

INFORME ENCUESTA - ¿Cómo ha afectado la crisis sanitaria y económica a los hábitos de las personas consumidoras?

Cuestionario compuesto por 16 preguntas, realizado por 103 participantes, cuyos resultados obtenidos han sido:

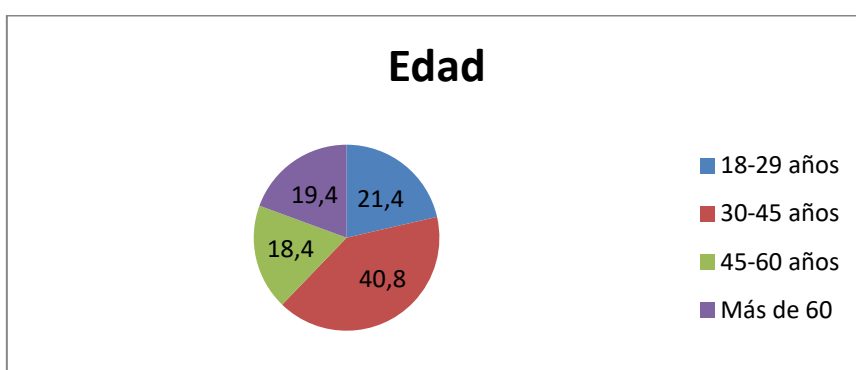
EDAD

De 18 a 29 años: 21,4%

De 30 a 45 años: 40,8%

De 45 a 60 años: 18,4%

Más de 60 años: 19,4%

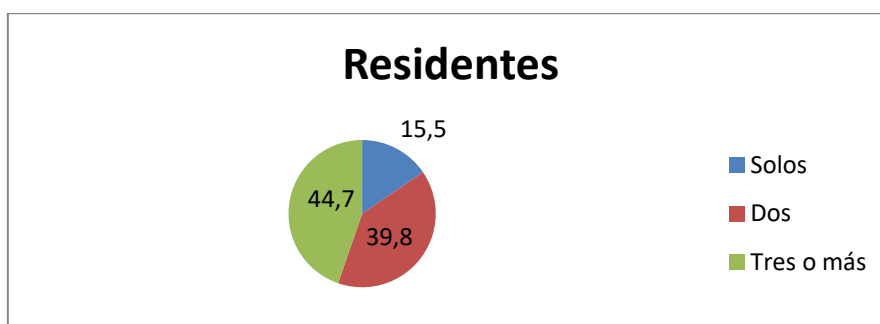


PERSONAS QUE CONVIVEN EN EL MISMO DOMICILIO

Residen solas: 15,5%

Solo dos personas en casa: 39,8%

Tres o más personas: 44,7%



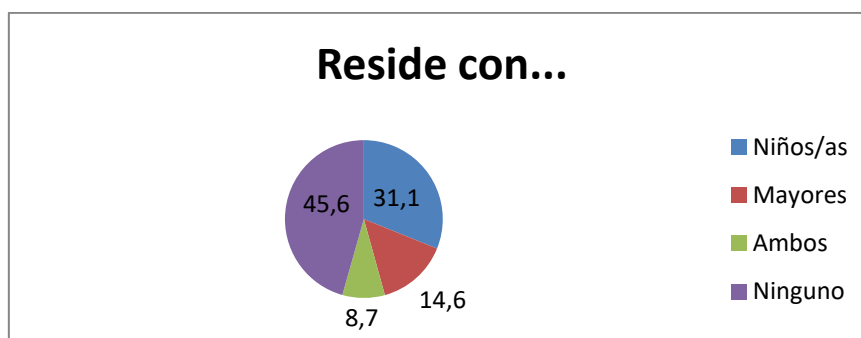
SEÑALE SI CONVIVE CON NIÑOS/AS Y/O PERSONAS MAYORES

Niños/as: 31,1%

Personas mayores: 14,6%

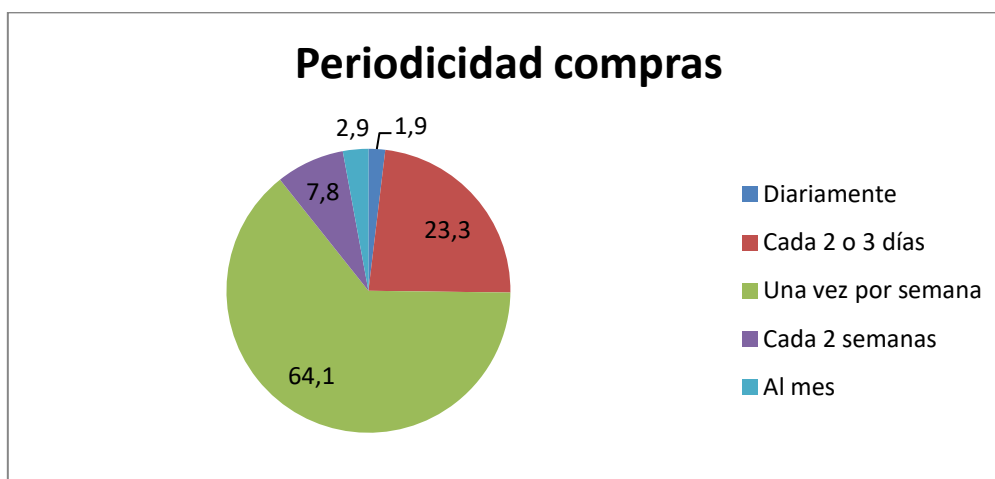
Ambos: 8,7%

Ninguna de las opciones: 45,6%



EN LA SITUACIÓN ACTUAL, ¿CÓN CUÁNTA FRECUENCIA ACUDE A COMPRAR ARTÍCULOS DE ALIMENTACIÓN Y HOGAR?

Un 64,1% afirma que acude una vez por semana a realizar la compra. Le sigue un 23,3% que indica que acude cada dos o tres días. Un 7,8% organiza sus compras cada dos semanas. Un 1,9% indica que lo hace diariamente y un 2,9% que compra una vez al mes.



SEÑALE AQUELLOS HÁBITOS O COSTUMBRES QUE HA MODIFICADO CON LAS MEDIDAS ACTUALES:

Reducción de la frecuencia en la compra de productos alimenticios y hogar. Afirmado por el 50,5%.

Medio de desplazamiento al supermercado o tienda habitual. Indicado por el 16,5%.

Cambio de establecimiento para realizar la compra en tiendas cercanas. Escogido por el 32%.

Cambios en los artículos que adquiriría con anterioridad (por ejemplo, menos perecederos). Indicado por el 8,7%.

Preferencia por la adquisición de todos los productos en el mismo establecimiento y menor comparación de ofertas y/o calidad. Escogido por el 44,7%.

No he modificado ningún hábito o costumbre. Señalado por el 19,4%.

Acumulación de productos básicos para generar reservas en el hogar. Afirmado por el 35,9%.

Mayor predisposición en la compra online de productos básicos de alimentación y hogar. Indicado por el 23,3%

Otras: x

LA MAYORÍA DE LOS ESTABLECIMIENTOS HAN REALIZADO MODIFICACIONES EN LAS PAUTAS DE ATENCIÓN A LAS PERSONAS CONSUMIDORAS. POR FAVOR, VALORE CADA UNA DE LAS SIGUIENTES MEDIDAS ADOPTADAS:

	Totalmente en desacuerdo	Parcialmente en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Parcialmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
Prioridad de cita previa	21,4%	12,8%	16%	14,9%	49,2%
Obligatoriedad de cita previa	46,2%	14,7%	19,9%	15,7%	13,6%
Limitación del aforo	9,2%	7,2%	1%	9,2%	79,3%
Medidas de higiene y protección: mascarillas, gel hidroalcohólico, guantes...	10,6%	6,3%	-	6,3%	86,9%
Prioridad de atención telefónica u online	14,7%	11,5%	11,5%	25,2%	47,2%
Obligatoriedad de atención telefónica u online	40,5%	11,8%	11,8%	10,8%	22,7%

¿QUÉ OPINA DE LA LIMITACIÓN HORARIA PARA LA ATENCIÓN PRESENCIAL IMPUESTA POR ALGUNOS ESTABLECIMIENTOS COMO, POR EJEMPLO, LOS BANCOS?

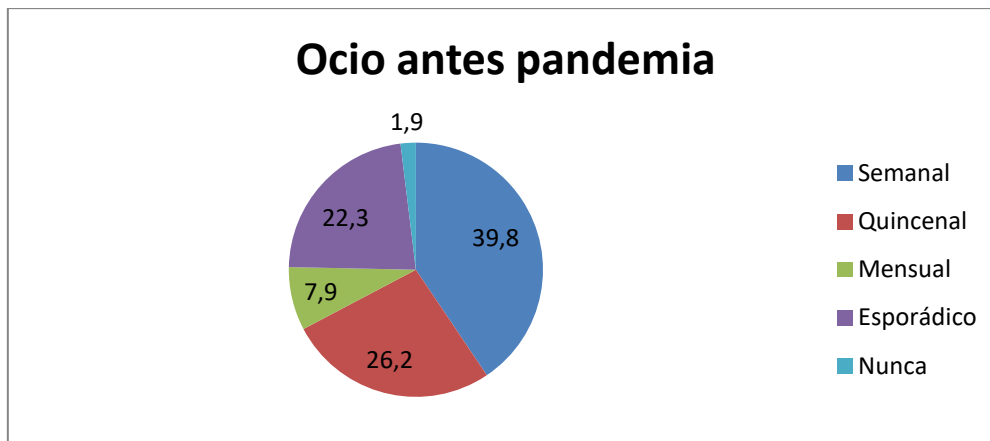
Creo que es una medida necesaria y acertada para evitar la concurrencia de muchas personas. Señalada por el 5,8%.

Me parece una medida desacertada, reducir el horario impide que las personas que asistan puedan repartirse en distintos horarios y contribuye a la concurrencia de todas ellas. Indicada por el 77,7%.

Opino que esta medida busca fomentar el uso de los medios telemáticos en detrimento de la actividad presencial. Escogida por el 44,7%.

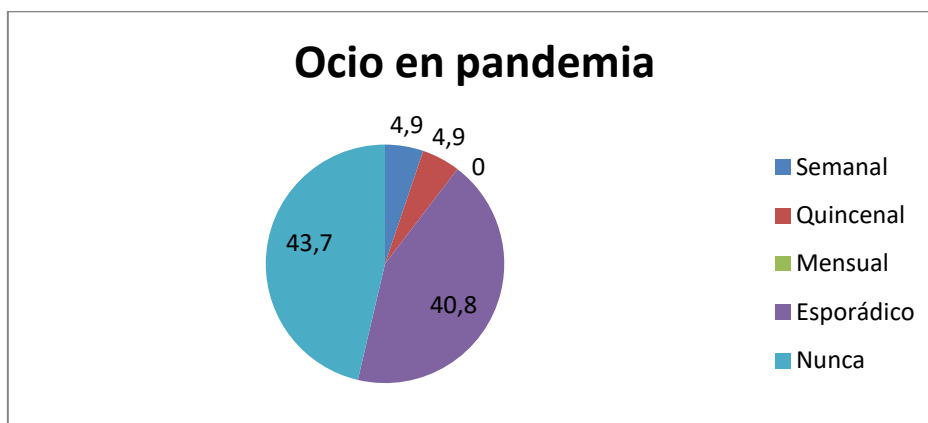
CON ANTERIORIDAD A LA SITUACIÓN DE PANDEMIA, ¿CON QUÉ FRECUENCIA ACUDÍA O HACÍA USO DE UN SERVICIO DE OCIO? (Cines, teatros, espectáculos, restauración...).

Un 39,8% accedía a esos servicios semanalmente. Un 26,2%, de forma quincenal. Un 9,7% con carácter mensual. Para un 22,3% eran salidas esporádicas. Un 1,9% indica que nunca.



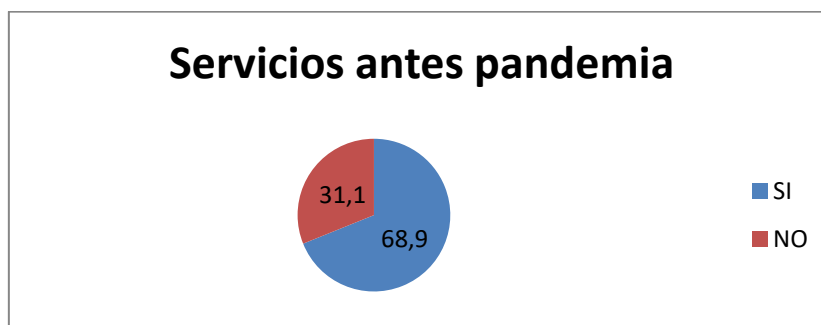
¿Y ACTUALMENTE, DESDE LA SITUACIÓN DE PANDEMIA?

Un 4,9% accede a esos servicios semanalmente. Un 4,9%, de forma quincenal. Un 4,9% con carácter mensual. Para un 40,8% son salidas esporádicas. Un 43,7% indica que nunca.



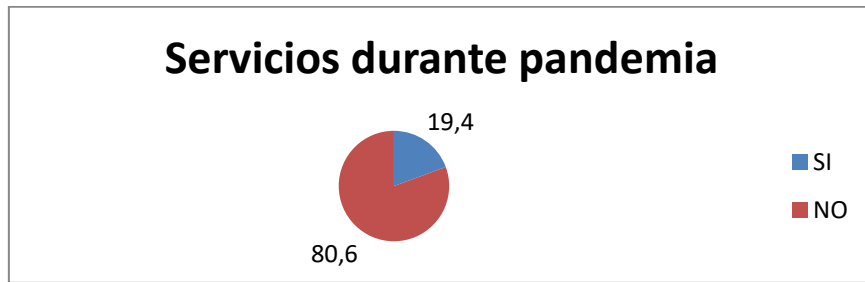
CON ANTERIORIDAD A LA SITUACIÓN DE PANDEMIA, ¿ERA USUARIO/A DE SERVICIOS DE ACTIVIDADES DEPORTIVAS Y/O CENTROS DOCENTES? (Gimnasios, escuelas de baile, academias de idiomas, etc.)

Un 68,9% lo era, frente al 31,1% que no.



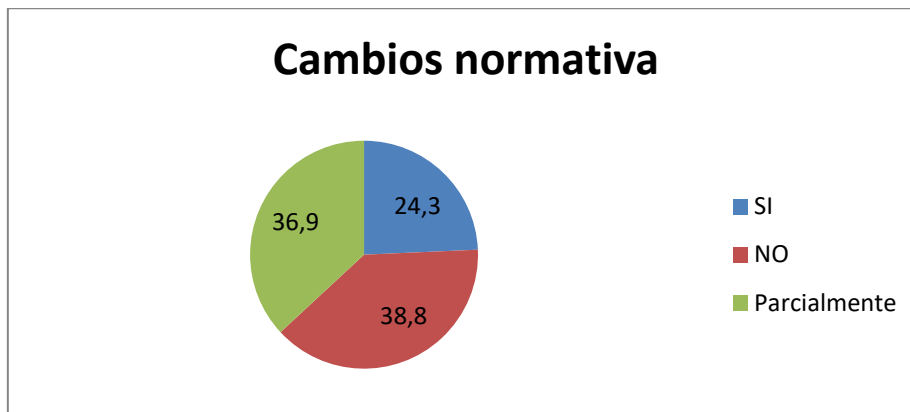
¿Y ACTUALMENTE, DESDE LA SITUACIÓN DE PANDEMIA?

En la actualidad un 80,6% indica que no, frente al 19,4% que sí.



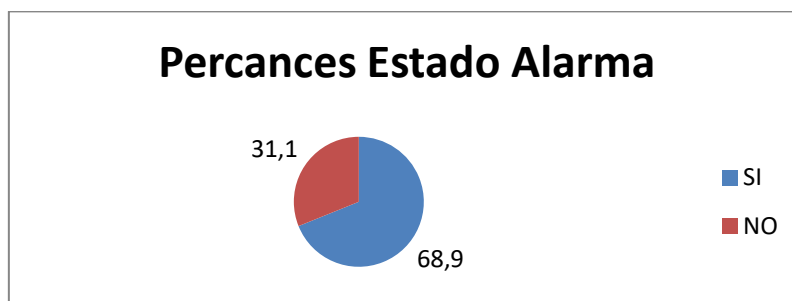
¿CONOCE LOS CAMBIOS NORMATIVOS PRODUCIDOS DURANTE EL ESTADO DE ALARMA EN LOS CONTRATOS DE SERVICIOS QUE AFECTAN A LOS DERECHOS DE LAS PERSONAS CONSUMIDORAS?

Un 24,3% indica que sí, junto al 38,8% que señala que no. Un 36,9% indica que los conoce de forma parcial.



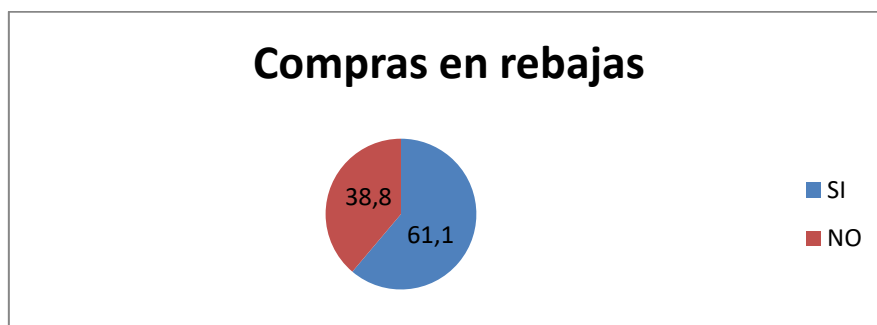
¿HA SUFRIDO ALGÚN PERCANCE RELACIONADO CON LA FINALIZACIÓN DE UN CONTRATO DE SERVICIOS SOLICITADA DURANTE EL ESTADO DE ALARMA?

Para un 68,9% la respuesta es negativa. Un 31,1% sí ha tenido algún percance.



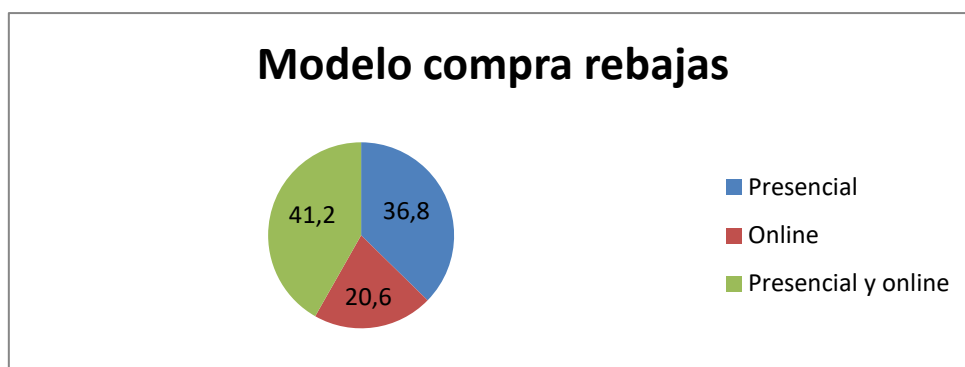
DURANTE LA ÚLTIMA CAMPAÑA DE REBAJAS, ¿HA ADQUIRIDO ALGÚN PRODUCTO?

Un 61,1% ha comprado algún producto. Un 38,8% no ha adquirido nada.



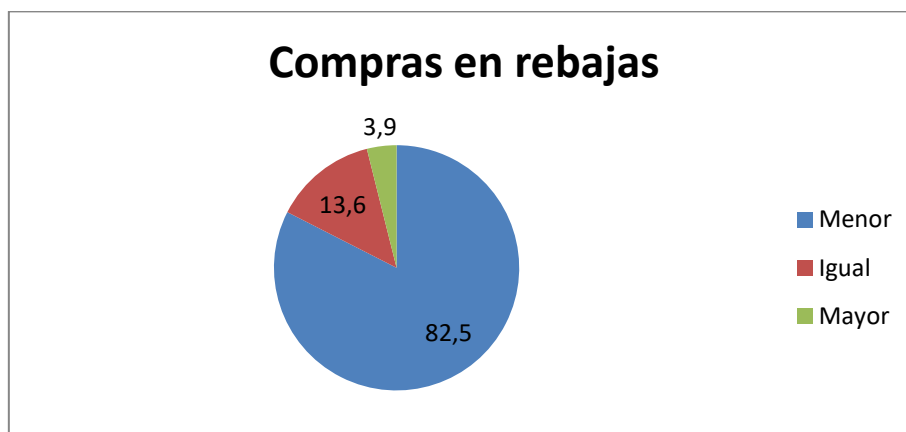
EN CASO DE QUE LA RESPUESTA ANTERIOR HAYA SIDO AFIRMATIVA, ¿CUÁL HA SIDO EL MÉTODO DE COMPRA ELEGIDO?

Un 36,8% realizó su compra presencialmente en el establecimiento. Un 20,6% hizo una compra online. Un 41,2% combinó los dos modelos.



EN COMPARACIÓN CON LAS REBAJAS ANTERIORES, ¿CUÁL HA SIDO LA CANTIDAD DE PRODUCTOS ADQUIRIDOS?

Un 82,5% indica que sus compras fueron menores. Un 13,6% señala que compró lo mismo que en anteriores y un 3,9% que fueron mayores.



CONCLUSIONES:

- En cuanto a la periodicidad a la que las personas acuden a realizar sus compras de productos de alimentación y hogar, un **64,1% las lleva a cabo de forma semanal**, seguido de un 23,3% que va cada dos o tres días. Tan solo un 1,9% las realiza diariamente.

- Consultados por aquellos hábitos que han sufrido alguna modificación con las medidas actuales, destaca que **más de la mitad de los encuestados aseguran haber reducido la frecuencia en la compra de productos de alimentación y hogar**. Además, el 44,7% sitúa como preferente la adquisición de todos los artículos en el mismo establecimiento, comparando menos en ofertas y/o calidad. Casi el 40% señala que acumula productos básicos para generar reservas en su hogar.

- En cuanto a las medidas adoptadas por los establecimientos, **casi la mitad se muestra totalmente de acuerdo en la prioridad de cita previa**, pero casi la misma cifra se muestra en contra de que esta sea obligatoria. **Sí destacan como totalmente positivas con un 79,3% las limitaciones de aforo y con un 86,9% las medidas de higiene y protección, como mascarillas, geles y/o guantes**. En cuanto a la atención telefónica, un 47,2% valora como positiva que sea prioritaria.

- Sobre las limitaciones horarias que algunos establecimientos, como las entidades bancarias han impuesto, para un 77,7% se trata de una medida desacertada que puede provocar aglomeraciones. Además, un 44,7% considera que esta disposición persiguen el uso de medios telemáticos en lugar de presenciales. Únicamente es una medida acertada para el 5,8%.

- **Destaca sobremanera el cambio en los hábitos de ocio**. Si antes de la pandemia, el 39,8% accedía a servicios como cines, teatros o restaurantes con carácter semanal o quincenal para el 26,2%, ahora un 43,7% indica que no accede nunca a ellos y un 40,8% lo hace de forma esporádica.

- También destaca que, **antes de la pandemia, un 68,9% de la muestra era usuaria de servicios de actividades deportivas y/o centros docentes. Actualmente, la cifra ha bajado hasta el 19,4%**.

- En cuanto a los cambios que la normativa durante el Estado de Alarma conllevó en los contratos de servicios, un 38,8% indica que los desconoce. Sí afirman estar enterados de ellos el 24,3%. Por su parte, un 36,9% indica que los conoce parcialmente.

- Tres de cada diez indican haber sufrido un percance relacionado con la finalización de un contrato de servicios durante el Estado de Alarma.

- En cuanto a la última campaña de rebajas, seis de cada diez aseguran haber realizado alguna compra, combinándolas de forma presencial y online (41,2%). Si sobresale con notoriedad que **el 82,5% ha indicado que esas compras fueron menores que las de campañas de rebajas anteriores**.