es redacta un qüestionari que pretén posar de manifest quines característiques del procés de compra online generen desconfiança als usuaris. Les compres a través d'Internet són un bon reflex de la confiança digital per part de la ciutadania i tenint en compte que els ciutadans balears són dels que més compres realitzen de tot l'Estat (a les Illes Balears, segons dades de l'Institut Nacional d'Estadística 2014, un 50,2% de la ciutadania ha comprat a través d'Internet en alguna ocasió) es decideix posar un qüestionari a l'abast de qui el vulgui contestar. L'enquesta ha estat disponible online durant els mesos juliol, agost, setembre i octubre del 2014.

Els indicadors a partir dels quals es desenvolupa el qüestionari són: indicadors socio-demogràfics, de confiança i d'intenció de compra. Les persones que han contestat el qüestionari són usuàries d'Internet, ja que l'enquesta només ha estat disponible online. L'objectiu inicial era aconseguir 400 respostes, de les quals un total de 374 s'han considerat vàlides.

La mostra està formada per les persones que han contestat voluntàriament a l'enquesta i les dades extretes de les declaracions de les persones que conformen la mostra d'anàlisi, el qüestionari s'ha difós a través de:

- Web de l'OBSI
- LinkedIn Fundació Bit
- Mailing als col·laboradors Dr. TIC
- Butlletí Fundació Bit
- Twitter: Fundació Bit, OBSI, DrTIC, Bel LLodrà
- Facebook: Fundació Bit, Bel Llodrà
- Difusió per part del Consell de Menorca
- Difusió per part de Ecrea (Eivissa)
- Difusió per part de Fomento (Eivissa)

Mostra

	Han comprat	No han comprat	Total
Sexe			
Home	185	2	187
Dona	178	9	187
Edat			
De 16 a 34 anys	125	6	131
De 35 a 54 anys	215	2	217
De 55 i més anys	23	3	26
Situació laboral			
Actiu ocupat	313	8	321
Actiu desocupat	33	1	34
Inactiu	3	1	4
Estudiant	10	1	11
Altres	1	0	1
Nivell estudis			
Sense estudis	1	0	1
Estudis primaris	12	0	12
Estudis secundaris	64	5	69
Estudis superiors	286	6	292
Nivell d'ingressos de la llar			
Menys de 900€	22	2	24
De 901 a 1600€	91	2	93
De 1601 a 2500€	108	2	110
Més de 2500€	123	3	126
NS/NC	19	2	21
Lloc on viu			
Mallorca	230	8	238
Menorca	76	1	77
Eivissa	53	2	55
Formentera	4	0	4
Total	363	11	374

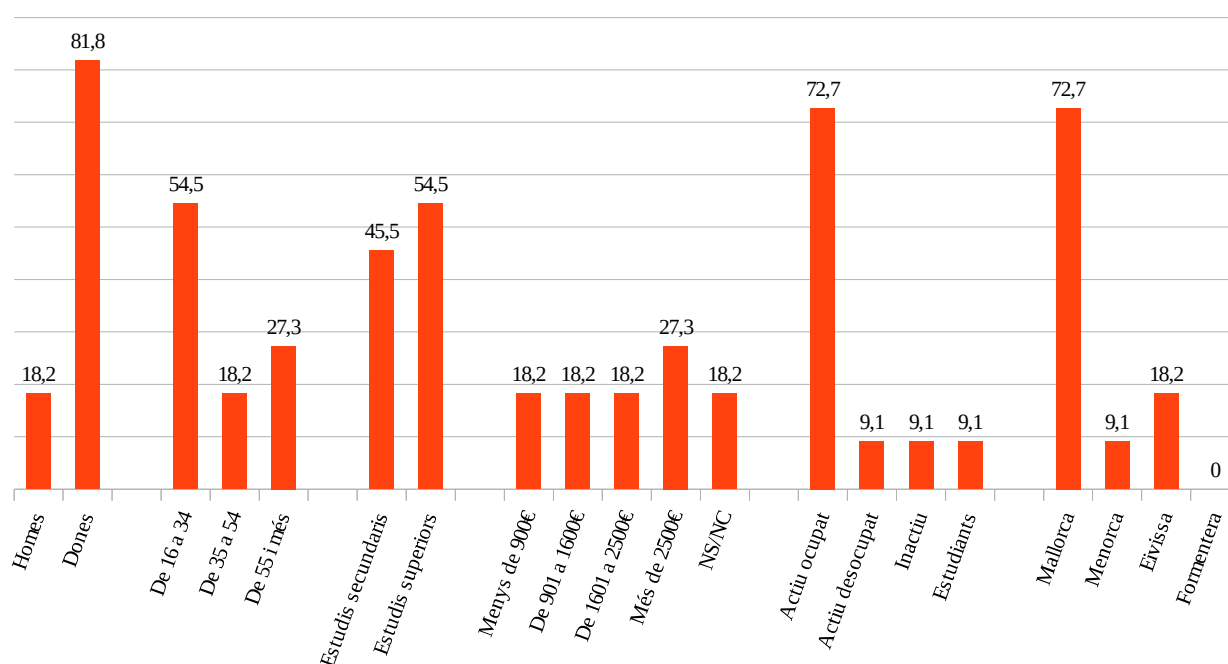
4 Resultats

Del total de persones que han contestat l'enquesta, 363 afirmen haver comprat a través de la Xarxa durant el 2013, mentre només 11 afirmen que no, xifra que representa el 3% del total de persones que han contestat. Tal i com s'ha conformat la mostra, formada per les persones que voluntàriament han contestat l'enquesta disponible només a Internet, es pot extreure la següent informació.

4.1 Persones que no han comprat per Internet durant el 2013

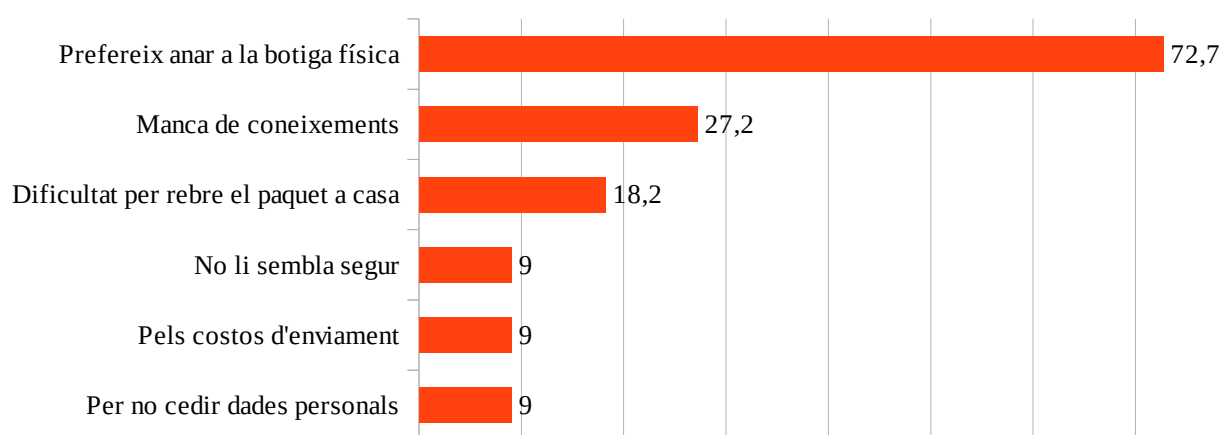
De les persones que han contestat l'enquesta, només 11 afirmen que no han realitzat compres a través de la Xarxa durant l'any 2013. Del total de les persones enquestades, les persones que no han comprat a Internet representen el 3% sobre el total. Per característiques socio-demogràfiques, les persones que no han comprat es distribueixen de la següent manera:

Gràfic 3. Persones que no han comprat per Internet durant el 2013 segons característiques socio-demogràfiques.



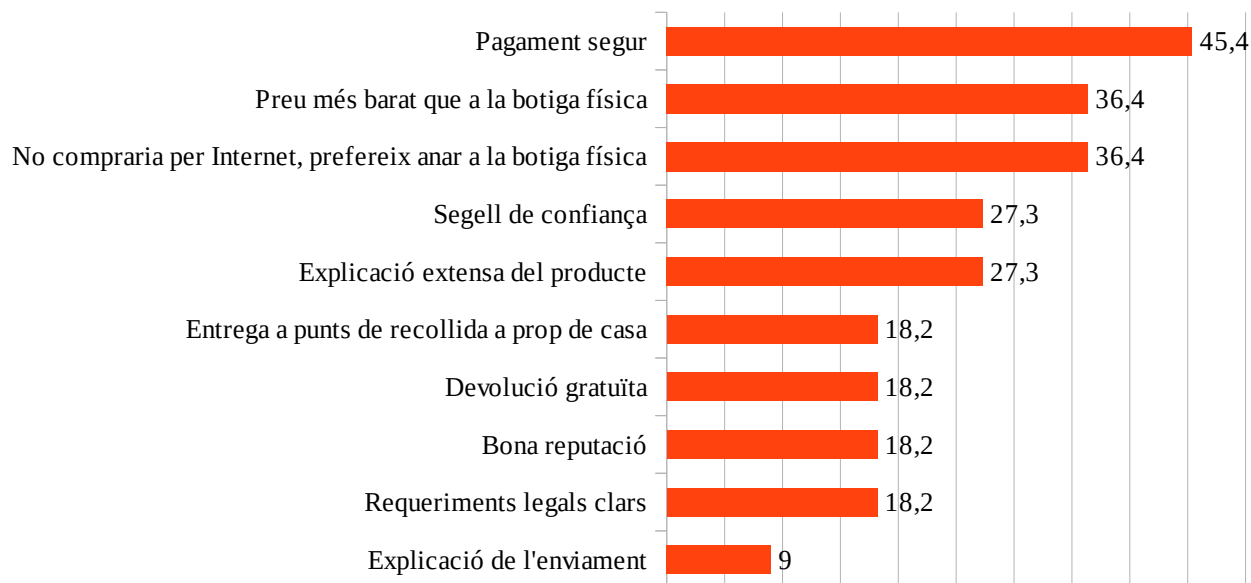
Dels motius pels quals aquestes persones afirmen no haver comprat per Internet durant el 2013, destaca, sobretot, la preferència per a comprar a la botiga física i la manca de coneixements de fer-ho a través d'Internet.

Gràfic 4. Motius de no comprar per Internet de les persones que no han realitzat compres a través d'Internet durant el 2013.

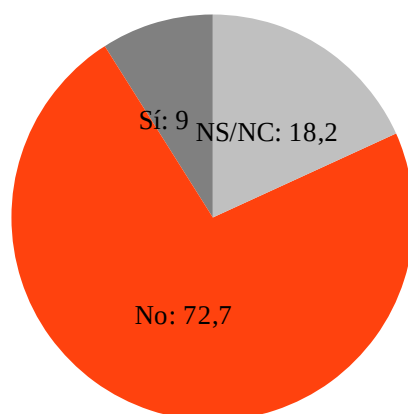


A l'enquesta també es demana a les persones que afirmen no haver comprat per Internet, *Què hauria de tenir el comerç a Internet per a que es decidís a comprar-hi?* La majoria opta per gaudir d'un sistema de pagament segur, per sobre de preus més barats. Per tant, la seguretat apareix com a indicador molt important de la confiança en el comerç electrònic. I a la pregunta de si tenen intenció de comprar en els propers mesos, la majoria té clar que no. La intenció, per tant, ja és de no comprar, no existeix la pre-disposició d'un cert nombre de persones que no hi veuen suficients avantatges ni elements de seguretat que els animin a realitzar compres a través d'Internet.

Gràfic 5. Característiques que hauria de tenir el comerç a Internet per a que les persones que no han comprat per Internet durant el 2013 es decidissen a comprar-hi.



Gràfic 6. Intenció de compra per Internet en els propers mesos de les persones que no hi han comprat durant el 2013.

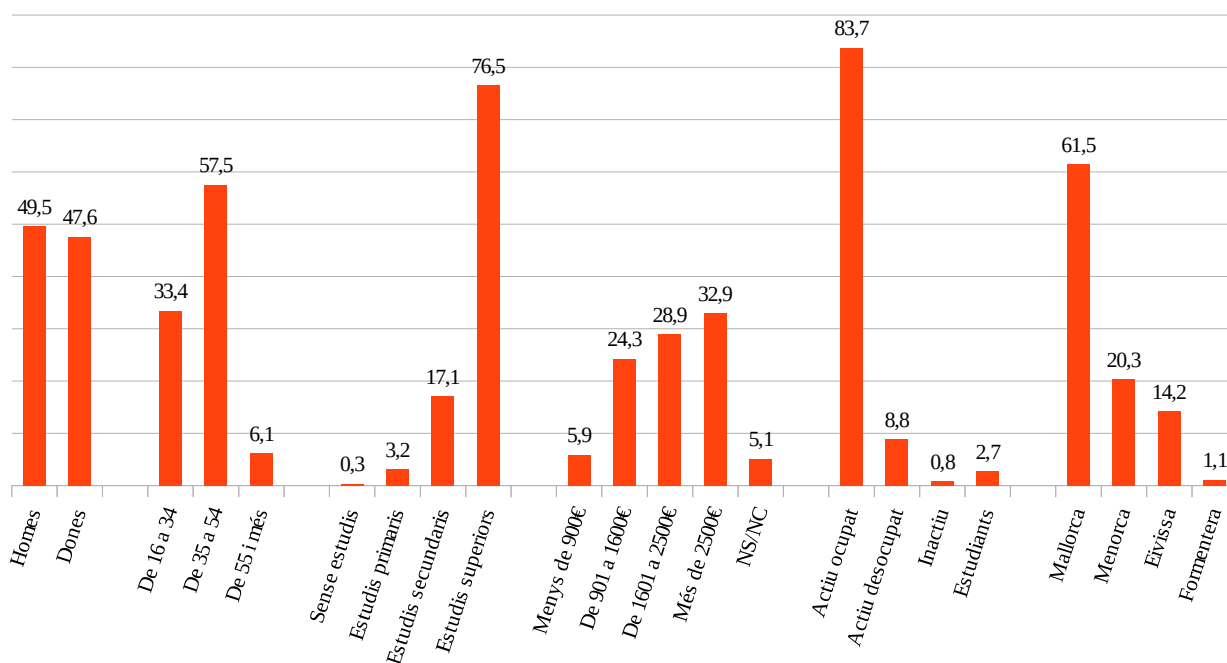


4.2 Persones que han comprat per Internet durant el 2013

Segons es desprèn de l'informe sobre comerç electrònic de l'ONTSI, *Estudio B2C 2013 (Edición 2014)*, a Espanya el 2013 hi havia 17,2 M de compradors online, xifra que suposa el 44,3% de la població igual o major de 15 anys.

De les 374 persones que han contestat l'enquesta, el 97% afirma haver fet compres a Internet durant l'any 2013. De total de les persones enquestades, les persones que han comprat a Internet representen el 97% sobre el total. Per característiques socio-demogràfiques, les persones que han comprat es distribueixen de la següent manera:

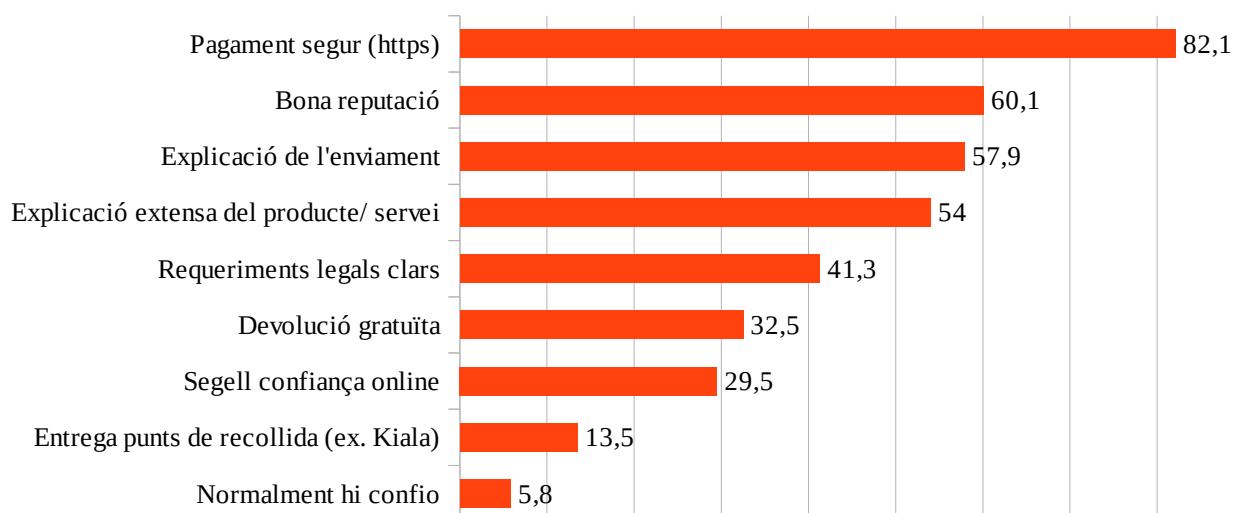
Gràfic 7. Persones que han comprat per Internet durant el 2013 segons característiques socio-demogràfiques.



Es demana a les persones que han comprat a Internet, què ha de tenir el lloc web per a que els generi confiança a l'hora de comprar. La majoria té clar que disposar de pagament segur és una de les condicions necessàries, la bona reputació és també una bona aliada a l'hora de confiar en un lloc

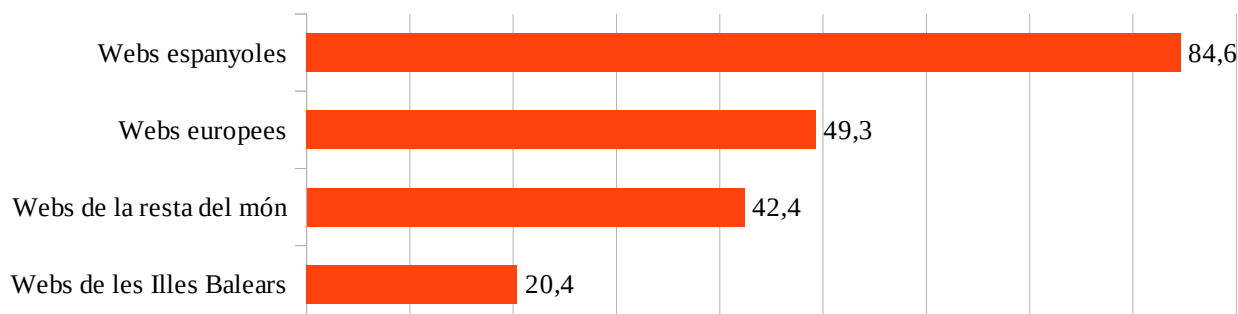
web; l'explicació de l'enviament (terminis d'entrega, de devolució, despeses, etc.) en 3r lloc, també juga un paper important respecte la confiança dels usuaris, així com també ho fa que el potencial comprador trobi una explicació extensa, ja sigui amb imatges, vídeo, àudios, etc., del producte o servei que pretén adquirir. Els requeriments legals, que fan referència als termes i condicions d'ús i a la política de privacitat de la pàgina ocupa un 5è lloc, això sí, 9 punts per sobre de les devolucions gratuïtes. Un 5,8% no necessita que la pàgina disposi de cap de les següents condicions en especial, ja que afirma que normalment confia en la compra online.

Gràfic 8. Característiques que ha de tenir el lloc web per a generar confiança, segons les persones que han realitzat compres a Internet durant el 2013.

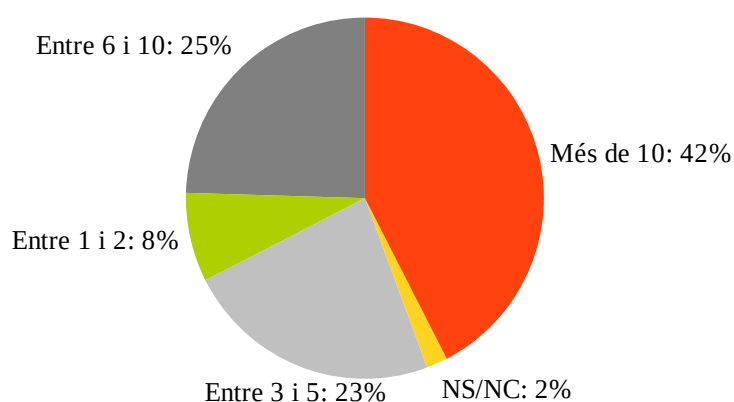


Respecte la localització de l'empresa on es realitza la compra, el 84,6% ha optat per comprar a webs espanyoles, mentre gairebé una de cada dues persones ha comprat també a webs europees. La majoria dels compradors han comprat en més de 10 ocasions durant el 2013, seguits dels que han comprat entre 6 i 10 vegades. La recurrència és habitual si l'experiència ha estat bona.

Gràfic 9. Origen dels venedors.



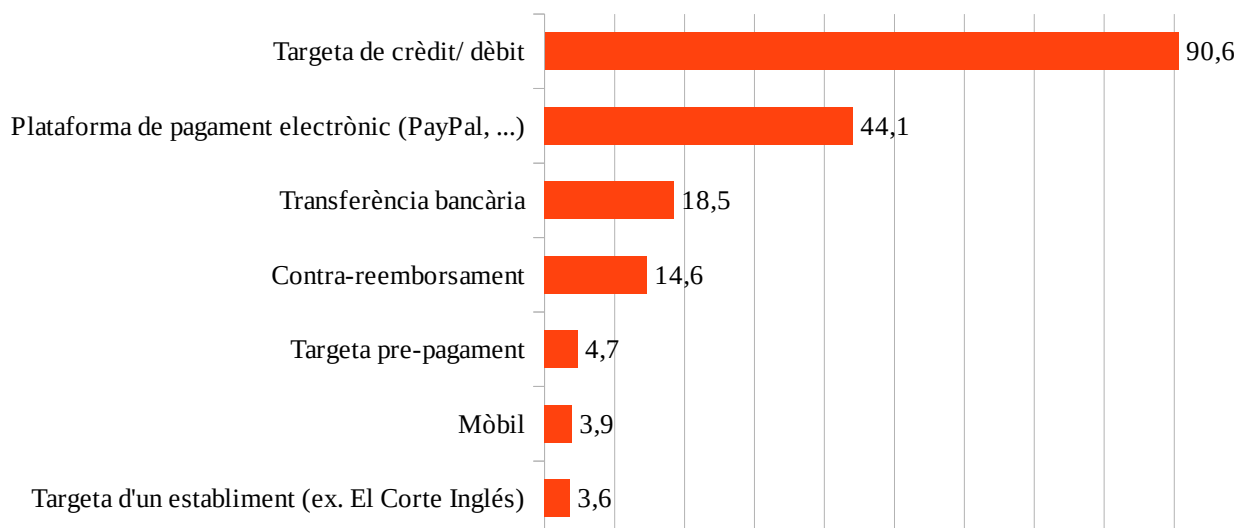
Gràfic 10. Nombre de vegades que els usuaris han comprat per Internet durant el 2013.



A l'hora de pagar, i tenint en compte que per la majoria d'usuaris el pagament segur és una de les condicions més importants de les que ha de disposar la pàgina on compra, 9 de cada 10 elegeix la targeta de crèdit o dèbit per realitzar la transacció, mentre el 44,1% prefereix una plataforma de pagament electrònic. En canvi, si s'observen els resultats pel total nacional que presenta l'anàlisi de l'ONTSI sobre comerç electrònic B2C, els resultats divergeixen una mica, tot i que el mitjà més utilitzat és també la targeta, ja sigui de crèdit o dèbit (52,8%), seguit de plataformes electròniques de pagament tipus PayPal (28,4%), del contra-reemborsament amb un 17,1% i només un 0,2% ha

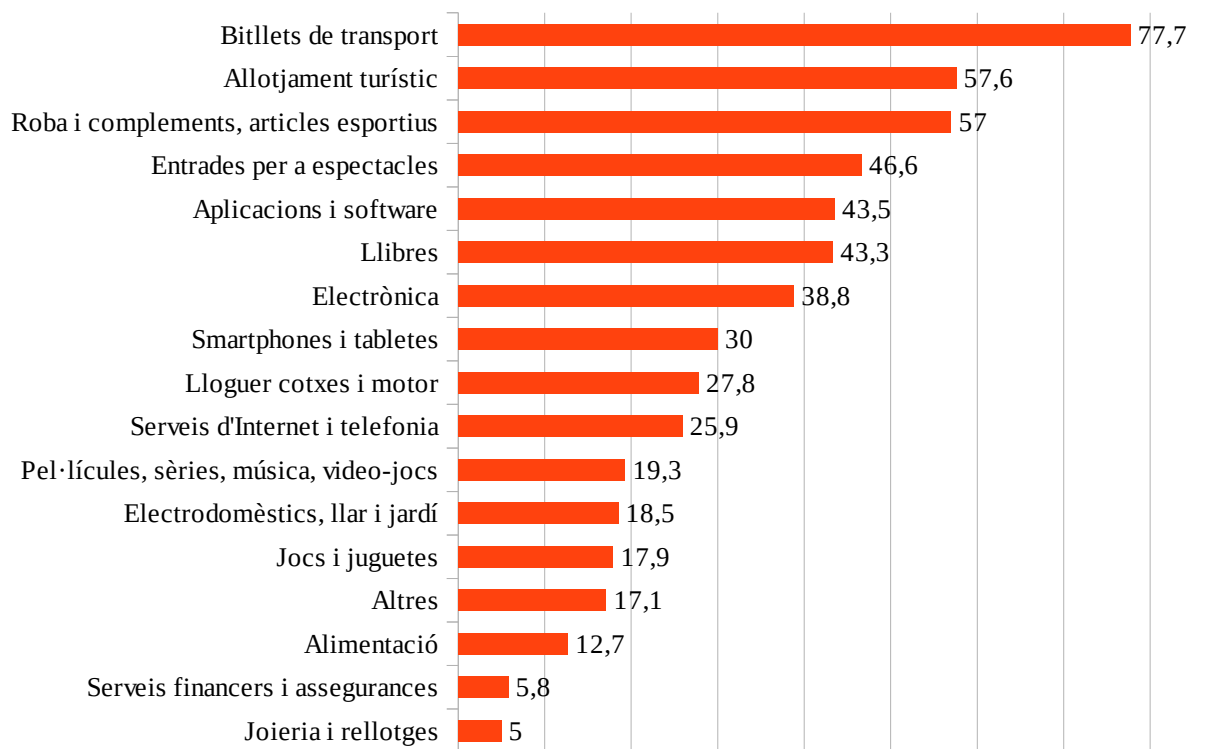
realitzat pagaments a través del mòbil.

Gràfic 11. Mitjà de pagament de les persones que han comprat a través d'Internet durant el 2013.

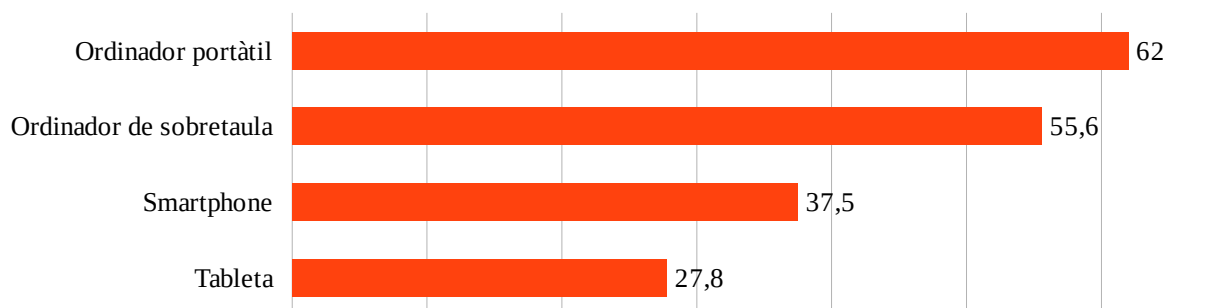


I què compren els ciutadans de les Illes Balears? Gairebé 8 de cada 10 afirmen haver comprat bitllets de transport durant el 2013, essent el servei més comprat, seguit de l'allotjament turístic. Així, els serveis per a viatges es converteixen, una vegada més, en allò més comprat pels ciutadans de les Illes Balears i també a la resta de l'Estat, segons dades de l'INE (2014). Els segueixen la roba, complements i articles esportius i les entrades per a espectacles, mentre les aplicacions (com el WhatsApp) ocupen el 5è lloc. I respecte el dispositiu des del qual s'han realitzat les compres durant el 2013, 6 de cada 10 ho han fet a través de l'ordinador portàtil, essent el dispositiu més utilitzat a l'hora de comprar, deixant l'smartphone en 3r lloc.

Gràfic 12. Productes o serveis comprats pels usuaris durant el 2013.



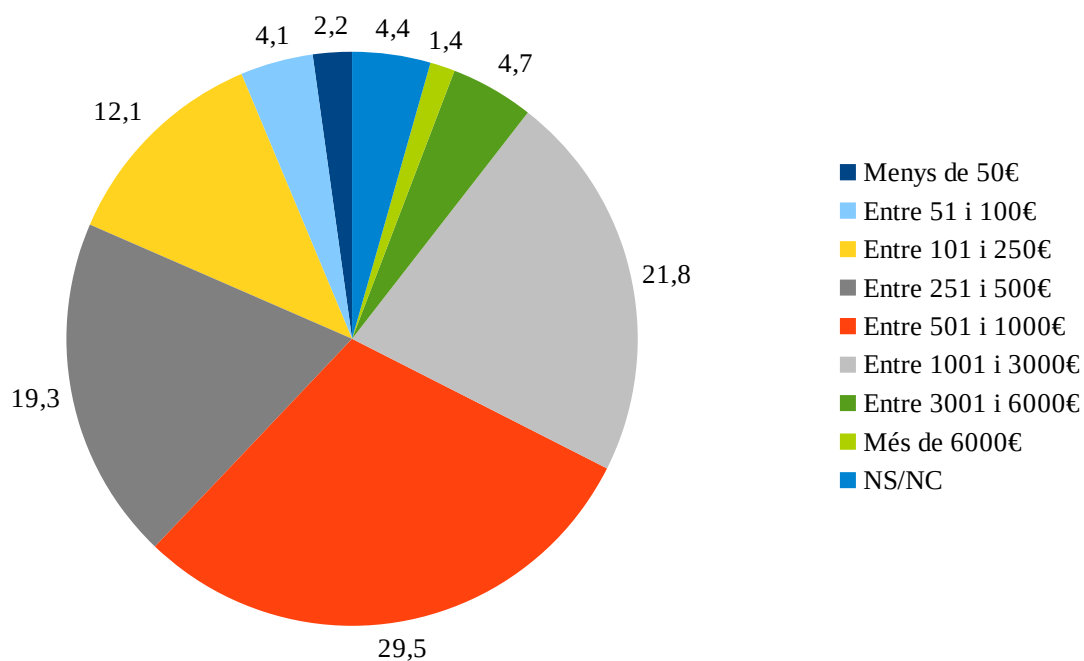
Gràfic 13. Dispositius utilitzats per a realitzar les compres.



Respecte la despesa gastada per cada usuari durant l'any 2013, 3 de cada 10 van gastar entre 501 i 1.000€ i 2 de cada 10 entre 1.001 i 3.000€; d'altra banda, només el 2,2% va gastar menys de 50€ i el

1,4% més de 6.000€, essent la despesa mitjana per comprador de 1.102€. Al *Estudio B2C 2013 (Edición 2014)* de l'ONTSI, es parla de la despesa mitjana per comprador durant el 2013 però fent referència al total nacional, i es situa en els 848€.

Gràfic 14. Despesa en euros de les compres realitzades durant el 2013.



A la pregunta de si han tengut problemes, l'any 2013, amb el procés de compra, només el 9% ha contestat que sí, mentre el 91% afirma no haver-ne tengut. De les persones que han tengut algun problema, sorprèn que el problema més citat sigui que el producte no els ha arribat. Respecte si aquesta incidència s'ha resolt satisfactòriament, el 62,5% afirma que sí, mentre el 37,5% diu que no. Però del total de persones que han sofert algun contra-temps en les seves compres online durant el 2013, el 46,9% ha fet alguna devolució, en canvi el 53,1% no ha tornat cap dels productes que ha comprat durant aquest període. Però això sí, davant la pregunta de si pensen tornar a comprar en un futur, més de 9 de cada 10 tenen clar que sí ho faran, mentre el 3,1% té clar que no.

Gràfic 15. Problemes que han tengut el usuaris amb les compres online durant el 2013.



En canvi, a l'estudi de l'ONTSI, on també s'analitzen els problemes que han tengut els compradors durant el 2013 en les compres online, en 1r lloc hi trobem que un 26,4% afirma que que producte ha arribat romput, seguit d'un 26,1% a qui el producte o servei no li ha arribat, mentre un 11,6% ho ha rebut amb retard, un 7,9% ha tengut problemes amb la devolució i un 7,7% amb el pagament.

5 Conclusions

5.1 Compradors

- El requeriment més important que ha de tenir el lloc web per a guanyar-se la confiança del comprador és el pagament segur.
- La reputació també és un element de confiança important pels compradors.
- A l'hora de comprar, la majoria ho ha fet a webs espanyoles.
- Han comprat, sobretot, bitllets de transport i allotjament per a vacances, seguits de roba, complements i articles esportius i entrades per a espectacles.
- La targeta de crèdit o dèbit ha estat el mitjà més utilitzat per a realitzar les compres.
- La despesa mitjana per comprador durant el 2013 ha estat de 1.102€.
- La majoria dels usuaris han comprat més de 10 vegades durant el 2013 i més del 90% té clar que tornarà a comprar a través d'Internet en un futur.
- Només 9 de cada 100 compradors afirmen haver tengut algun problema durant el procés de compra.

5.2 No compradors

- És la manca de confiança i, sobretot, la falta d'interès qui frena el creixement del comerç electrònic i no la tecnologia de les pàgines web.
- Afirmen no haver comprat per Internet durant el 2013 perquè prefereixen compra a la botiga física.
- El 72,7% afirma que no té intenció de fer-ho en els propers mesos.
- No mostren molta intenció de comprar a través d'Internet, la pre-disposició no hi és en la majoria dels casos.

- El pagament segur és el requeriment més demandat per animar-se a comprar a través d'Internet.
- Superar la desconfiança és un element clau i per això és necessari examinar els requeriments que l'usuari exigeix per incrementar la seva confiança a Internet.

6 Questionari

6.1 Compres online

1. Ha comprat per Internet durant el 2013? (Pensi que les aplicacions mòbils també compten)

- Sí Passeu a la pregunta 5.
- No Passeu a la pregunta 2.
- NS/NC Deixeu d'emplenar el formulari.

6.1.1 No ha comprat

2. Per quin motiu no ha comprat per Internet durant el 2013? És multiresposta

- Prefereixo comprar a la botiga física i tocar el producte
- Internet no me sembla segur
- No ús Internet
- No sé comprar per Internet
- No tenc connexió a Internet
- Pels costos d'enviament
- Per no cedir les meves dades personals (adreça, ...)
- Per no cedir les meves dades bancàries (núm. targeta, ...)
- Per la dificultat de rebre els paquets a casa (ex. no hi som mai)
- Altres
- NS/NC

3. Què hauria de tenir el comerç a Internet per a que es decidís a comprar-hi? És multiresposta

- Pagament segur (https) i/o Paypal
- Preu més barat que a la botiga física
- Explicació de l'enviament
- Entrega a punts de recollida a prop de casa
- Devolució gratuïta
- Bona reputació
- Segell de confiança online
- Requeriments legals clars (Termes i condicions i Política de privacitat)
- Explicació extensa del producte/ servei (vídeo, fotos)
- No compraria a Internet, prefereixo anar a la botiga física
- Altres
- NS/NC

4. Té intenció de comprar per Internet en els propers mesos?

- Sí Passeu a la pregunta 17.
- No Passeu a la pregunta 17.
- NS/NC Passeu a la pregunta 17.

6.1.2 Sí ha comprat

5. Què ha de tenir el lloc web on compra per a generar-li confiança a l'hora de comprar? És multiresposta

- Pagament segur (https)
- Explicació de l'enviament
- Entrega a punts d'enviament/ recollida (ex. Kiala)

- Devolució gratuïta
- Bona reputació
- Segell de confiança online
- Requeriments legals clars (Termes i condicions i Política de privacitat)
- Explicació extensa del producte/ servei (fotos, vídeos)
- No fa falta tengui res en especial, normalment hi confio
- Altres
- NS/NC

6. On ha comprat durant el 2013? És multiresposta

- A webs de les Illes Balears
- A webs d'Espanya
- A webs d'Europa
- A webs de la resta del món
- NS/NC

7. Quins mètodes de pagament ha utilitzat? És multiresposta

- Targeta de crèdit/ dèbit
- Transferència bancària
- Plataforma de pagament electrònic (PayPal, Googlewallet, altres)
- Contrareemborsament
- Targeta prepagament
- Mòbil
- Targeta de l'establiment (ex. El Corte Inglés)
- Altres
- NS/NC

8. Quantes vegades ha comprat per Internet durant el 2013?

- Entre 1 i 2
- Entre 3 i 5
- Entre 6 i 10
- Més de 10
- NS/NC

9. Quins productes/ serveis ha comprat? És multiresposta

- Bitllets de transport
- Allotjament turístic
- Entrades per a espectacles
- Roba i complements, articles esportius
- Llibres, revistes i diaris
- Serveis d'Internet i telefonia
- Serveis financers i assegurances
- Electrònica
- Jocs i juguetes
- Smartphones i tabletas
- Aplicacions i software (ex. WhatsApp)
- Alimentació
- Pel·lícules, sèries, música, videojocs
- Lloguer de cotxes i motor
- Electrodomèstics, llar i jardí
- Joieria i rellotges
- Altres
- NS/NC

10. Des de quins dispositius ha fet les compres? És multiresposta

- Ordinador portàtil
- Ordinador de sobretaula
- Tableta
- Telèfon (Smartphone)
- Altres
- NS/NC

11. Quina despesa en compres online ha realitzat durant el 2013?

- Menys de 50€
- Entre 51 i 100€
- Entre 101 i 250€
- Entre 251 i 500€
- Entre 501 i 1000€
- Entre 1001 i 3000€
- Entre 3001 i 6000€
- Més de 6000€
- NS/NC

12. Ha tengut problemes el 2013 durant el procés de compra? (Inclou des del pagament el línia fins la recepció del producte/ servei)

- Sí Passeu a la pregunta 13.
- No Passeu a la pregunta 17.
- NS/NC Passeu a la pregunta 17.

13. Quins problemes ha tengut? És multireposta

- Ha arribat romput

- Ha arribat amb retard
- No ha arribat
- No era tal com esperava
- Amb el pagament
- Amb la devolució
- Altres
- NS/NC

14. El problema s'ha resolt satisfactòriament?

- Sí
- No
- NS/NC

15. Ha tornat algun producte?

- Sí
- No
- NS/NC

16. Creu que tronarà a comprar en un futur?

- Sí Passeu a la pregunta 17.
- No Passeu a la pregunta 17.
- NS/NC Passeu a la pregunta 17.

6.2 Dades sociodemogràfiques

A. Franja d'edat

- De 16 a 34 anys
- De 35 a 54 anys

- De 55 i més anys

B. Sexe

- Home
- Dona

C. Situació laboral

- Actiu ocupat
- Actiu desocupat
- Inactiu: jubilat, pre-jubilat, incapacitat
- Estudiant
- Altres: tasques de la llar, voluntariat
- NS/NC

D. Nivell màxim d'estudis superats (Només indicar el màxim grau adquirit)

- Sense estudis
- Estudis primaris o equivalents
- Estudis secundaris o equivalents
- Estudis superiors (universitaris, FP de grau superior)
- NS/NC

E. Nivell d'ingressos mensuals nets nets de la llar on viu (Fa referència als ingressos mensuals nets de la llar on viu, no només als seus)

- Menys de 900€
- De 901 a 1600€
- De 1061 a 2500€
- Més de 2500€
- NS/NC

F. Lloc on viu

- Mallorca
- Menorca
- Eivissa
- Formentera

7 Referències bibliogràfiques

- ANETCOM (2013): Garantías de navegación segura: análisis de los sellos y códigos de confianza en comercio electrónico. [Data de consulta 22-12-2014]
http://video.anetcom.es/editorial/guia_navegacion_segura.pdf

- INE (2014): Encuesta sobre equipamiento y uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los hogares 2014. [Data de consulta 29-11-2014]
[http://www.ine.es/jaxi/menu.do?
type=pcaxis&path=/t25/p450/base_2011/a2014/&file=pcaxis](http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=/t25/p450/base_2011/a2014/&file=pcaxis)

- ONTSI (2014). Estudio sobre el comercio electrónico B2C 2013 (Edición 2014) [Data de consulta: 11-12-2014]
http://www.ontsi.red.es/ontsi/sites/default/files/estudio_sobre_comercio_electronico_b2c_2013_edicion_2014.pdf

- ONTSI (2014). Estudio sobre la Ciberseguridad y Confianza en los hogares españoles 2014. [Data de consulta: 04-12-2014]